

恵那市産業振興ビジョンアクションプラン（案）

前期（2018年度～2020年度）

恵那市

恵那市産業振興ビジョンアクションプランについて

◆位置付け

本市では、2018年3月に恵那市産業振興ビジョンを策定しました。そのビジョンを達成するために、ビジョンの戦略に基づく具体的な取り組みを検討・事業化し、アクションプランとして取りまとめ、進捗管理を行っていくこととしています。

アクションプランは、ビジョンの計画期間である2018年度から2025年度を、前期（2018年度から2020年度）、中期（2021年度から2023年度）、後期（2024年度から2025年度）の3期に分けて作成する実施計画で、各期の主要事業を示すものとします。

【産業振興ビジョンとアクションプランの計画期間】

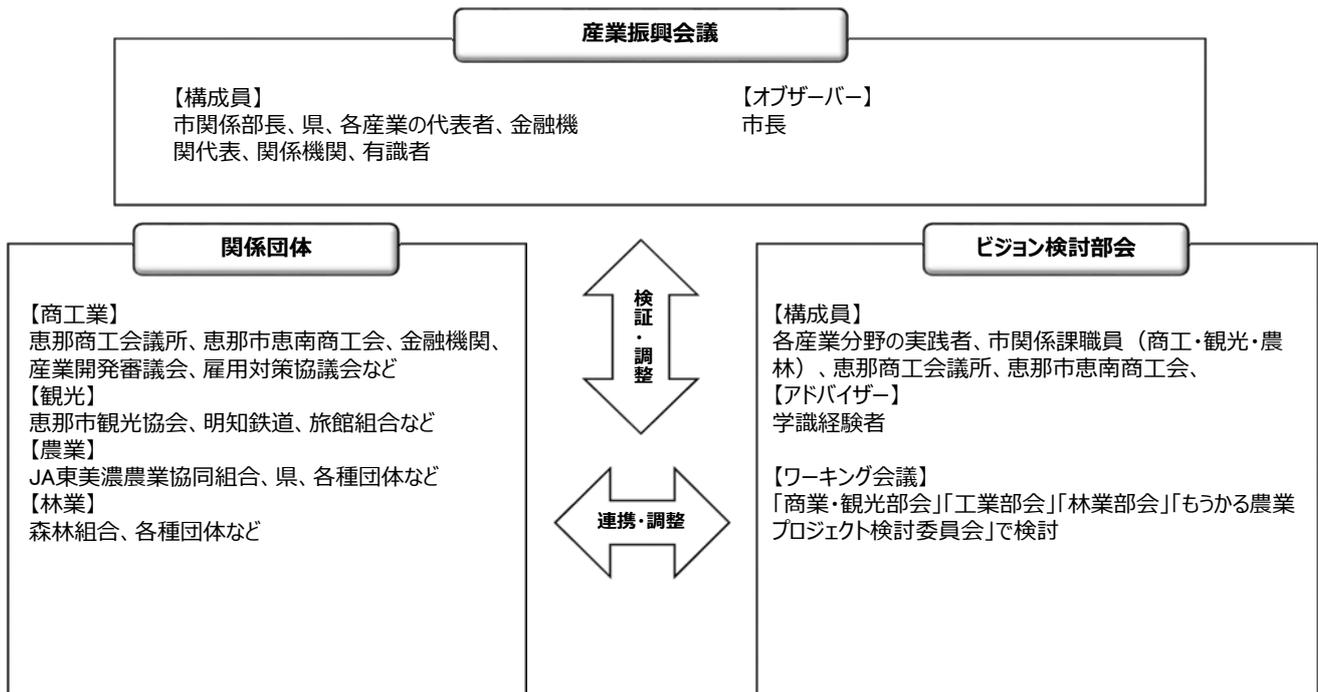
2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
	恵那市産業振興ビジョンの計画期間 2018～2025							
ビジョン策定	アクションプラン（前期）		アクションプラン（中期）			アクションプラン（後期）		

◆PDCA

毎年度、各事業の効果を検証し、その結果を踏まえて事業内容の見直しや次の展開のための新たな事業の構築等を検討・実施していきます。各事業の実施に関しては、実行段階で修正等の必要性が判明した場合は、可能な限りスピーディーな対応に努め、PDCAの繰り返しによる実効性の向上を図ります。

新たな事業の構築に関しては、スクラップアンドビルドによる予算編成に留意します。

アクションプラン推進の組織図



3

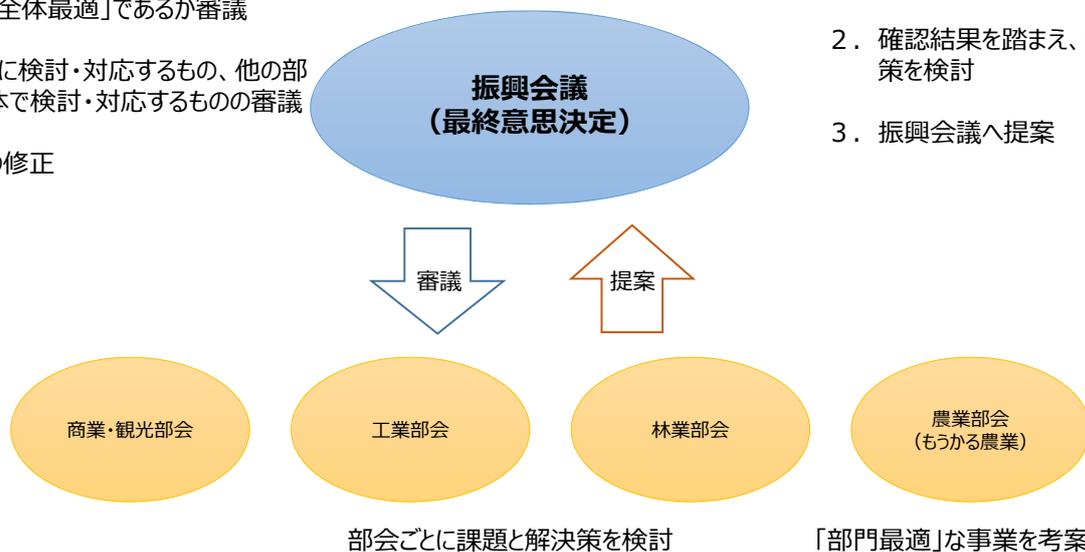
アクションプラン進捗管理

【振興会議の役割】

1. ビジョンの進捗状況や成果の検証
2. 施策が「全体最適」であるか審議
3. 部会ごとに検討・対応するもの、他の部会や全体で検討・対応するものの審議
4. ビジョンの修正

【検討部会の役割】

1. ビジョンに基づく実施事業の進捗状況や有効性を確認
2. 確認結果を踏まえ、必要と考えられる施策を検討
3. 振興会議へ提案



4

恵那市産業振興ビジョンの考え方

商業・観光分野

【目指すべき姿】
地域資源を生かし、滞在時間の長い観光地への転換

工業分野

【目指すべき姿】
企業の強みを磨き、社員が輝く、魅了あふれる産業への転換

林業分野

【目指すべき姿】
木と山の魅力の発信・体験による担い手確保と売れる産業への転換

農業分野

【目指すべき姿】
もうかる農業への転換

目指すべき地域産業の姿



「稼ぐ力の強い、持続する地域産業の形成」

恵那市産業振興ビジョン全体の体系図

産業振興ビジョン全体の体系図「5つの施策の基本方向」「15の基本施策」「32の展開事業」



恵那市産業振興ビジョンの7つの重点プロジェクトと戦略

【重点プロジェクト（1）恵那の「もの」「こと」創造プロジェクト】

戦略

- ① 恵那ブランド形成
- ② 地域資源活用促進
- ③ 同業種・異業種間連携の促進
- ⑥ 市場開拓・販路拡大

戦略

【重点プロジェクト（5）創業・起業促進プロジェクト】

- ⑱ 創業・起業チャレンジ支援

戦略

【重点プロジェクト（6）地域経済拡大プロジェクト】

- ② 企業立地支援・誘致促進
- ③ 産業立地環境の整備

戦略

【重点プロジェクト（2）集客・交流コンテンツ創造プロジェクト】

- ⑦ 体験プログラムによる観光・産業振興
- ⑪ 集客できる拠点整備

戦略

【重点プロジェクト（7）人財確保プロジェクト】

- ⑲ 採用力向上
- ⑳ 選ばれる事業者となるための魅力発信
- ㉑ 高齢者・女性の活躍推進

戦略

【重点プロジェクト（3）魅力発信プロジェクト】

- ⑫ プロモーション強化

戦略

【重点プロジェクト（4）事業者総合支援プロジェクト】

- ⑬ ビジネス総合相談機能強化
- ⑭ 事業者活性化支援



15の戦略のアクションプラン

7

恵那市産業振興ビジョンのKPI（重要業績評価指標）

【KPI】商業・観光分野「地域資源を生かし、滞在時間の長い観光地への転換」

管理指標	目標水準	基準年度の水準	平成 32 年度末	平成 37 年度末	考え方
新商品開発補助金の利用数		5 件 (H28 年度)	15 件	30 件	ブランド形成
年間商品販売額		718 億円 (H26 年度)	720 億円	800 億円	ブランド形成
地域経済循環率		82.9% (H22 年度)	85%	90%	地域資源活用

【KPI】工業分野「企業の強みを磨き、社員が輝く、魅力あふれる産業への転換」

管理指標	目標水準	基準年度の水準	平成 32 年度末	平成 37 年度末	考え方
地元就職率		24.9% (H28 年度)	25%	30%	人材確保
民間投資額		263 億円 (H22 年度)	250 億円	300 億円	経営基盤強化
製造品出荷額		1,521 億円 (H26 年度)	1,600 億円	1,710 億円	ブランド形成

