

令和2年度以降に実施すべき事業の方向性（商業・観光分野）

資料②

| | 基本方向 | 基本施策 | 狙い | 課題 | 検討部会での意見 | 対応状況 | 事業の方向性 |
|---------------------------|------------|---------------------|------------------------------|--|---|--|--|
| ①地域産業の発展・活性化 ②新たな起業の応援 | ものづくり産業の振興 | 地域資源の活用とブランド化 | 「恵那といえばこれ！」というモノ・コト・サービスをつくる | ・地域資源の掘り起こし ・顧客データ不足 ・ニーズに基づく商品開発 ・事業化する担い手不足 ・地域をまとめる人材（組織）不在 | <p><地域資源の掘り起こしについて> ○新商品開発や新事業の開発は、事業パートナーとのマッチングが課題。 ○販売価格が安く儲からない。物価を上げる取り組みを。</p> <p><顧客データ不足について> ○マーケティングができていない。</p> <p><事業化する担い手不足について> ○経営の多角化に副業人材を活用している。</p> | <p><地域資源の掘り起こしについて> ○ビジネスプランコンテスト開催を支援し、地域資源の活用や新たな事業化を促進</p> <p><顧客データ不足について> ○恵那くらしビジネスサポートセンター内に副業人材活用支援窓口を設置</p> <p><事業化する担い手不足について> ○ビジネスプランコンテスト開催を支援し、地域資源の活用や新たな事業化を促進（再掲）</p> | <p>新地域商社事業（DMO） 新ビジネスプラン発掘支援 ⑧ 中津川・恵那チャレンジプロジェクト ⑨ 産業活性化のためのクラウドファンディング事業 ⑩ 恵那くらしビジネスサポートセンター事業</p> |
| | | 知恵とネットワークを生かしたものづくり | 事業者連携で地産地消を進め、新たな価値をつくる | ・他地域と連携したグルメ開発 | | | 新 地域商社事業（DMO）（再掲） |
| | | 市場開拓・販路拡大 | 流通を確保する | ・地域内外に売る仕組みづくり | <p><販路拡大について> ○商品開発と販路拡大を同時に進めることが重要。</p> | <p><販路拡大について> ○中部国際空港での商品展示を調整</p> | <p>新地域商社事業（DMO）（再掲） ⑧ プレミアム付き商品券事業 ⑨ EC活用支援プロジェクト</p> |
| | 集客・交流産業の振興 | 集客・交流産業の振興 | 「恵那といえばこれ！」というモノ・コト・サービスをつくる | ・地域資源の掘り起こし ・顧客データ不足 ・ニーズに基づく商品開発 ・メインとなるイベント不足 ・事業化する担い手不足 ・地域をまとめる人材（組織）不在 ・観光ビジョンがない ・スポーツ観光の検討 ・ドラマを一過性にしないための取り組み | <p><顧客データ不足・ニーズに基づく商品開発について> ○LINE@を始めてお客さんの反応ある。誰が利用しているかのデータは得られるので商品作りを生かしている。</p> <p><地域をまとめる人材（組織）について> ○岩村では、ドラマ後もホットいむらが中心となり、横断的にまちづくり団体をまとめ、ネットワークを生かして情報発信したことにより集客に成功している。</p> <p><観光ビジョンについて> ○ターゲットを定めて、しっかりとしたコンセプトに基づく戦略を共有する仕組みが必要。</p> <p><スポーツ観光について> ○自転車、バイク、車のツーリング客が恵那をコースにしている。ツーリング客にお金を落としてもらう仕組みが必要。 ○市の施設の予約が1ヶ月前からしかできないので合宿予約を受けられない。 ○芝生グラウンドが少ない。 ○裾野の広いスポーツがいい。</p> <p><ドラマを一過性にしないための取り組みについて> ○地域のファンになってもらうことが重要。 ○スタッフがお客さんとコミュニケーションを多く取っているので、一度来たお客さんが次は家族を連れてくる。 ○SNS活用方法を習得するとリピーター増加につながる。 ○イベントなどを継続的に実施し、現地の人と関わりを持つ人を増やしていくことも重要。 ○光秀のキャラクターが地域によってバラバラだ。</p> | <p><顧客データ不足・ニーズに基づく商品開発について> ○SNS活用セミナーを企画</p> <p><地域をまとめる人材（組織）について> ○横断的にまとめる組織として地域商社を整備</p> <p><観光ビジョンについて> ○観光ビジョンを策定中</p> <p><スポーツ観光について> ○外部事業者と地域との意見交換会を開催し、地域の強みを活かした商品開発を支援</p> <p><ドラマを一過性にしないための取り組みについて> ○大河ドラマ館の整備（1/11オープン） ○大河ドラマを契機とした明智光秀ゆかりの地に関する観光コンテンツの整備 ○大河ドラマを契機とした白鷹城跡の森林整備、看板整備、遊歩道整備などに関する受入環境の整備 ○明智光秀関連商品、明知グルメの開発 ○明智光秀特設サイトによる、観光、食、土産物の一体的なPR</p> <p><広域観光について> ○市外旅行事業者を恵那峡や大河ドラマ館、中野方、上矢作などに招聘し、新たな販売ルートの開拓を促進</p> | <p>新地域商社事業（DMO）（再掲） 新ビジネスプラン発掘支援（再掲） 新スポーツツーリズム推進 ⑧ 中津川・恵那チャレンジプロジェクト（再掲） ⑨ 「麒麟がくる」活用推進事業 ⑩ 東美濃歴史街道協議会事業</p> |

