

恵那市産業振興ビジョンアクションプラン

これまでの課題と議論を踏まえ 今後実施すべき事業(案)

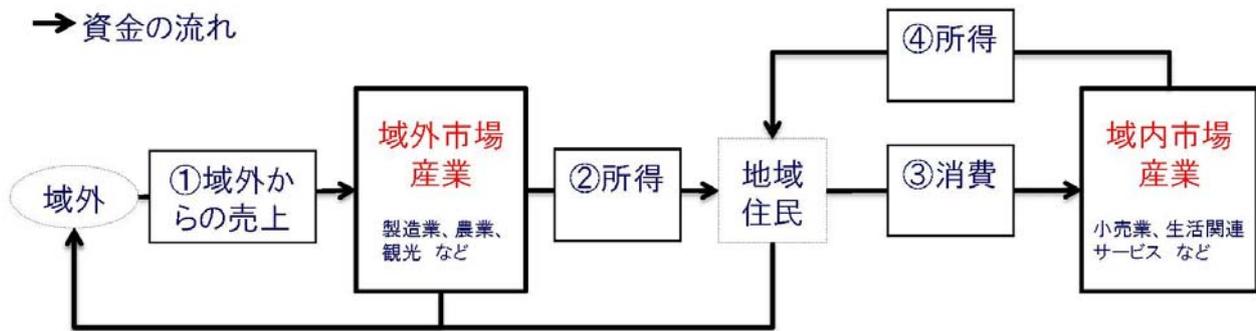
令和元年10月18日
恵那市

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、・・・）の振興を図る。



3

【取り組みテーマ】

商業・観光分野「地域資源のブランド化と販路拡大」

工業分野「人材確保と新たな価値の創出」

林業分野「地域全体での木材利用」

農業分野（もうかる農業プロジェクト検討会議で議論）

4

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 (9)	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	

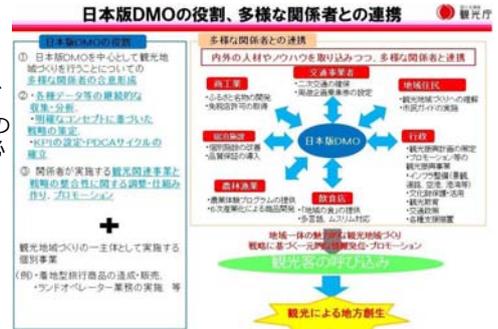
現状と課題

■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。

■産業振興会議での課題まとめ

「地域資源の再発見ができていない」「ニーズに合った地域資源の価値化（商品化・事業化）ができていない」「事業化する担い手がない」「観光客目線での情報提供ができていない」「市内外に売る仕組みづくり」



目的

地域資源をブランド化し、生産・加工から販売まで一貫してプロデュースし、地域内外に販売する

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

- (1) 地域商社機能を整備する
- (2) ブランド化・P R・販売を促進する
- (3) 戦略的な情報発信を展開する

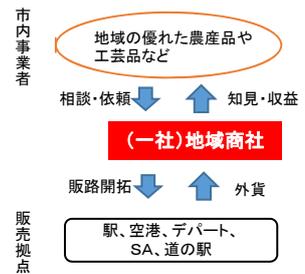
5

産業振興施策

取り組み内容

- (1) **地域商社機能を整備する**
商品開発・P R・販売に関するスキルを有する人材を確保し、地域商社が機能する基盤を整備する。
- (2) **ブランド化・P R・販売を促進する**
早期に独自ブランド開発を進め、展示会出展やバイヤーとの商談などにより恵那ブランドの認知度と販路を拡大する。
- (3) **戦略的な情報発信を展開する**
首都圏などを中心に情報発信を強化し、「恵那市」と「地域商社」の認知度をアップする。

生産・加工から販売まで一貫してプロデュース



事業実績

KPI達成状況 (実績値/目標値)

年度	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
恵那市観光入込客数 (千人)	-	/4,200	/4,250					
恵那市宿泊者数 (千人)	-	/247	/249					

進捗の評価 やや遅れている

課題と次年度以降の方向性

観光に特化せず、農林業や商工業など幅広く商品を守るため地域商社機能を構築し、DMOを推進する。

6

産業振興施策

新規

事業名

②ビジネスプラン発掘支援事業

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				
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)

現状と課題

- 2019年恵那市初のビジネスプランコンテスト開催
 - ・ 7月から募集開始し、一般の部20件の応募、高校生以下部門は募集中。
 - ・ 20件中、12件が市内事業者であり、既に事業を行っている者が新たな事業をスタートするために応募。
 - ・ 恵那の強みや弱みなどを分析し、事業化するきっかけになっており、恵那市産業振興会議での課題解決にもつながる可能性がある。
 - ・ 市外や県外からの応募もあり、コンテストを機に恵那市で事業をスタートさせるきっかけにもなっている。
 - ・ 財源は、市内企業の協賛金、クラウドファンディング、恵那くらしビジネスサポートセンター負担金
 - ・ 多治見市では、商店街の空き店舗活用の家賃補助を廃止し、コンテストの賞金に当てている。
 - ・ コンテストにより新規事業創出を促進し、商店街活性化等に貢献している。
- 産業振興会議での課題まとめ
 - 「地域資源の再発見ができていない」「ニーズに合った地域資源の価値化（商品化・事業化）ができていない」「事業化する担い手がない」「観光客目線での情報提供ができていない」

目的

内発的な事業創出により課題解決を図る

取組主体 全ての事業者・個人

事業の概要

(1) ビジネスプランを発掘する機会をつくる

7

産業振興施策

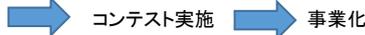
取り組み内容

(1) ビジネスプランを発掘する機会をつくる

恵那市・恵那商工会議所・恵那市恵南商工会・市内企業等で組織するビジネスプランコンテスト実行委員会に対し、負担金を交付し事業実施



負担金、協賛金、CFCより事業費捻出



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

8

産業振興施策

継続

事業名

③中津川・恵那チャレンジプロジェクト

展開事業 (2) (3) (6) (7)

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

- 中津川・恵那地域の観光の現状
 - ・東美濃地域は通過型の観光地となっており、滞在時間が短く観光消費額も低い
 - ・観光入込客数の増加により東美濃圏域でも消費額はアップしているが、1人当たり消費額を見ると日帰りも宿泊も減少している
- コンテンツに関する課題
 - ・この地域には地歌舞伎や栗など核となる観光資源があるものの、その他の顕在化ができていない
 - ・滞在時間を伸ばすためには観光コンテンツの連携が必要だが、事業者同士の連携が十分ではない
 - ・観光客のニーズに合った施策展開が図られていない
 - ・この地域の観光に関するプロモーションのコンセプトなどが統一されていないため、ブランドイメージが定着していない

圏域		消費額			1人当たり消費額		
		日帰り	宿泊	計	日帰り	宿泊	計
岐阜	H23年	21,160,055,332	18,501,392,247	39,661,447,579	3,073	22,807	5,148
	H27年	23,725,126,541	28,459,869,780	52,184,996,321	2,679	17,834	4,894
	対前年比	2,565,071,209	9,958,477,533	12,623,546,742	-394	-4,773	-154
西濃	H23年	19,789,043,921	5,802,121,095	24,591,165,017	2,582	19,429	3,246
	H27年	18,146,983,888	4,731,780,017	20,878,763,885	2,123	19,429	2,660
	対前年比	-2,642,060,033	-1,070,341,078	-3,712,401,132	-459	-	-586
中濃	H23年	29,022,916,204	8,142,941,494	37,165,857,698	3,892	25,606	4,780
	H27年	31,583,660,170	9,259,784,092	40,843,444,262	3,365	22,500	4,169
	対前年比	2,560,743,966	1,116,842,598	3,677,586,564	-527	-3,106	-611
東濃	H23年	37,368,331,209	9,248,285,973	46,616,617,182	4,912	23,110	5,821
	H27年	36,562,635,324	10,547,691,540	47,110,326,864	4,021	20,049	4,898
	対前年比	-805,695,885	1,299,405,567	493,709,682	-891	-3,061	-923
飛騨	H23年	17,723,748,949	71,472,565,064	89,196,314,013	7,182	30,265	18,469
	H27年	14,797,199,395	108,558,956,270	123,356,155,665	6,242	30,908	20,969
	対前年比	-2,926,549,554	37,086,391,206	34,159,841,652	-940	643	2,500
県計	H23年	124,064,095,631	113,167,305,873	237,231,401,504	3,914	28,972	6,809
	H27年	122,815,805,298	161,558,081,699	284,373,886,997	3,292	25,688	6,322
	対前年比	-1,248,490,333	48,390,775,826	47,142,285,493	-622	-1,284	-487

資料：岐阜県観光入込客数統計調査から作成

目的

リニア中央新幹線開業を見据えた土産品や体験プログラムの造成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 観光に関連する中小企業・小規模事業者

事業の概要

- (1) 中山道、地歌舞伎、山城を活用した観光誘客プロモーション
- (2) インバウンド対策
- (3) 地元事業者の連携促進、支援

9

産業振興施策

取り組み内容

- (1) 中山道、地歌舞伎、山城を活用した観光誘客プロモーション
 - ・恵那市と中津川市に共通する観光資源を活用したエリア外で開催されるイベントでのプロモーションの実施、周遊企画の実施など
- (2) インバウンド対策
 - ・観光地でのアンケート調査や分析とSNSを活用した情報発信
- (3) 地元事業者の連携促進、支援
 - ・地域の事業者の連携促進による新たな観光商品の造成支援と販路拡大支援

事業実績

- ・2018年6月5日～7日 外国人旅行者を対象とした「大人の女子旅」モニターツアー開催 参加者9人
- ・2018年10月20日～21日 外国人旅行者を対象とした「ファミリープラン」モニターツアー開催 参加者15人
- ・2019年3月2日～3日 外国人旅行者を対象とした「農泊滞在」モニターツアー開催 参加者6人
- ・2018年8月8日 「地域資源のストーリーづくりと持続可能な観光」シンポジウム 参加者60人
- ・2018年6月11日 「インバウンド集客管理の代行業務について」地域学研究会開催 参加者20人
- ・2018年7月11日 「中津川・恵那の食文化創造に向けて」地域学研究会開催 参加者16人
- ・2019年3月13日 「中津川・恵那の広域観光の今後の展開について」地域学研究会開催 参加者10人

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・テスト販売等の参加者数	106/50	/50	/50					
新たな体験プログラム造成数(個)	3/10	/10	/10					

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】全体最適化が図れず、キープレイヤーが連携する仕組みが整っていない/象徴的なイメージ不足/ブランド化を推進する組織が不在/都会にない資源をPRすべき

