

## 会議録：「第2回恵那市産業振興ビジョン戦略策定部会」

---

日時：令和3年7月21日（水曜日） 18:30～20:30

場所：防災センター 3F 研修室

参加者：別紙参照

【検討部会】商業・観光・工業など市内の企業や団体の代表委員17名（内、5名欠席）、  
恵那市担当課職員6名 計23名

### 1. 開会

○商工課「ただ今より「第2回恵那市産業振興ビジョン戦略策定部会」を開催いたします。  
はじめに、産業振興ビジョン策定部会のアドバイザー・ファシリテーターとしてご参加  
いただく先生方のご紹介とご挨拶を頂戴したいと思います。

### 2. ファシリテーター・アドバイザーご挨拶（全体）

○荒川紳示氏 公認会計士・税理士 荒川紳示公認会計士事務所、  
（株）アルコパートナーズ代表取締役

○蟹江信幸氏 MBA（経営学修士）、THINK BETTER 代表、  
岐阜県よろず支援拠点コーディネーター

### 3. 産業の現状と課題のまとめ（全体）

○商工課 別紙「市産業の現状と課題\_まとめ」により説明

### 4. グループ検討（グループ別）

○商工課「各グループにおきまして、これまでの現状と課題の内容を踏まえて、『産業の  
弱みや足りないモノについて』と、『産業の強みとそれを生かすために何をしなければならない  
か』について議論したいと思います。前回同様にそれぞれの最後に各グループでの意見の  
まとめを発表いただく代表の委員さんの選出もお願いします。それではよろしくお願  
いします。」

#### ①産業の弱み（足りないモノ）

#### ②産業の強みとその活用について



『第2回戦略策定部会委員意見まとめ』参照

### 5. 各産業の課題の情報共有（全体）

Aグループは山田委員、Bグループは宮地委員が代表し、各委員から出された意見を発表  
し情報共有を行った。

6. 次回検討部会の開催について

○商工課「次回は、令和3年8月25日水曜日、18時30分から、防災センター3階研修室で開催します。内容はビジョンの方向性について意見を伺えたらと考えています。よろしくお願いします。」

7. 閉会

## 第2回戦略策定部会委員意見まとめ

### ○弱み

- ・人材不足(人手、後継者)
- ・事業者の危機感が足りない
- ・後継者不足
- ・社員のスキルのバラつき
- ・企業の挑戦する意識の不足
- ・知識、経験の不足
- ・地元で仕事がないため離れる
- ・知識習得のための時間的な余裕がない
- ・まちづくり、観光の主導できる組織、人が不足
- ・将来ビジョンが立てられていない
- ・先進地の事例、情報がない
- ・中長期計画が立てられていない
- ・仕事の負荷分散が出来ていない
- ・顧客の偏り、1社依存が高いため売り上げが左右される
- ・弱みではなく強みを伸ばす、強みに変える意識が重要
- ・強みを認識していないところが一番の弱み
- ・事業所の減少
- ・地域の特性、魅力の衰退
- ・伝統あるものの減少
- ・人材育成の仕組みがない
- ・CSからESにシフト出来ていない
- ・恵那市の魅力が思いつかない
- ・郷土愛を育てること
- ・観光の魅力がない、発見出来ていない
- ・稼ぐために付加価値(人・モノ)が付けられていない
- ・知名度が低い
- ・ターゲットが絞れていない
- ・人の交流が少ない
- ・地域の魅力を発見出来ていない
- ・地域外の人の力を使えていない
- ・生産者が減っている
- ・若者が外に出てしまう、外でお金を使う
- ・家を建てる場所が少ない
- ・空き家、空き店舗の活用が出来ていない

### ファシリテーターアドバイス

- ・若者が戻ってこれる受け皿の整備も必要
- ・岐阜県は魅力の発信力が弱い
- ・弱みを言えばきりががないため最終的には強みを伸ばす考えに変える
- ・強みを生かし事業を実施するなかでの足りない部分をどう克服するかが重要
- ・人材不足の中でこれだけの事を恵那市はやっているとすれば逆に強みに変わり日本一になれる