【KPI】林業分野「木と山の魅力の発信・体験による担い手確保と売れる産業への転換」

管理指標	目標水準	基準年度の水準	平成 32 年度末	平成 37 年度末	考え方
体験プログラム参加者数		39 人 (H28 年度)	80 人	150 人	魅力発信
林業就業者数		86 人 (H27 年度)	93 人	100 人	人材確保
木の駅プロジェクト参加団体数		3 団体 (H28 年度)	5 団体	7 団体	地域資源活用

【KPI】農業分野「もうかる農業への転換」

管理指標	目標水準	基準年度の水準	平成 32 年度末	平成 37 年度末	考え方
新規就農者数		10 人 (H29 年度)	16 人	26 人	人材確保
農産物販売額		51.6 億円 (H27 年度)	53.1 億円	54.7 億円	ブランド形成
耕作放棄地		525 ha (H27 年度)	525 ha	525 ha	地域資源活用

8

恵那市産業振興ビジョンの7つの重点プロジェクトと戦略

1. ものづくり産業の振興 工程表(ロードマップ)

【重点プロジェクト(1)恵那の「もの」「こと」創造プロジェクト】

基本施策	展開事業	取り組み主体 (●:主となって推進/○:連携して推進)				スケジュール ●→ 既存事業の強化 ●→ 新規事業				
		市	団体	民間事業者	市民	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度以降	
① 地域資源の活用とブランド化	① 恵那ブランド形成									
	地域資源を活用した恵那ブランド新商品開発	○	○	●		●→	●→	●→	●→	中長期事業
	既存振興作物の強化・見直し	●	○	○		●→	●→	●→	●→	
	観光コンテンツ制作事業 【具体的な取り組み】 ◆「半分、青い。」関連事業 ◆恵那峡観光コンテンツ制作事業	○	●	●		●→	●→	●→	●→	展開検討
	新たな農作物や売れる作物の作付け 【具体的な取り組み】 ◆水稲+1(ONE)推進事業 ◆NEW FARMERS交流会議	○	○	●		●→	●→	●→	●→	展開検討
	② 地域資源活用促進									
	既存商品やサービスの付加価値向上、新事業展開への支援 【具体的な取り組み】 ◆恵那くらしビジネスサポートセンター事業 2018重点事業	○	○	●		●→	●→	●→	●→	
	農産物や林産物などを活用した6次産業化	○	○	●		●→	●→	●→	●→	中長期事業
	東濃ヒノキなど恵那の木を利用したオリジナル製品の開発 【具体的な取り組み】 ◆オリジナル木製品開発促進事業 2018重点事業	○	●	●		●→	●→	●→	●→	
	地域資源を生かしたお土産品や体験プログラム造成・販売 【具体的な取り組み】 ◆中津川・恵那チャレンジプロジェクト	○	●	●		●→	●→	●→	●→	展開検討
	新規作付け等による遊休農地や閑散期の農地活用 【具体的な取り組み】 ◆水稲+1(ONE)推進事業 ◆農業の様々な主体との連携事業	○	●	●		●→	●→	●→	●→	展開検討
	遊休農地の有効活用、空き家に付随する農地の取得制度確立 【具体的な取り組み】 ◆遊休農地の活用促進事業	●				●→	●→	●→	●→	展開検討

9

恵那市産業振興ビジョンの7つの重点プロジェクトと戦略

1. ものづくり産業の振興 工程表(ロードマップ)

【重点プロジェクト(1)恵那の「もの」「こと」創造プロジェクト】

基本施策	展開事業	取り組み主体 (●:主となって推進/○:連携して推進)				スケジュール ●→ 既存事業の強化 ●→ 新規事業				
		市	団体	民間事業者	市民	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度以降	
② 知恵とネットのつくり	③ 同業種・異業種間連携の促進									
	農林商工業者の交流促進による新たな付加価値創出 【具体的な取り組み】 ◆食と農の交流会 ◆農福連携事業の構築 2018重点事業	○	○	●		●→	●→	●→	●→	中長期事業
	地域資源活用や農林商工連携を産業化に結びつけるための学ぶ場提供・支援 【具体的な取り組み】 ◆中津川・恵那チャレンジプロジェクト 2018重点事業	●	●	○		●→	●→	●→	●→	
③ 市場開拓・販路拡大	⑥ 市場開拓・販路拡大									
	集客施設での地域産品展示販売 【具体的な取り組み】 ◆中津川・恵那チャレンジプロジェクト 2018重点事業	○	○	●		●→	●→	●→	●→	中長期事業
	ジェットロなど関係機関との連携による国内外への販路拡大	○	○	●		●→	●→	●→	●→	
	プレミアム付き商品券事業 【具体的な取り組み】 ◆プレミアム付き商品券事業	○	●	●		●→	●→	●→	●→	展開検討
	ECサイトを活用した販売戦略の促進	○	●	●		●→	●→	●→	●→	展開検討
	消費者と農家をマッチングする仕組み構築 【具体的な取り組み】 ◆食と農の交流会	●	○	○		●→	●→	●→	●→	展開検討
	農産物販売所(直売所)の整備 【具体的な取り組み】 ◆拠点となる農産物販売所の整備	●	○	○		●→	●→	●→	●→	展開検討
首都圏での展示販売 【具体的な取り組み】 ◆NEW FARMERS交流会議	○	○	●		●→	●→	●→	●→	展開検討	

10

恵那市産業振興ビジョンの7つの重点プロジェクトと戦略

1. ものづくり産業の振興 工程表(ロードマップ)

【その他の推進事業】

基本施策	展開事業	取り組み主体 (●:主となって推進/○:連携して推進)				スケジュール ●---> 既存事業の強化 ●-> 新規事業			
		市	団体	民間事業者	市民	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度以降
		④産官学連携の促進	大学など研究機関の研究成果を活用したイノベーション創出	○	○	●	●--->		中長期事業
②知恵とネットワークを生かしたもののづくり	高校や企業との連携による耕作放棄地解消と農産物を活用した新商品開発 【具体的な取り組み】 ◆農業の様々な主体との連携事業	○	○	●	●--->	展開検討			
	⑤地域産品の情報発信	既存コンテストや展示会の充実	○	○	●	●--->		中長期事業	●->
③市場開拓・販路拡大	各種展示会やコンテスト開催、出展支援	○	○	●	●--->				●->

恵那市産業振興ビジョンの7つの重点プロジェクトと戦略

2. 集客・交流産業の振興 工程表(ロードマップ)

【重点プロジェクト(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】

基本施策	展開事業	取り組み主体 (●:主となって推進/○:連携して推進)				スケジュール ●---> 既存事業の強化 ●-> 新規事業				
		市	団体	民間事業者	市民	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度以降	
		④集客・交流産業の振興	⑦体験プログラムによる観光・産業振興	産業と観光を結びつけた体験プログラムづくり	○	●	●	●--->		
農場食材で料理を提供する飲食店のネットワーク化による地産地消促進	○		○	●	●--->					●->
オープンファクトリー	○		○	●	●--->		中長期事業			●->
地域資源を活用した恵那ブランド新商品開発(再掲)	○		○	●	●--->					●->
既存商品やサービスの付加価値向上、新事業展開への支援(再掲) 【具体的な取り組み】 ◆恵那暮らしビジネスサポートセンター事業 2018重点事業	○		○	●	●--->					●->
観光コンテンツ制作事業(再掲) 【具体的な取り組み】 ◆恵那峡観光コンテンツ制作事業 ◆「半分、青い。」関連事業	○		●	●	●	●--->	展開検討			
地域資源を生かしたお土産品や体験プログラム造成・販売(再掲) 【具体的な取り組み】 ◆中津川・恵那チャレンジプロジェクト	○		●	●	●	●->	展開検討			
⑤集客できる拠点の整備	⑩集客できる拠点整備	森林教育などを提供する拠点整備	○	○	●	●--->		中長期事業		●->
	恵那峡・ささゆりの湯再整備 【具体的な取り組み】 ◆恵那峡再整備事業	●	○	●	●	●--->	展開検討			
	農産物販売所(直売所)の整備(再掲) 【具体的な取り組み】 ◆拠点となる農産物販売所の整備	●	○	○	○	●->	展開検討			

恵那市産業振興ビジョンの7つの重点プロジェクトと戦略

2. 集客・交流産業の振興 工程表(ロードマップ)

【重点プロジェクト(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】

基本施策	展開事業	取り組み主体 (●:主となって推進/○:連携して推進)				スケジュール ●---> 既存事業の強化 ●-> 新規事業			
		市	団体	民間事業者	市民	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度以降
		⑥魅力発信							
⑫プロモーション強化									
	各種メディアの有効活用による観光情報発信の充実 【具体的な取り組み】 ◆「半分、青い。」関連事業 2018重点事業	●	●	●		●---> 中長期事業			
	広域的・効果的な情報発信 【具体的な取り組み】 ◆東美濃歴史街道協議会事業 2018重点事業	●	●	○		●---> 中長期事業			
	えなの森林魅力発信事業 【具体的な取り組み】 ◆えなの森林魅力発信事業	○	○	●		●-> 展開検討			
	「食」と「農」のポータルサイト整備 【具体的な取り組み】 ◆「食」と「農」のポータルサイト開設	●	○	○		●-> 展開検討			

13

恵那市産業振興ビジョンの7つの重点プロジェクトと戦略

2. 集客・交流産業の振興 工程表(ロードマップ)

