

第2章 半田市の産業・観光の現状と課題

1 半田市を取り巻く社会経済情勢の変化

(1) 人口構造の変化

わが国では、人口減少社会に突入しており、少子化・高齢化や生産年齢人口の減少が進む一方、外国籍市民等（外国にルーツを持つ市民を含む）が増加するなど、人口の構造が急速に変化しています。

本市においても、企業等における人材不足や地域社会における担い手不足、医療や介護などに係る需要と費用の増大、多文化共生などへの対応が求められるとともに、年少人口割合の低下など将来の人口構造に応じた地域社会の構築が求められます。

(2) ライフスタイルや価値観の多様化と行政課題の高度化・複雑化

移動範囲の広域化やインターネット社会の普及、産業・就業構造の変化などにより、ライフスタイルや個人の価値観が多様化しています。また、ワーク・ライフ・バランスやテレワークの進展などにより、暮らし方や働き方、さらには余暇やレクリエーションのあり方も多様化が進んでいます。

一方で、地域のコミュニティにおけるつながりの希薄化や社会の成熟に応じて、行政課題が高度化・複雑化しつつあります。

(3) 都市の魅力や持続性の向上への要求

わが国では、近い将来、リニア中央新幹線の開通が予定されており、東京から名古屋への所要時間が40分となることで、観光をはじめ社会的・経済的な交流の拡大が見込まれます。

一方で、首都圏・名古屋圏への人口や消費活動の流出も懸念されるため、歴史・文化や食、地域産業をはじめとする多様な都市の魅力向上と地域ブランド力の確立が求められます。

また、都市機能や居住するエリアを集約し、公共交通機関などでつなぐ「コンパクト・プラス・ネットワーク」と呼ばれる、持続可能な都市構造の形成が望まれます。

(4) 産業基盤の強靱化

都市基盤や公共施設は、建設時のみならず、管理に係る費用が継続的に発生します。また、大規模地震や近年頻発している台風・集中豪雨などによる自然災害に対して、強靱な都市を形成することも重要です。

本市においても、比較的早期に整備し老朽化が進む雨水排水対策施設、道路・橋梁、農業用水施設などの都市基盤施設や各種公共建築物について、人口減少など長期的な視野に立ち、災害への備えも考慮した、総合的かつ計画的な公共施設等の再編・再構築に取り組む必要があります。

(5) 技術の進歩と社会の変化

国際的には、環境に関する問題の解決のみならず、経済・社会・環境の3つの側面のバランスが取れた社会を目指す世界共通の目標「SDGs（持続可能な開発目標）」の達成に向けた取組が進められています。

また、わが国では、AI や IoT など高度情報社会における技術を活用し、経済発展と社会的課題の解決を図る Society5.0 の実現を目指しています。

本市においても、新たな技術や民間活力の活用などにより、新たな事業や商品・サービスの創出とともに、効率的で効果的な行政サービスが求められます。

(6) 地域経済のグローバル化

近年、アジアの新興国では、急激に人口増加及び経済成長を続けており、それに伴い国民の可処分所得も増加しています。新興国の需要拡大は、生産拠点としてだけでなく、消費需要の獲得という市場としての可能性を高めていくものと考えられます。

今後、人口減少に伴い、国内市場の縮小が予想される中で、国内企業は海外取引に留まらず製造業を中心に海外シフトが続き、国内産業の空洞化が懸念されます。そのため、市内中小企業においても、社会経済のグローバル化への対応とともに、女性や高齢者、外国人などの多様な人材による労働力の確保、競争力の強化を図ることが求められます。

(7) 新型コロナウイルスで変わる社会、新しい価値観への対応

令和2年、世界がその猛威に直面した新型コロナウイルス感染症は、わが国においても感染が拡大し、全国的な外出・移動自粛の要請や小中学校の臨時休業をはじめ、緊急事態宣言の発令などにより影響を受けた飲食業や観光業等への緊急経済対策の実施など社会全体に大きな影響を及ぼしました。

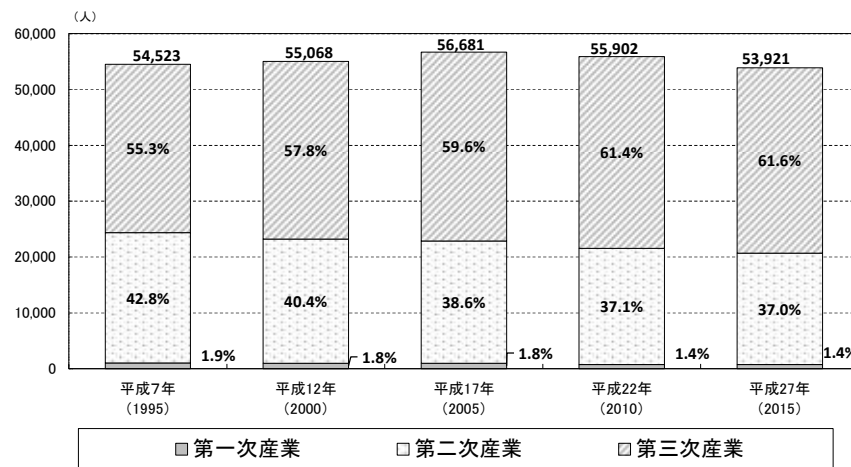
新型コロナウイルスとの共存を余儀なくされるウィズコロナの時代の中で、ライフスタイルや価値観の変化に柔軟に対応した地域経済の再構築、ICT活用の加速化などの対応が必要です。

2 産業・観光の動向

(1) 産業別就業人口

- 半田市の就業人口は、平成7年から平成17年にかけて増加しましたが、その後減少し、平成27年は53,921人です。
- 平成27年の産業就業比率は、第一次1.4%、第二次37.0%、第三次61.6%です。
- 平成7年から第三次産業就業比率が高まり、第二次産業就業比率が低下する傾向があります。

図表 2-2-1 産業別就業人口



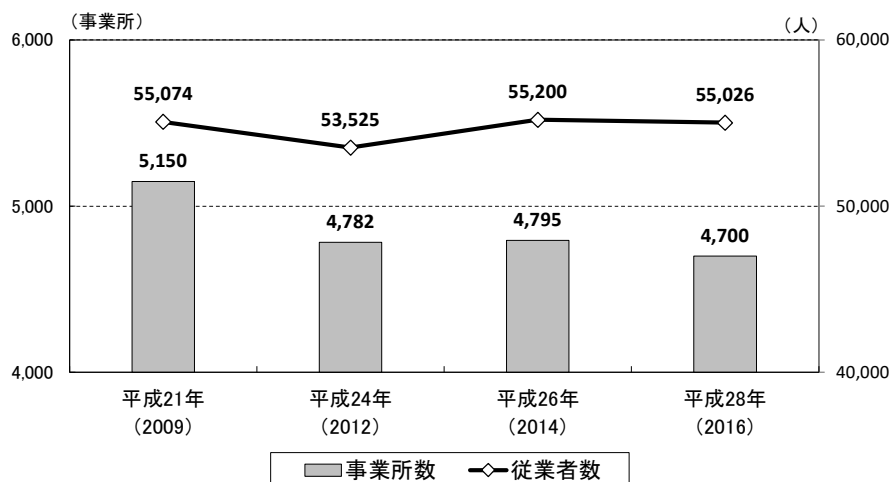
(注) 就業者総数に対する割合

(資料) 国勢調査

(2) 事業所の状況

- 半田市の事業所数は、平成21年から28年にかけてやや減少して4,700事業所、従業員数はほぼ横ばいで平成28年は55,026人です。

図表 2-2-2 事業所数の推移



(資料) 経済センサス-基礎調査(平成21、26年) 経済センサス-活動調査(平成24、28年)

※国及び地方公共団体の事業所を除く。

- 半田市の事業所数（平成28年）は、業種別では卸売業・小売業（24.4%）、宿泊業・飲食サービス業（13.7%）、製造業（10.8%）が多くなっています。
- 従業者数は、製造業（29.9%）、卸売業・小売業（18.7%）、医療、福祉（10.7%）が多くなっています。