令和2年度以降に実施すべき事業の方向性（商業・観光分野）

| | | | | | | |
|----------|----------------|---------------------|--|--|---|--|
| | | | | <p><広域観光について></p> <p>○大きな事業者は自社でバス会社と連携した周遊ツアーを実施しているが、小さな事業者では難しい。市全体のパッケージを組めるといい。</p> | | |
| | 集客できる拠点の整備 | 楽しんでもらえる場所をつくる | <ul style="list-style-type: none"> ・外国人旅行者対応 ・高齢化する国内旅行者への対応 ・岩村以外での案内機能充実 ・二次交通が充実していない ・キャッシュレス対応 | <p><外国人や高齢化する旅行者への対応について></p> <p>○中山道を歩く外国人が増えたがトイレが少ない。</p> <p>○恵那峡 SA に恵那市の観光パンフレットを置くといい。</p> <p>○インバウンド対策ができていない。</p> <p>○休憩箇所に Wi-Fi 設置するといい。</p> <p><キャッシュレス対応について></p> <p>○決済手数料の負担が増加した。</p> <p>○還元事業が終わると売上が落ちる予想。</p> | <p><外国人や高齢化する旅行者への対応について></p> <p>○恵那駅前、恵那峡、根の上、明知大正村駐車場の公衆トイレを洋式化</p> <p>○ネクスコ中日本と調整し、SA における恵那市の観光PRを充実</p> <p>○恵那駅前観光案内所（えなてらす）に Wi-Fi を設置</p> <p><キャッシュレス対応について></p> <p>○アンケート調査を実施し、事業者の課題を把握</p> | <p>④ インバウンド対策（受入環境整備）</p> <p>④ キャッシュレス決済導入推進プロジェクト</p> |
| | 魅力発信 | 市内外に魅力を知ってもらう | <ul style="list-style-type: none"> ・一元的な情報発信 ・他地域の情報不足 ・イベントの重複 ・観光客がほしい情報提供 | <p><一元的な情報発信について></p> <p>○情報をとりまとめ発信する体制整備が必要。</p> <p>○利用者が観光サイトを更新する仕組み（アクセス多い人には景品）。</p> <p>○事業者が行ってもお金にならないイベントで行政がPR。</p> <p>○恵那市単独ではインパクト小さいので昇龍道プロジェクトなどに参加するといい</p> <p>○市内全域で意識付けする必要がある。</p> <p>○広報に商業スペース確保できないか。</p> | <p><一元的な情報発信について></p> <p>○恵那市観光協会ホームページのリニューアルを実施</p> <p>○Facebook、Twitter を活用した情報発信</p> <p>○明智光秀ゆかりの地特設ウェブサイトの開発</p> | <p>④ 新地域商社事業（DMO）（再掲）</p> <p>④ 「麒麟がくる」活用推進事業（再掲）</p> <p>④ インバウンド対策（受入環境整備）（再掲）</p> <p>④ 産業活性化のためのクラウドファンディング事業（再掲）</p> |
| 経営基盤の強化 | 経営支援 | 時代に対応した持続する経営体制を整える | <ul style="list-style-type: none"> ・経営者の事業承継に対する重要性認識 | <p><事業承継について></p> <p>○儲からないから引き継がない。</p> | <p><事業承継について></p> <p>○岐阜県事業承継ネットワークに加入</p> | <p>④ 事業承継支援事業</p> <p>④ 恵那くらしビジネスサポートセンター事業（再掲）</p> |
| | 経営基盤の強化 | | <ul style="list-style-type: none"> ・教育の中での郷土愛醸成 ・キャッシュレスやソフトなど IT 活用 ・事務の効率化 ・チェーン店や商業地区ができることへの対策 | <p><郷土愛醸成について></p> <p>○郷土でない人にも取り組みを。</p> <p><チェーン店や商業地区ができることへの対策について></p> <p>○商店街が生き残っていくためにはポイント制度がいいのか他の方法がいいのか十分に議論する必要がある。</p> | <p><郷土愛醸成について></p> <p>○中学や高校で職業講話などを実施</p> <p><チェーン店や商業地区ができることへの対策について></p> <p>○柳川市へポイント事業の先進地視察を実施</p> <p>○商工会議所主催による商店街の若手経営者勉強会を開催し、商店街のあり方について検討。駅前パルを企画</p> | <p>④ 新商店街活性化支援</p> <p>④ 中学生による地元企業支援</p> <p>④ キャッシュレス決済導入推進プロジェクト（再掲）</p> <p>④ 創業・起業チャレンジ事業</p> |
| | 新たな担い手発掘と育成 | 起業・創業しやすい環境をつくる | (未着手) | | | |
| 人材の確保・育成 | 人材の確保 | 働きたいと思われる職場をつくる | <ul style="list-style-type: none"> ・採用担当者の採用に関するノウハウ不足 | | | <p>④ 恵那くらしビジネスサポートセンター事業（再掲）</p> <p>④ シニアワークステーション事業</p> <p>④ 女性の活躍推進事業</p> |
| | 市民が事業者を知る機会の創出 | 地域の人に事業者の魅力を知らってもらう | <ul style="list-style-type: none"> ・教育の中での郷土愛醸成 | <p><教育の中での郷土愛醸成></p> <p>○恵那の歴史や産業の成り立ちを知らないで市外へ出て行ってしまふ。</p> | <p><教育の中での郷土愛醸成></p> <p>○まちなか市を中学生がプロデュース</p> | <p>④ 中学生による地元企業支援（再掲）</p> <p>④ 恵那くらしビジネスサポートセンター事業（再掲）</p> |

