

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	飯舘村商工会（法人番号） 3 3 8 0 0 0 5 0 0 7 2 3 1 飯舘村（地方公共団体コード） 0 7 5 6 4 7
実施期間	令和 7 年 4 月 1 日～令和 1 2 年 3 月 3 1 日
目標	経営発達支援事業の目標 (1) 小規模事業者の経営課題解決に向けた事業計画策定及び実施支援 (2) デジタル技術で未来を切り拓く小規模事業者のための DX 推進支援 (3) 「までいブランド」 確立拡大に向けた小規模事業者への支援強化
事業内容	I. 経営発達支援事業の内容 3. 地域の経済動向調査に関すること 地域経済と景気の動向について、RESAS や独自の調査票により把握し事業計画策定や販路開拓の基礎資料として活用する。 4. 需要動向調査に関すること 新商品開発や販路拡大を目指すための需要調査を行い、得られたデータをもとに経営アドバイスをを行い商品の改良や事業計画の策定を支援する。 5. 経営状況の分析に関すること 事業者に対し「対話と傾聴」を通じた経営分析から戦略課題を導き出し、将来を見据えた経営分析の重要性を促す。 6. 事業計画策定支援に関すること 事業計画策定支援を通じて競争力強化を図り、事業者自らが設定する課題の解決に向けて行動を取ることができるよう支援を行う。併せてデジタル化の取組みによる生産性向上への支援を行う。 7. 事業計画策定後の実施支援に関すること 四半期ごとの訪問により計画の進捗と売上目標の達成度を確認し、最適な支援策を提案し、持続的な成長をサポートする。 8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること 展示会・即売会への出展支援により小規模事業者の新規取引先の獲得や地元特産品の販売促進を図る。事業者の利益向上に繋げながら、「までいブランド」 確立拡大を目指す。
連絡先	飯舘村商工会 〒960-1801 福島県相馬郡飯舘村草野字大師堂 8 1 TEL:0244-26-7957 FAX:0244-26-7958 e-mail:iitate@coral.ocn.ne.jp 飯舘村村づくり推進課商工労政係 〒960-1892 福島県相馬郡飯舘村伊丹沢字伊丹沢 5 8 0 番地 1 TEL:0244-42-1620 FAX:0244-42-1601 e-mail:syoukou@vill.iitate.fukushima.jp

経営発達支援事業の目標

1. 目標

(1) 地域の現状及び課題

①地理的現状

飯舘村は、福島県の北東部に位置し、阿武隈山系北部の高原に開けた自然豊かな美しい村である。総面積 230.13 km² の約 75% を山林が占め、地形は比較的なだらかである。年平均気温は約 10 度、年間降水量は 1,300 mm 前後で、高原地帯独特の冷涼な気候であり、複合経営が盛んで、米、畜産、葉たばこ、高原野菜、花卉などが生産されている。“までい”（手間暇惜しまず、丁寧、心を込めて、相手を思いやるという）生活文化が今も残っている村である。

飯舘村は、「飯舘牛」と「どぶろく特区」として、“までいブランド”（純農村の魅力とまでいに育てた農産物の品質の高い地域資源として打ち出したもの）の地位を確立し続けている。「飯舘牛」は、その細やかな霜降りと独特の柔らかさ、そして甘みのある肉質が特長で、全国の食通たちから高く評価されている。これは生産者たちによる品質管理と絶え間ない努力の積み重ねがあつての成果である。また、「どぶろく特区」としても、平成 17 年に福島県で最初に認定されて以来、伝統的な製法を守りつつ、風土と文化を反映した特産品として、地域内外の多くの人々に親しまれている。これらの取り組みは、村の活性化につながるだけでなく、地域の魅力を広げ、観光促進や地域活性化の一助となっている。

基幹道路としては、伊達郡川俣町と南相馬市を結ぶ県道 12 号、双葉郡浪江町から伊達郡国見町を結ぶ県道 31 号、南相馬市と二本松市を結ぶ県道 62 号線の 3 つの県道があり、これらは南相馬市と福島県北地域を結ぶ主要な地方道として大切な役割を果たしている。公共交通機関としては、福島交通株式会社と東北アクセス株式会社による路線バスが運行されているほか、村内巡回コミュニティバスも運行されている。



②東日本大震災と東京電力福島第一原子力発電所事故の影響

平成 23 年 3 月 11 日に発生した東日本大震災と、それに伴う福島第一原子力発電所事故は、飯舘村に甚大な被害をもたらした。放射性物質の降散により、同年 4 月には全村が計画的避難区域に指定され、全村民が村外への避難を余儀なくされた。これに伴い、村役場も福島市飯野地区へ機能を移転し、村の行政機能は大きな転換期を迎えた。

震災から約 6 年後の平成 29 年 3 月 31 日、長泥地区を除く区域において、避難指示解除準備区域と居住制限区域の避難指示が解除された。これにより、多くの住民が帰還を果たし、村の経済活動も徐々に再開され始めた。

令和 5 年 5 月には、長泥地区の一部においても避難指示が解除された。しかし、国有林に囲まれた帰還困難区域全体の避難指示解除には至っておらず、長泥地区の復興は依然として大きな課題として残されている。

【図 2：R 5 年 5 月現在、避難指示区域】



③産業の現状

村の産業は一次産業が中心である。冷害の影響を受けにくい農業振興に力を入れており、東日本大震災以前は畜産業が盛んな地域として県内外で知られ、黒毛和牛の「飯舘牛」は、ブランド牛として市場で高い評価を得ていた。また、高冷地の条件を生かした高原野菜の生産や、日中と夜の気温差があることで色鮮やかな花卉栽培にも適した土地柄である。他の産地と重ならない出荷時期を選べるため、トルコギキョウを始めとした花卉が特産品である。また、縁熟かぼちゃ「いいたて雪っ娘」は、白い薄皮に包まれた艶やかな黄色の果肉とポクしっとりした食感から溢れ出る優しい甘さが評判となっている。その他、凍み餅、凍み大根、どぶろく（飯舘村は福島県内初の「どぶろく特区」の認定を受けた）等も特産である。農産物直売場や農家レストラン、民宿等が整備され、都市との交流事業が盛んに行われ、「までいライフ」（飯舘村版のスローライフ、手間暇惜しまず、丁寧に、心を込めて、慎ましくといった村づくりの理念として定めている）を求めて都会からのＩターン者が着実に増えてきていた。震災後、一次産業は放射能の影響により壊滅的なダメージを受けたが、「飯舘牛」の復活に向けた取り組みが進められたり、国の再開補助金等を活用した花卉栽培用の大型ハウスの建設がされるなど、農産業は徐々に復活しつつある。

二次産業の建設業と製造業は、仕事量はある程度あるものの、人手不足等の影響から事業の発展が滞っている。三次産業の小売業とサービス業は、自動車整備工場やガソリンスタンド等、建設関連で需要がある事業を除き、帰村住民が少ないことから事業再開の目途が立っていない状況にある。このような中、特産品や農産物の販売、軽食コーナー及びコンビニエンスストアを備えた、道の駅「いいたて村の道の駅までい館」は、年間で約 12 万人の来場者数があり村の産業振興を図る拠点となっている。