【その他の推進事業】

基本施策	展開事業	取り組み主体 (●:主となって推進/○:連携して推進)				スケジュール ●---> 既存事業の強化 ●-> 新規事業			
		市	団体	民間事業者	市民	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度以降
		④集客・交流産業の振興							
⑧まちの魅力再発見と活用									
	商品化されていない地域資源を活用した観光商品・プログラム創出	○	●	●		●---> 中長期事業			
	ストーリー性のあるプログラム開発と情報発信	○	●	●		●---> 中長期事業			
	宿泊施設の活用とPR	○	●	●		●---> 中長期事業			
	「食」をテーマにした情報発信によるレストランや飲食店の活用促進	●	●	●		●---> 中長期事業			
⑨観光協会の組織強化									
	観光協会の組織機能や人材育成の強化	○	●	○		●---> 中長期事業			
⑩教育プログラムによる集客促進									
	森林教室など教育プログラム提供による集客力向上	○	●	●		●---> 中長期事業			

14

恵那市産業振興ビジョンの7つの重点プロジェクトと戦略

3. 経営基盤の強化 工程表(ロードマップ)

【重点プロジェクト(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】

基本施策	展開事業	取り組み主体 (●:主となって推進/○:連携して推進)				スケジュール ●---> 既存事業の強化 ●-> 新規事業				
		市	団体	民間 事業者	市民	2018 年度	2019 年度	2020 年度	2021 年度以降	
		⑬ビジネス総合相談機能強化								
⑦経営支援	恵那くらしビジネスサポートセンターの機能強化 【具体的な取り組み】 ◆恵那くらしビジネスサポートセンター事業 2018重点事業	●	●			●---> 中長期事業				
	中小企業向けの効果的な情報提供の仕組み構築 【具体的な取り組み】 ◆恵那くらしビジネスサポートセンター事業 2018重点事業	●	●	○		●--->				
	⑭事業者活性化支援									
	商店街活性化	○	○	●		●--->				
	地域内経済循環を促進するためのビジネスマッチング	○	○	●		●---> 中長期事業				
	農林商工業者の交流促進による新たな付加価値創出(再掲) 【具体的な取り組み】 ◆食と農の交流会 ◆農福連携事業の構築 2018重点事業	○	○	●		●--->				
	恵那市産業振興会議の運営	●	●	●		●---> 展開検討				
	消費者と農家をマッチングする仕組み構築(再掲) 【具体的な取り組み】 ◆食と農の交流会	●	○	○		●-> 展開検討				

15

恵那市産業振興ビジョンの7つの重点プロジェクトと戦略

3. 経営基盤の強化 工程表(ロードマップ)

【重点プロジェクト(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】

基本施策	展開事業	取り組み主体 (●:主となって推進/○:連携して推進)				スケジュール ●---> 既存事業の強化 ●-> 新規事業			
		市	団体	民間 事業者	市民	2018 年度	2019 年度	2020 年度	2021 年度以降
		⑯創業・起業チャレンジ支援							
⑨新たな担い手発掘と育成	創業・起業希望者のための相談機能の充実 【具体的な取り組み】 ◆恵那くらしビジネスサポートセンター事業 2018重点事業	●	●			●--->			
	創業・起業しやすい環境整備 【具体的な取り組み】 ◆恵那くらしビジネスサポートセンター事業 2018重点事業	●	●			●---> 中長期事業			
	建設事業者等による農業への事業外参入	○		●		●--->			
	支援機関の連携による創業セミナーの実施 【具体的な取り組み】 ◆創業・起業チャレンジ事業	●	●	●		●---> 展開検討			
	さまざまな業種での創業・起業促進セミナーの実施 【具体的な取り組み】 ◆創業・起業チャレンジ事業	●	●	●		●---> 展開検討			
	女性の活躍推進 【具体的な取り組み】 ◆女性の活躍推進事業	●	○	●		●---> 展開検討			

16

恵那市産業振興ビジョンの7つの重点プロジェクトと戦略

3. 経営基盤の強化 工程表(ロードマップ)

【その他の推進事業】

基本施策	展開事業	取り組み主体 (●:主となって推進/○:連携して推進)				スケジュール ●---> 既存事業の強化 ●-> 新規事業			
		市	団体	民間事業者	市民	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度以降
		⑧ 経営基盤の強化							
	⑮時代に対応した経営基盤の整備								
	農地集積による経営拡大などを目的とした設備導入への支援	●	○			●--->			
	農業経営体の法人化に関する支援	●	○			●--->			
	IoTや高性能機械の導入促進 【具体的な取り組み】 ◆ものづくり産業の生産性向上事業	○	○	●		●->	展開検討		
	経営合理化のための企業体制改善の取り組みの推進 【具体的な取り組み】 ◆農業者の経営改善事業	○	○	●		●->	展開検討		
	⑯融資制度の充実								
	マル経融資や小口融資などの制度充実	●	○			●--->			
	⑰事業承継・事業再生支援								
	認定農業者の後継者育成支援	●	○			●--->			
	事業承継・事業再生のための相談・支援体制整備やセミナー開催 【具体的な取り組み】 ◆事業承継支援事業	●	●	○		●->	展開検討		
	⑲新たな担い手発掘								
	空き店舗などを活用した飲食業などの集積による新たな担い手発掘	○	○	●	●	●--->			
	森林所有者と経営者のマッチングや経営委託による新たな担い手発掘	○	○	●	●	●--->			
	関係機関等と連携した農業研修等による新たな農業の担い手発掘・育成	●	○			●--->	展開検討		
	⑨新掘たどな育担い手								

恵那市産業振興ビジョンの7つの重点プロジェクトと戦略

4. 産業基盤の強化 工程表(ロードマップ)

【重点プロジェクト(6)地域経済拡大プロジェクト】

基本施策	展開事業	取り組み主体 (●:主となって推進/○:連携して推進)				スケジュール ●---> 既存事業の強化 ●-> 新規事業			
		市	団体	民間事業者	市民	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度以降
		⑪ 企業立地の促進							
	②企業立地支援・誘致促進								
	奨励措置による企業立地・再投資促進 【具体的な取り組み】 ◆企業誘致促進事業 2018重点事業	●				●--->			
	本社機能移転促進 【具体的な取り組み】 ◆本社機能移転プロジェクト	●				●->	展開検討		
	③産業立地環境の整備								
	新たな工業団地整備 【具体的な取り組み】 ◆工業団地造成事業 2018重点事業	●				●--->			
	テレワーク推進による立地環境整備 【具体的な取り組み】 ◆テレワーク推進事業	●	○	○		●--->	展開検討		

恵那市産業振興ビジョンの7つの重点プロジェクトと戦略

4. 産業基盤の強化 工程表(ロードマップ)

【その他の推進事業】

基本施策	展開事業	取り組み主体 (●:主となって推進/○:連携して推進)				スケジュール				
		市	団体	民間 事業者	市民	スケジュール				
						2018 年度	2019 年度	2020 年度	2021 年度以降	
⑩ 地域の個性を生かした産業基盤の強化	⑩ 産業集積の促進									
	地域特性や強みを生かした産業集積促進 【具体的な取り組み】 ◆企業誘致促進事業 ◆本社機能移転プロジェクト	●		○		●→	展開検討			
	⑪ 産業基盤の整備									
	2次交通の充実	●	○	○		●→				
	林道整備や境界明確化	●	○	○		●→				
	間伐材の利用体制整備	○	●	●		●→		中長期事業		
	市有林の有効活用	○	●	●		●→				
	営農法人等への支援、農地の集積化	●	○	○		●→				
耕作放棄地見える化	●				●→		展開検討			

恵那市産業振興ビジョンの7つの重点プロジェクトと戦略

5. 人材の確保・育成 工程表(ロードマップ)

【重点プロジェクト(7)人材確保プロジェクト】

基本施策	展開事業	取り組み主体 (●:主となって推進/○:連携して推進)				スケジュール				
		市	団体	民間 事業者	市民	スケジュール				
						2018 年度	2019 年度	2020 年度	2021 年度以降	
⑫ 人材の確保	⑫ 採用力向上									
	事業者と教育機関の情報交換による地元採用促進	○	○	●		●→				
	農業経営体の経営安定や規模拡大支援による採用力向上 【具体的な取り組み】 ◆農業者の経営改善事業 2018重点事業	●	○	○		●→		中長期事業		
	企業の魅力発信事業 【具体的な取り組み】 ◆企業の魅力発信事業	○	○	●		●→		展開検討		
	実践的な経営者向け研修事業の充実 【具体的な取り組み】 ◆企業の採用力向上事業 ◆えなの森林魅力発信事業	●	●	○		●→		展開検討		
	就職面接会などで成果を上げるための仕組み構築 【具体的な取り組み】 ◆成果を挙げる就職面接会等のシステム構築	○	○	●		●→		展開検討		
	大手就職サイトなどの活用 【具体的な取り組み】 ◆企業の採用力向上事業	○	○	●		●→		展開検討		
⑬ 市民が事業者を知る機会創出	⑬ 選ばれる事業者となるための魅力発信									
	製造現場で働く若い世代の情報発信 【具体的な取り組み】 ◆企業の魅力発信事業	●		●		●→		展開検討		
	ワークライフバランス取り組み事業者の情報発信 【具体的な取り組み】 ◆企業の魅力発信事業	●		●		●→		展開検討		
⑭ 潜在的な人材の発掘	⑭ 高齢者・女性の活躍推進									
	女性の活躍推進 【具体的な取り組み】 ◆女性の活躍推進事業 2018重点事業	●	○	●		●→		中長期事業		
	シニアワークステーション 【具体的な取り組み】 ◆シニアワークステーション事業	●	○	●		●→		展開検討		