図表 2-2-3 業種別の事業所数（平成28年）

	事業所数	構成比(%)	従業者数(人)	構成比(%)
総 数	4,700	100.0	55,026	100.0
農林漁業	16	0.3	162	0.3
建設業	440	9.4	3,066	5.6
製造業	506	10.8	16,455	29.9
電気・ガス・熱供給・水道業	6	0.1	217	0.4
情報通信業	19	0.4	434	0.8
運輸業	132	2.8	2,937	5.3
卸売・小売	1,148	24.4	10,315	18.7
金融・保険業	91	1.9	1,318	2.4
不動産業・物品賃貸業	237	5.0	1,169	2.1
学術研究・専門・技術サービス	197	4.2	1,451	2.6
宿泊業・飲食サービス業	645	13.7	4,993	9.1
生活関連サービス・娯楽業	413	8.8	2,204	4.0
教育・学習支援業	188	4.0	946	1.7
医療・福祉	371	7.9	5,879	10.7
複合サービス業	20	0.4	488	0.9
サービス業	271	5.8	2,992	5.4

（資料）経済センサス－活動調査（第9表）

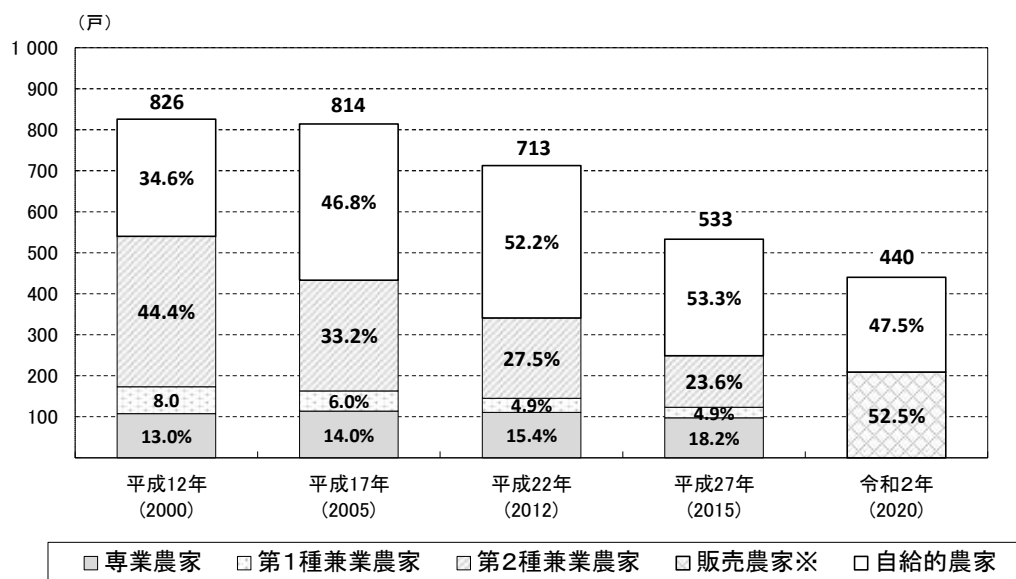
※国及び地方公共団体の事業所を除く。

※業種別事業所数を見るために、資料「第9表」を元に行っていることから、図表 2-2-6 と異なる

(3) 農業

- 半田市の農家数は、平成12年から減少を続けており、令和2年には440戸にまで減少しました。
- 平成12年から平成27年にかけて自給的農家の比率が増えていましたが、令和2年には販売農家比率が52.5%と半数を超えました。
- 農業産出額は、平成26年から令和元年にかけて増減がありますが、概ね75億円の水準です。

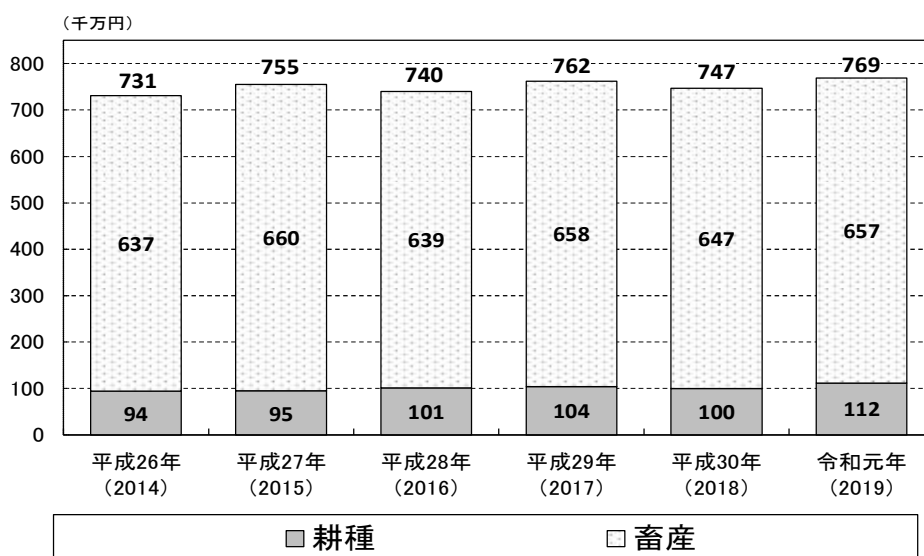
図表 2-2-4 農家数の推移



(資料) 農林業センサス

(※2020年農林業センサスより専兼別農家の項目を廃止し、販売農家として統合し変更された)

図 2-2-5 農業産出額 (推計)

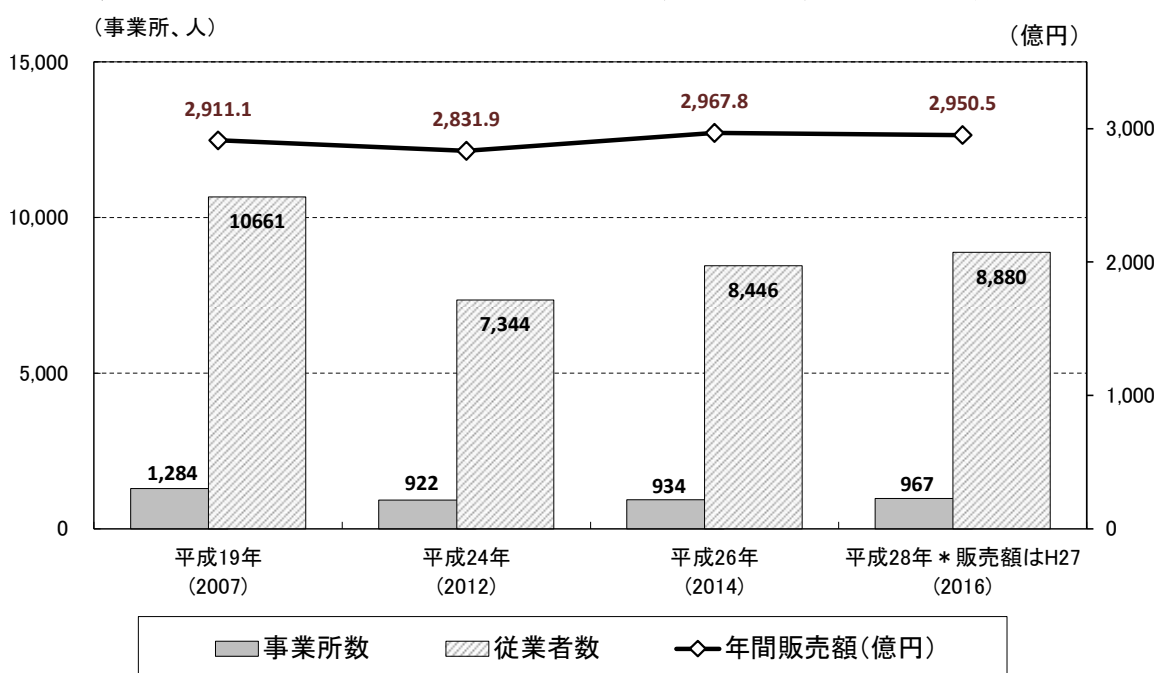


(資料) 農林水産省資料

(4) 商業

- 半田市の商業（卸売業・小売業）は、平成28年において、事業所数が967、従業者数が8,880人、年間販売額が2,950億円です。
- 平成26年から平成28年にかけて、事業所数、従業者数がやや伸び、年間販売額はほぼ横ばいです。

図表 2-2-6 商業（卸売業・小売業）の事業所数・従業者数・年間販売額の推移



(資料)商業統計調査(平成19年、平成26年。ただし基準が変更された)
経済センサス-活動調査(第1表)(平成24年、平成28年)

- 小売業の業種別では、飲食料品小売業とその他の小売業が、事業所数、従業者数のウェイトが大きくなっています。
- 年間販売額は機械器具小売業とその他小売業が約30%を占めています。