④人口の推移等

令和 6 年 7 月 1 日時点での飯舘村の人口は 4,584 人である。（【表 1, 2】参照）この人口は大震災事故前と比較して約 25%の減少となっている。飯舘村に帰村した住民の数は 1,513 人で、全人口に対する帰村者の割合（帰村率）は 33.0%である。特に 50 歳未満の子育て世代においては、帰村率が 21.8%と低調で、帰村が進まない理由として、「生活基盤が他の地域に移っているため帰村できない」、「帰村しても十分な仕事や生きがいを持つことが難しい」などの項目が挙げられる。

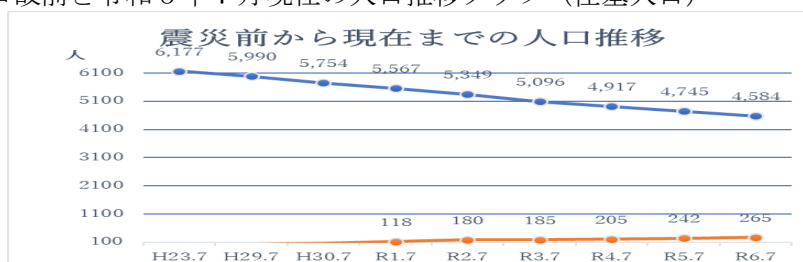
帰村者のうち 65 歳以上の高齢者が占める割合は 60.3%と高いが、今後、村の活性化が期待される中で、村外からの移住者は震災後から令和 6 年 7 月時点で 265 名増加した。中でも 50 歳未満が 160 名（60.4%）を占めており、「までいライフ」に共鳴し、飯舘村を拠点とした活動に魅力を感じる人々が集まっている。手厚い村の施策もあり、創業は 34 社と増加しており、若年層の移住・帰村促進に向けて、行政、商工業者、住民が一体となった更なる取り組みが必要である。

【表 1】 帰村者と避難者の状況

※平成 23 年 3 月 11 日現在の人口 6,177 人

	人 口	50 歳未満の人口及び 比率		50～65 歳未満の人口 及び比率		65 歳以上の人口及び 比率	
		人 口 (B)	比率 (C) C=B/A	人 口 (D)	比率 (E) E=D/A	人 口 (F)	比率 (G) G=F/A
令和 6 年 7 月 1 日現在	4,584 人 (A)	1,616 人	35.3%	903 人	19.7%	2,065 人	45%
[うち、帰村者]	1,513 人	330 人	21.8%	271 人	17.9%	912 人	60.3%
[うち、移住者]	265 人	160 人	60.4%	50 人	18.9%	55 人	20.7%
[うち、避難者]	3,068 人	1,285 人	41.9%	631 人	20.6%	1,152 人	37.5%

【表 2】 大震災事故前と令和 6 年 7 月現在の人口推移グラフ（住基人口）



⑤小規模事業者の現状

令和6年7月に商工会が独自に調査した小規模事業者数は【表4】のとおりである。令和6年7月1日現在の商工業者数は141事業所、うち小規模事業者は136事業所で、その比率は96.5%となっている。村内での再開事業者数は79事業所、商工業者数全体に占める割合は56%である。平成23年度と比較して小規模事業者数は83事業所減少している。減少の最大原因は大震災事故であるが、それ以外にも事業主の高齢化と後継者不足がある。

【表4】震災前と現在の地区内商工業者数及び小規模事業者数の推移（商工会調べ）

平成23年3月31日現在				令和6年7月1日現在					
	商工業者数	小規模事業者数	会員数	商工業者数	小規模事業者数	会員数	内小規模事業者数	再開事業所数	内地元再開事業所数
建設業	75	73	50	56	55	54	53	54	27
製造業	38	34	29	24	22	24	22	22	14
卸売業	8	7	5	7	7	7	7	6	6
小売業	49	46	35	19	17	18	17	16	8
飲食宿泊業	16	16	15	8	8	8	8	7	6
サービス業	28	28	19	27	27	25	25	25	18
その他	16	15	11	0	0	0	0	0	0
合計	230	219	164	141	136	136	132	130	79

【業種別の状況】

■建設・製造業

飯舘村の建設業と製造業では、震災復興事業の一部が落ち着きを見せている一方で、人手不足や資材・原材料の高騰という課題に直面している。建設業界では、インフラ整備の事業継続や受注競争の激化により厳しい経営環境が続いているが、地域の新たなプロジェクトや公共投資の可能性も広がりつつあり、事業の多角化が期待されている。

製造業では、特に金型や自動車部品の製造において、元請企業の動向により利益が出にくい状況が続いているが、新技術の導入による生産効率の向上や新しい市場への参入機会が見えてきている。

■小売・サービス業

小売業では、17事業所のうち8事業所が再開または新規創業しており、地域の経済活動が徐々に活発化している。道の駅やコンビニの営業に続き、令和7年5月にはドラッグストアが開業予定である。これにより、地域住民の生活利便性が向上し、さらなる経済活性化が期待されている。

サービス業では、震災復興関連事業による需要を起因とした売上増加が見られ、地域の経済基盤を支えている。これを契機に、地域ニーズに合わせたサービスの多様化が進められており、地域の将来的な発展につながると期待されている。

■飲食・宿泊業

地元根ざした飲食店や体験型宿泊施設が増加し、緩やかな成長傾向にある。さらに、地域の特産品や文化を活かした魅力的なメニューの開発や、農業を取り入れたユニークな宿泊体験が人気を集めている。こうした取り組みにより、地域全体で観光業が活性化し、訪れる人々にとって記憶に残る体験が提供されている。今後、夜間営業の拡充や観光客向けの多様なサービスの提供を進め、長期滞在や観光促進にもつながる魅力的な飲食・宿泊業環境の整備が期待されている。

⑥商工会の経営支援状況

商工会の事務局体制は、経営指導員1名、経営支援員1名、一般職員1名、復興経営支援員1名の合計4名で運営している。【表5】

【表5】飯舘村商工会の事務局体制

職種	経営指導員	経営支援員	一般職員	復興経営支援員	合計
人数	1	1	1	1	4

令和5年度の事業者に対する経営改善普及事業としては【表6】のとおり、アフターコロナ、物価高騰に伴う助成金等の支援で突出している「その他」が全体の55%、「労働指導」と「税務指導」がそれぞれ全体の16%、経営計画、経営分析支援の「経営一般」が全体の13%となっている。前回の経営発達計画の5年間においては、主にコロナ禍での窮地を救うために、国、県、村の補助金や助成金の活用支援、そして経営分析による経営計画支援を行ってきた。