恵那市産業振興ビジョンの7つの重点プロジェクトと18の戦略

5. 人材の確保・育成 工程表(ロードマップ)

【その他の推進事業】

基本施策	展開事業	取り組み主体 (●:主となって推進/○:連携して推進)				スケジュール ●---> 既存事業の強化 ●-> 新規事業			
		市	団体	民間事業者	市民	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度以降
⑫人材の確保	⑫就職力向上								
	求職者への求人情報などの発信	●		●		●--->			
	トライアル雇用などによる若年者や障がい者の雇用促進	○		●		●--->			
⑬市民が事業者を知る 機会の創出	⑬教育機関と連携した地元事業者の情報・魅力発信								
	インターンシップ推進	○		●		●--->			
	事業者見学や森の健康診断などによる地場産業の魅力を知る機会の提供	●		●		●--->			
	キャリア教育 【具体的な取り組み】 ◆成果を上げる就職面接会等のシステム構築	●		○		●->			
	⑬専門家との連携による情報発信								
	ケーブルテレビを活用した魅力発信 【具体的な取り組み】 ◆企業の魅力発信事業	○		●		●->			
⑭潜在的 人材の 発掘	⑭市外からの雇用促進								
	宿泊体験や林業体験による移住者獲得	○	●	●		●--->			
⑮人材育成	⑮人材育成総合研修								
	指導者・技術者育成研修による人材育成	○	●	●		●--->			
	⑮働きやすい環境整備								
	勤労者資金融資制度などの実施による働きやすい環境の整備	●				●--->			

21

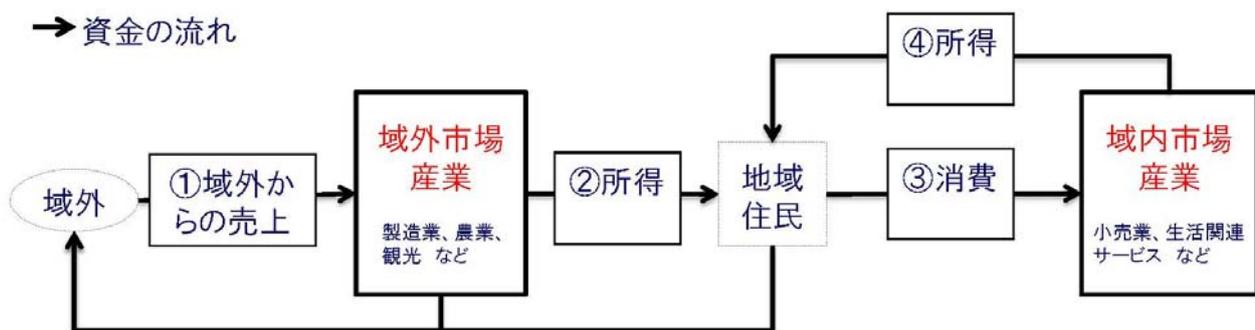
産業振興ビジョンマップ

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。

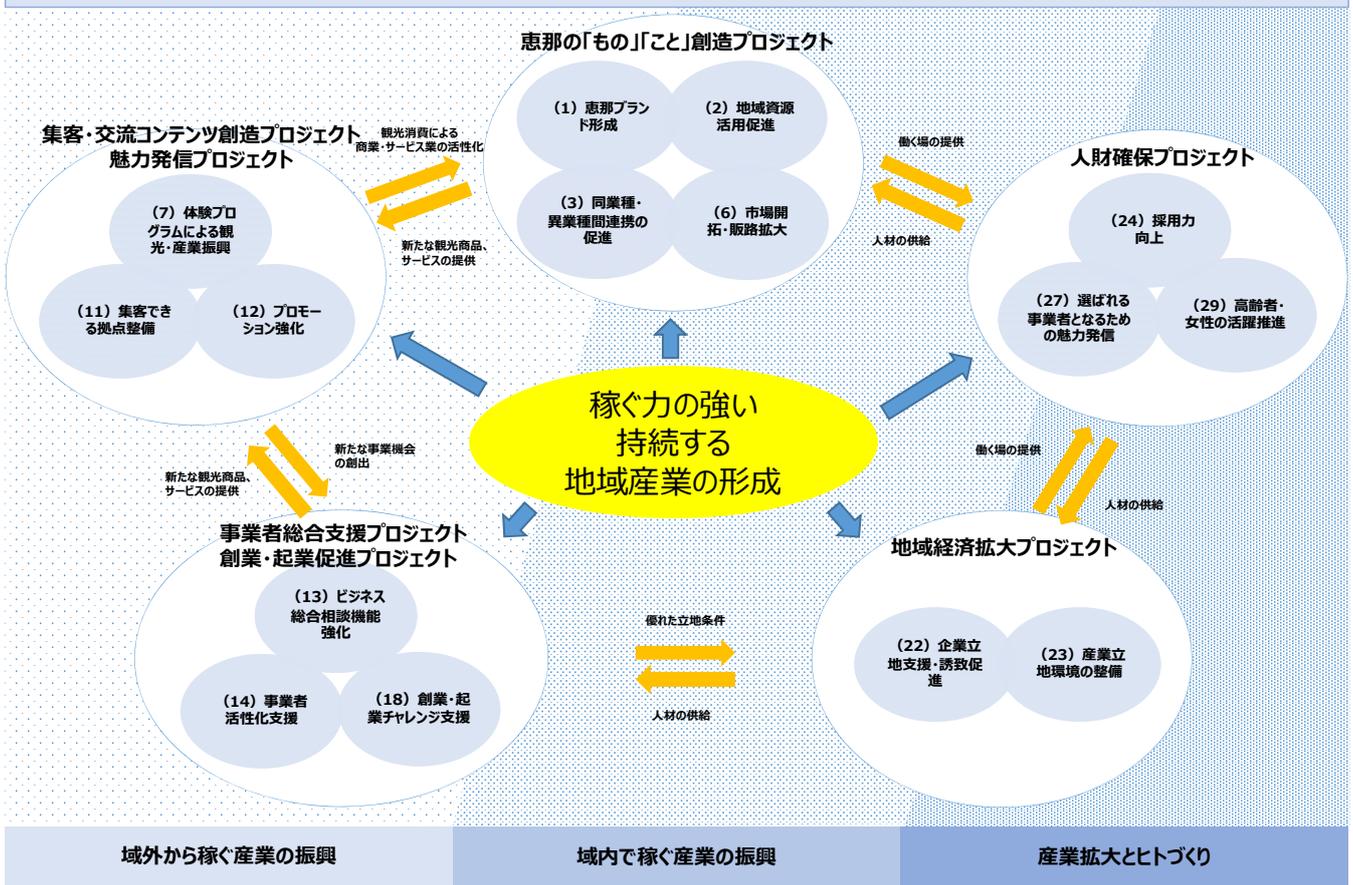
◆①製造業の会社が地域外に製品を販売し、売上を得る、②会社が従業員に給料を支払う、③地域住民が地元のスーパーで買い物をする、④スーパーが従業員に給料を支払う、その後③④を繰り返して、域内需要が拡大する、という地域経済の模式図（構造）が浮かび上がる。

