

自然とチャレンジがいきるまち

田村市を支える 中小企業



2022年田村市事業者実態把握調査分析結果



2024年 3月
福島県田村市

ごあいさつ

田村市では、エコノミックガーデニング事業を通じ市内事業者を支援するにあたり、必要とされる支援内容をデータ分析により検証を行い、市内事業者の成長による地域経済の活性化推進に向け、振興施策を検討するべく、2022年11月に市内の事業所を対象とした田村市事業者実態把握調査をアンケート及び訪問調査形式で実施しました。

2019年6月に制定した「田村市中小企業及び小規模企業振興基本条例」で定めている「田村市中小企業及び小規模企業振興に関する基本計画」を樹立するため、今回の調査では、立教大学社会情報教育研究センターの皆様、定期的な調査を行うことを前提とした分析をお願いすると同時に、調査後のクロス集計などすべての面においてご協力を賜りました。

調査対象の選定に際しては、2020年の経済センサス基礎調査データの提供を受け、雇用を生み出す事業所を中心に絞り込みを行い、調査を実施しました。

また、調査後のクロス集計におきましても、今回の調査票の内容がヒアリングを伴う内容もあり、データ化が難しいものであったところを、記述形式で記載することで事業所の思いを視覚的に捉えやすくし、市内事業者の「今」が読み取れる報告書になっております。

市といたしましては、地域の新たな活力を生み出すために取組むエコノミックガーデニング事業を推進していくうえで、今後も調査票を改良しアンケートを定期的に実施することで、事業所の求めるニーズ把握に尽力するとともに、事業の成果が近隣市町村へも広がっていき、地域の特性に合わせた自己分析を行う自治体が増え、活性化の輪が広がることを期待しております。

結びになりますが、今回の田村市事業者実態把握調査にご協力いただきました市内事業所の皆様をはじめ、関係機関の皆様、足繁く田村市の情報収集に努めてくださいました立教大学菊地名誉教授、経済学部櫻本准教授ほか、報告書作成に携わっていただきましたすべての皆様に心よりお礼申し上げ、発刊のあいさつといたします。



2024年3月吉日

田村市長

白石 高司

エコノミックガーデニング事業が2022年に本格的に動き出した。『田村市中小企業及び小規模企業振興基本条例』が議会で議決されてから3年が経ったところである。いずれも根底における考え方に共通性はあるが、条例を定めた後、ただちには始動とはならなかった。

条例はもっぱら行政の行う活動と理解されていたためか、それとも東日本大震災の影響の克服に迫られるところが大きかったからか、その理由は定かではない。しかし、「エコノミックガーデニング」という考え方に着目し、行政のみでなく、民間の事業者や金融機関、教育機関、支援機関なども含めて田村市経済の発展を模索しようとする動きが、ここにきて始まったことは間違いない。

「エコノミックガーデニング」とは、地元企業が活躍できる環境を整えることにより、地元企業と田村市経済の発展を目指そうとする取り組みである。詳しくは、本報告書第Ⅰ部第Ⅰ章の山本尚史教授の論考をご参照いただきたい。

2022年11・12月に「田村市事業者現状把握調査」が行われ、2023年6月には田村市経済の今後の発展を検討する「エコノミックガーデニング田村本会議」及び「同実務者会合」が設けられた。そして、データに基づく議論が開始されることとなった。

本報告書は、2022年「田村市事業者実態把握調査」の結果をまとめたものである。市内事業所全体を意識して調査をするというのは田村市では初めてであったが、経営課題インタビュー調査も行われており、本報告書にまとめられたものは、市内事業所の状況を捉えた田村市の現時点での到達点といってよい。

第Ⅰ部では、上記の章のほか、第2章で田村市の基幹産業と紹介されることの多い農林業に触れた。また、第3章で本調査の基本的事項の集計結果を示した。第Ⅱ部では、『条例』が謳う支援の基本方針にできるだけ対応するようまとめることを試みた。「経営基盤の強化」から「人材育成」、「事業承継及び創業の促進」、「中小企業振興の方向」など7つの章を当てた。第Ⅲ部は、第1章で支援施策の利用状況、第2章で東日本大震災の影響からの克服、第3章で独自に行ったヒアリング調査から得た知見を整理した。そして、最後に、補論として調査票と単純集計結果をまとめた。

ここでの結果が「エコノミックガーデニング田村本会議」及び「同実務者会合」での審議に役立てられ、「振興施策」が練り上げられていくとともに、中長期的な産業振興の計画が策定されていくことが望まれる。そのためには、手順を踏んだ議論の積み上げと継続的な施策の実施の繰り返しが必要で、その内容が事業者や市民に共有されていくことが大事である。そうした粘り強い取り組みの継続に本報告書が生かされることを心より期待したい。

目 次

ごあいさつ.....	001
はじめに.....	003

第Ⅰ部 田村市産業と中小企業及び小規模企業振興

第1章 エコノミックガーデニング.....	006
第2章 田村市経済発展の条件.....	016
第3章 2022年田村市事業者実態把握調査と市内事業所の状況・課題.....	027

第Ⅱ部 中小企業及び小規模企業振興条例の視点から見た結果の分析

第1章 経営基盤の強化.....	038
第2章 経営力の強化.....	049
第3章 円滑な資金調達の促進.....	056
第4章 人材の確保及び育成の促進.....	065
第5章 事業承継及び創業の促進.....	078
第6章 販路拡大及び強化の促進.....	082
第7章 中小企業振興の方向と施策.....	088

第Ⅲ部 施策の展開のために

第1章 支援施策の利用状況.....	098
第2章 東日本大震災の影響の克服.....	118
第3章 聞き取り調査に基づく知見.....	129

第Ⅳ部 調査の方法、基本データ

補章1 田村市事業者実態把握調査 調査票.....	140
補章2 田村市事業者実態把握調査 市内事業者の経営課題等に関するインタビュー調査.....	152
補章3 調査に基づく単純集計.....	158

編集後記.....	183
-----------	-----

第Ⅰ部

田村市産業と中小企業及び小規模企業振興

本章では田村市の経済的課題を解決する手法であるエコノミックガーデニングについて解説する。田村市が直面する長期的な経済課題は、従来採用されてきた企業誘致などの手法では対応できない可能性がある。そこで、地元
の中小企業の能力を高めて地域経済を活性化するエコノミックガーデニング
を導入することについて検討する。

第1節 田村市における長期的課題

本節では、まず、田村市における長期的な課題として総人口の減少と人口構造の変動を把握する。その後、従来実施されてきた企業誘致などの手法について、その限界などを検討する。

長期的な課題

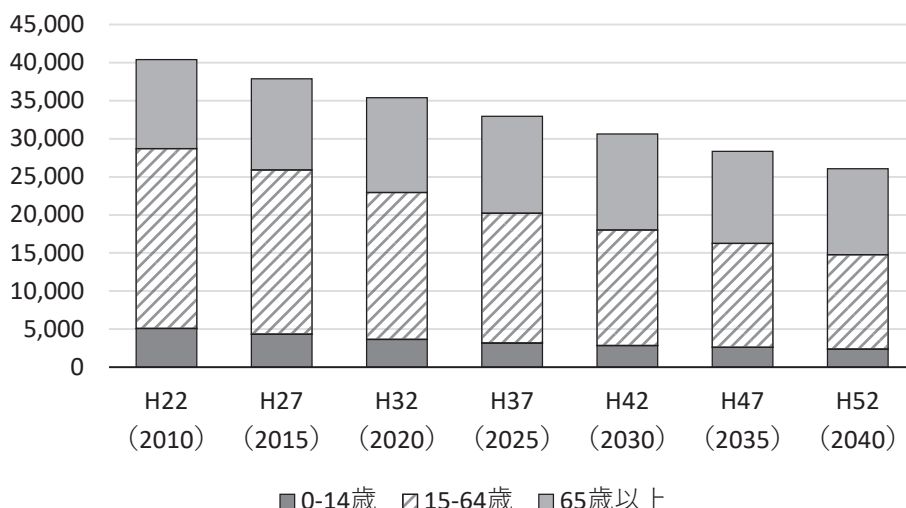
田村市における長期的な課題として、総人口の減少と、経済活動の原動力になる生産年齢人口の減少を挙げることができる。2016年1月に発表された『田村市人口ビジョン』によれば、国立社会保障・人口問題研究所の推計に準拠した田村市の将来人口は、2020年に35,416人、2025年に32,968人、2030年に30,627人、2040年に26,065人になると推計されている。そして、2019年10月時点での現住人口（直近の国勢調査確定人口を基に、その後の人口増減を加減することにより推計した人口）は35,955人であるから、上記推計とほぼ同程度で推移していると判断できる。また、生産年齢人口（15歳から64歳）の全人口に対する構成比は、2020年に54.5%、2030年に49.6%、2040年には47.6%になると推計されている。

総人口の減少により消費が減少するため生産物の需要が減ることになるし、生産年齢人口の減少は労働力不足に直結する。したがって、今後の経済活動を考える際には、こうした人口構造の変動を念頭に置く必要がある。

課題に対する従来の対応策

人口構造の変動や主産業における雇用創出力の低下が進めば、住民の所得が伸び悩むだけでなく、地域外で経済危機が起きたときに抵抗力が低下してその悪影響を受けやすくなったり、回復力が低下して生産額の回復が遅くなったりする。このような長期的な経済的課題に対応するためには、従来実施されてきた経済活性化策とは異なる施策が要求される。過去には企業誘致や観光客誘致による地域経済活性化が提案されてきたが、昨今の経済事情の変動を見ると、企業

図 1-1-1 年齢区分別将来人口推計（2016 年『人口ビジョン』）



出所：『第2期田村市地域創生総合戦略』

誘致や観光客誘致に過度の期待を持つことは妥当ではない。そのように判断する理由について、以下に述べたい。

まず、企業誘致については、地元の労働市場における需給状況がこれまでと異なっている点について理解する必要がある。過去の誘致では、労働力が供給過剰であったから、若くて人件費が安く優れた労働者が多いことが誘致に向けたアピールのポイントとなった。しかし、現在では、「若くて人件費が安く優れた労働者」は多くなく、いたとしても既に地元企業に勤務していることから、誘致企業に適した人材が不足している。求職者には中高年者が含まれるが、その人たちは誘致工場の多くが求める条件（即戦力の有期雇用あるいはパート職）と一致しないだろう。このように、地元の労働力に関して供給不足（需要過剰）が発生しているならば企業誘致は容易ではない。また、経済産業省が実施する工場立地動向調査の確報から、1980年から2019年までの、各年における工業団地内立地率（敷地面積）の全国平均の変化がわかる。それによると、景気変動の影響を受けてはいるものの、過去40年間で既に工業団地への工場誘致が難しくなる傾向にある。

さらに、1990年代以降の経済状況の変動により、日本企業の経営環境も経営戦略も変化した。終身雇用や年功序列賃金という「日本的経営」の原則を守ることが難しくなっているだけでなく、製品の価格低下への圧力に対処するために、生産においても管理においてもコスト削減が必須の課題となっている。このため、今後は、産業団地などを整備したとしても、進出してくるのは労働集約的な製造業の工場ではなく、配送センター、データセンター、あるいは自動化された機械で製造する無人工場なのではないか。また、地域内に既に立地している企業が、設備の更新や生産規模の拡大を契機として、より有利な立地条件を求めて移設することもあるだろう。このような誘致は、正規雇用の創出に大きく貢献することはないし、工場労働者に関連する飲食業やサービス産業従事者の増加にもつながりにくい。これらのことも考え合わせると、これまでと同じようなやり方では、正規雇用の創出に直結するような企業誘致は簡単では

ない。

次に、地域経済活性化においては、長い時間にわたり、人々の所得が向上するとともに、人々が地域の経済活動に参加することから満足を得られることが重要であるが、この観点から考えると、観光業の振興による地域経済活性化は容易ではない。まず、観光客の訪問の多寡は、必ずしも地元の人々の努力を反映しない。景気の動向、物価水準、外国為替レート、自然災害、感染症、テロリズム、風評、鉄道や航空路などの交通手段における事故、一時的なブーム（大河ドラマの舞台やロケ地など）など、地元の人々が影響力を及ぼしえない要素によって、観光客が増えたり減ったりする。この意味で観光に関するビジネスはリスクが高い。

リスクの高い観光ビジネスで有利なのは、多くの人々とつながっていて多くの情報を得ることができる事業者や、ニッチなニーズや嗜好を満たすことができるマニアックな事業者である。前者のような事業者の多くは、地元で活動の本拠地を置いていない大企業であるから、地元の人々がそのような事業者とビジネスをする場合には、下請けや業務委託先となる。その場合、地元で雇われる人々にとって観光ビジネスは労働集約的な産業であり、非正規、低賃金、単純作業の労働者となることを意味する。

以上から考えると、田村市での地域経済活性化には、企業誘致や観光客誘致に過度に期待することなく、地元で製造業、建設業、商業、サービス業を営む中小企業の活動を盛んにすることが必要である。

第2節 エコノミックガーデニングの歩みと特徴

本節では、中小企業の繁栄を通じて地域経済活性化に取り組むエコノミックガーデニングについて、経緯と発展、ならびにその方法論を説明する。

エコノミックガーデニングの歴史

地元の中小企業の繁栄を通じて地域経済活性化に取り組む手法として「エコノミックガーデニング」がある。エコノミックガーデニングとは、地域経済を活性化させることを目的として、「意欲ある地元企業が成長するようなビジネス環境」をつくる取り組みである。これは、単なる中小企業支援に留まることなく、地域経済全体を進化させるための手法である。

エコノミックガーデニングの起源は、30年以上前にアメリカのコロラド州リトルトン市で実施された活動にある。リトルトン市では、1980代後半に、大企業の撤退などにより深刻な不況と失業者の増加に直面していた。こうした状況では、アメリカでも地域外から優遇措置で企業や工場を誘致することが一般的であった（アメリカの専門家は、これを「エコノミックハンティング」と称していた）。しかし、リトルトン市では、従来の企業誘致活動とは対照的に、企業家精神にあふれる地元の企業が活躍する環境を創出する、という原則から、各種の企業支援活動を行った。こうした活動は一朝一夕にしてできたものではなく、長期間の様々な試行錯誤の末に生まれたものであったし、リトルトン市では、経済開発専門家や複雑性科学の研究機関

からの助言を受けて、地元企業が活躍できる環境づくりに取り組んできた。リトルトン市は、いわば、地域経済という庭園で地元企業という花が成長して満開になるように手間暇かけて工夫したのであり、こうした活動が「ガーデニング」と称される理由である。

エコノミックガーデニングの実施によって、リトルトン市では、1990年から2005年までの15年間に、起業者を含む就業者数が14,907人から35,163人へと136%増加し、市に納められた売上税額が680万ドルから1,960万ドルへと188%増加した。こうした変化は大規模な人口増加によって起きたものではない。エコノミックガーデニングのみがリトルトン市の地域経済エコシステムを豊かなものにしたわけではなかろうが、エコノミックガーデニングなしではこれほど大きな結果は得られなかっただろう。リトルトン市のエコノミックガーデニングは、その優れた実績から、2011年にハーバード大学ケネディスクールが選ぶ「政府機関のイノベーション」表彰の最終候補に選ばれている。

現在、アメリカでのエコノミックガーデニングは、リトルトン市から離れて、エドワード・ロウ財団が運営する「全米エコノミックガーデニングセンター(National Center for Economic Gardening)」(<https://economicgardening.org/>)が中心となって全米の各地で実施されている。アメリカ以外では、カナダとオーストラリアの一部の地域で実施されている。なお、日本では、2011年に静岡県藤枝市が実施して以来、徳島県鳴門市(2012年)、大阪府(2014年)、神奈川県寒川町(2016年)、千葉県山武市(2016年)、奈良県生駒市(2021年)が導入している。また、導入を検討している自治体もある。

表 1-1-1 エコノミックガーデニング(EG)実施自治体の例

EG自治体	大阪府	2014年度
	静岡県藤枝市	2011年度
	徳島県鳴門市	2012年度
	神奈川県寒川町	2016年度
	奈良県生駒市	2021年度
民主導+公連携	千葉県山武市商工会青年部	2016年度
導入検討中	香川県三木町 愛媛県東温市	

エコノミックガーデニングの方法論

エコノミックガーデニングは各地に広まっているが、地域によりエコノミックガーデニングの対象となる企業群も用いられる方法論も異なっている。これは、各地で、①キーパーソンや組織間のネットワーク、②ネットワーク上での活動方法を規定する公式・非公式のルール、③インセンティブやモチベーション、④企業家風土、⑤地域内の各種資本、⑥産業構造、⑦歴史

や伝統などが異なるためである。アメリカでのエコノミックガーデニングでは、成長余地のある地元企業が成長するような取り組みであるが、日本でのエコノミックガーデニングの取り組みは、地域経済の中において変化をつくるキーパーソンのネットワーク、キーパーソンの出番を決める公式・非公式のルール、地域内の各種資本の有効的活用などが中心である。そして、それらを通じて、地域経済をより豊かなものにしようとしている。

エコノミックガーデニングの対象となる企業について、リトルトン市や大阪府のエコノミックガーデニングでは、従業員数が10人～99人の企業を対象とした。これらの企業数は当該地域の企業数の約2割に相当する。一方、寒川町のエコノミックガーデニングにおいては、対象となる企業を限定した上で各社に対して密接な経営支援を行っている。日本でエコノミックガーデニングを実施しているその他の自治体では、すべての企業が対象になっている。

エコノミックガーデニングの手法として、リトルトン市では、企業経営者同士の、そして企業経営者と支援機関との交流を促進すること、また、企業経営者に対して市場情報を提供することが中心であった。中でも、情報提供は他に例を見ないものであり、企業経営者から高く評価されていた。その情報提供とは、具体的には、高額で大企業でしか入手することができない情報ツールやデータベースを市が購入して、個々の企業の求めに応じて市場情報を分析し、分析結果を数日以内に報告書の形で経営者に届ける、というものであった。経営者にしてみれば、企業の成長のために新規市場に参入したり新製品を開発したりすることはリターンが大きいものの、リスクも高い。そのリスクを低減するためには、市場の盛衰のトレンド、見込み顧客の数、ライバル企業の存在などに関する情報を得て戦略的な判断をすることが不可欠である。しかし、そうした情報は通常は高額であって中小企業が手にすることはできないし、データから意味のある結論を導くことは経験とスキルが要求されるから、多忙な経営者には容易ではなかった。リトルトン市のエコノミックガーデニングの手法は、まさに企業経営者のニーズに即していたのである。

ただし、エコノミックガーデニングの方法論には普遍的なマニュアルがないため、それぞれの地域の事情（人口構成、産業構造、地理的な広がり、産業発展の歴史、行政・経済団体・民間企業の協力関係、政治面あるいは経済面で影響力の強い人たちの所在、など）に応じて、事業運営組織の構造、事業のスタイル、運営方法、地域内の合意形成をローカライズする必要がある。エコノミックガーデニングを運営する体制としては、リトルトン市を含めて多くの事例で、自治体が主体となって事業を実施している。藤枝市や寒川町のように、自治体からの委託により、専門家や専門機関がエコノミックガーデニングの事業を担当するところもある。企業経営者が主体となってエコノミックガーデニングの事業を実施しているのは、今のところ山武市のみである。

第3節 エコノミックガーデニングの実践事例

本節では、エコノミックガーデニングを実践している地域の事例として山武市でのエコノミックガーデニングについて紹介し評価する。山武市の経験を分析することにより、田村市でエコノミックガーデニングを導入するために必要な準備活動について洞察が得られる。

導入までの活動

山武市は、千葉県北東部に位置し、海岸地区と山間部を併せ持つ環境にある、4町村の合併により生まれた市である。2023年12月1日現在の人口は住民基本台帳ベースで48,426人であり、人口減少が続いている。山武市では、エコノミックガーデニングの実施に向けて、2014年4月に「山武市エコノミックガーデニング準備委員会」が発足した。同委員会は、市の職員、商工会の役員、商工会青年部の役員など19人（後に25人に増える）の委員から成り、委員長には副市長が、副委員長には青年部長が就任した。この委員会の目的は、エコノミックガーデニングをベースにした地域活性化を研究するとともに、各委員による、それぞれの専門的な知識、経験、ノウハウに基づく意見交換ができる場とすることで、山武市でエコノミックガーデニングを実施することについて具体的な実現可能性を見出すことにあった。

準備委員会は、約2ヵ月ごとに開催され、主要議案としては今後の事業実施計画の策定などであった。実は、この準備委員会が発足するまでは、市と商工会青年部と一緒に活動することは珍しいことであった。そのために、お互いが実際に考えていることをつかむまでに時間がかかった。今から振り返れば、最も重要であったのは、市役所の職員と地元企業経営者との目線が合ってきたことである。つまり、委員会での議論を通じて、市の職員は企業経営者にとっての優先事項や優先順位が理解できるようになったし、企業経営者は行政が行う各種の事業には様々な時間的制約や制度的な事情があることを理解するようになった。これにより、民間と行政という立場は違うものの、それぞれの活動を通じて地元の社会経済に貢献するという強いコミットメントがあることをお互いに確認することができた。

2016年4月には、エコノミックガーデニングの実施機関として「さんむエコノミックガーデニング推進協議会」（以下EGさんむ）が設立された。協議会そのものは法人格を持たず専従の職員も置いていないため、事務局機能は、山武市わがまち活性課（現在は商工観光課）と山武市商工会事務所が担うことになった。エコノミックガーデニングを担当する市職員はビジネス経験や企業支援の経験は有していなかったものの、事業全般を運営する実務能力が非常に高く、また熱意を持っていた。協議会は40人弱のメンバーでスタートし、協議会の会長には青年部の大物OBであり商工会の幹部役員である企業経営者が就任し、副会長には副市長が就いた。これは、山武市の取り組みでは商工会青年部が主導的な役割を担っていることを意味する。

2023年度のEGさんむのメンバーは82人であり、設立当初のほぼ2倍となっている。また協議会の会長も副会長も企業経営者が就いている。メンバーには、地元の企業経営者ばかりではなく、芸術家、NPO法人代表、農家、住職、郵便局長など、広く地元のキーパーソンが参加しているのも特色であると言える。

制度上の特徴

EGさんむでは、活動の公正を保つことと迅速な活動を可能にすることという、一見するとトレードオフになる二つの目標のバランスを重視している。このために、EGさんむの意思決定は三層構造となっている。意思決定の仕組みで最上位にあるのが、毎年5月に開催される「総会」である。総会には全メンバーが参加する。協議会の規則改定、役員の改選、年間事業予定、年間予算と決算の承認はいずれも総会で決定される事項である。中位にあるのが「全体会議」であり、総会を補うことができるように半年ごとに全メンバーが参加して開催される。全体会議ではメンバーの入退会などが承認される。そして、最も頻繁に開催される意思決定会合が、約2ヶ月ごとに開催される「運営会議」である。運営会議は、協議会の理事で構成され、各種のワーキンググループ活動の設置と廃止、ワーキンググループごとの予算配分、年間行事の実施の微調整などが決定される。

EGさんむの予算はそのほぼ全額が市から提供される事業費であるから、従来通りの組織運営の仕組みであれば、各ワーキンググループの年間計画と年間予算は総会で決定されることになるだろう。しかし、その方法では、地域経済状況の変化に応じてワーキンググループ活動の内容と予算執行計画を機敏に変更することができないし、活動が硬直的になりかねない。そこで、EGさんむでは、ワーキンググループに関する決定権限を運営会議に移譲することにより、迅速な意思決定を可能にした。また、ワーキンググループ活動は地元企業経営者で運営されているが、経営者たちは予算を使い切るよりもローコストで効果を高めることに関心があるので、一つのワーキンググループで予算が余ることがある。この余った予算は別のワーキンググループ活動に流用されることになるが、こうした状況に柔軟に対応し、かつ予算の適正な執行をモニタリングするに当たり、運営会議の存在意義は大きい。

企業支援活動

EGさんむによる企業支援活動は、テーマ別研究事業（ワーキンググループ活動）、ビジネス講座事業、販路拡大事業の三つによって成り立っている。テーマ別研究事業は、共通の研究テーマを持つメンバーが集まってワーキンググループを結成して、活動内容と行動計画を決める。そして、運営会議の承認により活動予算を得た後に、それぞれの計画に基づいて研究活動を実施する。現在の仕組みでは、ワーキンググループ活動をしようと呼びかける人がそのグループのリーダーになる。EGさんむのメンバーではない人をワーキンググループ活動に含めることは可能であるが、メンバー外の人だけでワーキンググループを組織することはできない。ワーキンググループ活動には、特定のアドバイザーやコーチが割り当てられていないため、専門的な指導助言が必要な場合には、各ワーキンググループで専門家を探し予算の範囲内で依頼している。ワーキンググループ活動の進捗状況は運営会議で報告されるので、その際に専門家についての情報交換が行われることも多い。

ワーキンググループ活動は年によって内容が異なっており、8つのワーキンググループが活動していた年もあれば、ワーキンググループの数が少ない年もある。これは、企業活動支援の

役目を終えたワーキンググループは廃止し、その予算と人員を新しい課題に取り組むワーキンググループに移すからである。2023年には、6つのワーキンググループが活動した。その6つとは、①地域産物による地産地消を考えるワーキンググループ（地元の農林水産物を用いた新しい商品とサービスの開発）、②就職フェア企画ワーキンググループ（就職フェアの開催、高校生向け地元企業PR動画の作成）、③いなかリソースワーキンググループ（地域の資源を開発することによる体験型プログラムやツアーの研究）、④ゼロカーボン・防災・地域エネルギーを学ぶワーキンググループ（ゼロカーボンシフトの推進と防災サポートの手法の研究）、⑤中小企業の自社ブランディングを考えるワーキンググループ（自社PRやブランディングの手法の研究）、⑥さんむの魅力再発見ワーキンググループ（山武市の魅力を「人」という切り口で紹介）であった。

諸活動の評価と分析

山武市ではエコノミックガーデニングの事業効果を測定するための調査がまだ実施されていないものの、市内では活動が注目されている。2018年12月の市議会において、山武市長が「エコノミックガーデニング事業については、（市にとって）核になってもらいたいと考えている。今まで交流の少なかった農業者と商工業者が連携し、お互いの強みを知ること、新たな物と事が創出されるきっかけとなり、より一層のつながりが生まれることが重要である」と発言している。山武市でのエコノミックガーデニングが順調に発展している背景には、事業者間で、あるいは市と事業所との間で情報や知識が伝達されやすい仕組みをつくっただけではなく、事業者同士による「共有された知」や「共有された学び」をつくるプロセスを導入したことがある。同じ関心を持っている事業者が集まって、グループ内で知識と学び方を共有することにより、学んだことを実践に生かすことができるようになった。

一方、行政と民間事業者との間でビジネス情報やビジネス知識を共有するためには、行政側の人材育成や人材の確保が重要となる。この点について、一つの解決方法は、商工業及び観光の振興にあたる基幹職員の任期を長くすることである。行政職員が一つの部署にいる期間は長くても5年ほどであるから、民間企業の経営者からちょうど顔と名前を覚えてもらったところに異動になる。これでは、行政と民間事業者との間で情報を共有する仕組みとしては弱い。そこで、商工業及び観光の振興を担当する部署での在任期間を長くするとともに、異動しても2年くらいしたら同じ部署に戻り、さらにこれを繰り返す、という人事ローテーションを組むことにすれば、商工業及び観光の振興に強い人材を育成することができるようになるだろう。山武市のエコノミックガーデニングは、基盤形成の段階を成功裏に終えて、拡大期を迎えている。活動のための独自財源の確保やリーダーの交代という課題はあるものの、今後のさらなる発展が期待できる。

第4節 田村市でのエコノミックガーデニングについて

本節では、田村市が実施するエコノミックガーデニングについて、特徴と留意事項を詳述して検討する。

田村市では、2019年に「田村市中小企業及び小規模企業振興基本条例」を制定し、2021年からエコノミックガーデニングの導入に向けて準備を進めている。その過程で、エコノミックガーデニング田村本会議及びエコノミックガーデニング田村実務者会合が成立している。また、田村市の産業構造を分析する調査、及び田村市の事業者について調査する「田村市事業者実態把握調査」がまとめられている。これらは、いずれもエコノミックガーデニングの効果を高めるものとして不可欠な要素である。

