

恵那市産業振興ビジョン

これまでの実施事業の成果と課題を 踏まえ今後実施すべき事業(案)

2019.1.30 恵那市

1

恵那市産業振興ビジョン検討部会・もうかる農業プロジェクト会議の開催状況

○平成30年10月 委員個別ヒアリング(商業・観光、工業、林業)

○平成30年10月12日・22日 第1回検討部会(商業・観光、工業、林業)

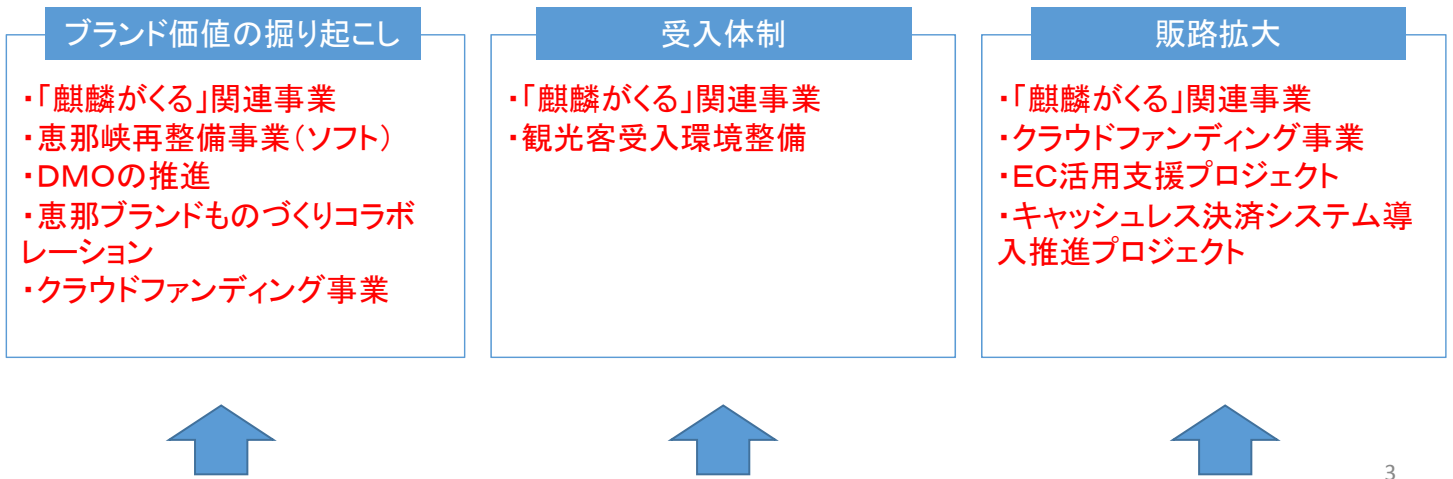
○平成30年11月12日・20日 第2回検討部会(商業・観光、林業)