◆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。

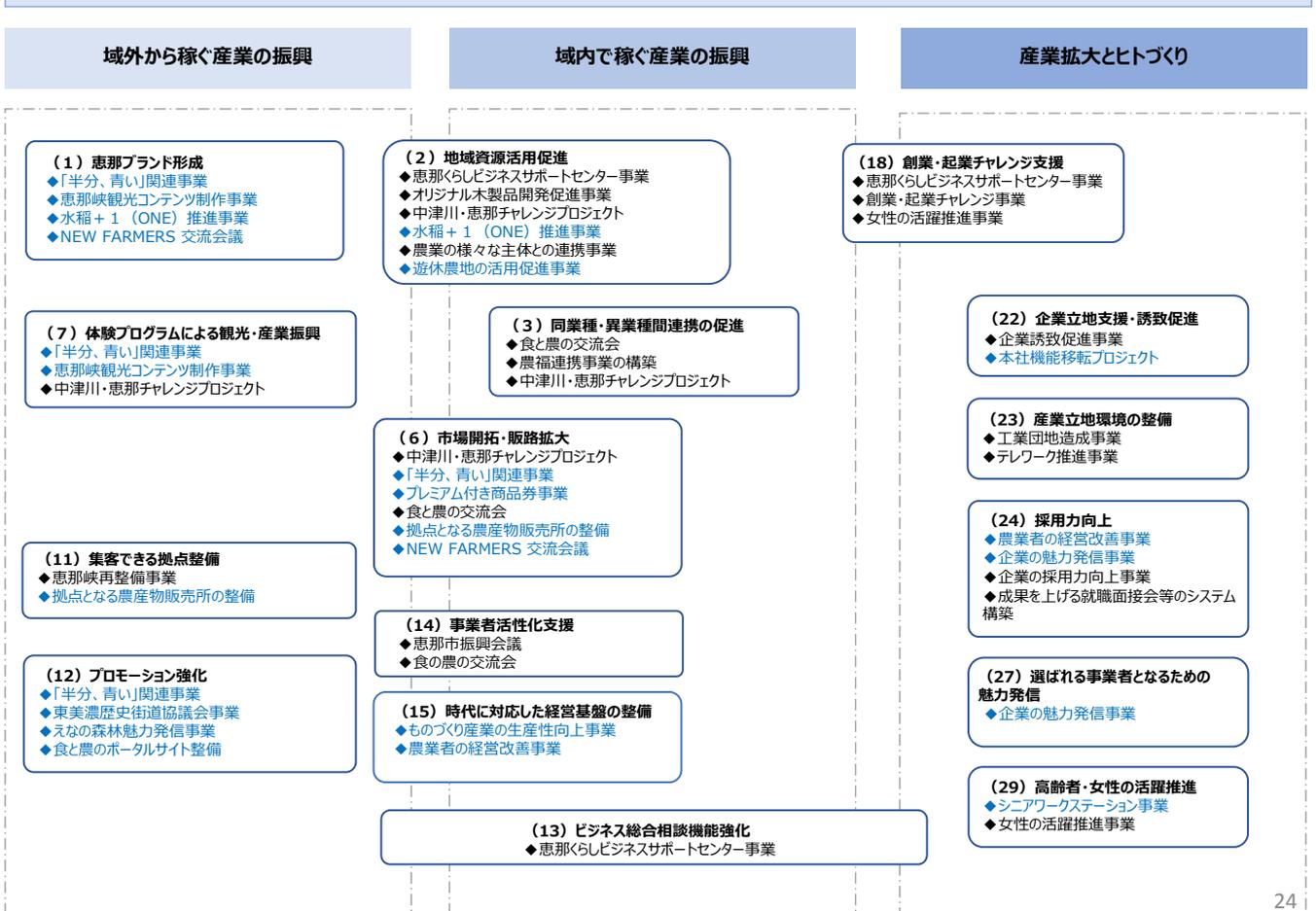


22

産業振興ビジョンマップ



産業振興ビジョンマップ

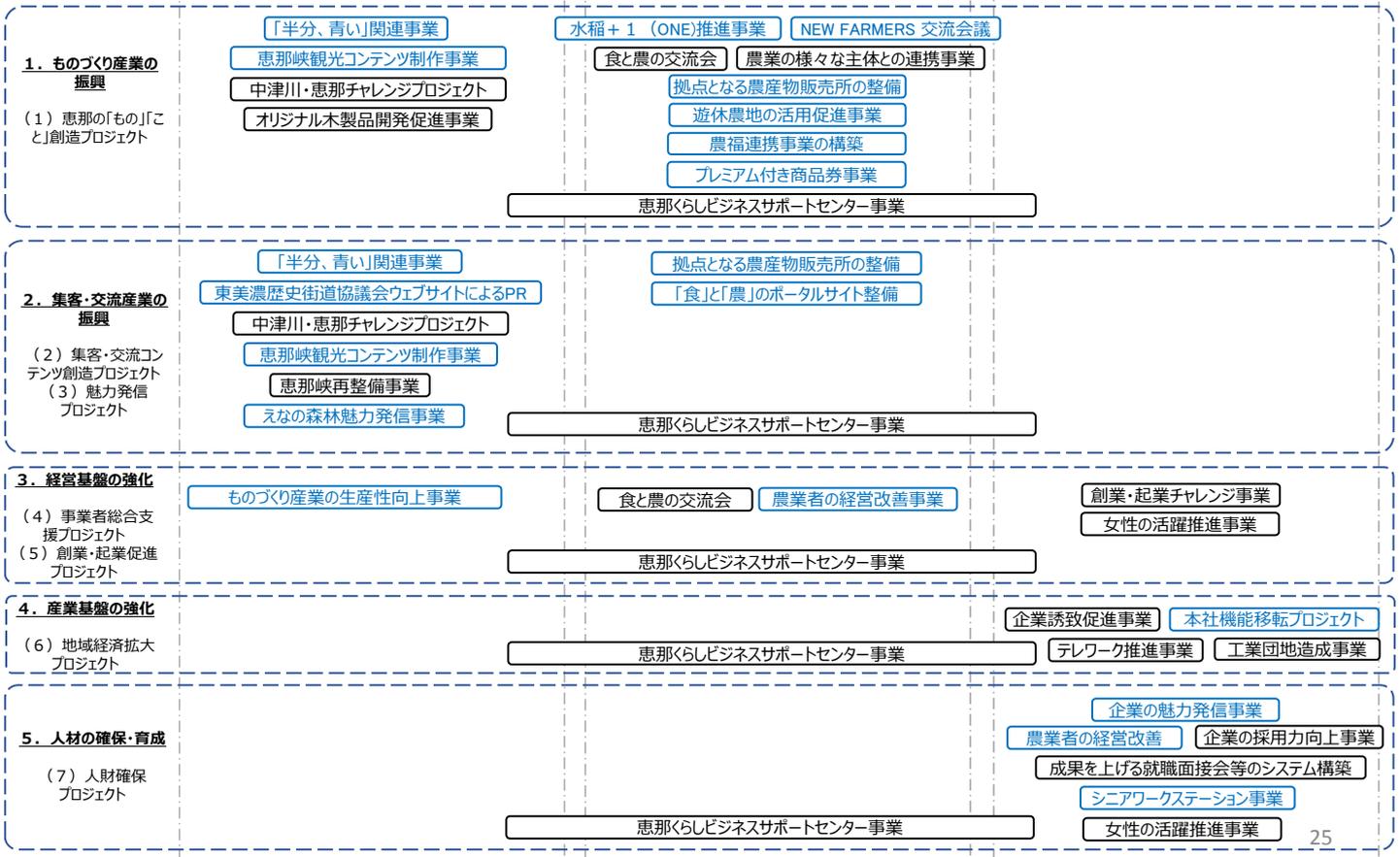


産業振興ビジョンマップ

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



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

27

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。

28

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

29

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。

30

産業振興施策

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。

31

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/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。

32

産業振興施策

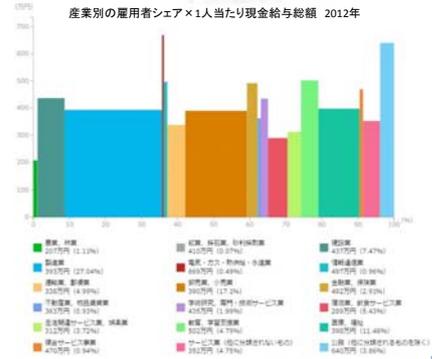
事業名	NEW FARMERS 交流会議	5つの施策の基本方向				
		ものづくり 産業の振興	集客・交流 産業の振興	経営基盤の 強化	産業基盤の 強化	人材の確保・ 育成
		産業の振興と基盤				
展開事業 (1) (6)		域外から稼ぐ産業の振興	域内で稼ぐ産業の振興	産業拡大とヒトづくり		

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

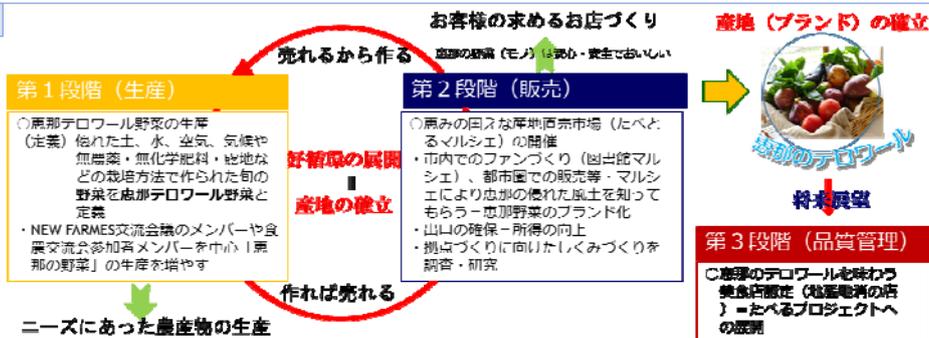
取組主体 専業農家・兼業農家・自給的農家

事業の概要

地元野菜の魅力を知ってもらい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

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

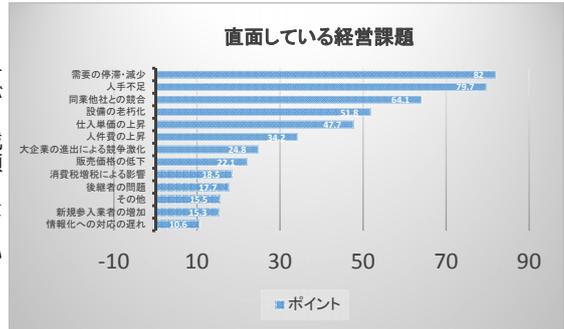
産業振興施策

事業名	恵那くらしビジネスサポートセンター事業	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) (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

35

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

36

産業振興施策

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		

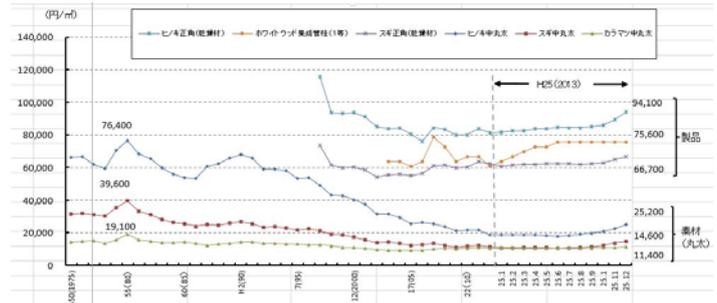
現状と課題

■ 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。

37

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（予定）。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)								
木工展の来場者数 (人)								

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

38

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				
中津川・恵那チャレンジプロジェクト		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 (2) (3) (6) (7)					