エコノミックガーデニングを導入するときに大切なことは、エコノミックガーデニングが長期的な戦略であることを地域社会のリーダーに理解してもらうことである。あいにく、エコノミックガーデニングが効果をもたらすための時間は首長や議員が直面する次の選挙までの時間よりも長いだろう。さらに、自治体の財政状況が厳しいことを背景として、長期にわたる事業予算を確保することが困難になっているから、エコノミックガーデニングの実施には潜在的に不継続に向けた圧力が存在することになる。エコノミックガーデニングの効果をを得るためには、事業の実施者も受益者も行政の仕組みを正しく認識するとともに、地域社会における広範囲の人々からの支持を集めることが求められる。「条例」という制度的裏付けは、この意味において重要である。

さらに、地域経済と地元中小企業の実態を把握する詳細調査は、地元の産業や中小企業の実態に即した支援事業を計画するために重要である。こうした実態調査を定期的に行うことによって、地域経済と地元中小企業の状況がどのように変化したかを知り、変化に対応することができる。また、エコノミックガーデニングを運営するための合議体（本会議と実務者会合）は、実態調査よりもより短い期間で、かつ中小企業経営者から直接に状況の変化を聞き取り対応するために必要となる。このように、条例、実態調査、合議体という仕組みを構築することで、エコノミックガーデニングの効果を高め続け、よりイノベーティブな地域経済を実現することができる。

なお、日本でエコノミックガーデニングを導入している自治体において、本会議と実務者会合という二段階の合議体を有しているのは田村市だけである。ここで、田村市でのエコノミックガーデニングにおける実務者会合の重要性を再び強調しておきたい。エコノミックガーデニングを継続する上で難しいことの一つに、「想い」を引き継ぎ続けることがある。条例や制度は、一度成立すれば変更しない限り継続することは容易であるが、公的機関や金融機関では2～3年ごとに異動することが通例であることから、エコノミックガーデニングを始めた人々の想いや情熱は担当者が代わる度に失われがちである。しかし、実務者会合に参加している経営者は他のメンバーよりも長い期間その地位にあるのだから、エコノミックガーデニングを導入した時点の想いを持ち続けることが可能である。さらに、実務者会合は、上で述べたように、経営

者からニーズと提案を直接に聞くことのできる機会であるから、田村エコノミックガーデニングの真髓が生き続けるには実務者会合がカギを握ると言っても過言ではない。

本章のポイント

田村市における長期的な課題と従来手法の限界

- ・ 田村市における長期的な課題として、総人口の減少と経済活動の原動力になる生産年齢人口の減少が挙げられる。総人口の減少により消費が減少するため生産物の需要が減ることになるし、生産年齢人口の減少は労働力不足に直結する。
- ・ 従来実施されてきた企業誘致などだけでは長期的な課題に対応できない可能性がある。田村市での地域経済活性化には、地元で製造業、建設業、商業、サービス業を営む中小企業の活動を盛んにすることが必要である。

エコノミックガーデニングの特徴

- ・ 地元の中小企業の繁栄を通じて地域経済活性化に取り組む手法として「エコノミックガーデニング」がある。その方法論には普遍的なマニュアルがないため、それぞれの地域の事情に応じて、事業運営組織の構造、事業のスタイル、運営方法、地域内の合意形成を築いていく必要がある。
- ・ 先行事例の一つである山武市のエコノミックガーデニングでは、商工会青年部が主体となって様々な企業支援活動を行い、市役所がその活動を支えている。こうした協力により、企業経営者間に情報交換を活発に行う仕組みができている。

田村市でのエコノミックガーデニング

- ・ 田村市では振興基本条例が既に施行されており、地域経済と地元企業についての調査も進行中であるので、エコノミックガーデニングを実施する準備は整っている。
- ・ 特に、実務者会合は、経営者からニーズと提案を直接に聞くことができる機会であり、エコノミックガーデニングの精神を継続する、という意味においても重要な存在である。

田村市経済にとって大事なことは、農林業と商工サービス業がともに相乗効果を発揮しながら維持発展することである。自然条件、立地条件を考えると、いずれかのみでの発展ということは難しく、農林業の維持発展及び商工サービス業の成長をともに模索していく中でこそ、田村市経済は発展しうると考えられる。

この章の分析で浮かび上がってきたのは、次の点である。

- ・ 田村市農業の維持のため、県、市を挙げて懸命な努力が続けられている。
- ・ 放射性廃棄物被害の影響が色濃く残る林業でも、懸命な再生の努力が続けられている。
- ・ 農林業の付加価値化の進展は、商工サービス業との連携次第である。

第 1 節 田村市の産業

田村市の発足は 2005 年であり、市としての歴史は古くないが、市の発足の時合併した 5 町村、さらには 5 町村の前身たる村の歴史をさかのぼると大変歴史の古い地域であることがわかる。第 2 次大戦より前は、農林業を中心に地域としての自給自足の経済が営まれていたといわれている。

また、本地域では縄文時代の遺跡が多数発見されており、極めて早い時期から人々が定住していたことがうかがえる。さらに古くさかのぼれば、石灰石鉱山をいくつか擁していることから海底から隆起したことをうかがわせるところがあり、歴史のロマンを感じさせる地域でもある。

位置と気候

田村市の位置、気候について、田村市は次のように紹介している。

田村市は、阿武隈高原の中央に位置し、2005 年 3 月 1 日に田村郡 7 町村のうち、滝根町、大越町、都路村、常葉町、船引町の旧 5 町村が合併し形成された。福島県の中核的都市である郡山市まで約 30 キロの位置にあり、福島県の中通りにあつて浜通りとの結節点となる地域である。

本地域には阿武隈山系が南北に走り、北から日山（1,057m）、移ヶ岳（995 m）、鎌倉岳（967

m)、高柴山（884 m）、大滝根山（1,192 m）、羽山（970 m）などが連なり、これらの山々と小さな山々によって丘陵起伏が縦横に連続する地形となっている。また、これらの山岳を源に、大滝根川や高瀬川などの多くの河川が地域を流下している。

気候は、太平洋岸式気候に属しながらも、年間の気温較差が大きく、降雨・降雪量は少ない内陸性気候の特徴を持っており、寒候期においても、連続した降雪期間は短くなっている。

田村市の強みと評されている点

こうした気候条件を生かし、田村市は次のような強みを持つ地域と考えられている。

- ・ 阿武隈高原の豊かな自然環境
- ・ 基幹産業としての農林業
- ・ 高速交通体系の整備による地域発展の様々な可能性
- ・ 豊富な観光・レクリエーション資源
- ・ 歴史・文化の宝庫

農林業が基幹産業といわれる

産業について、田村市は次のように紹介している。

本地域は、阿武隈高原の地形を基盤とした質、量ともに自然度の高い森林原野等の自然環境を有し、なかでも豊かな森林環境は、環境の保全や防災機能、水源のかん養、保健・レクリエーションの場の提供といった機能を有しており、本地域の貴重な財産となっている。

厳しい農業情勢の中、農業離れが進んではいるが、なお第一次産業就業者数が全就業者の約20%を占め、農林業が基幹産業となっている。

このように、基本的に強調されるのは農林業であり、商工サービス業についてはあまり強調されていない。

林野面積、耕地面積、市街地面積の割合でみると、田村市の地形は日本の縮図

図 1-2-1 全国的林野面積、耕地面積、市街地面積の割合

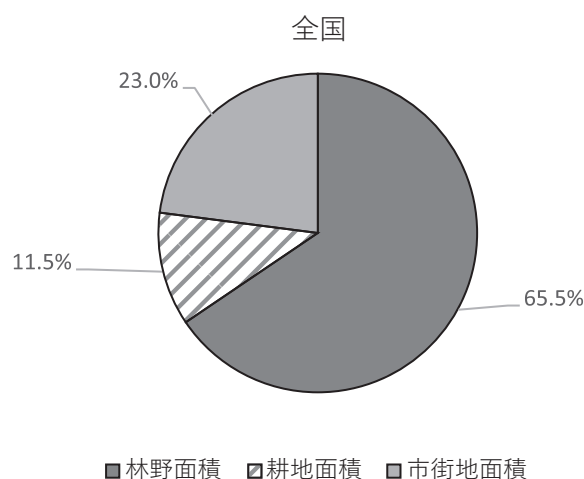


図 1-2-2 田村市の林野面積、耕地面積、市街地面積の割合

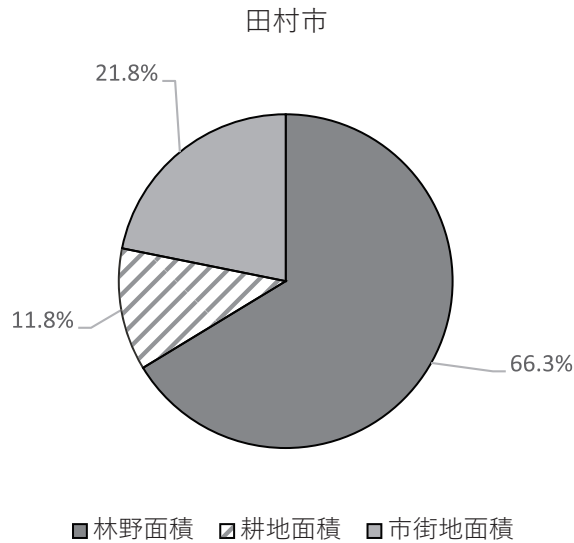


表 1-2-1 林野面積、耕地面積、市街地面積の比較（国、福島県、田村市）

	国 (ha)	福島県 (ha)	田村市 (ha)	国 (%)	福島県 (%)	田村市 (%)
総土地面積	37,797,524	1,378,390	45,833	100.0	100.0	100.0
林野面積	24,770,166	942,413	30,391	65.5	68.4	66.3
耕地面積	4,349,000	137,300	5,430	11.5	10.0	11.8
市街地面積	8,678,358	298,677	10,012	23.0	21.7	21.8
耕地面積	4,349,000	137,300	5,430	100.0	100.0	100.0
田耕地面積	2,366,000	97,100	2,810	54.4	70.7	51.7
畑耕地面積	1,983,000	40,200	2,620	45.6	29.3	48.3

2020年農林業センサスより

こうした面積割合からすると、滝根町仙台平から見た滝根地区（次ページの写真参照）の林野面積、耕地面積、市街地面積を想像すると理解しやすい。滝根地区には、神俣駅と菅谷駅があり、あぶくま洞、入水鍾乳洞への入り口になっている。近くには、石灰石の鉱床と石灰石を加工する会社があるが、石灰＝セメントというイメージは過去のもので、現在は食品、顔料、歯磨き粉、中和剤、飼料、製紙、農薬、塗料、建材、ゴム、プラスチックなどへと幅広く原料を提供している。

また、菅谷駅は海拔 463 メートルと磐越東線で最も標高が高く、駅の北側と南側で河川の流域が分かれる「分水界」の地となっている。普通、山の尾根伝いに流域の分かれ目が生じ「分水嶺」と呼ばれるが、菅谷駅周辺は尾根伝いでない場所で流域が分かれるという全国的にも貴重な場所であるという。

菅谷駅の近くの水路が分水界となり、北側は牧野川、大滝根川、阿武隈川を經由し太平洋に注ぎ、南側は梵天川、夏井川を經由して太平洋に注いでいる。地形に思いをはせながら成り立ちを考えると大変興味深いところがある。



第2節 田村市農業の現状

2020年の農林業センサスによると、田村市の総農家数は3,143で、うち自給的農家数は1,261、販売農家数は1,882となっている。ここでいう農家とは、経営耕地面積が10アール以上の農業を営む世帯又は農産物販売額が年間15万円以上ある世帯をさしている。

このうち自給的農家は経営耕地面積が30アール未満かつ年間販売金額が50万円以下の農家をさしており、一方、販売農家とは経営耕地面積が30アール以上又は年間販売金額が50万円以上の農家をさしている。これは、2020年の数字であるが、年々変化していると思われる。

表 1-2-2 田村市の農家数

総農家数	3,143
自給的農家数	1,261
販売農家数	1,882

2020年農林業センサスにおける田村市の農業経営体の数値は、右表のとおりである。ここに、農業経営体とは、農産物の生産を行うか又は委託を受けて農作業を行い、(1)耕地面積が30アール以上、(2)農作物の作付面積又は栽培面積、家畜の飼養頭羽数又は出荷頭羽数等、一定の外形基準以上の規模（露地野菜15アール、施設野菜350平方メートル、搾乳牛1頭）、(3)農作業の受託を実施、のいずれかに該当するものである。徐々に減ってきているようであるが、稲、野菜類、肉用牛が軸

表 1-2-3 田村市の農業経営体数

稲	1,617
いも類	147
豆類	91
工芸農作物	156
野菜類	363
花き類・花木	55
果樹	32
乳用牛	26
肉用牛	267
豚	1
採卵鶏	7
ブロイラー	1

になっている。

田村市において、お米と野菜が軸になっている理由については次のように考えられる。第1に夏に雨が多く、気温が熱帯と変わらず高くなる気候が稲の栽培に適していたこと、第2に長い期間保存することができるので、収穫量が少ない時も保存したものが食べられること、第3に味の好みによく合った食べ物であることから、稲作を中心とした複合経営が多い地域になってきた。

谷あいの平坦地で営む厳しさ

中山間地であることから、集落内の水田が谷ごとに分散しており、作業の効率化が望めないところがある。また、区画整理されていないため大型機械での作業が困難である。さらには、水田ごとの畦畔に高低差があり、急傾斜地での作業には危険が伴うことや、圃場の形状が1枚ごとに異なり管理が難しいところがある。

ただ、メリットとして谷あいの沢からの引水が豊富であることが挙げられるが、これは地域による。こうした状況を補っているのが土の水はけの悪さである。水はけが良いと、引水が豊富でないとすぐに乾いてしまうが、水はけが悪いことにより湿田として維持されている。これが可能となっているのは天水のおかげである。天水とはいわゆる雨水である。こうした自然の条件の中で、田村市の農業の営みは可能となってきた。

高齢化が進む基幹的農業従事者数

農業従事者数を見ていくとき、基幹的農業従事者数が要になる。住居と生計をともにする世帯で、15歳以上の世帯員のうち、普段仕事として主に農業に従事している者を「基幹的農業従事者」という。これに対し、15歳以上の世帯員で年間1日以上自営農業に従事した者を農業従事者という。こうした定義であるので、ここには家事従事者や通学者等が含まれることがわかる。

このように見てくると、農業の維持発展に関しては、基幹的農業従事者数がどうであるかということが問題になってくる。下表は、2020年農林業センサスで捉えられた田村市の基幹的農業従事者数である。基幹的農業従事者数は2,420人で、うち60歳未満が504人、つまり、全体の21%である。男についていうと60歳未満の基幹的農業従事者数は19%、女は23%である。田村市の基幹的農業従事者の高齢化が大きく進んでいることが一目でわかる数値である。

表 1-2-4 田村市の基幹的農業従事者数（2020 農林業センサス）

	全体	60歳未満	割合%
基幹的農業従事者数	2,420	504	21
基幹的農業従事者数・男	1,273	236	19
基幹的農業従事者数・女	1,147	268	23

除染の取り組みと除染後も残った風評被害

こうした立地の制約だけでなく、2011年の東日本大震災後の田村市農業は農地の放射能汚染とも闘わねばならなかった。市内全域が放射性物質に汚染され、目に見えない汚染物質を抱えながらの市民生活となった。2011年11月に除染計画が立てられ、日常生活圏域と林縁（生活圏に接した林地）、公園、集会所など公共施設をはじめ、道路や農地についても除染が実施された。基本的な除染が完了したのは2016年で、市内に保管されていたフレコンバックの中間貯蔵施設への移送完了は2021年であった。

農産物や工業製品はすべて放射能検査を行い、安全性を確認したのち出荷するようにしてきた。しかし、風評被害は残るもので、これとの闘いは今でも続いている。

第3節 田村市農業の維持発展

担い手不足の状況を放置しておく、田村市農業は衰退の一途をたどりかねない。そこで、福島県は農業普及所において「たむら地域」の農業の動向を把握するとともに、担い手の育成（ひとづくり）、集落営農の推進（ひとづくり）、営農再開の支援（地域づくり）に取り組んできている。もちろんここには、田村市の農林課やJA福島さくらなども連携し、以下のような取り組みを行っている。

担い手の育成（ひとづくり）

担い手の育成とは、認定農業者、新規就農者・定年帰農者の確保、育成等、地域の農業の担い手の確保支援であるが、実施されているのが「県中地域12市町村新規就農支援」である。「“ふくしま”のど真ん中で農業をはじめてみませんか!？」というパンフレットを目にする人も多い。まさに新規就農者への誘いと支援である。

集落営農の推進（ひとづくり）

地域農業のあり方についての話し合いや、「人・農地プラン」の策定・推進を通じて、農地中間管理事業をはじめとする農地集積の推進、担い手の規模拡大に取り組んでいる。これは2013年度から2022年度にかけて取り組まれたもので、県や市から次のような点を地域に呼びかけ、将来どうするかプランをまとめてもらう取り組みである。その際の地域への問いかけは以下の通りである。

- ・地域の中心となる農家はいるか。
- ・耕作放棄地になりそうな田畑はどこか。
- ・耕作放棄地の発生を防ぐためにはどうしたらよいか。
- ・今後、地域で農業を続けていく場合、課題になることは何か。

田村市の場合、2022年時点で19地域において現状の話し合いが持たれ、基幹的経営体は何人か、それぞれのところでの担い手は何人か、耕地面積はどれだけか、作目は何か、作目の目

標はどれだけか、後継者はいるかなど、詳しくまとめてもらっている。そして、これらを地域としてまとめ、対象地域の現状と課題、対象地区内における中心経営体への農地の集約化に関する方針、個々の経営体の状況、耕地の貸し付けに関する意向などを整理している。

「人・農地プラン」から「地域計画」へ

少子高齢・人口減少が現実となり、農業従事者のさらなる減少や遊休農地の拡大が懸念される中、将来の農地利用の姿を明確化するため、2022年5月の農業経営基盤強化促進法等の法改正により「人・農地プラン」が法定化され、2023年4月からは名称を『地域計画』と改められている。そして、2025年3月末までに、市街化区域を除く市内の全農地で計画を策定していくことが求められている。これまでにまとめられた「人・農地プラン」については、田村市の農林課のホームページで公表されている。

今後は、各地域の担い手農家を中心に、関連機関（福島県・農業委員会（農業委員・推進委員）・農業協同組合・農地中間管理機構・土地改良区等）が連携して「地域計画」を策定していくことになる。田村市は、「人・農地プラン」の策定強化をする必要性がある地区についての計画策定が求められ、その公表が求められることになる。

営農再開の支援（地域づくり）

営農を再開した地域の農業経営の安定のために、水稻、園芸、畜産の技術的支援を中心に行っている。また、イノシシなどの鳥獣害防止のため、電気柵の適正管理の指導や、集落環境点検などの集落全体での取り組みを支援している。

市からの支援

地域再生を推進するにあたっては、田村市のほか、地域の様々な関係者が連携して取り組むため、地域再生推進協議会を構成して推進されている。この協議会において、国の支援制度である経営所得安定対策に組み込み、担い手農家の経営の安定に資するよう、諸外国との生産条件の格差から生じる不利を是正する交付金（ゲタ対策）と、農業者の抛出を前提とした農業経営のセーフティネット対策（ナラシ対策）が実施されている。

また、食料自給率・食料自給力の維持向上を図るため、飼料用米、麦、大豆などの戦略作物栽培の本格化を進め、水田フル活用を図る水田活用の直接支払い交付金を実施している。

畜産業

田村市の農業産出額の第1位は鶏卵（大規模法人）、第2位は肉用牛、第3位が野菜となっており、畜産が地域を支える重要な産業となっている。田村市は、古くからの繁殖雌牛の産地であり、地域を守るために必須な畜産業（農家）の将来像としては、小規模で傾斜地が多いという土地条件の制約や道路・水道などのインフラに課題がある中で、大規模専業にこだわらない、低コストで持続可能な畜産を目指す必要がある。

その中での大きな課題は、①自給飼料利用の制約、②放牧の自粛、③たい肥の滞留となって

いる。福島県における自給飼料利用の前提は、対象農地が基本的に「除染済み」でなければならず、未除染農地はセシウム汚染濃度が低くても畜産的利用は不可であり、放牧もできない。また、東京電力福島第1原子力発電所の事故により、一度失ったたい肥の販売ルートはなかなか復活できないため、飼育頭数の維持拡大に苦慮している農家が多数存在する。こうした課題の解決なしには福島の畜産の復活・再生は難しい。(田村市農林課談)

第4節 田村市林業の取り組み

18～19ページでみたように、田村市の総土地面積に占める林野面積の割合は66.3%にのぼる。船引町ではその割合がやや下がるが、それでも53%が林野である。田村市の林野には国有林も含まれるが、多くは私有林である。つまり森林所有者が存在する。都市部で土地を所有していれば、それを住宅にするかそれとも事業施設や商業施設にするなどして、所有者はその土地を遊ばせることはしない。しかし、森林の場合はどうか。特に手を入れず、自然の推移にまかせるということが生じる。

その範囲が増加してくると、里山がどんどん縮小し、耕地、市街地に迫ってくる。これがどのような結果をもたらすかは明らかなところである。これを乗り越え、森林資源を活用しているのが森林組合である。田村市には、エリア的に二つの森林組合が存在している。一つは「田村森林組合」であり、もう一つは「ふくしま中央森林組合」である。「田村森林組合」は三春町を含む船引町、常葉町をエリアとしている。「ふくしま中央森林組合」は、石川地方、岩瀬地方を含む、滝根町、大越町、都路町を対象エリアとしている組合である。

森林を育む

森林を育むという視点に立つと、田村市では両森林組合がどのような活動を行うかにかかってくることになる。森林には自然林と人工林がある。自然林は、日常的な利用の対象である里山や神社の森から、めったに人が入らない奥山まで広く分布している。自然林の多くは広葉樹林で、人工林は針葉樹林である。あぶくま高原の東方に広がる太平洋側は親潮と黒潮がぶつかる地域であり、広葉樹、針葉樹がともに育つ地域といわれている。この地域は、かつては馬産地として知られ、畜産農家が多かったが、農耕馬の需要も衰退したことから、放牧地を人工林に変えていった。そして、1960年代に国の造林政策に後押しされ、造林地が拡大していった。こうして、合併当初は林産事業が活発な状況が続いた。

原子力災害により林業が受けたダメージ

しかし、2011年の東日本大震災及び原子力災害は、田村市とりわけ都路地域の林業に深刻なダメージを与えるところとなった。被害の事例として挙げられるのは、しいたけ原木出荷の制限、しいたけ原木林の放棄林化、防潮堤造成のための山砂採取による林地削減、森林所有者の経営意欲低下による森林組合離れ、葉たばこ栽培など落葉・腐葉土の農業利用停止などであ

る。その後、除染活動が行われたが、森林地域は事実上対象外であった。

田村市の林業はこうしたところからの立ち直りを求められていた。この地域は、明治のころよりスギの優良材を産出する地域として知られ、深川の木場では高値で取引されていたという。付加価値を加えた材質が見出せる可能性は高いと考え、「田村森林組合」、「ふくしま中央森林組合」は、林業再生のために懸命な努力を続けている。

第5節 農林業と連携する商工サービス業

田村市の農業、田村市の林業が伸びていくためには、農産物、林産物の高付加価値化という課題に取り組まなければならない。そこで、福島県の後押しも受けながら、地域の特徴を生かした収益性の高い園芸産地の育成（ものづくり）、GAP（Good Agricultural Practice：農業生産工程管理）の推進（ものづくり）、6次化の推進（地域づくり）などの取り組みが進められてきている。

地域の特徴を生かした収益性の高い園芸産地の育成（ものづくり）

田村市は山間丘陵地帯で起伏が多いという立地上の制約がある。加えて、米価の上昇が難しいことも危惧される。「需要のある作物」の増加が求められるが、技術・費用・収益への不安からなかなかそうした方向に踏み切れない。そのため、田村市の地域農業再生協議会では「水田収益力強化ビジョン」を定め、次のような取り組みを強化している。

(1) 適地適作の推進

麦、大豆について、排水・土壌改良が必要であることから、技術支援だけでなく、協議会独自事業を活用して設備支援も行い取り組み農家・面積の拡大を図る。

(2) 収益性・付加価値の向上

トマトやピーマン、インゲン等の野菜類について、GAP ブランド認証を目指しながら、作付け推進を継続する。また、さつまいもやエゴマについても同様に生産拡大を目指す。

(3) 生産コストの低減

生産コスト低減のため、JA 福島さくらや県の田村農業普及所と連携し技術の普及を図る。

GAP の推進（ものづくり）

GAP とは、Good（良い）Agricultural（農業の）Practice（行い）の略で、農業生産工程管理と訳される。生産者（産地）が生産活動を行う上で必要な食品の安全性や環境の保全、農業に携わる方たちの労働の安全性等を確保するためのチェック項目を定め、実施、記録、点検、評価を行い、農業の生産工程の管理・改善を行う取り組みのことである。

国際版、アジア版、日本版があるが、福島県では、放射性物質対策を含めた「ふくしま県 GAP（FGAP）」がある。田村市では、大越町のニンニク事業者や、常葉そばの生産者がこの FGAP 認証を取得している。食品の安全性、環境の保全、労働の安全性等のチェック項目をク

リアするため、消費者の信頼性を確保する上で重要な取り組みである。

6次産業化の推進（地域づくり）

田村市で生産される地域商品について、田村市のブランド商品として「田村の極」として認証し、重点的に支援している。「田村の極」とは、地域産業の活性化を目的とし、2020年7月に創設された田村市産品のブランド認証制度である。これは、市内で作られた農産加工品のうち、有識者等で構成される市認証委員会がブランドと認めた製品のことで、市を代表する特産品の総称である。そして、これらを取り扱う基準をクリアした店舗のみが取扱店として登録される。これらは田村市ふるさと納税の返礼品としても全国にPRされている。



こうした制度を設けることによって、事業者を重点的に支援するとともに、市全体のイメージアップ、流通拡大及び観光資源化による地域産業の活性化につなげようとしているのである。そのためには、良質の特産品が求められ、そこに向けた意識的な支援が求められる。ホップを使ってビールを生産する都路町での取り組みは、6次産業化の一つの典型であり、さらに宿泊施設、バーベキューハウスや電気・ガス・シャワー・コインランドリーを完備したキャンプ場やディスクゴルフ場の併設などアウトドアを楽しむスポットが展開されている。また、農家から野菜の提供を求め、製品化する事業を開始する事業者も生まれてきている。

畜産の高付加価値化

再生に向けたいくつかの事例が生まれてきている。一つは、JA 福島さくらの子会社であるが、①地域の畜産農家から子牛を預かり育成・出荷する預託事業、②自ら繁殖・育成出荷する繁殖経営事業を始めている。また、JA 福島さくら自身が、事業実施主体となり、交付金を活用して自給飼料生産・調整用機械などを導入・整備し、自給飼料生産面積の拡大と定着による、飼料の地産地消に基づく地域畜産の再生への取り組みが始まっている。

個別畜産家では、原発から20キロメートル圏内の都路町で、自力施行で牛舎などを建設し、150頭規模での繁殖経営で、受精卵移植を活用しながら、自給飼料を基本とした低コスト経営を目指す動きがある。ここでは除染済み放牧も視野に入れている。また、水稻再開の動きが始まった時期に、田村農業普及所から稲発酵粗飼料（稲 WCS）生産の提案があったことを受け、自給飼料の確保と畜産業の再開を目指し、何人かの畜産農家で稲 WCS 生産の取り組みを開始している。稲発酵粗飼料（稲 WCS）は、水稻の子実と茎葉を同時に収穫し、発酵させた牛の飼料をさしている。ここでは、生産技術を磨きながら、栄養価・嗜好性が高い WCS 生産に取り組んでいる。

林業の高付加価値化

田村市の林業が活性化するには、地元原木の特性を知る必要がある。江戸時代から田村杉が注目されてきたのは、阿武隈高原の降水量、寒暖の差のバランスに恵まれた環境で育ってきたからであるという。質の良い田村杉が手に入るには、植林（森づくり）から始め、木の成長に応じて間引き、除伐、間伐を続けることが必要で、伐期森林は、木材として切り出す。そして製材を行い、乾燥させる。