○平成30年8月24日 第1回もうかる農業プロジェクト会議

2

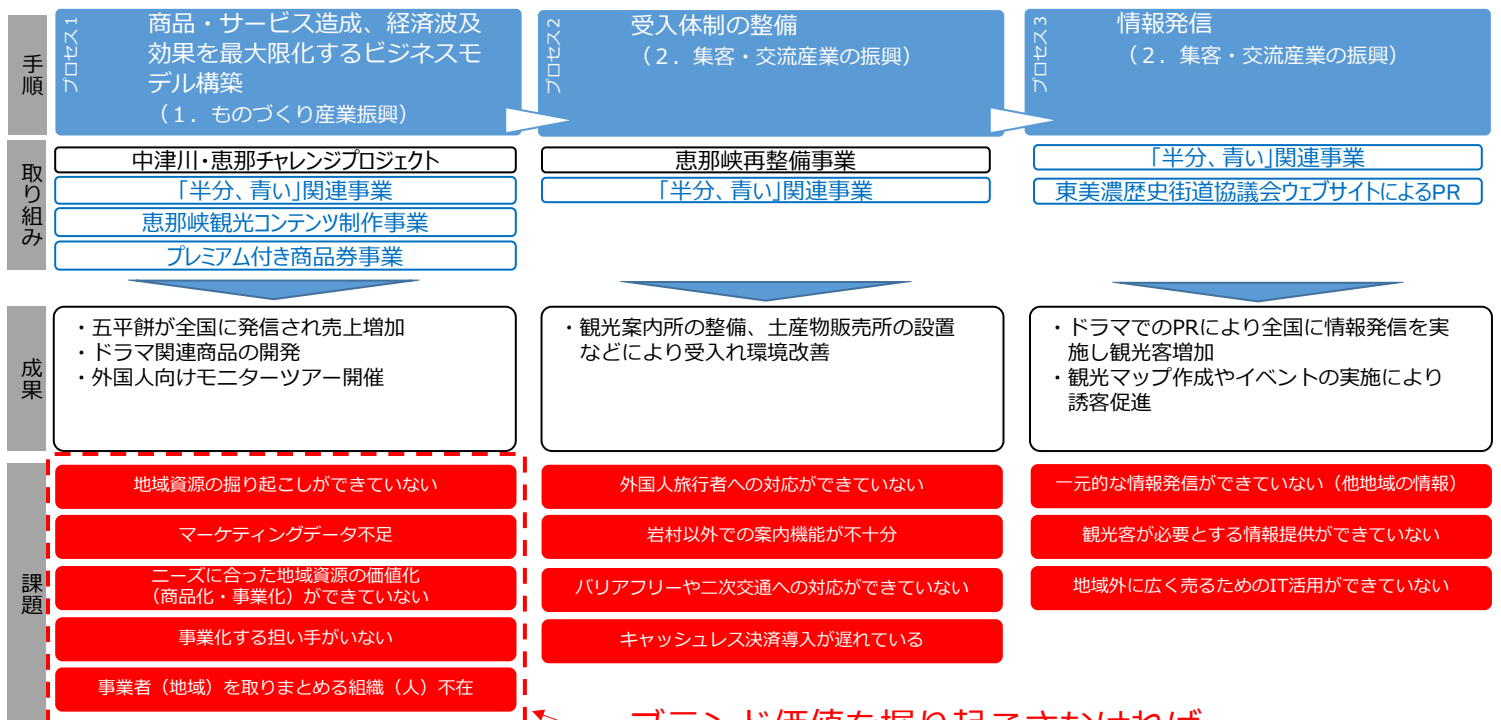
商業・観光分野

テーマ「ブランド価値の掘り起こしと販路拡大」



3

■ 商業・観光振興による地域活性化の成果と課題

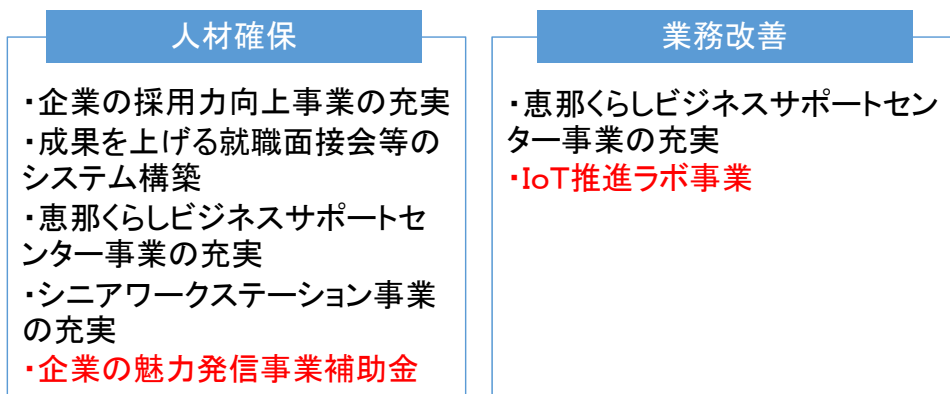


ブランド価値を掘り起こさなければ外貨を稼げない

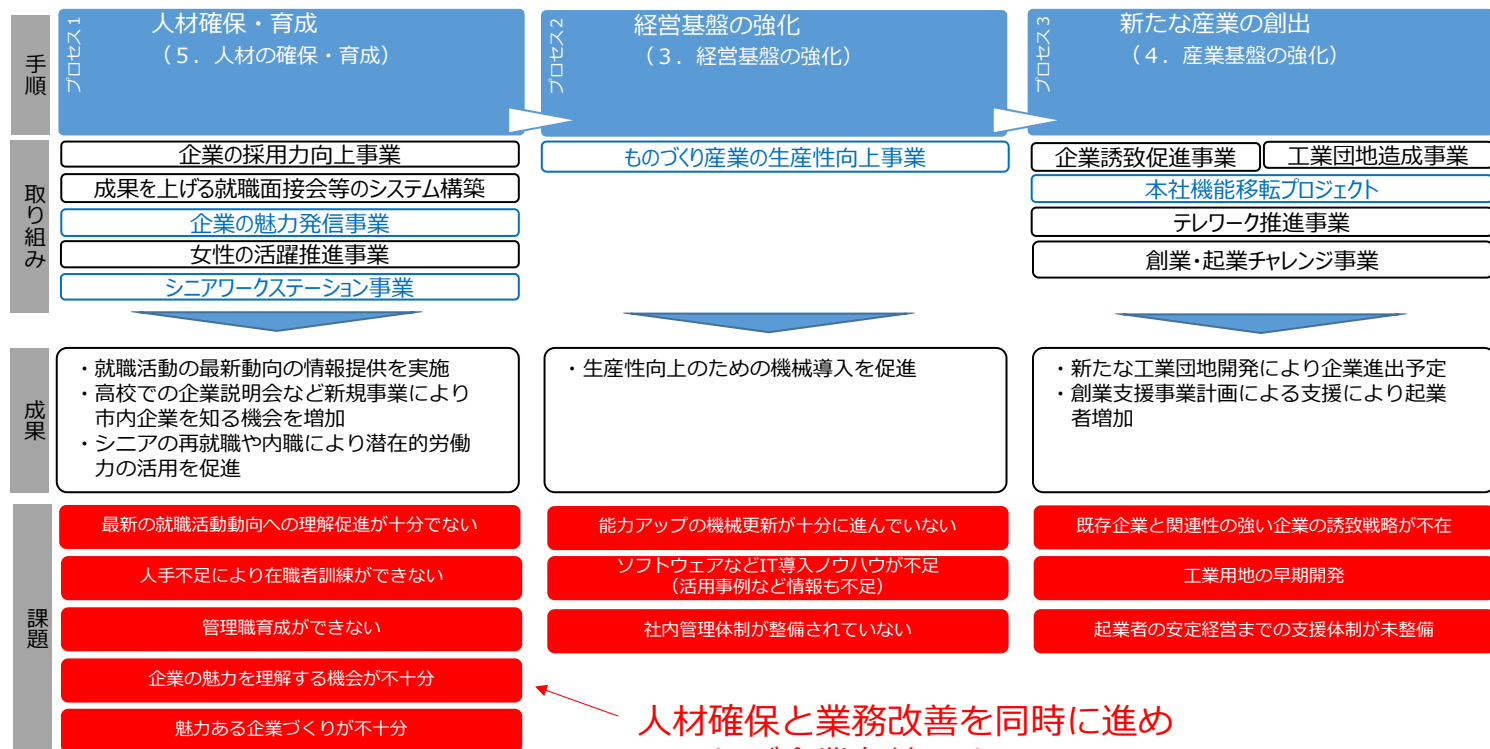
4

工業分野

テーマ「人材確保と業務改善」



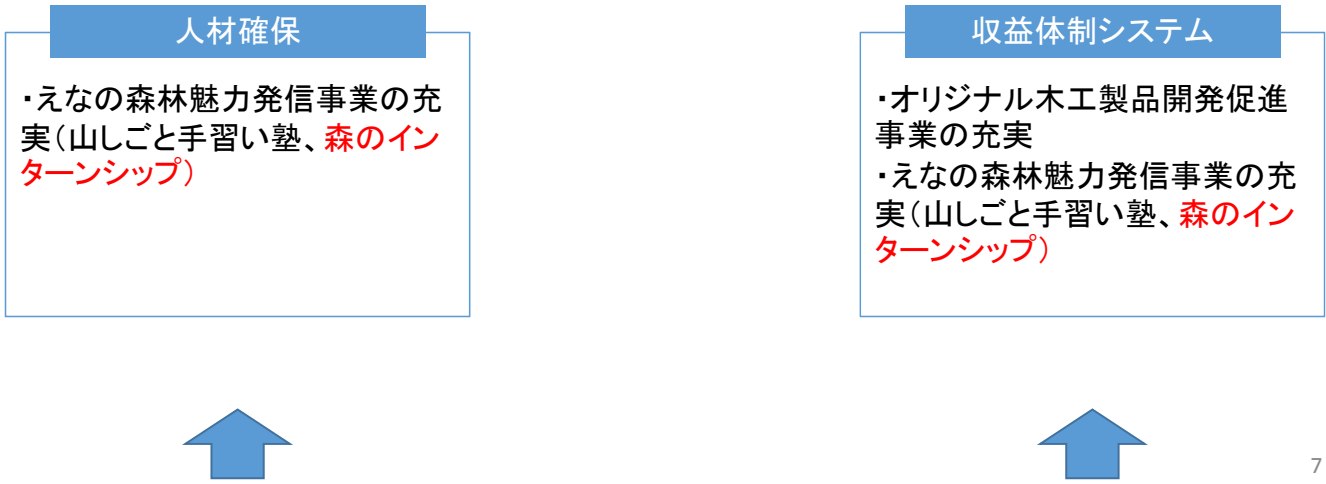
■工業振興による地域活性化の成果と課題



人材確保と業務改善を同時に進めなければ企業存続できない

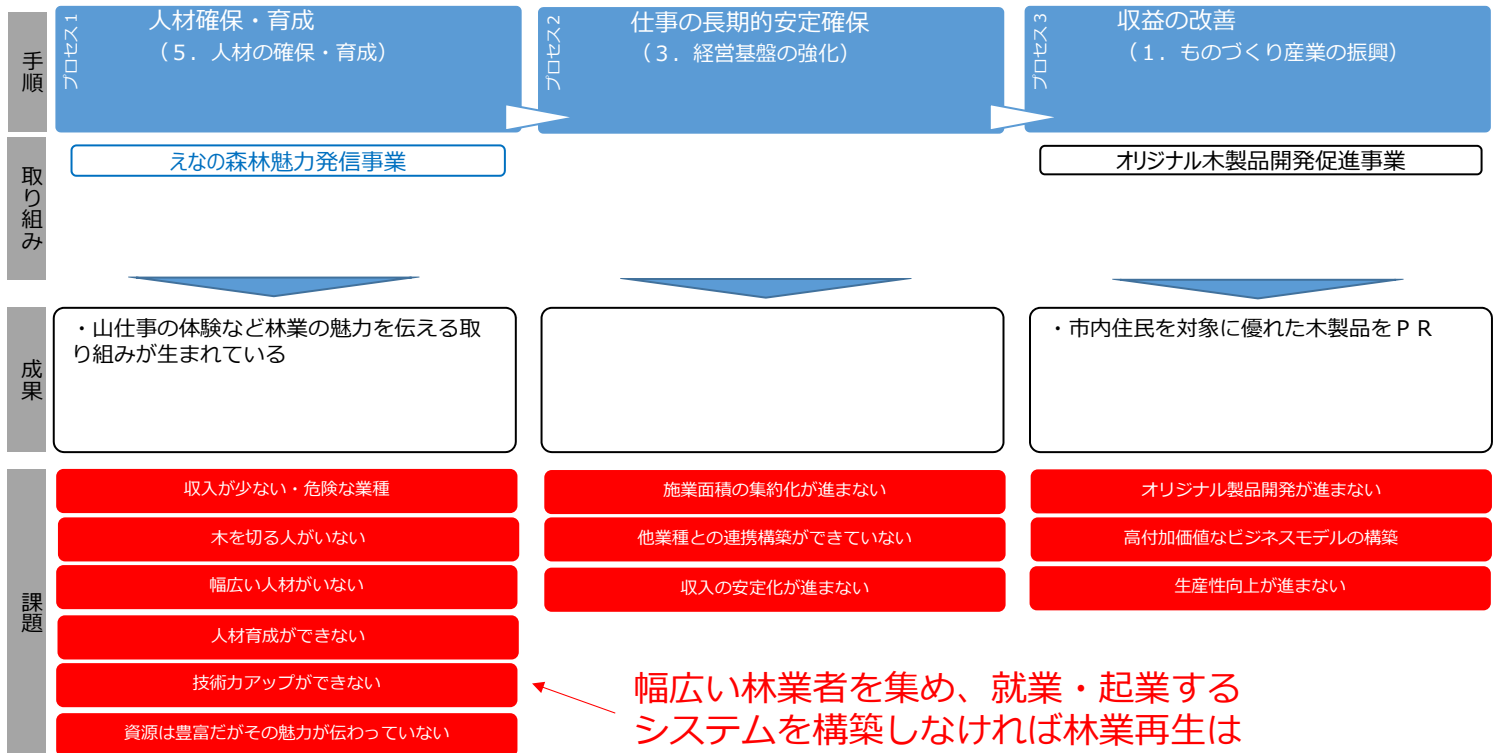
林業分野

テーマ「幅広い林業者を集め、就業・起業へつなげるシステム構築」



7

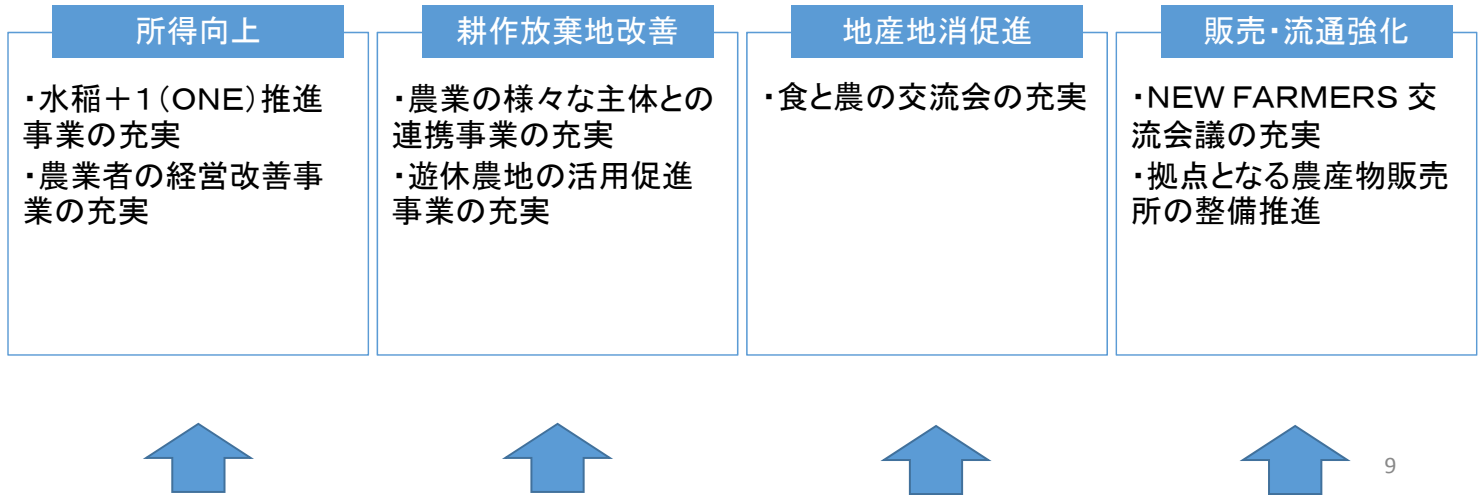
■林業振興による地域活性化の成果と課題



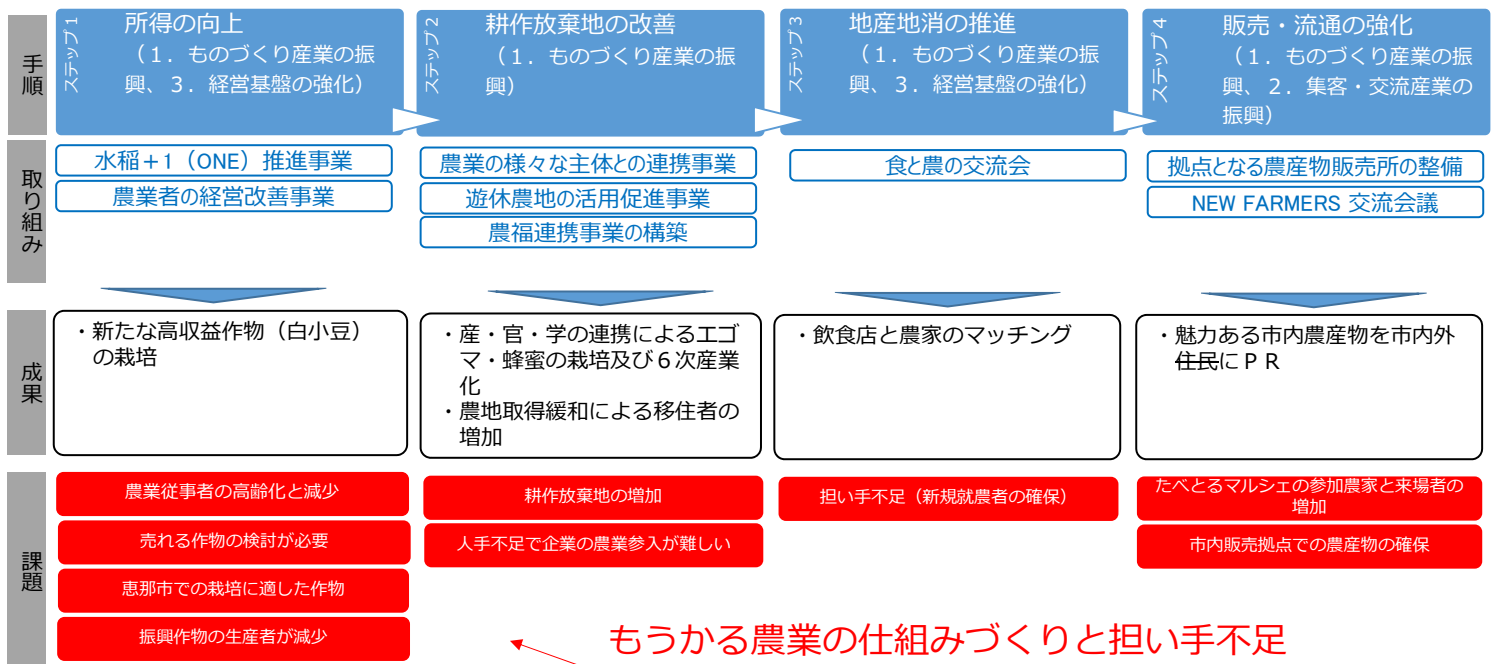
8

農業分野

テーマ「所得向上、耕作放棄地改善、地産地消の促進、販売・流通の強化」



■ 農業振興による地域活性化の成果と課題



もうかる農業の仕組みづくりと担い手不足の解消を図らないと農業を持続可能な産業として確立することが困難

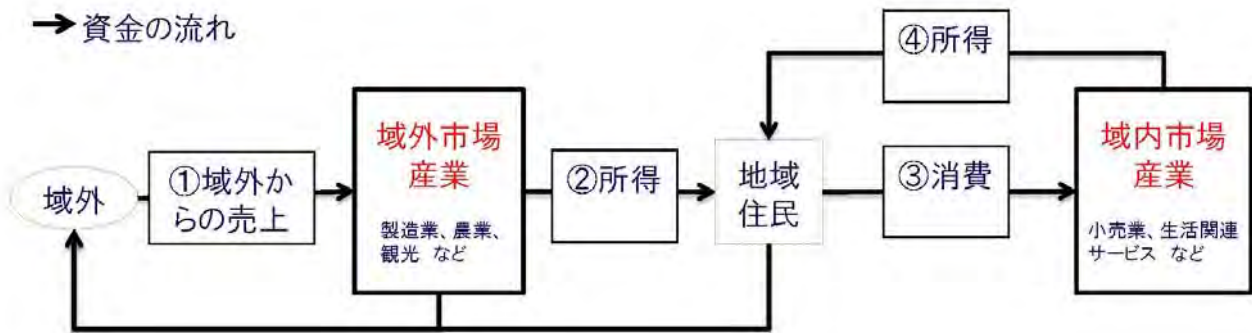
地域経済の仕組み

◆①地域外を主な市場とする「域外市場産業（製造業、農業、観光）」と②地域内を主な市場とする「域内市場産業（日用品小売業、対個人サービス業）」に分けて考えることができる。

◆①製造業の会社が地域外に製品を販売し、売上を得る、②会社が従業員に給料を支払う、③地域住民が地元のスーパーで買い物をする、④スーパーが従業員に給料を支払う、その後③④を繰り返して、域内需要が拡大する、という地域経済の模式図（構造）が浮かび上がる。

◆域外から資金を流入させる域外市場産業は、地域経済の心臓部とも言え、域外から資金を稼いでくる産業の集積を促進し、競争力を強化することが重要。域外市場産業で稼いだ所得が市内で消費または投資されるよう域内市場産業（小売、生活関連サービスなど）の振興を図る。