図表 2-2-7 小売業業種別の商業小売業の状況(平成28年)

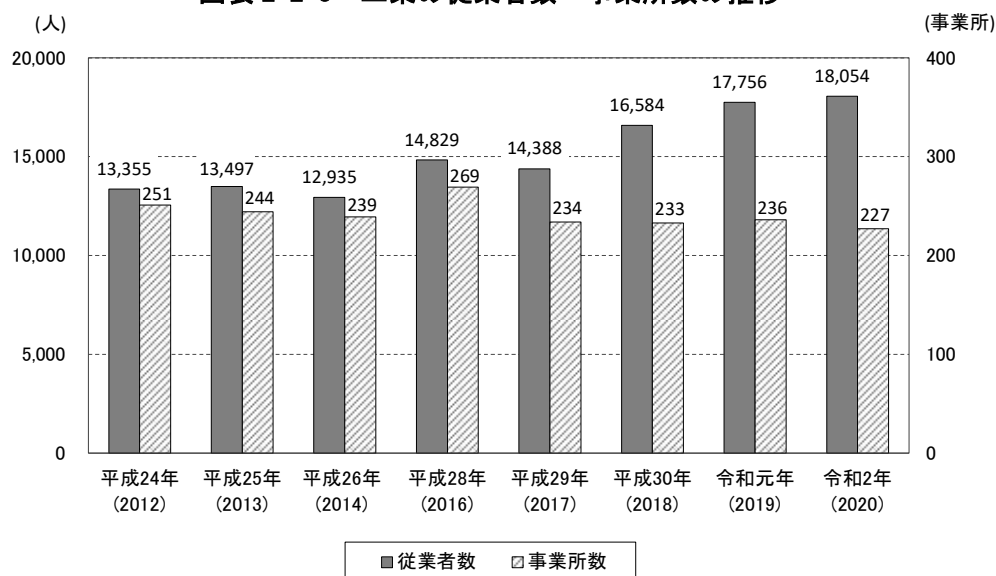
	事業所数	構成比(%)	従業者数(人)	構成比(%)	年間販売額(百万円)	構成比(%)
総数	726	100.0	5,890	100.0	119,337	100.0
各種商品小売業	6	0.8	362	6.1	7,857	6.6
織物・衣服・身の廻り品小売業	95	13.1	471	8.0	7,162	6.0
飲食料品小売業	190	26.2	1,906	32.4	27,724	23.2
機械器具小売業	143	19.7	982	16.7	34,651	29.0
その他の小売業	276	38.0	1,972	33.5	36,905	30.9
無店舗小売	16	2.2	197	3.3	5,038	4.2

(資料) 経済センサス-活動調査

(5) 工業

○半田市の事業所数、従業者数、製造品出荷額等は、平成28年から平成29年にかけて減少しましたが、平成30年以降は従業者数、製造品出荷額等が増加を続け、令和2年には従業者数18,054人、製造品出荷額等8,429.9億円となっています。

図表 2-2-8 工業の従業者数・事業所数の推移

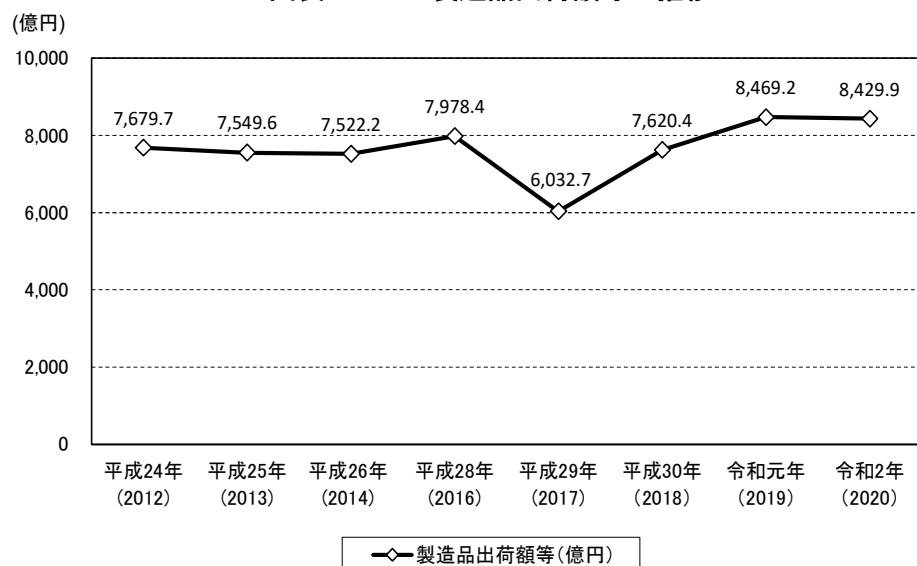


(資料) 経済センサスー活動調査 (平成28年)

あいちの工業ー工業統計調査結果 (平成24年、25年、26年、29年、30年、令和元年、2年)

※平成27年は調査未実施

図表 2-2-9 製造品出荷額等の推移



(資料) 経済センサスー活動調査 (平成28年)

あいちの工業ー工業統計調査結果 (平成24年、25年、26年、29年、30年、令和元年、2年)

※平成27年は調査未実施

○業種別では、事業所数は金属製品（19.8%）、生産用機械（12.3%）、輸送機械（11.9%）、従業者数では輸送機械（38.5%）、鉄鋼（21.5%）、窯業・土石（10.7%）が多くなっています。製造品出荷額等は輸送機械（48.0%）が突出しています。

図表 2-2-10 業種別の工業の状況（令和2年）

	事業所数	構成比 (%)	従業者数 (人)	構成比 (%)	製造品出荷等 (万円)	構成比 (%)
食料品	16	7.0	683	3.8	1,106,963	1.3
飲料・飼料	4	1.8	166	0.9	371,866	0.4
繊維	4	1.8	46	0.3	39,201	0.0
木材・木製品	4	1.8	117	0.6	288,448	0.3
家具・装備品	6	2.6	121	0.7	208,509	0.2
パルプ・紙	5	2.2	186	1.0	195,322	0.2
印刷	10	4.4	255	1.4	495,563	0.6
化学	11	4.8	480	2.7	3,036,676	3.6
石油・石炭	2	0.9	79	0.4	X	-
プラスチック	18	7.9	726	4.0	2,413,961	2.9
ゴム製品	1	0.4	13	0.1	X	-
皮革製品	-	-	-	-	-	-
窯業・土石	14	6.2	1,935	10.7	11,763,984	14.0
鉄鋼	17	7.5	3,887	21.5	15,343,183	18.2
非鉄金属	1	0.4	16	0.1	X	-
金属製品	45	19.8	1631	9.0	6,475,963	7.7
はん用機械	8	3.5	132	0.7	338,729	0.4
生産用機械	28	12.3	585	3.2	1,396,985	1.7
業務用機械	-	-	-	-	-	-
電子部品	-	-	-	-	-	-
電気機械	4	1.8	32	0.2	40,673	0.0
情報通信機械	-	-	-	-	-	-
輸送機械	27	11.9	6,950	38.5	40,483,810	48.0
その他	2	0.9	14	0.1	X	-

