

# 市産業の現状と課題 まとめ

1. 産業の現状
- 取引先
    - ・1社に依存しているため得意先の動向により売上げが左右される
    - ・仕入れ先、同業者の廃業
    - ・要求されるロット数や設備面から新規受注のハードルが高い
    - ・忘年会等の大規模な飲み会が減少傾向
    - ・域外へ製品やサービスを販売する市内事業所のサプライヤーが市内事業所で繋がる形が理想
    - ・人口減少に伴い仕事が減少
  - 材料
    - ・原材料の高騰、不足
  - 技術・経営
    - ・市内産業の技術力の向上が必要
    - ・支援機関の職員数の減少
    - ・女性の登用が進んでいない
    - ・同業の新規参入が進み競争が激化
  - 立地
    - ・中心市街地の空洞化

2. 担い手
- 人手不足
    - ・大手に人が流れ地元社員が少ない
    - ・若者の都会への流出
    - ・若者や女性が市に残ってもらうための策が必要
    - ・中小、零細企業は給与が低いため人材確保が困難
    - ・先行きが不透明なため安定的に新規雇用ができない
    - ・求職者に対し会社の情報が伝わっていない
    - ・製造業のイメージアップが必要
  - 教育
    - ・子供の地元産業を知る機会が少ない
    - ・子供に対し中小企業の魅力を伝える機会が少ない
    - ・市内に大学があれば良い
  - 育成
    - ・社員のスキルにバラツキがある、育成の仕組みがない、育たない
    - ・若い人材の定着率が低い、若手の人材育成が課題
    - ・子供に対し中小企業の魅力を伝える機会が少ない
    - ・職人を育成する機関がない
  - 事業継続
    - ・後継者、大工の不足
    - ・事業承継がうまく進んでいない
    - ・儲かっているのに廃業するケースがある
    - ・経営者、店主、従業員の高齢化
  - その他
    - ・テレワークを活用し勤務先を変更せず移住する人が増えた
    - ・コロナを契機に地方回帰の動きあり。人材確保のチャンス

3. 製品・販路
- ・物流の整備が課題
  - ・マーケティング、売り方が分からない
  - ・事業所同士のマッチングの仕組みがない
  - ・ECサイトの活用が進んでいない

4. 商品（資源）・サービス
- 活用
    - ・商品の原材料はほとんど地元食材を使用
    - ・他社との差別化を図り、うまく発信してることが課題
    - ・中山道などの観光資源が活用できていない
  - 開発
    - ・商品、サービスのブランディングが課題
    - ・グルメの名物、特産品がない。ブランド化が進んでいない
    - ・新商品の開発が進んでいない
    - ・恵那市を代表する特産品はいっぱいある

5. お客さま
- ・自店を訪れた観光客の別の観光地への周遊が進んでいない
  - ・稼働率、連泊客の確保が課題
  - ・とにかく恵那市に来てもらう事が大切。来る目的を作る、組み立てることが課題
  - ・お金を落としてもらうための仕組みづくり
  - ・恵那市のファンを獲得することが必要

10. 新型コロナの影響
- 工業
    - ・自動車（大型車）の部品の生産減
    - ・自動車（乗用車）産業ではサプライチェーンの寸断があり操業停止となった
    - ・ステイホームで住宅の改装などが増加
    - ・海外での生産が再開し回復の兆しあり
    - ・外出制限により取引先の和菓子の売上が落ち、自社の売上も減少
  - 商業
    - ・衣料小売業の倒産率が高い。外出を控えるため需要がなく売れない
    - ・飲食店は休業・時短要請により売上げ減少。かなり厳しい状況
    - ・飲食店以外の支援が薄い
  - 観光
    - ・キャンプ場は人数制限を行ったがお客は増えた
    - ・観光客の減少
    - ・期待していた麒麟の効果が限定的
    - ・土産物の売上が3割減
    - ・業態変換を余儀なくされた

