

産業振興の取り組みに関するアンケート集計表

| 委員名 ※敬称略<br>(所属等)     | Q1. ご自身又は所属団体等で現在取り組んでいる、又はこれから取り組みたいと考えている産業振興に関する事業等についてご紹介ください。   |  | Q2. 産業振興に関するご意見やご提案があればご記入ください。   | Q3. 産業振興に関わらず、皆様の取組や業界の最新ニュース等、情報提供でもよろしいのでご記入ください。   |
|-----------------------|--|--|---|---|
|                       | 【現在】   | 【予定】   |   |   |
| 長尾 亨<br>(愛知北農業協同組合)   | <p><b>【農業振興】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>各種農業塾・農業講座、営農相談会を開催し、新規就農者や多様な担い手の育成・支援</li> <li>無料職業紹介事業による農業労働力確保の支援</li> <li>育苗事業、ライスセンター事業、農作業受委託事業による農業者への営農支援</li> <li>地元産農産物を使用した6次化商品の企画・販売</li> </ul> <p><b>【食育活動】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>親子農業体験や収穫体験、小学校への出前講座、地元産産物を使用した親子料理教室などの食農教育の実施</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>犬山市羽黒に共同乾燥調製施設(ライスセンター)を再編新築(令和8年3月竣工予定)</li> <li>名古屋経済大学と連携した6次化商品の開発</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>農業、工業、観光など産業間の連携した取り組みの実施</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>令和6年産の米価は需給環境の改善などにより大幅に上昇する見込み。</li> </ul>  |
| 内田 信也<br>(愛知中小企業家同友会) | <p>愛知中小企業家同友会では、99ビジョン「自立型企業・地域と共に」を掲げ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>独自性・価格決定力の中小企業を目指す→下請企業からの脱皮</li> <li>地域と共に歩む企業づくり→地域から信頼される企業づくり</li> </ul> <p>の二本柱を掲げ→自社の企業努力で経営指針書(理念・方針・計画)を作成し企業価値を高め、地域と共に歩む信頼される企業づくりを目指す</p>   | <p>愛知中小企業家同友会では、2022ビジョン「地域未来・創造企業」を掲げ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>より良い経営環境(適正取引・パートナーシップ構築・価値を認める社会など)</li> <li>より良い地域社会(多様性と包摂性・行政との連携・コミュニティとの関り)</li> </ul> <p>の二本柱を掲げ→自立型企業のアップデート&amp;地域との関りを意識する</p> | <p>犬山市には名古屋経済大学があります。名古屋経済大学の学生さんに、犬山の産業振興に関する意見を頂き、どんな街づくりやどんな企業に就職したいか等、学生さんにスポットを当てて、犬山の地域未来と創造企業についてコンペを実施してはどうでしょうか。</p>   | <p>皆さんもご存じのとおり「2024年問題」が本年4月から実施されました。業界では、2024年問題でトラック運転者の労働時間などの改善のため基準(改善基準告示)により働けなくなりました。また、少子高齢化で、トラック運転者不足が大きな課題となっており、2030年には、2015年の30%が運べなくなると言われています。</p> |
