

恵那市産業振興ビジョン戦略策定部会ワークシート

分類	現状と課題	
	市の現状と課題の認識(マクロの視点)	委員の現状と課題の認識(ミクロの視点)
産業の現状	<ul style="list-style-type: none"> ●地域経済の状況は市外への流出が大きく域内で完結していない。(地域経済循環率81.1%) ●事業所数では卸売業・小売業が一番多く、次いで宿泊・サービス、製造業に続く。全国・県平均で見ると製造業の割合が高い。 ●従業員数では製造業、卸売業・小売業の順で多く、全国・県平均と比較すると製造業の従業員数の比率が高い。 ●雇用者所得は総額では3次産業の所得が大きい、特価係数で見ると2次産業のみ全国平均を上回る。 ●生産額・付加価値額・雇用者所得の特価係数で全国平均を超える産業は製造業で、その中でも産業分類の「パルプ・紙・紙製品製造業」「窯業・土石製品製造業」「プラスチック製品製造業」が大きい。 ●全産業において労働生産性が低く、全国平均を下回る。労働生産性を向上させる取組が必要。 	
担い手	<ul style="list-style-type: none"> ●生産年齢人口は2030年には現在から3800人減少する。(25,000→21,000) ●市内事業所数は減少傾向(全産業2009年2,982→2016年2,620) ●求人数については一定規模で推移しているものの、求職者数は年間約千人単位で減っている。(景気の回復も影響か) ●企業の労働力の充足率は減少傾向。 ●市内企業の88%が社員の不足・やや不足と回答している。 ●15歳から24歳までの就学・就職による転出が多く、就学では転出先で就職する傾向が高い。大学生は地元に戻って来ない。 ●恵那・中津川地域の高等学校の市内就職率は20%台で推移している。高校生充足率は求人数の増加により大きく減少。(H27 59.6% → H28 38.7%) ●人口減少による労働力不足に対する対策が必要。 ●各地域で商店街振興などの取り組みが行われている。 ●後継者不足が課題となっている。 ●多様な関係者を巻き込んだ観光地づくり体制が十分でない。 	
製品・販路	<ul style="list-style-type: none"> ●調達先が市内企業ではない(見つからない)場合が多い。 ●近隣に大学が少なく産業連携が進んでいない。 ●地域商社(ジバスクラム恵那)による販路開拓の支援。 	
商品(資源)・サービス	<ul style="list-style-type: none"> ●温泉、豊かな自然、棚田など農村風景(日本の美しさ)、栗きんとんや五平餅などの特産品、歴史の町並み(タイムスリップ)など資源が豊富にある。 ●道の駅の集客力が高い(再掲)。 ●文化財(史跡)が多い。 ●栗きんとんなど和菓子を始め、新商品やサービスの開発が行われている。 ●体験プログラムなどの開発が行われている。 ●恵那峡再整備、大正村浪漫亭リニューアル、SL運行計画など資源活用が進んでいる。 ●ブランド商品が不足している。 ●お客様を楽しませる工夫が十分でない。 ●インターネットの普及でモノを売ることが難しくなっている。 	
お客さま	<ul style="list-style-type: none"> ●観光入込客数は増加傾向にある。 ●大人の旅行が人気となっている。 ●東海地方からの旅行者が増加している。 ●少子高齢化が進み、市内マーケットは縮小している。 ●外食や飲食は市外で消費する割合が大きい。 ●周遊が少ない。 ●道の駅の客数が伸び悩んでいる。 ●関東や近畿からの旅行者が減少している(東海地方以外での知名度が低い) ●交通網発達による通過型観光が多く、滞在時間が短い。 ●宿泊が少ない。 	
商業・観光の特徴	<ul style="list-style-type: none"> ●製造業と農林水産業は地域外から稼いでいる。 ●「飲食店」「食料品小売業」などの雇用が多い。 ●観光と関連性が深い食料品業、小売・卸業、サービス業は域外から買っている。 ●観光と関連産業の連関が少ないため、観光による経済波及効果を十分取り込めていない。 ●第3次産業の付加価値が低い。 ●事業者が減少している(飲食店やお土産店が減少している)。 ●創業比率が低い。 ●観光DMO候補法人(ジバスクラム恵那)の設立 	
土地・環境	<ul style="list-style-type: none"> ●物流上の道路利便性は高い。 ●バス利便性が悪く通勤には使えない。 ●企業立地ニーズは高いが新たな事業用地がない。 ●工業用に利用可能な水(工業用水)は少ない。 	
新型コロナウイルス感染症の影響	<ul style="list-style-type: none"> ●サプライチェーンの寸断による経済活動の停止。 ●テレワーク等の新たな働き方の浸透。 ●休業、時短要請による売上減少。 ●働き方の多様化による地方回帰の動き。 	
その他	<ul style="list-style-type: none"> ●支援情報入手に便利な媒体がない。 	