

会議録：「第8回恵那市産業振興ビジョン検討部会」

日時：平成29年12月11日（月曜日）13：30～

場所：恵那市役所会議棟大会議室

参加者：別紙参照

1. 開会

2. 各部会のビジョン素案について

○事務局 「これまでの部会で各産業の現状と課題について話し合っただき、あるべき姿とそれを達成するために必要な取り組みが見えてきた。事務局でビジョンの素案としてまとめたので内容を確認いただくとともに意見をいただきたい。」

～各部会でこれまでの経緯とビジョン素案を説明～

○委員の主な意見

【工業部会】

- ・アクションプランは分かりやすいように細かく出しているが、実際のビジョン作成時にはまとめて表現していく。
- ・誘致を行なった工業団地にある企業の取引状況を確認し、市内企業とマッチングを行なうことも重要だと思う。新たな企業が誘致されると労働力が奪われるという考え方だけではなく、地産地商という考え方を進めることは重要だと思う。
- ・生産能力が足りないということであれば、同業種で補うことも考えられる。これをどこかに入れた方が良いと思う。
- ・「ものづくり産業の振興」の「知恵とネットワークを生かしたものづくり」の中の「ビジネスマッチング」に加えていく。これまで市も誘致した企業のサプライチェーンを調査し、その同業種となる市内企業とのマッチングの機会を作ってきていないので、企業誘致の部分でも考えていきたい。
- ・アクションプランはかなり幅が広いため、重点施策を決めて進めた方が良い。
- ・工業部会では人材確保がポイントだと思う。実施主体の中には、市や企業だけでなく、会議所を使い企業の連合体を作って行なうのも良いと思う。
- ・企業が抱えている課題はここに上げられているものになると思うが、社員目線でみると賃金の差が大きい。
- ・他市・他県から社員を雇おうと思っても、恵那にはワンルームのアパートが少ないため、他市に流れてしまう。
- ・人がいないため仕事を断っている。特殊なことをやっている企業だと、取引先が近く

にいないため、紹介される下請け業者は他市・他県の業者となる。恵那市でも出来る業者がいるかもしれないが分からない。

- ・小さな工場でも技術があれば出来ることがあると思うが情報が無い。企業として探すことは大変労力がかかる。
- ・商工会では恵南、恵北、笠原と合同で、「この製品を売りたい」という情報ではなく、「こういうことはできないか」という情報を集め、その情報を会員に流し、ビジネスマッチングを行なう取り組みを始めた。新たな取引先の創出に繋がるのではないかと考えている。
- ・とにかく現場が足りていない。建設業は特に足りていない。
- ・ビジネスマッチングの仕組みを検討する必要がある。

【商業・観光部会】

- ・全ての項目を取り組んでいくのは無理がある。すぐ取り掛かれるものもあれば、他部会との調整を必要とするものもある。費用の問題もある。
- ・経営強化などはすぐ効果が出るものではないため、数年掛けてやっていく必要がある。
- ・商品券事業が挙げられているが効果が不明。その分の費用を他に回すことも考えた方がいい。
- ・市や商工会議所・商工会だけで出来るものではないので民間事業者をどう巻き込んでいくかが重要。
- ・一気に出来るものではないので、優先順位を付けてやっていくことになる。
- ・目指すべき姿は「地域資源を生かし滞在時間の長い観光地」で良いのか検討する必要がある。
- ・二次交通対策がアクションプランに入っていないので入れ方が良い。
- ・旅行会社との商談会に行くと、「恵那」は知っているが、行った事がない人が多い。
- ・移動に費用が掛かりすぎるため負担が大きい。
- ・今行われている恵那峡の再整備等をどう繋げていくのかが課題。
- ・夏にカヤックで何千人も連れて来る人がいるが、そこだけで終わってしまう。
- ・名古屋圏・中部圏のお客様を呼べるようなキャッチコピーがあると良い。
- ・リニアに関することを入れた方が良い。