杉材の場合、この乾燥処理が難しく、この技術で付加価値が高まるという。乾燥の後、製材加工が行われ、家具、建具、住宅等の材料に提供されていく。これが維持されるサイクルが求められる。

本章のポイント

- ・ 農業の支援、畜産業の支援、林業の支援など方向性が定まりつつある。ただ、いずれも成果が表れるまでに時間を要するものが多い。しかも労力を必要とする。それだけに、計画的な支援が一層望まれる。
- ・ そして、高付加価値を伴うようになるためには、商工サービス業による支えが必要である。この連携が生まれるような支援が商工サービス業にも求められる。まさに、農林商工サ連携である。

2022 年田村市事業所実態把握 調査と市内事業所の状況・課題

本章では田村市事業者実態把握調査（本章では「田村市調査」と呼ぶ）を受けて、事業所全体の状況についてまとめる。2022 年 12 月に行った調査は、量的調査、ヒアリング調査の 2 種類があった。総務省統計局が管理する事業所母集団データベース（令和 2 年次フレーム）に基づき選別した量的調査対象事業所数は 1,123、有効回答件数は 521（回答率 46.4%）であった。

このデータを田村市から提供された資料、事業所母集団データベース（令和 3 年次フレーム）、ヒアリング調査で補完したあとで（1,593 事業所）、量的データがある 589 事業所について分析した。

この章の分析で浮かび上がってきたのは、次の点である。

- ・田村市では事業所、人口いずれも 2015 年から減少し、変化の地域差が大きい。
- ・田村市調査を集計するために必要な区分を設け、2022 年の量的調査データを精査し、市の行政データで修正した後、さらに国の事業所母集団データベースで補完した。
- ・集計可能なデータは 589 だが、本報告書の骨子は主に調査に回答いただいた 521 事業者の集計に基づいている。

第1節 分析に利用するカテゴリーとデータ補完

本報告書では集計に利用するカテゴリーを整理した。表 1-3-1 は田村市住所、小学校区分、消防団区分、12 地域区分、24 地域区分の対応関係をまとめたものである。調査は元々 24 区分で集計していたが、区分が細かすぎるため、小学校区分に基づいて 12 区分を新設して集計した。集計は細かい方が良いのであるが、報告書の場合、細かすぎると読者の理解が難しくなるため、目的に応じてまとめた区分を用いた。そのため、本報告書ではいくつかの区分が並立しているケースがあるが、個所によって目的が異なることによる。

集計した情報を補章 3 としてまとめた。2022 ～ 23 年での田村市全体の事業所データは 1,593 件であるが、この中には調査時点で既に廃業していたところ、2023 年に廃業が確認されたところも含まれる。

表 1-3-1 田村市内事業所の住所と地域カテゴリー

住所	2023小学 校区分	2023消防 団区分	12地域区分	24地域区分	住所	2023小学 校区分	2023消防 団区分	12地域区分	24地域区分
大越町上大越	1	1	1 大越町	1 大越町上大越	船引町大倉	7	7	8 船引町瀬川	15 船引町瀬川
大越町下大越	1	1	1 大越町	3 大越町下大越	船引町新館	7	7	8 船引町瀬川	15 船引町瀬川
大越町牧野	1	1	1 大越町	2 大越町牧野	船引町石森	5	6	6 船引町石森	16 船引町石森
大越町栗出	1	1	1 大越町	2 大越町牧野	船引町文珠	5	6	6 船引町石森	16 船引町石森
大越町早稲川	1	1	1 大越町	2 大越町牧野	船引町今泉	5	1	6 船引町石森	17 船引町今泉
滝根町神俣	2	2	2 滝根町	4 滝根町神俣	船引町門沢	6	9	11 船引町門沢	18 船引町門沢
滝根町菅谷	2	2	2 滝根町	5 滝根町菅谷	船引町上移	7	8	9 船引町移	19 船引町移
滝根町広瀬	2	2	2 滝根町	6 滝根町広瀬	船引町北移	7	8	9 船引町移	19 船引町移
都路町岩井沢	3	3	3 都路町	7 都路町岩井沢	船引町中山	7	8	9 船引町移	19 船引町移
都路町古道	3	3	3 都路町	8 都路町古道	船引町南移	7	8	9 船引町移	19 船引町移
常葉町西向	4	4	4 常葉町	9 常葉町西向	船引町横道	7	8	9 船引町移	19 船引町移
常葉町常葉	4	4	4 常葉町	10 常葉町常葉	船引町北鹿又	7	7	7 船引町美山	20 船引町美山
常葉町堀田	4	4	4 常葉町	11 常葉町関本	船引町長外路	7	7	7 船引町美山	20 船引町美山
常葉町久保	4	4	4 常葉町	10 常葉町常葉	船引町柵山	6	9	11 船引町柵山	21 船引町柵山
常葉町山根	4	4	4 常葉町	12 常葉町山根	船引町永谷	6	9	11 船引町柵山	21 船引町柵山
船引町芦沢	6	9	10 船引町芦沢	13 船引町芦沢	船引町東部台	5	5	5 船引町船引	22 船引町船引
船引町荒和田	5	6	12 船引町要田	14 船引町要田	船引町船引	5	5	5 船引町船引	22 船引町船引
船引町光陽台	5	6	12 船引町要田	14 船引町要田	船引町遠山沢	6	9	11 船引町堀越	23 船引町堀越
船引町笹山	5	6	12 船引町要田	14 船引町要田	船引町堀越	6	9	11 船引町堀越	23 船引町堀越
船引町石沢	7	7	8 船引町瀬川	15 船引町瀬川	船引町春山	5	6	6 船引町春山	24 船引町春山
船引町成田	5	6	12 船引町要田	14 船引町要田					

表 1-3-2 産業区分

産業大分類		産業中分類		18業種区分		4業種区分	
符号	カテゴリ	符号	カテゴリ	No.	カテゴリ	カテゴリ	
A	農業、林業	01～03	農業、林業	1	農林漁業	対象無し	
B	漁業	03～04	漁業				
C	鉱業、採石業、砂利採取業	05	鉱業、採石業、砂利採取業	3	製造業	製造業	
D	建設業	06～08	建設業	2	建設業	建設業	
E	製造業	09～32	製造業	3	製造業	製造業	
F	電気・ガス・熱供給・水道業	33～36	電気・ガス・熱供給・水道業	4	電気・ガス・熱供給・水道業	サービス業	
G	情報通信業	37～40	情報通信業	5	情報通信業		
H	運輸業、郵便業	41～49	運輸業、郵便業	6	運輸業、郵便業	流通・商業	
I	卸売業、小売業	50	各種商品卸売業	7	卸売業		
		51	繊維・衣服等卸売業				
		52	飲食料品卸売業				
		53	建築材料、鉱物・金属材料等卸売業				
		54	機械器具卸売業				
		55	その他の卸売業				
		56	各種商品小売業	8	小売業		
		57	繊維物・衣服・身の回り品小売業				
		58	飲食料品小売業				
		59	機械器具小売業				
		60	その他の小売業				
		61	無店舗小売業				
J	金融業、保険業	62～67	金融業、保険業	9	金融業、保険業	サービス業	
K	不動産業、物品賃貸業	68～70	不動産業、物品賃貸業	10	不動産業、物品賃貸業		
L	学術研究、専門・技術サービス業	71～74	学術研究、専門・技術サービス業	11	学術研究、専門・技術サービス業		
M	宿泊業、飲食サービス業	75～77	宿泊業、飲食サービス業	12	宿泊業、飲食サービス業		
N	生活関連サービス業、娯楽業	78～80	生活関連サービス業、娯楽業	13	生活関連サービス業、娯楽業		
O	教育、学習支援業	81～82	教育、学習支援業	14	教育、学習支援業		
P	医療、福祉	83	医療業	15	医療業		
		84	保健衛生	16	社会保険・社会福祉・介護事業		
		85	社会保険・社会福祉・介護事業				
Q	複合サービス事業	86	郵便局	6	運輸業、郵便業		
		87	協同組合	17	その他サービス業		
R	サービス業（他に分類されないもの）	93～95	サービス業（他に分類されないもの）	18	その他		
S	公務（他に分類されるものを除く）	97～98	公務（他に分類されるものを除く）				

表 1-3-2 は（平成 25 年 10 月改定）日本標準産業分類と田村市調査との対応関係を示したものである。調査票では 18 業種で調べたが、細かすぎるため、本報告書では主に 4 業種でまとめた。

表 1-3-3 正社員従業者区分

7区分		4区分	
1	0-1人	1	2人以下
2	2人		
3	3-5人	2	3-10人
4	6-10人		
5	11-20人	3	11-50人
6	21-50人		
7	51人-	4	51人-

表 1-3-4 個人創業年、法人設立年

1	全体
2	1984年以前
3	1985-1994
4	1995-2004
5	2005-2010
6	2011-2015
7	2016-2022
8	2023年以降
9	不明

表 1-3-3 は正社員、従業員数といった人数をまとめた場合に用いたカテゴリーである。表 1-3-4 は組織形態で、個人企業の創業年と法人企業の設立年をまとめるカテゴリーである。

表 1-3-5 市調査データと補完までの推移

No.	カテゴリ	田村市調査データ		田村市調査1次補完データ		データ補完後	
		件数	割合	件数	割合	件数	割合
1	農林漁業	5	1.0%	4	0.3%	0	0.0%
2	建設業	114	22.0%	115	7.2%	282	17.7%
3	製造業	44	8.5%	53	3.3%	144	9.0%
4	電気・ガス・水道業	6	1.2%	1	0.1%	4	0.3%
5	情報通信業		0.0%	0	0.0%	1	0.1%
6	運輸業、郵便業	13	2.5%	14	0.9%	47	3.0%
7	卸売業	19	3.7%	25	1.6%	45	2.8%
8	小売業	119	22.9%	144	9.0%	342	21.5%
9	金融、保険	6	1.2%	6	0.4%	11	0.7%
10	不動産業・物品賃貸業	2	0.4%	6	0.4%	33	2.1%
11	研究、専門・技術サービス業	10	1.9%	18	1.1%	32	2.0%
12	宿泊、飲食業	32	6.2%	45	2.8%	83	5.2%
13	生活関連サービス、娯楽業	12	2.3%	20	1.3%	127	8.0%
14	教育・学習支援業	6	1.2%	6	0.4%	20	1.3%
15	医療業	25	4.8%	26	1.6%	49	3.1%
16	社会保険・社会福祉・介護事業	16	3.1%	21	1.3%	52	3.3%
17	その他サービス業	48	9.2%	31	1.9%	75	4.7%
18	その他	20	3.9%	4	0.3%	5	0.3%
空欄		11	2.1%	1054	66.2%	241	15.1%
合計		519	100.0%	1593	100.0%	1593	100.0%

田村市調査データの補完についてまとめる。補完とは、空欄や不明なデータを他の情報源から得られるデータで埋めたり、誤りや矛盾があるデータを修正したりする作業のことである。補完は2段階で行った。第1段階として令和4年度にまとめた結果に田村市の情報も整理して加え、個票データを補完した。第2段階では2020年経済センサスの結果を中心に多くの事業所データをカバーする国の事業所母集団データベースを取り寄せ、田村市調査の結果をさらに整

理した。この作業には二つの目的がある。一つ目は精度の高いデータベースで集計してこのような報告をまとめることである。二つ目は次回田村市内を対象とした調査などで利用する場合にも利用できるように、将来のデータベースを予め整備することである。

表 1-3-5 の左列は令和 4 年度に調査した時点での集計結果である。個票を調べたところ、重複しているデータや廃業している事業所が含まれていたため、それらを除外し、産業区分も相互のデータや状況から正しいと思われるものを 2023 年 9 月終わりに修正した。左から 2 列目は 2022 年量的調査のデータ (521 件) をインタビュー調査と田村市行政データによって補完した段階でのデータである。令和 4 年度にまとめていた段階では 519 事業所であったが、改めて整理した結果、521 事業所となった。2023 年 9 月末に入手した総務省の事業所母集団データを参照してデータの補完作業を行ったが、国のデータは利用に制限があるため、ここでは詳細な情報は掲載しない。一番右の列は最終的に補完した後の産業内訳である。

量的データは、インタビュー調査及び田村市行政データを利用して、調査票に記載されている産業、売上、資本金、事業の強みなどの情報を、2023 年 8 月までに修正した。次に 2023 年 9 月終わってから事業所母集団データベース令和 3 年次フレーム確報版を利用し、産業、資本金、個人創業年、法人設立年、資本金、事業所の売上、法人の売上、法人の費用、法人の粗付加価値、法人の純付加価値について、データを補完した。個人創業年と法人設立年は 2005-2014 創業、及び 2022 年以降創業の場合は田村市調査とカテゴリーが合わないため補完を見送ったが、それ以外のカテゴリーでは空欄を事業所母集団データベースで補完した。事業所の売上は既に市調査で把握できているが、空欄も多いため、空欄である場合に限り事業所母集団データベースの事業所売上を 8 区分に分けて補完した。最終的に空白 1,093 件中、835 件を補完できた。

組織形態は 2022 年 10 月ごろの事業所母集団データと田村市調査時点、及び 2023 年 9-11 月の事業所母集団データの間で個人と法人を行き来している事業者がおり、データの精査ができれば補完できたが、報告書に間に合わなかったため、今回は補完を見送った。

報告書では直接利用しないが、参考情報として事業所母集団データベースから追加的な情報を得て、田村市への納品する名簿データに法人の売上、費用、粗付加価値、純付加価値の区分を構成し、追加した。粗付加価値は法人としての粗利益に当たる項目で、純付加価値は減価償却費が含まれない項目である。さらに法人の売上、費用、2 種類の付加価値についても集計し、田村市の納品物に集計したものをに入れることにした。区分はいずれも 8 区分である (1. 300 万円未満、2. 300 万円～500 万円未満、3. 500 万円～1 千万円未満、4. 1 千万円～5 千万円未満、5. 5 千万円～1 億円未満、6. 1 億円～3 億円未満、7. 3 億円以上、8. 不明 (空白))。売上 300 万円未満 (全体の 22.2%) の事業所が相対的に把握できたのを除くと、補完前と補完後で大きく構成比は変化しないため、概ね売上に関係なく売上が不明であった事業所を把握できた。国のデータでも事業所 1,595 件全体の 258 件は空欄であった。法人の費用は 2020 年を対象に経済センサスで把握された動産・不動産賃借料、減価償却費、租税公課の 3 つを合計して求めた項目である。全体から見て費用 300 万未満 (全体の 51.41%) が多かった。1,595 件のうち、310 件 (全体の 19.44%) は空欄である。

今回経済センサスの個票から構成された事業所母集団データベースを使用したため、調べると、

廃業済みの事業者や同一事業者の重複把握といったミスが含まれていることがわかったため、田村市調査データを補完する際に修正した。そのため、経済センサスの個票と田村市の調査データは概ね整合的であるが、多少異なっている。経済センサスは2020年段階での情報で、田村市調査は2022年12月段階であるので、概ね同じでも情報は異なる。

第2節 2015年からの田村市人口と事業所の推移

本節では、国勢調査、経済センサス、田村市行政データを用いて、田村市の地域全体の状況を整理し、本調査報告を通じて行ったデータ補完後の集計について概観する。ここから詳細表が中心の説明となるため、読者にとって理解が難しいかもしれないが、田村市にとって長年使用する事業系データの基盤となる情報のため、ご理解をいただきたい。

表1-3-6は2021年に実施された経済センサス - 活動調査より、2020年時点での事業所データを収録している。表1-3-7は2015年を対象とした経済センサスのデータであり、この差を表1-3-8にまとめた。田村市は震災後に人口が減少し、企業事業所が流出した影響を強く受けた地域である。震災後好調であった建設、流通・商業で事業所が大きく減る一方で、教育・学習支援業、不動産業・物品賃貸業、研究・専門・技術サービス業、サービス業が増加している。特に小売業、宿泊・飲食業が減少しているため、住人としては町が寂しくなっている実感を持っていると推察される。第3節で後述するが、農林漁業の事業所はデータ上の誤りと見られるため、実態はゼロである。農林漁業がないということではなく、事業所データには事実上ほぼ登録がないということで、実際には個人営業の農林漁業経営体は社会に多く存在する。全体としてみると、地域経済の衰退が徐々に進んできている。

表 1-3-6 経済センサスに基づく 2020 年事業所の分布

		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	1	2	3	4	合計
		農 林 漁 業	建 設 業	製 造 業	電 気・ ガ ス・ 水 道 業	情 報 通 信 業	運 輸 業、 郵 便 業	卸 売 業	小 売 業	金 融、 保 險	不 動 産 業・ 物 品 賃 業	研 究、 専 門・ 技 術 サ ー ビ ス 業	宿 泊、 飲 食 業	生 活 関 連 サ ー ビ ス、 娯 楽 業	教 育・ 学 習 支 援 業	医 療 業	社 会 保 険・ 社 会 福 祉・ 介 護 事 業	そ の 他 サ ー ビ ス 業	そ の 他	製 造 業	建 設 業	流 通・ 商 業	サ ー ビ ス 業	
1	滝根	2	28	23	1	1	6	6	38	0	2	4	10	13	7	5	8	22	3	25	28	54	69	176
2	大越	1	24	27	0	0	8	4	30	1	4	6	7	14	4	3	9	15	3	28	24	47	58	157
3	都路	7	22	10	0	0	4	1	18	0	1	3	6	6	5	2	3	9	3	17	22	24	34	97
4	常葉	8	27	26	2	0	5	7	45	1	1	6	15	14	5	6	5	22	3	34	27	61	73	195
5	船引町船引	2	61	37	2	0	11	25	158	9	30	16	54	76	20	33	47	31	8	39	61	235	277	612
6	船引町石森	1	7	11	1	0	4	2	9	0	1	1	5	3	1	0	1	7	1	12	7	17	18	54
7	船引町美山	1	7	5	0	0	3	1	7	0	0	1	3	2	1	0	1	2	1	6	7	11	10	34
8	船引町瀬川	0	9	2	0	0	1	1	10	0	0	0	1	3	2	0	1	4	2	2	9	12	11	34
9	船引町移	1	38	8	0	0	4	0	12	0	0	1	1	6	3	0	1	8	2	9	38	16	20	83
10	船引町芦沢	0	22	3	0	0	3	1	5	1	1	1	2	5	2	0	1	4	1	3	22	11	15	51
11	船引町門沢	2	29	9	0	0	2	3	17	1	1	1	1	8	3	3	1	8	2	11	29	24	25	89
12	船引町栗田	1	8	4	0	0	1	0	12	1	0	1	0	2	1	0	0	3	2	5	8	14	7	34
合計		26	282	165	6	1	52	51	361	14	41	41	105	152	54	52	78	135	31	191	282	526	617	1616

出所：総務省統計局「令和2年経済センサス - 活動調査」より作成。

表 1-3-7 経済センサスに基づく 2015 年事業所の分布

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	1	2	3	4	合計
	農 林 漁 業	建 設 業	製 造 業	電 気・ ガ ス・ 水 道 業	情 報 通 信 業	運 輸 業・ 郵 便 業	卸 売 業	小 売 業	金 融 ・ 保 険	不 動 産 業・ 物 品 賃 貸 業	研 究・ 専 門・ 技 術 サ ー ビ ス 業	宿 泊・ 飲 食 業	生 活 関 連 サ ー ビ ス・ 娯 楽 業	教 育・ 学 習 支 援 業	医 療 業	社 会 保 険・ 社 会 福 祉・ 介 護 事 業	そ の 他 サ ー ビ ス 業	そ の 他	製 造 業	建 設 業	流 通・ 商 業	サ ー ビ ス 業	合計
1 滝根	0	32	25	0	0	7	6	30	1	4	3	11	16	1	4	3	11	0	25	32	48	49	154
2 大越	0	29	20	1	0	7	7	45	0	2	2	12	16	3	7	2	23	0	20	29	62	65	176
3 都路	2	24	9	0	0	5	1	24	0	1	2	5	4	0	0	5	7	0	11	24	31	23	89
4 常葉	2	26	34	0	0	6	6	58	1	1	3	15	15	2	9	4	20	0	36	26	72	68	202
5 船引町船引	1	53	41	0	0	8	24	173	10	24	15	60	79	16	31	41	33	0	42	53	239	275	609
6 船引町石森	0	13	12	1	0	4	3	11	0	0	1	4	6	0	1	4	10	0	12	13	19	26	70
7 船引町美山	0	7	5	0	0	3	1	6	0	0	1	4	2	0	0	3	4	0	5	7	10	14	36
8 船引町瀬川	0	10	3	0	0	1	1	12	0	0	0	1	5	1	0	1	3	0	3	10	14	11	38
9 船引町移	0	45	7	0	0	4	1	17	0	0	1	1	6	1	0	1	10	0	7	45	22	20	94
10 船引町芦沢	0	23	4	0	0	2	1	5	2	1	1	4	5	0	0	1	4	0	4	23	11	15	53
11 船引町門沢	0	31	11	0	0	2	3	17	1	0	1	1	7	0	2	0	6	0	11	31	23	17	82
12 船引町要田	1	10	9	0	0	3	1	13	1	0	2	5	3	0	0	0	3	0	10	10	18	13	51
合計	6	303	180	2	0	52	55	411	16	33	32	123	164	24	54	65	134	0	186	303	569	596	1654

出所：総務省統計局「平成 28 年経済センサス - 活動調査」

表 1-3-8 2015 年から 2020 年事業所の減少数

	製 造 業	建 設 業	流 通・ 商 業	サ ー ビ ス 業	合 計		製 造 業	建 設 業	流 通・ 商 業	サ ー ビ ス 業	合 計
滝根	0	-4	6	20	22	船引町美山	1	0	1	-4	-2
大越	8	-5	-15	-7	-19	船引町瀬川	-1	-1	-2	0	-4
都路	6	-2	-7	11	8	船引町移	2	-7	-6	0	-11
常葉	-2	1	-11	5	-7	船引町芦沢	-1	-1	0	0	-2
船引町船引	-3	8	-4	2	3	船引町門沢	0	-2	1	8	7
船引町石森	0	-6	-2	-8	-16	船引町要田	-5	-2	-4	-6	-17
地域合計	5	-21	-43	21	-38						

出所：総務省統計局「令和 2 年経済センサス - 活動調査、平成 28 年経済センサス - 活動調査」

表 1-3-9 は地域 12 区分別の人口と世帯数を示したものである。2015 年から 5 年間の人口減少率は -8.7% で、減少スピードが速いところでは 10% を超えているが、変化の地域差が大きい。世帯数は人口減少ほどには減っておらず、都路では増加している。他の自治体への人口流出が続き、子供の進学、就職、結婚などで世帯人数が減っているが、親世代が残っているといったケースが多いと考えられる。

表 1-3-9 田村市人口と世帯

	2020	2015	人数減 少率	2020	2015
	人口	人口		世帯	世帯
	人	人	%		
1 滝根	4059	4588	-11.5	1389	1457
2 大越	4192	4622	-9.3	1399	1580
3 都路	1878	1850	1.5	744	675
4 常葉	4956	5637	-12.1	1627	1877
5 船引	9646	10023	-3.8	3699	3689
6 文殊	2105	2305	-8.7	636	706
7 美山	1252	1425	-12.1	372	372
8 瀬川	1312	1494	-12.2	447	460
9 移	1770	2047	-13.5	619	659
10 芦沢	1148	1283	-10.5	366	369
11 七郷	2094	2376	-11.9	623	642
12 要田	757	853	-11.3	238	248
合計	35169	38503	-8.7%	12159	12734

表 1-3-10 2020 年経済センサスと補完後の田村市データ

	経済センサス		田村市データ	
	事業所数	割合	事業所数	割合
1 滝根	176	10.9%	171	10.7%
2 大越	157	9.7%	153	9.6%
3 都路	97	6.0%	88	5.5%
4 常葉	195	12.1%	179	11.2%
5 船引町船引	612	37.9%	627	39.4%
6 船引町石森	54	3.3%	49	3.1%
7 船引町美山	34	2.1%	34	2.1%
8 船引町瀬川	34	2.1%	33	2.1%
9 船引町移	83	5.1%	91	5.7%
10 船引町芦沢	51	3.2%	47	3.0%
11 船引町門沢	89	5.5%	82	5.1%
12 船引町要田	34	2.1%	39	2.4%
	1616	100.0%	1593	100.0%

出所：総務省統計局「令和元年国勢調査」、同「令和 2 年経済センサス - 活動調査、田村市事業所現状把握調査」

表 1-3-10 は 2020 年時点で調査した経済センサスと田村市調査を国の事業所母集団データベースで補完したデータの比較である。今回田村市調査で補完したデータは、経済センサスの情報と産業区分では異なるが、地域区分ではほぼ同じとなっている。

第3節 データ補完後の田村市事業所データ

本調査で立教大学の研究チームは調査名簿、調査後に取り寄せた国の事業所母集団データベースを突合し、改めて状況を整理しなおした。その結果、国の事業所母集団データベースには農林漁業や情報通信業の事業所が存在するのに対し、実際に調べたところ、そうした事業所はないことがわかった。産業別のデータに誤りが含まれていたため、国のデータベースとの突合結果をもとに修正した。

田村市調査名簿に使用した国の事業所母集団データベースは国が作成する事業所企業の名簿で、売上や経理情報も部分的にカバーしたものになっている。元々は経済センサスの個票から作成されている。経済センサスをはじめ国の事業所企業向けの統計調査では個人経営の農林漁業は含まれない。農林漁業は農林漁業向けの統計調査で把握されるため、事業所企業系の調査では実体としてゼロであるが、経済センサスで誤って別サービス産業の事業所が“農林漁業”として把握され、経済センサスで公表され、後に国のデータベースでは農林漁業がほぼゼロに修正されたのではないかとみられる。同様に情報通信業といった産業分類は経済センサスの公表値と国のデータで補完した結果が食い違うが、これは調査の実務と国のデータとの違いとみられる。データを補完する段階で、産業について数年の記録を相互にチェックした結果を反映して修正した結果が表 1-3-11 となる。補完後の事業所データ数は 1,593 であるが、2～300 の事業所は国のデータでも活動実態が不明確で、ほとんど情報がないため、実態は 1,350 件程度となる。この中から調査に回答してクロス集計可能なデータは 589 件で、さらに田村市調査に回答いただいて多くの質問項目が埋まったデータは 521 件である。このように本報告書で主に集計したクロス表はこの 521 件の情報となる。589 件のうち、表 1-3-12 で 576 件になっているのは回答者で産業が不明の事業者が 13 件あるためである。このように田村市調査に回答していない事業所分が不明になるため 589 件よりも少なくなる。

表 1-3-11 データ補完後の 2022 年田村市の事業所

	合計		建設業	製造業	サービス業		流通・商業			サービス業										
		農林 漁業	建設業	製造業	電気・ ガス・ 水道業	情報 通信業	運輸 業、郵便 業	卸売 業	小売 業	金融、 保険	不動産 業・物 品賃貸 業	研究、専 門・技術 サービス 業	宿泊、飲 食業	生活関連 サービス、 娯楽業	教育・学 習支援業	医療 業	社会保険・ 社会福祉・ 介護事業	その他 サービス 業	その他	
全体	1352	-	282	144	4	1	47	45	342	11	33	32	83	127	20	49	52	75	5	
滝根	147	-	28	19	1	1	5	5	37	-	1	4	9	10	3	5	2	16	1	
大越	130	-	25	21	-	-	7	4	30	-	5	3	9	15	-	3	1	6	1	
都路	66	-	20	7	-	-	4	1	16	-	1	2	2	4	-	-	3	5	1	
常葉	150	-	27	21	1	-	5	6	42	1	1	3	9	12	1	6	3	11	1	
船引	536	-	64	36	1	-	9	23	150	7	19	14	44	64	14	32	38	20	1	
文殊	40	-	7	9	1	-	4	2	7	-	1	1	3	1	-	-	1	3	-	
美山	31	-	7	4	-	-	3	1	8	-	-	1	2	2	-	-	1	2	-	
瀬川	29	-	10	2	-	-	1	1	8	-	-	-	1	3	1	-	1	1	-	
移	80	-	37	8	-	-	4	-	15	-	-	1	1	6	1	1	1	5	-	
芦沢	44	-	22	3	-	-	2	1	4	1	2	1	2	3	-	-	1	2	-	
七郷	72	-	27	9	-	-	2	1	16	1	2	1	1	6	-	2	-	4	-	
要田	27	-	8	5	-	-	1	-	9	1	1	1	-	1	-	-	-	-	-	