【方向性】地域観光の情報環境/計画の整備、営業・プロモーション活動の推進、持続的な地域観光経営体制の整備に重点を置く

10

産業振興施策

事業名	④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

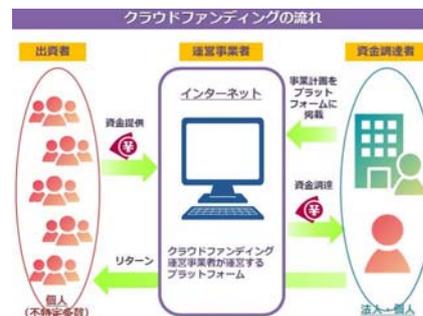
事業の概要

(1) クラウドファンディングの理解と活用を促進する

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

・2019年6月～8月 「あそびばづくりワークショップ」でクラウドファンディングセミナー実施 参加者10人

KPI達成状況 (実績値/目標値)

年度	2018	2019	2020	2021	2020	2021	2022	2023
クラウドファンディング活用事業数(件)	-	/3	/5					

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

恵那くらしビジネスサポートセンター事業の中で実施する。

産業振興施策

継続

事業名

⑤ 恵那くらしビジネスサポートセンター事業

展開事業 (2) (13) (18)

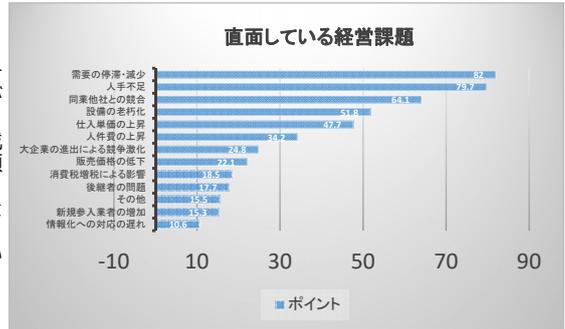
5つの施策の基本方向

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

■ 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

13

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	2022	2023	2024	2025
ビジネス支援実施事業者数 (人)	497/700	/720	/740					
就職支援実施事業者数 (人)	185/90	/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

14

産業振興施策

継続

事業名

⑥プレミアム付き商品券事業

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

■ 恵那市の商業の現状

- ・市内における商品販売額は減少する一方であるが、近年では大型店舗の進出や通販の普及によりさらに顧客の確保が困難となっている。
- ・個々の店舗だけでは消費者に足を運んでもらい、購買までつなげることに限界がある。
- ・2007年には1.0を超えていた小売吸引力は2014年には0.513に低下し、物客が市外に流出していることが分かる。
- ・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。

	小売吸引力		商圏人口	
	2007	2014	2007	2014
恵那市	1.132	0.513	62,472	26,622
中津川市	0.971	0.524	80,791	41,372
瑞浪市	1.010	0.646	41,893	25,159
岐阜市	0.997	0.525	411,376	214,727
多治見市	0.881	0.510	101,076	56,482

資料：商業統計調査、岐阜県人口動態統計調査

目的

市内事業者の販路拡大

取組主体 中小企業・小規模事業者

事業の概要

- (1) 購買意欲の誘因による地域商品の購買促進 (2) 地域商品の問題認識 (3) 新規顧客のリピーター化促進

15

産業振興施策

取り組み内容

(1) プレミアム付き商品券を発行

恵那市共通商品券事業実行委員会（恵那市、恵那商工会議所、恵那市恵南商工会）を組織し、プレミアム10%付きの市内共通商品券を総額1億1千万円分発行する。

◆ 2018恵那市プレミアム商品券事業の効果

<事業概要>

- 実施期間：2018年10月1日～2019年3月31日
- 発行総額：1億1千万円
- 発売枚数：10,000シート(11,000円分)
- 一般用：20,000シート(@10,000円)、子育て用：2,500シート(@8,000円)

<効果>

- 2015年事業での1シート当たりの消費喚起効果は、7,128円
- 事業全体の消費喚起効果は、1億6000万円 (7,128円×22,500シート)
- (2億7000万円+1億6000万円)÷2億7000万円 = 1.59



事業実績

- ・加盟店数 381店舗（恵那商工会議所 207店舗、恵南商工会 174店舗）
- ・売れる商品（マーケットインの商品）作りが十分進んでいない
- ・換金の負担が大きく参加事業者が増えない
- ・生活消費の割引券になっている
- ・一過性の効果でなく継続的に効果を生む仕組みの構築が重要

KPI達成状況 (実績値/目標値)

年度	2018	2019	2020	2021	2020	2021	2022	2023
消費喚起効果 (円)	/7,128	/7,128	/7,128					

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】 購入者の多くは消費財に使う傾向／売上アップにはつながっていない／使用者が市内限定／消費者データを取れていない

【方向性】 一過性の効果でなく継続的に効果を生む仕組みを構築するため、ポイント制やキャッシュレス決済などの導入を検討する

16

産業振興施策

継続

事業名	⑦EC活用支援プロジェクト	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 (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

■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。
- ・今後も人口減少が進むため、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。

付加価値額(企業単位) 2012年



資料：経済産業省・内閣府地方創生推進事務局RESASから加工

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

17

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

- ・2019年9月6日～「ワクワクの種プロジェクト」において消費者へ届く情報発信方法を学ぶ 参加者8者

KPI達成状況 (実績値/目標値)

年度	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
ECセミナー参加事業者数(者)	-	/20	/30					

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

恵那くらしビジネスサポートセンター事業の中で実施する。

18

産業振興施策

新規

事業名	⑧スポーツツーリズム推進事業	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 (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

- **WRC日本ラウンド**
40年以上にわたりスプリントラリーの最高峰として君臨し、ラリーが盛んな欧州や南米ではF1に勝るとも劣らない人気を誇っているWRCの日本での開催が決定され、恵那市でもスペシャルステージが開催
- **東京オリンピックパラリンピック**
ポーランド共和国ポルト・カヌー代表によるオリパラの事前合宿が笠置峡で行われることが決定。
- **スポーツツーリズムの推進**
WRC、オリパラ事前合宿など大型スポーツイベントの開催を契機とし、笠置山や矢作川に代表される豊かな自然を活用したスポーツツーリズムによる新たな地域価値の創造

目的

スポーツツーリズムによる新たな地域価値の創造

取組主体

事業の概要

- (1) WRC活用推進事業
- (2) スポーツツーリズム推進事業

19

産業振興施策

取り組み内容

- (1) **WRC活用推進事業**
WRCを契機として日本全国、世界中からの新たな人の流れをつくり、地域イベント等の開催により市内の観光地や飲食店など周辺への経済効果の創出を図る。恵那市の新たな観光資源としてモータースポーツを活かしたイベントの充実・拡大とコンテンツの整備を図り、日常的に訪れるファンを創出し、リピーターの確保と持続性のある経済活動につなげる。
- (2) **スポーツツーリズム推進事業**
ポルト・カヌーやボルダリングなどの自然を活かしたあたたかな着地型体験コンテンツの造成やスポーツ合宿の誘致、担い手の育成支援など、恵那市の強みを活かしたスポーツツーリズムによる新しい交流事業の展開を地域振興につなげる。
恵那山荘やささゆりの湯など市内に多くあるアウトドア施設とアウトドア用品メーカーとのタイアップを推進し、企業の宣伝力を活かした情報発信と集客を図る。

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

20

産業振興施策

継続

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				
⑨「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

■大河ドラマ「麒麟がくる」の放送決定

- 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
- 恵那市の明智光秀ゆかりの地：明智城、落合砦、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）
- 大河ドラマによる経済効果：おんな城主直虎（2017年放送）248億円、真田丸（2016年放送）200億円
- 全国の明智光秀ゆかりの地：岐阜市、可児市、大垣市、山県市、土岐市、瑞浪市、御高町、亀山市、大津市、福知山市 他

■大河ドラマを活用した観光振興に向けた課題

- 関連商品やグルメを開発する事業者（地域）を取りまとめる組織の設立など、経済波及効果を最大化する仕組みが必要。
- 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、受入体制の整備が必要。
- 情報発信やイベントの実施など、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。

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

恵那市、観光協会、観光に関連する中小企業・小規模事業者

事業の概要

観光・経済の関連団体と行政が一体となって事業に取り組むため恵那市大河ドラマ「麒麟がくる」実行委員会を設立し、実行委員会と恵那市とが連携して大河ドラマ活用推進事業に取り組む。

- (1) 観光誘客とにぎわいの創出に関する事業
- (2) 観光消費の拡大に関する事業

21

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

- ・大河ドラマ館による誘客促進
- ・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) 観光消費の拡大

- ・土産物品、特産品の開発と販売
- ・物産販売所での特設ブース開設
- ・明智光秀グルメの開発と販売

事業実績

大河ドラマ館整備、東美濃の山城展整備、白鷹城跡整備（森林整備、遊歩道整備、史跡サイン整備）小和田哲男氏による講演会開催、光秀まつりの拡充開催、各種パンフレット作成、関連商品開発、光秀グルメ開発

KPI達成状況 (実績値/目標値)

年度	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
明智町（大正村）観光入込客数（千人）	-	/228	/230					
市内事業者による明智光秀関連商品の開発数（品）	-	/13	/29					

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

22

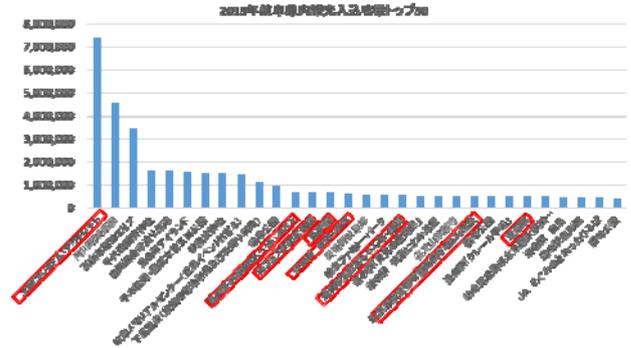
産業振興施策

継続

事業名	⑩東美濃歴史街道協議会事業	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 (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

- 東美濃地域の観光入込客数について
 - ・ 県内の観光施設の入込客数上位に東美濃地域の観光資源が多くランクインしている。
 - ・ 土岐プレミアムアウトレット（土岐市）733万人、馬籠宿（中津川市）68万人、道の駅らっせいみさと（恵那市）65万人、道の駅志野（土岐市）61万人、きなあた瑞浪（瑞浪市）57万人、道の駅おばあちゃん市・山岡（恵那市）53万人
- リニア中央新幹線開業による交流人口の増加
 - ・ 歴史や伝統文化、地場産業等の地域資源を活かし、魅力ある観光地づくりと交流人口の拡大を東美濃地域が一体となって推進する必要がある
- 求められる取り組み
 - ・ 広域連携によるPR
 - ・ 岐阜の宝ものに認定された東美濃の山城の活用



目的

東美濃地域の誘客を図り、観光消費を拡大する

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

- (1) 東美濃歴史街道協議会観光PR事業
- (2) 山城（岩村城跡、苗木城跡、金山城跡）の活用推進

23

産業振興施策

取り組み内容

(1) 東美濃歴史街道協議会観光PR事業

- ・ 東美濃エリアマーケティング事業
 - 資源に対する旅行者ニーズや動向等の収集及び把握
- ・ 東美濃周遊旅行商品助成事業
 - 旅行事業者の商品造成に対する助成
- ・ 観光資源ブラッシュアップ事業

