

TAJIMI CITY



多治見市 産業・観光 振興計画

R6.4.1 – R10.3.31

多治見市 経済部



© P.NA/Y

1 計画策定の趣旨

多治見市産業・観光振興計画は、多治見市の経済政策、特に総合計画に位置付けられた事業の推進を目的として策定しており、本計画は、第7期目の計画となります。

これまでの計画により、中小企業支援、創業支援、企業誘致、地場産業支援、観光振興、農業振興等の各分野において、一定の成果を上げてきました。

今回の計画では、これまでの成果を土台として更なる躍進および発展を目指すとともに、新たな社会的課題の解決を図ることを念頭に置き、策定いたしました。

2 策定手順

本計画は、有識者や民間事業者等、計12名の策定委員から成る「多治見市産業・観光振興計画策定委員会」(以下「策定委員会」)によって策定しました。これまでの計画の評価から、地域経済の現状を踏まえて活発な意見交換を行い、今後の多治見市の経済活性化のために真に必要な事業、政策について検討を行いました。

3 計画の体系と運営

本計画は、第8次総合計画を上位計画とし、産業・経済部門の基本計画として位置付けています。

- (1) 計画期間 令和6年度～令和9年度(総合計画と連動)
- (2) 進行管理 第8次総合計画の進行管理と一体的に進める。
社会経済への対応をスピードアップさせるべく、毎年度地域経済戦略を策定する。
- (3) 評価 策定委員会により、毎年評価を実施。



4 第8次総合計画との連携

基本方針を、第8次総合計画の柱の一つである「にぎわいを生み出すまちづくり」に「活力」を加え、「にぎわいと活力のあるまちづくり」とします。また、多治見市総合計画審議会からの答申から次の3つの項目について共有します。

- 地場産業の支援
地場産業は、第7次総合計画策定時と比較すると、原料の枯渇問題だけでなく、コロナ禍による生産調整や高齢化により、製造分野から順に廃業が進んでいる。市内産業の人手不足という課題に向き合った施策にも、さらに力を入れていただきたい。
- にぎわい創出
プラティ多治見を含む多治見駅周辺エリア全体で、にぎわい創出を継続的に進めていただきたい。
- ふるさと納税の推進
企業版・個人版ふるさと納税については、多くの寄附額を集めている自治体もある。多治見市もよりマーケティング的視点を持ちながら、財源確保策としてさらに創意工夫を凝らしていただきたい。

5 現状分析

(1) これまでの計画による成果

産業振興	企業誘致	中心市街地	地場産業	観光	農業
①「き」業展、企業お見合いイベントによる企業支援。 ②たじみビジネスプランコンテスト、ビジネスインキュベーションを中心とした起業支援。 ③働こプロジェクトによる雇用促進。 ④新型コロナに関する企業支援【TAJIMEALGO(消費喚起策)】	①アマゾン、トヨタ、トヨタ紡織、日本ガイシ等、大手を含む28社の誘致に成功。 ②進出企業の地域貢献活動が最大限の効果を発揮できるよう支援。 ③高田テクノパーク造成完了。	①3者統合により、たじみDMOが誕生し、観光・まちづくりの促進を図った。 ②中心市街地活性化基本計画(誰もが読める絵本スタイル)策定。 ③まちづくりノバージョン基金を創設し「かまや」オープン。 ④たじみビジネスプランコンテストと連携し出店サポート。	①セラミックバレー推進(振興補助金・オープンファクトリー整備・海外戦略等)。 ②テーブルウエアフェスティバル等の出展支援。 ③国際陶磁器フェスの開催。 ④陶磁器意匠研究所による担い手の育成。 ⑤美濃焼タイル振興(施工補助)。 ⑥邛峽プロジェクト(国際PR)。	①多治見市インバウンド推進プロジェクトチーム(TIP)発足。 ②ロケツーリズム事業推進(アニメ「やくならマグカップも」・全国やきもの甲子園) ③着地型観光体験プログラム「多治見るこみち」の推進。 ④東美濃地域の広域観光事業(MEETS HIGASHI-MINO等)。	①甘原ええののいちご、ブルーベリーの観光農園を経営支援。 ②もみじかえで研究所を中心とした美濃焼とやくならマグカップもとのコラボレーション。 ③フォーレサンノクラによる天然酵母パンの製造販売を開始。 ④新規就農者の育成および経営支援(補助金)。