| 松田 昇平<br>(犬山市観光協会)    | <ul style="list-style-type: none"> <li>犬山市観光戦略の目的である観光消費を拡大させるとともに経済波及効果を高めるため、観光プロモーションや観光宣伝を展開し観光誘客に取り組んでいる。そのうえで、観光を産業として成長させる「観光の産業化」を目指している。</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>観光消費を拡大させるために大きく貢献するのは、宿泊観光消費額を増加させることである。取り分け、海外からの訪日外国人による観光消費額は桁違いに大きな金額となることから、宿泊事業者と連携しターゲットを絞ってインバウンド消費と向上を目的としたプロモーションを強化したい。</li> </ul>                                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>城下町を中心とした商業店舗の多くは市外在住の経営者により出店されているため、経済波及効果は市外に流失しているものと推測できる。そのため、商業店舗が地元産品を導入することで消費拡大を図るとともに経済効果を見出すことが重要である。こうした観点で、城下町に出店した店舗が地元産品を積極的に導入できる「しくみ」を構築することも産業振興に寄与できると考える。加えて、課題の多い城下町地区の出店者同士が一体となって社会貢献するための環境整備や緩やかな組織づくりに対して行政による側面的な支援を行うことも産業振興のみならず地域振興へ波及するものと考え。</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>広報犬山9月号に「観光協会レポートVo.3」(別添参照)を掲載し犬山市観光協会の取り組みを紹介します。</li> </ul>   |

| 委員名 ※敬称略<br>(所属等)  | Q1. ご自身又は所属団体等で現在取り組んでいる、又はこれから取り組みたいと考えている産業振興に関する事業等についてご紹介ください。   |   | Q2. 産業振興に関するご意見やご提案があればご記入ください。  | Q3. 産業振興に関わらず、皆様の取組や業界の最新ニュース等、情報提供でもよろしいのでご記入ください。   |
|--------------------|--|---|--|---|
|                    | 【現在】   | 【予定】  |  |   |
| 奥村 好樹<br>(犬山商工会議所) | <p>・桃太郎プロジェクト<br/>栗栖地域に残る「桃太郎伝説」をキーワードに「木曾川桃太郎外伝」という新たなストーリーと名古屋造形大学、名古屋経済大学の協力を得て新キャラクターを作り上げ、木曾川流域の市町を繋ぎ、広域での商工業・観光業の活性化を目指す「桃太郎プロジェクト」をスタートさせました。まずは、本事業を広く国内外に知って頂き、PRしていくことを目的に、クラウドファンディングでの支援募集を始めました。</p> <p>プレミアム返礼品としては、ももちゃんカード(犬山・可児、坂祝)にて利用できる特典カード)・フィギュア人形や、御朱印帳・絵馬・DVD<br/>(クラウドファンディング 支援募集期間:7月8日～8月31日)</p> <p>・経営発達支援事業<br/>小規模事業者の経営戦略に踏み込んだ支援を実施する「経営発達支援計画」が国に認定され、今年度から5年間の目標に沿って実施いたします。<br/>経済動向調査、需要動向調査、事業計画支援策、経営改善普及事業等<br/>伴走支援フォローアップ等</p> | <p>・桃太郎プロジェクト<br/>今後は、これらキャラクターを使って、それぞれの地域で育まれた地域資源を活用した商品などを新たにリニューアルし、観光客へのお土産として各市町を繋げていく<br/>キャラクターに扮したコスプレで桃太郎関連のスポットを訪れてもらうなど多彩な観光名所づくりを仕掛けていき、ハード、ソフト面にて6人のキャラクターを活用した新たな商工業、観光を盛り上げていく</p> <p>・経営発達支援事業<br/>第3期事業実施期間:令和6年4月1日～令和11年3月31日(5年間)<br/>単年度毎に評価委員会の実施</p> | <p>令和3年経済センサス活動調査では、市内事業者総数2192件において約72%1589件が小規模事業者である。平成4年調査では商工業者数2846件で、比較654件減少、内小規事業者2291件で、702件減少である。新たな創業者、販路開拓第2創業、スタートアップ増やし、既存の事業者への経営支援を行うには、いつでも対応できる多くの多種多様の相談窓口が必要である</p> | <p>猛暑による消費への影響は「猛暑効果」と呼ばれ、これまではプラス効果と考えられていたが、今夏の酷暑によりマイナス影響が注目されている。<br/>労働生産性の低下によるマイナスも大きい。</p>  |
| 吉田 英美<br>(犬山商工会議所) | 奥村委員と同じ  | 奥村委員と同じ   | 女性活躍の推進<br>女性起業家を目指す方に支援・相談  | 犬山市は今年市制70周年であり、犬山の文化協会も創立70周年です。犬山の観光においても、歴史や文化力の高い町が成長していくはずですが、ところが、平成13年をピークに会員数は3分の1に減少しています。少子高齢化、企業の人手不足と同義ではなく、文化活動で仲間を作り、住みたく文化力のある町にしたい。 |