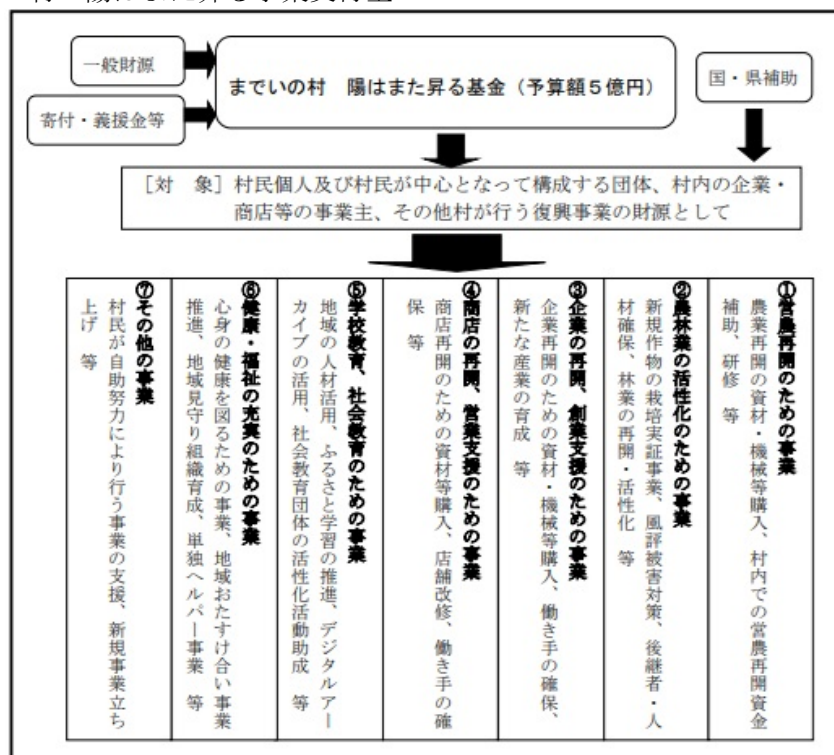
【表6】 令和5年度経営改善普及事業の相談実績 （令和5年度商工会総会資料から抜粋）

	事業所	経営革新	経営一般	情報化	金融	税務	労働	その他	合計
巡回指導	92	0	100	0	0	98	4	288	490
窓口相談	126	0	44	1	0	87	175	343	650
合計	218	0	144	1	0	185	179	631	1140

⑦飯舘村における事業再開者への支援

飯舘村では、大震災事故からの復興に向けて、住民生活の安定や地域産業の再生等、復興の実情に応じたきめ細やかな取り組みを支援する目的として、「までいの村 陽はまた昇る事業交付金」が創設され、以後継続した事業を実施している【表7】。

【表7】 までいの村 陽はまた昇る事業交付金



小規模事業者等に関連する箇所は、上記【表7】③企業の再開、創業支援のための事業（企業再開のための資材、機械等購入、働き手の確保、新たな産業の育成等）、④商店の再開、営業支援のための事業（商店再開のための資材等購入、店舗改修、働き手の確保等）等の箇所である。

＜飯舘村における商工業の課題と方向性＞

飯舘村は、未だ東日本大震災と東京電力原子力発電所事故からの復興の途上にあり、地域の存続と併せて、事業者の将来に向けた課題が多く存在する。さらには高齢化や後継者不足が経済活動の停滞を招いているため、後継者育成、移住者による創業と成長支援の強化が求められている。また、放射能の影響を受けた一次産業の復活には、これを特産品や名物として打ち出す二次産業の活躍が不可欠であり、これら事業者へのマーケティング支援が求められている。併せてサービス業の多様化を進め、観光業や飲食・宿泊業の発展を通じて、地域活性化を図ることも必要である。地域唯一

の経済団体である商工会は、事業者の経営の発達にあたり、生産性向上に向けた支援を行っていくという、重要な役割を果たす必要がある。これらの課題を一つひとつ克服し、地域全体で協力し飯館村の発展を目指していく。

(2) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

①10年程度の期間を見据えて

飯館村商工会は、震災復興後の地域経済活性化に向けて多岐にわたる支援活動を展開している。

商業振興では商業機能の復興を通じて地域の経済再生と活性化を目指す。補助金や支援金制度を最大限に活用し、事業者全体をバックアップすることで、地域経済の構築に貢献する。具体的な方策として、地域資源を活用する事業者の販路開拓を通じて「までいブランド」の確立・拡大を図り、地域特有の製品の市場競争力を高めていく。移住者による創業や創業後の安定経営に向けた支援を促進し、新たなエネルギーを地域経済に取り込むことで地域社会を築く。

また、経営におけるデジタル化の推進を図る。例えば、村内の事業者がオンラインを通じて広く情報を発信できるよう、支援を強化する。これにより、多様な顧客層との接触が可能となり、売上拡大へとつなげることで、ICTの活用を通じた地域活性化を促進する。

工業振興では、村役場と情報を共有しつつ企業の誘致と雇用促進に向けた取り組みを進め、新たな産業の創出を目指していく。村内に新たな企業を迎えることで、地域に新たな働き手を呼び込み、活気ある地域社会を維持する。地元企業の成長を支えるため、事業環境に即したテーマによるセミナーの開催や専門家を交えたアドバイスにより、技術革新や市場開拓のサポートを行い、地域経済の基盤強化を図る。以上により、今後10年間にわたる中・長期的な振興のあり方を踏まえ、小規模事業者に対する支援の骨子を以下に示す。

- 1) 地域内での事業再開と創業、持続的な経営を行うための各種事業計画の策定支援
- 2) 事業承継支援の強化
- 3) DXの推進に向けた事業者への認識・意識向上のための支援
- 4) 地域資源活用による地域経済再生及び活性化

②飯館村第6次総合振興計画との連動制・整合性

飯館村では令和3年度から令和7年度を計画年度とする第6次総合振興計画を令和2年9月に策定した。令和3年度から令和4年度を前期計画とし、計画期間の中間年度である令和5年度には、計画の見直しを行い、人口増加を目標とする後期計画を策定した。

本計画における商工業施策では、震災復興後の力強い地域経済の再建を目指す第6次総合振興計画(後期)に基づき、村民と一体となった取り組みの推進、被災事業者の事業再開や新規創業を促進する「までいの村陽はまた昇る事業交付金」の活用支援、飯館村商工会と連携したきめ細やかな伴走支援が示されている。さらに雇用創出効果の高い企業誘致を積極的に推進するとともに、DXなど国のデジタル化推進の動きとも連動しつつ、既存企業の事業拡大を支援することで、多くの雇用機会を創出し、活気あふれる村づくりを目指すこととされている。(図1)

その成果として村内の“なりわい人口”(住民票の有無に関わらず、村で「生業(なりわい)」に携わる全ての人のこと)増加を達成することを目指し施策が推進されている。

これらの施策を推進することで、事業者一人ひとりの努力が実を結び、活気に満ちた持続可能な地域経済が創造されることが期待されている。このように第6次総合振興計画(後期計画)では、以下の主要施策が盛り込まれており、商工会による中・長期的な支援のあり方と連動性・整合性が取

(図1)

基本構想の商工施策による飯館村のビジョン



れている。

- 1) 村内での事業再開や創業を支援します。
- 2) 企業誘致など、村内での雇用の創出を促進します。
- 3) 商工業の活性化につながる商工会活動を支援します。

③商工会としての役割

再開事業者の持続可能な経営の発展、事業継続に向けた後継者育成、創業期における安定経営のための支援を実施する。また、地域資源を活用した販路開拓については、行政や関係団体との連携を図りながら伴走型支援を展開する。さらに、補助金や制度融資などの活用を通じて、事業者への支援を強化し、地域経済の再生を促進することを目指す。この取り組みを通じて、地域全体の活力向上を支援することが商工会の役割である。