→ 資金の流れ



産業振興ビジョンマップ

域外から稼ぐ産業の振興

域内で稼ぐ産業の振興

産業拡大とヒトづくり

<p>1. ものづくり産業の振興 (1) 恵那の「もの」に「こ」と創造プロジェクト</p>	<p>「半分、青い」関連事業 恵那峡観光コンテンツ制作事業 中津川・恵那チャレンジプロジェクト オリジナル木製品開発促進事業</p>	<p>水稲+1 (ONE)推進事業 NEW FARMERS 交流会議 食と農の交流会 農業の様々な主体との連携事業 拠点となる農産物販売所の整備 遊休農地の活用促進事業 農福連携事業の構築 プレミアム付き商品券事業</p>	
	<p>「半分、青い」関連事業 東美濃歴史街道協議会ウェブサイトによるPR 中津川・恵那チャレンジプロジェクト 恵那峡観光コンテンツ制作事業 恵那峡再整備事業 えなの森林魅力発信事業</p>	<p>拠点となる農産物販売所の整備 「食と農」の整備</p>	<p>観光客へのPR</p>
	<p>ものづくり産業の生産性向上事業</p>	<p>食と農の交流会 農業者の経営改善事業</p>	<p>農産物の地産地消 耕作放棄地改善</p>
	<p>ものづくり産業の生産性向上事業</p>	<p>食と農の交流会 農業者の経営改善事業</p>	<p>人材確保体制強化</p>
	<p>ものづくり産業の生産性向上事業</p>	<p>食と農の交流会 農業者の経営改善事業</p>	<p>林業の魅力発信</p>
<p>2. 集客・交流産業の振興 (2) 集客・交流コンテンツ創造プロジェクト (3) 魅力発信プロジェクト</p>	<p>「半分、青い」関連事業 東美濃歴史街道協議会ウェブサイトによるPR 中津川・恵那チャレンジプロジェクト 恵那峡観光コンテンツ制作事業 恵那峡再整備事業 えなの森林魅力発信事業</p>	<p>水稲+1 (ONE)推進事業 NEW FARMERS 交流会議 食と農の交流会 農業の様々な主体との連携事業 拠点となる農産物販売所の整備 遊休農地の活用促進事業 農福連携事業の構築 プレミアム付き商品券事業</p>	<p>創業・起業チャレンジ事業 女性の活躍推進事業</p>
<p>3. 経営基盤の強化 (4) 事業者総合支援プロジェクト (5) 創業・起業促進プロジェクト</p>	<p>ものづくり産業の生産性向上事業</p>	<p>食と農の交流会 農業者の経営改善事業</p>	<p>創業・起業チャレンジ事業 女性の活躍推進事業</p>
<p>4. 産業基盤の強化 (6) 地域経済拡大プロジェクト</p>	<p>ものづくり産業の生産性向上事業</p>	<p>食と農の交流会 農業者の経営改善事業</p>	<p>企業誘致促進事業 本社機能移転プロジェクト テレワーク推進事業 工業団地造成事業</p>
<p>5. 人材の確保・育成 (7) 人材確保プロジェクト</p>	<p>ものづくり産業の生産性向上事業</p>	<p>食と農の交流会 農業者の経営改善事業</p>	<p>企業の魅力発信事業 農業者の経営改善 企業の採用力向上事業 成果を上げる就職面接会等のシステム構築 シニアワークステーション事業 女性の活躍推進事業</p>
		<p>経営改善</p>	

産業振興施策

新規

事業名	5つの施策の基本方向				
	ものづくり 産業の振興	集客・交流 産業の振興	経営基盤の 強化	産業基盤の 強化	人材の確保・ 育成
	産業の振興と基盤				
「麒麟がくる」関連事業	域外から稼ぐ産業の振興		域内で稼ぐ産業の振興	産業拡大とヒトづくり	
展開事業	(1) (6) (7) (12)				

現状と課題

■ 明智光秀ゆかりの地（恵那市明智町）

- 大河ドラマ「麒麟がくる」：放送期間：2020年1月から12月まで / 主人公：明智光秀
- 恵那市明智町のゆかりの地：産湯の井戸、於牧の方墓所、学問所、手植えの楓、供養塔、光秀まつり（明智町）
- 東美濃の山城と戦国史：「麒麟がくる」の時代、東美濃は織田信長と武田信玄・勝頼の勢力がしのぎを削った場所で、この時代に築かれた山城が多く残っている。特に明知城（白鷹城）は両者が直接対峙した重要な場所である。
- 岐阜県内のゆかりの地：恵那市、岐阜市、大垣市、瑞浪市、土岐市、可児市、山県市、御嵩町

■ 大河ドラマを活用した観光推進

- 岐阜県内や他県においても大河ドラマを活用した観光誘客がなされるため、観光誘客とにぎわいの創出に向けた積極的な取り組みが必要。
- ゆかりの地の説明看板、推奨ルートの看板、明知城（白鷹城）跡整備及び設置された公衆用トイレの洋式化など、観光客の受入にあたり観光インフラの整備が必要。
- 増加する観光客による観光消費の拡大に向けて土産物品など関連商品の開発と特産品の販売所整備が必要。

目的

- ・ 大河ドラマを契機とした観光誘客と観光客の満足度向上による再来訪率の向上
- ・ 関連商品の販売等による観光消費額の増加

取組主体

観光に関連する中小企業・小規模事業者

事業の概要

取り組みのコンセプト「明智光秀と東美濃の山城」

- (1) 観光誘客とにぎわいの創出に関する事業
- (2) 観光インフラの整備に関する事業
- (3) 観光消費の拡大に関する事業

13

産業振興施策

取り組み内容

(1) 誘客促進とにぎわいの創出

- ・ 大河ドラマ館の整備
- ・ 光秀まつりにおける特別イベントの実施
- ・ 市内周遊イベントの実施
- ・ 講演会の開催
- ・ 旅行商品の造成
- ・ WEB、SNSを活用した情報発信
- ・ 都市圏における観光PR
- ・ 明知鉄道と連携した誘客促進
- ・ 岐阜県大河ドラマ「麒麟がくる」推進協議会と連携した誘客促進

(2) 観光インフラの整備

- ・ 観光ガイド制度の創出(ガイド育成)
- ・ ゆかりの地看板整備
- ・ 推奨ルート案内看板整備
- ・ 日本大正村駐車場トイレの洋式化
- ・ 臨時駐車場の確保
- ・ 明知城跡周辺整備（遊歩道整備、史跡案内看板等整備、支障木伐採）
- ・ のほりほかPRツール作成
- ・ 山城巡りパンフレット作成

(3) 観光消費の拡大

- ・ 土産物品、特産品の開発促進
- ・ 土産販売所の設置

事業実績

KPI達成状況 (実績値/目標値)

年度	2018	2019	2020	2021	2020	2021	2022	2023

進捗の評価

課題と次年度以降の方向性

14

産業振興施策

新規

事業名	恵那峡再整備事業 (ソフト)	5つの施策の基本方向				
		ものづくり 産業の振興	集客・交流 産業の振興	経営基盤の 強化	産業基盤の 強化	人材の確保・ 育成
		産業の振興と基盤				
	展開事業 (1) (7)	域外から稼ぐ産業の振興	域内で稼ぐ産業の振興	産業拡大とヒトづくり		

現状と課題

- 恵那峡再整備事業
 - 完成時期：2019年秋 / 事業期間：2014年度～2019年度 / 総事業費：約11億9千万円
 - 主な整備：さざなみ半島整備、多目的イベント広場整備、恵那峡ビジターセンター整備、森林散策路整備、傘岩周辺整備、湖畔散策路整備、第2駐車場整備、第3駐車場整備、第4駐車場整備
- リニューアルした恵那峡の観光戦略
 - 大井ダムや四季折々の自然などの歴史・文化・自然を活かした観光誘客
 - イベントの開催などにぎわいの創出による観光誘客
 - 宿泊施設と周辺地域の観光コンテンツの連携による観光誘客
- 恵那峡リニューアルオープン
 - リニューアルを周知し、効果を最大にするためのプロモーション活動が必要。
 - リニューアル後も継続して集客するための取り組みが必要。

目的

恵那峡のリニューアルオープンに合わせたソフト事業の展開による観光客の滞在時間延長と域内消費の拡大

取組主体

観光に関連する恵那峡周辺の中小企業・小規模事業者

事業の概要

- 恵那峡リニューアルオープン
 - (1) リニューアルを周知するプロモーション活動
 - (2) リニューアル後も継続して集客するための取り組み

15

産業振興施策

取り組み内容

- (1) リニューアルを周知するプロモーション活動とオープンイベントの開催
 - リニューアルプロモーション
 - ・ リニューアルポスターの作成とJR主要駅への掲示
 - ・ 訴求力の高い旅行雑誌へのリニューアル記事掲載
 - ・ 周辺の菓子事業者、ホテルと連携したプロモーション
 - リニューアルオープンイベントの開催
- (2) リニューアル後も継続して集客するための取り組み
 - イベントの開催
 - ・ ウォーキング大会、バードウォッチング、キッチンカーイベント、スタンプラリー、フォトコンテスト、もみじまつり、など

事業実績

KPI達成状況 (実績値/目標値)

年度	2018	2019	2020	2021	2020	2021	2022	2023

進捗の評価

課題と次年度以降の方向性

16

産業振興施策

新規

事業名	観光客受入環境整備	5つの施策の基本方向				
		ものづくり 産業の振興	集客・交流 産業の振興	経営基盤の 強化	産業基盤の 強化	人材の確保・ 育成
		産業の振興と基盤				
	展開事業 (6) (11)	域外から稼ぐ産業の振興	域内で稼ぐ産業の振興	産業拡大とヒトづくり		

現状と課題

- 日本、恵那市における外国人旅行者の動向
 - 日本の外国人旅行者は2013年1,036万人→2016年2,404万人へ急増。観光庁は2020年の外国人旅行者の目標を4,000万人、観光消費額を8兆円としている。恵那市でも中山道を中心に外国人旅行者が増加している。
 - 恵那市は東京オリンピックのカヌー・カヤック競技の事前キャンプ地やラリー・ジャパン（WRC）の誘致に取り組んでおり、今後、外国人旅行者の増加が見込まれる。
- 観光客受入環境の現状と課題
 - 主な観光地における施設の公衆用トイレの洋式化
 - ・新たに整備した公衆用トイレや主要な観光地である恵那峡、岩城跡・岩城下町、日本大正村においての公衆トイレの洋式化を推進してきたが、一部で洋式化が完了しておらず利便性が悪い。
 - Wi-Fi状況
 - ・恵那駅、中山道広重美術館、岩城下町の町屋施設、日本大正村施設において観光Wi-Fiの整備を実施したが、恵那駅前観光案内所や恵那峡などで整備されておらず利便性が悪い。

目的

受入環境の充実による旅行者の満足度向上

取組主体

観光に関連する中小企業・小規模事業者

事業の概要

- 受入環境の整備
- (1) 公衆用トイレの洋式化
 - (2) 観光Wi-Fiの整備
 - (3) 外国人観光案内所の充実
 - (4) パンフレット、サインの英語表記

17

産業振興施策

取り組み内容

- (1) 主要な観光地における公衆用トイレの洋式化
 - 恵那駅前、恵那峡「ひといき」、根ノ上高原キャンプ場、日本大正村駐車場（再掲：大河ドラマ「麒麟がくる」活用推進事業）
- (2) 観光Wi-Fiの整備
 - 恵那駅前観光案内所、恵那峡ビジターセンター
- (3) 外国人観光案内所の充実
 - 恵那駅前観光案内所
- (4) パンフレット、サインの英語表記
 - 明智光秀ゆかりの地、明知城跡（白鷹城跡）整備におけるパンフレット、サインの英語表記の充実

事業実績

KPI達成状況

(実績値/目標値)

年度	2018	2019	2020	2021	2020	2021	2022	2023

進捗の評価

課題と次年度以降の方向性

18

産業振興施策

新規

事業名	5つの施策の基本方向				
	ものづくり 産業の振興	集客・交流 産業の振興	経営基盤の 強化	産業基盤の 強化	人材の確保・ 育成
	産業の振興と基盤				
	DMOの推進	域外から稼ぐ産業の振興	域内で稼ぐ産業の振興	産業拡大とヒトづくり	
	展開事業 (9)				

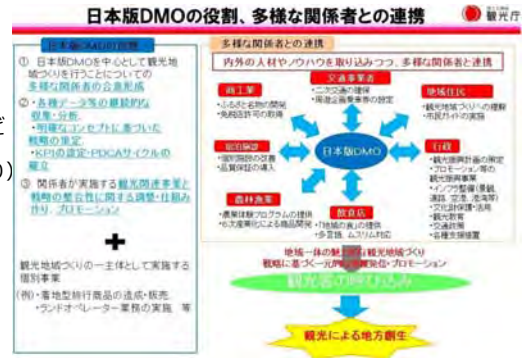
現状と課題

■現状の観光協会や市の取り組み

- ・ 恵那市観光協会は、本体のほか13町の各支部に恵那峡支部を合わせた14支部があり、それぞれ活動している。
- ・ 観光協会の主たる事業は、恵那峡花火大会、旅行商談会への参加、物産展開催など観光誘客事業。
- ・ 各支部では、地域の祭りにおけるイベント実施や地域観光資源の環境整備（草刈り）など実施。

■課題

- ・ 観光に関するデータの収集と分析ができておらず、データに基づいた事業計画、事業実施による効果の検証など、戦略的な事業の展開がなされていない。
- ・ 観光ビジョンが無く、観光として目指す方向が共有されていないため、一体的に取り組むことができておらず、事業者が有機的に結び付いていない。



目的

「地域の観光資源を活かし、滞在時間の長い観光地への転換」を目指し、観光の担い手である観光協会の組織強化

取組主体 観光協会

事業の概要

リニア中央新幹線の開通や広域観光の進展により観光客の来訪が見込まれる中、地域に存在する魅力ある素材を活かした、民主導による地域が自立する観光振興策を推進するため、恵那市観光協会を母体とした「観光地域づくり」の推進役となるDMOの形成を支援。このため、今後の市の目指すべき姿を示すため、「恵那市観光ビジョン」を策定し、共同しながら観光地域づくりを進める。