| 林 龍春<br>(尾北民主商工会)  | 自治体を実施する様々な産業振興支援を会員各位にお知らせするとともに、新たな制度、政策などの説明会を行いました。  | これからも有益な産業振興支援の周知を図ります。特に若い経営者には是非とも有効活用してもらいたい。  | 依然として、円安や光熱費・材料費の高止まりで中小零細企業は苦境に立たされています。より広い支援を求めます。  | 記録的な訪日客でインバウンド需要は増えるものの、人気定番の観光地はオーバーツーリズムも愛知県はスルーでほとんど恩恵がない。もっと需要を引き込む政策が必要では。   |
| 渡辺 英明<br>(犬山金融懇話会) | 金融機関は従来の業務(預金・貸金)の他に、資産運用相談や年金受給代行、企業様への人材紹介やM&A・事業承継等のアドバイスに加えて、補助金・助成金の申請支援などにも取り組んでおり、お客様のニーズに合ったサービスを幅広く提供しております。  | 今後ますます金融機関へ求められるサービスは多岐にわたると思います。時代の変化を敏感にとらえ、ともに栄えていきたいと思っています。  | -  | 現在当金庫では、深刻化する経営者の高齢化や後継者不在による廃業の増加という課題を解決するため、当金庫エリア内にある商工会議所様および商工会様と包括連携協定を締結し、後継者不在事業者様の引継ぎ先の検索及びマッチングまでの伴走支援(あとつぎ創業)に取り組んでいます。                 |

| 委員名 ※敬称略<br>(所属等)      | Q1. ご自身又は所属団体等で現在取り組んでいる、又はこれから取り組みたいと考えている産業振興に関する事業等についてご紹介ください。   |  | Q2. 産業振興に関するご意見やご提案があればご記入ください。   | Q3. 産業振興に関わらず、皆様の取組や業界の最新ニュース等、情報提供でもよろしいのでご記入ください。  |
|------------------------|--|--|---|--|
|                        | 【現在】   | 【予定】   |   |  |
| 大黒 光一<br>(名古屋経済大学)     | 地域連携・産学連携  | -  | 地元就職を促すような取り組みを市としておこなうことが必要<br>(地元定着、犬山移住促進、犬山就職促進 など)   | <ul style="list-style-type: none"> <li>・関市役所、岡崎商工会議所において、大学生、高校生のお子さんを持つ保護者の方向けの就活講座</li> <li>・企業向け、地元就職を促す採用活動勉強会</li> <li>・犬山市内4中学校の依頼を受け、2年生全員向けキャリア学習を大学内にて実施</li> <li>・観光大使、学祭連携、管理栄養学科の産学連携</li> </ul> |
| 梅田 千里<br>(犬山市消費者団体協議会) | -  | 消費生活に関連した地産地消、環境問題など、地元へ貢献できる活動の啓発運動   | -   | -  |
| 細江 英明<br>(中小企業診断士)     | <p>昨年アンケートに述べた通り、弊社は経営コンサルタント事業者ですので、社業そのものが産業振興に資するものであると考えています。</p> <p>その中でも支援の姿勢として、単に一事業者の利益を支援する取り組みではなく、産業そのもの又は地域そのものの振興につながる支援とすることが結果的に事業者の長期的な支援になるものと捉えて取り組んでいます。</p> | 「経営強化＝経営資源(ヒト・モノ・カネ)の強化」、中でも人の強化に注力していきます。そして今後は特に外国人材と中小企業とのマッチングに力を尽くしたいと考えています。 | <p>現在、様々な産業振興施策は国県などで行われている中での犬山市の産業振興施策についてですが、犬山市として考えた場合、現在の施策に加えて、外国人材に関する補助金の拡充はいかにかと考えます。理由は名古屋という都市部(人材需要地)に近接する地域であることから、働き手の確保が難しいと考えるためです。</p> <p>例えば外国人材の技能実習等の制度を活用する際の費用の一部を補助する、外国人材の雇用環境の整備について補助する、などが挙げられます。(名古屋市でも「介護」など人材不足が深刻な業種に絞って行っている。)</p> | <p>コロナ禍で始まった「事業再構築補助金」や以前から製造業で多く利用されている「ものづくり補助金」などの募集要項の改定から国の姿勢などの変化が見て取れます。</p> <p>例えば申請のプロセスで事業者のオンライン面談が入ったり、外部の補助金支援の専門家(いわゆる代行業者)を排除する傾向などです。こうした点からは、事業者自身の事業構築・推進能力を問う内容に変化してきているといえます。</p>        |