【林業部会】

- ・アクションプランでは5つの柱、20の基本戦略の下にたくさんの事業が挙げられているが、全てを同時にやっていくことは出来ないため、優先順位を付けて重要度の高いものから実施していくこととなる。ただし、最終的なビジョンの達成のためにはこれらの要素が必要になってくる。どこから手を付けるかという話にはなるが、どれかの要素を起爆剤として目標に向かって実施していきたい。
- ・東濃ヒノキの利用促進については現時点では具体的な事業がイメージ出来ていないが、最終的にビジョンをとりまとめる際には、もっと具体的な事業として入れていきたい。

- ・今まで恵那の木で家造り支援というのがあったが、その代わりに入れさせていた
いている。その理由は、恵那の木だけの流通が無いため、恵那の木で作っているか
どうかを特定するのが困難なためだ。しかし、最終的に恵那の木の流通量が増えてき
て、流通過程で恵那の木を特定できる仕組みが出来れば、再度入れていい。このアク
シヨンプランもその時々状況に合わせて見直しを行い、足りないものやニーズ
に合わないものを入れ替えていくことになる。スタートの時点ではこのような形がど
うか。
- ・このアクションプランの中では、それぞれの事業者で得意なものとそうでないもの
があると思う。それぞれの得意分野を生かしながら、自分たちの出来ることを出し合っ
て進めて行ければと思う。例えば奥矢作森林塾さんなどは既に取り組んでいる事業も
たくさん入っている。それをどういう仕組みを作っていけばもっと上手く回っていく
のか。また、やりやすい環境を作っていくために足りないものは何かという事を考え
ながらやっていきたい。既存の取り組みを上手く活用しながら、サイクルを回してい
きたいという考え方だ。基本的に新しく作るというよりも、今ある資源をみんなでも
っと上手く活用出来るような仕組み作りを目指している。
- ・既存の取り組みは戦略的に実施していないものも多い。例えば古民家リフォーム塾で
あれば、移住定住促進の面だけ。森林学校では身近な山の状況を知ってもらうという
一つの目的だけでやっている。あるべき姿に向かっての戦略を持ったそれぞれの取り
組みの紐付けが欲しいなと思っていたので、とても良いと思う。全てが最終的につな
がらないと意味がない。
- ・今は林業部会の中だけで考えているが、今後は商業・観光部会、工業部会と連携出来
るものについては連携していきたい。またアクションプランの中には企業塾というも
のがあるが、こういった事業により新たな取り組みをする人への支援を行い、戦略を
を持った取り組みを作っていけるような人材育成も進めていきたい。また部会の意見で
は出ていないが、恵那くらしビジネスサポートセンターの活用なども図っていきたく
いので、アクションプランの中には入れていきたい。
- ・来年度はアクションプランの中で優先順位付けをして、まずここからやろうというも
のを決めて事業を実施していくイメージ。またスケジュールや必要な費用も決めて進
行管理しながら進めて行くイメージだ。
- ・基本的には、この部会が事業の受け皿になるイメージで最終的には部会に参加されて
いる皆さんのメリットにつながっていくようにしていきたい。
- ・皆さんの現状の課題への意識は高く、解決の方向性や実際の取り組みも既に行ってい
る。その方向性は全く間違っていないで、それをいかに発展させていくかというこ
とが重要だと感じた。その仕組み作りをしていきたい。
- ・何となく全体的にきれいにまとまり過ぎて掴みどころないイメージだ。この業界はユ
ーザーとの距離が離れ過ぎているイメージがある。そこを埋める施策を行っていかな
ければ、恵那の木には伸びしろがない。岩村の城山林をもっと活用する施策や、一
つの山に1本あるかないかの特別な木を前面に出して恵那の木をアピールしていくよう

な取り組みが必要ではないか。これまでは大量伐採、大量消費だったが、貴重な少量の木の価値をユーザーに分かってもらえるような取り組みを違う切り口で捉えていくことも大切ではないか。