(2) 山城の活用推進

- ・ 情報発信事業
 - 山城サミットへの出展
 - お城EXPOへの出展
- ・ 周遊滞在型観光促進事業
 - 3城周遊企画の実施
- ・ 受入環境整備事業
 - ガイド研修会

事業実績

- 【東美濃の山城】 全国山城サミットでの観光PR、お城サミットでの観光PR、「戦国宝探し」によるツアー
- 【地歌舞伎・中山道】 地歌舞伎特別公演の開催、芝居小屋の歴史解説サインの整備（五毛座）、中山道ぎふ17宿歩き旅の開催
- 【「半分、青い。」】 1周年記念イベントの開催、情報発信（キャンペーン）の活用、ウェブサイトの開設、のぼりの制作、プロモーションの制作、パンフレットの作成など）誘客促進（番組PR）の開催、大都市圏におけるイベント等でのPRなど

KPI達成状況

(実績値/目標値)

年度	2018	2019	2020	2021	2020	2021	2022	2023
東濃圏域の宿泊者数 (万人/年)	/55	/56	/57					

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】 事業自体が周知できていない
- 【方向性】 地域での認知度を上げるための情報発信

24

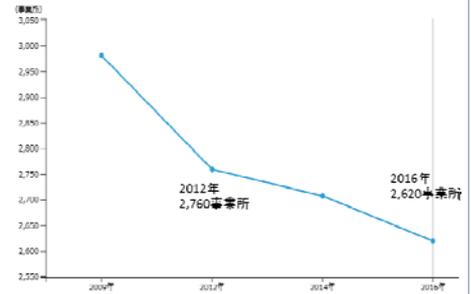
産業振興施策

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				
⑪事業承継支援事業	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 (6)					

現状と課題

- 恵那市における廃業の現状
 - ・ 産業全体の事業所数は2012年2,760から2016年2,620へ減少。
 - ・ 恵那商工会議所や恵那市恵南商工会の調査では、「自分の代で廃業する」という意見が少なくなく、後継者不足が大きな課題と考えられる。
 - ・ 2018年度、恵那市恵南商工会のプッシュ型事業承継支援事業により8件の親族内事業承継を達成。
- 産業振興会議での課題まとめ
 - 「老舗和菓子店などが廃業している。恵那の伝統や技術を残す取り組みが必要」「経営者の事業承継に対する重要性の認識が不足している」



目的

事業承継を積極的に支援し、事業の存続を図る

取組主体 全ての事業者

事業の概要

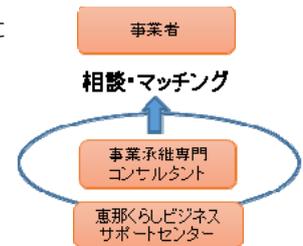
- (1) 廃業予備軍の事業者の掘り起こす
- (2) 事業承継を選択肢に入れてもらう

25

産業振興施策

取り組み内容

- (1) 廃業予備軍の事業者の掘り起こす
 - ・ 恵那くらしビジネスサポートセンター・恵那商工会議所・恵那市恵南商工会が連携し、事業者訪問により廃業予備軍の事業者をいち早く掘り起こす。
- (2) 事業承継を選択肢に入れてもらう
 - ・ 廃業予備軍の事業者を事業承継専門コンサルタントが訪問し、事業引き受け希望者の紹介など支援。
 - ・ 岐阜県事業承継ネットワークのデータバンクも活用し、第三者とのマッチングを支援。



事業実績

- ・ 恵那商工会議所で事業承継セミナー実施 参加者15人
- ・ 恵那市恵南商工会で事業承継セミナー実施 参加者27人
- ・ 2018年度の事業承継達成者 9社

KPI達成状況 (実績値/目標値)

年度	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
セミナー参加者数 (人)	42/20	/30	/30					

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】 事業承継に対するニーズや課題が把握しきれていない
- 【方向性】 引き続きセミナーや企業訪問により事業承継の重要性の理解促進／事業者ニーズに合わせた支援体制の構築

26

産業振興施策

新規

事業名

⑫商店街等活性化支援プロジェクト

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				
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)

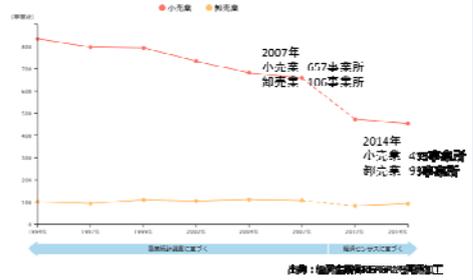
現状と課題

■ 恵那市の商業の現状

- ・小売業事業者数が大きく減少しているが、売り場面積・年間商品販売額は増加に転じている。
- ・小規模店舗は減少したが、大型店舗やチェーン店の進出により年間販売額が影響を受けたと推測される。
- ・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。
- ・アクロスプラザの完成により一層消費者の導線が商店街から離れた。

■ 産業振興会議での課題まとめ

「大型店やチェーン店に客を奪われ、商店街などの店舗での顧客確保が困難になっている」
 「廃業が進み、空き店舗が増加」「商品券事業は終わってしまうと販売が落ちる」



目的

商店街店舗が存続するための新たな仕組みを創り出す

取組主体 小規模事業者

事業の概要

- (1) 差別化の考え方を学ぶ
- (2) 経営精神の向上・人脈づくりを促進する
- (3) 地域内でお金が回る仕組みを考える

27

産業振興施策

取り組み内容

- (1) 差別化の考え方を学ぶ
 - ・商店街などの若手経営者による勉強会を開催
 - ・先進地視察の実施
- (2) 経営精神の向上・人脈づくりを促進する
 - ・同一地区だけでなく市内全域の経営者が交流する機会を設け、新たな発想や連携を生み出す。
- (3) 地域内でお金が回る仕組みを考える
 - ・ポイント制度や地域通貨など新たな仕組みを検討する。



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

28

産業振興施策

新規

事業名

⑬郷土愛醸成事業

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		

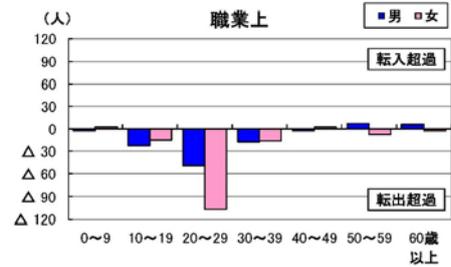
現状と課題

■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。
- ・高校生への求人が増加する中、県内就職者数は減少傾向にあり、市の将来を担う若者が市外・県外に流出している。
- ・「地元で就職したい会社がない」が学生の意見。

■産業振興会議での課題まとめ

「地元の歴史や産業の成り立ちなどを住民が知らない」「子供のころから教育の中で郷土愛を醸成する必要がある」



資料: 岐阜県「統計から見る恵那市」

目的

市民自らが地域課題解決のための事業活動 (CB) を行うことにより郷土愛を育む

取組主体

小規模事業者・個人 (学生)

事業の概要

- (1) 若者が地域を知る機会を提供する。
- (2) 郷土愛を育む。
- (3) リターンにより継続的な取り組みとする。

29

産業振興施策

取り組み内容

- (1) 若者が地域を知る機会を提供する。
 - ・商店街などを舞台に学生が課題を分析する。
- (2) 郷土愛を育む。
 - ・商店街活性化のための事業を地元商店経営者などと共に考える中で地域の歴史や商店の魅力などを知る。
- (3) リターンにより継続的な取り組みとする。
 - ・事業実施により対価を獲得し、事業を実施する喜びと次の事業へのモチベーションとする。



事業実績

KPI達成状況 (実績値/目標値)

年度	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025

進捗の評価

課題と次年度以降の方向性

30

産業振興施策

継続

事業名	⑭創業・起業チャレンジ事業	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 (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

- 観光と関連が深い産業の現状
 - ・ 移輸出収支がプラス（外に売っている）なのは製造業
 - ・ 観光と関連が深い部門では農林水産業のみプラス
 - ・ サービス業は▲105億円（外から買っている）
 - ・ 卸売・小売業は▲193億円（外から買っている）
- 事業所数の推移
 - ・ 飲食料点小売業：2009年213→2014年157
 - ・ その他の小売業：2009年266→2014年227
 - ・ 飲食店：2009年330→2014年310
- 年間商品販売額の推移
 - ・ 2007年881億円→2014年718億円



目的

創業・二次創業促進による地域経済の担い手発掘

取組主体 創業希望者

事業の概要

創業支援事業計画に基づいた支援事業
 (1) 支援機関の連携による創業支援 (2) さまざまな業種での創業・起業支援

31

産業振興施策

取り組み内容

- (1) 支援機関の連携による創業支援
 - ・ 恵那商工会議所、恵那市恵南商工会、市内金融機関、日本政策金融公庫、岐阜県産業経済振興センター、恵那くらしビジネスサポートセンターなどの支援機関で相談窓口を設け相談受付からマーケティング支援、資金計画・事業計画書作成支援などを実施
- (2) さまざまな業種での創業・起業支援
 - ・ 業種ごとに特化した内容での創業・起業セミナーの実施



事業実績

- ・ 2018年6月20日、6月27日、7月4日、7月10日 恵南商工会 創業セミナー 参加者数11人
- ・ 2018年10月4日、11日、18日、25日、11月1日 恵那商工会議所 創業セミナー 参加者数22人
- ・ 2018年5月17日、24日、31日 女性のプチ創業セミナー 参加者数 6人
- ・ 2018年6月14日、19日、7月3日 飲食店のための集客力向上セミナー 参加者数18人

KPI達成状況 (実績値/目標値)

年度	2018	2019	2020	2021	2020	2021	2022	2023
創業セミナー参加者数 (人)	39/20	/20	/20					
業種別セミナー参加者数 (人)	18/20	/25	/30					

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】 支援機関の間で情報共有が十分でない

【方向性】 支援機関で方向性を統一し、共通目的による創業・起業セミナーの実施を進める／創業希望者のニーズ把握により業種別のセミナーを随時実施する

32

産業振興施策

継続

事業名	⑮ 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
 - インバウンドに対応できていない現状を正確に把握し、旅行者にとって満足度の高い受入環境を整備していくことが必要。
 - 国や県が実施している受入環境の充実に関する補助メニューが事業者十分に知られていない。
 - インバウンド対策としてWEBによる情報提供を進めるにあたりインバウンドが増加している中山道を面的にカバーするWi-Fiを整備が必要。（恵那駅前、中山道広重美術館、岩村城下町の町屋施設、日本大正村施設等は整備済）

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 恵那市、観光協会、観光に関連する中小企業・小規模事業者

事業の概要

(1) 観光客の受入環境の整備

33

産業振興施策

取り組み内容

- (1) 観光客の受入環境の整備**
- ・外国人モニターツアーの催行
インバウンド対応に関する現状を把握するため、モニターツアーを実施
 - ・地域商社（DMO）によるインバウンド対策の推進
事業者に対する国の補助メニューに関する情報提供の強化
 - ・観光Wi-Fiの整備
中山道大井宿での無線LAN環境の充実