(3) 経営発達支援事業の目標

【目標1】

小規模事業者の経営課題解決に向けた事業計画策定及び実施支援

持続的な経営を行うための事業計画策定を支援する。経営ノウハウの提供、および事業計画の具体化をサポートし、地域の新たな成長を促進する。本支援により再開事業者を始め、事業承継を見据える後継者や村内で新たに創業する者、創業間もない事業者が、持続的な経営と次世代にわたる発展を目指し、もって飯舘村の“なりわい人口の増加”と“地域経済の活性化”を図る。

【目標2】

デジタル技術で未来を切り拓く小規模事業者のためのDX推進支援

経営におけるデジタル化を推進することで、オンラインプラットフォームやICT技術を活用した情報発信と販売チャネルの拡大をサポートする。特に事業承継期・創業期における事業者については、経営面でのデジタル化導入を推進しながら後継者育成と創業支援を行う。これにより事業者は持続可能なビジネスの成長と地域コミュニティの繁栄を目指し、売上拡大と地域の活性化を図る。

【目標3】

「までいブランド」確立拡大に向けた小規模事業者への支援強化

地域特有の産品を取り扱う事業者の競争力を強化し、販路開拓をサポートする。マーケティング支援や県内外での販促活動を通じて、事業者の経営発展を促進する。

(1) 経営発達支援事業の実施期間（令和7年4月1日～令和12年3月31日）

(2) 目標の達成に向けた方針

【目標1】小規模事業者の経営課題解決に向けた事業計画策定及び実施支援

商工会は、地域経済の活性化を目指し、事業者の経営課題を効果的に解決するための事業計画策定及びその実施支援を行う。地域の経済動向調査を基に、事業者の現状を詳細に分析し、課題を明確化する。事業計画策定に際しては、事業者と商工会職員が密に連携し、実現可能で効果的な計画を作成する。地元での事業再開が進んでいない事業者や再開を予定している事業者の他、事業承継を予定する後継者、新たに村内で創業する者や創業間もない事業者に対しても、セミナーや個別訪問を通じて計画策定の重要性を伝え、意欲的に取り組む支援を行う。策定後は、伴走型支援を通して事業計画の実行を着実にサポートし、進捗状況を定期的にフォローアップすることで、事業者が直面する新たな課題にも迅速に対応する。この支援活動を通じて、事業者の経営基盤強化と地域経済の持続的な発展を目指す。

【目標2】デジタル技術で未来を切り拓く小規模事業者のためのDX推進支援

商工会は、事業者のデジタルトランスフォーメーション（DX）推進とともに、後継者育成と創業支援にも注力する。現状分析を通じて、事業者の経営実態を把握しながら、セミナーやワークショップを開催し経営のデジタル化に関する認識を深める。この過程で、専門家の協力を得てDX戦略を策定し、伴走型支援で取り組みを支援する。同時に、ネットワーク形成やパートナーシップの促進により、新たなビジネスチャンスを生み出し、事業者がデジタル技術を活用して持続可能な成長を実現できるようサポートする。特に事業承継期・創業期は事業者のモチベーションが高いことから、経営面におけるデジタル化のノウハウやスキルの装着について積極的に支援を行っていく。

【目標3】「までいブランド」確立拡大に向けた小規模事業者への支援強化

飯舘村は、「までいブランド」の再構築が必要不可欠である。これは地域全体で協力して取り組む必要がある。よって行政や農協と連携し「までいブランド」強化の会議を開催し、具体的な施策を検討していく。「いいたて村の道の駅までい館」は、情報発信の拠点であり、観光や交流を促進する場として、村外からの訪問者が集う場である。ここをマーケティング活動の場として位置づけ事業者の支援を展開、村外からの訪問者を増やし、持続可能な経済活性化を目指す。事業者同士が協力し、新たなビジネス機会を生み出すことで、地域全体の競争力を高め、活気あるコミュニティを形成し、飯舘村の「までいブランド」が確立拡大するよう支援する。

上記目標の達成に向けた支援では対話と傾聴を基本姿勢とし個別のサポートによる支援を行っていく。支援の取り組みでは、経営者が納得し自らが当事者として意識を持って能動的に行動することとし、一連の支援プロセスによる成果を確認し販路開拓のスキルを身に付けていく必要がある。最終的には支援の過程を通じて事業者自らが自走により事業の継続を目指せるよう支援を行っていく。

I. 経営発達支援事業の内容

3. 地域の経済動向調査に関すること

(1) 現状と課題

【現状】福島県商工会連合会が実施する中小企業景況調査や地域の経済指標を活用し、地域の商工業者に関する情報収集を行っている。

【課題】ビッグデータの活用や詳細な分析が不足しており、事業者が経営判断や事業計画の策定に役立つ資料としての提供が不十分であった。この改善として独自の調査票による情報収集と国やシンクタンク等の情報分析を行い、提供情報の精度向上と、これを活用した事業所への経営支援が必要である。

(2) 目標

項 目	公表回数	現状	R 7 年度	R 8 年度	R9 年度	R10 年度	R11 年度
①地域の経済動向分析の公表回数	HP 掲載	—	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
②景気動向分析の公表回数	HP 掲載	2 回	2 回	2 回	2 回	2 回	2 回

(3) 事業内容

①地域の経済動向調査

事業者の経営力強化や地域活性化を目指すため、経営指導員が地域経済分析システム（RESAS：リーサス）を活用して地域経済の流れを分析し、当会のホームページで年 1 回公表する。

【調査手法】経営指導員が RESAS を活用し、村の経済動向分析を行い、これを公表する。

【分析項目】

- ・人口マップ：年齢別の人口構成と推移、人口の自然増減、社会増減、将来人口推計等を分析
- ・地域経済循環マップ、生産分析：産業別の移輸入の収支状況。ある産業の経済動向が、他産業の経済動向に及ぼす「影響度」や、地域全体の経済動向から受ける「感応度」など、何で稼いでいるかを分析
- ・まちづくりマップ、From-to 分析（滞在人口）：どの地域から来る人が多く滞在しているかを平日、休日別、男女別、年代別など、人の動き等を分析
- ・産業構造マップ：産業の現状等を分析

⇒上記の分析を総合的に分析し、事業計画策定支援等に反映する。

②景気動向分析

地域の景気動向を把握するため、福島県商工会連合会が行う「中小企業景況調査」の項目を参考に独自の調査票を作成し、管内事業者の景気動向等について、年 2 回の調査・分析を行う。

【調査手法】独自に作成した景況調査票をもとに、経営指導員が 7 月と 12 月に事業所を巡回し、景況や事業環境における課題のヒアリングを行う。調査後は、これを分析し公表する。

【調査対象】地域内で事業を再開している事業者へ調査を行い、小規模事業者比率などから次の表の件数を調査対象とする。なお近年“までいライフ”への共鳴から、飲食宿泊業の新規創業者が増えており、今後、村内での創業にあたり有益な情報を提供するため、当該業種の調査事業者数を 4 社に設定した。

	建設業	製造業	小売業	飲食宿泊業	計
事業者数	5	3	2	4	14

【調査項目】売上額、仕入額、経常利益、資金繰り、設備投資、雇用、経営課題等

(4) 調査結果の活用

- ①情報の収集・調査、分析した結果は、当会ホームページに掲載し広く管内事業者等に周知する。
- ②経営指導員等が巡回指導を行う際の参考資料とする。
- ③村内事業者の事業再開へ向けた取組への参考資料とする。
- ④経営情報の分析、事業計画策定、販路開拓支援等の基礎資料とする。
- ⑤事業承継支援に向けた後継者育成および創業支援での参考資料とする。