出所：田村市「事業所現状把握調査」を総務省統計局「事業所母集団データベース」により補完。

表 1-3-12 クロス集計可能な 2022 年田村市の事業所分布

	全体	農林 漁業	建設業	製造業	サービス業		流通・商業			サービス業										その他 サービス業	その他
			建設業	製造業	電気・ ガス・ 水道業	情報 通信業	運輸 業、郵便 業	卸売 業	小売 業	金融、 保険	不動産 業・物 品賃貸 業	研究、専 門・技術 サービス 業	宿泊、飲 食業	生活関連 サービス、 娯楽業	教育・学 習支援業	医療 業	社会保険・ 社会福祉・ 介護事業				
合計	576	-	129	84	2	0	16	22	152	6	10	16	38	18	7	29	21	26	0		
滝根	58	-	14	13	0	0	2	1	12	0	1	1	3	2	0	3	1	5	0		
大越	57	-	7	12	0	0	5	2	18	0	1	2	4	3	0	1	0	2	0		
都路	30	-	10	6	0	0	1	1	6	0	1	2	1	0	0	0	0	2	0		
常葉	69	-	16	12	1	0	0	2	20	1	1	2	5	1	1	3	0	4	0		
船引	238	-	37	21	1	0	5	12	71	4	3	7	18	12	6	19	15	7	0		
文殊	17	-	4	4	0	0	2	1	1	0	1	1	2	0	0	0	1	0	0		
美山	13	-	3	3	0	0	0	1	5	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0		
瀬川	10	-	3	0	0	0	0	1	4	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0		
移	27	-	11	4	0	0	1	0	4	0	0	0	1	0	0	1	1	4	0		
芦沢	18	-	8	2	0	0	0	1	2	0	1	0	2	0	0	0	1	1	0		
七郷	31	-	14	5	0	0	0	0	7	1	0	0	1	0	0	2	0	1	0		
栗田	8	-	2	2	0	0	0	0	2	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0		

出所：田村市「事業所現状把握調査」を総務省統計局「事業所母集団データベース」により補完。

表 1-3-11 によると、田村市の中心的な産業は建設、卸小売業、製造業、各種サービス産業である。田村市では事業規模が拡大すると、情報通信のようなサービスは郡山市や他の地域の企業に発注しているとみられる。田村市では製造業はまとまった数が存在するため、今後にとっても大事にしていくべき重要な産業である。

田村市調査は、量的調査とヒヤリング調査より成り立っている。ヒヤリング調査は調査票に基づき、121 事業所が回答した。今回報告書ではヒヤリング委調査について一定程度集約して取り上げた。回答を通じて事業者が特定される可能性が高かったため、集計した情報だけ報告書で扱い、個別の回答をまとめたものは納品物に収録した。

このように補完後の田村市の量的調査を集計した結果は表 13-3-13 の通りとなる。本報告書はこのように一部に限られるものの、情報が多く得られた事業所を対象に集計・分析したものである。

表 1-3-13 18産業、12地域、7正社員区分

		業種（4業種）				
		全体	製造業	建設業	サービス業	流通・商業
12地域区分	合計	576	84	129	173	190
	滝根	58	13	14	16	15
	大越	57	12	7	13	25
	都路	30	6	10	6	8
	常葉	69	12	16	19	22
	船引	238	21	37	92	88
	文殊	17	4	4	5	4
	美山	13	3	3	1	6
	瀬川	10	0	3	2	5
	移	27	4	11	7	5
	芦沢	18	2	8	5	3
	七郷	31	5	14	5	7
	要田	8	2	2	2	2
	合計	504	54	119	157	174
正社員	1人以下	92	14	8	36	34
	2人	119	8	14	45	52
	3～5人	156	17	48	33	58
	6～10人	69	8	21	25	15
	11～20人	41	4	17	11	9
	21～50人	23	3	10	5	5
	51人以上	4	0	1	2	1

以上田村市の事業所名簿を補完する内容をここまで説明してきた。実は田村市のこの事業所名簿の補完は、日本全体にとって大変重要な意義を持っている。個人ではマイナンバーシステムがようやく実装されつつあるが、企業、事業所に関してもこのようなシステムが必要とされている。事業所母集団データベースは通称「ビジネスレジスター」と呼ばれる。北欧では1970年頃から徐々に整備が始まり、実装されたが、日本では長年構想に基づいて経済センサスの導入とセットで準備が進み、国と自治体向けに提供が始まったのは2022年からである。

中小企業は日本の経済規模や税収においてはそれほど大きなインパクトを持っていないため、国のデータベースでは重視されてはいない。しかし、地域経済、雇用、補助金といった分野では非常に重要である。近年インボイス制度の導入といった多くの規制が中小企業を対象としてきている。国にとって中小企業データの把握は年々重要な課題となりつつある一方で、情報の捕捉力が弱いことが国と自治体共通の悩みとなっている。国としても田村市のような自治体の事例を把握できれば、より良い制度を検討できる。

今回田村市は、事業所母集団データベースで自治体データを本格的に補完し、集計することができた。本調査の課題は、田村市の課題であるだけでなく、国や自治体全体の重要な課題である。事業所母集団データベースは自治体で利用される例は少なく、国でも最近統計作成部局で徐々に利用されてきているが、依然として事例が少ない。そうした中で、本調査方法は全国に先駆けた優れた事例である。こうした成果は市長の判断の下で地域一丸となった献身的な努力に支えられている。今後田村市の成果が全国で紹介されるにつれて、このような田村市の事例が国や他の自治体でも参考にされ、歴史的に高く評価されることになろう。

本章のポイント

カテゴリーの新設、田村市調査データの補完

- ・ 調査票に基づく集計を行うためにカテゴリーを新設し、経済センサスと国勢調査を集計した。さらに田村市の調査結果を国の事業所母集団データベースで補完し、田村市全体の事業所企業データを構成した。
- ・ 2015 年から一部で増加した産業もあるが、多くの産業で事業所が減少してきている。人口減少も進み、地域の衰退が進んできている。
- ・ 田村市の調査結果を国の事業所母集団データベースで補完すると、2-300 事業所は活動実態がわからない事業所のため、実際の事業所は 1,350 程度と推察できる。この中でクロス集計できる事業所は 589 で、調査に回答いただいてデータがほぼそろっていて主に分析可能な事業所数は 521 事業所となる。

第Ⅱ部

中小企業及び小規模企業振興条例の視点から
見た結果の分析

田村市中小企業及び小規模企業振興基本条例第 5 条で、振興の基本方針として 5 つの点が挙げられている。その第 1 が経営基盤の強化である。ただし、これは最も包括的概念であり、調査結果を分析していく過程でいくつかの点がこの後の章に送られることになる。

この章の分析で浮かび上がってきたのは、次の点である。

- ・ 自社の問題点を把握し、対応を考えることの大事さ。
- ・ 経営計画を策定しながら経営することの大事さ。
- ・ 自社の強みを総括し、何を伸ばすべきかを考えることの大事さ。

第 1 節 経営基盤の強化とは

2018 年 6 月議会で制定された「田村市中小企業及び小規模企業振興基本条例」は、いわゆる理念条例と呼ばれるものである。これは毎年実施されていく支援施策を具体的に定めたものではなく、田村市の市内企業が発展するよう支援していくための基本的な方向性を定めたものである。

同条例は次のような条文で構成されている。

(目的) 第 1 条 市経済の発展と市民経済の向上

(基本理念) 第 3 条 自らの努力・創意工夫により経営力向上を図る、各機関は協力する。

(基本方針) 第 4 条 次の基本方針に基づき、振興に関する施策を講じるものとする。

- (1) 経営基盤の強化を促進すること。
- (2) 円滑な資金の調達を促進すること。
- (3) 人材確保及び育成を支援すること。
- (4) 事業承継及び創業を促進すること。
- (5) 販路拡大及び強化を促進すること。
- (6) その他中小企業及び小規模企業の振興に関すること。

(市の責務) 第 5 条、(中小企業及び小規模企業者の努力) 第 6 条

(中小企業団体の役割) 第 7 条、(金融機関の役割) 第 8 条、(教育機関の役割) 第 9 条

(市民の理解及び努力) 第10条、(基本計画の策定) 第11条

(基本計画の公表) 第12条

(中小企業及び小規模企業振興円卓会議) 第13条、(受注機会の増大) 第14条

(財政上の措置) 第15条

条例の精神は、市内の各層が協力して、市内の中小企業及び小規模企業の振興を計画的に推進し、もって田村市経済の発展と市民生活の向上に寄与しようということである。ここにエコノミックガーデニングのポイントの一つがある。そして、この推進のために2023年5月に「エコノミックガーデニング田村本会議」及び「同実務者会合」が田村市に設けられた。「実務者会合」では、振興計画及び振興施策を模索し、「本会議」に報告するとともに、「本会議」での審議を経て振興計画及び進行施策案を市長に提言する。そして、田村市はこれを受けて市内中小企業及び小規模企業振興の政策・施策を講じ、田村市経済の発展を事業者、支援機関、市民とともに模索してサイクルを回していくことになる。

さて、その施策の基本方針(第4条)の第1に挙げられるのが「経営基盤の強化を促進すること」である。支援の基本方針としては最も広い概念になる。ただ漠然となりすぎても困るので、経営基盤強化の視点は通常次のような4つの項目に分けられることが多い。

- ①戦略的計画的な経営・・・自社の立ち位置を把握し、計画的に事業活動を行う。
- ②強固な組織体制・・・事業従事者の役割分担を明確にし、効率的に事業活動を行う。
- ③強固な財務基盤・・・中長期的な資金計画を持ち、短期的な資金繰りも安定させる。
- ④適切な人事管理・・・従業員が役割を理解し、働きがいを持てるようにする。

これらを施策の基本方針(第4条)に照らしてみると、(2)円滑な資金の調達を促進すること、(3)人材確保及び育成を支援すること、(4)事業承継及び創業を促進すること、(5)販路拡大及び強化を促進すること、なども広義にはこの経営基盤の強化に含まれることになるが、これらについては、次章以降で分析することとしたい。この第1章では計画的・戦略的経営に絞り、市内事業所の状況を見てみたい。

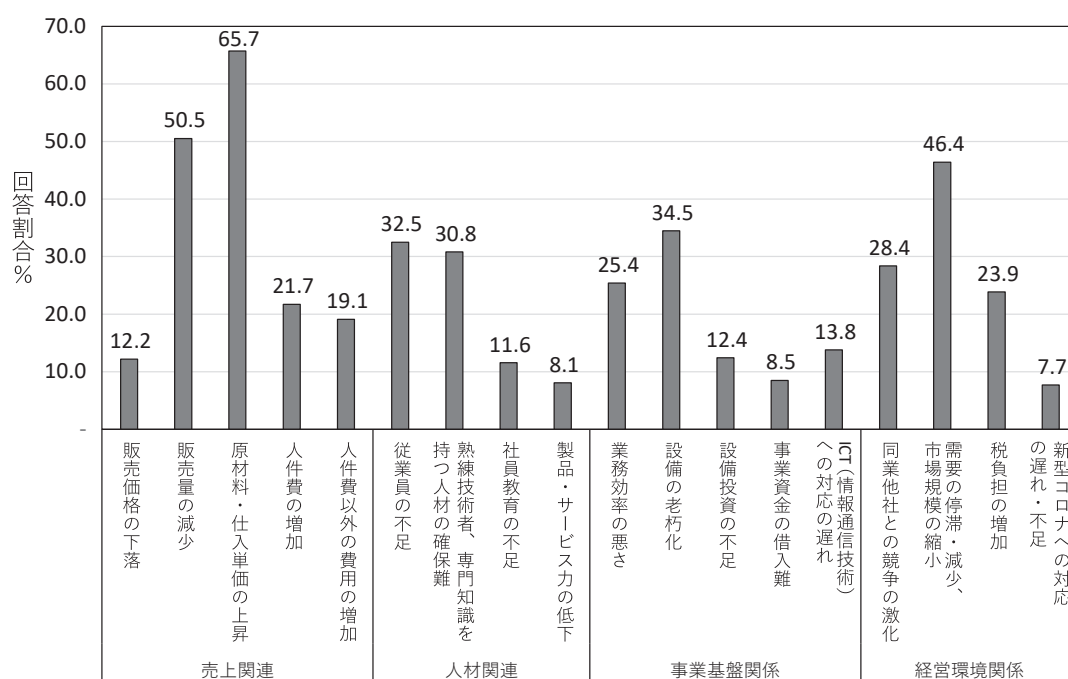
第2節 経営上の問題点

まず、市内企業において自社の現在の経営上の問題点がどのように認識されているのかを見てみたい。図2-1-1は、経営上の問題点に関する回答割合である。抜きんで高いのが「原材料・仕入単価の上昇」65.7%である。新型コロナウイルス感染症(新型コロナ)の拡大、ロシアによるウクライナ侵攻を機に急速に原材料・資源不足が顕在化してきた。また、2022年以降円安が急速に進んできた影響もある。これは業種、規模を問わず中小企業及び小規模企業に深刻な影響を及ぼしている。

次いで高いのが、「販売量の減少」50.5%であり、これと対をなすように「需要の停滞・減少、市場規模の縮小」46.4%が挙がっている。新型コロナの影響が弱まり事業の再開が進みつつある中でも、「市場規模の縮小」が進んでいるとすれば、事業の新しい工夫、あるいは転換ということも考えなければならない。自社の現況を注意深く見定めることが必要である。

これらに続くのが、「設備の老朽化」34.5%、「従業員の不足」32.5%、「熟練技術者、専門知識を持つ人材の確保難」30.8%である。東日本大震災後の復興に励む時期を経て、いざ設備の更新をしようというところで新型コロナの直撃を受けた。他方、全国的に人手不足が進行する中で、田村市でもその影響が深刻化してきた。ここで使用したデータは2022年末に行われた調査なので、その後の状況を考えると人手不足がより上位に来る可能性がある。

図 2-1-1 市内事業所の経営上の問題点



「原材料・仕入単価の上昇」が業種・規模を問わず深刻に

表 2-1-1 は、経営上の問題点を組織形態、業種、規模別にみた表である。「原材料・仕入単価の上昇」は、組織形態、業種、規模を問わず問題点として第1位を占めている。明らかに経営環境の変化であり、こうした場合の対抗力をどのようにつけるかが大事な課題となってくる。

「販売量の減少」は個人企業で大きく、正社員規模別には規模が小さいほど深刻である。「市場規模の縮小」に直面しているのは、業種別には建設業、製造業、流通・商業と広範囲にわたる。「設備の老朽化」は製造業、サービス業が高く、人手不足、専門人材不足は、法人企業の方で高く出ており、業種別には建設業が突出し、次いで製造業・サービス業が深刻である。

表 2-1-1 組織形態別、業種別、正社員規模別経営上の問題点（上位7位まで）

組織形態別

%		経営上の問題点（上位7位）							
		合計	原材料・仕入単価の上昇	販売量の減少	需要の停滞・減少、市場規模の縮小	設備の老朽化	従業員の不足	熟練技術者、専門知識を持つ人材の確保難	同業他社との競争の激化
組織形態	全体	507	65.7	50.5	46.4	34.5	32.5	30.8	28.4
	個人企業	180	65.0	62.8	43.3	37.8	11.7	14.4	22.2
	法人企業	287	68.3	45.3	50.9	32.1	42.9	37.6	34.1
	非営利組織	40	50.0	32.5	27.5	37.5	52.5	55.0	15.0

4 業種別

%		経営上の問題点（上位7位）							
		合計	原材料・仕入単価の上昇	販売量の減少	需要の停滞・減少、市場規模の縮小	設備の老朽化	従業員の不足	熟練技術者、専門知識を持つ人材の確保難	同業他社との競争の激化
4業種分類	全体	505	65.9	50.7	46.5	34.7	32.7	30.9	28.5
	建設業	119	73.9	38.7	47.1	20.2	42.9	53.8	34.5
	製造業	55	70.9	45.5	56.4	50.9	27.3	32.7	14.5
	流通・商業	175	65.1	67.4	50.9	33.7	29.1	18.9	34.3
	サービス業	156	59.0	42.9	37.8	41.0	30.8	26.3	22.4

正社員（役員・家族含む）規模別

%		経営上の問題点（上位7位）							
		合計	原材料・仕入単価の上昇	販売量の減少	需要の停滞・減少、市場規模の縮小	設備の老朽化	従業員の不足	熟練技術者、専門知識を持つ人材の確保難	同業他社との競争の激化
正社員 （役員・ 家族含む）規模	全体	480	67.3	51.7	47.9	35.4	33.1	31.7	29.2
	2人以下	193	64.8	62.7	50.3	37.8	17.6	17.1	27.5
	3～5人	153	71.9	51.0	42.5	33.3	30.1	37.3	28.8
	6～10人	68	61.8	38.2	50.0	33.8	51.5	38.2	22.1
	11～20人	41	61.0	34.1	56.1	26.8	68.3	53.7	36.6
	21人以上	25	84.0	36.0	44.0	48.0	64.0	56.0	52.0

第3節 経営計画の有無と売上高変化等

安定的な経営基盤が構築されるためには、中長期にわたる計画的経営、それに基づく単年度計画の立案が求められる。市内事業所の状況はどうか。図 2-1-2 は、中長期の経営計画の策定の有無を聞いたものである。

組織形態別には、法人企業と個人企業の差が際立っている。個人企業ではあまり作られていない。法人企業で5割強である。ここでは非営利組織を表示していないが、非営利組織では計画策定が義務付けられていることが多く、8割近くが策定している。それを考えると法人企業の5割強というのはやや低いかもしれない。業種別には策定割合に大きな差はなく、4割台である。正社員規模別では、規模が大きくなるにつれて策定割合がはっきりと高くなっている。

図 2-1-2 中長期の経営計画策定の有無

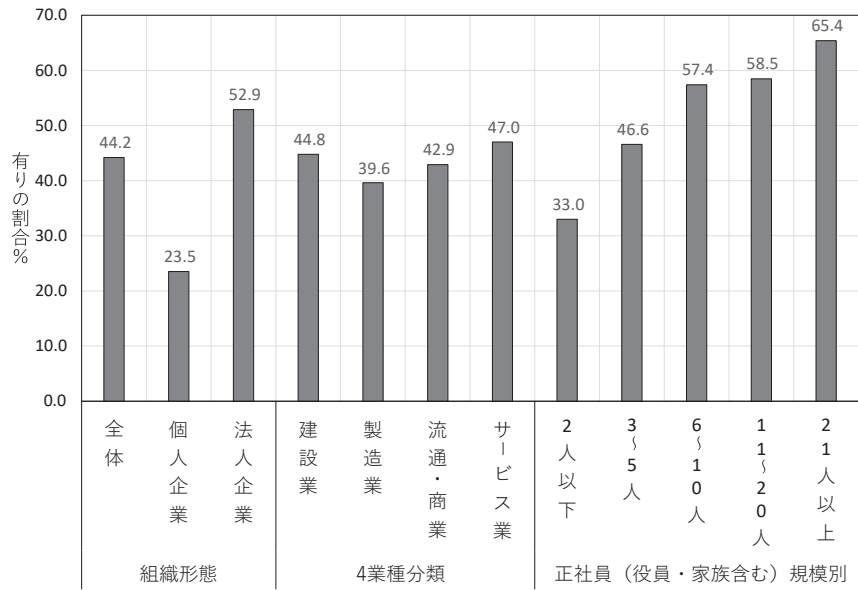
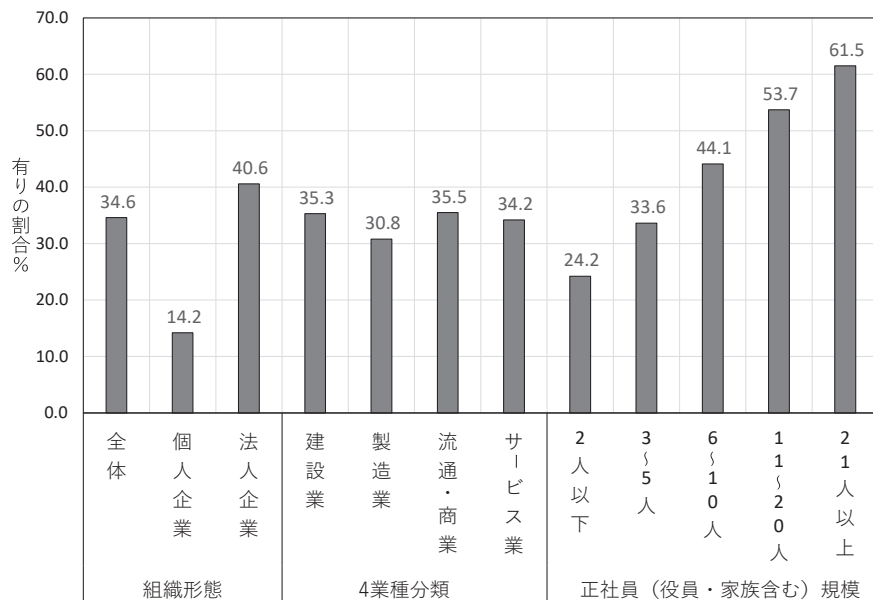


図 2-1-3 は、単年度計画の策定割合である。中長期の経営計画に比べ 10%ほど低い。ただ、これは正規従業者規模が大きくなるにつれて差が小さくなる、つまり、正規従業者規模が大きくなるにつれて、中長期計画も単年度計画も策定割合が高いということである。

図 2-1-3 単年度の経営計画策定の有無



売上高変化・利益変化（2019 年→2022 年）

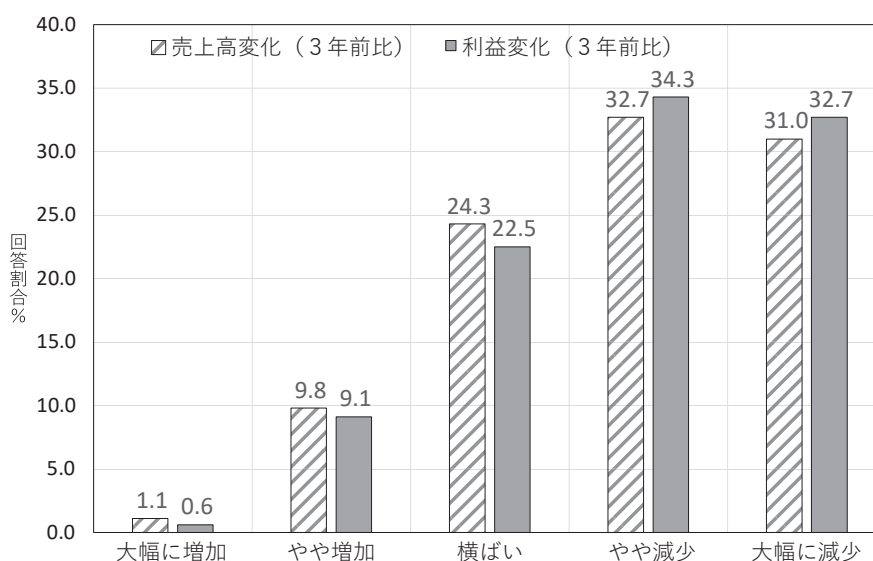
経営計画の策定状況と売上・利益の変化、業況を見てみたい。図 2-1-4 は、3 年前に比べた売上高変化、利益変化の回答割合である。3 年前の 12 月というと新型コロナに見舞われる直前の時期である。年が明けた 2020 年の春より、経済活動の自粛が強く要請された。海外との行

き来が禁止されただけでなく、国内の行き来も制限された。飲食店の営業も制限され、景気は急激に落ち込んだ。

感染症2類相当と指定されていた新型コロナウイルス感染症が5類に変更されたのは2023年5月のことで、本調査は2022年12月実施であったため、経済活動の自粛感がまだ強く、3年前の2019年からの大幅な落ち込みから回復できていなかった。

図2-1-4は、売上高、利益が3年前に比べ、「大幅に増加」、「やや増加」、「横ばい」、「やや減少」、「大幅に減少」のいずれかを聞いた回答割合である。「大幅に減少」が3割を超え、「やや減少」も3割を超え、合計6割が減少域にある。今後「増加」を模索しなければならない時期に、原材料・仕入高の上昇、人手不足に対応しなければならないとなっている。

図 2-1-4 3年前に比べた売上高変化、利益変化（2019年→2022年）



大幅増加、増加、横ばいで頑張った事業所と経営計画の有無

2019年から2022年にかけて、大変過酷な状況下の事業活動であったが、それでもその中で頑張っていた事業所もある。その割合を見ておきたい。図2-1-5は、単年度の経営計画策定の有無別に、2019年から22年にかけて売上高が「増加した」割合と、厳しい中で「横ばい」を維持した割合を見たものである。売上高についても、利益についても、経営計画を策定している方が「増加」、「横ばい」を合わせた割合がはつきりと高くなっている。

図 2-1-5 単年度の経営計画策定の有無と売上高変化、利益変化

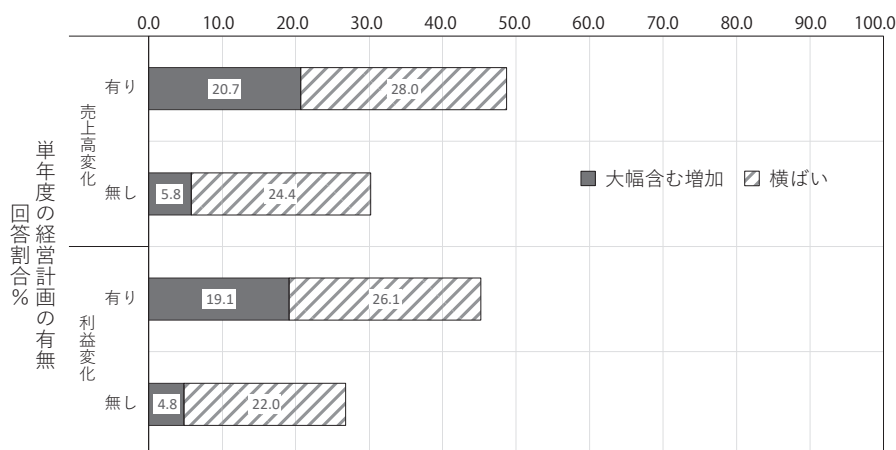
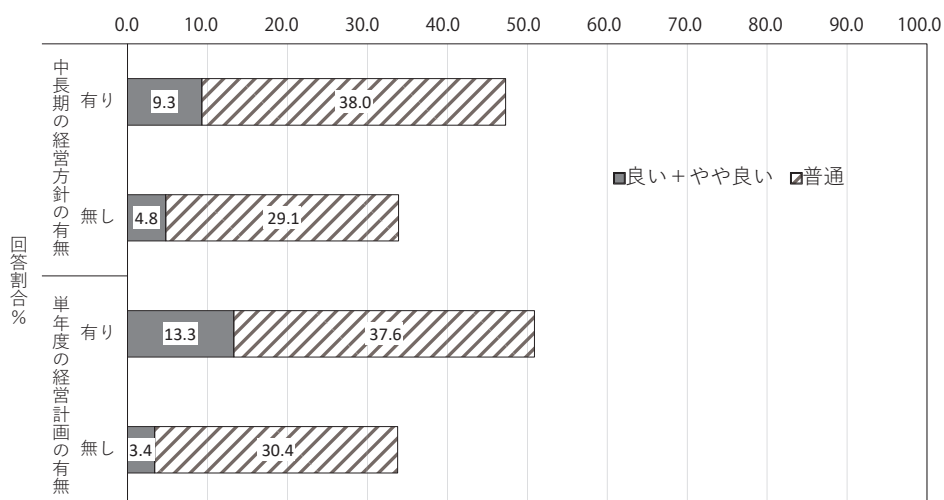


図 2-1-6 は、中長期の経営計画、単年度の経営計画策定の有無別に、「現在の業況」を聞いたもので、「良い（含むやや良い）」と「普通」を合わせた結果を表示している。中長期の経営計画、単年度の経営計画のいずれも、策定有りと答えた方が業況面で頑張れている姿がうかがえる。非常に鮮明とまでは言えないが、経営基盤の強化という点で「計画的経営」を行えるかどうかことが大事なポイントとなっていると考えられる。