事業実績

・令和元年度…公衆トイレ洋式化 4箇所（恵那駅前、恵那峡、保古の湖キャンプ場、日本大正村駐車場）

KPI達成状況 (実績値/目標値)

年度	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
市内の外国人観光客宿泊者数（千人）	-	/20	/22					

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

34

産業振興施策

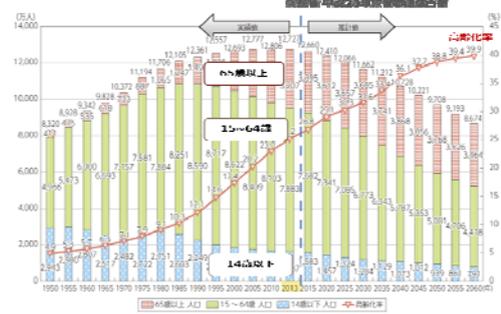
継続

事業名	⑯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	2022	2023	2024	2025
中高年齢者の月間有効求職者数(人)	156/150	/160	/170					

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

継続

事業名	⑱企業誘致促進事業	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 (2/2)	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

■ 恵那市産業の現状

- ・産業別従業員の構成比は、製造業が31.4%、卸売業・小売業が17.2%と約半分を占める。
- ・情報通信業や学術研究などの分野の割合は非常に低い。
- ・成長産業分野（航空宇宙、医療福祉機器、医薬品、食料品、次世代エネルギー）やロボット、AI、IT/IoT関連の事業所は少ない。

■ 産業振興会議での課題まとめ

- 「医療やロボットなど成長産業は裾野が広く、市内企業との連携の可能性がある」「取引先とマッチングする機会があるといい」「IT/IoT関連企業が近くにあるといい」「若者の選択肢が増えることも含めて新たな産業など誘致は必要」「既存企業と関連性のある企業を誘致する」といい]



目的

地域の産業競争力の再生

取組主体 都市部企業

事業の概要

- (1) 企業が恵那市に立地するきっかけをつくる
- (2) ターゲット企業を絞り、誘致活動する

39

産業振興施策

取り組み内容

(1) 企業が恵那市に立地するきっかけをつくる

商談や交流を図る展示会（EX：ビジネスフェア@メッセなごや、マッチングフェアinなごや2019((愛知・岐阜・三重広域商談会))）へ出展し、市内企業とターゲット企業のマッチングを支援することにより、恵那市で立地するきっかけをつくる。

(2) ターゲット企業を絞り、誘致活動する

マッチングした企業を個別訪問し、誘致活動を行う。

事業実績

- ・恵那西工業団地開発事業に着手
- ・恵那西工業団地の2期計画及びびりニアまちづくり構想に基づく工業（産業）団地の開発に向けた検討を開始
- ・2018年10月 日経XTECH出展、東京を中心とするIT企業など130社にアンケート調査実施

KPI達成状況 (実績値/目標値)

年度	2018	2019	2020	2021	2020	2021	2022	2023
市内への企業の誘致件数(社)	0/0	/0	/0					

進捗の評価 遅れている

課題と次年度以降の方向性

【課題】 企業誘致戦略がない／既存企業と連携可能な企業誘致／ニーズはあるが工業用地が開発できていない／従業員の住環境整備

【方向性】 新たな工業用地の確保に向け具体的に可能性調査等を実施／企業誘致戦略を策定

40

産業振興施策

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 (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

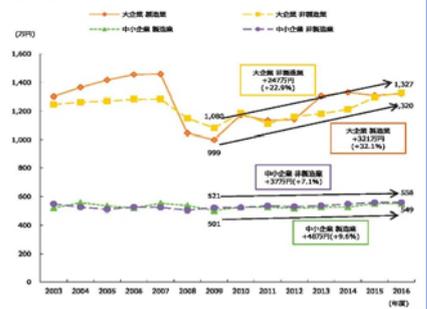
■産業を取り巻く環境

- ・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こたえていかなければいけない。
- ・より高品質な製品を作るため、改善活動とともにIoTなどの活用を進めていく必要がある。
- ・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。

■産業振興会議での課題まとめ

- 「ソフトなどIT活用」「事務の効率化」「先端設備未導入事業者への支援」「先端設備に関するノウハウ不足」「社内管理体制の改善」

図3 企業規模別労働生産性の推移



目的

身近に改善活動とIoT活用の成功事例を作ることでIoT活用を促進する

取組主体 中小企業・小規模事業者

事業の概要

- (1) 成功事例をつくる
- (2) IoT導入のメリットを示すことによりIoT導入を促進する

産業振興施策

取り組み内容

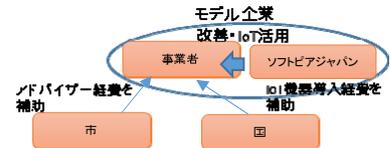
(1) 成功事例をつくる

- ・ソフトピアジャパンとの連携によりモデル企業の改善活動とIoT導入を支援。

(2) IoT導入のメリットを示すことによりIoT導入を促進する

- ・改善活動のIoT導入によるメリットを紹介するセミナーを開催し、市内企業に広く周知する。

活動に係るアドバイザー経費は恵那市商工振興補助金「IoT導入支援事業」、IT/IoT機器導入に関してはIT導入補助金（経産省）や中小企業等IoT導入促進補助金を活用。



事業実績

- ・2019年4月1日 岐阜県IoTコンソーシアム加入
- ・2019年9月27日 ソフトピアジャパン連携事業「IoT活用支援セミナー」開催 参加者20人

KPI達成状況 (実績値/目標値)

年度	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
IoT推進補助金利用件数 (件)	-	/5	/10					

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

モデル企業の取り組みを広く周知し、IoT導入を促進する。

産業振興施策

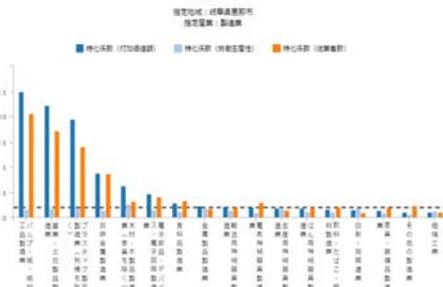
継続

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				
⑳ものづくり産業の生産性向上事業	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 (15)				

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え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

産業別特化係数
2012年



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や高性能機械など先端設備等導入による生産性向上 (2) 経営合理化のための企業体制改善

43

産業振興施策

取り組み内容

(1) 先端設備等導入による生産性向上

- ・ 市内事業者が先端設備等を導入する際に課題となっているコスト負担を軽減し、先端設備等の導入を促進するため、導入する設備等に係る固定資産税を軽減することにより高度化・業務効率化を支援する。
- ・ 先端設備等導入計画に基づき取得した設備については、最大3年間固定資産税の課税標準額をゼロから2分の1の間で軽減できることとなり、恵那市では課税標準額をゼロとすることで、取得設備の固定資産税の負担を3年間ゼロとする。

(2) 経営合理化のための企業体制改善

- ・ 岐阜県働き方改革推進支援センターと連携し、社会保険労務士による経営合理化を支援

固定資産税の特例について（スキーム図）



事業実績

- ・ 2018年9月末現在 申請受付・認定：18件
- ・ 2018年8月から毎月第3金曜日に「恵那くらしビジネスサポートセンター」で社会保険労務士が常駐し、経営合理化に関する相談を実施 支援件数：3件

KPI達成状況 (実績値/目標値)

年度	2018	2019	2020	2021	2020	2021	2022	2023
申請認定件数 (件)	29/20	/30	/30					
経営合理化に関する支援件数 (人)	3/10	/20	/30					

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】 先端設備の導入は進んでいるが、商工会などの調査では「導入していない」「何を導入していいかわからない」などの意見が多い / 老朽化による機械更新が多く攻めの更新ではない / ソフト活用が進んでいない / ものづくり補助金は新たな製品を作る目的で導入する機械が対象となるためハードル高い / 人材管理が出来ていない / 研修等に参加出来ずスキルアップが困難

【方向性】 導入時における専門的アドバイスの実施を検討

44

産業振興施策

継続

事業名

② 成果を上げる就職面接会等のシステム構築

展開事業 (24)

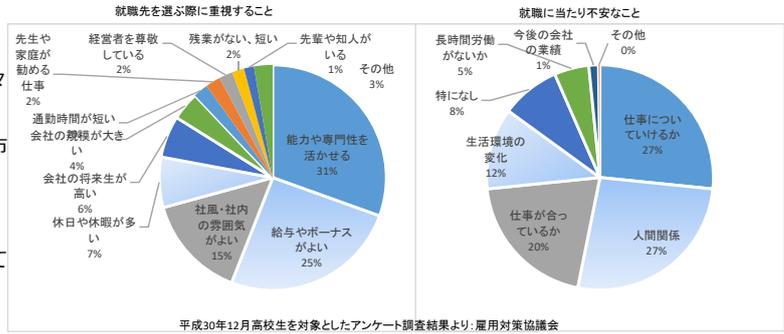
5つの施策の基本方向

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

■ 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

45

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

- ・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

(2) 分析結果を踏まえた既存事業の見直し

- ・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

(3) 関係機関との調整による事業の実施

- ・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	・高校教 諭企業 見学会	・女性向 け企業 説明会	・名古屋 市でのガ 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	2022	2023	2024	2025
就職者数 (一般) (人)	929/780	/800	/820					
市内就職率 (高校生) (%)	19.8/30.0	/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】 高校生の確保を中心に事業実施するとともにUIJターン対策を行っていく。

46

産業振興施策

継続

事業名	②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

47

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	2022	2023	2024	2025
採用担当者セミナー参加者数(人)	28/20	/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

48

産業振興施策

継続

事業名	②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		

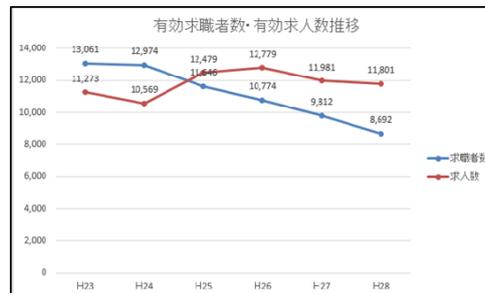
現状と課題

■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

49

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	2022	2023	2024	2025
企業の魅力発信事業補助金利用件数 (件)	—	/5	/10					

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

制度の周知を図る。

50

産業振興施策

新規

事業名	⑳人材定着支援事業	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		

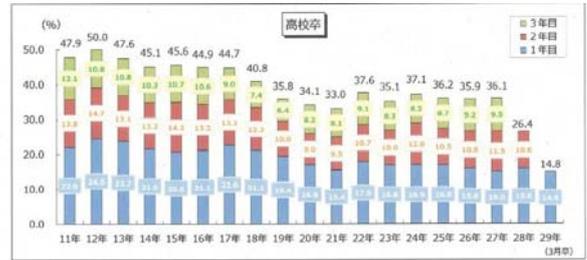
現状と課題

■人材育成の現状

- ・2018年6月～12月、約60社（製造業、福祉、建設、サービス）企業訪問を実施し、現状把握。
- ・人材育成の必要性を感じながら人手不足、仕事優先などの理由により、特にマネジメント教育が実施されていない。
- ・これまで中津川市ワーカーサポートセンターで実施した新入社員研修には、H28年～H30の期間で、市内企業28人が参加。
- ・入社3年目までに離職する割合は非常に高い。