※事業所数が1～2の場合、「製造品出荷等」は秘匿データとしてXで表記。

（資料）あいちの工業（工業統計調査結果）

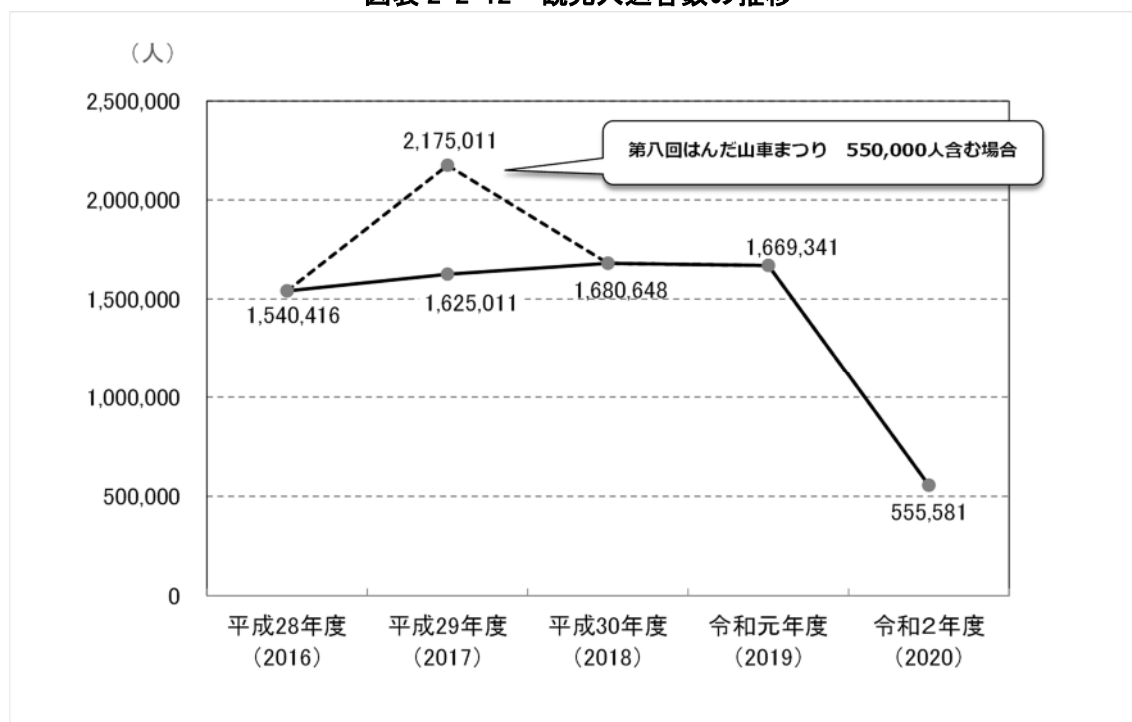
(6) 観光

- 半田市の観光入込客数は、平成28年度から増加傾向を続けていましたが、令和元年度末から新型コロナウイルス感染症の影響を受けて減少しました。5年に1度開催される「はんだ山車まつり」は、平成29年の開催において55万人の来場がありました。
- 主要観光施設では、半田赤レンガ建物、魚太郎、MIZKAN MUSEUMの入込客数が多くなっています。
- 令和2年度は、新型コロナウイルス感染症の感染拡大を受け、イベント中止や、MIZKAN MUSEUMの休館などの影響がありました。

図表 2-2-11 観光入込客数

イベント名	内容等	観 光 客 数				
		平成28年度 (2016)	平成29年度 (2017)	平成30年度 (2018)	令和元年度 (2019)	令和2年度 (2020)
主要観光施設	半田赤レンガ建物	474,540 人	505,886 人	519,403 人	476,924 人	122,607 人
	半六庭園	59,966 人	56,234 人	44,565 人	41,135 人	24,002 人
	MIZKAN MUSEUM	106,158 人	95,249 人	133,184 人	131,045 人	0 人
	國盛 酒の文化館	53,044 人	47,894 人	43,353 人	38,085 人	8,886 人
	魚太郎 (飲食・カフェ)	144,424 人	131,187 人	98,800 人	118,995 人	78,120 人
	半田市立博物館	90,400 人	104,913 人	95,961 人	89,128 人	53,352 人
	新美南吉記念館	59,617 人	60,931 人	53,295 人	54,637 人	24,820 人
	いちご狩り	65,534 人	108,143 人	113,866 人	98,285 人	68,065 人
イベント	半田運河・蔵のまち周辺イベント	32,781 人	33,174 人	50,676 人	74,124 人	4,000 人
	ごんの秋まつり (彼岸花)	111,000 人	148,000 人	114,000 人	130,000 人	50,500 人
	新美南吉関連イベント	5,910 人	4,771 人	3,174 人	5,975 人	0 人
	春の山車祭り (市内10地区)	189,800 人	199,700 人	187,700 人	176,000 人	0 人
	はんだふれあい産業まつり	42,000 人	21,000 人	43,000 人	42,000 人	0 人
その他施設・イベント	ー	105,242 人	107,929 人	179,671 人	193,008 人	121,229 人
計		1,540,416 人	1,625,011 人	1,680,648 人	1,669,341 人	555,581 人
はんだ山車まつり	第八回はんだ山車まつり	-	550,000 人	-	-	-
計		-	2,175,011 人	-	-	-

図表 2-2-12 観光入込客数の推移



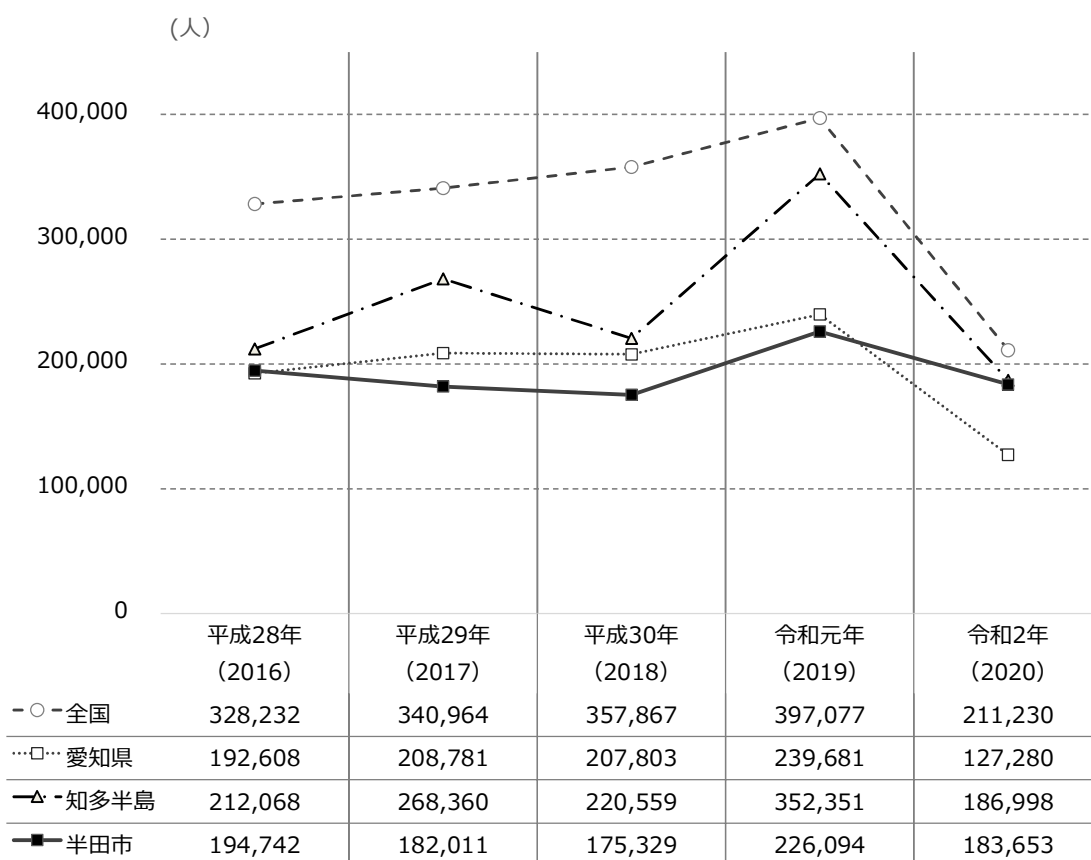
(資料) 半田市観光課資料

- 半田市の宿泊者数（延べ宿泊者数）は、平成28年から30年にかけてやや減少したものの、令和元年には267,377人と増加に転じました。その後、新型コロナウイルス感染症の感染拡大を受け、令和2年は216,340人となっています。
- 人口10万人あたりの宿泊者数でみると、全国や愛知県、知多半島と比較すると低い水準にありましたが、令和元年に増加しました。令和2年には新型コロナウイルス感染症の影響によりインバウンドの宿泊者数が減少しましたが、ビジネス需要が堅調であったことから、他と比べて減少幅は比較的小さいものとなりました。

図表 2-2-13 宿泊者数

	平成28年 (2016)	平成29年 (2017)	平成30年 (2018)	令和元年 (2019)	令和2年 (2020)
全国	416,635,120	432,022,340	452,498,360	500,979,870	258,624,610
愛知県	14,460,410	15,714,760	15,666,650	18,102,800	9,609,420
知多半島	1,322,621	1,677,020	1,379,562	2,207,268	1,169,038
半田市	227,911	213,472	206,858	267,377	216,340