- (1) 恵那市観光ビジョンの策定と意識の共有
- (2) 日本版DMOの登録に向けた取り組み

19

産業振興施策

取り組み内容

(1) 恵那市観光ビジョンの策定と意識の共有

- 恵那市観光協会との意見交換
(現状の確認、観光資源、目標の整理)
- 恵那市観光協会地域支部との意見交換
(地域の課題、観光地として目指す方向性の確認)
- 恵那市観光ビジョン(素案)の策定
- 産業振興ビジョン検討委員会への諮問
- 産業振興会議への諮問
- 恵那市観光ビジョンの策定

(2) 日本版DMOの登録に向けた取り組み

- 観光、商工業、農業、交通など、関係する機関による検討会の設立
(事業内容、収支計画、組織体制の検討)
- 日本版DMO形成・確立計画(素案)の策定
- DMOを推進する協議会の設立
- 日本版DMO形成・確立計画の策定
- DMOの申請(DMO候補法人)
- 日本版DMO形成・確立計画の推進
- DMOの認定

事業実績

KPI達成状況 (実績値/目標値)

年度	2018	2019	2020	2021	2020	2021	2022	2023

進捗の評価

課題と次年度以降の方向性

20

産業振興施策

新規

事業名	恵那ブランドものづくり コラボレーション	5つの施策の基本方向				
		ものづくり 産業の振興	集客・交流 産業の振興	経営基盤の 強化	産業基盤の 強化	人材の確保・ 育成
		産業の振興と基盤				
展開事業 (1)		域外から稼ぐ産業の振興	域内で稼ぐ産業の振興	産業拡大とヒトづくり		

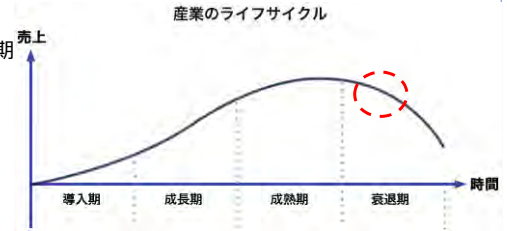
現状と課題

■ 恵那市の産業の現状

- ・人口減少や少子高齢化により廃業が進み、商店街などでは活気が失われている。
- ・産業のライフサイクルでは成熟期を過ぎ、衰退期に突入している。
- ・人手不足や競争の激化により高付加価値化や新たな付加価値を生む新事業が必要な時期

■ 課題

- ・事業者の多くは新製品や新事業創出の余裕がない。
- ・観光でも目的地となるためのコンテンツをつくる担い手（リーダー）不在。
- ・各地域・事業者の取り組みが有機的に結びついていない。
- ・各事業者が持つ顧客データを共有し、有効活用する環境がない。
- ・恵那をイメージするものが不足している。



目的

異業種交流により新たな価値を発掘し、地域ブランドづくりを進める

取組主体 小規模事業者・個人

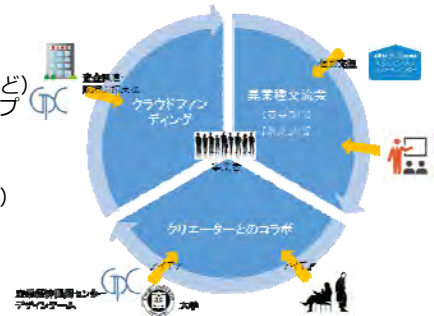
事業の概要

- (1) 事業者同士の交流によりアイデア出し、ノウハウの共有を図る
- (2) 外部からのアイデアを取り込む
- (3) 事業化により成功事例を作る

産業振興施策

取り組み内容

- (1) 事業者同士の交流によりアイデア出し、ノウハウの共有を図る
 - ① スタートアップワークショップ（現地訪問・取組状況の把握）
 - ② ブラッシュアップワークショップ（新規事業の進め方、ブランド化、販路開拓セミナーなど）
 - ③ ビジネスモデル構築ワークショップ（課題の徹底議論による事業コンセプト、プロトタイプ作成、収益性検証）
- (2) 外部からのアイデアを取り込む
 - ④ クリエーターとのコラボレーション（外部から見た価値の発見、売るためのアイデア出し）
- (3) 事業化により成功事例を作る
 - ⑤ クラウドファンディング（事業PR・資金獲得機会の提供）



事業実績

KPI達成状況 (実績値/目標値)

年度	2018	2019	2020	2021	2020	2021	2022	2023

進捗の評価

課題と次年度以降の方向性

産業振興施策

新規

事業名

産業活性化のための クラウドファンディング事業

展開事業 (1)

5つの施策の基本方向

ものづくり
産業の振興

集客・交流
産業の振興

経営基盤の
強化

産業基盤の
強化

人材の確保・
育成

産業の振興と基盤

域外から稼ぐ産業の振興

域内で稼ぐ産業の振興

産業拡大とヒトづくり

現状と課題

■創業や新商品開発への課題

- ・これまで創業セミナーや商品開発セミナー、商談会などの事業を実施し、ある程度の参加者はあったものの、実際に創業や新商品の開発につながるケースは少ない。
- ・マーケティングできていないため消費者目線の商品が作れていない（顧客データがない）。

■クラウドファンディング市場の動向

- ・2016年度の国内クラウドファンディングの市場規模は新規プロジェクト支援額ベースで、前年度比96.6%増の745億5,100万円と拡大。



目的

新商品開発、新規事業実施等の促進

取組主体

小規模事業者・個人

事業の概要

- (1) クラウドファンディングの理解と活用を促進する

23

産業振興施策

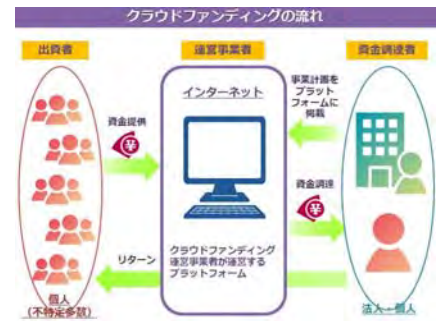
取り組み内容

- (1) クラウドファンディングの理解と活用を促進する

- ・クラウドファンディング活用セミナーや専門家相談を実施する。
- ・岐阜県クラウドファンディング普及促進連絡会議との連携により、関係機関との連携を強化する。

【クラウドファンディング活用するメリット】

- ①自己資金がない事業者でも資金を得ることができる。
- ②借り入れと違い、寄付や返礼があるため、資金集めと同時に事業者のファンが作れる。
- ③全国の不特定多数からの援助の為、地域外からのキャッシュフローが生まれる。



事業実績

KPI達成状況 (実績値/目標値)

年度	2018	2019	2020	2021	2020	2021	2022	2023

進捗の評価

課題と次年度以降の方向性

24

産業振興施策

新規

事業名

EC活用支援プロジェクト

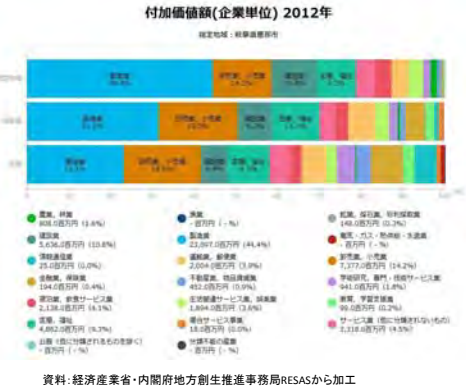
展開事業 (6)

5つの施策の基本方向

ものづくり 産業の振興	集客・交流 産業の振興	経営基盤の 強化	産業基盤の 強化	人材の確保・ 育成
産業の振興と基盤				
域外から稼ぐ産業の振興	域内で稼ぐ産業の振興	産業拡大とヒトづくり		

現状と課題

- 市内事業者の顧客確保の現状
 - ・恵那市産業振興会議での意見や恵那くらしビジネスサポートセンターでの相談内容で、大型店舗の進出による顧客減少への対応が多くあった。
 - ・恵那市は、卸・小売業(600)、宿泊業、飲食サービス業(300)の事業者数が全体の約36%を占めるが、付加価値額では約半分の18%であり、売上をアップする対策が必要である。
 - ・商工会が実施したH29年度景況調査によると、小売業・飲食業・サービス業は大半が地域内を商圏としており、市外への販路拡大は進んでいない。ECサイトを持っていても効果がなく更新しないケースが多い。
- サポートセンターでの主な支援
 - ・需要が減少する中、販路拡大についての相談が最も多く、ECサイトの活用などを中心に支援している。
 - ・今後も人口減少は進むため、商店街事業者などが生き残るには市外への販路を確保することが必要である。



目的

小売業を中心とした事業者の販路拡大

取組主体

小規模事業者・個人

事業の概要

- (1) アクセス数・購入率を向上させる (2) 横展開で多くの事業者に拡散する

産業振興施策

取り組み内容

実店舗とECで相乗効果を出す

ネット売上の3要素

$$\text{売上} = \text{アクセス数} \times \text{購入率} \times \text{客単価}$$

- (1) アクセス数・購入率を向上させる
- ・ECを活用し売上を増加させるには3つの要素「アクセス数」「購入率」「客単価」がカギとなる。それぞれの専門家による集中指導を実施することで市内事業者のEC売上アップを実行する。

■アクセス数を増加させる
SEO対策/リスティング広告/アフィリエイト/SNS/メルマガ活用方法

■購入率を向上させる
適切な商品価格/魅力的な商品画像、説明/決済方法の拡充/選びやすい購入しやすいショップの作り/わかりやすい利用案内/よくある質問ページ/かご落ちの改善

- (2) 横展開で多くの事業者に拡散する
- ・ECリーダーを育成し、リーダーが他の事業者を支援するシステムを構築する。

事業実績

KPI達成状況 (実績値/目標値)

年度	2018	2019	2020	2021	2020	2021	2022	2023

進捗の評価

課題と次年度以降の方向性

産業振興施策

新規

事業名

キャッシュレス決済システム導入推進プロジェクト

展開事業 (6)

5つの施策の基本方向				
ものづくり 産業の振興	集客・交流 産業の振興	経営基盤の 強化	産業基盤の 強化	人材の確保・ 育成
産業の振興と基盤				
域外から稼ぐ産業の振興	域内で稼ぐ産業の振興	産業拡大とヒトづくり		

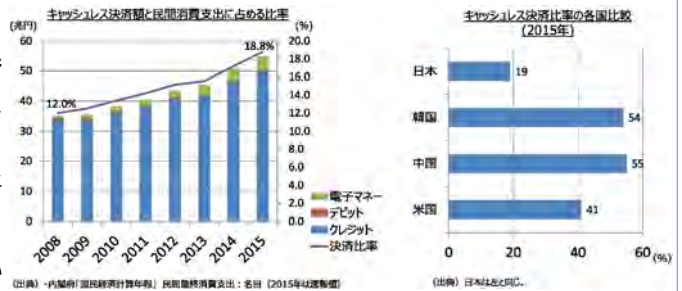
現状と課題

■電子決済システムの必要性

- ・訪日外国人の54%がクレジットカードを利用
- ・外国人旅行者の需要を取り込むには不可欠（外国人旅行者のクレジットカード払いでの消費単価は現金払の1.4倍）
- ・個人の購買情報を蓄積しビッグデータを分析することにより、マーケティングを高度化
- ・政府は、日本再興戦略の中で、「2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会の開催等を踏まえ、キャッシュレス決済の普及による利便性・効率性の向上を図る」とした

■産業振興会議での議論

- ・マーケティングできていないため消費者目線の商品が作れていない（顧客データがない）。
- ・ここ2-3年でキャッシュレス決済を利用するお客さんが激増した。



目的

顧客データを活用した売れる商品・サービスづくり

取組主体 小規模事業者・個人

事業の概要

- (1) キャッシュレス導入に前向きではあるが比較的慎重な事業者・消費者に使ってもらう
- (2) キャッシュレス導入に慎重かつ懐疑的な事業者・消費者に使ってもらう

27

産業振興施策

取り組み内容

- (1) キャッシュレス導入に前向きではあるが比較的慎重な事業者・消費者に使ってもらう
 - ①キャッシュレス導入説明会（事業者向け）
 - ②観光関連施設での実証実験
 - ③端末導入補助
- (2) キャッシュレス導入に慎重かつ懐疑的な事業者・消費者に使ってもらう
 - ④庁内ワーキングチームによる研究
プリペイド型カード、行政サービス利用料金のキャッシュレス化、ポイント制度
 - ⑤関係団体等とのワーキングチームによる研究
ポイント制度、キャッシュレスの使い方説明会（消費者向け）、電子通貨型プレミアム付き商品券



事業実績

KPI達成状況 (実績値/目標値)

年度	2018	2019	2020	2021	2020	2021	2022	2023

進捗の評価

課題と次年度以降の方向性

28

産業振興施策

充実

事業名	企業の採用力向上事業	5つの施策の基本方向				
		ものづくり 産業の振興	集客・交流 産業の振興	経営基盤の 強化	産業基盤の 強化	人材の確保・ 育成
		産業の振興と基盤				
	展開事業 (24)	域外から稼ぐ産業の振興	域内で稼ぐ産業の振興	産業拡大とヒトづくり		