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

【現状】大震災からの地域復興、なりわい再建が優先となる事業環境下、将来に向けた明確な課題設定が見いだせない中で、事業者の選定と調査実施を行ってきた。

【課題】地域特産品を取り扱う食品加工事業者において、事業者が挑戦する市場が村内なのか村外なのか、取り込む需要が誰なのか等、目指す目標を明確にし、これに即した調査項目と実地場所にて調査を行い、新商品の開発や将来の売上増加につなげていく。

(2) 目標

実施内容	現状	R7 年度	R8 年度	R9 年度	R10 年度	R11 年度
新商品開発を目的とする調査対象事業者 (いいたて村の道の駅までい館：飯舘村)	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者
首都圏販路開拓を目的とする調査対象事業者 (ふくしま大交流フェア：東京都 国際フォーラム)	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者

(3) 事業内容

新商品開発や販路拡大を目指し、選定した小規模な食品製造業者を対象に需要動向調査を実施する。対象とする事業者は、経営分析または事業計画策定を踏まえながら、地域特産品を活用した新商品の開発や既存商品の改良、販路の拡大に積極的に取り組んでいることとする。村内の住民や観光客をターゲットとする事業者には、「いいたて村の道の駅までい館」で調査を実施する。首都圏での販路開拓を目指す事業者には、飯舘村と連携しながら東京ビッグサイトの催事に出展し、首都圏に暮らす消費者等に対して調査を行う。

これらの調査により得られたデータを経営指導員が分析し、フィードバックを行いながら事業所の目標達成に向けた可能性と方向性を示し、新商品開発や既存商品の改良、さらには販路拡大のための事業計画策定（戦略策定）として活用する。

【サンプル数】一般来場者各回100名ずつ

【調査手法】「いいたて村の道の駅までい館」と「東京ビッグサイト“よい仕事おこし”フェア」において商品等の試食を実施し、経営指導員等が聞き取りのうえ、アンケート票へ記入する。

※「いいたて村の道の駅までい館」

場所：福島県飯舘村

内容：この施設は、村内の住民や観光客をターゲットに、特産品や農産物の販売所、軽食コーナー、コンビニエンスストアが完備されている。年間約12万人が訪れる人気のスポットであり、村の産業振興を図る拠点としても重要な役割を果たしている。飯舘村の産品を求める多くの消費者から、意見を集めるためのアンケート収集場所として最適である。

※「東京ビッグサイト」《“よい仕事おこし”フェア》

場所：東京ビッグサイト（東京都江東区）

内容：全国47都道府県の信用金庫が協力主催。日本全国のモノづくり、食品、観光事業者といった約500社が出展し、約34,000人の来場者が見込まれる催事。事前にインターネットで商談予約ができるため、効率的な商談が可能である。また、BtoBtoC

向けのイベントとして、出展者は事業者や一般ユーザーへのアンケート調査を実施できる。特に首都圏での販路開拓を目指す事業者は、ターゲット層のニーズを把握し、販売戦略に役立てることが可能である。

【分析手段・手法】調査結果について外部の専門家を活用し、専門家の意見を参考にしながら、経営指導員等が分析を行う。

【調査項目】①ターゲット層の定義（年代、性別、居住地など）
②購買行動（情報収集、選択基準、購入頻度、購入チャネルなど）
③重視する価値（原材料、品質、利便性、エコなど）
④競合品との評価（価格、味、デザイン、量など）

【分析結果の活用】経営指導員は、対象となる事業者を巡回訪問して結果をフィードバックし、新商品の開発や製品の改良に役立てる。また、事業者の事業計画に反映・見直しを行い、販路の拡大を目指す。

5. 経営状況の分析に関すること

（１）現状と課題

【現状】巡回訪問や各種補助金申請、融資申込時に具体的な経営データに基づく定量分析を主体として、経営状況の判断を行ってきた。

【課題】将来にむけた実効性の高い事業計画を策定するため、事業内容に応じて異なる指標や判断基準を明確にしながら分析対象者を明確に定義する。ローカルベンチマーク等を活用しながら「対話と傾聴」を重視した経営分析を行い、課題や新たな可能性への「気づき」を促し、次のアクションプラン策定へと繋げていく。

（２）目標

実施内容	現行	R 7 年度	R 8 年度	R 9 年度	R 1 0 年度	R 1 1 年度
経営状況分析件数	10 件	10 件	10 件	10 件	10 件	10 件

（３）事業内容

① 経営分析を行う事業者の選定

会員・非会員問わずア～エの事業者を対象に経営支援ツールを用いて「対話と傾聴」による経営分析を実施し、今後の戦略課題を事業者と共に導きだす。その他、労働や税務指導、復旧復興施策やその他補助金の申請等を希望する事業者についても将来を見据えた経営状況分析の必要性について促していく。

ア 村内への帰還、事業・生業の再建を行った事業者

イ 新たな販路拡大に取り組む事業者

ウ 事業承継を予定する事業者

エ 創業期の事業者

②経営分析の内容

事業者の戦略課題を抽出するため、ヒアリングは巡回を基本として実施する。ヒアリングでは経営指導員が主体となるが、経営支援員との帯同によるOJTも兼ねて行う。

<分析項目>

a 現況ヒアリング	巡回により経営実態や施設・設備状況、従業員、労務管理状況等を分析する。
b 財務分析	貸借対照表や損益計算書のデータ分析、売上等の経営データの予測推移等を分析する。分析ツールとして「ローカルベンチマーク」を活用する。

c 内部環境分析 (SWOT・非財務分析)	事業者へのヒアリングを行い商品・役務の内容や特徴、市場環境や競合状況、保有する技術・ノウハウ等の経営資源を分析する。分析ツールとして「経営計画つくるくん」を活用する。
d 外部環境分析	地域経済動向調査及び需要動向調査から経営環境を分析する。分析ツールとして「経営計画つくるくん」を活用する。

③分析方法

ヒアリングは、経営指導員を中心に経営支援員と一緒に分析を行う。専門的な分析を必要とする場合は、福島県の専門家派遣制度及び福島相双復興推進機構等を活用する。

なお、専門家派遣は、経営指導員と福島県商工会連合会の専門経営指導員との連携判断により専門家を選定し派遣する。

(4) 活用について

経営状況の分析結果を基に、事業計画策定や販路開拓、までいブランドの確立拡大に活用できるように経営状況分析資料を作成する。資料では、分析結果から導きだした戦略課題を明確にししながら、ICTの活用による地域活性化の方法も提示する。加えて、分析結果をデータベース化して、内部で共有することで、職員のスキルアップにも寄与し、地域全体の経済発展に貢献する。

6. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

【現状】 補助金申請の支援時やセミナー開催を通じて、事業計画の重要性を伝えていた。

【課題】 事業計画の意義をより深く理解し、事業者が積極的に行動を起こすことが求められる。競争力を高めるためには、デジタルトランスフォーメーション(DX)の推進が重要であるが、現状ではデジタル化自体が遅れてる。事業計画策定の過程で事業者にはデジタル化の重要性を伝え、DXに向けた意識を高めることが必要である。