図表 2-2-14 人口10万人あたりの宿泊者数



(資料) 観光庁宿泊旅行統計調査 (全国・愛知県)
 知多半島観光圏協議会資料 (知多半島)
 半田市観光課資料 (半田市)

3 これまでの主な取組状況

第1・2次の計画を踏まえて、これまでに推進されてきた各分野の主な取組や成果について、第2次計画の体系に基づいて整理します。

(1) 農業

農業従事者の高齢化や後継者不足に対する担い手確保については、認定新規就農者数は着実に増加し、次世代の担い手の確保が進んでいる一方で、認定農業者数については減少傾向にあります。

担い手の減少により耕作放棄地の増加も懸念されますが、放棄地になる前に、意欲ある担い手や新規就農者へ農地をつないだことで、担い手の農地集積が増加し、耕作放棄地の抑制につながっています。また、地域の中心となる経営体に対し、補助金等の支援を実施し、経営体の生産基盤を確保し収益力向上に寄与しています。

地域ブランドである「知多牛」においては、地産地消・普及等を目的としてブランド名称を統一するとともに、関連機関の協力のもとパンフレットを作成するなど、市内外に広くブランド力の強化を図っています。

(2) 商業

商業まつりや商店街イベントなど、商業関連団体や市民団体、市内高等学校など多様な主体間の協働による賑わい創出が広がりつつあります。

平成26年に新設した商業施設助成制度については、対象エリアの拡大や、令和2年度に中心市街地への補助限度額を拡充したことで、中心市街地への集中的な新規店舗の出店につながっており、社会情勢を踏まえて事業のメリハリをつけた戦略的な誘導が図られています。

中心市街地においては、J R 武豊線の高架化事業とJ R 半田駅前土地区画整理事業がスタートし、用地取得や物件移転補償等を着実に実施してきました。併せて、J R 武豊線の歴史・文化資源や高架下空間の利活用などによる名鉄知多半田駅前から半田運河までのエリアにおける一体的な利用に向けた検討を進めています。

(3) 工業

企業が進出しやすい環境を整えるため、企業立地のインセンティブとなる優遇制度、国際戦略総合特区の指定、工場立地法に規定する緑地面積率等を緩和する条例を制定するなど、工場の新增設に結び付ける取組を行ってきました。

また、中小企業者の先端設備等の導入を促すため、中小企業等経営強化法に基づく導入促進基本計画の同意を得て、生産性向上に資する設備投資をサポートしています。また、創業支援策として、近隣市町、商工会議所、金融機関などが連携して創業者を支援していく枠組を構築し、支援体制の強化に努めるほか、独自の支援策として市内の起業家に対する補助制度を設け、経済の活性化と雇用創出を着実に進めています。

(4) 観光

平成 27 年を半田市の観光元年と位置づけ、半田赤レンガ建物、半六庭園、MIZKAN MUSEUM 等の観光施設がオープンしたほか、山車祭り、矢勝川堤の 300 万本の彼岸花、南吉文学等の本市の歴史・文化に根差した観光資源を活用した観光振興により、観光入込客数の増加による地域の活性化と、住むまちへの愛着と誇りの醸成を図っています。

平成 30 年度からは、半田運河において、景観を活かして新たな楽しみ方を提供する HOTORI イベントを開催し、半田運河のブランド力向上を図るほか、すし・知多牛の食の観光や市内飲食店等への誘客・回遊キャンペーンを展開し、消費の促進による地域経済の活性化を進めています。

また、知多半島観光圏協議会等における、広域のスケールメリットを活かした情報発信等により、誘客と消費の促進を図っています。

(5) 農商工観の連携

生産者や飲食店との連携により知多牛を P R するリーフレットを作成するとともに、めぐりん M A P の作成等により、回遊性の向上と消費促進を図ることができました。また、市内の寿司店等との連携による尾州早すしの提供やお土産品開発、「すしぼん」の発行、P R 動画の作成等により、「すしのまち半田」のブランド化を進めてきました。さらに、地元産業と観光のマッチングとして、観光協会、半田商工会議所との連携により、特色のある醸造品を販売する E C プラットフォームの開設や、その醸造品を特長的に使ったメニューを提供する「醸造レストラン」の認定、醸造メーカーの工場見学と醸造レストランでの食事をセットにしたグルメツアーの開発に取り組みました。

広域連携の取組として、知多半島 5 市 5 町の商工会議所・商工会が連携して「食のビジネスフェア あいち知多半島メッセ」を開催しており、知多半島内の農業者と「食」に関連する商工業者との交流の場を提供し、毎年新たな取引を創出しています。さらに、竜の子街道広域観光推進協議会では、4 市（西尾市・碧南市・半田市・常滑市）に共通する醸造文化や和文化を活かしたバスツアーやタクシープラン等の造成、グルメをテーマにした情報発信と誘客を進めてきました。

4 市民や事業者のニーズ

第3次半田市産業・観光振興計画策定にあたり、市民の日常的な買い物等の実態や意見を把握し、今後の産業・観光振興施策立案の参考資料とするため市民 3,000 人を対象にして市民意識調査を実施しました。

また、本市の産業や観光に関わる関係機関や事業所等から、本市の産業・観光の強みや特色、弱みや問題点、今後の地域産業の課題、展望などを幅広い視点からバランスよく把握するために、各種団体へヒアリング調査を行うとともに、商工会議所会員向けに簡易の WEB 調査を行いました。

(1) 市民意識調査

計画策定にあたり、市民の日常的な買い物等の実態や意見を把握し、今後の産業・観光振興施策立案の参考資料とするためアンケート調査を実施しました。

調査対象：市内在住の 15 歳以上の方 3,000 人

調査方法：郵送配布・郵送回収またはインターネット回答

調査実施時期：令和3年6月10日～6月30日

配布・回収数：配布数 3,000 通 回収 1,287 通 回収率 42.9%

①回答者の属性

○女性が 56%、男性が 44%です。

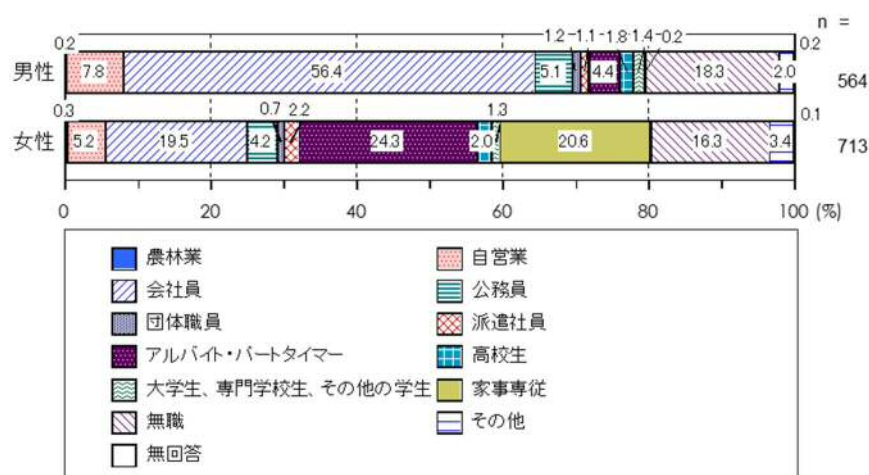
○年齢は 10・20 歳代 12%、30 歳代 15%、40 歳代 19%、50 歳代 18%、60 歳代 21%、70 歳以上 15%で、10・20 歳代以下はやや比率が低くなっています。

○主な職業をみると、男性は「自営業」8%、「会社員」「公務員」「団体職員」といった『正規職の勤め人』が 63%、「アルバイト・パートタイマー」「派遣社員」の『非正規職の勤め人』が 6%、「無職」「家事専従」の『働いていない人』が 19%です。女性は「自営業」5%、『正規職の勤め人』が 24%、『非正規職の勤め人』が 27%、『働いていない人』が 37%です。