現状と課題

■就職に関する価値観の変化

- ・人材確保が困難な中、企業規模が小さくなるほど人材確保のための取り組みを実施しない割合が大きくなる
- ・この傾向は地方に行くほど顕著になると推測される
- ・売り手市場となった現在、企業側も魅力的な情報を発信し、採用方法を工夫する必要がある
- ・採用責任者世代と現在の就活中の若者層では時代背景の変化に伴い、就職に関する価値観が全く異なる
- ・この違いを採用担当者は理解した上で採用活動をしなければならない

	採用責任者世代	就活中の若者層
時代背景	高度経済成長 	グローバル 経済低成長時代 
就職後に 追及するもの	経済的豊かさ	精神的豊かさ
会社選択の価値観	横並び意識 (会社と一体化) (会社への貢献)	垂直的価値観 (仕事へのコミット) (自己の獲得)
会社選択の基準	一流・業界トップ 会社の将来性・安定性 会社の知名度	仕事の内容 能力・個性の発揮 会社の雰囲気
職業観	会社に勤める	職に就く

目的

市内事業者の人材確保

取組主体 中小企業・小規模事業者

事業の概要

- 現代の若者層の就職観を理解することにより企業の採用力向上を図る
自社の魅力の伝え方の工夫
- (1) 最新の就活動向の把握
 - (2) 採用活動ノウハウの習得
 - (3) 自社の魅力の発掘・発信
 - (4) 求職者視点に立った採用スキルの習得

29

産業振興施策

取り組み内容

- (1) 最新の就活動向の把握
 - ・恵那くらしビジネスサポートセンターや岐阜県中小企業総合人材確保センターなどの支援機関による情報提供
- (2) 採用活動ノウハウの習得
 - ・採用ノウハウを持つ専門家による学習機会の提供
- (3) 自社の魅力の発掘・発信
 - ・求職者が働きたいと思う情報発信を支援
- (4) 求職者視点に立った採用スキルの習得
 - ・企業説明会開催前の事前講習としてセミナーを開催、学んだことを実際の説明会で実践



事業実績

- ・2017年12月6日(水)「採用力向上セミナー」参加者5社 講師：岐阜県中小企業総合人材確保センター職員
- ・2018年2月20日(火)「採用担当者セミナー」参加者19社 講師：岐阜県よろず支援拠点コーディネーター
- ・2018年11月20日(火)「採用力向上セミナー」参加者 社 講師：岐阜県よろず支援拠点コーディネーター
- ・2019年1月22日(火)「採用力向上セミナー」講師：岐阜県よろず支援拠点コーディネーター
- ・2019年2月27日(水)「採用力向上セミナー」(予定) 講師：岐阜県中小企業総合人材確保センター職員

KPI達成状況 (実績値/目標値)

年度	2018	2019	2020	2021	2020	2021	2022	2023
採用担当者セミナー参加者数(人)	/20	/40	/50					

進捗の評価 計画どおり実施中

課題と次年度以降の方向性

【課題】雇用のミスマッチが起きている／自社のPR方法や学生の見極め方法のノウハウが不足／外国人の雇用環境が整備されていない

【方向性】採用担当者の意見を反映した採用力向上プログラムの実施

30

産業振興施策

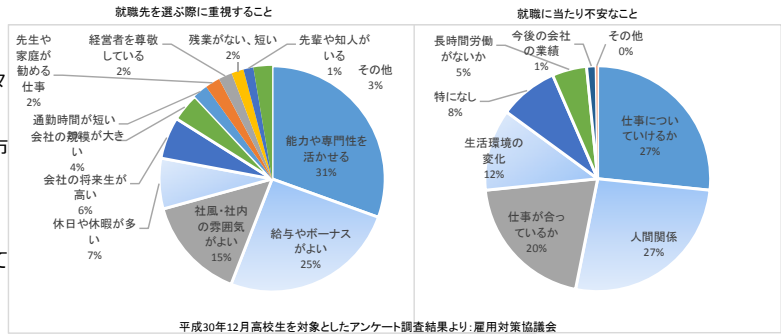
充実

事業名	成果を上げる就職面接会等のシステム構築	5つの施策の基本方向				
		ものづくり 産業の振興	集客・交流 産業の振興	経営基盤の 強化	産業基盤の 強化	人材の確保・ 育成
		産業の振興と基盤				
	展開事業 (24)	域外から稼ぐ産業の振興	域内で稼ぐ産業の振興	産業拡大とヒトづくり		

現状と課題

■ **近年の傾向**

- ・売り手市場であるため就職面接会等への参加者が年々減少
- ・これに伴い参加企業も減少する悪循環に陥っている
- ・近年、高校生の地元就職率が低下。瑞浪市や多治見市への大企業進出が影響
- **成果が上がらない原因**
- ・聞き取り調査では、地元の学生が地元企業の情報を十分に知らないことが判明
- ・また高校等の教諭(担任)が企業情報を十分に持ってないことも判明
- **充足率**
- ・2017年度 一般 6.06% 高校生 36.6%



目的

市内事業者の人材確保、若者の定着率の向上

取組主体 中小企業・小規模事業者

事業の概要

人材のターゲットごとの現状分析から既存の就職面接会等の見直しを行い、成果を上げる仕組みを構築
 (1) ターゲットごとのデータ収集と分析 (2) 分析結果を踏まえた既存事業の見直し (3) 関係機関との調整による事業の実施

産業振興施策

取り組み内容

(1) ターゲットごとのデータ収集と分析			(2) 分析結果を踏まえた既存事業の見直し				(3) 関係機関との調整による事業の実施				
・近隣高校からの情報収集 ・女性・シニアからの情報収集 ・企業からの情報収集			・分析結果と各種事業とのギャップを検証し、内容の変更、廃止、新規事業の構築を行う				・ハローワーク、シルバー、求人情報サイト運営事業者などとの連携による事業実施				
4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
・新規学卒者激励会	・高校教諭ヒアリング	・就職情報交換会	・求人情報誌作成	・ひがしみの就職面接会	・女性セミナー	・高校性アンケート調査	・企業見学ツアー	・名古屋市のガイダンス	・採用力向上セミナー	・高校企業説明会	・合同企業説明会

事業実績

- ・2018年5月～6月 恵那農業高校、恵那南高等学校、恵那特別支援学校等の進路指導教諭からヒアリング
- ・2018年6月～ 企業訪問による情報収集
- ・2018年9月～ 女性の再就職セミナー実施 (3回) 企業説明会へつなぐ
- ・2018年10月 高校生を対象とした就職に関するアンケート調査実施 (新規)
- ・2019年2月 恵那南高等学校 (14日) と恵那農業高校 (21日) で企業説明会を実施予定 (新規)
- ・企業見学ツアーの対象を保護者から担任教諭に変更 (見直し)
- ・2020年2月 恵那・中津川合同の高校生向け企業説明会を企画準備 (新規)

KPI達成状況 (実績値/目標値)

年度	2018	2019	2020	2021	2020	2021	2022	2023
就職者数 (一般) (人)	/780	/800	/820					
市内就職率 (高校生) (人)	/30.0	/32.0	/34.0					

進捗の評価 計画どおり実施中

課題と次年度以降の方向性

【課題】 UIJターンへの対策がない/学生は親の意見に影響/説明会への学生参加が減少/ネットワークがない学校との関係構築が困難

【方向性】 既存事業の見直しを踏まえた事業実施の効果検証を行い、精度を深めていく

産業振興施策

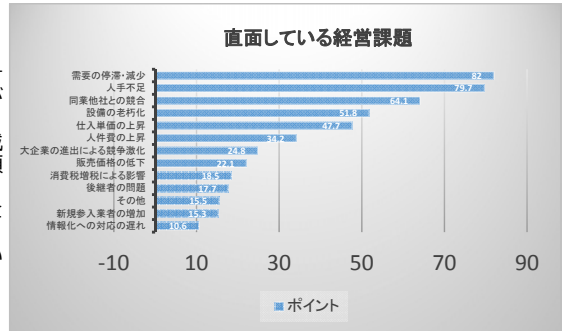
充実

事業名	5つの施策の基本方向				
	ものづくり 産業の振興	集客・交流 産業の振興	経営基盤の 強化	産業基盤の 強化	人材の確保・ 育成
	産業の振興と基盤				
恵那くらしビジネスサポート センター事業		産業の振興と基盤			
展開事業 (2) (13) (18)		域外から稼ぐ産業の振興	域内で稼ぐ産業の振興	産業拡大とヒトづくり	

現状と課題

■主なセンターでの相談内容

- ・センターでの経営相談では、「販路開拓・営業推進」「経営ノウハウ・事業計画」「IT活用」が非常に多く、人口減少や価格競争の激化により顧客確保が困難になっていることに対する課題が見える。
- ・商工会議所等の調査によると事業者が直面している経営課題として「需要の減少」「人手不足」「同業他社との競争」が多く、センターでの相談内容と同傾向である。
- ・業種別の相談者では、サービス業、飲食、農林業の順に多く、主に域内市場をマーケットとする事業者からの相談が多かった。
- ・求人と求職のミスマッチにより、企業等が求める労働力を十分に確保できていない。
- ・これまでの雇用対策事業では必要な人材を確保できない。



目的

事業者の経営改善による地域経済の活性化

取組主体

全ての事業者・個人

事業の概要

事業者の経営改善のための取り組み

- (1) 経営・起業支援 (2) 就職支援 (3) 移住定住支援

33

産業振興施策

取り組み内容

(1) 経営・起業支援

- ・起業、新規事業、マーケティング、ビジネスマッチングなど、経営全般に関する相談やサポートを行う。
- ・より専門的な相談には、岐阜県産業経済振興センターの専門家派遣制度等を活用し、実践的な問題解決を図る。

(2) 就職支援

- ・新規就職激励会、企業合同説明会等の開催
- ・企業情報（企業ガイド）発信
- ・ハローワークとの連携による就職支援事業の実施
- ・若者・女性・高齢者・障がい者への就労支援など

(3) 移住定住支援

- ・空き家バンク
- ・移住相談
- ・恵那暮らし体験
- ・移住定住セミナー
- ・地域団体との連携による移住者支援
- ・情報発信
- ・コミュニティの場づくり

事業実績

- ・2017年9月～2018年8月までの支援実績 ビジネス相談：640件、就職相談：85件、移住定住相談：918件、経営セミナー：9回、創業セミナー：6回、人材確保セミナー5回
- ・2018年6月 岐阜県働き方改革推進支援センターから社会保険労務士の派遣を受け、生産性向上の大前提となる業務プロセスの見直しを支援開始
- ・恵那市内の企業訪問により、全国統計とは違う恵那市内事業者の現状の課題などの情報収集
- ・廃業への対応策として事業承継への取り組みを検討
- ・実務的に商工会、ハローワーク、岐阜県中小企業総合人材確保センター等と連携開始

KPI達成状況 (実績値/目標値)

年度	2018	2019	2020	2021	2020	2021	2022	2023
ビジネス支援実施事業者数 (人)	/700	/750	/800					
就職支援実施事業者数 (人)	/90	/100	/110					

進捗の評価

計画どおり実施しているが周知が十分でない

課題と次年度以降の方向性

【課題】センター活用方法が理解されていない

【方向性】センターのプロモーション強化により相談、来所回数を増やす／事業者ニーズを踏まえた専門家の充実／金融機関・商工会議所等との連携支援体制の確立

34

産業振興施策

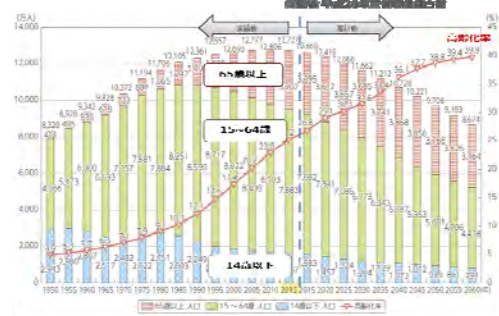
充実

事業名	シニアワークステーション事業	5つの施策の基本方向				
		ものづくり 産業の振興	集客・交流 産業の振興	経営基盤の 強化	産業基盤の 強化	人材の確保・ 育成
		産業の振興と基盤				
展開事業 (29)		域外から稼ぐ産業の振興	域内で稼ぐ産業の振興	産業拡大とヒトづくり		

現状と課題

- シニアの課題
 - ・退職後の就労機会の探索が困難
 - ・自分の能力やスキルを生かせる就労場所が探せない
 - ・働き方や報酬への望みはさまざま
- 企業の課題
 - ・シニアの雇用に対する不安
 - ・健康・体力や能力面の不安
 - ・雇用によるコスト対効果への不安