### ○強み・魅力

- ・観光資源
- ・伝統
- ・交通の便が良い
- ・地域の協力、関係性の深さ
- ・自然が豊か、体験が出来る
- ・歴史がある町(中山道、岩村等)
- ・内職活用の仕組みが出来ている
- ・思いつかない
- ・和菓子
- ・技術力
- ・マニュアル化が出来ている
- ・自然災害が少ない
- ・柔軟な対応が可能
- ・地元密着の会社
- ・知名度がある
- ・取引企業との関係性が高いため競争力があり、産業障壁が高い
- ・土地が安い
- ・地理的条件、名古屋圏から近い
- ・人・物の流れが良い
- ・リニア駅ができる
- ・移住者の受け入れに寛大
- ・前向きな経営者が多い
- ・特産品がある
- ・サービスが一通りある
- ・製造業(自動車部品、パルプ・紙)の競争力
- ・農村風景
- ・物流上の利便性が良い

### ファシリテーターアドバイス

- ・良いものがあっても市場に受け入れられないといけない。強みをどう売るかが大切
- ・「稼ぐ力の強い」というビジョンを考えると、マーケットに受け入れられることを考えることが重要
- ・マーケットから発想する考えかたが大切
- ・テクノロジーの活用し弱みの克服や強みを磨く方法も考えられる
- ・市として勝てる方向への施策。市も競争
- ・市の補助金、就職、移住者のサポートが充実
- ・経営支援、創業できる土台がある

### ○「強み」「魅力」を生かしどうあればいいのか

- ・観光資源を生かす
- ・外部から人材を集める
- ・認知度は上がっている 発信力→売上・集客につなげる
- ・広域的な視点で連携して実施
- ・仕事を獲得できる仕組み作り
- ・今ある資源を生かす、ブラッシュアップ
- ・やるべき事を絞って選択して伸ばす
- ・プロモーション、ブランド化
- ・弱みを売り売りにする発想が必要
- ・恵那峡最下位を認識する(逆転の発想)
- ・売り方、見せ方、出し方が大切
- ・うまく売っている地域を参考
- ・顧客を獲得し必要とされる会社になる
- ・若い人材の確保、育成
- ・若者の地域への密着
- ・事業用地、住宅地の確保
- ・前向きな取り組み
- ・人を増やして商売に変える
- ・情報発信
- ・観光客の分析調査、近隣との比較
- ・若者の流出しない町
- ・移住者を活用した情報発信
- ・受注産業から企画できる提案型企業への移行

### ファシリテーターアドバイス

- ・観光分野での行政レベルでの思い切った広域連携
- ・自然という切り口でも癒しなのか美容なのか特徴を出す

### ○まず始めに何をしなければいけないか

- ・他地域の情報、参考事例の収集
- ・弱みを強みに変える
- ・分かりやすいキャッチコピーを作る
- ・近隣、他社の情報を知る
- ・自然だけではなくその中の何を売るか
- ・マーケティングに絡める
- ・テクノロジーの活用
- ・ブランディング
- ・弱みを知って生かす取り組み
- ・説明の仕方、売り方、知識のある人材の活用
- ・負荷分散のため仕事をシェアする取り組み
- ・自然の資源に付加価値を付けて売る
- ・自社をPRする
- ・不動産業者の関与
- ・マッチングの窓口
- ・産学官の連携
- ・自社で企画、営業
- ・ジバスクラムのサポート(売り方、売り先)
- ・Bizサポの活用
- ・同業、異業種のマッチング
- ・子どもの職業体験、産業を学ぶ場を作る
- ・創業時のワンストップの相談窓口(補助金含む)
- ・事業者同士が気軽に話が出来る場所の創出

### ファシリテーターアドバイス

- ・広域的な視点での連携
- ・他市町村との連携