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	4,984
	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	24,591,165,016	2,582	19,488	3,246
	H27年	18,146,983,888	4,731,790,017	22,878,773,905	2,123	19,429	2,660
	対前年比	-2,642,060,033	-1,070,341,078	-3,712,401,147	-459	-69	-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	28,772	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) 地域資源の顕在化と方向性の整理
- (2) 発信・営業と観光地域経営基盤の整備
- (3) 持続的な観光地域経営の仕組みの確立

39

産業振興施策

取り組み内容

(1) 地域資源の顕在化と方向性の整理

- ・資源の定義・顕在化
- ・事業の方向性の整理と共有
- ・民間キーパーソンの組織化基盤整備
- ・官の連携及び連絡調整の体制づくり

(2) 発信・営業と観光地域経営基盤の整備

- ・ヴィジュアルアイデンティティとコミュニケーションのルールづくり
- ・エリアの中心的価値の整理
- ・商材のリスト化と本格的な連携開発
- ・観光動態の見えるかと情報活用手段整理
- ・地域戦略・ビジョンの仮説設定と検証
- ・民間キーパーソンによる事業運営

(3) 持続的な観光地域経営の仕組みの確立

- ・民間組織化と収益基盤の整備
- ・観光振興ビジョンの策定
- ・コミュニケーション及び事業の検証
- ・新たなプラットフォームの形成
- ・民の連携確立を含む観光地域組織化

事業実績

2017年度実績

- 地域資源の産業化を目指したブラッシュアップ事業
- ・スタートアップセミナー
- ・ブラッシュアップセミナー
- ・担い手ヒアリング
- ・観光博覧会(体験プログラム)/物産博覧会(土産品・特産品)
- ・商談会(NEXCO、JTB)

課題

- ・個別に類似した活動が展開
- ・キープレーヤーが連携する環境が整っていない
- ・ニーズに適合した施策展開されていない
- ・将来ビジョンがない
- ・プロモーションのコンセプト・ガイドライン・情報提供手段の不在

2018年度実績

- ・名城大学と連携した国際基準と適合した実証化のための共同研究
- ・地域内事業者の情報共有、学習機会の創出
- ・着地型商品開発委員会等の専門委員会を設置し、利害関係者の自主的な戦略・計画の形成と執行体制の整備
- ・統計調査の実施
- ・セミナー・テスト販売・商談会の実施
- ・ウェブサイト・パンフレットの作成

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	/50							
新たな体験プログラム造成数(個)	/10							

進捗の評価 やや遅れている(全体最適化が図れず、キープレーヤーが連携する仕組みが整っていない。)

課題と次年度以降の方向性

【課題】全体最適化が図れず、キープレー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】民間組織化と収益基盤の整備/観光振興ビジョンの策定/コミュニケーション及び事業の検証/新たなプラットフォームの形成/民の連携確立を含む観光地域組織化

40

産業振興施策

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

産業振興施策

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

43

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、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

44

産業振興施策

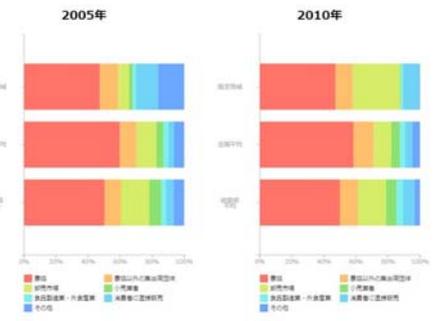
事業名	食と農の交流会 ～たべるプロジェクトの推進～	5つの施策の基本方向				
		ものづくり 産業の振興	集客・交流 産業の振興	経営基盤の 強化	産業基盤の 強化	人材の確保・ 育成
		産業の振興と基盤				
展開事業 (3) (6) (14)		域外から稼ぐ産業の振興	域内で稼ぐ産業の振興	産業拡大とヒトづくり		

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、卸売り市場への出荷が増えている。
- ・ 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

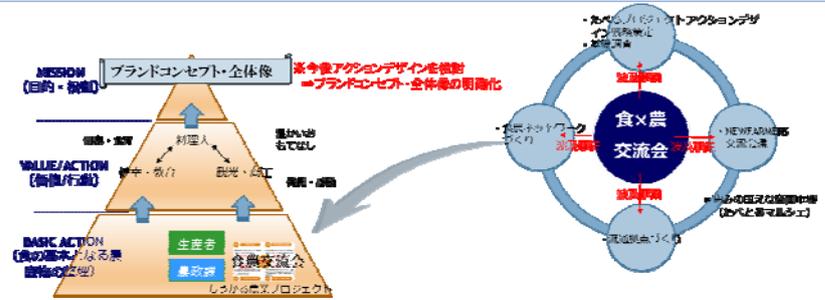
農家と飲食店などの交流により農家の販路を拡大し、経営の安定を図る。

- (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

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		

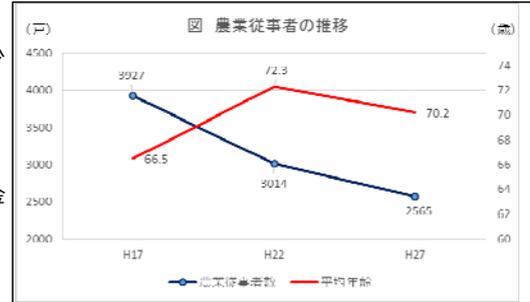
現状と課題

■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

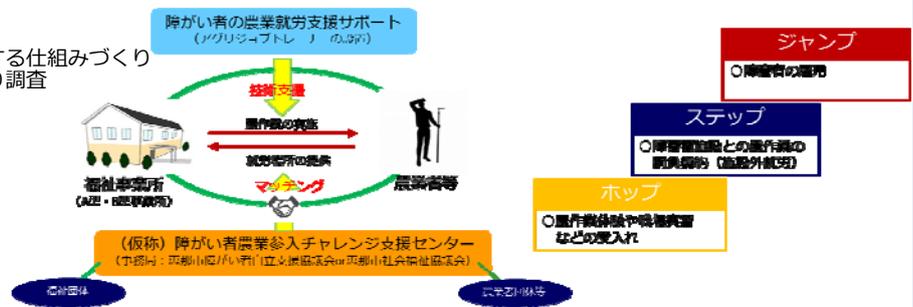
47

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

48

産業振興施策

事業名	プレミアム付き商品券事業	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 (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

■ 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は限界がある。
- ・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

49

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	2018完了						

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

50

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
	展開事業 (6) (11)	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

■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

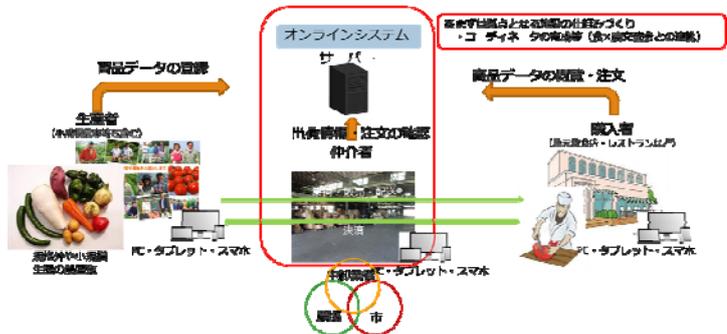
51

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

52

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

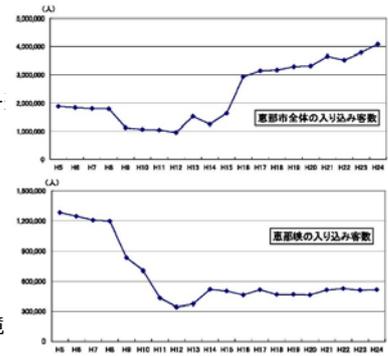
- ・ 期間：2014年度から2019年度まで / 総事業費：約11億6千万円
- ・ 主な整備：さざなみ半島どんぐり広場整備、多目的イベント広場整備、恵那峡ビジターセンター、森林散策路整備、傘岩周辺整備、第2駐車場整備、第3駐車場整備、第4駐車場整備

■ 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

53

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】 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。

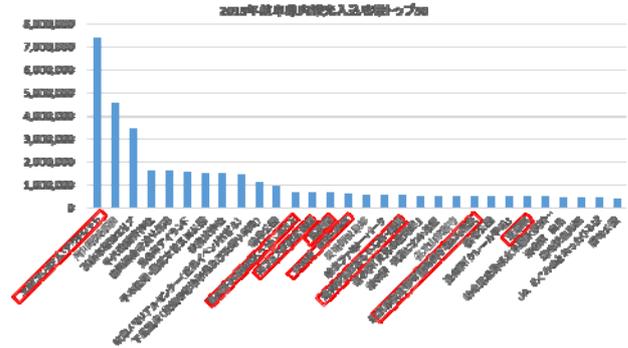
54

産業振興施策

事業名	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、道の駅おぼあちゃん市・山岡（恵那市）53万人
- 東美濃の観光資源
 - ・ 山城、地歌舞伎・中山道、美濃焼き、連続テレビ小説「半分、青い。」ロケ地
- 求められる取り組み
 - ・ 広域連携によるPR



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) 山城（岩村城跡、苗木城跡、金山城跡）の活用推進
- (2) 地歌舞伎・中山道の活用推進
- (3) 「半分、青い。」の活用推進