令和 2 年度以降に実施すべき事業の方向性（商業・観光分野）

| | | | | | | | |
|----------------|---------|-------------------|------------------------|---|--|--|--|
| | | 潜在的人材の発掘 | まだ働いていない人に活躍してもらおう | ・市内女性の働くことへのニーズ把握 ・市内高齢者の働くことへのニーズ把握 | | | ⑤ 恵那くらしビジネスサポートセンター事業（再掲） ⑥ シニアワークステーション事業（再掲） ⑦ 女性の活躍推進事業（再掲） ⑧ 創業・起業チャレンジ事業（再掲） |
| | | 人材育成 | 伝統や文化、技術を伝え、次の担い手を育成する | （未着手） | | | ⑤ 恵那くらしビジネスサポートセンター事業（再掲） |
| ③ バランスの取れた企業誘致 | 産業基盤の強化 | 企業立地の促進 | 地域に必要な企業を誘致する | （未着手） | | | |
| | | 地域の個性を生かした産業基盤の強化 | | （未着手） | | | |

令和2年度以降に実施すべき事業の方向性（工業部会）

資料②

| | 基本方向 | 基本施策 | 狙い | 課題 | 検討部会での意見 | 対応状況 | 事業の方向性 | |
|---------------------------|------------|---------------------|------------------------------|--|--|--|---|---------------------------------------|
| ①地域産業の発展・活性化 ②新たな起業の応援 | ものづくり産業の振興 | 地域資源の活用とブランド化 | 「恵那といえばこれ！」というモノ・コト・サービスをつくる | ・独自の技術や自社ブランド強化 | <独自の技術や自社ブランド強化について> ○医療やロボットなど成長産業分野の企業を招聘してマッチングすることもいい。 | <独自の技術や自社ブランド強化について> ○東京で開催される展示会へのテスト出展 ○ロボットビジネス支援機構へ加入 | 新地域商社事業（DMO） 充恵那くらしビジネスサポートセンター事業 | |
| | | 知恵とネットワークを生かしたものづくり | 事業者連携で地産地消を進め、新たな価値をつくる | ・異業種連携を促進する仕組みづくり | | | 新地域商社事業（DMO）（再掲） | |
| | | 市場開拓・販路拡大 | 流通を確保する | （未着手） | | | 新地域商社事業（DMO）（再掲） | |
| | 集客・交流産業の振興 | 集客・交流産業の振興 | 「恵那といえばこれ！」というモノ・コト・サービスをつくる | ・オープンファクトリーなど観光での活用 | | | 新地域商社事業（DMO）（再掲） | |
| | | 集客できる拠点の整備 | 楽しんでもらえる場所をつくる | （未着手） | | | | |
| | | 魅力発信 | 市内外に魅力を知ってもらおう | （未着手） | | | 新地域商社事業（DMO）（再掲） | |
| | 経営基盤の強化 | 経営支援 | 時代に対応した持続する経営体制を整える | ・経営者の事業承継に対する重要性認識 | | | <事業承継について> ○岐阜県事業承継ネットワークへ加入 | 充事業承継支援事業 充恵那くらしビジネスサポートセンター事業（再掲） |
| | | 経営基盤の強化 | | ・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 | <IT/IoTの活用について> ○ソフトウェアの活用も必要 ○生産性向上につながるが分からない。 ○各社の導入事例を紹介したり交流して意見交換したり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。 | <IT/IoTの活用について> ○岐阜県IoTコンソーシアム加入 ○恵那市商工振興補助金メニューにIoT導入支援を追加 ○IoT活用セミナーを開催し、先進事例を紹介 | 充IoT推進ラボ事業（モデル企業の創出） 充恵那くらしビジネスサポートセンター事業（再掲） 総ものづくり産業の生産性向上事業 | |
| | | 新たな担い手発掘と育成 | 起業・創業しやすい環境をつくる | （未着手） | | | | |
| | 人材の確保・育成 | 人材の確保 | 働きたいと思われる職場をつくる | ・採用担当者の採用に関するノウハウ不足 ・転出者への情報提供 ・高校生確保の取り組みが十分でない ・事業者とネットワークがない学校との関係構築 | <外国人労働者について> ○中心市街地に近い場所でアパートを探したが、借りられない。 ○日本語教室が近くで開催されるといい。 ○地域の交流がもつとあるといい。 ○買い物に困るので移動販売が増えるといい。 ○都市部の会社へ行きたいがる。 ○市内企業が外国人労働者の雇用についてどう考えているかアンケートを取ってほしい。 <高校生の確保について> ○親の意見が大きいため、親を対象とした企業見学会などがあるといい。 ○企業側も土日のなどにも対応したい。 ○学生はインターンシップに行ける範囲が限られているので遠い場所の企業には来てくれない。 ○ケーブルTVを利用して市内企業の紹介映像を学校で流せないか。 ○他市では「ものづくり教室」などを実施し、企業を知ってもら | <外国人労働者について> ○総合計画において外国人労働者の増加を見据えたまちづくりを進めるよう提案 ○外国人労働者の雇用に関するアンケート準備中 <高校生の確保について> ○恵那南高校の生徒・保護者・先生を対象とした企業見学会（7/17-22） ○恵那高校での職業講話（9/20） ○恵那西中学校での企業説明会（10/2） ○山岡中学校での企業説明会（未定） ○恵那特別支援学校生徒・保護者・教諭対象の企業・福祉事業所説明会（11/14） ○恵那・中津川高校2年生対象の企業説明会（2/20） <全般> ○働き方改革セミナー開催（8/2） | 充成果を上げる就職面接会等のシステム構築 充企業の採用力向上事業 総企業の魅力発信事業補助金 充恵那くらしビジネスサポートセンター事業（再掲） 充女性の活躍推進事業 充シニアワークステーション事業 | |