年齢別人口推移



目的

市内事業者の人材確保

取組主体 シニア、中小企業

事業の概要

働きたいシニアとシニアを雇用したい事業者のマッチング
 (1) 働きたいシニアの情報収集 (2) シニアを雇用したい企業の情報収集 (3) マッチング

35

産業振興施策

取り組み内容

(1) 働きたいシニアの情報収集

- ①セミナーや個別相談の実施による働きたいシニアの情報収集
- ②シニア人材情報のデータベース作成

(2) シニアを雇用したい企業の情報収集

- ①企業訪問等によるニーズ調査
- ②シニア求人情報のデータベース作成
- ③シニア活用のためのセミナー開催

(3) マッチング

- ①シニア合同企業説明会などの開催

事業実績

【シニア向けの取り組み】
 2018年9月27日、10月25日、11月22日、12月13日、1月24日、2月28日、3月28日「シニアのための再就職応援セミナー」
 【企業向けの取り組み】
 2018年9月7日 「ハローワーク採用絶対法則セミナー」参加者数3社
 2018年9月21日 「経営に役立つ補助金・助成金の活用方法セミナー」参加者数1社

KPI達成状況 (実績値/目標値)

年度	2018	2019	2020	2021	2020	2021	2022	2023
中高年齢者の月間有効求職者数(人)	/150	/150	/150					

進捗の評価 計画どおり実施中

課題と次年度以降の方向性

【課題】企業側の求人データは蓄積出来たがシニア側のニーズ把握が十分に出来ていない

【方向性】シニア世代が集まる場での説明実施/広報やチラシなどを活用した集客/シニアと企業のマッチング

36

産業振興施策

新規

事業名	IoT推進ラボ事業	5つの施策の基本方向				
		ものづくり 産業の振興	集客・交流 産業の振興	経営基盤の 強化	産業基盤の 強化	人材の確保・ 育成
		産業の振興と基盤				
	展開事業 (15)	域外から稼ぐ産業の振興	域内で稼ぐ産業の振興	産業拡大とヒトづくり		

現状と課題

■ 恵那市の基幹産業

- ・ 恵那市の製造業は、市内で産出される付加価値額の40%以上（2012年）を占め、従業者数でも30%以上（2014年）を占めるなど基幹産業として発展してきた。
- ・ また製造業や観光業は、外部から資金を稼ぐ産業として地域内に所得を生み、地域経済循環を創り出す重要な役割を果たしている。

■ 産業を取り巻く環境

- ・ しかしながら近年、安価な海外製品の進出や取引先の減少、原材料費の高騰などにより経営環境は厳しさを増している。
- ・ 恵那市の製造業は自動車関連が中心であり、常に最新の技術を維持し、上流企業のニーズに応じていかなければいけない。
- ・ そのためにはソフトウェアなどを含む先端設備等を導入し、より高品質な製品を作っていくとともに業務の効率化を図っていく必要があるが、商工会などの調査によると「導入していない」「何を導入したらいいかわからない」などの意見が少なからず見受けられる。

図3 企業規模別労働生産性の推移



目的

市内事業者の労働生産性向上による経営基盤強化

取組主体 中小企業・小規模事業者

事業の概要

- (1) IoT導入を検討する事業者を増やす

37

産業振興施策

取り組み内容

- (1) IoT導入を検討する事業者を増やす

- ・ IoT等を導入する際の課題を解決し、IoT導入を促進するため、専門的なアドバイスの実施や指導を受けられる環境を整備し、高度化・業務効率化を支援する。

《スマートものづくり応援隊派遣支援事業》

公益財団法人ソフトピアジャパンで実施している「スマートものづくり応援隊事業」を活用し、専門指導者による現場改善やIT (IoT)等の導入をする場合の費用を一部助成することにより、市内事業者の生産性向上を図る。



事業実績

KPI達成状況 (実績値/目標値)

年度	2018	2019	2020	2021	2020	2021	2022	2023

進捗の評価

課題と次年度以降の方向性

38

産業振興施策

事業名	企業の魅力発信事業補助金	5つの施策の基本方向				
		ものづくり産業の振興	集客・交流産業の振興	経営基盤の強化	産業基盤の強化	人材の確保・育成
		産業の振興と基盤				
	展開事業 (24)	域外から稼ぐ産業の振興	域内で稼ぐ産業の振興	産業拡大とヒトづくり		

現状と課題

- 地元就職の現状
 - ・ 求人数は増加傾向だが、求職者数は右肩下がり。
 - ・ 高校生の市内就職率は20%台で推移。H28年度の充足率は求人増により38%程度しかない。
 - ・ 高校訪問により、市内企業情報がほとんど高校側に届いていないことが判明。
 - ・ 現代の若者の仕事に対する考え方を理解していない経営者は多い。
- 製造業を取り巻く環境
 - ・ 製造業の高校生充足率は44.57%（中津川市62.41%）H30.3卒。
 - ・ 高い技術や優れた製品を誇る企業がたくさんあるが、その魅力が十分に発信されていない。
 - ・ 求人情報の発信方法は常に進化しており、最新の情報発信ノウハウがないと求職者に届く情報発信は難しい。



目的

市内事業者の人材確保

取組主体 中小企業・小規模事業者

事業の概要

- (1) 求職者目線で企業情報を発信する企業を増やす

産業振興施策

取り組み内容

- (1) 求職者目線で企業情報を発信する企業を増やす
 恵那市産業振興ビジョンのパイロット事業として実施している企業の魅力発信事業の成果を踏まえ、同様の対策（ウェブサイト改修、撮影、取材）を講じる事業者に対し補助金を交付する。



事業実績

KPI達成状況 (実績値/目標値)

年度	2018	2019	2020	2021	2020	2021	2022	2023

進捗の評価

課題と次年度以降の方向性

産業振興施策

充実

事業名	オリジナル木工製品開発促進事業	5つの施策の基本方向				
		ものづくり 産業の振興	集客・交流 産業の振興	経営基盤の 強化	産業基盤の 強化	人材の確保・ 育成
		産業の振興と基盤				
	展開事業 (2)	域外から稼ぐ産業の振興	域内で稼ぐ産業の振興	産業拡大とヒトづくり		

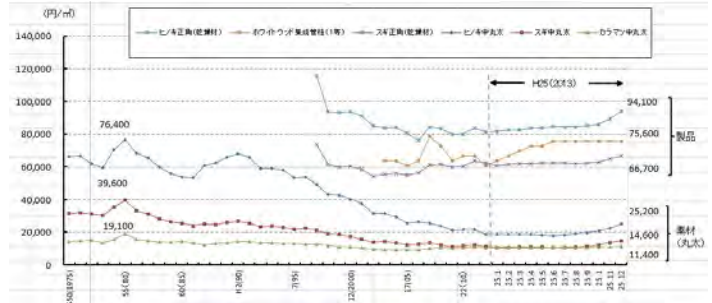
現状と課題

■ 林業経営の現状

- ・ 木材価格の下落により、林業従事者は減少
- ・ 林業従事者の減少により、素材生産量も減少
- ・ 伐採適齢期を迎えても間伐が進まない
- ・ 市内に木材加工所が少ないため、素材のまま市外へ流出し、高い付加価値を生み出すことができていない

■ 経営改善のための課題

- ・ 東濃ヒノキの品質は認められているが、ブランディングが十分に行われていない
- ・ 住宅用建材以外の製品を作り、林業関係者の収入を増やす必要がある
- ・ 市内には高い技術を持った職人が多く活動しているが、住民がその情報を知らない



資料：平成27年森林・林業白書

目的

木材利用の促進

取組主体 林業関係事業者

事業の概要

- (1) 市内の木工製品の魅力を知ってもらうことで消費を促進し、オリジナル木工製品の開発を進める。

41

産業振興施策

取り組み内容

(1) 恵那市木工展の開催

- ・ 「えなの森林(もり)づくり推進委員会」において、木材利用を広めるきっかけづくりを企画し、地域材の魅力を知り、啓発する。
- ・ 地域の林産物を活用し木工製品を製作販売する市内の事業者と個人が出展



事業実績

- ・ 2017年8月10日開催。10の事業者と個人が出展。皿や菓子鉢、建具などの木工製品を展示
- ・ 2018年11月10日開催。皿や菓子鉢、建具などの木工製品を展示、販売。

KPI達成状況 (実績値/目標値)

年度	2018	2019	2020	2021	2020	2021	2022	2023
木工展の参加事業者数(社)	6/6							
木工展の来場者数(人)	350/300							

進捗の評価 計画どおり実施中

課題と次年度以降の方向性

【課題】木工展の来場者のほとんどが地元からであり、PRに限りがある。

【方向性】都市部での展示会などに出展し、これまで情報発信が不足していた都市部の人をターゲットに恵那市の木工製品の魅力をPRする

42

産業振興施策

充実

事業名	5つの施策の基本方向				
	ものづくり 産業の振興	集客・交流 産業の振興	経営基盤の 強化	産業基盤の 強化	人材の確保・ 育成
	産業の振興と基盤				
	展開事業 (12)	域外から稼ぐ産業の振興	域内で稼ぐ産業の振興	産業拡大とヒトづくり	

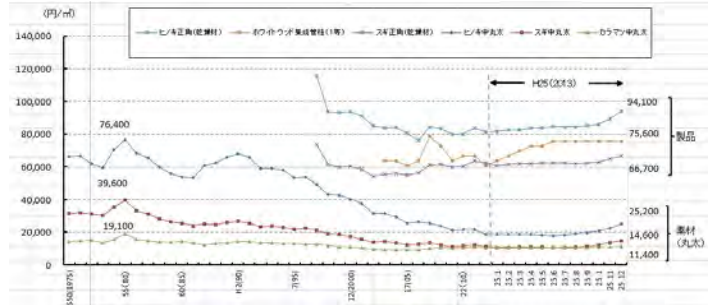
現状と課題

■ 林業の課題

- ・林業イメージ「3K仕事、給料が安い」
- ・林業だけで生計を立てることは難しい
- ・林業に関わる多様な人材が少ない

■ 林業振興に必要な要素

- ・林業と豊かなライフスタイルを同時に実現する可能性を示す必要がある
- ・副業的林業（半林半X）を含めた多様な人材を呼び込む
- ・木材生産以外に、商品開発、ツーリズム、教育研修など森の多面的機能を商品化できる人材



資料：平成27年森林・林業白書

目的

多様な林業人材の発掘と育成

取組主体 林業関係事業者

事業の概要

- (1) 恵那市でのライフスタイルと林業を体験する機会の提供
- (2) 潜在的担い手を育成するシステムの構築

43

産業振興施策

取り組み内容

- (1) 林業と恵那市でのライフスタイルを体験する機会の提供
 - ・林業の現場見学：プロ林業の現場、副業的林業の実際を見学
 - ・移住者の住まい見学：セルフリフォーム、家具製作、間伐作業手伝い
 - ・農泊体験
 - ・森に関わる仕事と暮らしを両立している実践者との交流
- (2) 潜在的担い手を育成するシステムの構築
 - ・山しごと手習い塾：森林の現状、間伐の必要性、チェーンソー基礎、山の手入れ技術を学ぶ講座の開催（基礎編、応用編）
 - ・森のインターンシップ：市内実践者の現場作業を体験する現地講習の開催



事業実績

- 【林業と恵那市でのライフスタイルを体験する機会の提供】
2019年3月23日～24日実施（予定）。林業の現場見学、移住者の住まい見学、農泊体験、参加者との交流。
- 【潜在的担い手を育成するシステムの構築】
山しごと手習い塾：2018年9月～11月に合計9日間（基礎編、応用編）の講座を実施。参加者合計47人。

KPI達成状況 (実績値/目標値)

年度	2018	2019	2020	2021	2020	2021	2022	2023
担い手育成講座の参加者数 (人)	47/45							

進捗の評価 計画どおり実施中

課題と次年度以降の方向性

【課題】講座に参加した人が担い手として活動するための就業体験を実践する場がない。

【方向性】市内で実践的な現場作業を実体験するミニインターンシップの実施。

44

産業振興施策

充実

事業名	水稲+1 (ONE) 推進事業	5つの施策の基本方向				
		ものづくり 産業の振興	集客・交流 産業の振興	経営基盤の 強化	産業基盤の 強化	人材の確保・ 育成
		産業の振興と基盤				
	展開事業 (1) (2)	域外から稼ぐ産業の振興	域内で稼ぐ産業の振興	産業拡大とヒトづくり		

現状と課題

■ 恵那市の主な経営状況

- ・農家の耕地面積は零細であり、農地の81%が水稲となっている。また、そのほとんどが自己完結型農業（兼業農家）
- ・東美濃産のコシヒカリは3年連続「特A」としているが、所得に反映されていないため稲作農家はほとんどが赤字
- ・冬期は気候条件によりほとんど農作物ができない

■ 米以外の可能性

- ・売れる作物の検討（気候条件も含め何ができるのか）
- ・実証ほ場先の確保と生産農家の確保
- ・冬期の気候条件では栽培されるものが限られるため、何が適しているのか調査が必要



目的

所得の向上と耕作放棄地の解消

取組主体

専業農家・兼業農家・自給的農家

事業の概要

(1) 閑散期や収穫期以外に収穫できるものを+1 (ONE) で推奨（ナス・栗も含めた新たな高収益作物）。他地域と差別化した新たな農作物（売れる作物）の作付を実施する。