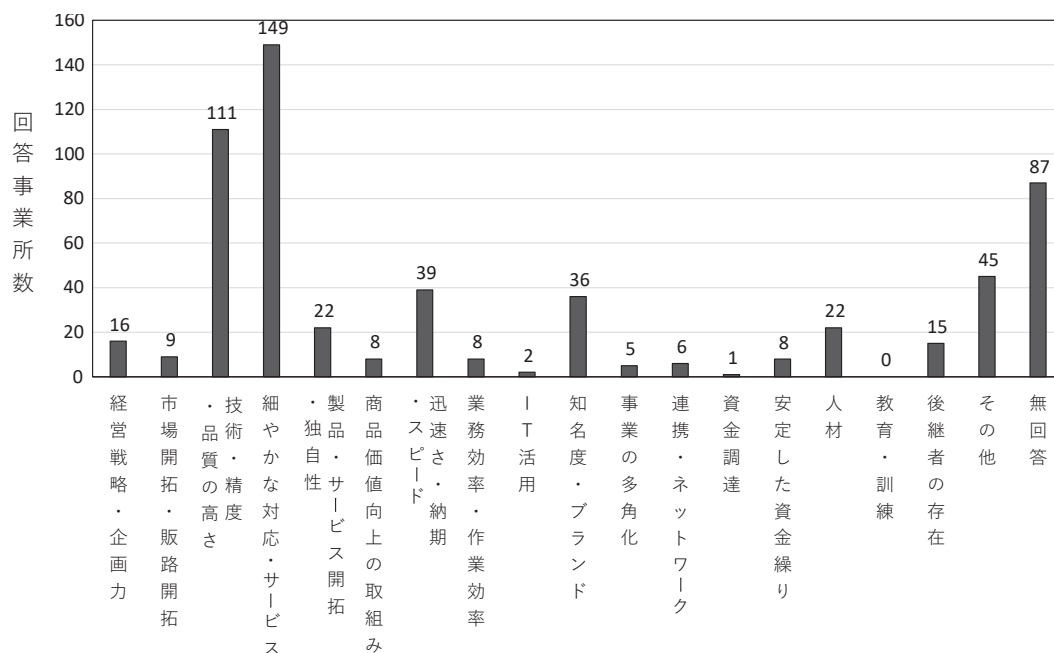
図 2-1-6 中長期の経営計画、単年度の経営計画策定の有無別に見た業況



第 4 節 事業所の強み認識と強化の方向

経営基盤の強化という点でもう一つ大事なのが、自社の強みについての認識である。そして、強みがどのように築かれたかを冷静に振り返る力である。図 2-1-7 はその第 1 位の回答割合である。

図 2-1-7 自社の強み（第1位）

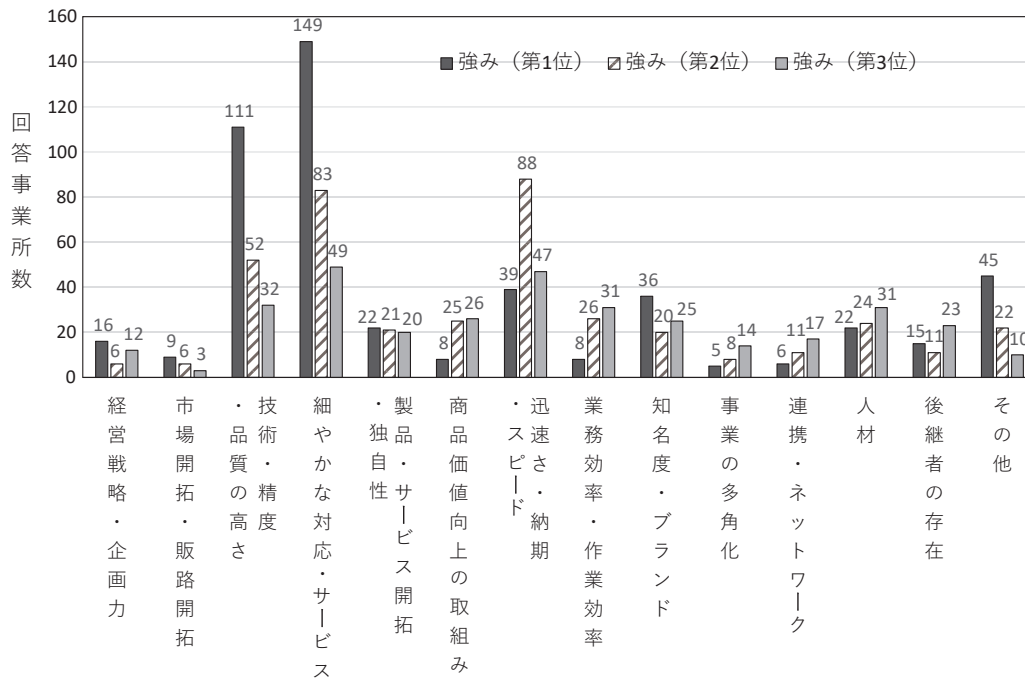


自社の強み第1位として挙げられるのが、「細やかな対応・サービス」（149事業所）で、第2位が「技術・精度・品質の高さ」（111事業所）である。ここでは身近な感覚で見ることができるよう事業所数で表示した。そうしたなかで、かなりとびぬけた形でこの二つが浮上しているのである。第3位は、「無回答」つまり不明である。いわば自社の強みを挙げられないということである。これが、市内事業所の「強み（第1位）」の回答状況である。

自社の強みについては、一つだけでなく複数ありうるので、第3位まで聞いている。図2-1-8はその結果である。回答数が少ないところは省いている。第2位において、「迅速さ・納期・スピード」（88事業所）が急浮上するのが特徴的である。「細やかな対応・サービス」、「技術・精度・品質の高さ」は少なくなつてはくるが、第2位、第3位でもそれなりの回答数に達している。

図2-1-8では省いているが、無回答の数は第2位、第3位と移るにつれて、大きく増えてくる。強みが二つも三つも無いという場合も多いということである。回答のあった789事業所において「強み」有りとの回答の全体がこの図の通りである。

図 2-1-8 自社の強み（第1位から第3位）



強みについては、それを強みにした努力の足跡があり、強みになるために始めたきっかけがあり、強みとなって得られた成果がある。これを問われた時、他者に明快に語れるかどうかによって、その強みが会社の経営基盤として定着しているかどうか分かる。例えば、次は田村市内のある会社の例である。

事例（A社）

A社の強み；レベルの高い営業

強みの具体的内容；

一定の技術を身に付けてからの営業であったため、お客様の要望を聞く際に、詳細で具体的な説明が可能で精度の高い見積書を作成することができる。

強みになるために行った取り組み・キッカケ；

下請に嫌気がさし元請で受注する方法を考えた結果、公共入札参加の勉強や飛び込み営業の手法に方針を転換した。

強みにより得られた主な成果；

顧客の数が増え公共工事が減った際にも一定の売上が確保できるようになった。レベルの高い会社教育を受けた方々と接するチャンスを得られるようになり、教養がなかった私たちはお客様から仕事を通じて様々なことを学び、会社に取り入れ社会教育につなげることができた。

冷静に自社の強みを眺め、その取り組みの過程と、成果の振返りができている。これは一例であるが、自社の強みをどのように捉え、どのように総括できるかを社内で整理しておくことが大事である。これは経営基盤の一翼を担うことになる。

第5節 今後強化していきたいこと

自社の強みを総括できる事業所は、今後強化していきたいことについても社内で明確に整理されていると理解される。図 2-1-9、10 は、その結果である。

図 2-1-9 今後強化したい点（第1位）

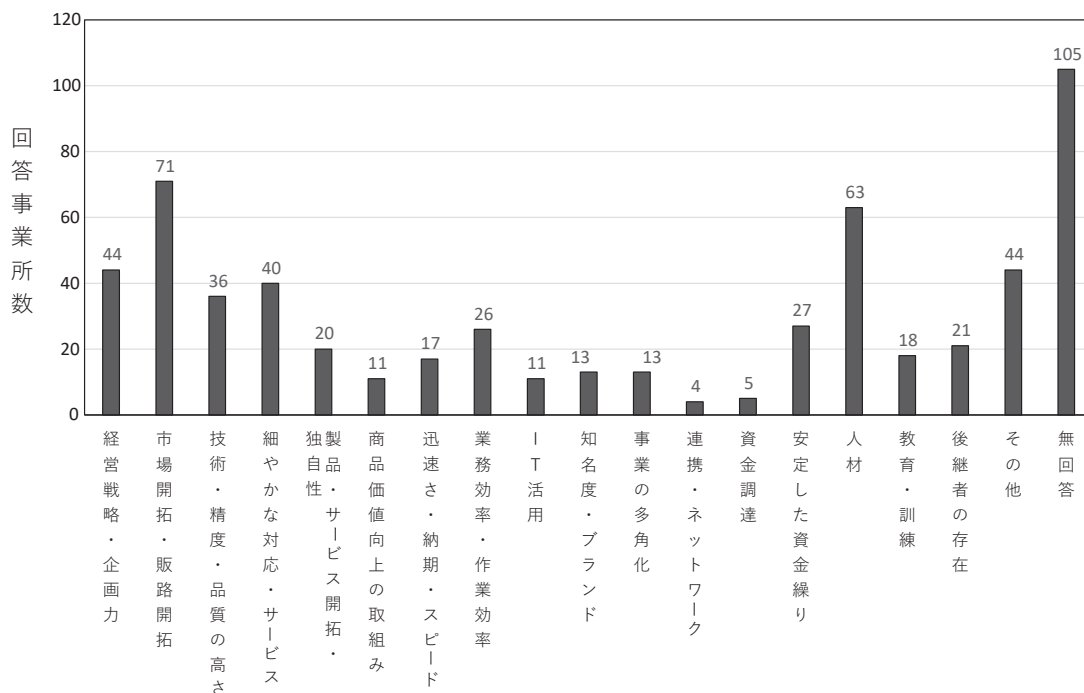


図 2-1-10 今後強化したい点（第1位～第3位）

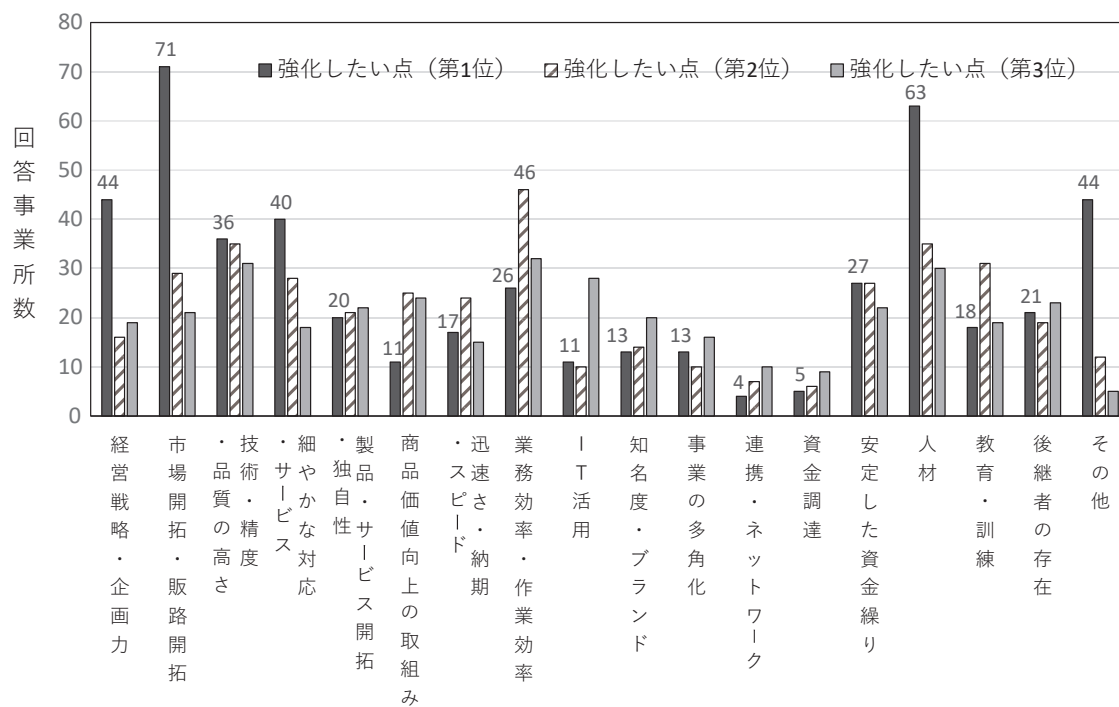
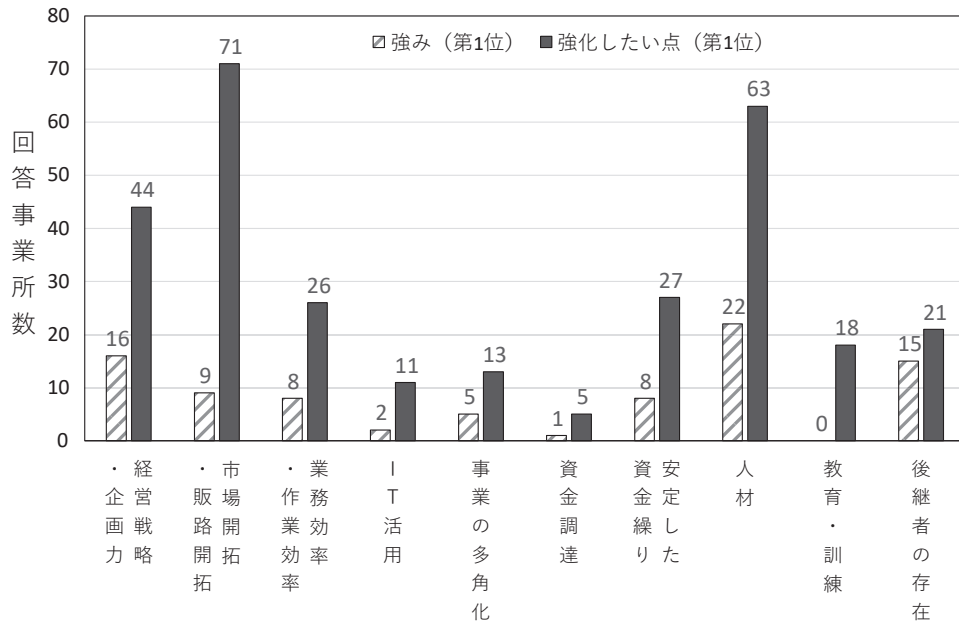


図 2-1-11 「今後強化したい点」が「強み」を上回る項目



販路拡大に関わる実践事例

B社の事例

B社の強み；販路拡大

強みの具体的内容

製品の差別化、差別化を生む技術、全社員による営業対応、口コミを含めた販路拡大

強みとなるためのきっかけ

価格競争に巻き込まれず、他社との差別化を図ることを目標とした。そのことにより技術を磨き、強みを持つ製品が開発された。

問い合わせ対応とアフターフォローを重視

営業担当が不在でも本社事務員が対応可能な体制（情報共有）を築いた。そのことにより、口コミでの広がりもあり、販路拡大につながった。

調査より浮かび上がってきた課題

- ・ 今後強化したい点（第1位）のトップ3は、「市場開拓・販路開拓」（71事業所）、「人材」（63事業所）、「経営戦略・企画力」（44事業所）である。自社の強み回答ではいずれも低く、いわば弱点の域にあった。それが、今後強化したい点の上位に挙がってきたということは、その必要性が強く求められ、中小企業及び小規模企業振興の大事な支援項目になってくると考えられる。

第Ⅱ部第1章で「経営基盤の強化」について触れたが、ここでは経営力の強化というタイトルで結果を見ておきたい。広義には経営基盤に含めて扱われるが、本報告書では企業体の中での経営者の役割、事業主の役割を明確に必要と考えている。田村市の産業界の立場で言えば、田村市経済をけん引していく経営者、事業者を育成していくという課題である。

この章の分析で浮かび上がってきたのは、次の点である。

- ・ 経営基盤強化の要となるのは経営者の姿勢である。
- ・ 経営者の学ぶ意欲が会社全体の方向を左右していく。
- ・ 経営者の学ぶ場は多様である。若い人から学ぶ力も大事である。

第1節 経営力の強化と条例の関係

「田村市中小企業及び小規模企業振興基本条例」の第4条（振興に関する基本方針）には含まれていないが、同条例の第6条では第1項から第5項すべてにおいて、「中小企業者及び小規模企業者」の努力が謳われている。市の条例で事細かに事業者の努力義務を規定するとはなにごとかという見方もありうるが、ここには地域経済が活性化していくときの経験則が表現されており、多くの自治体の振興条例で指摘されている。こうした点が事業者にどのように受け止められ、いかに振興活動と結びついていくか、ここに田村市エコノミックガーデニング成否の鍵が潜んでいるように思われる。

中小企業者及び小規模企業者の努力（第6条）

- 第6条 中小企業者及び小規模企業者は、経済的または社会的環境の変化に即座に対応するため、自主的に経営力向上、経営基盤の強化及び経営の革新に努めるものとする。
- 2 中小企業者及び小規模企業者は、人材の育成、雇用の安定、従業員の福利厚生の充実、従業員の子育て及び介護支援等に配慮した仕事と生活の調和の実現に努めるものとする。

- 3 中小企業者及び小規模企業者は、地域社会を構成する一員としての社会的責任を自覚し、暮らしやすい地域社会の実現に貢献するよう努めるものとする。
- 4 中小企業者及び小規模企業者は、学生又は就職希望者の就職に当たって行う就業の体験活動、学校又は関係団体が行う職業の体験活動その他職業に関する理解を深める活動に協力するよう努めるものとする。
- 5 中小企業者及び小規模企業者は、自己の企業活動の積極的な広報に努めるものとする。

この第1項から第5項は、先に見た第4条の企業振興に関する基本方針を受けたものであるが、自社の経営基盤の強化のみならず、従業員の生活向上、地域社会への貢献、地域の教育活動への貢献などでも役割を果たし、そうした姿を積極的に広報することが期待されている。この後の章で取り上げられるところである。

第2節 経営理念の外部発信

経済を担う主体に元気がないと振興施策も生きてこない。企業者に求められるのは、まずは次の点を深く考えることではないか。

①自社の存在意義を深く考え、社員と共有する企業者になる。

個々の企業者に問われるのは、現在の事業に取り組む意味である。なぜ今の事業を営んでいるのか、なぜ今の事業を引き継いでいるのか、顧客にどのような付加価値を提供しようとしているのかである。この根本の問いの中にその会社の経営の理念が示され、経営方針、経営計画が生まれてくる。その中に田村市内に立地して事業を営む意味も含まれてくる。田村市経済の発展とはこのことをよく考える事業者、経営者が増えてくることが基礎になる。

②田村市で事業を営む意味を考えるとともに経済環境の変化に敏感になる。

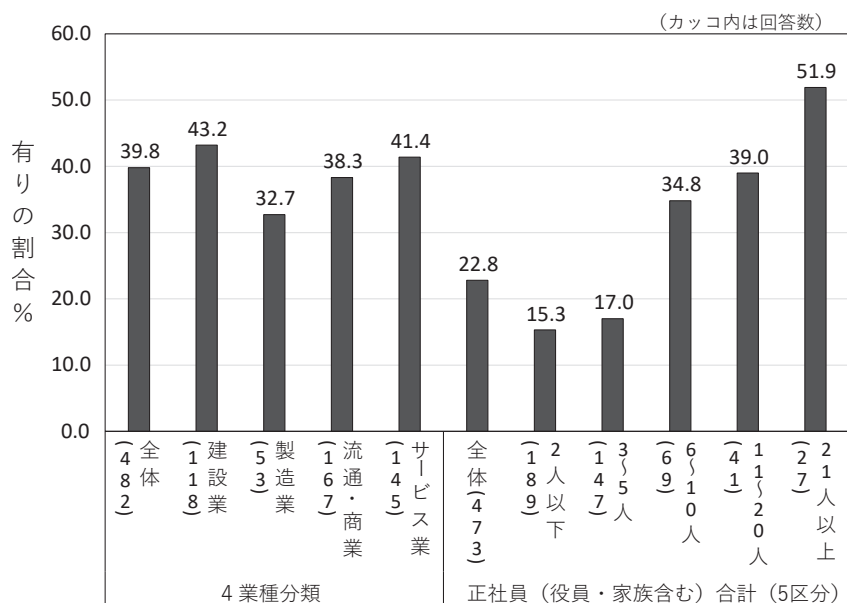
この地で事業を展開する意味、事業を継続する意味は何か。これを深く考えるとき、田村市の地形・自然、農林業への理解を欠くことはできない。その意味で、地域の地形・自然、農林業の現状を改めて知るとともに、様々な経済環境の変化がこの地での自社の経営にどのような影響を及ぼすかに鋭敏な感覚を持つておくことが大事になる。

経営理念の外部発信

上に見た点での企業者の考え方が集約的にあらわされてくるのが、自社の経営理念であり、それを自社内で共有し、外部に発信していく姿勢である。

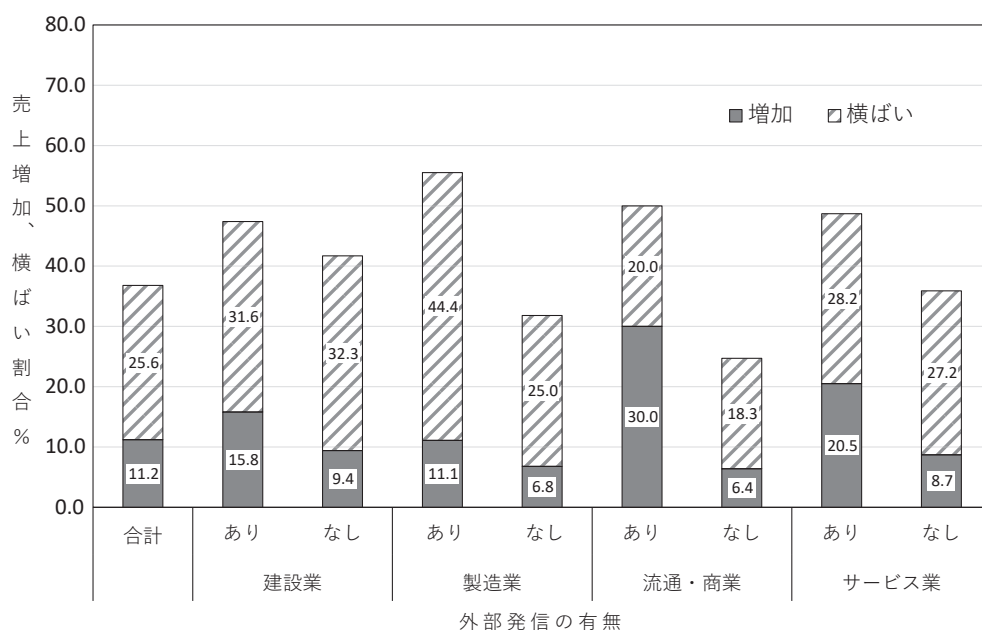
図2-2-1は、経営理念の外部発信の有無を業種、規模別に見たものである。製造業は経営理念というよりは製品情報の発信と考えられているためか、発信有りの割合がやや低い。正社員規模別に見ると、社員数が増えるにつれて、発信有りの割合がはっきりと高くなる。これはその必要性が感じられるからであろう。

図 2-2-1 経営理念の外部発信有りの割合



そこで、経営理念の外部発信の有無別に売上高（3年前比）を見てみたのが図 2-2-2 である。このグラフでは、売上高が伸びた割合と横ばいであった割合の合計を見てみた。コロナ禍の厳しい状況で売上を横ばい以上で維持できたのは、企業者の努力によるところが小さくない。経営理念の外部発信との関係でいえば、自社の発信する経営力が一定の効果を持ったことがいずれの業種においても確認できる。前章で見たように、中長期の経営計画、単年度の経営計画の策定とともに、経営理念も作成し、外部にまで発信することは経営者の姿勢として大事なところとなる。田村市の事業者の場合、外部アピールに遠慮がちといわれることが少なからずあり、振興活動においても特段の留意が必要である。

図 2-2-2 経営理念の外部発信と売上状況（増加+横ばい）割合%



第3節 経営に関する学びへの意欲

経営力向上のポイントは、経営者が常に学び、社員や家族従業者とともに先に進む道を模索し続けるところにある。その意味では、経営者は、学ぶ方法を自らつかむとともに、学ぶ場へ自らを置いていくことも大事である。

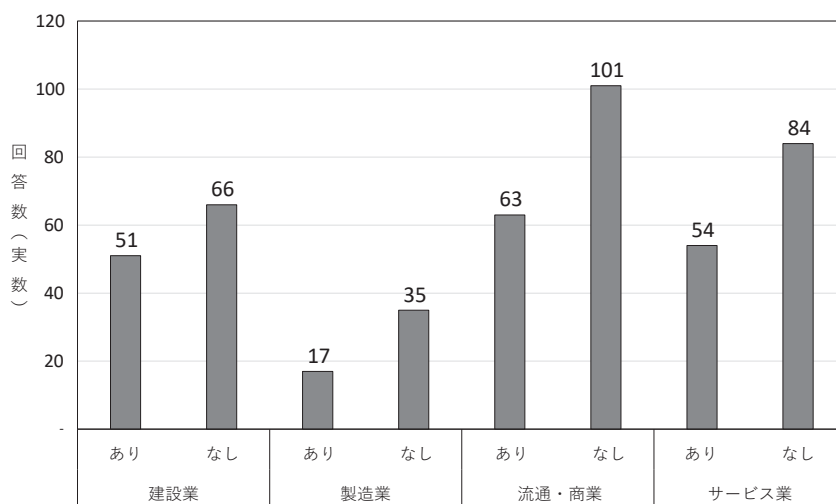
経営者の学びというのは、他社の優れた経営に学ぶばかりでなく、取引先や顧客からの学びが基本となる。そうでなければ、求められる付加価値を提供できない。また、社員とよく話し合うとともに、市内の生徒、学生に接しながら学ぶということも必要である。田村市では、2005年の田村市誕生以来、毎年行われている田村市立地市内企業と高校・専門学校進路指導担当教諭等との懇談会を実施するために、「企業概要調査」を行っている。

これは、市内の進路指導の先生を通じて生徒・学生に市内企業を見てもらい、選んでもらえるかを模索する試みであった。今日その必要性はますます高まっている。これを経営者の側からいうと、子供たちから学ぶ機会ということになる。経営者としての力量が最も問われてくるといってよい。

では、市内経営者の学ぶ意欲はどうだろうか。

図2-2-3は、経営を学ぶ機会があれば参加したいかどうかを聞いた結果である。業種別に見たとき、いずれも「はい」は半数に達していない。これは、学びが必要ないということか、学ぶ機会をなかなか模索できないということか。昨今の急激な資源不足、資源高、円安の進行、人手の不足、その急激さは予想を超えており、どう対処するか考えなければならないところは多いように思われる。

図 2-2-3 経営に関する勉強会への参加希望の有無



経営者の学びが活発な田村市経済

通常、取引先や消費者の行動、売れ筋の変化などを見て何をつかみ取るかを考えることが、経営者の学びの出発点となるが、今日のように経済環境の変化が激しい時代には、先の見通しは

なかなか立てづらい。こうしたとき、大事なのは経営者同士の学び合いではないか。市内経営者は、ともに田村市で経済活動を行うという意味では、支え合う仲間であるが、時には競争相手になる。この関係を踏まえながら、学び合うことが市内経済発展の基礎になる。田村市の産業振興計画は、この点を伸ばしていくことが柱の一つとなるように思われる。

2022年の調査で、田村市に立地するメリットを聞いたところ、「商工会の支援が充実している」が第4位にランクインしていた。補助金申請の手続きや各種セミナーへの参加などをさすと思われるが、市内事業者は、商工会を含め「連携のための会やグループへの参加状況」はどうだろうか。これを見たものが、図2-2-4である。「連携のための会やグループへの参加」としたため、やや限定的に受け止められた可能性があるが、この回答を見る限り、参加している割合が高いとはいえない。図2-2-5は、この参加の割合を正社員規模別に見たものである。10人以下と11人以上で格段の差が出ている。小規模企業振興が謳われるゆえんである。