(2) 支援に対する考え方

事業者が今後も経営の持続的な発展を図る上で、業務面でのデジタル化導入は必須と捉える。ITツールの有効性を踏まえたDXセミナーを支援の切り口とし、デジタル化の導入を通じて業務の効率化やコスト削減を実現し、競争力の強化や事業の成長に大きく貢献できるという認識と意識向上を図りながら、事業計画策定支援に取り組んでいく。計画の策定や策定後の見直しでは、地域経済動向調査や経営分析、需要動向調査のデータを活用し、現状分析からフォローアップに至る経営発達支援のプロセスを踏まえることで、現実的で実行可能な計画策定を支援する。経営分析を行う事業者や後継者がいる事業者、村内で新たに創業を考えている者や創業間もない事業者に対しセミナーへの参加を促し、参加者全体から年間の計画策定支援件数6社を目標とする。なお支援においては「傾聴と対話」を通じて本質的な課題に対する気づきを促し、内発的動機づけによる自己変革力の向上を図り、事業者自らが課題を設定し解決に向けた行動を取ることができるよう支援を行っていく。

(3) 目標値

	現状	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度
DXセミナー	—	1回	1回	1回	1回	1回
事業計画策定セミナー	1回	1回	1回	1回	1回	1回
事業計画策定件数	6件	6件	6件	6件	6件	6件

(4) 事業内容

①D Xセミナー

初心者向けにD Xの基礎知識やI Tツール導入を分かりやすく解説するセミナーを開催。

【支援対象者】経営分析事業者、後継者、村内で新たに創業を考えている者や創業間もない事業者、その他D Xに取り組む事業者

【募集方法】地域内事業者や地区外会員事業所へチラシを配布、商工会ホームページに掲載、巡回訪問時に参加募集を行う。

【講師】I Tコーディネーター

【回数】年1回

【カリキュラム】D Xの基礎とその利点、S N Sの戦略的活用、E Cサイトの基本と運用

②事業計画策定セミナー

事業者の持続的発展を支援するため、年1回のセミナーで事業計画策定の重要性を説き、商品やサービスの価値向上や魅力の磨き上げ、新たな可能性による販路開拓にむけたアクションプラン策定を支援する。

【支援対象者】経営分析事業者、D Xセミナー参加者、後継者、村内で新たに創業を考えている者や創業間もない事業者、販路開拓に意欲がある事業者

【募集方法】経営分析事業者及びD Xセミナー参加等へ巡回訪問及びチラシの配布を行う。

【講師】外部講師（中小企業診断士等）

【回数】年1回

【カリキュラム】事業計画策定の意味、計画立案の基礎、進め方等

③事業計画策定支援

経営分析事業者やセミナー参加者を対象に、までいブランドの確立拡大、事業再開、経営革新、事業承継など販路開拓に向けた事業計画作りを支援する。また村内で新たに創業を考えている者や創業間もない事業者した事業者も支援の対象とする。各セミナーの受講者には、職員が巡回や窓口相談でサポートし、専門的な助言が必要な場合は、中小企業基盤整備機構や福島県の専門家派遣制度を活用して計画のブラッシュアップを行う。

7. 事業計画策定後の実施支援に関すること

(1) 現状と課題

【現状】事業計画策定後の支援については、電話やメールを通じて事業計画策定者からの問い合わせに対応している。補助金等の申請後には、支援者とのコミュニケーションを通じて事業計画の進捗状況を不定期に確認している。

【課題】事業計画策定者に対する定期的な巡回訪問などのフォローアップが十分に行われておらず、フォローアップが手厚い事業者とそうでない事業者との間で差が生じている。この差を解消するために、すべての事業計画策定者を対象に、原則として四半期ごとにフォローアップを実施する。

(2) 支援に対する考え方

事業計画策定後、きめ細やかなフォローアップ支援を実施する。特に、創業期や事業承継期は経営が不安定になりやすい時期でもあるため、重点的なフォローを行うことが重要である。事業者ごとに進捗状況は異なるため、計画的な巡回訪問等で計画の進捗や成果等の状況を把握し、達成度を確認していく。支援では「対話と傾聴」を基本とし、計画上に問題点や変更点があれば、要因を特定し解決に向けて提案指導を行う。なお計画の進捗が順調な事業者には訪問頻度を減らし、一方、集中的な支援が必要な場合は、訪問回数を増やすなど、柔軟に対応する。

(3) 目標

	現 行	R7 年度	R8 年度	R9 年度	R10 年度	R11 年度
フォローアップ 対象事業者数	6 者	6 者	6 者	6 者	6 者	6 者
頻度（延回数）	不定期	24 回	24 回	24 回	24 回	24 回
売上増加事業者数	3 者	3 者	3 者	3 者	3 者	3 者
利益率 1 % 以上 増加の事業者数	3 者	3 者	3 者	3 者	3 者	3 者

(4) 事業内容

事業計画策定後、経営指導員等が四半期毎に 1 回（年間 4 回）訪問し、計画の進捗状況と売上益等の目標数値の達成度合いを確認する。訪問時には、PDCA サイクルを意識して計画の実行状況を評価する。事業計画にズレが生じている場合は軌道修正を図り、成果がおもわしくない場合は計画の見直しや修正を行う。この際必要に応じて、相馬広域連携協議会として連携する他地区の商工会職員や専門家の知見を得ながら、事業者には最適な支援策を提案し、持続的な成長を支援するフォロー体制を構築する。

8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること

(1) 現状と課題

【現状】新型コロナウイルスの影響により、小売業や飲食店向けの販路拡大を目的としたイベント出店は一時的に縮小してきた。製造業に対しては展示会や商談会の情報提供を行っており、新たなビジネスチャンスを探っている。

【課題】効果的な支援を実現するために、出展準備から出展後のフォローアップまで包括的にサポートする体制の強化が求められている。また、IT の活用による販路開拓の重要性を企業に認識してもらい、デジタルトランスフォーメーション（DX）の推進を支援する。特に事業者のデジタル化によって新たな販路を開拓し、事業活動を活性化できるように、積極的な支援を行う。

(2) 支援に対する考え方

事業計画策定支援を受けた意欲的な事業者を中心に、地域内外での販路開拓を全面的にサポートする。特に工業系製造業者や地域特産品を取り扱う食品製造業者を重点支援とし、経営発達における一連の支援スキーム（分析・調査・計画・フォロー）を踏まえながら、県内外の展示会へ出展を行い新たな需要を獲得していく。なお支援の過程で新商品開発や商品改良が必要な場合は専門家を交えながら継続的に支援を行っていく。

地域外での需要を開拓するため、都市圏で開催される展示会等へ工業系製造業者の参加を促進していく。BtoB 取引を視野に入れつつ、販路を拡大しようとする事業者を支援し、新たなビジネスチャンスをつかむためのサポートを行う。

地元近隣での需要開拓は、地域特産品を取り扱う食品製造業者に参加を促し、「いいたて村の道の駅までい館」での展示即売会を行い、地域近隣住民や観光客をターゲットにした、BtoC の販路を強化し認知度を高める。

出展に際しては、経営指導員が事前準備から事後の分析、商品やサービスのブラッシュアップまで徹底的にサポートを行う。展示会期間中には、陳列、接客、情報収集といった細やかな側面での伴走支援を実施し、出展効果を最大限に引き出せるよう支援する。