○通勤・通学先は、男女とも自宅を含めた市内が 4 割程度です。

○居住地域は、亀崎 11%、乙川 21%、半田 29%、成岩 19%、青山 15%です。

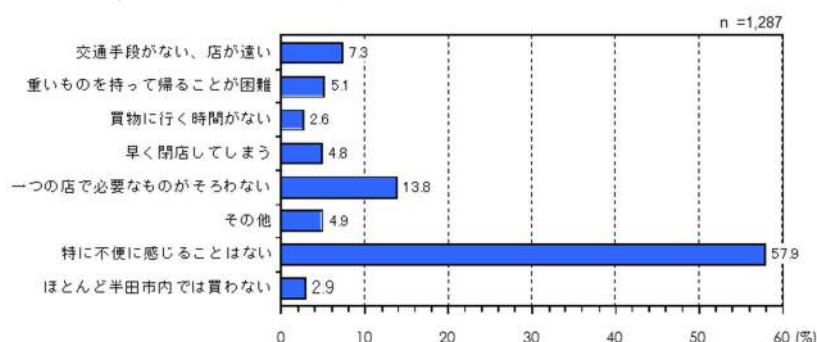
図表 2-4-1 性別及び職業



② 日常の買い物について

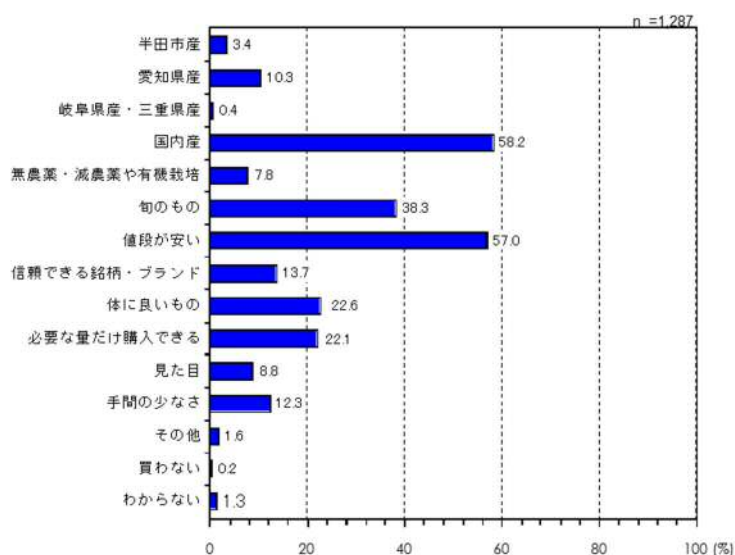
- 買い物店舗の情報収集方法は、「チラシ」が41%と最も高く、次いで「アプリ、HP、メールマガジン」が24%、「SNS」13%。年齢別にみると、「チラシ」は50歳代以上、「アプリ、HP、メールマガジン」は20歳代～40歳代、「SNS」は20～30歳代が高く、年齢による違いが顕著です。
- 買い物で不便に感じていることは、「一つの店で必要なものがそろわない」が14%と最も多くなっています。次いで「交通手段がない、店が遠い」7%。「不便に感じることはない」が58%を占めます。

図表 2-4-2 日常の買い物で不便に感じていること



- 製品別の買い物場所は、ほとんどの品物で「半田市内」が最も高く、『衣料品』『靴・カバン・時計・眼鏡』は、「通信販売のみ」「名古屋市」の比率が高くなっています。『書籍・CD・DVD』『電化製品・家具・寝具類』『レジャー・スポーツ用品、健康器具』は、「通信販売のみ」が高くなっています。
- 購入店舗の種類をみると、ほとんどの品物で「ショッピングセンター・総合スーパー」の比率が高くなっています。購入店舗の選択理由は、生鮮食料品は「鮮度が良い」「価格が安い」「アクセスが良い」、水・飲料・酒は「価格が安い」、高級品は「その他」が最も高くなっています。その他の品物は、「品ぞろえが豊富だから」が最も高くなっています。
- 生鮮食料品を選ぶ基準は、「国内産」「値段が安い」「旬のもの」が高くなっています。「半田市産」は4%、「愛知県産」は11%です。

図表 2-4-3 生鮮食料品を選ぶ基準

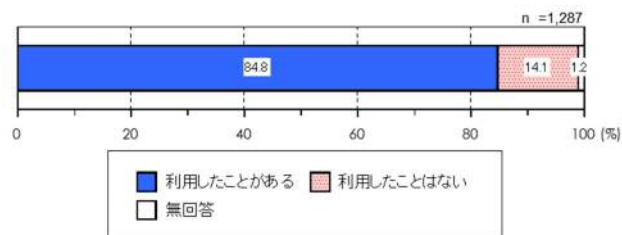


- コロナによる買い物の変化は、「外食が少なくなった」が45%と最も高く、「実店舗での買い物が減った」は25%、「テイクアウトを利用するようになった」は22%と高くなっています。
- 新型コロナウイルス感染症の影響で購入方法の変化があったと回答した70人にその商品を尋ねたところ、「書籍・CD・DVD」が最も高く、「婦人服」「クスリ・化粧品」「子ども・ベビー服」が続いています。
- 店舗の利用状況は、地元の食品スーパーは週1回以上の利用が20～30%程度です。市外の大型ショッピングセンターは月1～3回程度の利用が20～35%程度です。

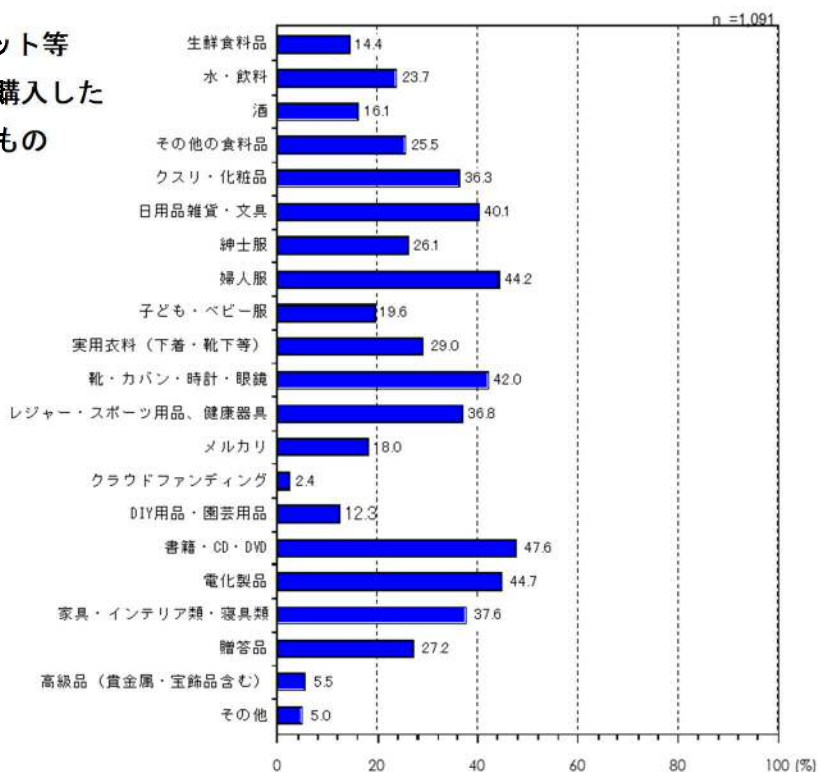
③インターネット等通信販売について

- カタログ、インターネット等の通信販売の利用実績は85%です。
- 利用したことがある通信販売は「アマゾン」が63%、「楽天市場」が55%と半数を超え、高くなっており、最も利用率が低い70歳代でも20%以上の利用率があります。
- 通信販売で購入したことがあるものは、「書籍・CD・DVD」が48%、「電化製品」が45%、「婦人服」44%の順です。
- 通信販売を利用する理由は、「楽だから」が52%、「安いから」が50%、「半田市内の実店舗にほしいものがない」が46%です。