(2) 多治見経済の現況

- ① **人口減少** 多治見市の人口は、106,740 人(R5.4)。107,443 人（前年同月）から 703 人減少。また、昼間人口、特に通勤者については、依然として流出者が多いものの、多治見への流入が、16,216 人(H27)から 18,349 人(R2)に増加。多治見から市外への流出については、28,708 人(H27)から 28,823 人(R2)に増加。(R2 国勢調査より)
- ② **中心市街地通行量** ※たじみ DMO の通行量調査より（毎年 11 月頃に実施）
 - ・駅前商店街 <休日>(R2) 7,481 人→(R5) 8,280 人、<平日>(R2) 9,994 人→(R5) 10,358 人
 - ・ながせ商店街 <休日>(R2) 1,285 人→(R5) 1,290 人、<平日>(R2) 1,547 人→(R5) 1,245 人
 - ・オリベストリート <休日>(R2) 766 人→(R5) 710 人、<平日>(R2) 920 人→(R5) 970 人
- ③ **地域内循環** 地域経済循環率(※)は 74.2%（県内 21 市中 18 位 RESAS 2018 年より）
多治見市は、平均よりも大幅に値が低い。地域経済の構造特性としては、他地域から流入する所得が多く、また、他地域への支出が多いという特徴がある。
※地域経済循環率とは、生産（付加価値額）を分配（所得）で除した値であり、地域経済の自立度を示す。
- ④ **付加価値額** 年間 1 人あたり、第 1 次産業 167 万円（1,449 位）、第 2 次産業 529 万円（1,517 位）、第 3 次産業 865 万円（567 位）（全国 1,741 市町村中。RESAS 2018 年より）
- ⑤ **製造品出荷額** 地場産業である陶磁器・同関連製品等製造業を含む出荷額は、59,678 百万円(H20)→65,396 百万円(R 元)。一方、シェアは、県内 3 位、全国 22 位。（県内 21 市中、全国 1,741 市町村中。RESAS より）。モザイクタイルの生産量は全国 1 位。
- ⑥ **有効求人倍率** 平成 30 年度から 2 倍前後を推移しており、近隣他市と比べても深刻な採用難。
※参考 2.27 倍（R5.12、ハローワーク多治見管内）
- ⑦ **観光入込み客数** モザイクタイルミュージアムの開館により増加傾向にあったが新型コロナウイルスの影響により、観光入込み客数は大幅に減少。1,380,782 人(H30)から 1,011,143 人(R5)に減少するも、R 元年以来の 100 万人まで回復しており、増加傾向にある。



6 課題と解決

現状分析から、今後多治見市が経済政策を力強くかつ迅速に推進するうえで、プラス要素となりえる強みを活かし、克服する必要がある課題を強みに変えるとして、以下のとおり整理しました。

強みを【活かす】	強みに【変える】
① TIP を中心としたインバウンド観光誘客推進	① 外国人観光需要に対応した誘客
② 民泊事業に伴う施設整備サポート	② 観光客が希望する宿泊施設（ホテル、旅館、民泊、ゲストハウス等）が少ない
③ まちづくりリノベーション基金の活用	③ 商店街組織の弱体化及び高齢化
④ たじみビジネスプランコンテスト出店サポート及びフォローアップで更なる中心市街地活性化	④ 中心市街地（主に商店街）の空き物件の増加
⑤ 企業訪問による、ふるさと納税返礼品増加	⑤ 駅周辺（特にプラティ多治見）のにぎわい
⑥ 返礼品開発等支援補助金による、多治見ブランド商品を創出	⑥ ふるさと納税の寄付額
⑦ セラミックバレー振興（国際陶磁器フェスティバル）	⑦ 美濃焼・タイルの低付加価値化
⑧ 美濃焼（タイル）の活用および海外戦略	⑧ 地域内循環の低迷
⑨ 美濃焼を核とした歴史・文化（資源）の活用	⑨ 生産年齢人口の流出
⑩ モザイクタイルミュージアムや陶磁器関連施設との連携	⑩ 他市での大型複合店出店に伴う顧客流出
⑪ 「やくならマグカップも」PR 強化	⑪ 民間消費の支出流出率マイナス（都市部への流出増）
⑫ もみじかえで研究所と観光資源をコラボレーション	⑫ 季節要因による観光農園の入場者数減少
⑬ 農産物を中心とした催事を開催し地産地消を推進	⑬ 新規就農者へのサポート体制
⑭ 陶芸分野での世界的情報発信（IAC 会員として）	⑭ 新商品デザイン開発研究会で作成した試作物の製品化および販路確保体制
⑮ 陶磁器意匠研究所による研究生の育成、外国人研究生の受け入れ体制強化	⑮ 意匠研究所研究生の研修環境の充実
⑯ 企業誘致による企業増及び関連企業の市内進出	⑯ 税収増加、雇用促進に寄与する優良企業誘致