DX 推進に向けた取り組みとして、SNS による情報発信や EC サイトの活用、データに基づく顧客管理や販売促進をテーマとしたセミナーや個別相談を開催する。事業者の IT 活用に対する理解を深め、実際の導入に際しては必要に応じて IT 専門家を派遣し、事業者の状況に応じた最適な支援を提供する。これにより、事業者が DX を推進し、新しい取引先との関係構築を進めるための支援を行う。

(3) 目標

	現行	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度	令和 11年度
①商談会・展示会出展事業者数	—	2者	2者	2者	2者	2者
成約件数／者	—	1者	1者	2者	2者	3者
②即売会出店事業者数	2者	2者	2者	2者	2者	2者
売上増加率／者	—	5%	5%	5%	5%	5%
③SNS・ECサイト活用事業者数	—	2者	2者	2者	2者	2者
売上増加率／者	—	5%	5%	5%	5%	5%

(4) 事業内容

①商談会・展示会への出展支援（B to B）

【支援目的】展示会は、新規取引先の開拓に非常に有効であるが、小規模事業者が単独で展示会に出展することは困難である。そこで、商工会による伴走支援により新たな取引先の獲得を目指した支援を行う。

【支援対象者】工業系製造業者で新たな企業間取引の獲得を目指す事業者

【支援内容】行政や公的支援機関、金融機関が主催する展示会や商談会の実施情報を提供する。需要動向調査、経営分析、経営計画策定を踏まえながら、出展を希望する事業者に対し出展計画のサポートを行う。想定する展示会・商談会は下記の通りである。

【出展を想定する商談会・展示会】

《ビジネスマッチ東北》

場所：仙台市夢メッセみやぎ（仙台市宮城野区）

内容：東北地域で最大級のビジネス展示・商談会。出展者を対象とした事前セミナーからイベント当日の展示・商談会、さらにはアフターフォローまで一貫して出展者をサポートする体制を整えている。

出展社数：約 500 社

来場者数：約 6,000 人

《“よい仕事おこし”フェア》

場所：東京ビッグサイト（東京都江東区）

内容：全国 47 都道府県の信用金庫が協力・協賛し、出展企業やバイヤーに対し、インターネットを使って事前の商談予約が可能で、無駄なく効率的で密度の濃い商談を行うことができる。

出展社数：約 500 社

来場者数：約 34,000 人

②即売会出展支援（B to C）

【支援目的】地元近隣地域の消費者、観光客をターゲットに、新たな需要開拓を支援する。地元の特産品を直接消費者に紹介する機会とし、効果的な販売促進活動を支援し売上利益の増加を目指す。

【支援対象者】地域特産品を取り扱う食品製造業者

【支援内容】いいたて村の道の駅「までい館」には、年間約 12 万人が訪れる。様々な理由で訪れる方々が集まるためマーケティング活動の場として最適である。この場を利用して効果的に特産品のプロモーション（試食イベント、季節催事との連動、商品パッケージの工夫、SNS による情報発信など）を行い、地域の特性を活かしながら知名度の向上と販路拡大を目指す。出展者には来館者の多様なニーズを正確に捉え、対応するためにセミナーへの参加を促す。以下は、具体的な来館者のニーズである。

①観光客：地域の特産品やお土産を求め、ユニークで地域性豊かな商品に興味を持っており、観光の思い出として持ち帰りたいというニーズがある。

- ②地元住民：新鮮な農産物や地元で採れた食材を求める。
- ③ドライバー・旅行者：長距離移動の合間にリフレッシュしたいというニーズがあり、休憩や軽食、飲料の提供を求める。

【出展を想定する即売会】

《いいたて村の道の駅までい館》

場所：飯舘村

来場者数：年間 12 万人

③デジタルプラットフォームを活用した需要開拓支援

事業者のDXを進める上で、データを活用した顧客管理や販売促進、SNSでの情報発信、ECサイト利用など、IT活用に関するセミナーへの参加や相談対応を積極的に展開する。導入支援にあたってはIT専門家の派遣など、事業者の段階に応じたサポートを行い、理解を深める。

対消費者への需要拡大を望む事業者については、実店舗への集客や販売促進にあたり、特にSNSツールを効果的に活用することが重要である。商品やサービス、さらには生産者や地域の情報などを継続的に発信することで、認知度の向上や自社のファン作りを強化していく。

II. 経営発達支援事業の円滑な実施に向けた支援力向上のための取組

9. 事業の評価及び見直しをするための仕組みに関すること

(1) 現状と課題

【現状】年1回、事業評価委員会を開催し本計画に基づく事業の進捗状況や成果を評価している。設定された評価基準に従って各項目の評価を行い、専門家から改善の助言を受けながら事業の見直しを行っている。

【課題】事業評価の公表が内部報告に留まっているため公開方法の見直しが必要である。

(2) 事業内容

①事業の「評価」「見直し」を行うため、飯舘村村づくり推進課、法定経営指導員、福島県商工会連合会専門経営指導員、あぶくま信用金庫飯舘支店、地域内の事業者2名、外部有識者として中小企業診断士で組織する「事業評価委員会」を設立し、事業の実施状況、成果評価、見直し案の提示を行う。なお、事業評価委員会は年に2回実施する。

②効果的な「事業評価委員会」とするため、事業評価委員会の事業評価を受けて、法定経営指導員や福島県商工会連合会専門経営指導員とPDCAサイクル(事業計画を受け実施→進捗状況報告→見直しや修正→計画立案)を取り入れ、見直しの方針を決定する。

③「事業評価委員会」の評価結果は、理事会に報告した上で本会のホームページに掲載・公表(年1回)し、事業者等が常に関連可能な状態とする。

10. 経営指導員等の資質向上等に関すること

(1) 現状と課題

【現状】福島県商工会連合会等が開催する支援能力向上を目的とした研修に、担当職員が積極的に参加し資質向上を図っており、研修の内容はしっかりと報告されていた。

【課題】DXに向けた相談指導能力の向上が重要であるため、DXに関する専門的な研修へ積極的に参加する共に研修で得た知識を組織内で共有する報告会を開催し、受講者のみではなく職員全体で支援スキルの向上に努める。

(2) 事業内容

①外部講習会の積極的な活用

【経営支援能力向上セミナーへの参加】

職員の支援能力の一層の向上のため、中小企業大学校の研修、福島県商工会連合会の主催する研修や福島県等が主催する各種研修会への参加と当会で主催する中小企業・小規模事業者向けのセミナーへ積極的に参加する。当会では、これまで円滑な事業承継に向けての取り組みを行っておらず、それらに関するノウハウが不足しているため、これらを補うために「事業承継セミナー」への参加、及び、経営支援の基礎となるセミナーへの参加を優先的に実施する。

【D X推進に向けたセミナーへの参加】

事業者のD X推進という緊急課題に対処するため、職員のI Tスキル向上を図る。ニーズに応じた相談・指導を可能にするため、D X推進に関連するセミナーに積極的に参加し、以下の取り組みに関する相談・指導能力を強化する。

<D Xに向けたI T・デジタル化の取組>

ア) 内向けの取り組み(業務効率化)を支援するため、R P Aシステムやクラウド会計ソフト、電子マネー商取引システム、テレワークの導入、電子申請、情報セキュリティ対策などのI Tツールの活用