■産業振興会議での議論

- 「人材育成するための人材がない」「自社での新人研修は限界があるので名古屋などへ行って参加しなければいけない」
- 「技術を伝えることが十分にできていない」



目的

新入社員や若手社員の離職を防ぎ、経営安定化を図る

取組主体 中小企業・小規模事業者

事業の概要

- (1) 新入社員や若手社員が定着するため社会人として育成する
- (2) 女性や高齢者が働きやすい職場づくりを支援する

産業振興施策

取り組み内容

- (1) **新入社員や若手社員が定着するため社会人として育成する**
 - ①新入社員研修：社会人としての基本的マナーなどを学び、目標を立てる。
 - ②6ヶ月フォロー研修：目標の達成状況を振り返り、ステップアップするための考え方を学ぶ。
 - ③1年フォロー研修：社会人1年目を終え、将来へわたっての成長イメージをつくる。
- (2) **女性や高齢者が働きやすい職場づくりを支援する**
職場環境や労働条件などの見直しを支援し、女性や高齢者が働きやすい職場づくりを進める。



事業実績

KPI達成状況 (実績値/目標値)

年度	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025

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	②産業人材育成支援事業	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		

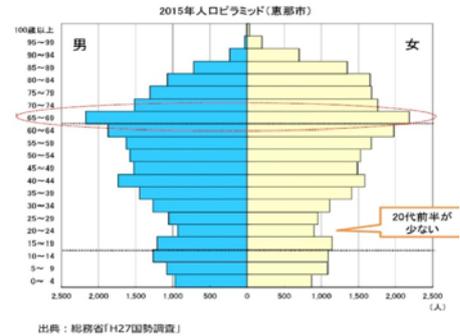
現状と課題

■人材育成の現状

- ・2018年6月～12月、約60社（製造業、福祉、建設、サービス）企業訪問を実施し、現状把握。
- ・人材育成の必要性を感じながら人手不足、仕事優先などの理由により、特にマネジメント教育が実施されていない。
- ・これまで中津川市ワーカーサポートセンターで実施した人材育成研修には、H28年～H30までの期間で、市内企業7社21人が参加。

■産業振興会議での議論

「人材育成するための人材がいない」「中間管理職がいない」「技術を伝えることが十分にできていない」



目的

リーダーや中間管理職の育成により、経営安定化を図る

取組主体

中小企業・小規模事業者

事業の概要

- (1) リーダーを育成する
- (2) 管理者を育成する

53

産業振興施策

取り組み内容

(1) リーダーを育成する

リーダーシップ、コミュニケーション、チームマネジメント、人間関係、役割の付与、仕事の指導、問題解決方法を学ぶ研修を実施する。

(2) 管理者を育成する

マネジメントスキルアップによる「人」と「組織」を動かす能力の向上を図る研修を実施する。



事業実績

KPI達成状況

(実績値/目標値)

年度	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025

進捗の評価

課題と次年度以降の方向性

54

産業振興施策

継続

事業名

②6 本社機能移転プロジェクト

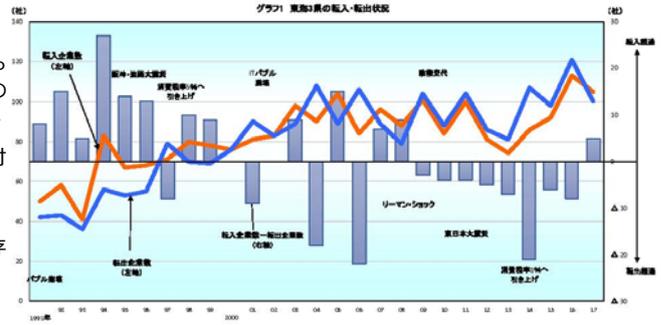
展開事業 (2/2)

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

- 企業立地に関する環境変化
 - ・近年、首都圏や中部圏の中心部などの企業集積地では、BCPの向上やまとまった土地が得にくいこと、人材の確保が難しいこと、取引先のシフト、ICTの発展によるテレワークなどの導入により、工場や本社機能を地方へ移転させる企業が増えている。
 - ・政府や地方自治体による積極的な減税措置や奨励措置も移転の動機付
 - ・リニア中央新幹線の開業によるアクセスの向上
- 本社機能移転の課題
 - ・しかし、人口減少による人材不足、従業員の生活、用地の確保、既存企業との関連性、立地するメリットなどの課題が存在。



目的

戦略的企業誘致による地域の産業競争力の再生と新たな雇用の創出、雇用のミスマッチの解消

取組主体 都市部企業

事業の概要

- (1) ターゲット企業の選定
- (2) 投資計画及びニーズの把握
- (3) 支援策の検討・整備

55

産業振興施策

取り組み内容

- (1) **ターゲット企業の選定**
恵那市にゆかりのある企業（創業地、創業者の出身地）、市内に生産拠点のある企業、成長産業分野企業
- (2) **投資計画及びニーズの把握**
リストアップした企業への訪問、企業展などへの出展、投資計画やニーズの把握
- (3) **支援策の検討・整備**
5年間分の固定資産税・都市計画税相当額、投下資本額の10%以内（最大0.5億円）を奨励金として交付。新たに交通費の交付について調整。

事業実績

- ・ターゲット企業をリストアップ
- ・ターゲット企業への訪問及び企業展での投資計画やニーズの把握
- ・2018年10月 日経XTECH出展、東京を中心とするIT企業など130社にアンケート調査実施

KPI達成状況 (実績値/目標値)

年度	2018	2019	2020	2021	2020	2021	2022	2023
訪問面談企業数 (社)	/20	/5	/5					

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】 東京一極集中する中、どのような企業が本社機能移転の可能性はあるか把握できていない
- 【方向性】 ・企業訪問を通じてニーズを把握し、支援策を検討

56

産業振興施策

継続

事業名	⑦テレワーク推進事業	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 (23)	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		

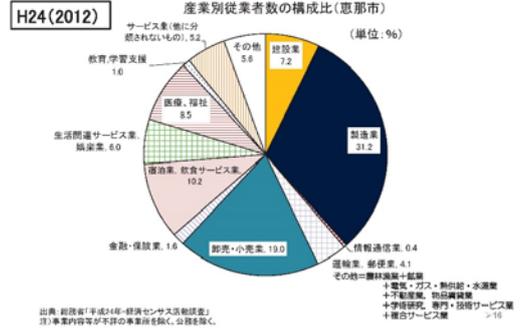
現状と課題

■テレワークの推進

- ・ワークライフバランス、業務効率化、人材確保、BPOなどを理由により、工場や本社機能を地方へ移転させる企業が増えている。
- ・大手企業でも在宅勤務やサテライトオフィスなどのテレワークを導入する動き
- ・政府や地方自治体による積極的な減税措置も移転の動機付け

■サテライトオフィス誘致への課題

- ・しかし、人口減少による人材不足、用地の確保、既存企業との関連性、立地するメリットなどの課題が存在
- ・恵那市の情報通信業の従業者数は0.4%に過ぎない
- ・モノからシステムへ価値がシフト➡これからの雇用を生み出すのは情報通信業



目的

戦略的企業誘致による地域の産業競争力の再生

取組主体 都市部のIT企業等

事業の概要

企業誘致に向けた環境整備

- (1) サテライトオフィスを体験する機会の提供 (2) テレワーク普及のためのイベント・セミナーの開催 (3) 情報発信

57

産業振興施策

取り組み内容

(1) サテライトオフィスを体験する機会の提供

- ①体験型サテライトオフィスSOZOの整備と運営
- ・Wi-FiやIT機器を整備した貸しスペースSOZO(明智町)SOZO(大井町)において体験利用の機会を提供

(2) テレワーク普及のためのイベント・セミナーの開催

- ①IT活用セミナーの開催
- ・IT活用に積極的な町をPR
- ②事業者交流会などの開催
- ・市内においてIT活用を促進
- ③企業展等、イベントでのPR
- ・IT企業等が参加する企業展に参加しPR

(3) 情報発信

- ①都市部企業向けSNSなどを活用したプロモーション
- ・インターネット広告などの実施
- ②ウェブサイトの開設
- ・専用サイトを開設しPR

事業実績

- ・2017年1月～2018年9月 SOZO(明智)利用者数: 27者(大学研究室、コンサルタント企業等)
- ・2018年1月～2018年9月 SOZO(恵那)利用者数: 80者(大学研究室、IT企業、デザイナー、フリーランス等)
- ・2016年6月～2018年9月 IT活用セミナー30回開催
- ・2018年2月 東京・名古屋のIT企業900社にダイレクトメール送付
- ・2018年10月 日経XTECH出展、東京を中心とするIT企業など130社にアンケート調査実施
- ・2018年11月 総務省サテライトオフィスマッチングセミナー出展、テレワーク検討企業との交渉実施
- ・2018年12月 全国のIT専門家が集結する「恵那ITアイデアソン」開催

KPI達成状況 (実績値/目標値)

年度	2018	2019	2020	2021	2020	2021	2022	2023
サテライトオフィスの利用者数(者)	/20	/20	/20					

進捗の評価 利用はあるものの誘致へつながらる案件はほとんどない

課題と次年度以降の方向性

【課題】他自治体のサテライトオフィスとの差別化ができていない/企業ニーズの把握ができていない

【方向性】利用が多い愛知県のIT企業にターゲットを絞り、営業・プロモーションを強化する

58

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 (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	

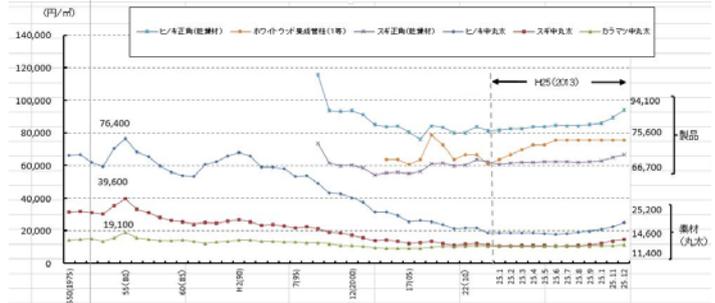
現状と課題

■ 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



目的

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。
- (2) 森林環境譲与税を活用し間伐など森林整備を進めるとともに、森と木の価値を高める検討会により木材の付加価値を高め、新たなブランディングを図る。

59

産業振興施策

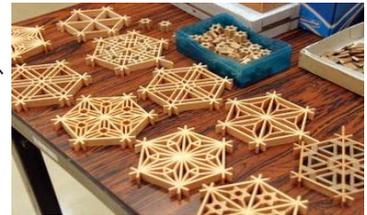
取り組み内容

(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

(2) 木製品アイデア検討事業の開催

- ・ 外部から講師を招き、講演会を開催後、恵那の森と木を生かす方策を検討する。
- ・ アイデアを基に商品化を進め、オリジナル木工製品の開発を図る。



事業実績

- (1)
 - ・ 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。
 - ・ 2019年11月9日開催(予定)。
- (2)
 - ・ 2020年1月11日講演会開催(予定)
 - ・ 2020年2月1日検討会開催(予定)