図表 2-4-4 インターネット等
通信販売の利用経験



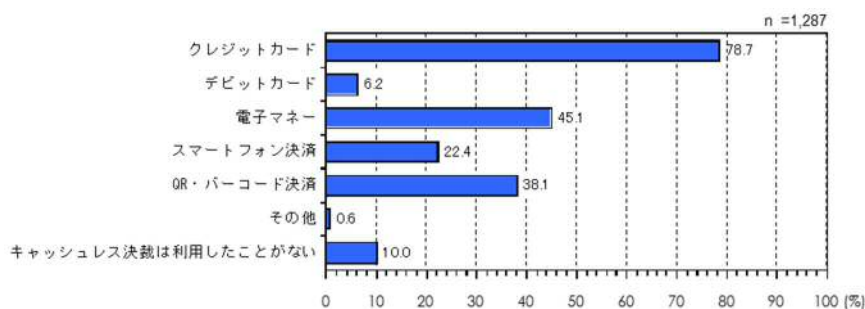
図表 2-4-5 インターネット等
通信販売で購入した
ことがあるもの



④キャッシュレス決済について

○キャッシュレス決済の利用状況は、「クレジットカード」が79%と最も高く、「電子マネー」が45%、「QR・バーコード決済」が38%と続いています。

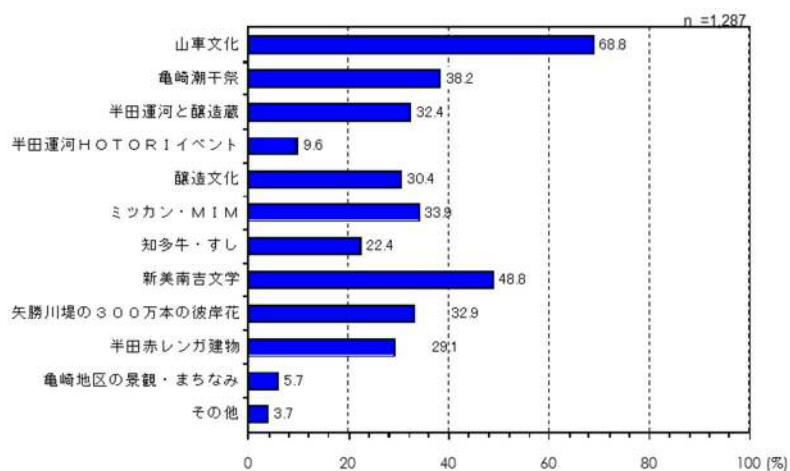
図表 2-4-6 キャッシュレス決済の利用状況



⑤観光について

○半田が誇れる資源は「山車文化」が69%、「新美南吉文学」が49%、「亀崎潮干祭」が38%と続いています。多くの項目で30%以上の回答があります。

図表 2-4-7 半田が誇れる資源



○観光情報の入手方法は、「はんだ市報」が33%、「ホームページ」が21%です。一方で、「特に情報収集はしていない」は19%です。

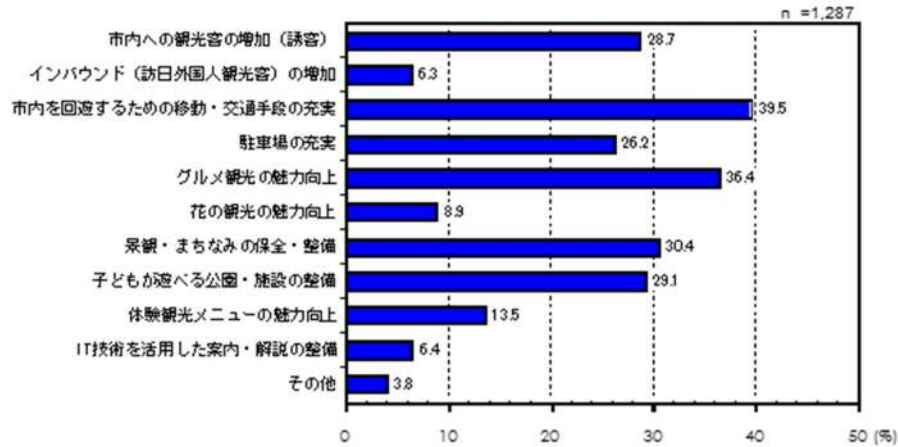
○関心のあるイベント・取組は、「はんだ山車まつり」が56%、「矢勝川堤の300万本の彼岸花」が26%、「亀崎潮干祭」が25%と続いています。

○行ったことがある施設・イベント等、今後行きたい施設・イベント等ともに「春の山車祭り」、「矢勝川堤の300万本の彼岸花」が高くなっています。

○観光施策の効果は、「半田の知名度・イメージ向上」が59%、「伝統的な祭り文化や建造物・景観の保存・継承」が43%、「半田市内の消費拡大」が32%と続いています。

○観光振興に期待すること・強化することは、「市内を回避するための移動・交通手段の充実」が40%、「グルメ観光の魅力向上」が36%、「景観・まちなみの保全・整備」が30%と続いています。

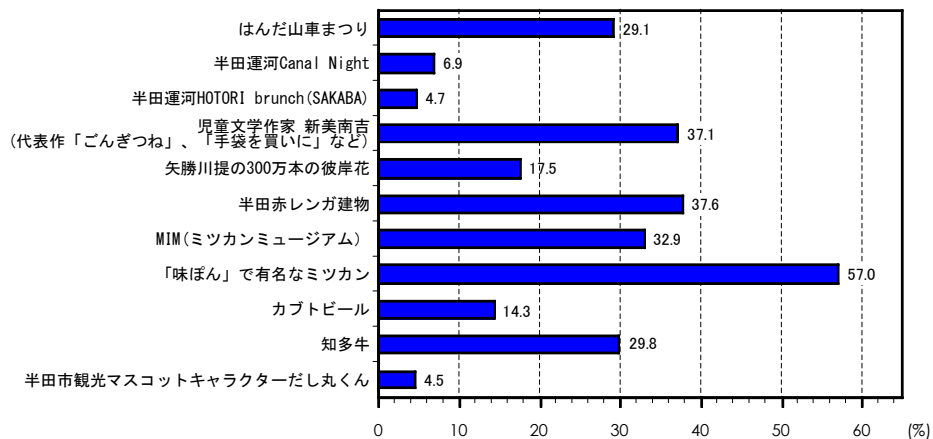
図表 2-4-8 観光振興に期待すること・強化すること



(2) その他の参考とする調査

○東海エリアにおける観光資源の認知度を調べたところ、「味ぽん」で有名なミツカンが57%と最も高く、次いで「半田赤レンガ建物」が38%、「児童文学作家 新美南吉」が37%と高くなっています。

図表 2-4-9 観光資源の認知度



【半田市認知度アンケート調査（半田市企画課）】

調査対象：東海3県（愛知県、岐阜県、三重県）在住者

調査方法：インターネット回答

調査実施時期：令和3年2月24日

回答者数：554人

(3) 各種団体ヒアリング調査

各種団体ヒアリング調査及び半田市産業振興 WEB アンケートの結果からみた課題は、業種別に項目を整理すると次のとおりです。

①農業関連の主な課題

- 採算性向上・高付加価値化
- 担い手の確保。就労環境の整備（一定の収入の確保、就業時間の安定や休日の確保等）
- 耕作放棄地増加への対応
- 農地の集積・集約
- 消費者とのコミュニケーションの重要性が増している
（「企業理念」、「企業側の日常の営み」、「人と人とのつながり」等の積極的な発信）
- 農家・事業者が単独で行っている「点」のブランディングを「線」や「円」にする
- 事業者単独で行っている情報発信をデジタルで一本化する
- 知多牛のブランド化も柱に据える（「山車・蔵・南吉＋知多牛」）
- 6次産業化に関するノウハウの共有・事業者同士のマッチング

②商業関連の主な課題

- 店舗の早期撤退が多い。人や車の動線整備と人流創出が必要
- 店舗廃業後の後継者探しが課題
- 商店街同士の連携が不十分。事業者同士の連携も弱い
- 店舗・駐車場のバランスが悪い。（半田ランプリングタウン協同組合は店舗が減少し、空き地や駐車場が増加。他方、半田駅前商店街は駐車場が足りていない。中町商店街はイベントスペースがない等）

③工業関連の主な課題

- 企業用地の整備が止まっている【WEB アンケート】
- 工場内の地盤沈下が著しい
- 交通利便性の向上や渋滞の解消。人材確保や防災面にも影響している
- 環境配慮に関する設備の導入補助
- 市や県、国の情報を網羅した助成金情報
- BtoB 企業の製品など様々な製品や企業情報の魅力発信
- D X 人材の育成につながる教育の強化（数学や物理などの基礎的な論理的思考等）

④観光関連の主な課題

- 市内に点在する観光施設を「線」でつなぐ回遊ルートをつくる
- 地域との距離が縮められる体験型のコンテンツ開発でリピーターに働きかける
- 「半田運河 Canal Night」や「HOTORI brunch」などの賑わいを一過性のイベントから、日常化させる
- 観光客の1日の動きを想定して、コンテンツを連携させる
- 愛知県全体・知多半島の中の半田市として広域で商品化・戦略を設ける
- 知多半島広域で取り組むシームレスな移動手段の確保
- 南知多や常滑等との連携強化。他の地域にないものを補完し合いながら連携
- 多言語化や決済・予約システムの連携強化、D Xを活用したタイムリーな情報発信
- 環境や市民の生活に配慮した観光振興
- 県外や東海圏以外の人が利用する場所でP R、市外の人を意識した道路標識や看板の整備
- 行政目線ではなく、観光客目線での観光振興