6. 商業・観光の特徴
- 商店街等まちの活性化
    - ・中心市街地の魅力が弱い、空洞化が進んでいる
    - ・商店街は空き店舗が多く店舗数減少が課題
    - ・やる気のある人が空き店舗等を活用し新事業のチャレンジをする場所が整備できていない
    - ・店舗兼住宅が多いため空き店舗の活用が進まない
    - ・活性化のための仕掛けが課題。まちづくり会社の設立も検討
    - ・大型店舗との差別化が必要
    - ・地元と出店希望者の考えのギャップがある。調整役が必要
    - ・市商品券を活用した各店舗毎での顧客確保の取り組みが出来ていない
    - ・お酒離れが加速。飲食の文化が無くなる
    - ・お酒のイメージアップが必要
    - ・アフターコロナを見据えターゲットを絞ったインバウンドの受け皿整備が必要
  - 創業・起業
    - ・恵那ビジネスサポートセンターの設置により環境は整っている
    - ・ハードルが高いと考える人が多いため、気軽にセミナー等に参加してもらうための情報発信が必要
    - ・背中を押してあげるためチャレンジショップや先輩起業家との情報交換する機会が必要
    - ・空き家バンクの商用利用
    - ・スタートアップを対象にした低料金で利用できるオフィスがない
  - 観光
    - ・見る場所、食べる場所が少ない。空き家対策を踏まえた長期的な視点での商売がし易い環境整備が必要
    - ・地域間（観光地）の心理的な距離がある
    - ・観光は広域的に取り組みることが必要。他市、他地域との連携
    - ・農業を絡めた観光施策が出来ていない
    - ・サブカルチャーの分野での観光振興が出来ていない。ドローンや林道を活用した自転車、バイクなど
    - ・バス旅行の誘致
    - ・観光資源はたくさんあるが発信の仕方が課題
    - ・観光、まちづくりは民主導でいかないとうまくいかない
    - ・ターゲットを定めた観光プランを考える必要がある
    - ・リニア開通を見据えて動く必要がある
    - ・地域のみでの観光は行き詰まり感がある

7. 新事業への展開
- 挑戦
    - ・新たな分野へ挑戦し新規取引先を開拓した
    - ・市内事業者のコミュニティの場がない
    - ・市内事業者の情報がなく、新分野へチャレンジするための事業マッチングが出来ていない
    - ・複数社で仕事を受注する仕組み、仕事をシェアする仕組みがあれば良い
    - ・新商品、サービスにチャレンジしないと会社は活性化しない、社員のモチベーションも上がらない
    - ・同業種で集まり新商品の開発を検討している
    - ・地域経済循環率を上げるため地域通貨の検討が必要
    - ・自店内にレンタルスペースの設置を検討
    - ・事業者同士でアイデアを共有できるシェアオフィスがあると良い
    - ・BtoBからBtoCの分野へ拡大を図りたい
    - ・取引価格の見直しが優先事項
    - ・新たなお客の確保のため設備投資を実施
  - SDGs
    - ・今後はカーボンニュートラルの取り組みが課題になる
    - ・SDGsの取り組みが課題
    - ・これからの時代を生き残るには、自社・自店のファンの獲得が必要。そのためにもSDGsの取り組みは必須
  - アフターコロナ
    - ・簡単に客は戻らない、先行きが不透明。オリジナル性のある食が必要
    - ・マイクロツーリズムの取り組みが必要
    - ・新しい仕掛けを検討することが課題
    - ・EC販売の活用
    - ・お酒中心の商売からの転換が必要
    - ・コロナ禍で貯蓄に回ったお金を地域に落としてもらうための施策検討を進める必要がある

8. 設備投資
- DX、IT技術の導入
    - ・重要と考えるが導入が進んでいない。仕事がアナログ。
    - ・DXは重要。IT技術の導入を進め省人化を図り頭を使う部分に人間の力を回すことが重要
    - ・技術の伝承のためIT技術の活用も必要
    - ・観光地での活用が進んでいない
    - ・知識がなく何から行えば良いのか分からない、導入は成果、成功事例がないと進まない
    - ・相談窓口が岐阜方面しかなく不便
    - ・専門家の派遣も長期間のものがないと意味がない

9. 土地・環境
- ・物流上の交通利便性は高い
  - ・住宅用地、工業用地が不足。利便性の高い土地は規制があり造成可能な土地が少ない
  - ・空き家が多いため、空き家をリノベーションして活用できる仕組みがあれば良い
  - ・BCPの観点から今の事業所の場所はあまり良くない

11. その他
- ・行政と民間の連携、協力が不足
  - ・郷土愛を育む子供の教育が重要、あまり出来ていない
  - ・選択と集中で分野を絞った支援が必要
  - ・結婚を促す施策が必要
  - ・子育て世代に住んでもらえる市になること
  - ・子供たちが最先端のIT技術に触れ合う機会が少ない
  - ・市や国には良い支援・補助制度がいっぱいある