令和2年度以降に実施すべき事業の方向性（工業部会）

| | | | | | | | |
|----------------|---------|-------------------|------------------------|--|--|---|--|
| | | | | | <p>ている。</p> <ul style="list-style-type: none"> ○継続していくことで多くの人に知ってもらいたい。 ○郷土愛がある中学生のうちから取り組む。 ○職業講話など、職業につながる勉強を先生と生徒と一緒にやるという。 ○職業体験は毎年続けていくべき。 ○学校の先生は直接企業に連絡しづらい。 <p><全般></p> <ul style="list-style-type: none"> ○人材採用のスキルが必要（大手はある） ○働き方改革により残業が制限されると辞めてしまうケースもある。 ○都市部で就職イベントも効果があるかもしれない。 ○行政がまとめてイベント参加すると効果があるかもしれない。 ○雇用対策協議会の実施事業を周知する必要あり | | |
| | | 市民が事業者を知る機会の創出 | 地域のの人に事業者の魅力を知らせてもらう | ・自社のPRノウハウ不足 | <p><キャリア教育について></p> <ul style="list-style-type: none"> ○地元に戻ってきてもらうためにキャリア教育は必要。 | <p><キャリア教育について></p> <ul style="list-style-type: none"> ○恵那高校での職業講話（9/20）（再掲） ○恵那西中学校での企業説明会（10/2）（再掲） | <ul style="list-style-type: none"> ⑩ 企業の魅力発信事業補助金（再掲） ⑩ 恵那くらしビジネスサポートセンター事業（再掲） |
| | | 潜在的な人材の発掘 | まだ働いていない人に活躍してもらおう | ・市内女性の働くことへのニーズ把握 ・市内高齢者の働くことへのニーズ把握 | <p><女性の活躍について></p> <ul style="list-style-type: none"> ○生産管理や接客が優れている。 ○プログラマーや検査係は女性が増えた。 ○採用は子育てが終わった40代後半。 ○女性が復帰できる仕組みづくりや会社業務の標準化が必要。 | <p><女性の活躍について></p> <ul style="list-style-type: none"> ○恵那くらしビジネスサポートセンターで、仕事の切り分けなどを支援。 ○女性限定の企業説明会（11/22） | <ul style="list-style-type: none"> ⑩ 恵那くらしビジネスサポートセンター事業（再掲） ⑩ 女性の活躍推進事業（再掲） ⑩ シニアワークステーション事業（再掲） |
| | | 人材育成 | 伝統や文化、技術を伝え、次の担い手を育成する | ・技術伝承のための仕組み | <p><人材育成について></p> <ul style="list-style-type: none"> ○人材育成するための人材がない。 ○中間管理職がない。 ○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。 ○新入社員を対象に、マナーや電話対応などの研修をしてほしい。 ○定着のためのハラスメント研修も必要。 | <p><人材育成について></p> <ul style="list-style-type: none"> ○JALと連携した接遇研修を企画 | <ul style="list-style-type: none"> ⑩ 人材の定着支援 ⑩ 産業人材育成支援 ⑩ 恵那くらしビジネスサポートセンター事業（再掲） |
| ③ バランスの取れた企業誘致 | 産業基盤の強化 | 企業立地の促進 | 地域に必要な企業を誘致する | <ul style="list-style-type: none"> ・企業誘致戦略の整備 ・企業側の立地ニーズの把握 ・工業用地の確保 ・社員の住環境整備 | <p><企業誘致について></p> <ul style="list-style-type: none"> ○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。 ○誘致企業に人材を取られないよう考慮し、既存企業を守ってほしい。 ○既存企業と関連のある企業を誘致。 ○企業が来れば仕事が増える。 ○アクセスは良い。 ○人を増やすため住宅を増やす。 | <p><企業誘致について></p> <ul style="list-style-type: none"> ○総合計画において住宅施策を検討するよう提案 | <ul style="list-style-type: none"> ⑩ 企業誘致促進事業（成長産業分野誘致） ⑩ 本社機能移転プロジェクト ⑩ テレワーク推進事業 |
| | | 地域の個性を生かした産業基盤の強化 | | <ul style="list-style-type: none"> ・地元企業と関連性のある企業の選定 | <p><地元企業と関連性のある企業の選定について></p> <ul style="list-style-type: none"> ○医療やロボットなど成長産業分野の企業を招聘してマッチングすることもいい（再掲）。 | <p><地元企業と関連性のある企業の選定について></p> <ul style="list-style-type: none"> ○東京で開催される展示会へのテスト出展（再掲） ○ロボットビジネス支援機構へ加入（再掲） | <ul style="list-style-type: none"> ⑩ 企業誘致促進事業（成長産業分野誘致）（再掲） ⑩ 本社機能移転プロジェクト（再掲） |