55

産業振興施策

取り組み内容

(1) 山城の活用推進

- ・ 山城を活用した情報発信
- ・ 山城を活用した周遊促進
- ・ 受入環境の整備

(2) 地歌舞伎・中山道の活用推進

- ・ 地歌舞伎の魅力発信と観光誘客
- ・ 「中山道ぎふ17宿」を活用した街道観光の推進

(3) 「半分、青い。」の活用推進

- ・ ドラマを活用した情報発信
- ・ ドラマを活用した誘客促進
- ・ 情報発信・誘客促進に関連した取組

事業実績

【東美濃の山城】 情報発信：全国山城ミットでの観光PR（2018年9月）、周遊促進：「戦国宝探し」によるクイズラリー（2018年10月～1月）
 【地歌舞伎・中山道】 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。」】 情報発信（チャンネルDの活用、WiFiサイトの開設、のぼりの制作、PTE-ジョングッズの制作、パンフレットの作成など）
 誘客促進（番組PR 祿展の開催、大都市圏におけるイベント等でのPRなど）
 関連した取り組み（土産物等の開発、東美濃パスの実施など）

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

56

産業振興施策

事業名	えなの森林魅力発信事業	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		

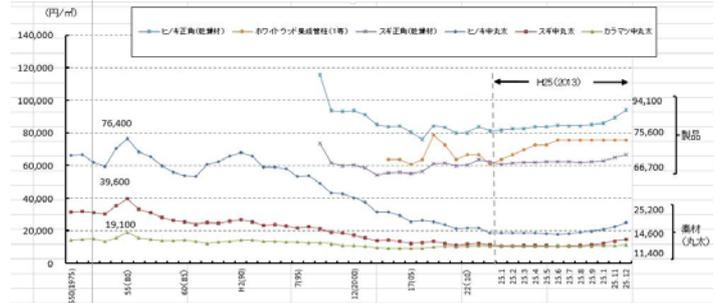
現状と課題

■ 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

恵那市の林業のファンづくりと担い手の確保

取組主体 林業関係事業者

事業の概要

- (1) 林業に興味のある都市部の住民をターゲットとした恵那市林業の情報発信強化
- (2) 恵那の森にまつわる仕事と暮らしを体験する機会の創出

57

産業振興施策

取り組み内容

- (1) 林業に興味のある都市部の住民をターゲットとした恵那市林業の情報発信強化
 - ・ 既存コンテンツの磨き上げ
 - ・ 事業者同士の連携による体験プログラムの創出
 - ・ ウェブサイトの改修による効果的な情報発信
- (2) 恵那の森にまつわる仕事と暮らしを体験する機会の創出
 - ・ 体験ツアーの実施（宿泊体験、林業の現場見学、移住者の現場見学、農泊体験、実践者のプレゼンテーション、参加者との意見交換）
 - ・ 体験ツアーの情報発信

事業実績

- ・ 林業関連事業者において情報発信のための資源整理を実施
- ・ ウェブサイトの作り方を指導

KPI達成状況 (実績値/目標値)

年度	2018	2019	2020	2021	2020	2021	2022	2023
体験プログラム参加者数 (人)	/15	/20	/30					
体験ツアーの参加者数 (人)	/15	/15	/15					

進捗の評価 遅れている

課題と次年度以降の方向性

【課題】 人手不足により林業体験希望者などを受け入れる態勢が整備されていない／林業ビジョンがない／林業所得を増やすには生産性を上げる必要がある (技術力+高性能機械)

【方向性】 林業ビジョンを作り、「担い手育成」「仕事の安定供給」「地域内循環の仕組み構築」を促進する事業を実施する。

58

産業振興施策

事業名	「食」と「農」のポータルサイト整備	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 (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

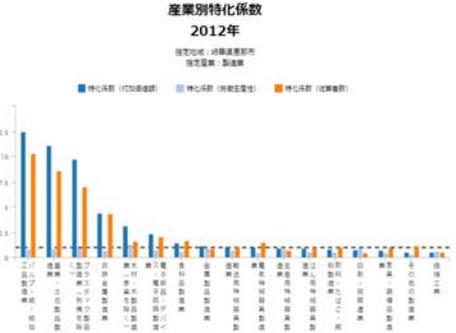
60

産業振興施策

事業名	ものづくり産業の生産性向上事業	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 (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



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

61

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)	/20	/30	/30					
経営合理化に関する支援件数 (人)	/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

62

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		

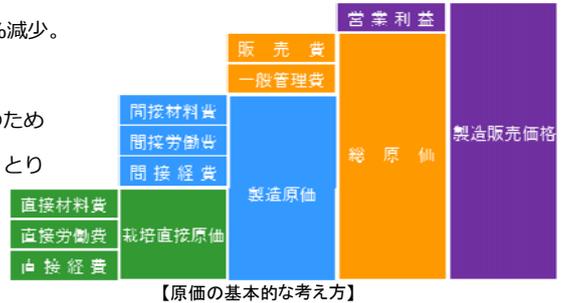
現状と課題

■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 = 農業の産業としての自立

- ・ 原価を知り、価格決定権を持つ
- ・ 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】 単年度で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

産業振興施策

事業名	事業承継支援事業	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 (17)	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

- 廃業数の推移
 - ・ 廃業数は増加傾向
 - ・ 新設事業数は廃業に比べて少ないため、全体の事業所数は減少が続いている
 - ・ 廃業業種は、卸・小売業、建設業、製造業、宿泊業・飲食サービス業が多い

市市民営事業所の廃業数	
年度	廃業数
2009年	69
2012年	84
2016年	79

出典：経済センサス基礎調査

- 事業者の事業承継に対する意識
 - ・ 恵南商工会の調査では、事業者の考える経営課題の上位5番目に事業承継がランクイン
 - ・ 後継者が決まっていない事業所は47%。小売業・飲食業が多い
 - ・ 小規模事業経営者の平均引退年齢は70歳前後
 - ・ 市内経営者の高齢化により事業承継は今後大きな課題となる

目的

経済活動の維持

取組主体 小規模事業者

事業の概要

- (1) 事業承継セミナーの実施 (2) 関係機関との連携による支援体制の確立

65

産業振興施策

取り組み内容

- (1) 事業承継セミナーの実施
 - ・ 自社の現状把握
 - ・ 事業承継計画の作成
- (2) 関係機関との連携による支援体制の確立
 - ・ 金融機関や岐阜県事業引継ぎ支援センター等との連携と情報共有による支援体制の確立

事業実績

- ・ 2017年度恵那商工会議所2回、恵南商工会2回開催→知識習得や準備の意識がまだ薄い
- ・ 商工会で「プッシュ型事業承継支援強化事業」を実施。事業者ヒアリング、個別支援、専門コーディネーター活用、セミナーなどを実施し、事業承継希望者を支援している

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)	/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

66

産業振興施策

事業名	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
 - ・ 移輸出入収支がプラス（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
 - ・ 飲食料品小売業：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

事業者数の減少により、市内に調達先がなく、地域内で経済が十分に循環していない



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

67

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
- ・ 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)	/20	/20	/20					
業種別セミナー参加者数 (人)	/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

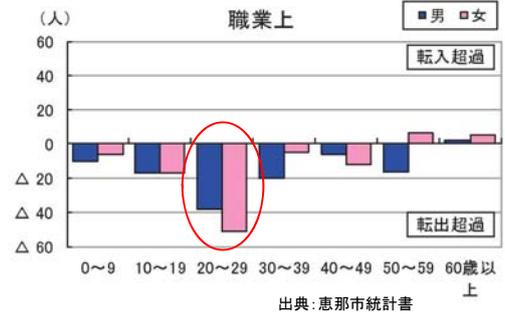
68

産業振興施策

事業名	女性の活躍推進事業	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 (18) (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

- 恵那市の女性の就業状況
 - ・女性の就業率は30歳代で落ち込むM字カーブを描いており、その落ち込み具合は全国と比較すると大きい
 - ・また恵那市では20歳代で転出する女性が非常に多く、その理由として「職業上の理由」が挙げられている
- 女性支援の取り組み
 - ・恵那市では第2次男女共同参画推進プランを策定し、女性の活躍を推進
 - ・恵那くらしビジネスサポートセンターでも女性の創業に関する相談が多くあり、創業希望者の掘り起こしや支援が必要



目的

女性の創業・就職促進による地域経済の担い手発掘

取組主体 女性の創業希望者・就職希望者

事業の概要

- (1) 女性の創業支援 (2) 女性の就職支援

産業振興施策

取り組み内容

- (1) 支援機関の連携による女性の創業支援
- ・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) 女性の就職支援
- ・就職・再就職など社会で活躍を希望する女性を対象とした就職支援セミナーを実施
 - ・内職の斡旋

創業発掘	課題整理					創業や二次創業への連携支援	創業後の	
	相談受付 創業者の 発掘	市場の見つ け方	ビジネスモ デルの構築	商品作り	価格設定、 販売方法			資金計画
恵那市、 恵那商工 会議所、 恵那市恵 南商工会 議所、 恵那市恵 南商工会 議所、 恵那市恵 南商工会 議所	恵那商工 会議所、 恵那市恵 南商工会 議所、 恵那市恵 南商工会 議所	恵那商工 会議所、 恵那市恵 南商工会 議所、 恵那市恵 南商工会 議所	恵那商工 会議所、 恵那市恵 南商工会 議所、 恵那市恵 南商工会 議所	恵那商工 会議所、 恵那市恵 南商工会 議所、 恵那市恵 南商工会 議所	恵那市、 恵那商工 会議所、 恵那市恵 南商工会 議所、 恵那市恵 南商工会 議所	恵那商工 会議所、 恵那市恵 南商工会 議所、 恵那市恵 南商工会 議所	恵那市、 恵那商工 会議所、 恵那市恵 南商工会 議所、 恵那市恵 南商工会 議所	恵那商工 会議所、 恵那市恵 南商工会 議所、 恵那市恵 南商工会 議所