課題は

- ① ヒトを多治見のまちに引き寄せること・・・「Attraction」
- ② 多治見ブランドで域内消費促進と付加価値額の向上・・・「Branding」
- ③ 多治見の産業を担う人財の育成と確保・・・「Human capital」
- ④ 地域企業の産業競争力の強化・・・「Business」

7 策定委員意見（敬称略）

 <p>名古屋学院大学 教授 小林 甲一</p> <p>多治見を「住めば都」にしたいと思 いながらも 30 年が過ぎました。こ こには、磨けば光る物が沢山あり、照 らせば光る人もいますが、先立つものは・・・し かし、「お金がなくても何も失わない、やる気をな くせば多くを失う、誇りを失えばすべてを失う！」</p>	 <p>一般社団法人多治見市観光協会 COO 小口 英二</p> <p>この計画策定にはたくさんの前向 きな意見が出され、それが反映されて いるものとなっています。ご関係の皆 様においても前向きな気持ちでそれぞれの実行に あたっていただくことを望みます。多治見の経済を 一丸となって良くしていきましょう！</p>
 <p>アンファッションカレッジ 学校長 安藤 貴久子</p> <p>にぎわい、活力戦略をベースとして 多治見がどんどん変わっていくの を感じます。これまで以上にやきもの産 業を意識し、多治見らしさのある古きよき文化や景 観は残しつつデザイン性にこだわった、そして自然 を取り込んだ街づくりが未来に繋がると思います。</p>	 <p>ギャラリーヴォイス エグゼクティブディレクター 川上 智子</p> <p>「やきもの」文化に惹かれて他の地域 から移り住んだ人達の熱い思いや新 しい発想を私達が受け止め活かしていくこと、そし て根気よく積み重ねていくことが骨太の魅力ある 「地域ブランド」に繋がると思います。</p>
 <p>長江陶業株式会社 代表取締役 虎澤 範宣</p> <p>初めてこの委員会に参加させてい ただき、様々な分野の方々の意見や熱 い思いを知ることができました。特に 「やきもの」を活かしたまちづくりをしっかりと推 進し発信していければ、訪れたいまち、住みたいま ち「多治見」になっていくものと感じました。</p>	 <p>陶都信用農業協同組合 経済部長 山田 好彦</p> <p>多治見の農産物のブランド化と観光 マッチング、地消地産の拡充により多 治見市の農業の活性化、地域の発展と 賑わいを創出し元気で明るい魅力ある多治見市と なっていくことを期待します。</p>
 <p>公益財団法人文化振興事業団 理事 高木 正典</p> <p>多くの人々が共に推し進めることで 事業の効果は高まります。みんなで盛 り上げて活性化を成功させ、その賑わ いと活力が心の豊かさにつながることを期待しま す。多治見に関わる全てのステークホルダーが希望 を抱ける。そんな明るい未来を共に創りましょう。</p>	 <p>株式会社ウェルハピ 代表取締役 山下 真美子</p> <p>街の活性化を生む「にぎわい」を作 るには、ハード面の整備と活用する 人々の工夫、連携だと思えます。多治 見市には歴史と文化があります。ここの強みを生か しつつ、課題である人材を確保するため本計画を実 現し魅力ある街となっていく事を期待しています。</p>
 <p>東濃信用金庫とうしん地域活力研究所 エリアサポート課 課長 古海 洋介</p> <p>多治見市が更なるステップアップを するための計画が完成しました。この 計画が道しるべとなり、多治見市に関 わる人々が他人事ではなく自分事として計画を捉 え、暮らす人や訪れる人の笑顔があふれる、元気で 魅力ある多治見市となることを期待しています。</p>	 <p>有限会社鈴研 陶業 代表取締役 鈴木 耕二</p> <p>地場産業である、窯業メーカーを 経営している立場で、計画に参加させ ていただきました。作り手の現場は、 貴重な資源だと感じています。産業を核とした、観 光を楽しんで頂き、来て、住んで幸せな街となる事 を祈念し、発展に貢献します。</p>
 <p>株式会社新町 代表取締役 花山 和也</p> <p>ここ数年で多治見に新たなお店が増 えて、さまざまなイベントによるま ちなかの賑わいを実感しています。更 に魅力的なまちにするための基盤である本計画の実 行と結果までを引き続き注視し、いち市民として参 加、協力していきたいと思えます。</p>	 <p>多治見商工会議所 経営支援員 係長 木次 拓美</p> <p>産業と観光は、まちが成長するた めのエンジン。まちが成長し、社会福祉・ 交通などが充実して人が集まり、産 業・観光が一層成長する。この循環が本質的に必要 なことです。多治見市は産業と観光に本気。つまり、 多治見市は良いまちであり続けることに本気です。</p>

9 事業内容一覧

A-I Attraction (まちの魅力)