令和2年度以降に実施すべき事業の方向性（農業分野）

資料②

| | 基本方向 | 基本施策 | 狙い | 課題 | 検討部会での意見 | 対応状況 | 事業の方向性 |
|---------------------------|------------|---------------------|------------------------------|---|---|---|---|
| ①地域産業の発展・活性化 ②新たな起業の応援 | ものづくり産業の振興 | 地域資源の活用とブランド化 | 「恵那といえばこれ！」というモノ・コト・サービスをつくる | <ul style="list-style-type: none"> ・売れる作物の検討 ・生産農家の確保 ・振興作物の栽培推奨 ・耕作放棄地の増加 ・担い手不足（後継者育成） | <p><売れる作物の検討について></p> <ul style="list-style-type: none"> ・プロダクトアウトではなくマーケットインの考え方 <p><耕作放棄地の解消></p> <ul style="list-style-type: none"> ・草刈りが地域農業の存続の阻害要因となっているため作業の省力化が必要。（草刈り応援隊） ・企業は社会貢献活動（CSR活動）に積極的。連携してはどうか。 <p><担い手不足（後継者育成）について></p> <ul style="list-style-type: none"> ・企業の定年延長により、定年後の帰農者が減少していることが課題 | <p><売れる作物の検討について></p> <ul style="list-style-type: none"> ・地域振興作物の見直し。 ・恵那市エゴマ生産者組合の設立 <p><耕作放棄地の解消></p> <ul style="list-style-type: none"> ・耕作放棄地解消に向けた支援（補助）制度を構築 ・地域で計画的に解消するため「人・農地プランの実質化」に向けた話し合いの場の創出（アンケートの実施）⇒全地域において人農地プランの見直しを図る。 | <ul style="list-style-type: none"> ⑧水稲+1推進事業 ⑧NEW FARMERS 交流会議 ⑧農業の様々な主体との連携事業 ⑧遊休農地の活用促進事業 ⑧たべるプロジェクト ⑧地域商社事業（DMO） |
| | | 知恵とネットワークを生かしたものづくり | 事業者連携で地産地消を進め、新たな価値をつくる | <ul style="list-style-type: none"> ・関係機関と連携による開発・PR ・野菜の確保 ・福祉事業者のニーズ把握と仕組みづくり | <p><地産地消の推進について></p> <ul style="list-style-type: none"> ・商品を戦略的に販売していく必要がある。 ・生産者と料理人のマッチングが困難。 <p><農福連携について></p> <ul style="list-style-type: none"> ・農福連携においては相談ができるワンストップ窓口が必要。（どこに相談していいかわからない） | <p><地産地消の推進について></p> <ul style="list-style-type: none"> ・エゴマレシピ普及プロジェクトを立ち上げ、恵那農業高校×恵那市食生活改善連絡協議会×恵那会（プロの料理人）とレシピを考案 ・恵那市エゴマ生産者組合の設立（再掲） <p><農福連携について></p> <ul style="list-style-type: none"> ・関係機関と制度構築に向けての協議及びアンケート調査の実施。⇒課題の整理。 | <ul style="list-style-type: none"> ⑧食×農交流会 ⑧たべるプロジェクト（再掲） ⑧農業の様々な主体との連携事業（再掲） |
| | | 市場開拓・販路拡大 | 流通を確保する | <ul style="list-style-type: none"> ・地域飲食店との連携 ・販売農産物の充実 | <p><販売拠点について></p> <ul style="list-style-type: none"> ・拠点となる販売所が必要だが、食や交流が付帯する施設が一般的であるため、直売所だけではだめ。 ・マルシェは少しずつ定着してきている。地道な活動だが続けるとよい。 | <p><販売拠点について></p> <ul style="list-style-type: none"> ・販売拠点在り方検討委員会を開催 ・マルシェ月1回（第3土曜日）開催 | <ul style="list-style-type: none"> ⑧食×農交流会（再掲） ⑧拠点となる農産物販売所の整理 ⑧NEW FARMERS 交流会議（再掲） ⑧地域商社事業（DMO）（再掲） |
| | 集客・交流産業の振興 | 集客・交流産業の振興 | 「恵那といえばこれ！」というモノ・コト・サービスをつくる | <ul style="list-style-type: none"> ・地産地消登録店の磨き上げ | | <p><集客できるコンテンツづくりについて></p> <ul style="list-style-type: none"> ・恵那市たべる推進協議会を設置 ⇒ たべるプロジェクトの推進 | <ul style="list-style-type: none"> ⑧食×農交流会 ⑧たべるプロジェクト（再掲） |