- ・ 恵那の山の中にどんな木があるかという調査が必要だという意見も出ていた。そして良い木があればそれをどうやって有効に使っていくかを考えていくことは重要な取り組みだ。
- ・ 「恵那の木プロダクト」が一番近い形だと思う。オンリーワンの銘木を使った取り組みだ。
- ・ ユーザーが恵那の木を知らないのが一番の問題だ。ユーザーとの距離を縮めていきたい。
- ・ 知らないというのは、入り口の部分の一番の問題だ。情報発信、きっかけ作りは最初に取り組むべき事だと考えている。
- ・ 小さい頃に木が良いと刷り込まれた人が木の家や家具を買う。子どもの頃に木は良いものだと頭に刷り込むことはとても大切なことだ。
- ・ 木育推進の取り組みは、市内だけでなく市外も対象に広げて行ければと思う。人材確保だけでなく、木の利用増進という目的でも木育推進を使っていければと思う。
- ・ いずれにしてもユーザーとの距離を縮めることは大切な事だと思う。お客さん目線で作るということが必要だという意見が出ていた。
- ・ 今まで森林づくり委員会でも出ていた意見が多いが、実現できていないのは、マンパワーが足りないことも要因だ。そういった問題の解決策を落とし込むことも来年度の取り組みの中では重要だ。
- ・ これまでの反省も踏まえて、足りない要素は何か。お金か人か仕組みかということも十分に検討していきたい。
- ・ 具体的に見えてこないのは、誰がやるのかという所が見えていないから。そこをしっかりと決めていかなければならない。

3. 全体発表

○工業部会

工業部会では「働きやすい環境づくり」をテーマに議論してきた。テーマの内部的背景としては「労働力不足」「産学連携が進んでいない」「域外への支出が大きい」などが挙げられている。

委員の皆様にご覧いただいた現状と課題では、「域外への支出が大きく、地域内で経済が循環していない」「高付加価値のオリジナル製品が少ない」「業務効率化・省力化が必要」「後継者不足」「人材が大手企業に流れてしまう」「自社の魅力発信・情報発信の仕方を改善する必要がある」などの意見があった。

工業部会のあるべき姿として「企業の強みを磨き、社員が輝く、魅力溢れる産業」と設定した。

そのあるべき姿を達成するための方向性として次のようにまとめた。他の部会と共

通する五つの柱と 15 の戦略にまとめている。工業部会では人材確保が大きなテーマとして挙がっていたので、大きな割合を占める。アクションプランの主なものだけを説明すると、「1. ものづくり産業の振興」では、基本戦略「地域資源の活用・ブランド化」で「企業塾」、「知恵とネットワークを生かしたものづくり」で「産官学連携によるものづくり」、「3. 経営基盤の強化」では、基本戦略「経営基盤の強化」で「経営合理化を図るための企業体制の改善のための支援」などを挙げている。「5. 人材確保・育成」では、基本戦略「人材の確保」で「ターゲットに合わせた求人情報の発信」を挙げ、新卒者やパートなどターゲットごとの情報発信を行っていくとしている。また給料ではなく、やりがいや製品の魅力発信をしていくとしている。「市民が企業を知る機会の創出」では、「キャリア教育」や「ケーブルテレビを活用した企業の情報の発信」を挙げている。「企業の魅力発信」では、「製造現場で働く男女の姿を発信」とし、求職者の年齢に近い製造現場の労働者の情報を発信して、仕事のやりがいを発信する。

○商業・観光部会

商業・観光部会では「より長く滞在し、より多くお金を落としてもらうための仕組みづくり」をテーマに議論してきた。

テーマの内部背景として「周遊・宿泊が少なく通過型観光地となっているため滞在時間が短い」「市内消費者も市外で外食・飲食する割合が大きい」「事業承継がなく休業や廃業が増加」などがある。

現状と課題については、「恵那市というところというブランドが少ない」「イメージがない」「お土産品が少ない」などがある。また「農業等との連携ができていない」など横のつながりが無い、田舎体験や神秘的な体験をする「地域資源を活用した体験プログラムが必要」、「商品化されたものを取りまとめる母体がない」ためそれを強化する、大型店舗の進出などにより「顧客の確保が困難になっている」ため、若いお客さん呼び戻すことも必要。「あご・あし・まくら」のうち、「あご」＝ランチができる飲食店やカフェが少ない。「地消地産ができていない」「ITに関する知識不足」などが挙げられた。