1	TIP (多治見インバウンド推進プロジェクトチーム)	外国人観光客の誘客を進める。美濃焼、滞在型観光等。海外戦略
2	中心市街地出店促進	たじみビジネスプランコンテストで出店サポート、まちづくりリノベーション基金等の活用を促進
3	空き店舗等の有効活用	さかさま不動産と連携。民泊事業関連補助金を利用し、空き店舗等を有効活用。観光客が希望する宿泊施設等を整備
4	たじみDMOと連携強化	観光・まちづくり事業の促進を強化し、中心市街地活性化を図る。市の観光政策を大きな方針・共通認識を持って推進
5	美濃焼関連イベント	陶磁器・タイルをまちの魅力としてPRし、まちへの集客を促進
6	グリーンフェスタ	地元農業者を中心としたマーケットを開催。地産地消促進
7	プラティ多治見の活性化	集客力のあるテナント誘致を支援、駅周辺から中心市街地活性化

A-II Branding (地域ブランド創造)

1	セラミックバレー振興	セラミックバレー振興補助金等を利用し、オープンファクトリー整備・海外戦略等を展開
2	地場産業振興	地場産業、文化や観光資源などの特長を伸ばし、地域価値を高め、域内循環を促進
3	Tile City Tajimi	美濃焼タイル施工補助金等を活用し、タイルの溢れるまちを推進
4	ロケツーリズム	「やくならマグカップも」活用促進、「やきもの甲子園」の事業強化
5	多治見産農産物のブランド化	新規就農者が主体となり、多治見産農産物のブランド化を促進
6	「ishoken」ブランド	世界に誇る唯一のブランドとして、更なる魅力発信
7	ふるさと納税強化	企業訪問を実施し、取扱品を増加することで寄附額増加および新たな多治見ブランドを創出

B-I Human capital (人財)

1	多治見で働くプロジェクト	地場産業の魅力発信、雇用促進、移住定住促進事業。多治見商工会議所主催、多治見市共催。人口減少対策の関連事業
2	商工会議所/商工会連携	商工会議所、商工会と連携して企業訪問を行い、働きやすく生産性の高い職場づくりを促進
3	副業・兼業人財活用	人財不足を補い、生産性向上を図るとともに、職場に良い刺激を与え、人財を育成
4	若手作家・新規就農者サポート	場所の提供や人のつながり、補助金等によるサポートを実施し、将来を担う方々の指導及び育成
5	意匠研究所の人財育成	ishoken gallery での若手卒業生による展覧会とそれに伴う特別実習等、魅力ある研修を継続実施
6	地元愛を育む環境づくり	地元企業と連携し地場産業に触れる機会を、子どもの時からつくり、将来的に地元愛に溢れた人財を育成
7	企業誘致 (雇用促進)	企業誘致による魅力的な就職先の確保。新たな雇用を生み出し、税収を確保

B-II Business (「き」業)

1	「き」業展・企業お見合い	ビジネスフェアとビジネスマッチングイベント。ビジネスマッチングの機会を創出
2	たじみビジネスプランコンテスト	中心市街地への出店促進及び新産業・起業家創出事業の推進のための事業。タジコンハイスクールも同時開催
3	新事業突破チャレンジ補助金	前向きな市内中小企業にとって、今後の経営改善・生産性(技術力)向上・経費削減に資する投資的企業への補助
4	起業支援センター	ビジネスインキュベーション施設。新たに起業する方、起業後間もない方のサポートを支援
5	企業誘致 (マッチング)	企業誘致による企業増及び関連企業の市内進出、地元企業とのマッチング
6	コワーキングスペース等設置	新しい働き手を確保するため、需要を把握し仕事ができる環境を整備
7	カーボンニュートラル推進	地場産業(特に窯業)と相反するところにあるが、世界の共通目標として先進的に取り組みを調査研究

10 策定経緯

I 内部会議

1 多治見市経済部 関係部署ヒアリング

令和5年8月15日 各部署の現計画進捗確認及び今後の課題抽出
(産業観光課 企業支援G, 観光G, 農林G、企業誘致課、陶磁器意匠研究所)

2 庁内会議

政策会議 令和6年3月18日 産業・観光振興計画の策定について

II 産業観光振興計画策定委員会

第1回	令和5年8月28日	現計画の進捗状況報告及び新計画の策定方針
第2回	令和5年10月16日	ブレインストーミング法で新計画の骨子と課題抽出
第3回	令和5年12月4日	新計画の内容について検討
第4回	令和6年3月4日	計画最終案の確認及び令和6年度戦略の検討

このリーフレットは1部あたり111.1円(税込)で900部作成しました。
このリーフレットはグリーン購入法に基づく基本方針基準(印刷サービス)を満たしています。