| | | 集客できる拠点の整備 | 楽しんでもらえる場所をつくる | <ul style="list-style-type: none"> ・野菜の確保 ・体験できる場の整備 ・農泊との連携 | | <p><体験できる場の整備について></p> <ul style="list-style-type: none"> ・アグリツアー体験プログラムの充実 | <ul style="list-style-type: none"> ⑧拠点となる農産物販売所の整理（再掲） ⑧都市農村交流事業 |
| | | 魅力発信 | 市内外に魅力を知ってもらう | <ul style="list-style-type: none"> ・サイト掲載内容の充実 | | <p><サイト掲載内容の充実について></p> <ul style="list-style-type: none"> ・フェイスブックの活用 | <ul style="list-style-type: none"> ⑧食と農のポータルサイト『たべとる』の充実 |
| | 経営基盤の強化 | 経営支援 | 時代に対応した持続する経営体制を整える | <ul style="list-style-type: none"> ・経営改善セミナー内容の検討 | <p><セミナーについて></p> <ul style="list-style-type: none"> ・若手農家に受講させるとよい | <p><セミナーについて></p> <ul style="list-style-type: none"> ・講師、日程調整中 | <ul style="list-style-type: none"> ⑧農業者の経営改善事業 |
| | | 経営基盤の強化 | | <ul style="list-style-type: none"> ・ICTなどの活用による生産性向上 ・福祉事業者のニーズ把握と仕組みづくり ・事業者の事業継承に対する重要性認識 | <p><スマート農業について></p> <ul style="list-style-type: none"> ・1個、1個の技術は確立されているが、中山間地域にあった技術検証がなされていない。 ・メーカにより機械も仕様も違う中で、どういう規模でどういうものを導入していくのか。 | <p><スマート農業について></p> <ul style="list-style-type: none"> ・スマート農業推進計画策定に向け準備中。 ・国の補助事業により、モデル地区での実証実験に向け、関係機関と調整中。 | <ul style="list-style-type: none"> ⑧ICTスマート農業の推進 ⑧担い手の育成・確保 |

令和 2 年度以降に実施すべき事業の方向性（農業分野）

| | | | | | | | |
|---------------|----------|-------------------|------------------------|---|---|--|-------------------------------------|
| | | 新たな担い手発掘と育成 | 起業・創業しやすい環境をつくる | ・新規就農者の確保 ・あすなる農業塾長の育成 | <新規就農者の確保について> ・農業で周年で稼げる仕組みづくり（品目）を検討する必要がある。 | <新規就農者の確保について> ・県、JAと連携し、市外移住新規就農者の確保（トマト/1名） | ㊦ 担い手の育成・確保（再掲） |
| | 人材の確保・育成 | 人材の確保 | 働きたいと思われる職場をつくる | ・経営者の採用に関するノウハウ不足 ・幅広い人材の確保 | | <人材確保について> ・移住・交流情報ガーデン（東京都）への新規就農相談ブース出展（1回） | ㊦ 農業者の経営改善事業（再掲） ㊦ 担い手の育成・確保（再掲） |
| | | 市民が事業者を知る機会の創出 | 地域の人に事業者の魅力を知ってもらおう | ・自社の PR ノウハウ | | | ㊦ NEW FARMERS 交流会議（再掲） |
| | | 潜在的な人材の発掘 | まだ働いていない人に活躍してもらおう | ・市内女性の働くことへのニーズ把握 ・市内高齢者の働くことへのニーズ把握 | | | ㊦ 担い手の育成・確保（再掲） |
| | | 人材育成 | 伝統や文化、技術を伝え、次の担い手を育成する | ・技術力向上 | | | ㊦ ICT スマート農業の推進（再掲） |
| | | | | | | | |
| ③バランスの取れた企業誘致 | 産業基盤の強化 | 企業立地の促進 | 地域に必要な企業を誘致する | ・日本食農連携機構との連携 | | <企業立地の促進について> ・民間企業主体によるパイロットファームを検討 | ㊦ 農業の様々な主体との連携事業 |
| | | 地域の個性を生かした産業基盤の強化 | | ・集落営農法人の法人化 | <農業法人の企業化について> ・農業法人が企業化して農家の方たちを雇うような法人を作ることができないか。 | | ㊦ 担い手の育成・確保（再掲） |