⑤産業全般に関する主な課題

- 情報発信力強化と情報の質向上【WEB アンケート】
- 若者に郷土愛をもってもらう【WEB アンケート】
- 創業支援、インキュベーション、立地支援等【WEB アンケート】

【事業所ヒアリング調査】

以下の20企業・団体を対象として、令和3年6月から7月にかけてヒアリング調査を実施

- | | |
|------------------------------|---------------------|
| ○ ビオクラシックス半田 | ○ 柏商工株式会社 |
| ○ 黒牛の里 | ○ 愛知道路コンセッション株式会社 |
| ○ JA あいち知多半田支店事業部 | ○ 國盛 酒の文化館 |
| ○ 愛知用水 | ○ 日本料理 古扇樓 |
| ○ 半田市中心市街地活性化
にぎわい事業実行委員会 | ○ ミツカングループ |
| ○ 半田商工会議所 | ○ 愛知県観光振興課 |
| ○ たのしあん | ○ 南知多町観光協会 |
| ○ 大八化学工業株式会社 | ○ 名古屋鉄道株式会社 |
| ○ 半田重工業株式会社 | ○ 特定非営利活動法人 半田市観光協会 |
| ○ 株式会社鶴弥 | ○ 半田山車祭り保存会 |

【半田市産業振興 WEB アンケート】

発送先：半田商工会議所会員企業（ただし市内立地）18社

調査期間：令和3年6月1日～6月25日

5 半田市の産業・観光の課題

これまでの取組状況や各種調査結果などを踏まえて、本市の産業及び観光の主要課題を分野別に整理しました。

(1) 農業

① 多様な担い手の確保・育成と経営体の収益力向上

○農業従事者の高齢化や後継者不足に伴い、農業の経営環境は厳しくなっています。多様な担い手の確保や育成、価格低迷による農業所得が伸び悩む農業経営体への収益力向上のための支援が必要です。

② 知多牛をはじめとする農産物のブランド力強化

○「知多牛」のPRを進めて全国ブランドへとさらに発展させるとともに、知多牛以外の農産物においても、認知度及びブランド力の向上が必要です。そのため、年間を通じた情報発信やイベント等でのPRによる市内外への周知活動が求められます。

○畜産営農地域と住居地域が隣接しているため、ふん尿による臭気の軽減をはじめ、環境に配慮した農業の推進が求められます。

③ 耕作放棄地の活用及び農業基盤の維持向上

○担い手不足などによって耕作放棄地の増加が懸念されることから、農地の集約などによる効果的な活用が求められます。

○安定した農業経営に向けて、徐々に老朽化が進む農業用水施設などの農業基盤の機能維持・更新を円滑に進めていくことが必要です。

④ 市民が農業に親しむ機会の充実

○食の安心・安全への関心が高まる一方で、市民意識調査をみても地産地消はまだ十分に浸透しているとは言えないため、農業体験や地産地消の取組などを通じて全ての市民が農業を身近に感じるこことできる取組を進めていく必要があります。

(2) 商業

① 経営の安定化

○ネット販売の普及や近隣の大型店の出店、新型コロナウイルス感染症の影響などにより、アンケート調査でも売り上げの減少の影響が見られることから、商店街などの実店舗による営業は厳しい状況にあります。

深刻な経営状態にある市内中小企業が抱える課題を解決し、消費者の新しい生活様式に対応した持続可能な経営にするための支援が必要です。

② 創業・起業促進

○担い手の高齢化や後継者不足、人手不足等により廃業する店舗も増加するなど、地域の個店の活力が低下しています。商業の活力を維持するために、新たに商売をはじめたいという意欲のある次世代の新しいチャレンジをサポートする環境を整えて、創業・起業を促すことが求められます。

③ 商店街及び中心市街地の賑わい創出

○市民が生活を楽しめる場として中心市街地の恒常的な賑わいを実現するために、空き地などの低・未利用地や公共用地を有効活用するとともに、分野を横断した多様な関係機関の連携を通じて戦略的な取組を進めることが求められています。

(3) 工業

① 新たな企業用地の確保

○臨海部の工業系用途地域における低・未利用地はなく、新規企業が立地する工業用地が不足しています。そのため、市内企業からの事業拡大に伴う用地のニーズに応えるとともに内陸部や臨海部に関わらず、早い時期の用地提供や優遇制度の充実、セールス活動の強化などが求められます。

② 既存企業の活性化

○本市の経済や雇用を支えている既存事業者に対して、事業の高度化や環境対応などを後押しして事業拡大を促進する補助制度等の充実が求められます。

③ 産業活動の環境改善

○企業活動の支援のため、工場周辺の環境改善として臨海部の慢性的な交通渋滞の解消に向け、道路・港湾施設などインフラ整備が必要です。

④ 就業・就労環境の整備

○地元の高校・大学から市内企業への就職支援をはじめ、若者や女性、高齢者、障がい者、外国籍市民等、誰もが安心して働ける職場環境の整備などによる産業の担い手の確保が必要です。

○市内の数多くの優良企業の魅力や特色をわかりやすく伝えるとともに、地元志向の人材とのマッチングを図り、産業人材を確保することが求められます。

(4) 観光

① 半田の魅力を活かした観光振興

○既存の観光資源の磨き上げと新たな観光資源の発掘による魅力向上が求められます。

○誘客（インバウンドを含む）の促進のため、本市の魅力を伝える効果的なプロモーションや、スケールメリットを活かしたPRと多様なニーズへの対応が可能な広域連携による観光振興の強化が必要です。

○観光消費の促進を図るため、食の観光の推進や回遊性の向上が求められます。

○市内に点在する歴史・文化に根差した豊富な観光資源を活かすため、まち歩きを楽しめる機能の充実や面的な観光の推進が必要です。

○リニア中央新幹線開業による、観光客の動向に応じた観光施策の展開が必要です。

② 受入環境の整備

○半田運河周辺における観光客の滞在時間の延長と消費の拡大を図るためには、立ち寄り先となる施設や店舗の集積を推進する必要があります。

○体験型観光コンテンツの充実や2次交通の利便性向上による受入環境の充実が求められます。

③持続可能な観光の推進

- 観光振興を持続的に推進するためには、半田のまちへの愛着と誇りの醸成を図り、観光の担い手や本市の魅力を伝える人材の育成につなげる必要があります。
- 観光入込客数は、コロナ禍前においては年々増加していましたが、コロナ禍においては外出や移動の自粛、イベントの中止等により大きく減少しています。一極集中的なイベントによる集客に頼らない、日常的な誘客の促進により、ウィズコロナ・アフターコロナに適応する必要があります。

(5) 分野共通

①食と観光の連携促進

- 農業に関係する体験メニューの充実を図るとともに、農業振興のエリアと観光・文化に触れる施設・エリアの連携を深めるなど、農や食の観光の推進に関する連携の継続・発展が必要です。

②異業種連携の促進

- 事業所のアンケート調査でも、観光振興に対してITを活用したサービスの提供や新たな商品開発・販売などで協力・連携できるという意見が多くあります。
- 農業や商業、工業の各分野の事業者の異業種交流等を通じた連携の強化を進めるとともに、ふるさと納税の取組も生かして、商品の高付加価値化や新商品の開発、販路拡大等の新たな価値の創出へとつなげることが求められます。

③観光まちづくりの推進

- 既存の観光関係事業者に加えて、必要に応じて様々な分野の事業者や市民との連携を促進し、観光と産業、暮らしの有機的なつながりを深めていく必要があります。
- 農商工観の産業分野での連携にとどまらず、教育や生涯学習、歴史、文化、芸術、シティプロモーション、まちづくり等の分野も含めた、分野横断的な連携による取組が求められます。

④地域産業を担う人づくり

- 団体ヒアリングの結果などからも、人口減少や従業員の高齢化、若い人材の市外流出等による地域産業を担う人材の確保が大きな経営課題となっています。
- 地域の産業を維持・発展させていくために、行政・教育機関・事業所等の連携を通じて、地域課題や産業界のニーズに応じた多様な人材を確保・育成することが求められます。