45

産業振興施策

取り組み内容

- (1) 恵那市が推進する「もうかる農業プロジェクト」の所得向上に向けた取り組みの一環として、売り先（出口）が確約された東京の老舗和菓子屋「とらや」が使用している独自の品種「福とら白（白小豆）」を栽培し、群馬・栃木に続く、「とらやの白小豆」の第3の産地化が可能か実証栽培に取り組む。
- ・「とらや」で製造している羊羹の原材料で白小豆という品種の小豆。主な生産地は、群馬県と茨城県。独自の品種のため、すべて契約栽培となっているが、近年は生産者の高齢化により栽培量が激減しており、「とらや」としても原材料確保に危機感を持っている。
 - ・日本一の生産を誇る山岡町の細寒天は、「とらや」の羊羹の原材料となっており、「とらや」と取り引きのある寒天業者を通して、白小豆を栽培してくれる農家を探しているとの情報から、農家とのマッチングを図り、恵那市でも栽培することとなった。
 - ・まずは恵那市の気候条件に合うのか試験的に取り組み、とらや原料の里として第3の産地化を目指す。



事業実績

- ・現在、中野方町にて約15アール取り組み中。
- ・今秋に栽培及び収穫状況について取り組み農家に確認をした後、今後の展開について検討。

KPI達成状況 (実績値/目標値)

成果指標	年度	2018	2019	2020	2021	2020	2021	2022	2023
推奨作物の検討と検証（品目）		/1	/1	/1					
経営耕地面積（ha）		/2,250	/2,250	/2,250					

進捗の評価

計画どおり実施中

課題と次年度以降の方向性

【課題】 売れる作物の検討（気候条件も含め何ができるのか）/実証ほ場の確保と生産農家の確保/冬期の気候条件では栽培されるものが限られるため、何が適しているのか調査が必要/振興作物（ナス・栗）の生産者が減少している現状から振興作物を推奨する必要がある

【方向性】 閑散期や収穫期以外に収穫できる当市に適した作物を今後も引き続き検討/推奨作物の栽培及び収穫状況の検証を行い、効果が期待できる作物については、取り組み農家の増加を目指す。

46

産業振興施策

充実

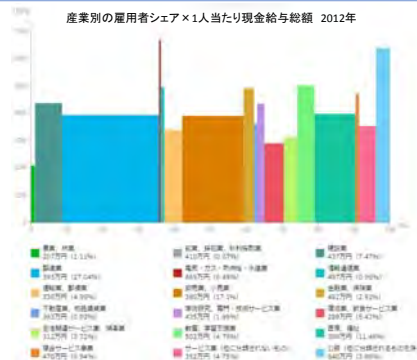
事業名	5つの施策の基本方向				
	ものづくり 産業の振興	集客・交流 産業の振興	経営基盤の 強化	産業基盤の 強化	人材の確保・ 育成
	産業の振興と基盤				
NEW FARMERS 交流会議	域外から稼ぐ産業の振興		域内で稼ぐ産業の振興	産業拡大とヒトづくり	
展開事業 (1) (6)	域外から稼ぐ産業の振興		域内で稼ぐ産業の振興	産業拡大とヒトづくり	

現状と課題

- 全産業における農業の現状
 - ・恵那市の1人当たり現金給与総額は全産業中で最も低い

■課題への取り組み

- ・「食×農交流会」をきっかけとして、若手農家20人を中心に資質向上や健全経営を目指すための集まり『恵那NEW FARMERS交流会議』を立ち上げた。
- ・「食×農交流会」でも意見があった、中心市街地に「販売する拠点」がないなどの課題を基に、NEW NEW FARMERS交流会議メンバーを中心に、自分たちのこだわりの農産物を年間を通じて多くの方に知ってもらおうと『たべとるマルシェ』の企画を立ち上げ、試行的に開催。



目的

販売拠点の整備、生産者の所得向上、地元野菜のブランド化

取組主体

専業農家・兼業農家・自給的農家

事業の概要

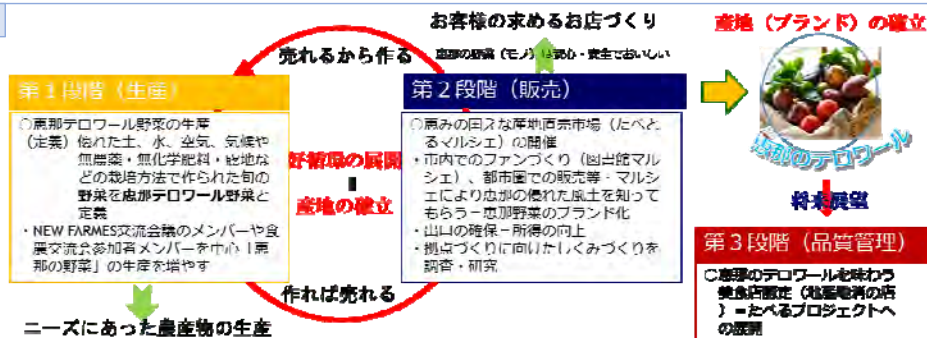
地元野菜の魅力を知ってもらう機会の創出と販売拠点整備へ向けた体制づくりを実施する。

- (1) 「恵那野菜」のブランド化 (恵那の野菜テロワール) (2) マルシェづくりに向けた体制づくり (3) 生産者の所得向上

47

産業振興施策

取り組み内容



事業実績

【2018年度の展開/出店計画】

清水屋藤ヶ丘店 5月24日～26日 / 恵那市中央図書館「たべとるマルシェ」 6月23日、7月21日、8月25日、9月22日、10月20日、11月17日、12月22日 / 名古屋キャッスルプラザホテルイベント出店 8月31日 / 清水屋春日井店 9月12日、11月15日 / 東京ハーベスト 10月11日～13日

KPI達成状況

(実績値/目標値)

年度	2018	2019	2020	2021	2020	2021	2022	2023
マルシェ・産直市場の開催(回/年)	/13	/13	/13					
農作物等直売施設の販売額(百万円)	/515	/520	/550					

進捗の評価

計画どおり実施中

課題と次年度以降の方向性

【課題】参加農家と来場者の増加 (PRの充実) / 地域の飲食店との連携 (認知度の向上) / 販売農産物の充実

【方向性】開催を継続することで恵那の野菜のファンづくり、恵那の優れた風土を知ってもらい、「恵那野菜のブランド化」を目指す / マルシェの開催をきっかけに、生産者を中心とした農産物販売の拠点づくりを実施する / GAPや農業経営に関するセミナー等を実施する

48

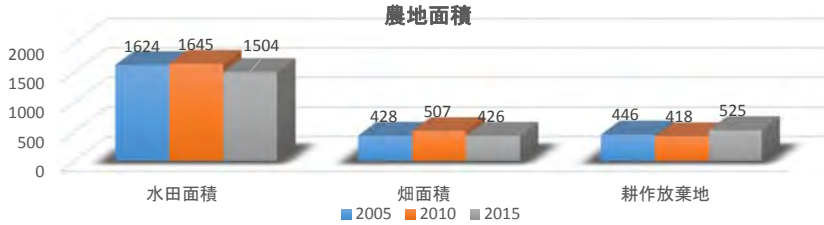
産業振興施策

充実

事業名	農業の様々な主体との連携事業	5つの施策の基本方向				
		ものづくり 産業の振興	集客・交流 産業の振興	経営基盤の 強化	産業基盤の 強化	人材の確保・ 育成
		産業の振興と基盤				
	展開事業 (2)	域外から稼ぐ産業の振興	域内で稼ぐ産業の振興	産業拡大とヒトづくり		

現状と課題

- 恵那市の農地
- ・ 農地面積は減少傾向だが、耕作放棄地は増加傾向



目的

耕作放棄地を活用した農業の活性化、学校教育の充実、地域産業を担う人材の育成

取組主体

兼業農家・自給的農家

事業の概要

増加する耕作放棄地の活用を進めることにより農業の活性化を図る。
 (1) 試験農地の拡大 (2) 取り組みの普及 (3) 連携活動による6次産業化

産業振興施策

取り組み内容



事業実績

- ・ 恵那農業高校の「花咲かみつばち研究班」が中心となり、地元の養蜂家による技術指導の下、養蜂を核とし、農地では作付け手間の少ないエゴマとレンゲの栽培のほか、ブルーベリー等を植栽して通年の蜜源を確保。
- ・ 採取した蜂蜜や農作物を利用した特産品の開発、流通先等の調査・研究。
- ・ ミツバチの採蜜行動による周辺在来植物の多様化を図る研究に取り組んだ。

KPI達成状況 (実績値/目標値)

年度	2018	2019	2020	2021	2020	2021	2022	2023
耕作放棄地面積 (ha)	525	525	525					

進捗の評価

計画どおり実施中

課題と次年度以降の方向性

【課題】 地域への発展的展開（普及）/ 人手不足により企業が農業参入する余地があるのか

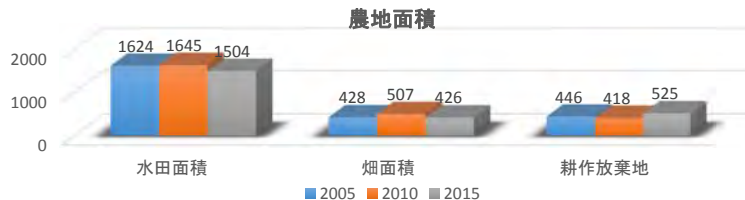
【方向性】 三者連携事業については2019年度で効果検証を行い、今後の展開を検討/ 新たな取り組みとして、企業の農業参入の推進や「農福連携」の仕組みづくりを検討

事業名	遊休農地の活用促進事業	5つの施策の基本方向				
		ものづくり 産業の振興	集客・交流 産業の振興	経営基盤の 強化	産業基盤の 強化	人材の確保・ 育成
		産業の振興と基盤				
展開事業 (2)		域外から稼ぐ産業の振興	域内で稼ぐ産業の振興	産業拡大とヒトづくり		

現状と課題

■農地の取得条件の変更

- ・農地取得下限面積の30アールに満たなければ農地を取得することはできなかった。
- ・恵那市農業委員会は2018年4月1日から農地法に規定する規則を緩和。
- ・空き家バンクに登録された空き家に付随した農地で、同委員会が指定をした遊休農地に限り、下限面積を1アールに引き下げることにした。



目的

遊休農地の有効活用 = 里山の保全、農山村地域の存続

取組主体

移住者

事業の概要

- (1) 空き家に付随する農地を取得しやすくする制度の確立
- (2) 耕作放棄地の把握と整理

取り組み内容

- (1) 空き家に付随する農地取得制度の情報発信
- (2) 農地利用最適化推進委員による市内にある耕作放棄地の調査を実施し、4分類化による「守るべき農地」「他の利用を考える農地」の可視化を行う。



事業実績

- ・2018年4月以降、3組の移住者が農地取得
- ・東美濃農業協同組合、市農業委員会、市の3者は2018年3月2日に連携協定を結び、連携して栽培技術の指導や営農相談、手続き支援などを行う県内初となる取り組みを始めた。
- ・耕作放棄地の4分類化による可視化。

KPI達成状況 (実績値/目標値)

年度	2018	2019	2020	2021	2020	2021	2022	2023
農地付き空き家やバンクを活用した市外からの移住者 (件)	/3	/3	/3					
耕作放棄地面積 (ha)	/525	/525	/525					

進捗の評価

計画どおり実施中

課題と次年度以降の方向性

【課題】全国へ制度の周知方法/可視化した耕作放棄地の活用についての対策

【方向性】移住定住推進室との連携やポータルサイト等により全国へ情報発信を強化し、市外から農ある暮らしをしたい移住定住者の増加を図る/可視化した耕作放棄地の活用について対策を検討

産業振興施策

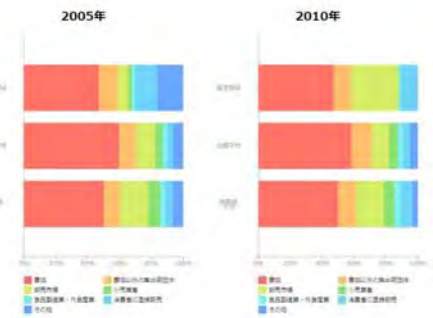
充実

事業名	食と農の交流会 ～たべるプロジェクトの推進～	5つの施策の基本方向				
		ものづくり 産業の振興	集客・交流 産業の振興	経営基盤の 強化	産業基盤の 強化	人材の確保・ 育成
		産業の振興と基盤				
展開事業 (3) (6) (14)		域外から稼ぐ産業の振興	域内で稼ぐ産業の振興	産業拡大とヒトづくり		

現状と課題

- 農産物の出荷先
 - ・ 患那市の農産物の出荷先としては、農協の割合が高いものの、近年やや減少傾向にある。
 - ・ 農協への出荷割合は全国平均、県内平均を下回っている。
 - ・ 近年、卸売り市場へ出荷が増えている。
 - ・ 外食産業への出荷割合は小さい。
 - ・ 農家と飲食店などが互いの現状や課題などについて意見交換する場がない。

農産物の出荷先別経営体数の割合



目的

所得の向上と地産地消の促進

取組主体

農業者と飲食店

事業の概要

- 農家と飲食店などの交流により農家の販路を拡大し、経営の安定を図る。
- (1) 農家と料理人のコミュニケーションや連携を深める場の提供
 - (2) 食農ネットワークづくり
 - (3) 流通拠点づくりの検討
 - (4) たべるプロジェクト戦略ビジョン策定