令和2年度以降に実施すべき事業の方向性（林業分野）

資料②

| | 基本方向 | 基本施策 | 狙い | 課題 | 検討部会での意見 | 対応状況 | R2 事業案 | |
|---------------------------|------------|---------------------|------------------------------|--|---|---|--|--|
| ①地域産業の発展・活性化 ②新たな起業の応援 | ものづくり産業の振興 | 地域資源の活用とブランド化 | 「恵那といえばこれ！」というモノ・コト・サービスをつくる | ・オリジナル製品開発 ・付加価値の高いビジネスモデルの構築 ・山を維持しながら資源として活用する取り組み | <p><オリジナル木工製品の開発について></p> <ul style="list-style-type: none"> ○他市の取り組みを参考に消費材を恵那の木で作るといい。 ○「森のチエブクロ」という企画をした。森と木を生かす方策についてアイデア出しをし、次年度以降、商品化へつなげる。 ○「城主木」でオリジナル製品を作りたいと考えているがデザインが難しい。 ○売れて生産が追いついてくるので、まずは売ることを優先に進める。 ○自転車やポートスタンドを木で作成している。 <p><「山を維持しながら、資源として活用する取り組み」について></p> <ul style="list-style-type: none"> ○環境譲与税を活用して取り組みを進める。 | <p><オリジナル木工製品の開発について></p> <ul style="list-style-type: none"> ○森と木の価値を高める検討会として、木製品販売で成功した講師を招き講演会と検討会を兼ねた「木製品アイデア検討事業」を開催 <p><「山を維持しながら、資源として活用する取り組み」について></p> <ul style="list-style-type: none"> ○森林環境譲与税を活用し、森林経営管理制度による森林整備の実施。 | <ul style="list-style-type: none"> 新地域商社事業（DMO） 販オリジナル木工製品開発促進事業 新地域全体での木材活用推進 | |
| | | 知恵とネットワークを生かしたものづくり | 事業者連携で地産地消を進め、新たな価値をつくる | ・異業種連携を促進する仕組みづくり | <p><「地域全体での木材活用」について></p> <ul style="list-style-type: none"> ○木質バイオマス燃料の原木が市内で流通すれば地産地消。農業と林業が結びつくと木材利用の幅が広がる。 | <p><「地域全体での木材活用」について></p> <ul style="list-style-type: none"> ○木質バイオマス事業の要望把握 | <ul style="list-style-type: none"> 新地域商社事業（DMO）（再掲） 新地域全体での木材活用推進（再掲） | |
| | | 市場開拓・販路拡大 | 流通を確保する | ・市内産材を市内で利用してもらう流通の確保 ・地域全体での木材活用 | <p><「地域全体での木材活用」について></p> <ul style="list-style-type: none"> ○新築住宅に使用する木材を少しでも市内産材にすると経済効果大きい。 ○「エコ住宅の推進」「木質バイオマス事業の推進」「木工」の3つの取り組みを進めようと考えている。 ○市内産の木材の利用を増やすにはどの分野でどれくらいの需要があつて、どれくらい供給できるかなど総合的に考える必要がある。 ○全国的に見て、木材供給量は不足しているが、人がいないため切る量を増やせない。 ○市営住宅を木造で高性能なものに造り換え、住んでもらった人に同じような住宅を建ててもらう。 ○住宅建築への奨励金を復活を検討。 ○市や県の各種事業を今以上にPR。 ○新たな建築組合が立ち上がるとPRが進み、木材利用も増える。 ○環境住宅への支援も検討。 ○柱材がメインだが、原木需要や社会ニーズに合うシステムが構築できれば事業拡大も可能。 ○公共施設には木材を使う。 ○木材チップが市内で流通すれば地産地消。農業と林業が結びつくと木材利用の幅が広がる。 | <p><「地域全体での木材活用」について></p> <ul style="list-style-type: none"> ○総合計画において住宅施策を検討するよう提案 ○木材製材所への聞き取り ○卸売業者への聞き取り ○住宅施工業者への木材利用調査を実施 | <ul style="list-style-type: none"> 新地域商社事業（DMO）（再掲） 新地域全体での木材活用推進（再掲） 恵那木造建築流通協議会（仮称）の設立（林政課・環境課） | |
| | 集客・交流産業の振興 | 集客・交流産業の振興 | 「恵那といえばこれ！」というモノ・コト・サービスをつくる | ・体験プログラムなど観光での活用 | | | | <ul style="list-style-type: none"> 新地域商社事業（DMO）（再掲） |
| | | 集客できる拠点の整備 | 楽しんでもらえる場所をつくる | ・林業体験できる場の整備 | | | | |
| | | 魅力発信 | 市内外に魅力を知ってもらう | ・体験から定着へつなげる仕組みづくり | <p><「担い手対策として、体験から定着へつなげる仕組み作り」について></p> <ul style="list-style-type: none"> ○体験ツアーの中から山仕事手習い塾でチエーンソー講習など、より深い林業体験をしていただきインターンシップへつなげていく取り組みを実施する。 ○「森と木のシゴト」見学体験プログラムを実施し、参加者が希望する見学体験をアレンジする。 | <p><「担い手対策として、体験から定着へつなげる仕組み作り」について></p> <ul style="list-style-type: none"> ○担い手対策としてチエーンソー講座の継続とインターンシップを取り入れた「森林整備担い手対策事業」を実施 | <ul style="list-style-type: none"> 新地域商社事業（DMO）（再掲） 継えなの森林魅力発信事業 | |