図 2-2-4 連携のための会やグループへの参加の有無（業種別）

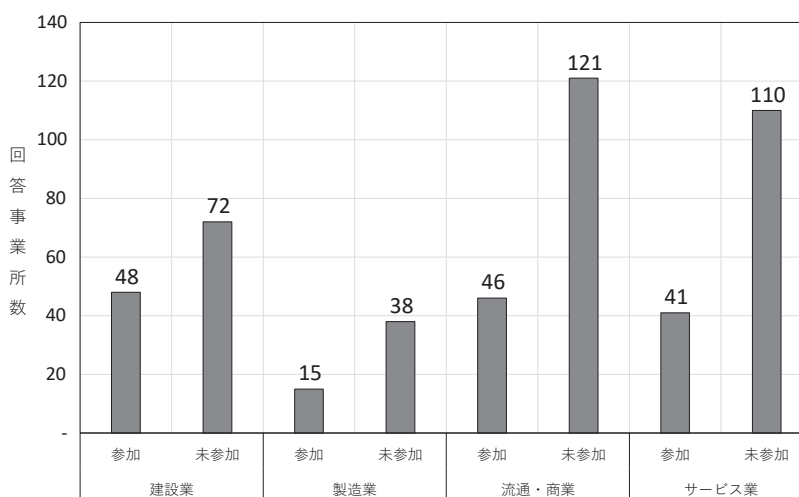
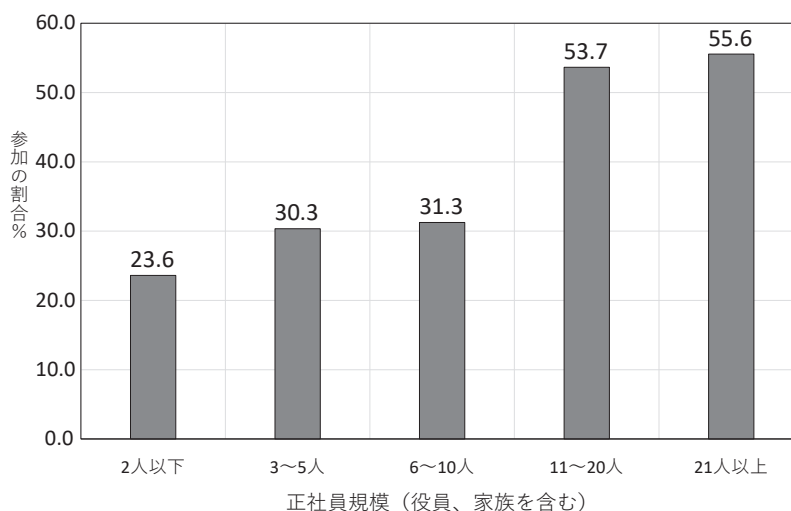


図 2-2-5 連携のための会やグループへの参加割合（正社員規模別）



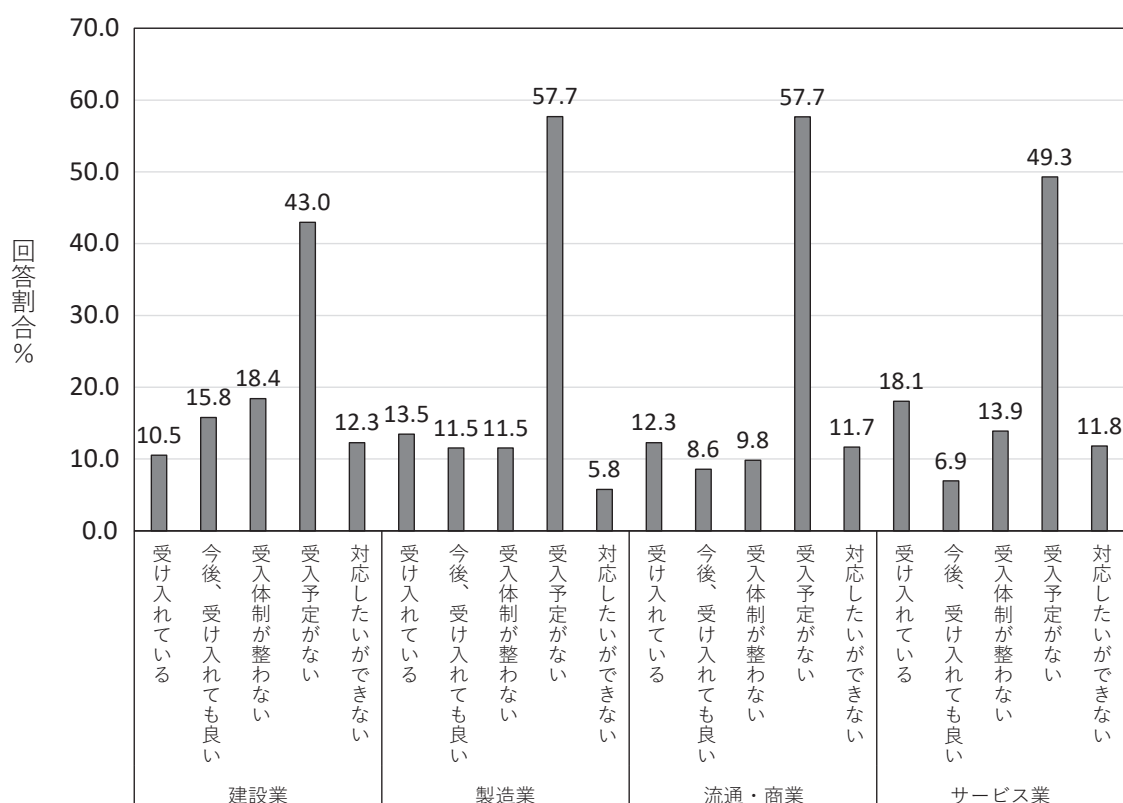
第4節 若者に選ばれる企業づくりに向けて

さきほど、企業見学会やインターンシップの受け入れが可能か模索するために、「企業概要調査」が行われてきたことに触れたが、インターンシップの受け入れ状況はどうだろうか。図2-2-6は、それを業種別に見たものである。いずれの業種も「受入予定がない」が50%近くあるいは50%以上を占めている。「受入体制が整わない」、「対応したいができない」を含めると、70～80%に上る。

一方、「受け入れている」は、どの業種も10%以上あり、20%近い業種もある。これに、「今後、受け入れても良い」を合わせると、20%から25%に達していることにも注目したい。インターンシップの受け入れというと手間がかかると思われがちであるが、市内住民の子弟はじめ田村市で仕事を選ぼうとする若者に見てもらい、選んでもらう大事な機会となる。都市部に出て行って、改めて田村市の企業を見たいという場合もあるだろう。

市内で働くこと、市内で事業を引き継ぐことの意味をとともに考えられるようにすることは、市内経営者の役割であり、それを支えることもまた田村市の中小企業及び小規模企業振興の課題となってくる。

図2-2-6 インターンシップの受け入れ状況



経営力強化に関わる実践事例

C社の事例

C社の強み；安定した資金繰り

強みとなるためのきっかけ

取引先の倒産から資金繰りが窮屈になった過去があり、無駄な経費支出をせず余裕を持った資金繰りを心掛けたこと。

強みによって得られた成果

取引先を絞り、毎年安定的な受注が確保できている。そのことにより、金融機関との関係も良好に保たれ、コロナ禍での資金調達もスムーズであった。

D社の事例

D社の強み；継続的な採用

強みとなるためのきっかけ

近隣の高等学校等へ定期的な訪問や学校説明会に参加することで認知度を高めている。その効果もあって継続的な採用を行えている。

強みによって得られた成果

若年層が多いことにより、柔軟な思考や対応が可能となり、早期納品や小ロット案件にも対応でき、業績に結び付いている。

E社の事例

E社の強み；販売・整備・保険を含むワンストップサービスの提供

強みとなるためのきっかけ

全従業員の技術・商品知識の向上を図ることで他社との差別化を図る必要性があるため、従業員の継続的な勉強を実施した。

強みによって得られた成果

従業員一人一人の知識向上が顧客満足度の向上につながり、既存顧客の親族や知人等へ営業の幅が広がり、商品販売にもつながった。

調査から浮かび上がってきた課題

- ・ 自社の経営理念をしっかりとめ上げ、外部に発信していくことは大事。
- ・ 孤立を避け、経営者同士の切磋琢磨の場への参加から学ぶことは多い。
- ・ インターンシップで児童・生徒・学生に見てもらえるような企業づくりが大事。
- ・ これらは経営者の努力目標であるとともに、企業振興の課題となる。

第1節では、「田村市中小企業及び小規模企業振興基本条例」に焦点を当て、円滑な資金調達の支援の枠組みを整理する。第2節では、市内事業所の資金繰りの状況について全体像を把握する。第3節では、資金繰りの悪化が、事業所の将来の見通しや予定にどのような影響を与えるかをみていく。第4節では、市の支援施策を分析し、その課題をみていく。

この章の分析で浮かび上がってきたのは、次の点である。

- ・ コロナ禍で売上が減少した事業所の資金繰りが悪化している。
- ・ 資金繰りが厳しい事業所は、事業の縮小や廃業を検討している。
- ・ しかし、資金繰りの悪化にもかかわらず、新しい分野への進出に意欲を持っている事業所もある。

第1節 円滑な資金調達の支援の枠組み

円滑な資金の調達は、企業が安定した経営を続け、新商品やサービスの開発を進めるための土台である。2019年6月に制定された「田村市中小企業及び小規模企業振興基本条例」でも、「(2) 円滑な資金の調達を促進すること」という基本方針が掲げられている。同条例では、市、及び金融機関には、施策の策定、円滑な資金の供給と経営相談の支援等を行うことが求められている。

(目的) 第1条 市経済の発展と市民経済の向上

(基本理念) 第3条 自らの努力・創意工夫により経営力向上を図る、各機関は協力する。

(基本方針) 第4条 次の基本方針に基づき、振興に関する施策を講じるものとする。

- (1) 経営基盤の強化を促進すること。
- (2) 円滑な資金の調達を促進すること。
- (3) 人材確保及び育成を支援すること。
- (4) 事業承継及び創業を促進すること。

- (5) 販路拡大及び強化を促進すること。
 (6) その他中小企業及び小規模企業の振興に関すること。

(市の責務) 第5条

- 1 中小企業及び小規模企業の振興に関する総合的な施策を策定、周知、及び実施する。
- 2 必要に応じて、国、福島県その他関係地方公共団体等に協力及び支援を求める。

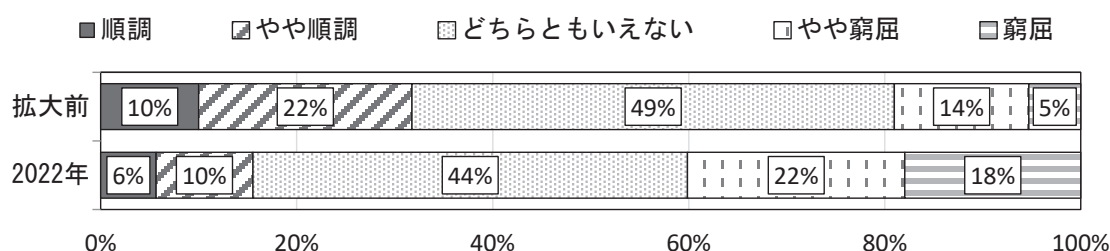
(金融機関の役割) 第8条 中小企業者及び小規模企業者に対し円滑な資金の供給、経営の相談等を行うことに努める。

第2節 市内事業所の資金繰りの状況

この節では、市内事業所の資金繰りについて全体像を把握するために、事業所の規模や業種ごとに資金繰りの状況を分析し、新型コロナウイルス感染症拡大により、どのような事業所の資金繰りが悪影響を受けているかを把握する。

図2-3-1によれば、新型コロナウイルス感染症拡大前では、事業所の10%が「順調」で、22%が「やや順調」と回答し、一方で「やや窮屈」が14%、「窮屈」が5%であった。しかし、拡大後の2022年時点では、「順調」が6%、「やや順調」が10%に減少し、「やや窮屈」が22%、「窮屈」が18%に増加している。新型コロナウイルス感染症拡大後、多くの事業所で資金繰りが悪化していることがわかる。

図2-3-1 新型コロナウイルス感染症拡大前と現在の資金繰り



また、図2-3-2では、売上の変化と資金繰り（2022年）の関係を示している。売上が増加した事業所では、資金繰りが「順調・やや順調」が41%で、「やや窮屈・窮屈」が18%であったが、売上が減少した事業所では、「順調・やや順調」が10%、「やや窮屈・窮屈」が53%となった。コロナ禍で売上が減少した事業所ほど、資金繰りが圧迫されている。

図 2-3-2 3 年前と比べた売上の変化と資金繰り（2022 年）

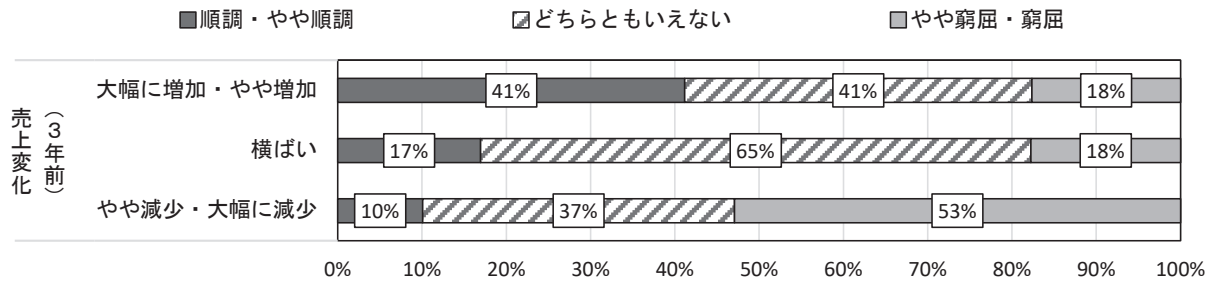


図 2-3-3 では、組織形態ごとの 2022 年の資金繰りの状況が示されている。法人企業と比較して、個人企業の方では、資金繰りが厳しいことがわかる。また、図 2-3-4 は、正社員数と現在の資金繰りの関係を示している。資金繰りが「やや窮屈・窮屈」と回答した事業所の割合は、従業員が 2 人以下の場合が 49%、3-10 人の場合が 37%、11 人以上の場合が 25%となっている。正社員の数が少ない事業所ほど、資金繰りが難しい状況にある。

図 2-3-3 個人・法人別の資金繰り（2022 年）

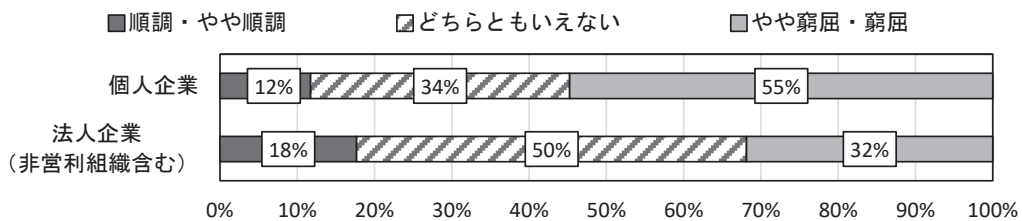


図 2-3-4 正社員規模別の資金繰り（2022 年）

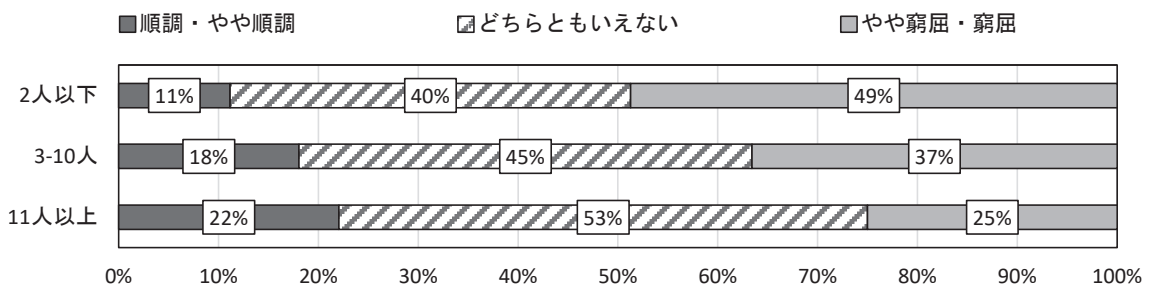
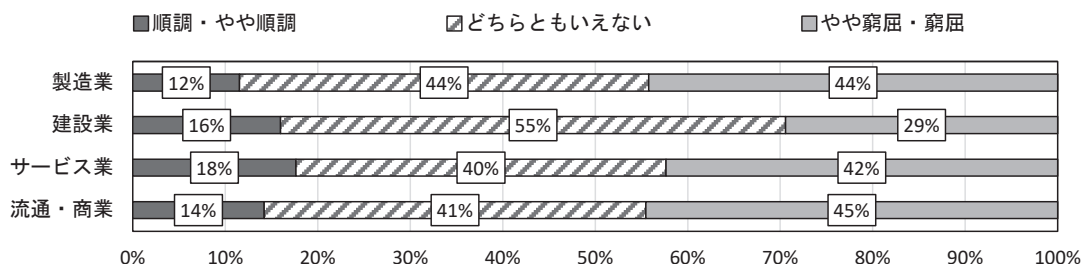


図 2-3-5 は、業種別に資金繰りの状況を示しており、流通・商業、製造業、サービス業など、広範な業種で資金繰りが悪化している。

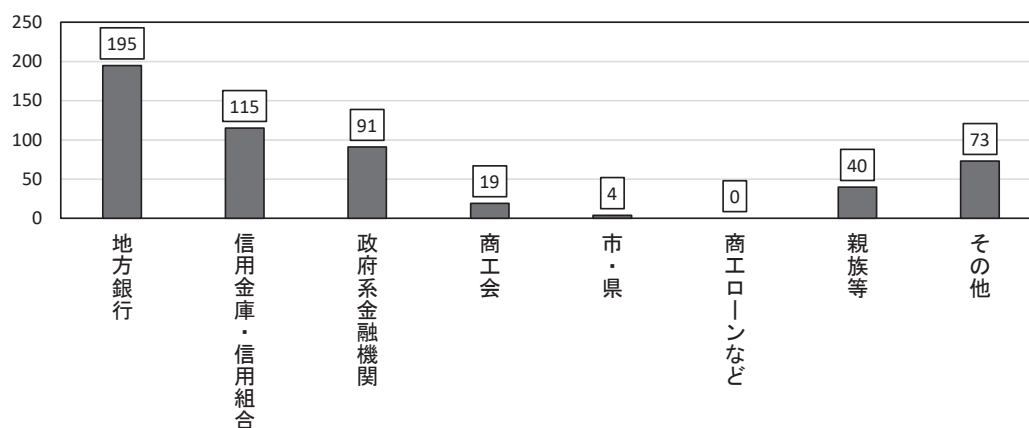
図 2-3-5 業種別の資金繰り（2022 年）



まとめると、資金繰りが厳しい事業所は、コロナ禍で売上が減少した事業所や正社員規模が小さく、個人企業である傾向がある。

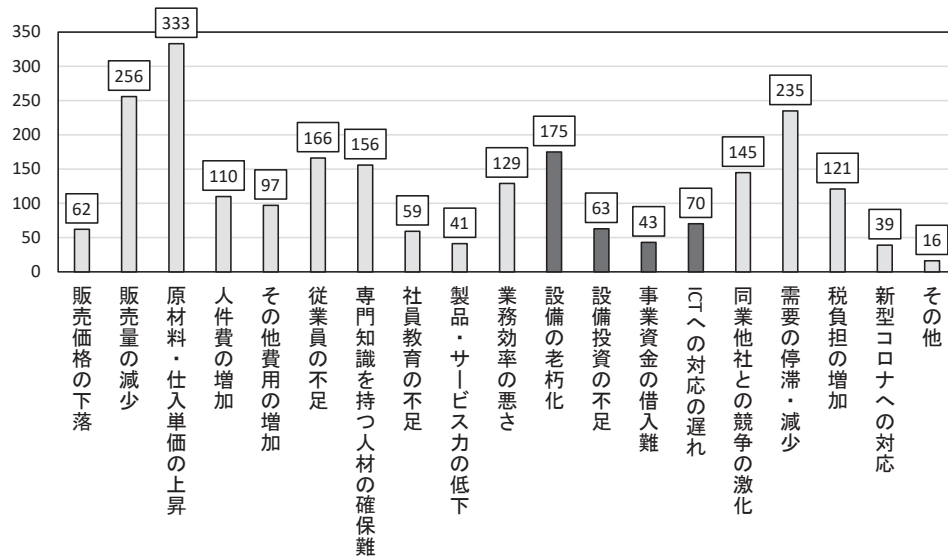
図 2-3-6 では、事業資金の借入先をみており、「地方銀行」が最も多く（195 事業所）、次いで「信用金庫・信用組合」（115 事業所）、「政府系金融機関」（91 事業所）が多い。小規模な事業所では「商工会」や「親族等」も借入先として一定程度存在している。

図 2-3-6 事業資金の借入先（回答件数）



最後に、図 2-3-7 では、事業所が抱える経営上の問題点が示されている。回答が多かったのは「販売量の減少」や「原材料・仕入単価の上昇」など、主に販売や仕入に関わる項目であった。しかし、「設備の老朽化」や「設備投資の不足」、「事業資金の借入難」、「ICT への対応の遅れ」など、資金調達や設備投資が不足していると感じている事業所も一定数ある。事業所は、経営上の問題点として、売上や仕入の変動が最も重要であると認識している一方で、資金調達にも一定の課題があると認識している。

図 2-3-7 経営上の問題点（回答件数）



第3節 資金繰りと将来見通し・予定

本節では、資金繰りの悪化が、事業所の将来の見通しや予定にどのような影響を与えるかをみていく。

図 2-3-8 では、資金繰りと事業所の 2 年先の見通しの関係が示されている。資金繰りが順調な事業所では、2 年先の見通しが「大幅に成長・やや成長」が 20%、「やや縮小・大幅に縮小」が 21% であったが、資金繰りが窮屈な事業所では、「大幅に成長・やや成長」が 13%、「やや縮小・大幅に縮小」が 55% であった。資金繰りが悪化するほど、見通しが暗くなっていることがわかる。

図 2-3-8 資金繰り（現在）と事業所の 2 年先の見通し

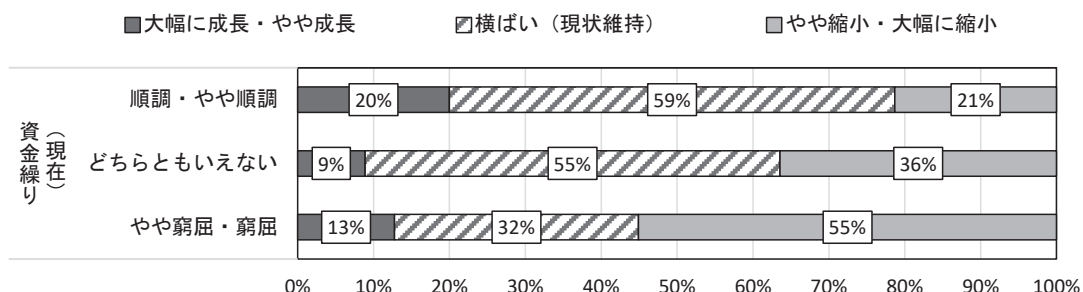


図 2-3-9 では、資金繰りと事業所の 2 年先の予定の関係についてみている。資金繰りが順調な事業所では、2 年先の見通しが「拡張」が 13%、「縮小・廃業」が 12% であったが、資金繰りが窮屈な事業所では、「拡張」が 4%、「縮小・廃業」が 28% であった。資金繰りの悪化した事業所は、見通しが暗いだけでなく、縮小や廃業を予定している割合が高く、迅速な対策が求

められる。

図 2-3-9 資金繰り（現在）と 2 年先の予定

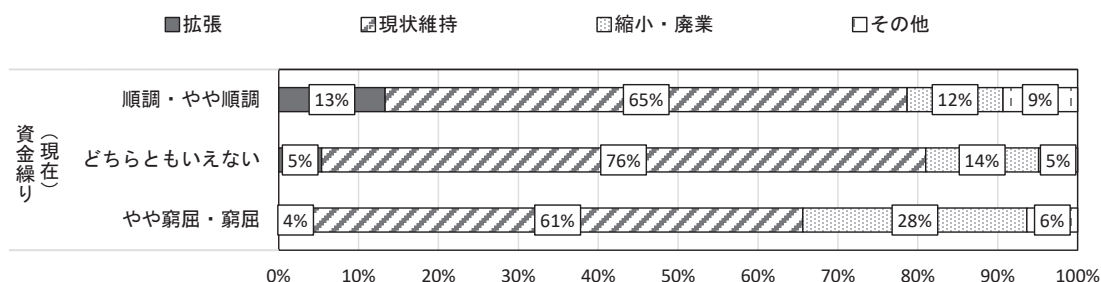
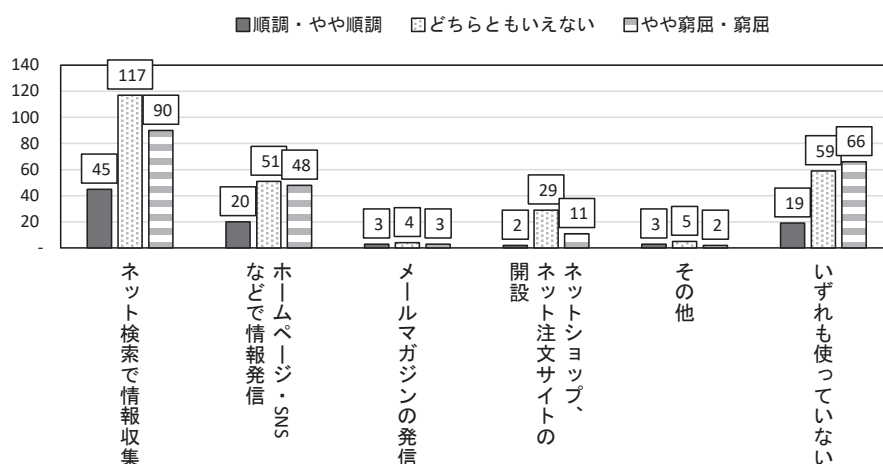


図 2-3-10 では、資金繰りと事業所のインターネットの活用についてみている。回答が多かったのは「ネット検索で情報収集」であった。一方で、「いずれも使っていない」など、インターネットを活用していない事業所も多く存在することがわかる。特に、資金繰りが順調な事業所では、「いずれも使っていない」と 19 事業所が回答したが、資金繰りが窮屈な事業所では、66 事業所が回答した。資金繰りの厳しい事業所は、インターネットの活用が遅れがみられる。

図 2-3-10 資金繰り（現在）とインターネットの活用



円滑な資金調達による資金繰りの安定は、事業所の存続、老朽化した設備の更新、新商品・新サービスの開発の基盤となる。コロナ禍で事業所にとっては厳しい状況であるが、中小企業の資金調達を支援することは重要である。

インタビュー調査

今後、田村市に期待すること

A 社（製造業・従業員数 11 人以上）

運転資金や設備資金、採用に係る資金援助などで継続的な支援があると資金面が安定するため、積極的に新たな事業展開をしやすくなるのではないかと。

B 社（製造業・従業員数 11 人以上）

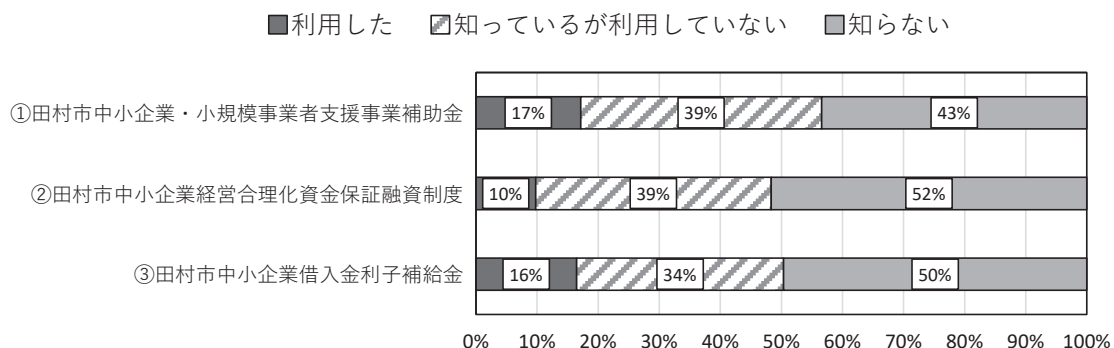
中小企業は物価高騰（原料、資材、エネルギー）のあおりを大きく受け、他社への価格転嫁はなかなか進まない状況下にある。省エネの観点からも老朽設備の更新、工場付帯設備の更新などを検討しているが、費用的問題もあり躊躇しているところ。費用面での行政支援及びその周知が必要ではないか。