産業振興施策

取り組み内容

- ・ たべるプロジェクトのアクションデザイン戦略づくりのため、コアメンバーを中心に交流会を開催
- ・ 患那の「農」「食」「人」の資源調査



事業実績

- ・ 第1回 (2018.8.30開催) 「食農連携」を図るべく初めての取り組みとして開催。お互いの現状や課題などについて意見交換を実施。生産者が持ち寄ったものを料理人にPRする場を作った。
- ・ 第2回 (2017.11.8開催) 第1回で出た意見を基に「えな食農ネットワーク」の構築における課題と展望について、SNSを活用したネットワークの構築と、その後の運用上の課題について整理。
- ・ 第3回 (2018.6.20開催) 食農交流会コアメンバーによる食文化創造推進都市先進地視察 (山形県鶴岡市) への視察報告会を開催。患那市の食×農レシピのミニ試食会及び商 (笑) 談会 (マッチング) を開催。
- ・ 第4回 (2018.8.31開催) 山形県鶴岡市庄内イタリアンレストラン「アル・ケッチャーノ」を構える奥田政行シェフによる「食文化創造講演会」を実施。患那会を中心とした地元料理人とのセッションによる患那の食材を使ったライブクッキングや意見交換会を実施。

KPI達成状況 (実績値/目標値)

年度	2018	2019	2020	2021	2020	2021	2022	2023
農作物等直売施設の販売額 (百万円)	/515	/520	/550					

進捗の評価

計画どおり実施中

課題と次年度以降の方向性

【課題】関係機関との連携、推進体制/関係機関と連携した開発・PR/市内の販売拠点での野菜の確保 (=生産者、担い手の確保) /販売拠点の整備

【方向性】生産者 (地元食材) と料理人を繋ぐ販売・流通の拠点づくりに向けた検討/たべるプロジェクトのアクションデザイン構築と資源調査を実施。

産業振興施策

充実

事業名	農福連携事業の構築	5つの施策の基本方向				
		ものづくり 産業の振興	集客・交流 産業の振興	経営基盤の 強化	産業基盤の 強化	人材の確保・ 育成
		産業の振興と基盤				
	展開事業 (3)	域外から稼ぐ産業の振興	域内で稼ぐ産業の振興	産業拡大とヒトづくり		

現状と課題

■農業の課題

- ・今、農業・農村の現場では、農業従事者の高齢化などにより、農業労働力の減少や耕作放棄地の増加が課題となっている。
- ・農業従事者は10年で35%減少し、平均年齢は70.2歳
- ・農業従事者の高齢化を背景に農地の荒廃も進み、耕作放棄地は10年で18%増加

■福祉の課題

- ・一方、障害者には一般より就業率が低く、また就労継続支援B型事業所での賃金(工賃)も少ないという課題がある。



目的

所得向上と耕作放棄地解消、障がい者の就労機会の拡大

取組主体

農業者と福祉事業者

事業の概要

- (1) 人手が足りない農業と働く場の確保と賃金の向上を求める福祉をマッチングする仕組みづくりによる新たな価値の創出

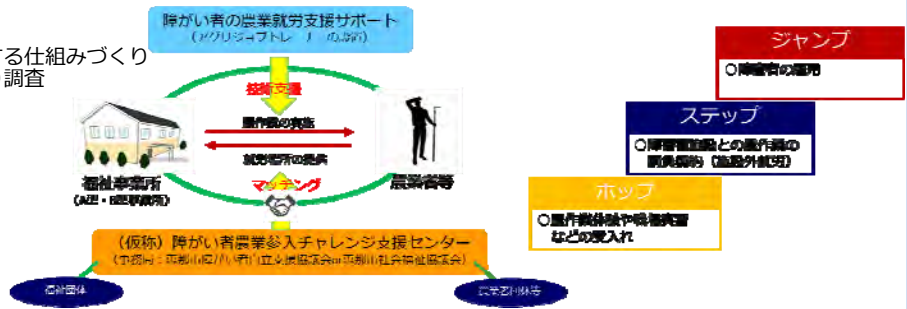
55

産業振興施策

取り組み内容

- (1) 農作業受託と障がい者をマッチングする仕組みづくり

- ・ 両関係者へのアンケート調査と聞き取り調査
- ・ 課題の整理
- ・ 関係機関との調整



事業実績

- ・ 仕組みづくりに向けた基礎調査の実施及び関係機関との調整
- ・ お試しによるマッチングを行う中で農業者と福祉事業所双方の課題等を整理。
- ・ 既に取り組んでいる先進地事例への視察

KPI達成状況 (実績値/目標値)

年度	2018	2019	2020	2021	2020	2021	2022	2023
農福連携を活用して農作業を受託した件数(件)	-	/3	/3					

進捗の評価

やや遅れている

課題と次年度以降の方向性

【課題】 支援体制(実施主体)が不確定/ニーズがあるのか不明(需要と供給のバランス)

【方向性】 2018年度中に仕組みづくりとなる基礎調査を実施し、2019年度中に実施要領等を整備し稼働を開始する

56

産業振興施策

事業名	拠点となる農産物販売所の整備推進	5つの施策の基本方向				
		ものづくり 産業の振興	集客・交流 産業の振興	経営基盤の 強化	産業基盤の 強化	人材の確保・ 育成
		産業の振興と基盤				
展開事業 (6) (11)		域外から稼ぐ産業の振興	域内で稼ぐ産業の振興	産業拡大とヒトづくり		

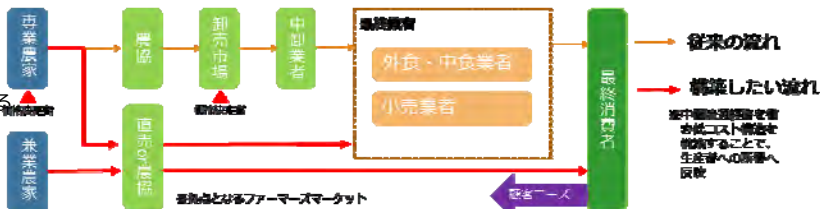
現状と課題

■従来の流通経路

・農家から最終消費者に到達するまでに、農協・卸売市場・中卸業者・最終業者の4者が介在し、各社の必要経費や利益が上乗せされる構造となっている。卸売市場でセリに掛けられ、そこで農家が手にすることができる売値が決定されるため、農家には価格を決定する権利がない。

■需給のミスマッチ

・人口減少、農業従事者の高齢化等により、農業売上高（特に地元野菜）が年々減少
 ・地元農家は余剰生産物を廃棄する一方で、地元の飲食店（ホテル含む）は野菜等を市外から仕入れるミスマッチが発生している。
 ・飲食店も地元野菜を使いたいが地元野菜がどこに売っているのか分からないという声もある。



目的

農家所得の向上と地産地消の促進

取組主体 全ての農業者

事業の概要

(1) 市内消費促進のための新たな拠点となる農産物販売所の整備推進

産業振興施策

取り組み内容

(1) 新たな流通経路構築に向けた調査

・中間流通経路を省き低コスト構造を構築することで、生産者への所得へ反映（価格決定権）
 ・顔、生産者のストーリーの見える「安心」「安全」な農作物の提供＝地産地消の推進と「恵那の野菜」を知ってもらう（恵那野菜のテロワール）＝ブランド化へ向けた取り組み
 ・新たな販路の確保による販売・流通の強化



事業実績

・マルシェや都市圏への販売（恵みの国えな産地直売市・たべとるマルシェ）を展開する中で課題等を整理。
 ・「食×農交流会」やNEW FARMERS交流会と連携して、コーディネータの育成に向けた取り組みを実施。

KPI達成状況 (実績値/目標値)

年度	2018	2019	2020	2021	2020	2021	2022	2023
拠点となる農産物販売所の整備	調査・検討				整備			

進捗の評価 遅れている

課題と次年度以降の方向性

【課題】基礎資源調査が必要/市内の販売拠点での野菜の確保（＝生産者、担い手の確保）

【方向性】JAとの連携によるファーマーズマーケットの強化も検討/民間業者との連携による整備の検討

産業振興施策

充実

事業名	5つの施策の基本方向				
	ものづくり 産業の振興	集客・交流 産業の振興	経営基盤の 強化	産業基盤の 強化	人材の確保・ 育成
	産業の振興と基盤				
	「食」と「農」のポータルサイト整備				
	展開事業 (12)	域外から稼ぐ産業の振興	域内で稼ぐ産業の振興	産業拡大とヒトづくり	

現状と課題

■農業に関する情報発信の課題

- ・農・食を繋げる情報の整理が必要
- ・就農等に関する支援情報等が十分に周知できていない
- ・恵那市への移住希望者は年々増えており、その中でも農業に関心のある移住希望者は多いが、参考となる新規就農者や認定農業者に関する情報提供が十分にできていない
- ・農業をしたい人と農地を提供したい所有者をマッチングする手段がない



目的

農と食の情報を一元的に発信することにより恵那市の魅力を発信する

取組主体

全ての農業者

事業の概要

農業と食に関する情報発信を強化する

- (1) 農・食を繋げる情報の整理 (2) 就農等に関するワンストップ化 (制度等の周知) (3) 新規就農者、認定農業者の紹介 (4) 農地バンクの検討

59

産業振興施策

取り組み内容

(1) 農・食を繋げる情報の整理	(2) 就農等に関するワンストップ化 (制度等の周知)	(3) 新規就農者、認定農業者の紹介	(4) 農地バンクの検討
農家への普及と拡大	サイトを活用した制度等に関する地域外へのプロモーション	ポータルサイトへの反映	中間管理事業の活用

事業実績

- ・2018年5月に整備を完了し、随時、情報の充実を図った。
- ・ポータルサイト専用の名刺を作成しサイトの周知を図った。
- ・SNS (Facebook) を活用した情報発信を実施

KPI達成状況 (実績値/目標値)

年度	2018	2019	2020	2021	2020	2021	2022	2023
サイトの年間閲覧数 (回)	整備完了	/8400	/10000					

進捗の評価

2018年度整備完了

課題と次年度以降の方向性

【課題】 サイト運営の人材不足/記事の内容充実 (掲載内容のマンネリ化)

【方向性】 サイト内容の充実/地域外への情報の拡散及び情報発信力・受信力の強化

60

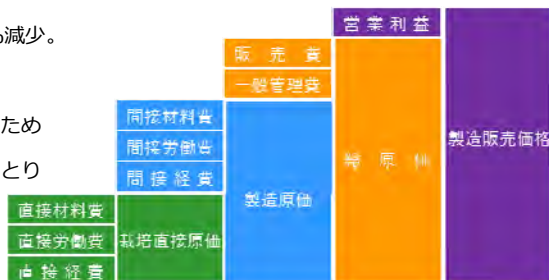
産業振興施策

事業名	農業者の経営改善事業	5つの施策の基本方向				
		ものづくり 産業の振興	集客・交流 産業の振興	経営基盤の 強化	産業基盤の 強化	人材の確保・ 育成
		産業の振興と基盤				
展開事業	(15) (24)	域外から稼ぐ産業の振興	域内で稼ぐ産業の振興	産業拡大とヒトづくり		

現状と課題

- 農業経営体の現状
 - ・恵那市の農業従事者は、2005年 3,927経営体 → 2015年 2,565経営体と35%減少。
 - ・原因は、少子高齢化による担い手不足と農業では利益が出ないため。

- 利益を得るための課題
 - ・目的や栽培方法により、その計算方法は異なるが、いずれにしても経営管理のために行うのが原価計算。これをきちんと把握していなければ経営は困難。
 - ・物には適正な価格がある。高ければいい、安ければいいという問題ではなく、とりわけ直売をするには、生産原価と販売原価を考えなくてはならない。



【原価の基本的な考え方】

目的

農業者の経営改善

取組主体

全ての農業者

事業の概要

- (1) 経営改善のための知識を習得する機会を提供

産業振興施策

取り組み内容

- (1) 生産原価セミナーの開催
 - ・日本政策金融公庫と連携し「生産原価セミナー」を開催。
 - ・専業農家をターゲットとする（新規就農者、NEW FARMES 交流会議メンバー、食農交流会参加者を対象）
 - ・原価低減へ向けた仕入れや光熱費の見直しの実施



生産原価を知る → 農業経営者として意識 = 農業の産業としての自立

- ・原価を知り、価格決定策を持つ
- ・それぞれの農業経営者が自らの経営判断で経営していける状況

- 【めざすべき姿】(はたらく施策)
- ・自立できる産業となるべく支援(いろいろな働き方ができる選択肢のひとつとして農業を確立)
 - ・農業所得の向上

事業実績

- ・単発的なセミナーではなく、所得向上や経営安定に繋がる関連セミナーの開催を企画・実施予定（2019年1月～3月頃）

KPI達成状況 (実績値/目標値)

年度	2018	2019	2020	2021	2020	2021	2022	2023
セミナー参加者数(人)	/50	/100	/100					

進捗の評価

2019年1月～3月頃に開催予定

課題と次年度以降の方向性

【課題】 農家への周知方法(参加者の確保) / セミナー内容の検討と講師の確保

【方向性】 単年度のみの開催にするのではなく、毎年、生産者が課題と捕らえるテーマに沿って開催/県・市・JA等の関係機関と連携して、通年による農業MBA塾の実施を検討