KPI達成状況 (実績値/目標値)

年度	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
木工展の参加事業者数(者)	6/6	/7	/8					
木工展の来場者数(人)	350/300	/400	/420					

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席し、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

60

産業振興施策

新規

事業名

㊸地域全体での木材活用事業

展開事業 (2)

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

- 市内産材を市内で利用してもらう流通の確保
 - ・市内産材の流通経路がわからない。
 - ・建築材料として木材を使用している木造建築業者の現状がわからない。
 - ・推進事業のPRが不足している。



目的

木材流通の促進（恵那市産材や岐阜県産材の流通制度）

取組主体 木造建築関係事業者・施主・木の駅事業者

事業の概要

- (1) 恵那市産材や岐阜県産材のPRを行い、木造建築を推進する。
- (2) 木材の新たな活用を進める。

産業振興施策

取り組み内容

- (1) 恵那市産材や岐阜県産材のPRを行い、木造建築を推進する。**
- ・施主及び施工業者への支援策の検討。（（奨励金制度等）
 - ・恵那市移住定住事業のPR（恵那市事業）ぎふの木で家づくり支援事業のPR（岐阜県事業）優良住宅団地の情報提供。（恵那市事業）非住宅に対する県産材の有効利用。（岐阜県事業）
 - ・工口住宅への支援
 - ・新たな建設組合の設立への支援。
 - ・木材製材業への支援（事業拡大等）
 - ・公共施設の木造化推進。
 - ・木質バイオマス事業の推進。

事業実績

- ・令和元年度に木材製材所や卸売業者に対し現状についての聞き取りを行う。
- ・令和元年度に木造建築業者に木材利用についての調査を行う（20業者）。

KPI達成状況 (実績値/目標値)

年度	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025

進捗の評価

課題と次年度以降の方向性

産業振興施策

継続

事業名

③0 えなの森林魅力発信事業

展開事業 (12)

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

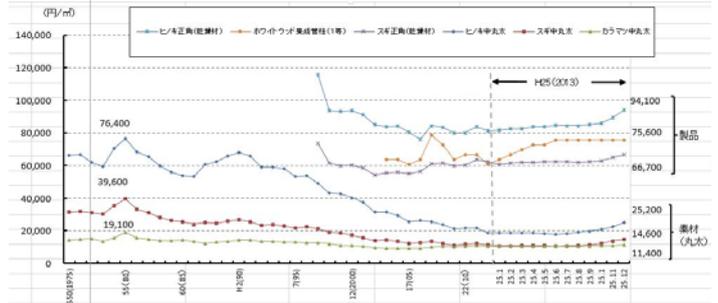
現状と課題

■ 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

63

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。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。15人

【潜在的担い手を育成するシステムの構築】

山ごと手習い塾：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

2019年10月12日～合計8日間（基礎編、応用編）の講座を実施。

森のインターンシップ：2019年10月～1月随時参加

KPI達成状況 (実績値/目標値)

年度	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
担い手育成講座の参加者数 (人)	62/45	/70	/80					
担い手育成講座の開催回数 (回)	9/9	/10	/10					

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。

64

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



この時期に作付、収穫できるものを+1 (ONE)で推奨

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。

産業振興施策

取り組み内容

- 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。
 - ・2018年度に引き続き、「白小豆」の栽培に取り組むとともに、生産農家数を増やす。



- 振興作物（トマト・ナス・栗）の生産者、生産量が減少傾向にあるため、産地強化を図るため帰農就農への働きかけや+ONEでの優先生産作物として推奨。

事業実績

- ・1件の生産者により17aの面積に取り組み、うち7aについては鳥獣害（イノシシ）の被害にあったが、10aは収穫することができた。→天候等による栽培条件では特に問題がないことは確認。10aで約140kg（2.3俵）の収量があり、約12万円の価格で販売。
- ・メリットとしては確実に買取手があることと、栽培管理はとらやのマニュアルにより特別な。デメリットとしては稲作より手間が掛かる。

KPI達成状況 (実績値/目標値)

成果指標	年度	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025

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 J A ・ 県 など関係機関と検討/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。

産業振興施策

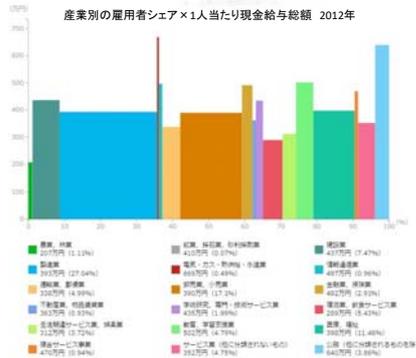
充実

事業名	NEW FARMERS 交流会議	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) (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

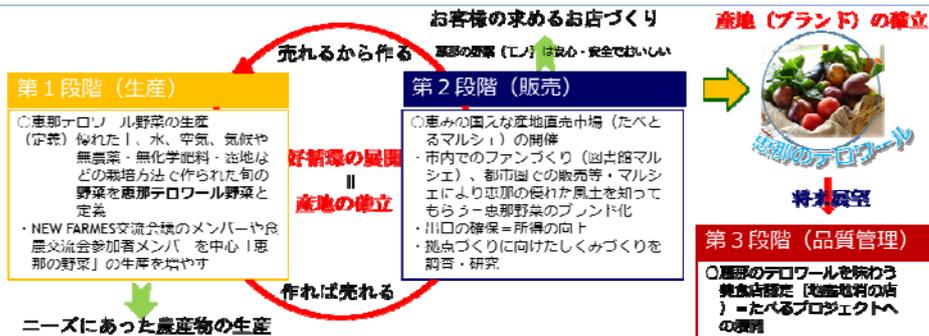
事業の概要

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に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

産業振興施策

取り組み内容

(1) 産地の確立 (ファンづくり)



(2) 域内消費 (地産地消) を加速させるため、市内飲食店とのつながりの強化と地域に必要な販売拠点の整備に向けた積極的な関与

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、1月19日、2月9日、3月9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/g.i.foods 12月8日~9日 (出店数 延べ131店)

KPI達成状況 (実績値/目標値)

年度	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025

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への積極的な参加を促す/販売所のあり方検討委員会への参画

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

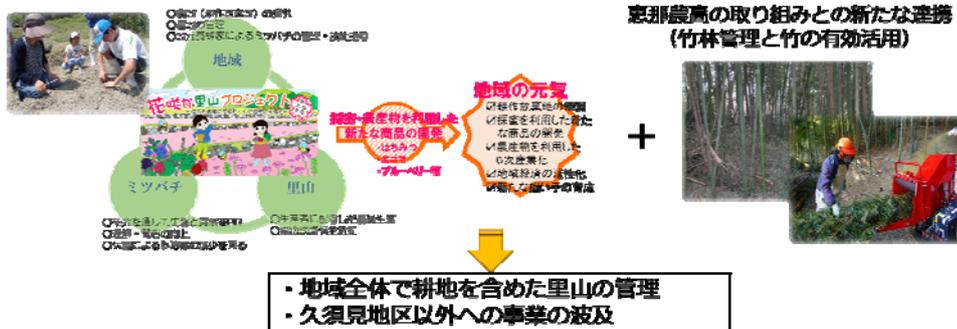
事業の概要

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

69

産業振興施策

取り組み内容



事業実績

- ・ 現在の管理面積約4,000㎡に2,000㎡を追加して栽培面積を拡大して取り組んだ。昨年同様、サポーターを募集して取り組みのPR・普及活動を継続。収穫したエゴマや採蜜したはちみつを使って6次産業化を実現(エゴマパン・はちみつ_百花繚乱、エゴマ味噌、エゴマ油)
- ・ 恵那農業高校の研究活動は、外部団体から表彰を受けるなど評価を得ている。
 - 全国農業アクション大賞 支援グループ認定 (78件応募15グループ認定)
 - 全国農業高校収穫祭 大丸東京賞
 - 第4回全国ユース環境活動大会中部地方大会 中部地方環境事務所賞
 - 第4回全国ユース環境活動全国大会 環境再生保全機構理事長賞 (準グランプリ)

KPI達成状況 (実績値/目標値)

年度	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025

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) / 事業の発展的な展開 / 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。とりわけ、他地域への波及することで耕作放棄地の解消につながるから他地域への波及方法について検討。/ 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。

70

産業振興施策

充実

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

71

産業振興施策

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、6組が市外から農地付き住宅を取得し移住。
- ・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を実施。→ 図面化を平成31年6月作成予定
- ・次年度予算に「耕作放棄地解消支援事業補助金」の新規設立。

KPI達成状況 (実績値/目標値)

年度	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025

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し、解消に向けた複合的な事業スキームの構築

【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/持続可能な力強い農業を実現するためには、基本となる人と農地の問題を一体的に解決する必要がある。このため、それぞれの集落・地域において徹底的な話し合いを行い、集落・地域が抱える人と農地の問題を解決するための「未来の設計図」となる「人・農地プラン（地域農業マスタープラン）」を見直す場を農業委員会と連携して創設。地域での話し合いで、可視化した耕作放棄地図を活用。また、させない取り組み、解消に向けた取り組みなど複合的な事業スキームを関係機関と連携して構築する。

72

産業振興施策

充実

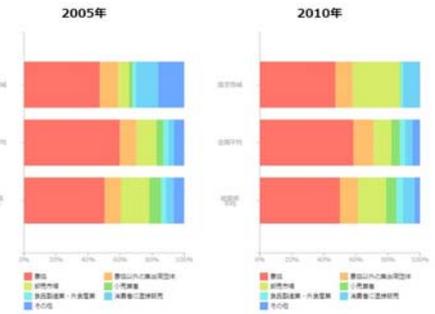
事業名	食と農の交流会 ～たべるプロジェクトの推進～	5つの施策の基本方向				
		ものづくり 産業の振興	集客・交流 産業の振興	経営基盤の 強化	産業基盤の 強化	人材の確保・ 育成
		産業の振興と基盤				
展開事業 (3) (6) (14)		域外から稼ぐ産業の振興	域内で稼ぐ産業の振興	産業拡大とヒトづくり		

現状と課題

■農産物の出荷先

- ・ 恵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。

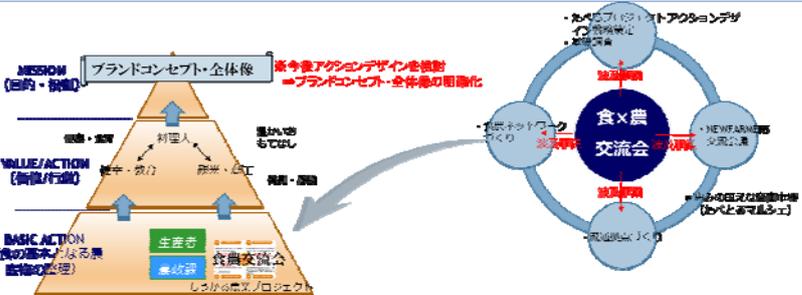
- (1) 農家と料理人のコミュニケーションや連携を深める場の提供
- (2) 食農ネットワークづくり
- (3) 流通拠点づくりの検討
- (4) たべるプロジェクト戦略ビジョン策定