イ) 外向けの取り組み(需要開拓)を支援するためのホームページやE Cサイトの構築・運用、オンライン展示会、S N S広報、モバイルオーダーシステムの活用

ウ) その他の取り組みとして、オンライン経営指導の方法。

②職員間での定期報告会と研修会の開催

経営支援実績や受講した研修で得た情報を共有するため、2月に1回(年間6回)の定期報告会を実施し、職員の支援能力向上を図る。地域の現状を把握している専門家による研修会も開催し、全職員が参加することで、経営支援能力の向上を進める。

③データベース化

全職員で支援ノウハウを共有するため、経営指導カルテを作成し、全職員が閲覧できる環境を整える。また、研修資料を回覧し、後に全職員がいつでも閲覧できるようにファイリング管理を行う。

1 1 . 他の支援機関との連携を通じた支援ノウハウ等の情報交換に関すること

(1) 現状と課題

【現状】職員の専門知識とスキルが個人に頼る傾向にあるが、組織内外での情報共有の機会が増えている。

【課題】関係機関と連携を深め、情報やノウハウを共有する体制を整えることで、事業者支援体制を充実させる。

(2) 事業内容

①公益社団法人福島相双復興推進機構との情報交換

震災からの復旧復興に関連するセミナーや支援事例等の情報、大震災事故で被災している他地域の震災復興状況(経済動向)等の情報を収集するため、月1回情報交換会を開催する。

②独立行政法人中小企業基盤整備機構震災復興支援アドバイザー(専門家)との情報交換

震災の復旧復興に関する支援事例等の支援ノウハウを収集するため、月1回情報交換会を開催する。

③日本政策金融公庫いわき支店との情報交換

日本政策金融公庫いわき支店と年2回実施している情報交換会に参加し、制度資金等の需要動向や浜通り地区の経済動向に関する情報を交換する。

④相馬広域連携協議会経営支援会議への参加

飯舘村商工会、鹿島商工会、小高商工会、新地町商工会で組織している相馬広域連携協議会の経営支援会議を月1回開催し、経営指導員がそれぞれに取り組んでいる案件の支援状況とそれに伴う支援ノウハウを共有する。

Ⅲ. 地域経済の活性化に資する取組

1 2. 地域経済の活性化に資する取組に関すること

(1) 現状と課題

【現状】飯舘村との連携を中心としたイベントを開催している。

【課題】地域の魅力を活かした観光サービスや特産品の販売促進を村全体として進める必要がある。また、農商工の連携や6次産業化で地域を活性化する戦略が求められている。さらに、までいブランドの確立拡大、いいたてファンの拡大が重要である。そのために、地域の関係機関と協議する場を設け、連携して進めることが必要である。

(2) 事業内容

①「飯舘村地域活性化協議会」の開催（年3回）

観光客の誘致による観光産業の活性化や、地域資源を活用した6次産業の推進、そして「までいブランド」の確立拡大を通じて飯舘村の活性化を図るために、飯舘村、ふくしま未来農業協同組合飯舘支店、あぶくま信用金庫飯舘支店などの関係機関が一同に参画する協議会を年3回定期的に開催する。商工会は、この協議会の事務局を担うとともに、「6次産業化部会」の中心的な役割を果たし、「までいブランド」の価値を地域内外に広めていく。

②集客効果を高めるイベント事業の運営会議（年6回）

避難指示等（解除済を含む）の対象である飯舘村において、当会が実施する集客効果を高めるためのイベント（いいたてにぎわい夏祭り、いいたて秋まつり、いいたて冬まつり）を年3回開催し、地域の需要を喚起し、事業者および住民双方の帰還促進を図ることを目的とする。このイベントは、飯舘村との連携を通じて推進される。また、各イベントの実施にあたっては、運営に関する会議を年6回開催し、さらに「までいブランド」の確立拡大を目指し、いいたてファンの拡大にも注力する。これにより、参加者に飯舘村の魅力を深く理解してもらい、継続的なファンの確保を目指す。

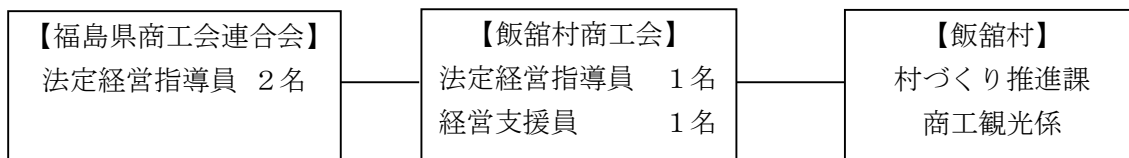
(別表2)

経営発達支援事業の実施体制

経営発達支援事業の実施体制

(令和6年11月現在)

(1) 実施体制



(2) 商工会及び商工会議所による小規模事業者の支援に関する法律第7条第5項に規定する経営指導員による情報の提供及び助言に係る実施体制

①法定経営指導員の氏名、連絡先

■氏名：八島寛之

■連絡先：福島県商工会連合会 TEL 024-525-3411

■氏名：星野貴子

■連絡先：福島県商工会連合会 浜通り広域指導センター TEL 0246-25-1011

■氏名：茨木康志

■連絡先：飯舘村商工会 TEL 0244-26-7957

④法定経営指導員による情報の提供及び助言

経営発達支援事業の実施・実施に係る指導及び助言、目標達成に向けた進捗管理、事業の評価・見直しをする際の必要な情報の提供等を行う。福島県内および浜通り地域における他の商工会等の事業者支援にかかる知見を共有しながら本計画をより効果的に遂行するため、福島県商工会連合会に所属する法定経営指導員2名を実施体制に配置する。

(3) 商工会／商工会議所、関係市町村連絡先

①商工会

〒960-1801

福島県相馬郡飯舘村草野字大師堂81

飯舘村商工会

TEL 0244-26-7957 / FAX 0244-26-7958

メールアドレス iitate@coral.ocn.ne.jp

②関係市町村

〒960-1892

福島県相馬郡飯舘村伊丹沢字伊丹沢580番地1

飯舘村村づくり推進課商工観光係

TEL 0244-42-1620 / FAX 0244-42-1600

メールアドレス shoukou@vill.iitate.fukushima.jp

(別表3)

経営発達支援事業の実施に必要な資金の額及びその調達方法

(単位千円)

(備考) 必要な資金の額については、見込み額を記載すること。

	令和7年度	令和7年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度
必要な資金の額	1,800	1,800	1,800	1,800	1,800
経営状況の分析に関する こと	100	100	100	100	100
事業計画策定支援に関する こと	200	200	200	200	200
需要動向調査に関する こと	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
新たな需要の開拓に寄与 する事業に関する こと	500	500	500	500	500

(備考) 調達方法については、想定される調達方法を記載すること。

調達方法
会費収入、飯舘村補助金、伴走型小規模事業者支援推進事業費等の補助金、助成金等

(備考) 調達方法については、想定される調達方法を記載すること。

(別表 4)

経営発達支援計画を共同して作成する商工会又は商工会議所及び関係市町村以外の者を連携して経営発達支援事業を実施する者とする場合の連携に関する事項

連携して事業を実施する者の氏名又は名称及び住所 並びに法人にあっては、その代表者の氏名	
連携して実施する事業の内容	
①	
②	
③	
・	
・	
・	
連携して事業を実施する者の役割	
①	
②	
③	
・	
・	
・	
連携体制図等	
①	
②	
③	