第 4 節 施策による支援

本節では、市の支援施策について詳しく分析し、その課題を検討する。

図 2-3-11 は、市の支援施策の利用状況についてみたものである。「①田村市中小企業・小規模事業者支援事業補助金」を利用した事業所が 17%、「②田村市中小企業経営合理化資金保証融資制度」を利用した事業所が 10%、「③田村市中小企業借入金利子補給金」が 16%であった。「知らない」と回答した事業所が、どの施策についても過半数近くを占めており、市の支援施策に対する認知度向上は課題となっている。一方で、支援施策を「知っているが利用していない」事業所も一定数存在する。

図 2-3-11 市の支援施策の利用状況



(注) 支援施策の対象は事業所ではなく法人単位であることが一般的である。そのため、表の集計は「本所・本店」に限定している。

支援施策を認識しているものの、利用が進まない背景には様々な要因が考えられる。インタビュー調査からは、施策利用時の要件が厳しい、前例にないため断られているなどの記載もあり、再度その課題について整理する必要がある。

インタビュー調査（今後、田村市に期待すること）

C 社（建設業・従業員数 11 人以上）

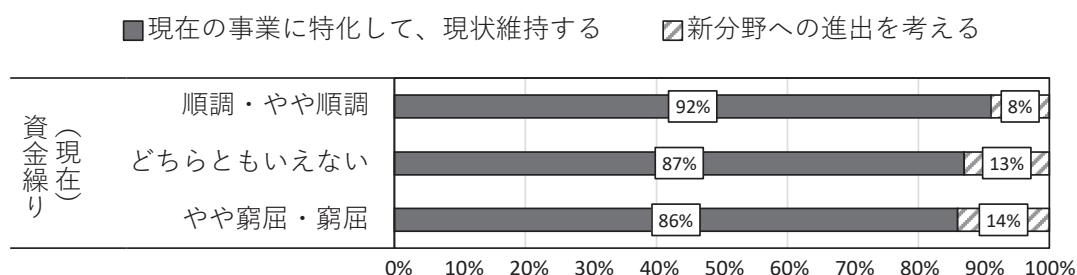
補助金申請時のハードルを下げ、利用しやすくすることで、新規事業への参入等が増加するのではないか。

D 社（建設業・従業員数 11 人以上）

新規分野への参入等で、行政による支援金や補助金を申請する場合、前例があるかどうかで判断される場合がある。「これは前例がないから難しいです。」と言われ、取り組みを諦めたことがある。新規分野にも積極的に支援する環境作りが必要ではないか。

図 2-3-12 では、資金繰りと事業所の今後の事業展開についてみている。資金繰りが順調な事業所では、今後の事業展開が「現在の事業に特化して、現状維持する」が 92%、「新分野への進出を考える」が 8% であったが、資金繰りが窮屈な事業所では、「現在の事業に特化して、現状維持する」が 86%、「新分野への進出を考える」が 14% であった。これは、コロナ禍で需要の停滞に直面した事業所が、資金繰りの悪化にもかかわらず、新しい分野への進出に意欲を持っていることを示唆している。

図 2-3-12 資金繰り（現在）と今後の事業展開



コロナ禍で売上が減少した事業所の資金繰りが悪化している

- ・ コロナ禍で売上が減少した事業所ほど、資金繰りが悪化している。過去3年と比較して売上が減少した事業所のうち50%以上が、資金繰りが「窮屈」と回答した。
- ・ 資金繰りが「窮屈」と回答した事業所は主に小規模で個人企業が多い。
- ・ 資金の借入先は主に「地方銀行」や「信用金庫・信用組合」、「政府系金融機関」である。
- ・ 事業所は経営上の問題点として、売上や仕入の変動を最も重要視している一方で、資金調達にも課題があると認識している。

資金繰りが厳しい事業所は、事業の縮小や廃業を検討している

- ・ 資金繰りが「窮屈」と感じる事業所は、2年後の見通しを「縮小」と回答し、事業の縮小や廃業を予定している場合が多い。また、これらの事業所はインターネットなどの活用にも遅れがみられる。
- ・ 円滑な資金調達は、事業所の存続や老朽化した設備の更新、新商品・新サービスの開発の基盤であり、対策が必要である。

新しい事業や商品・サービスの開発、起業の取り組みのサポートが必要

- ・ コロナ禍で資金繰りが悪化している中、市の施策の利用が進んでおらず、今回の調査を受けて課題を整理する必要がある。
- ・ 資金繰りの悪化にもかかわらず、新しい分野への進出に意欲を持っている事業所もある。市には、新しい事業や商品・サービスの開発、起業の取り組みをサポートする支援が求められる。

本章では、田村市の事業所の人材確保と人材育成について概説する。はじめに人手の過不足から市内事業所の人材確保の現状を把握する。次に、採用における課題をインタビュー調査の結果を中心に確認する。さらに、人材育成について市内事業所の研修の実施やその際の苦勞を整理する。最後に、インタビュー調査による結果から採用と人材育成において求められる施策を踏まえ考察する。

この章の分析で浮かび上がってきたのは、次の点である。

- ・コロナ禍前と比較して人手不足感がやや強まる。
- ・応募が少なく採用が進まない。
- ・人、時間、資金から従業員教育をする余裕がない。

第1節 人手の過不足

現在、日本は全国的に人手不足に陥っている。田村市における人手不足感を調査から確認する。図2-4-1はコロナ禍前と現在の人手の過不足感を示したものである。コロナ禍前と比較して現在の人手の過不足感は、適正の事業所割合はおよそ10%減少し、過剰と不足はそれぞれ3.0%、6.9%だけ増加している。一部の事業所で過剰となっているところもあるが、人手不足傾向がやや強まっているのが見てとれる。

図2-4-1 コロナ禍前と現在の人手の過不足感

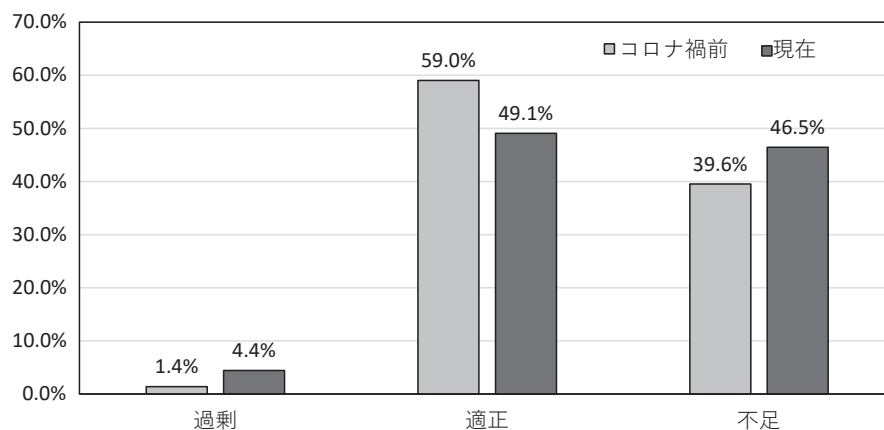


図 2-4-2 は正社員の増減によって人手の過不足にどのように相違があるかを示している。正社員が減少している事業所では正社員を確保していきたいが、実際には人手不足の割合が大きい。正社員が増加している事業所でも人手が不足しているところは 40% を上回っており、思うように人材確保ができていない状況が見られる。

図 2-4-2 正社員の増減別現在の人手の過不足

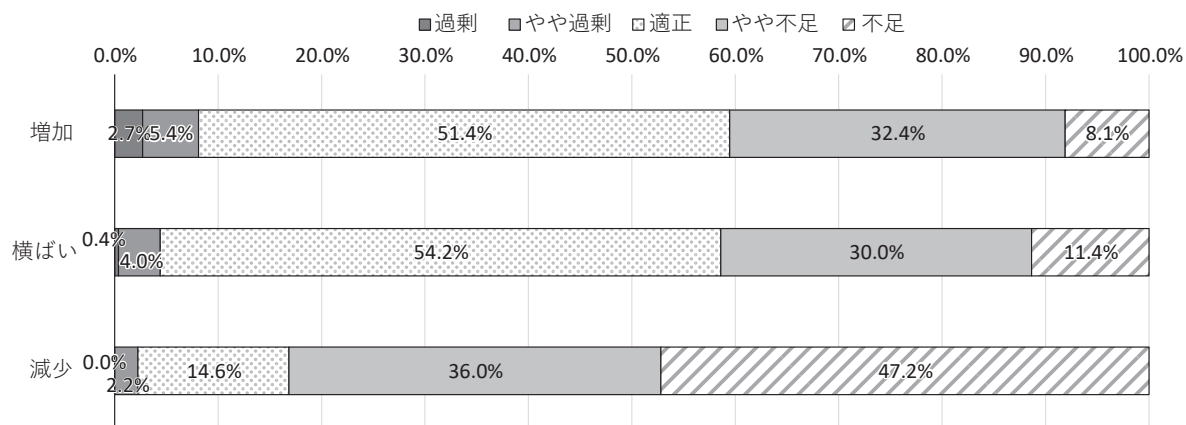
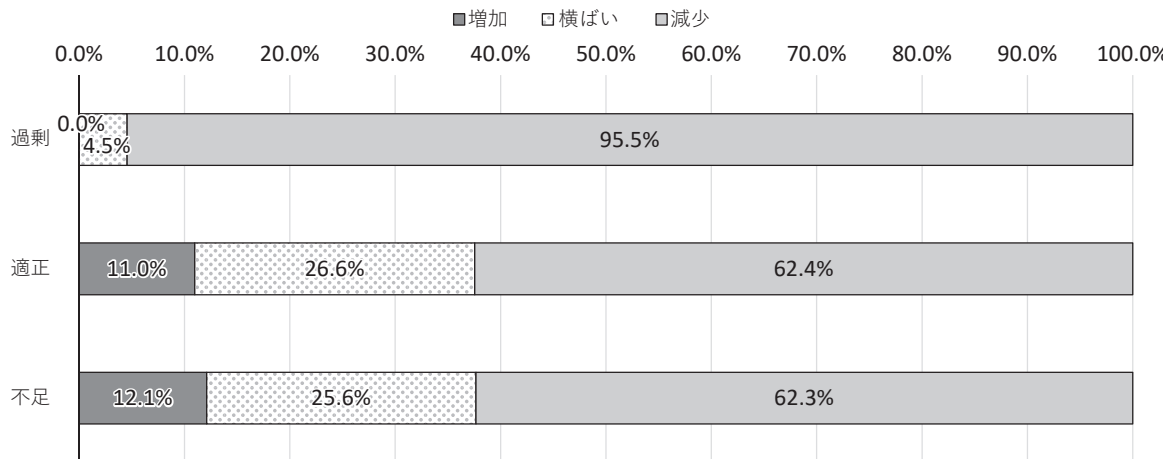


図 2-4-3 は現在の人手の過不足と売上状況を示したものである。人手過剰の事業所では売上減少傾向にあることがわかる。経営状況の悪化が人手の過剰をもたらしていると考えられる。一方、人手不足事業所であっても売り上げ減少は 60% を上回っている。

図 2-4-3 人手の過不足別売上状況



第 2 節 採用における課題

図 2-4-4 は経営上の問題点の事業所割合を示している。そのうち人材関連の事業所割合を濃

い色で示している。「従業員の不足」が32.6%、「熟練技術者、専門知識を持つ人材の確保難」が30.6%、「社員教育の不足」11.6%、「製品・サービス力の低下」が8.1%となっている。人材確保面の割合が大きい傾向にある。人材育成面を問題と意識している事業所はそれほど多くはない。

図 2-4-4 経営上の問題点の事業所割合 (%)

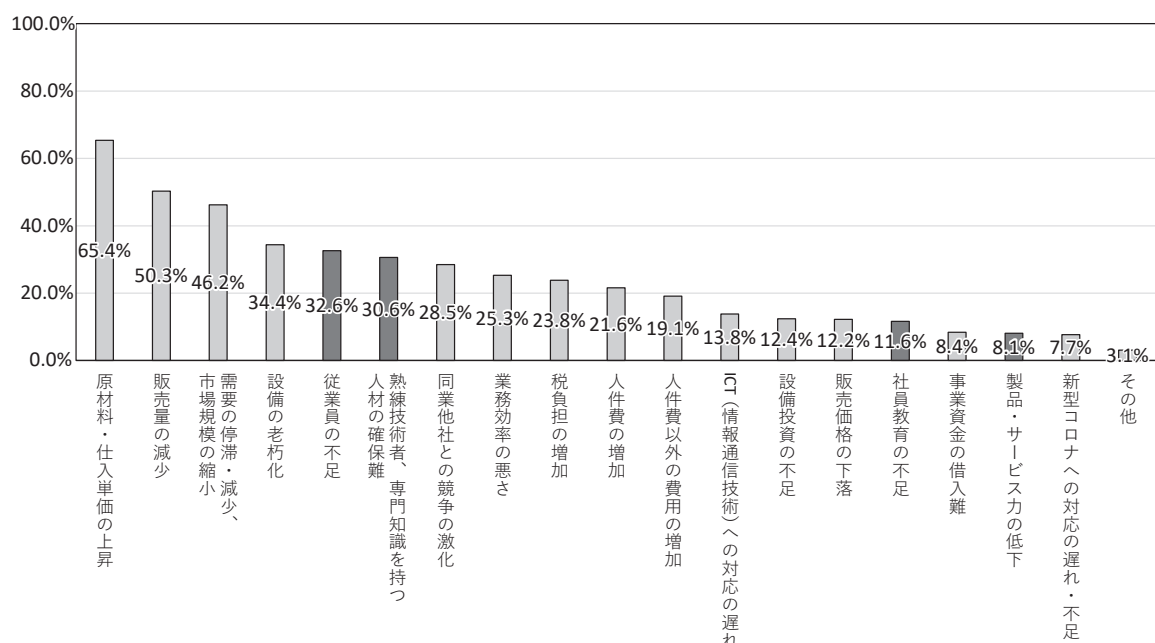


図 2-4-5 は経営上の問題点のうち人材関連に注目して正社員規模別に示している。正社員規模が大きいほど従業員の不足の割合が大きくなるが、どの規模の事業所でもほとんどが従業員の不足を問題としている。また、「熟練技術者、専門知識を持つ人材の確保難」も大きい割合を示している。

図 2-4-5 正社員規模別人材関連の経営上の問題点 (%)

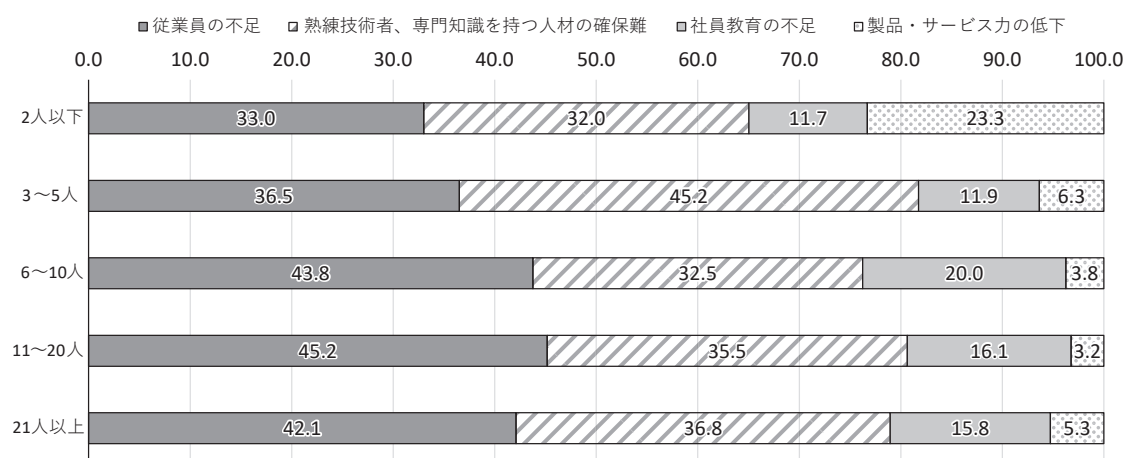
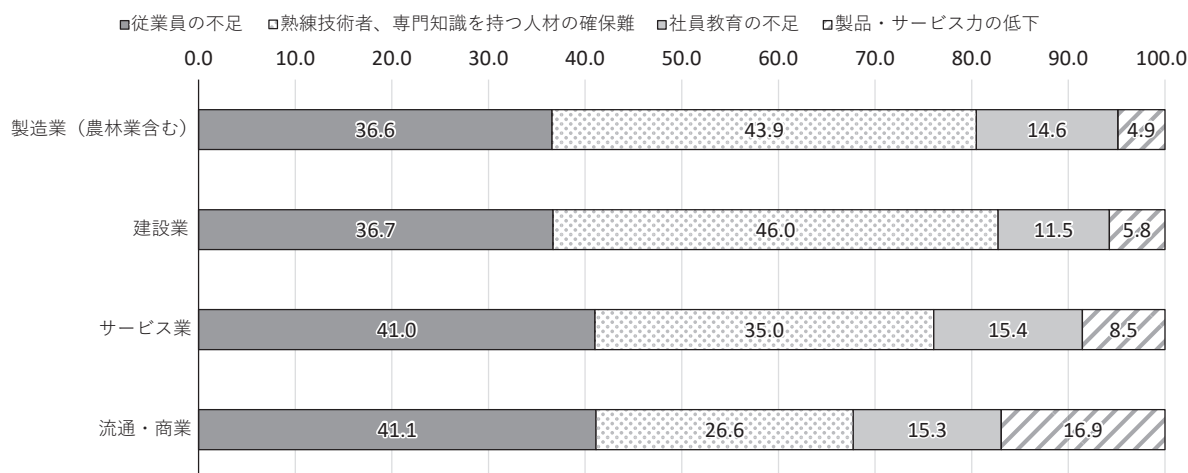


図 2-4-6 で業種別に見ると、製造業と建設業では「熟練技術者、専門知識を持つ人材の確保難」の割合が大きく、サービス業と流通・商業では「従業員の不足」の割合が大きくなっている。製造業や建設業では専門的な人材の不足があらわれている。

図 2-4-6 業種別人材関連の経営上の問題点 (%)



続いて、インタビュー調査結果から採用面について考察する。

応募がない

採用に関して最も多く回答があったものが「応募がない」、「応募が少ない」というものであった。「採用を継続的に実施しているが応募が来ないため、採用が進まない」（製造業、小規模）、「いくら求人募集を行っても応募がない」（建設業、中規模）、「ハローワークを含めて募集を継続的に実施しているが、応募が来ないために採用が進まない」（建設業、中規模）、「募集しても応募が少ない。本部や新聞折り込みなどで募集するも応募がなく、結果的に紹介による採用が多い」（小売業、中規模）、「採用の募集を継続している他、従業員の親族や知人にも声をかけているが全く進まない」（製造業、大規模）と業種や従業員規模¹によらず、応募自体がなく採用がうまくいっていない様子が多くみられる。

新卒・若手の採用

応募が少なく採用に苦労しているところで、特に新卒、若手の採用が難しい状況があらわれている。「ハローワークで求人募集しても新卒者の応募者がいない」（製造業、中規模）、「高校新卒者の応募がここ2年ほどない」（製造業、中規模）、「応募数がなかなか増えない。応募者の年齢層が高い」（運輸業、大規模）、「新卒採用は大手に流れ、なかなか採用ができないのが実情」（製造業、大規模）といった声が挙がっている。

1 常用雇用者が5人以下を小規模、6～50人を中規模、51人以上を大規模としている。

熟練・専門の人材

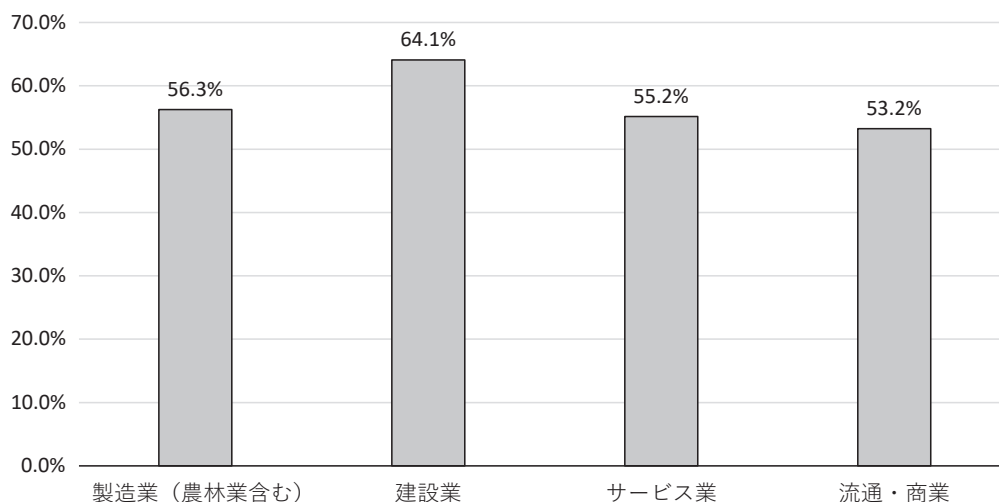
また、経営上の問題点の回答でも多かった熟練・専門の人材、資格保有者の確保についても苦勞している事業所が多い。「専門的な資格を有する業務があるので、採用したいのだが資格のある方の応募が少なく、苦勞している」（福祉、小規模）、「熟練技術者、専門知識を持つ人材の確保難。マッチングアプリ等を利用しているが、中小の会社に来てくれる人がなかなかいない」（建設業、中規模）、「専門性の高い技術、資格を持った人材が少ない」（製造業、大規模）と、専門性ある人材が求められている一方で、その確保は困難となっている。

待遇の改善

応募が少ないことに対して待遇面での改善を検討する事業所もあるが、現状で好条件を提示することが難しい事業所が多い。「好条件を提示したいが利益率の高位安定に不確実性があり踏み切れない」（運輸業、中規模）、「人件費が上がっており優秀な人材獲得の障壁となっている」（医療・福祉、中規模）。業務内容によって突発的あるいは不足時の採用になってしまうため、人材確保がさらに難しい状況の事業所もある。

待遇面を考える上では就業規則の有無が重要である。就業規則については、どの産業においても半数以上の事業所が保有しているが、他の産業に比べて建設業で整備がやや進んでいる。人材確保の観点からは就業規則の内容が課題となるかもしれない。

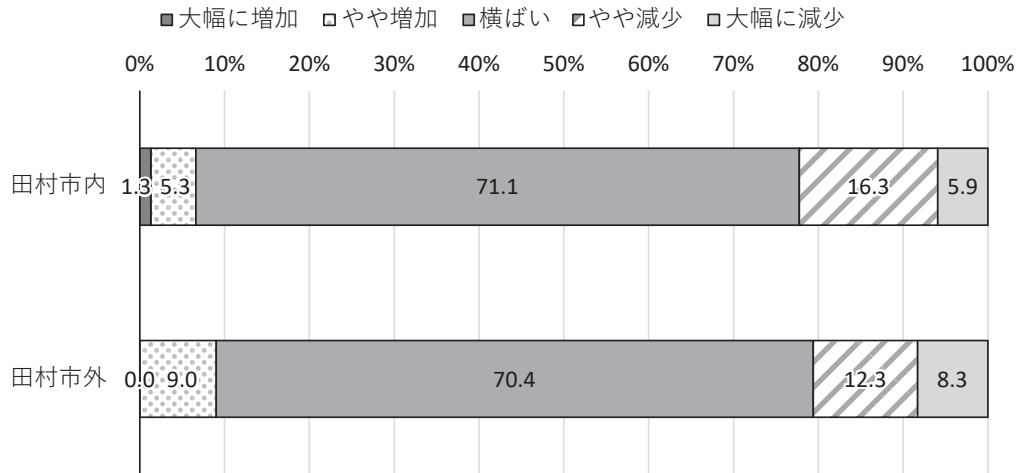
図 2-4-7 業種別就業規則の保有割合



田村市内からの採用

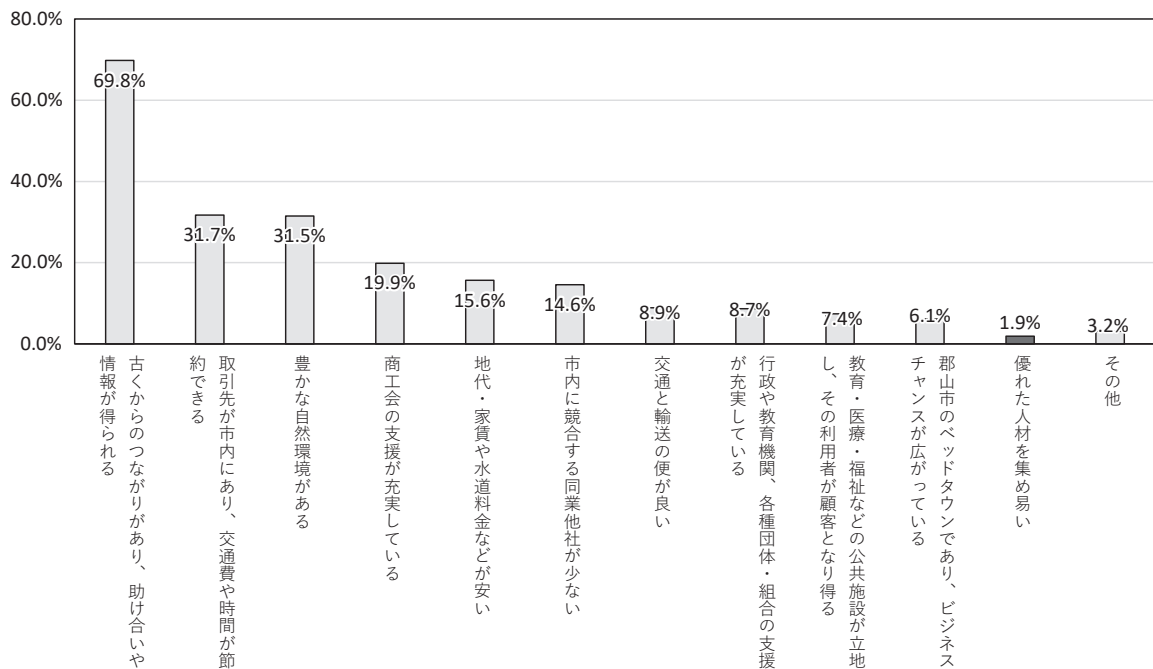
少数ではあるが、田村市内からの採用が少ないという声も挙がっていた。「地区内に居住している従業員の採用が進まず、現在は郡山市等での採用が多い」（建設業、中規模）、「欠員補充のため従業員を募集しているが、田村市在住者からの応募がない」（鉱業、大規模）。田村市内外の従業員の増減を見ると、田村市内外で大きな差は見られない。

図 2-4-8 田村市内外の従業員増減 (%)



さらに図 2-4-9 において田村市の立地のメリットを見ると、「優れた人材を集め易い」が 1.9% で他のメリットと比較してかなり小さい割合となっている。人材確保の難しさが如実にあらわれている。この点について、インタビュー調査では、採用の募集をしてもなかなか目を向けてもらえない現実が見受けられる。「知名度の影響か、なかなか学生や中途採用候補者が見向きをしてくれない」（製造業、中規模）。人材確保においては田村市の立地について検討していかなければならないだろう。