令和2年度以降に実施すべき事業の方向性（林業分野）

| | | | | | | | |
|---------------|-------------------|------------------------|--|---|--|---|--|
| | | | | | ○森のジョブステーションとも連携すべき。 ○採用して3年は補助金があるが、1人前になるには5年～7年必要。森林環境税を使って経営安定化を支援してほしい。 | | |
| 経営基盤の強化 | 経営支援 | 時代に対応した持続する経営体制を整える | ・生産性の向上 | <経営の安定化について> ○賃金を上げるには生産性向上が必要。 ○生産性向上には①技術力アップ②高性能機械の導入が必要。 | <経営の安定化について> ○森林環境税と税を活用した森林整備の実施 | ☑️ 森林環境税と税を活用した森林整備 | |
| | 経営基盤の強化 | | (未着手) | | | | |
| | 新たな担い手発掘と育成 | 起業・創業しやすい環境をつくる | (未着手) | | | | |
| 人材の確保・育成 | 人材の確保 | 働きたいと思われる職場をつくる | ・体験から定着へつなげる仕組みづくり ・木を切る人が不足 | <「担い手対策として、体験から定着へつなげる仕組み作り」について> ○体験ツアーの中から山仕事手習い塾でチェーンソー講習など、より深い林業体験をしていただきインターンシップへつなげていく取り組みを実施する。 ○「森と木のシゴト」見学体験プログラムを実施し、参加者が希望する見学体験をアレンジする。 ○森のジョブステーションとも連携すべき。 ○採用して3年は補助金があるが、1人前になるには5年～7年必要。森林環境税を使って経営安定化を支援してほしい。 | <「担い手対策として、体験から定着へつなげる仕組み作り」について> ○担い手対策としてチェーンソー講座の継続とインターンシップを取り入れた「森林整備担い手対策事業」を実施 ○森のジョブステーションを活用し、事業PR | ☑️ えなの森林魅力発信事業（再掲） | |
| | 市民が事業者を知る機会の創出 | 地域の人に事業者の魅力を知ってもらおう | ・林業者の情報発信に関するノウハウ不足 | | | | |
| | 潜在的人材の発掘 | まだ動いていない人に活躍してもらおう | (未着手) | <潜在的人材の発掘について> ○半林人材も見据えて確保すべき | <潜在的人材の発掘について> ○担い手対策としてチェーンソー講座の継続とインターンシップを取り入れた「森林整備担い手対策事業」を実施する。 ○森のジョブステーションの活用 | ☑️ えなの森林魅力発信事業（再掲） | |
| | 人材育成 | 伝統や文化、技術を伝え、次の担い手を育成する | ・人手不足のため育成できない ・オリジナル製品開発 ・付加価値の高いビジネスモデルの構築 | <技術の向上について> ○岐阜県の技術者育成研修を活用できるといい <オリジナル木工製品の開発について> ○「森のチエブクロ」という企画をした。森と木を生かす方策についてアイデア出しをし、次年度以降、商品化へつなげたい。 ○「城主木」でオリジナル製品を作りたいと考えているがデザインが難しい。 ○売れて生産が追いついてくるので、まずは売ることを優先に進める。 | <技術の向上について> ○担い手対策としてチェーンソー講座の継続とインターンシップを取り入れた「森林整備担い手対策事業」を実施する。 <オリジナル木工製品の開発について> ○森と木を生かす方策を検討し、新たな商品開発の検討を実施する。 | ☑️ オリジナル木工製品開発促進事業（再掲） ☑️ えなの森林魅力発信事業（再掲） ☑️ 地域全体での木材活用推進（再掲） | |
| ③バランスの取れた企業誘致 | 産業基盤の強化 | 地域に必要な企業を誘致する | (未着手) | | | | |
| | 地域の個性を生かした産業基盤の強化 | | (未着手) | | | | |