73

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
- ・ 恵那の「農」「食」「人」の資源調査



事業実績

- 先進地視察の実施
- コアメンバーによる山形県鶴岡市の鶴岡食文化推進協議会や庄内イタリアンシェフ奥田氏等の取り組みやキーパーソンを訪問・視察。
- 第3回食×農交流会（平成30年6月20日開催）
- コアメンバーによる山形県鶴岡市の食文化創造推進都市先進地視察の取り組みを発表。
- 恵那市の食×農レシピのミニ試食会及びマッチング商談会を開催。
- 第4回食×農交流会（平成30年8月31日開催）
- 食文化創造推進都市山形県鶴岡市より奥田シェフを講師に向かえ、食文化創造講演会を開催。
- たべるプロジェクトワークショップ（平成30年10月16日、11月6日、12月4日開催）
- 食農交流会のコアメンバーに加え、商工・観光事業者、食育関係者が一同に会し、たべるプロジェクトの基本方針について議論。ロードマップとスローガン等を確認することができた。

KPI達成状況（実績値/目標値）

年度	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025

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→「直売所在り方検討委員会」への参画 / たべるプロジェクトワークショップ報告書に基づくプロジェクトの推進。

74

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		

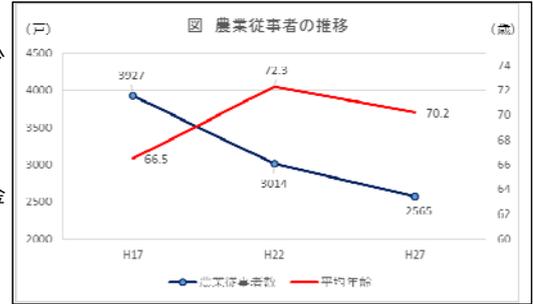
現状と課題

■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

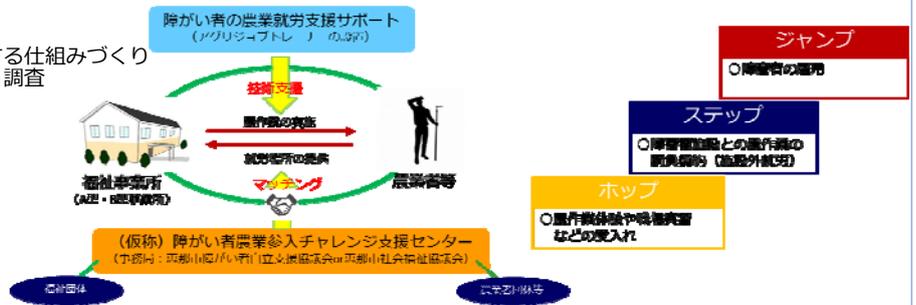
75

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

- ・ 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

- ・ しくみづくりに向けぎふアグリチャレンジ支援センターへ聞き取り調査を実施。
- ・ 一部の生産者(農家)と福祉事業所とのマッチングを行った。(鷹見農園(トマト/中津川市)・自然薯/セントラル建設)
- ・ 恵那市社会福祉協議会、社会福祉課としくみづくりに向けた打ち合わせを実施。
- ・ 平成31年度実施に向けた予算化(アグリジョブトレナーの派遣)
- ・ マッチングに向けて、社会福祉協議会の「ぶらっと」とお試して農作業体験を実施。(笠置山栗園、阿部農園など)

KPI達成状況 (実績値/目標値)

年度	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025

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) / 関係機関との調整

【方向性】 県・JA・社会福祉協議会等の関係機関との調整を図るとともに、基礎調査を実施し、2019年度の早い段階に仕組みづくりを構築し、事業の早期実現を図る。

76

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				
拠点となる農産物販売所の整備推進		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 (6) (11)					

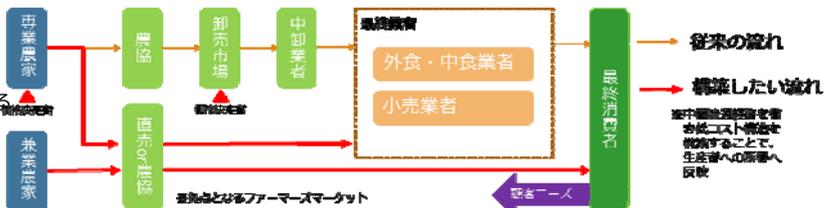
現状と課題

■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生産地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

77

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」を知ってもらおう（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

- ・販売拠点整備に向け、試行的にたべとるマルシェを開催。マルシェを開催する中で課題等が明らかになりつつある。→いきなり拠点を整備するのではなく、「たべとるプロジェクト」や「たべとるマルシェ」の取り組みを進めていく中で一体的に検討いく必要がある。
- 生産されている農産物や飲食店の求める食材など基礎的な調査、コーディネーターの育成や関係機関との連携など課題を明確にするとともに、ビジョンや整備に向けたロードマップの作成が必要。

KPI達成状況 (実績値/目標値)

年度	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025

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） / 食×農交流会やNEW FARMES交流会及び「たべとるプロジェクト」などの事業やJA等の関係機関も含め、一体的に検討していく必要がある。

【方向性】「直売所あり方検討委員会」の設立 / 民間業者も含めた連携による整備の検討 → ビジョンやロードマップの作成

78

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

79

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
- ・3月1日現在で11,480の閲覧回数

KPI達成状況 (実績値/目標値)

年度	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025

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

80

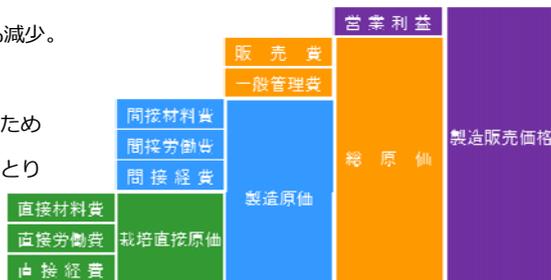
産業振興施策

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はいけない。



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
 ・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

＝ 農業の産業としての自立

- 【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

- ・日本政策金融公庫と連携し、試行的に「農業経営セミナー」を3月15日（金）に開催。参加者数は、営農組織、若手新規就農者を中心に17名の参加
- ・参加者へアンケート調査を実施し、セミナー内容のニーズ調査を行った。

KPI達成状況 (実績値/目標値)

年度	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025

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】 次年度は「日本食農連携機構」と連携し、意欲のある農家を対象に連続セミナー「農業経営塾」を開催予定。

2018年度で完了した事業

産業振興施策

事業名	「半分、青い。」関連事業	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) (6) (7) (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

- 連続テレビ小説「半分、青い。」
放送期間：2018年4月から9月まで / ドラマに出てくる架空の町「東美濃市泉町」のロケ地が岩村町の岩村城下町
- 観光入込客数
・2017 3,787,824人（市全体） 211,418人（岩村城跡、城下町、資料館の合計）
・2016 3,848,396人（市全体） 161,126人（岩村城跡、城下町、資料館の合計）
・2015 4,037,791人（市全体） 160,253人（岩村城跡、城下町、資料館の合計）
・2014 3,833,257人（市全体） 133,414人（岩村城跡、城下町、資料館の合計）
・恵那市全体の観光入込客数は、380万人から400万人で推移している。岩村城跡、岩村城下町については増加傾向にある。
- 「半分、青い。」関連商品の数 2018年3月末 2商品（「まめやなも」良平堂、「凍ての華」山岡駅かてん館）
- 課題 2018年4月の放送開始に向けて受入環境が整っていない、関連商品の開発が進んでいない。

目的

- ・観光客の満足度向上による再来訪率の向上と市内の観光地への誘導
- ・関連商品の開発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

- (1) 観光客の満足度を向上させるための事業
- (2) 観光客の購買意欲を高めるための事業
- (3) 市内への周遊を促進し、滞在時間を延ばすための事業
- (4) 恵那市の魅力を発信する事業を実施

85

産業振興施策

取り組み内容

(1) 満足度を向上する事業	(2) 購買意欲を高める事業	(3) 滞在時間を延ばす事業	(4) 魅力を発信する事業
<ul style="list-style-type: none"> ・観光案内所など観光インフラ整備 ・ロケ地マップの作成 ・ロケセットの設置 ・番組展の開催 ・のぼりの制作・設置 ・アイデア体験企画の開催 	<ul style="list-style-type: none"> ・土産物品、特産品の開発促進（観光協会、商工会議所、商工会、大手菓子メーカーと連携） ・特産品販売所「えなてらす、いわむら。」設置 ・恵那峡SAで観光物産展を開催 ・五平餅マップの作成 	<ul style="list-style-type: none"> ・市内周遊ガイドマップの作成配布 ・観光案内の強化 	<ul style="list-style-type: none"> ・恵那市紹介映像の制作 ・明知鉄道インスタフォトコンテストの開催 ・SNSを活用した情報発信 ・PRイベント、観光物産展の開催

事業実績

- 【主な実績（2018年8月現在）】
- ・岩村町観光入込客数（町屋5館） 約4倍
 - ・関連商品の開発 40種類
 - ・岩村城下町内五平餅店における売上：前年比約3倍、五平餅の通信販売による売上：約3倍
 - ・岩村城下町における土産物の状況（カステラ、地酒）：1.2倍～3倍



KPI達成状況

（実績値/目標値）

年度	2018	2019	2020	2021	2020	2021	2022	2023
岩村町観光入込客数（千人）	311/200	2018完了	-	-	-	-	-	-
関連商品の数（品目）	40/20	2018完了	-	-	-	-	-	-

進捗の評価

完了

課題と次年度以降の方向性

【課題】一過性の効果としないよう普遍的な目玉が必要／観光地として受入ノウハウが不足。勉強する機会が必要／事業者が持っている売上データを分析して取り組みを考える必要がある／メディアに取り上げられないと効果薄い／地元の人がもっと他地域のことを知っていれば周遊を促せた／周辺のお店の情報が不足／他の地域と結びつけることが困難／リーダー不在

【方向性】観光物産所など整備した観光インフラや五平餅マップなど新たに作成したPRツールを活用し、岩村城跡、岩村城下町を中心とした観光を推進する／この事業により蓄積したノウハウを2020年の大河ドラマ「麒麟がくる」に活かす。

86

産業振興施策

事業名	恵那峡観光コンテンツ制作事業	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) (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

■観光入込客数

- ・2017年 3,787,824人（市全体） 474,273人（恵那峡） 342,592人（山菜園・恵那銀の森合計）
- ・2016年 3,848,396人（市全体） 466,516人（恵那峡） 405,207人（山菜園・恵那銀の森合計）
- ・2015年 4,037,791人（市全体） 488,348人（恵那峡） 527,408人（山菜園・恵那銀の森合計）
- ・恵那市全体の観光入込客数は、380万人から400万人で推移している。恵那峡は44万人から50万人で推移。施設は減少傾向にある。
- ・インターネットの恵那市観光スポットランキングでは1位となっているためコンテンツを整備すれば、観光客はさらに増加