事業実績

- ・2017年10月24日、11月14日、28日 女性のためのプチ創業セミナー（創業準備編）参加者数35人
- ・2018年5月17日、24日、31日 女性のためのプチ創業セミナー（SNS活用編）参加者数6人
- ・2017年12月15日 女性の再就職セミナー 参加者数6人
- ・2018年9月14日 女性の再就職セミナー 参加者数8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)	/10	/10	/10					
就職支援セミナー参加者数 (人)	/20	/20	/20					

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】市内の女性がどのようなライフプランを描いているのか把握できていない

【方向性】セミナー参加者の要望を分析し、ニーズに合った支援メニューを構築する

産業振興施策

事業名	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 (22)	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

- これまでの企業誘致
 - ・これまで恵那テクノパーク、恵那ニューエスタパーク、矢坪工業団地、大久手工業団地、門野工業団地に33社が立地
 - ・自動車関連部品の製造業を中心に物流、情報通信など様々な業種が立地
 - ・人手不足の状況下では誘致企業と既存企業とで人材の奪い合いになってしまふ
- これからの企業誘致
 - ・恵那市全体の事業所数が減少しているため、経済活動を活性化するには新たな企業の立地も必要
 - ・産業振興ビジョン検討部会などでの意見では、取引先が市内になく、市外から材料などを調達しているものが多かった
 - ・既存の産業集積や地場産業を把握した上で域内企業が立地企業と連携できるような企業を誘致ターゲットとする企業誘致戦略が必要
 - ・岐阜県は岐阜県企業誘致戦略を立て推進（恵那・中津川はリニアクラスター）



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

企業誘致による市内産業の振興
 (1) 企業誘致戦略の策定 (2) 工業団地の整備 (3) 優遇制度の整備

産業振興施策

取り組み内容

(1) 企業誘致戦略の策定

- ① 既存の産業集積や労働力など地域資源の把握
- ② 地場産業と連携を生む産業分野や機能を誘致ターゲットに設定
- ③ 企業誘致関連企業との連携
大手ゼネコンや土地開発、不動産との連携

(2) 工業用地の整備

- ① 新たな工業団地の整備
- ② 工業用地として利用可能な土地情報の収集

(3) 優遇制度の整備

- ① 既存の優遇制度の見直し
- ② ターゲット企業を誘致するために必要な優遇制度などの検討

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期計画及びリ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					

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

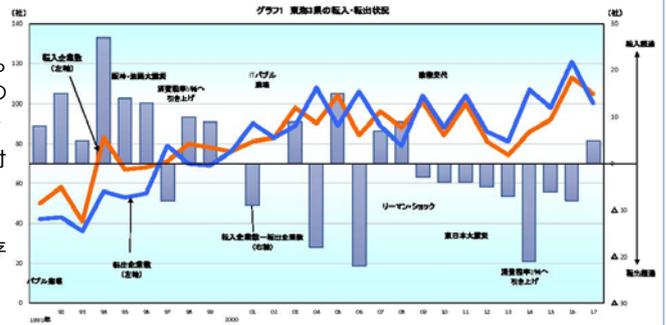
【方向性】 新たな工業用地の確保に向け具体的に可能性調査等を実施／企業誘致戦略を策定

産業振興施策

事業名	本社機能移転プロジェクト	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 (22)	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

本社機能誘致による市内産業の振興
 (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 (4) 誘致活動

産業振興施策

取り組み内容

(1) ターゲット企業の選定

- ① ターゲットとなる企業をリストアップ
 - ・ 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

(2) 投資計画・ニーズ把握

- ① リストアップした企業への訪問
- ② 企業展などへの出展
- ③ 投資計画やニーズの把握

(3) 支援策の検討・整備

- ① 訪問により収集したデータを基に支援策を検討・整備



誘致活動

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

産業振興施策

事業名	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		

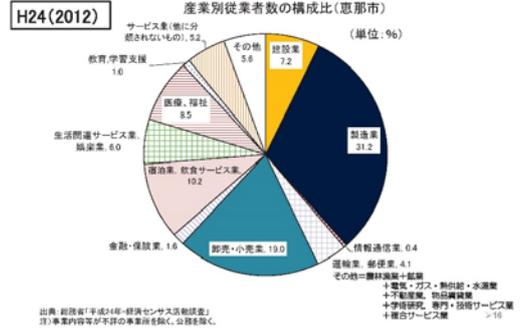
現状と課題

■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

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

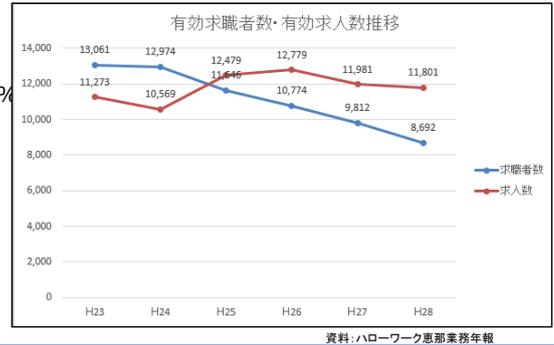
【方向性】利用が多い愛知県のIT企業にターゲットを絞り、営業・プロモーションを強化する

産業振興施策

事業名	企業の魅力発信事業	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

- **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。2016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
- **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%）2018年3月卒
 - ・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
- **就労への不安に対し若者が求めること**
 - ・過度な長時間労働を許さない取り組みや育児休業などの制度充実



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) 必要な人材に届く企業の魅力発信モデルづくり (2) 製造現場で働く若者の情報発信 (3) ワークライフバランス取り組み事業者の情報発信 (4) ケーブルテレビを活用した魅力発信

77

産業振興施策

取り組み内容

- (1) 必要な人材に届く企業の魅力発信モデルづくり
 - ・最新の就職動向を踏まえた情報発信のモデルケースを作り、採用活動への効果を検証する。
- (2) 製造現場で働く若者の情報発信
 - ・製造現場の工場で働く若手社員の様子や仕事のやりがいを「恵那くらしビジネスサポートセンター」のウェブサイトに掲載し、現場の生の声を発信することで市内企業の魅力アップを図る
- (3) ワークライフバランス取り組み企業の情報発信
 - ・ワークライフバランスに取り組む企業の情報を「恵那くらしビジネスサポートセンター」のウェブサイトに掲載し、仕事と私生活の両立を重視する求職者に対し、市内企業の魅力・情報を発信する



事業実績

- ・「企業の魅力発信事業」取扱実績：3社
- ・「工場男子・女子」取扱実績：(株)シノダック、明光化成工業(株)
- ・「ワークライフバランス」取扱実績：(有)トマト、(有)耕グループ

KPI達成状況 (実績値/目標値)

年度	2018	2019	2020	2021	2020	2021	2022	2023
人材確保のため自社のウェブサイトを変更した企業数(社)	/3	2018で完了	-					
工場男子・女子取扱企業数	/5	/5	/5					
岐阜県ワークライフバランス推進企業登録数(累計)	/80	/90	/100					

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】最新の就活事情が市内事業者に十分理解されていない／進学して都市部へ行った人へ情報が届いていない

【方向性】モデル事業の効果を広く市内事業者に周知／取材企業を増やし、積極的に魅力を発信する環境整備を進める

78

産業振興施策

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
 (1) 最新の就活動向の把握 (2) 採用活動ノウハウの習得

79

産業振興施策

取り組み内容

- 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
- 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



事業実績

- ・2017年11月10日(金)「採用力向上セミナー」参加者4社 講師：岐阜県中小企業総合人材確保センター職員
- ・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」 講師：岐阜県よろず支援拠点コーディネーター

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

80

産業振興施策

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

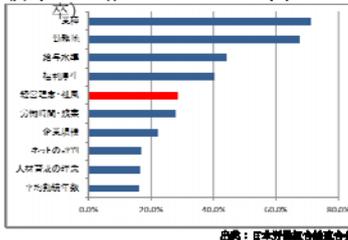
■成果が上がらない原因

- ・聞き取り調査では、地元の学生が企業を知らないことが判明
- ・また高校等の教諭(担任)が企業情報を持っていないことも判明

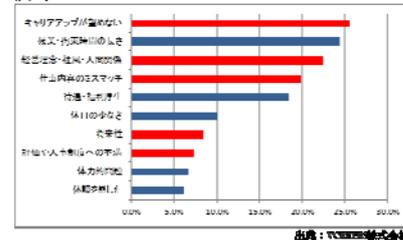
■充足率

- ・2017年度 一般 6.06% 高校生 36.6%

(図1) 志望企業を選ぶポイント(新)



(図2) 若年層の退職理由



青: 労働環境要因
赤: 働き方要因

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

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

81

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	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	・就職情 報交換 会	・求人情 報誌作 成	・ひがし みの就 職接 面会	・企業案 内誌の 作成	・会社説 明会	・企業見 学ツア ー	・インター ンシップ	・会社説 明会	・首都圏 ガイダ ンス	・会社説 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(予定)
- ・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

82

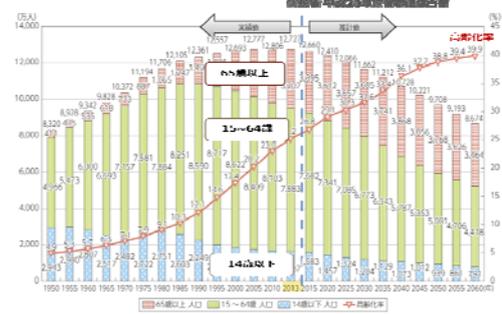
産業振興施策

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

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