そのような課題から「豊かな地域資源を生かし、滞在時間の長い観光地」をあるべき姿に設定した。それを達成するための方向性として、五つの柱と 15 の基本戦略にまとめた。主なアクションプランは、やりたい人を募って新商品開発などを行う「企業塾」、「農商工連携の促進のため異業種交流会の実施」「国内外への販売促進」

「観光協会の組織強化支援」「二次交通の充実」、観光地の整備で「恵那峡再整備、くしはら温泉リニューアル等」、ここでしか食べられない食を発信する「食を生かした観光振興」、観光資源をつなげて「ストーリー性のあるプログラムの開発・発信」、「観光ガイドの育成強化」などが挙げられている。また「相談窓口の設置」「商店街活性化事業への支援」「事業承継」「創業にチャレンジしやすい環境づくり」など。

「産業基盤の強化」や「多様な人材の育成・確保」については議論まで至らなかった

が、全部会共通して必要な取り組みであるため参考までに他部会で出たものを掲載している。

○林業部会

林業部会では「担い手確保と集客できる仕組みづくり」をテーマに議論してきた。

テーマの内部背景としては「林業収入が上がらないため、林業従事者が減少」、知られていない・知らせていないため「豊富な森林資源を有効活用できていない」「みんなが欲しいものができていない」などがある。

現状と課題については、「恵那市の木材というものが見えにくい」「効果的な PR、情報発信ができていない」「林業経営者・従事者が減少」などが挙げられている。

それらを解決するため「価格の安定化」「集客と情報発信」「仕事の安定化」「素材の安定供給」「担い手の安定供給」の観点から五つの柱と 20 の基本戦略にまとめた。

あるべき姿は「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」とした。

解決の方向性としては「恵那の木の魅力 PR による木材需要の底上げ支援」「集客交流産業の振興」「魅力の発信」「潜在的人材の発掘」などを基本戦略として挙げている。

これらを一齐に実施していくことは難しい。林業部会としてはまず「情報発信・体験による集客」から始め、皆さんに知ってもらって興味を持ってもらう。人を集めてくるところから始める。それから「新たな商品の開発による付加価値と魅力の創造」をする。そして「恵那市の林業の知名度向上」を図る。そこに集まった人の中から人材を確保し、最終的に「林業の活性化」につなげていく。

主なアクションプランは、「2. 集客・交流産業の振興」では、人に集まってもらって知ってもらうために「わくわく住宅フェア」を発展させていく。「森のオーナー制度（1 本の木から出来るもの）」。木のオーナーになってもらい、ストーリーを付けて売っていく。「古民家リフォーム塾」。これらの取り組みで都会から人に来てもらい、体験してもらって恵那市の良さ、木の良さを知ってもらう。そして「5. 多様な人材の育成・確保」での基本戦略「潜在的人材の発掘」で、集まってきた人たちの中から、林業に向いている人を発掘し、定着させていく仕組みを作っていく。それには既存の山を守っていく仕組み「4. 産業基盤の強化」、売っていく物が必要なので「1. ものづくり産業の振興」での「恵那の木プロダクト」などの取り組みで恵那市オンリーワンのものを作っていく。

○三輪 「長きに渡る検討お疲れさまでした。委員の皆様のご知識と経験、現状と課題認識という生の情報が盛り込まれて恵那市の産業振興ビジョンが出来てくる。他に例のない利用的な組み込み方だと考える。花火を上げるだけでなく、誰が担い手になって実行に移していくかということを盛り込んでいくことがビ

ビジョンを実現するための 1 歩。今後、素案を振興会議に諮り、ビジョン策定となるが、その後は委員の皆様にはプレイヤーとして他の事業者も取り込んで取り組みを実施して行ってほしい。」

4. 今後のスケジュール

○事務局 「本日、委員の皆様からいただいた意見を持ち帰り、ビジョン素案を整理します。それを来年 1 月に開催する産業振興会議に諮り、審議。その内容を 2 月に開催する部会で再度検討します。2 月の部会までにアクションプランを実施計画に落とし込み、どの取り組みをどのようなスケジュールで誰が担い手となって実施して行くのかを整理。そして 3 月に再度、振興会議で審議し、策定となる。引き続きビジョン検討部会への協力をお願いします。」

5. 閉会