■恵那峡再整備事業

- ・計画期間：2014年度から2019年度まで / 総事業費：約11億6千万円
- ・主な整備：さざなみ半島どんぐり広場整備、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、第2駐車場整備、第3駐車場整備、第4駐車場整備

■課題

観光コンテンツ（ソフト）の不足。

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

- (1) PRツールの作成
- (2) 恵那峡らしさを活かした新商品の開発
- (3) 観光宣伝材料となる映像及び写真の撮影
- (4) 観光ガイド育成と観光コンテンツ実施計画書の作成

87

産業振興施策

取り組み内容

(1) PRツールの作成	(2) 新商品の開発	(3) 映像及び写真の撮影	(4) 観光ガイド育成と観光コンテンツ実施計画書の作成
<ul style="list-style-type: none"> ・リニューアルオープン用チラシの作成 ・のぼりの作成 ・法被の作成 ・ノベルティーの作成 	<ul style="list-style-type: none"> ・恵那峡ロゴマークの作成 ・キャッチコピーの作成 ・土産物及び食事メニューの開発 ・土産物及び食事メニューのPR 	<ul style="list-style-type: none"> ・映像（2～3分程度） ・写真（10点程度） 	<ul style="list-style-type: none"> ・観光ガイド育成に係る企画書作成 ・観光ガイドシナリオの作成 ・観光ガイド希望者の募集 ・観光ガイド養成講座の実施 ・既存の観光コンテンツに係る情報収集 ・観光コンテンツ実施に係る企画書作成

事業実績

- ・2018年4月 委託契約締結（恵那市観光協会）
- ・2018年5月 観光協会においてロゴマーク、キャッチコピー、その他PRツールについてプロポーザル実施
- ・2018年9月 ロゴマークなどについて、選定方法を全国への応募に変更
- ・2018年10月 リニューアルオープンチラシ作成

KPI達成状況 (実績値/目標値)

年度	2018	2019	2020	2021	2020	2021	2022	2023
新たな土産物の開発数（品目）	/5	2018完了	-	-	-	-	-	-
宿泊者数（恵那峡周辺）（万人）	12.7	2018完了	-	-	-	-	-	-

進捗の評価

遅れている

課題と次年度以降の方向性

【課題】 目的となる観光の目玉が不在（目立つイベントやモノ）／グルメの開発が進んでいない／宿泊前後にやることがない／誰に来て欲しいのか定まっていない／二次交通が整備されていない／恵那峡へ誘導するサインがない／誘客事業が十分に行われていない

【方向性】 観光コンテンツ実施企画に基づいた情報発信により誘客を進める／恵那峡周辺の宿泊施設（湯快リゾート、EGH、かんぼの宿恵那、民宿おくら、民宿藤太郎）の2017年宿泊者は127千人で前年比87%。2013年以降下落傾向にあるため、下落を食い止めることを目標とする。

88

2019年度で完了した事業

産業振興施策

事業名	恵那峡再整備事業	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 (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

■ 恵那峡再整備事業

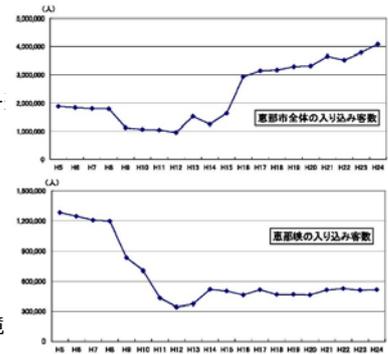
- ・ 期間：2014年度から2019年度まで / 総事業費：約11億6千万円
- ・ 主な整備：さざなみ半島どんぐり広場整備、多目的イベント広場整備、恵那峡ビジターセンター、森林散策路整備、傘岩周辺整備、第2駐車場整備、第3駐車場整備、第4駐車場整備

■ 社会資本総合整備計画（恵那峡周辺地区）

- ・ 計画期間：2014年度から2019年度まで
- ・ 目標：恵那峡の観光入込客数 509,101人（2013）→560,000人（2018）
イベント開催回数 1件/年（2013）→7件（2018）
周辺施設回遊割合 13%（2013）→20%（2018）

■ 課題

恵那峡周辺に点在する歴史、文化資源の一体的な魅力向上。散策路や案内誘導施設など周遊環境の創出。リニューアルに向けたPR、観光コンテンツの不足。



目的

満足度の高い観光地への受け入れ体制の整備

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

- (1) にぎわい空間づくりのための施設整備
- (2) イベントなどソフト事業の充実
- (3) リニューアルに向けた観光コンテンツの制作

91

産業振興施策

取り組み内容

(1) 施設整備

- ・ さざなみ半島どんぐり広場整備
- ・ 多目的イベント広場整備
- ・ 恵那峡ビジターセンター整備
- ・ 遊歩道整備
- ・ 傘岩周辺整備
- ・ 森林散策路整備
- ・ 弁天島整備
- ・ サイン整備
- ・ 駐車場整備（第2～第4）

(2) ソフト事業の充実

- ・ 各種メディア活用によるPR
- ・ イベント出店や旅行商品造成による誘客促進
- ・ リニューアルイベントの開催
- ・ さくらまつり、もみじまつり、恵那峡カヤック体験、恵那峡ウォーキングなど年間を通じたイベントの実施

(3) コンテンツの制作

- （恵那峡観光コンテンツ制作事業）
- ・ 観光の目的地となるためのコンテンツや恵那の食材を活用したグルメ、モデルコース造成



事業実績

- 2014年度～2017年度・・・さざなみ半島どんぐり広場整備、多目的イベント広場整備、遊歩道整備、森林散策路整備、駐車場整備（第2）さくらまつり、もみじまつり、恵那峡カヤック体験、恵那峡バードウォッチング、温泉めぐり（恵那峡ウォーキングは雨天中止）
- 2018年度・・・多目的イベント広場整備、恵那峡ビジターセンター整備、傘岩周辺整備、弁天島整備、サイン整備、駐車場整備（第3、第4）恵那峡観光コンテンツ制作

KPI達成状況

（実績値/目標値）

年度	2018	2019	2020	2021	2020	2021	2022	2023
恵那峡観光入込客数（万人）	/50	/50.5	/51					
宿泊者数（恵那峡周辺）（万人）	/12.7	/12.8	/12.8					

進捗の評価

コンテンツ制作が遅れている

課題と次年度以降の方向性

【課題】 目的となる観光の目玉が不在（目立つイベントやモノ）／グルメの開発が進んでいない／宿泊前後にやることのない／誰に来て欲しいのか定まっていない／二次交通が整備されていない／恵那峡へ誘導するサインがない／誘客事業が十分に行われていない

【方向性】 恵那峡リニューアルの効果を活かすためのPRの展開／恵那峡周辺の宿泊施設（湯快リゾート、EGH、かんぼの宿恵那、民宿おくら、民宿藤太郎）の2017年宿泊者は127千人で前年比87%。2013年以降下落傾向にあるため、2018年については下落を食い止めることを目標とする。リニューアル後3年間は1%増加を目指す。

92

産業振興施策

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
- 恵那峡における課題
 - 継続して誘客するための取り組みが必要（ニーズに合った地域資源の価値化（商品化・事業化）が必要、事業化する担い手が必要）。
 - 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（情報発信）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

恵那市、観光協会、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

- ・ 恵那峡プロモーション活動、イベントの開催、旅行商品の造成等（地域資源の価値化）
- ・ 地域特産品や恵那峡ロゴマーク、キャッチコピーを用いた土産物品の開発と販売

93

産業振興施策

取り組み内容

- 市と指定管理者によるプロモーション活動の実施、イベントの開催、旅行商品の造成等（地域資源の価値化）を実施。
 - (1) リニューアルPRの展開
 - ① 市内、市外、海外に向けたPR・・・広報えなやじゃらんなど雑誌媒体への記事掲載、JRさわやかウォーキングの招致、海外のインフルエンサー招聘 など
 - (2) 3つの柱による誘客
 - ① 歴史・文化・自然を活かした誘客・・・大井ダム、傘岩、遊覧船、サクラやモミジなど四季折々の自然の活用、観光ガイドの育成 など
 - ② にぎわいの創出による誘客・・・オープニングイベント、地域特産品を扱う店舗を集めたフェス、さくらまつり・もみじまつりの開催 など
 - ③ 市内他地域との連携による誘客・・・ローカルジャパン体験プログラム付き宿泊プランの造成、恵那峡周辺の観光資源との連携 など
 - (3) ビジターセンターの活用
 - ① 恵那峡や市内の観光資源の紹介・・・福沢桃介、大井ダム、恵那峡の四季・自然や市内の他の観光地に関する案内
 - ② 珍しい物の開催・・・自然公園ならではの希少植物の観賞、ノルディックウォーク、バードウォッチングの開催 など
 - ③ 情報発信・・・サクラの開花情報、紅葉情報など公園の状況をリアルタイムで情報発信、恵那峡に関するツアー・イベント情報の発信
- 地域特産品や恵那峡ロゴマーク、キャッチコピーを用いた土産物品の開発と販売

事業実績

KPI達成状況（実績値/目標値）

年度	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025

進捗の評価

課題と次年度以降の方向性

94

産業振興施策

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		

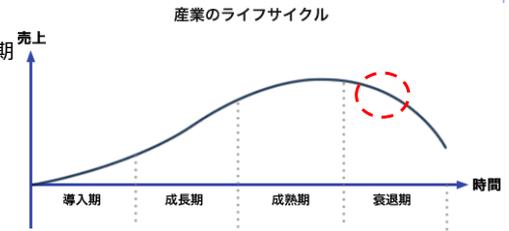
現状と課題

■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

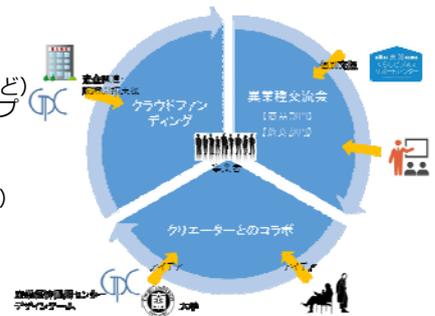
- (1) 事業者同士の交流によりアイデア出し、ノウハウの共有を図る
- (2) 外部からのアイデアを取り込む
- (3) 事業化により成功事例を作る

95

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
新商品開発補助金の利用数 (件)	3/5	/10	/10					

進捗の評価

課題と次年度以降の方向性

96

産業振興施策

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	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)	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		

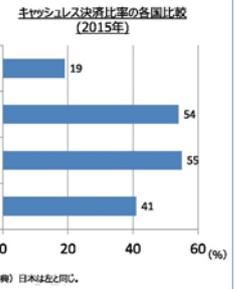
現状と課題

■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

97

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	2022	2023	2024	2025
説明会・イベント参加者数(者)	-	/50						

進捗の評価

課題と次年度以降の方向性

恵那くらしビジネスサポートセンター事業の中で実施する。

98