図 2-4-9 田村市の立地のメリット



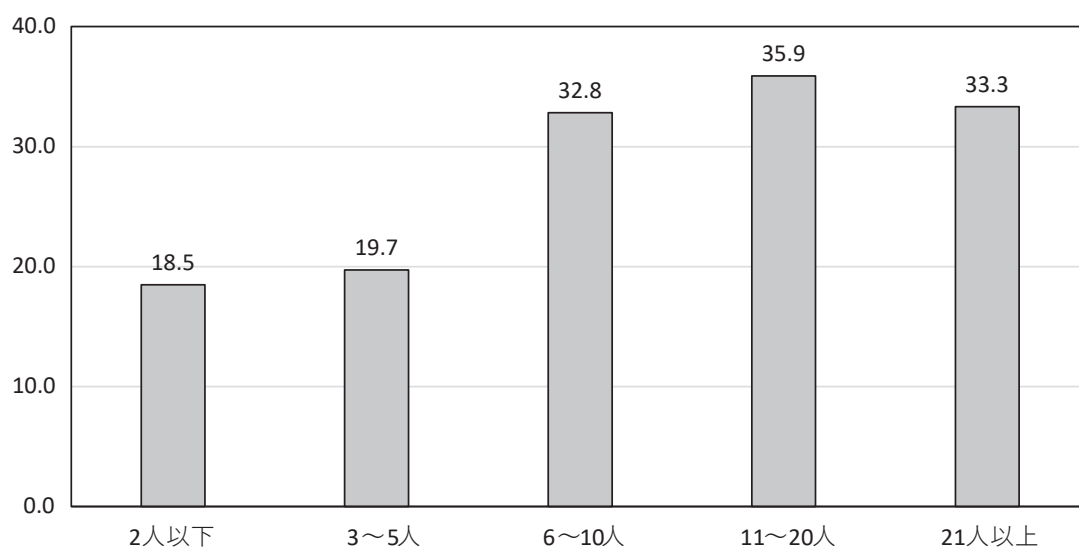
定着率

採用に関しては定着率を懸念する事業所も多い。「若年労働者ほど定着率が低い」(建設業、中規模)、「紹介による入社も多く、現状では特段苦労はないが、出入りが激しい点は懸念している」(建設業、中規模)、「専門分野での若い職員の定着率が比較的低い」(医療・福祉、大規模)。採用後の定着率が低い点については様々な要因が考えられ、現段階では特定できないが、今後注視していかなければならない点であると思われる。また、次節の人材育成の観点からも考慮しなければならない点であろう。

第3節 人材育成

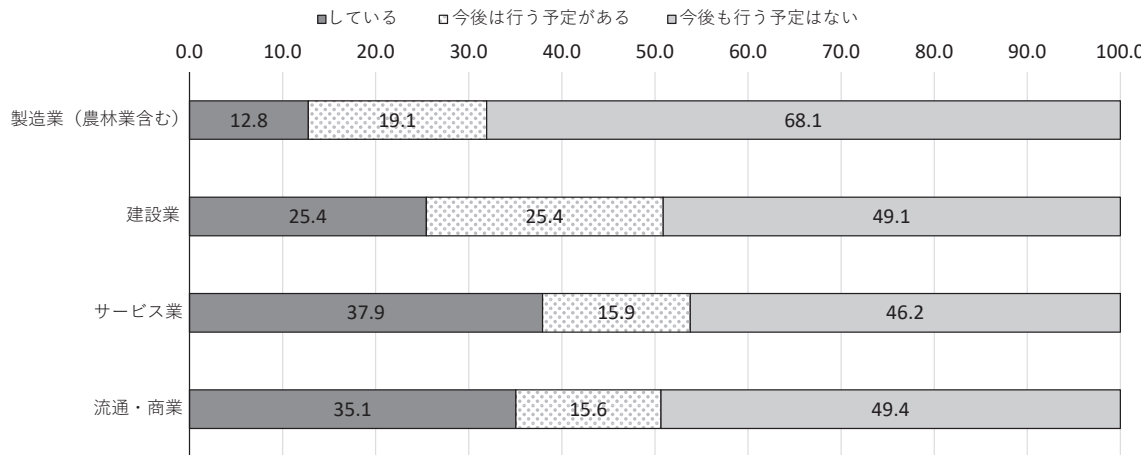
本節では人材育成について整理する。図2-4-10は正社員規模別で人材育成マニュアルの保有割合を示している。小規模になるほど人材育成の仕組みがある事業所割合が小さくなっている。人材育成には大きなコストを伴う。人材育成を経営上の問題として捉える事業所は少ないが、効率的に行っていくためにはマニュアルや仕組みが必要であり、田村市の経済発展には人材育成が重要な観点である。

図 2-4-10 正社員規模別に見た社内における人材育成のマニュアルや仕組みの保有割合 (%)



実際に研修はどの程度行われているのか。図2-4-11において、業種別にみると、サービス業が37.9%、流通・商業が35.1%実施されている。各業種の特性があると思われるが、人材育成面において、研修の実施は重要であり、今後、研修実施割合をどのように伸ばしていくかが課題になるだろう。

図 2-4-11 業種別研修実施状況 (%)



以下では、インタビュー調査に基づいて、人材育成・従業員教育について考察する。

人員不足・業務負担

従業員教育で苦労している点として、最も多かったのは従業員教育を実施する人員不足、それに伴う業務負担である。「人数不足から社内での十分な教育ができていない」（製造業、小規模）、「実務に追われて研修・教育に及ばないことが多い」（医療・福祉、小規模）、「余剰人員がなく社員教育が疎かとなっている」（宿泊業、中規模）、「余剰人員がいないので従業員の教育に割く時間が少なくなることもある」（医療・福祉、大規模）、「忙しい中では教育に割く時間が限られ、教育に重点を置くと残業増加にもなる」（製造業、大規模）。人員不足から満足な従業員教育ができず、従業員教育を行うとそれが業務負担として重くなる厳しい現状が見られる。

技術習得までの時間

また、従業員教育による技術習得には時間がかかる点も多く挙げられていた。「技術力の取得までには相応の期間を要する」（製造業、中規模）、「社内研修を実施しているが、技術習得までの期間が長い」（製造業、中規模）、「教育に時間がかかる部門もあり、習得時間にばらつきがみられる」（小売業、中規模）。業務によって習得時間が異なり、時間がかかることがさらなる負担となる。

従業員教育のコスト

従業員教育にかかる費用面の指摘もなされている。「基本的には外部委託（研修や外部講師）をメインとしているが、費用面での負担がある」（建設業、中規模）、「受講が必須な研修は福島市など遠方で実施しているケースが多く、参加する負担がある」（医療・福祉、中規模）、「費用面から外部講師など招けない」（医療・福祉、中規模）。このようなコストとしては、外部委託等の金銭的成本に加え、遠方地での研修参加等の時間的コストもあると思われる。

従業員の意識の変化

一方、従業員の意識の変化も指摘されている。「昔と違い積極的に仕事を覚えようとする従業員が少ない」（小売業、中規模）、「若年労働者の社会人としての基本的なマナーと一般的な常識の欠如」（建設業、中規模）、「このような社会情勢にもかかわらず危機意識が薄い」（運輸業、中規模）。

同時に従業員と意思疎通することの難しさを挙げている事業所もある。「昔と違いハラスメントなどがあって教育がうまくできていない」（建設業、中規模）、「伝えづらいことを円滑に伝えられるか、そして、理解してもらえるように伝えられたか」（小売業、中規模）。人間関係や協調性に関する苦勞によって、従業員教育が進めにくくなっている状況がうかがえる。

定着率

人材確保において定着率が低下しているという問題があったが、それが従業員教育にも影響している。「採用した場合も研修段階で退職するケースが多い」（運輸業、中規模）、「教育途中で退社するケースがあり、時間・コスト的なムダが生じる」（製造業、中規模）、「正社員の離職などにより、技術面での指導を含め教育が行き届かない」（製造業、大規模）。採用して従業員教育をしている段階での退職は事業所にとって大きなコスト負担になる。また、定着率の問題は、教育される側だけではなく、教育をする側の不足も招いている。

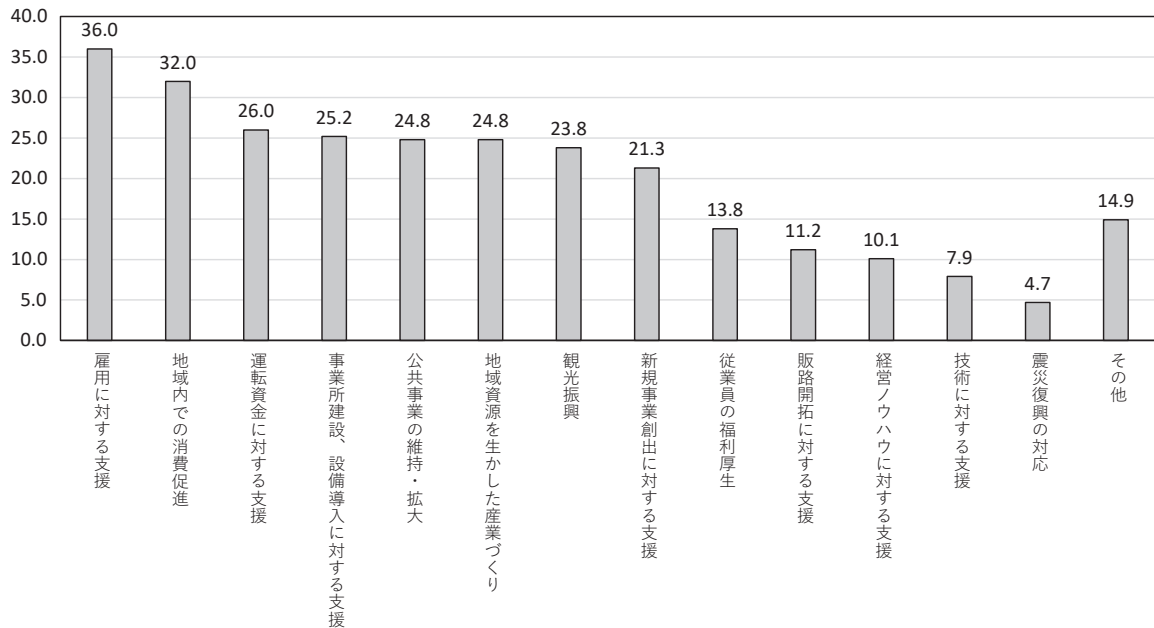
その他の問題

その他にも少数ではあるが、様々な意見が挙がっている。「各部署等にマニュアル化を図り教育している段階だが、コロナ禍で外部セミナーや研修が減少している」（建設業、中規模）、「現場が多方面に分散しており、休みもバラバラなので多人数での教育がなかなか難しい」（建設業、中規模）、「従業員の高齢化に伴い、デジタル関連の技術・技能習得に支障が出ている」（サービス業、中規模）。ITスキルの向上、従業員のスキルレベルの平準化など、従業員教育の課題は多岐にわたる。

第4節 求められる施策

第4節ではインタビュー調査に基づいて、人材確保・人材育成における施策を整理する。図2-4-12は田村市に対して今後希望する施策について事業所割合の大きい順に示したものである。36.0%の事業所が「雇用に対する支援」を選択しており、最も大きい割合となっている。これまで見てきたように、市内事業所が雇用に課題を抱えており、その点についての施策が求められている。

図 2-4-12 田村市に対して今後希望する施策について



(1) 採用について求められている施策

採用に関して市内事業所はどのような施策を求めているのだろうか。内容ごとに整理して、表 2-4-1 でその割合を示している。

表 2-4-1 採用面に求める施策割合² (n=76)

	事業所割合
あっせん・紹介・周知	64.5%
資金補助	17.1%
情報提供・情報共有	14.5%
環境整備	5.3%
その他	17.1%

人材のあっせん・紹介・周知

最も多い回答は人材の紹介やあっせんであった。「就職あっせんを含めて採用の補助をしてもらいたい。また新卒向けの説明会では大手クラスと同じ時間帯に実施すると、学生に見向きしてもらえないため、中小規模の説明会を実施してもらいたい」(製造業、小規模)、「採用をあっせんしてもらいたい」(製造業、中規模)、「採用が進むような支援をお願いしたい」(製造

2 インタビュー調査の「従業員の採用について行政に求める支援」を内容に応じて分類した。

業、中規模)、「平均年齢が50代であり、若年層の採用が進むような施策を出してもらいたい」(運輸業、中規模)、「人材の紹介やマッチング」(卸売業、大規模)、「合同企業説明会の開催など、求職者と交流できる機会を提供いただきたい」(製造業、大規模)。このように、人材確保の困難から採用の支援を要望する声が多かった。また、新卒の若手の採用、地元からの採用を求める声も多く寄せられている。

情報の提供・共有

人材のあっせん・紹介・周知と類似しているが、事業所と労働者のミスマッチを解消するための情報提供・共有も求められている。「会社の採用基準と求職者の応募基準のミスマッチがあると思う。求職者の多くが何に重点を置いて探しているのか等の情報があるのなら提供してほしい」(建設業、中規模)、「田村市在住者からの採用を推進するため求職者に関する情報提供等の支援をお願いしたい」(鉱業、大規模)、「求人を公開する場の提供をしてほしい」(製造業、大規模)。情報共有の一つとして説明会や学校訪問等のような求職者と交流する機会を提供してほしいという要望も多い。

資金補助

人材の紹介に次いで要望が多かったものが資金補助である。「従事者の待遇向上のための補助」(医療・福祉、小規模)、「田村市内の人材を確保したら補助金を出す等があれば、採用を積極的に実施する企業も増えると思う」(小売業、中規模)、「採用にかかる費用の補助もほしい」(建設業、中規模)、「採用活動にかかる費用の補助」(運輸業、大規模)。採用費用の補助が挙げられている状況は、事業所の経営状態の厳しさのあらわれと思われる。

働くための環境整備

市内で働くための環境整備についても言及がある。「新卒者が地元で就職しやすい環境の整備」(建設業、中規模)、「職人が働きやすい環境の整備、職人を目指す人が増えるような環境の整備」(建設業、中規模)、「働きやすい職場づくり(託児所を併設するなどの費用)の支援」(製造業、大規模)。田村市の立地メリットからは「豊かな自然環境がある」、「地代・家賃や水道料金などが安い」などは働く環境に影響する項目だろう。しかし、それらを立地メリットとする事業所割合は小さい。雇用環境をどのように整備していくかは一つの課題かもしれない。

その他の採用に求められる施策

その他には、「採用活動のノウハウを勉強していきたい」(製造業、中規模)、「雇用マッチングサポートの実績が知りたい。あまり採用実績に関する情報が見当たらず、以前案内をいただいたが、手間の方がかかって結局採用には結びつかないのではないかと考えてしまった」(製造業、中規模)、「他県などからの採用者に対する政策作り(田村市のアピールポイントの展開)」(製造業、大規模)、「地元企業のPR」(製造業、大規模)のような意見もあった。

(2) 従業員教育において求められている施策

従業員教育において求められる施策を内容ごとに整理して、その割合を表 2-4-2 で示している。

表 2-4-2 従業員教育において求められる施策 (n=78)

	事業所割合
研修機会・内容の充実	39.7%
補助金	15.4%
その他	16.7%
特になし	33.3%

研修機会の提供・内容の充実

最も多く挙がっていたのは研修機会・研修内容の充実であった。「社会セミナーを含めて研修する機会が増えてほしい」(製造業、中規模)、「ハラスメント講習会の実施」(建設業、中規模)、「コミュニケーション能力の向上及び啓発セミナー、研修」(医療・福祉、中規模)、「環境に配慮した製造を行うことが将来的な安定稼働につながるポイントの一つだと思うので、それに関連した研修や案内等を行ってほしい」(製造業、中規模)、「保健課で開催していただく『メンタルヘルス』に関する専門機関の講義は、引き続きお願いしたい」(製造業、大規模)、「セミナー(能力向上、離職防止)、資格取得などの支援」(製造業、大規模)。このように研修の開催が求められているが、その内容については多岐にわたる。

補助金

さらに、社内教育を行うための補助金を求める事業所もある。「従業員教育に伴う研修や外部講師を呼ぶ際の補助金・助成金があれば活用したい」(建設業、中規模)、「教育訓練等費用の助成金増額申請手続きの簡素化」(建設業、中規模)、「資格取得にかかる費用の支援」(製造業、中規模)。外部講師の招へい、資格取得といった従業員の能力開発・向上のための費用に関する支援が多い。

その他の従業員教育に求められる施策

その他にも、「接遇マナーの教育などを無料で受けられるプログラムを行ってくれているので、受けてみたいとは思っている。他に、企業間で交流しながら学べる企画もあればいい」(製造業、中規模)、「専門的な知見を有する人(コンサル等)を紹介してほしい」(製造業、中規模)、「同業者を含めたグループ研修などの実施」(建設業、中規模)、情報教育関連の情報共有などが述べられている。

調査より浮かび上がってきた課題

人材不足の深刻化

- ・採用活動を行っても人材を確保できない。
- ・熟練・専門従業員の確保も困難。
- ・コロナ禍後に人材不足感が強まっている傾向。

雇用に関する支援

- ・どのように採用する「場」を確保するかが課題。
- ・求職者に田村市の魅力を伝える方法が求められる。

人材育成の促進

- ・事業所では人、時間、資金といったそれぞれの側面の厳しさから従業員教育に余裕がない。
- ・今後の田村市の経済発展のために人材育成は重要であり、これらの問題をどのように解決していくかの方向性を検討していく必要がある。

本章では事業の見通し、事業承継に関する集計結果を取り上げる。今回の調査では2022年12月という、新型コロナウイルス感染症の影響を強く受け、行動自粛時期の結果であるため、悲観的な回答が多かったのが実態であるが、その中でも事業者に温度差が見られた。

- ・2年後の見通しでは全体的に暗い回答の方が多かったが、正社員規模6～20人の事業所では明るい回答がみられた。
- ・2年先の予定の回答では2人以下で事業の縮小といった消極的な回答が多かったが、11人以上で積極的な回答が多かった。
- ・4分の1の事業所で後継者がおり、親族を中心に選ぶ一方で、多くの事業所で承継は未定であり、課題となっている。

第1節 厳しい状況下にも光が差す見通し

本節では、売上に関する2年後の見通しについて集計結果を紹介する。基本的に正社員規模7区分で見ているが、4区分で概ね同じ内容の場合は、スペース節約のため4区分で示すケースがある。

図 2-5-1 田村市内事業所の業種別、正社員数規模別 2 年後の見通し

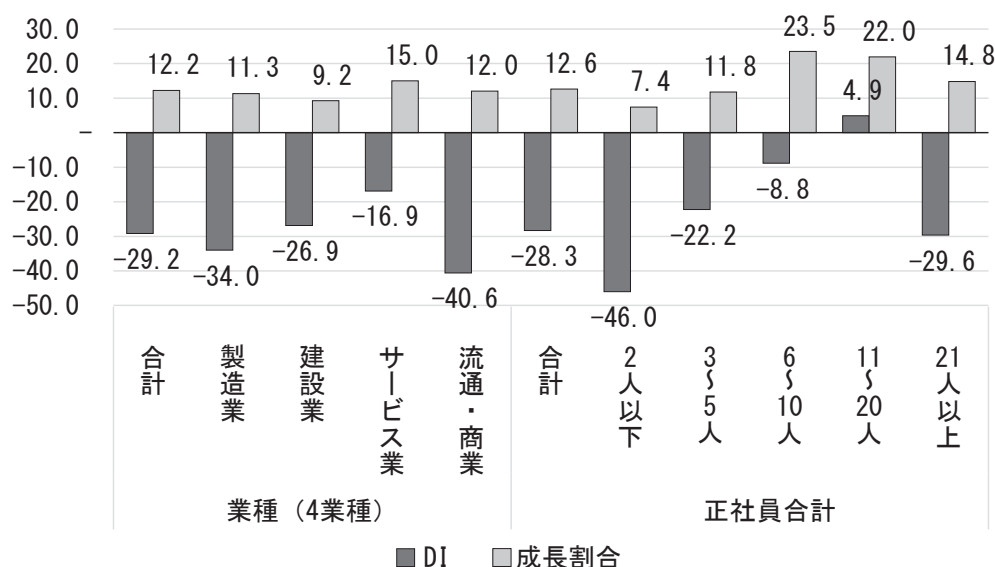


図 2-5-1 は、産業別に、2 年後の見通しからまとめたものである。回答は質問ごとに集計数が異なるため、回答の合計は業種や正社員数といった項目ごとに異なる。業種は回答するが、正社員数を回答しない回答者がいるといった要因で同じ合計でも集計すると異なるのである。

DI（ディフュージョン・インデックス）は（大幅に成長＋やや成長－やや縮小－大幅に縮小）／回答数×100 で計算される。数値が大きいほど明るい見通しを持っているが、規模が小さいほど数値が低くなることでも知られる。流通・商業、製造業の見通しが暗い一方、サービス業、建設業で比較の見通しが明るい結果となった。業種別に大きな差があることがわかった。

成長割合は（大幅に成長＋やや成長）／回答数×100 を見たもので、見通しが明るい回答割合が多いほど数値が大きくなる。DI 値と成長割合の差が大きいほど、2 年後の見通しが暗い回答が多かったことを示している。成長割合を比べると、業種間の差が小さいものの、建設業がやや低いため、2 年後の見通しで成長するという回答が比較的低くなった。

田村市内事業所の 2 年後の見通しを正社員規模別に比較すると、3～10 人の規模のところで、明るい見通しが多く、2 人以下の事業所との差が大きくなっていた。

表 2-5-1 田村市内事業所の業種、正社員数規模別 2 年先の予定

		事業所・店舗・設備の拡張・縮小・移転の検討（2年先の予定）											
		合計	拡張	縮小・集約	閉鎖・廃業	業種転換	合併・M&A	現状維持	新規出店・進出	移転	その他	積極的 回答	消極的 回答
	数式		1	2	3	4			5	6		(1+5)／合計	(2+3+6)／合計
業種 (4業 種)	合計	490	29	55	41	3	2	335	7	5	13	7.3%	20.6%
	製造業	52	3	8	4	-	-	35	1	-	1	7.7%	23.1%
	建設業	119	8	12	9	-	-	84	1	2	3	7.6%	19.3%
	サービス業	153	11	12	14	-	1	107	2	1	5	8.5%	17.6%
	流通・商業	166	7	23	14	3	1	109	3	2	4	6.0%	23.5%
正社員 合計	合計	475	29	52	38	3	1	329	7	5	11	7.6%	20.0%
	2人以下	194	11	24	35	-	-	119	3	-	2	7.2%	30.4%
	3～5人	151	5	21	2	3	-	114	1	3	2	4.0%	17.2%
	6～10人	65	2	1	1	-	1	53	1	1	5	4.6%	4.6%
	11～20人	39	7	2	-	-	-	25	2	1	2	23.1%	7.7%
	21人以上	26	4	4	-	-	-	18	-	-	-	15.4%	15.4%

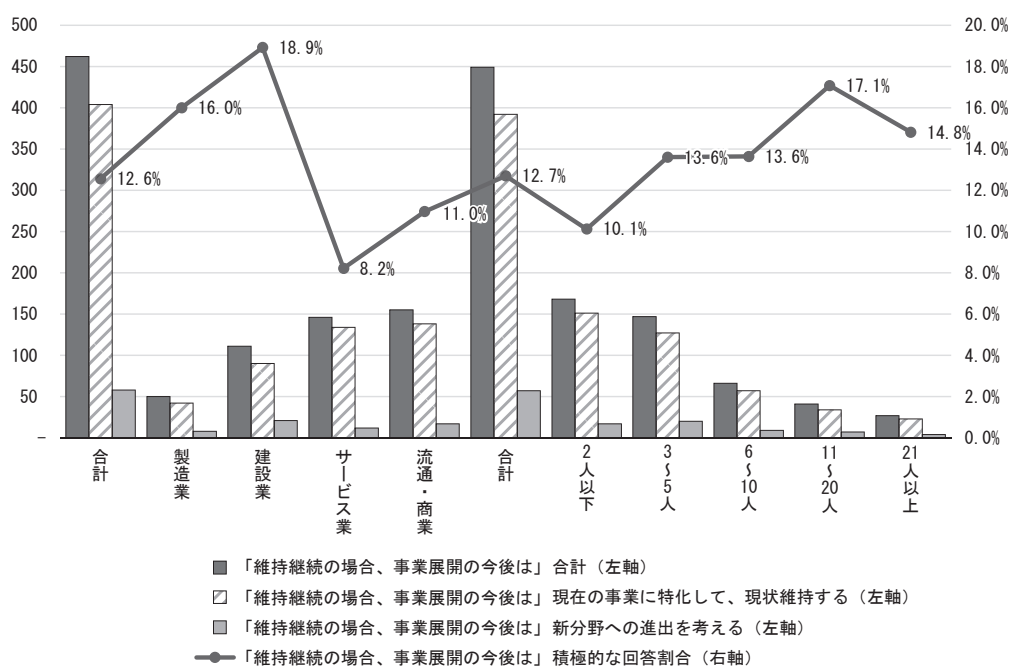
表 2-5-1 は、2 年先の予定を具体的に聞いたものである。右列の積極的・消極的・その他回答は数式行の（1 の拡張＋5 の新規出店・進出）／合計をまとめたものである。業種ではサービス業がやや高くなっている。正社員規模では 11 人以上の事業所で積極的な回答割合が高くなっている。（2. 縮小・集約＋3. 閉鎖・廃業＋6. 移転）／回答数 を消極的・消極的・その他回答した。業種別にはあまり大きい違いがみられなかったが、正社員規模別にすると、規模が小さいところのうち、特に 2 人以下のところで消極的・消極的・その他回答が多くなっていて暗い見通しを持っていることがわかる。

図 2-5-2 は今後の事業の維持継続を前問で選んでいる場合に今後の事業展開に関する回答をまとめたものである。図の左軸は回答数で、新分野への進出を積極的な回答と捉えて図の右軸でその回答割合を捉えている。事業規模が大きいほど積極的な回答が多いが、規模の差は大きくない。田村市では規模にかかわらず、それぞれの分野に手堅く将来のことを考えている事業者が存在している。

製造業と建設業で新分野への進出を考えるという回答が多くなっている。復興需要後の見通

しを受けて事業の転換といった課題に直面している事業者が出ていることは確かで、そうした問題への対処が迫られていることがうかがえる。

図 2-5-2 田村市内事業所の事業の展開



第2節 事業承継

本節では、田村市の調査結果を基に事業承継の状況についてまとめた。全体として、事業承継についての量的調査とインタビューの両方で調べたが、全項目の中でいずれの項目よりも回答が最も少ない項目であった。調査に対して質問に答えたくない、課題があるものの目を背けているといった要因が強く作用しているものと推察される。

表 2-5-2 は、正社員規模別に後継者の有無と事業承継方法についてまとめたものである。一番左は回答数で、内訳を割合で示した。全体の約 4 分の 1 が後継者がおり、3 人以上の事業所では 3 分の 1 を超えている。2 人以下の事業所については将来の事業承継方針が明確でないため、ここが今後田村市にとって大きな課題となる。規模が大きい場合は法人で承継が不要なケースが多いため、規模による状況の違いが出やすいが、2 人以下の人数が少ない事業所は後継者が決定しているのは 10% 未満であるため、90% 以上は検討が必要な状況である。

表 2-5-2 後継者の有無と事業承継の状況

		後継者の有無と事業承継方法について						
		回答数	後継者は既に決定している	事業は承継したいが、後継者はまだ決まっていない	第三者への譲渡やM&A	廃業または閉鎖	未定・わからない	事業承継不要（上場企業など）
正社員 合計	合計	485	26.2%	18.1%	1.9%	12.4%	37.9%	3.5%
	2人以下	198	9.6%	15.7%	2.5%	27.3%	42.4%	2.5%
	3～5人	152	37.5%	20.4%	1.3%	3.9%	36.2%	0.7%
	6～10人	67	34.3%	16.4%	3.0%	0.0%	37.3%	9.0%
	11～20人	41	39.0%	22.0%	0.0%	0.0%	34.1%	4.9%
	21人以上	27	44.4%	22.2%	0.0%	0.0%	22.2%	11.1%

表 2-5-3 後継者の内容

		後継者の内容		
		回答数	親族	非親族
正社員 合計	合計	122	91.0%	9.0%
	2人以下	19	94.7%	5.3%
	3～5人	54	92.6%	7.4%
	6～10人	22	86.4%	13.6%
	11～20人	15	93.3%	6.7%
	21人以上	12	83.3%	16.7%

表 2-5-3 は後継者の親族割合を示している。こちらは様々な区分別に見ても多くは親族で、法人規模が特に大きい場合に非親族の割合が若干大きくなる程度であった。田村市だけでなく、正社員 2 人以下の事業所は社会連携が弱く、視野が狭くなりがちである。事業規模が小さい場合に明らかなことは、売上を伸ばして規模をある程度大きくしておくことが、親族への理解につながり、結果的に承継につながりやすいということである。

調査より浮かび上がってきた課題

2 年後の見通し

- ・ 売上に関する 2 年後の見通しに関する回答では全体的に事業規模の縮小といった暗い回答の方が多かった。
- ・ 業種別では「大幅に成長＋やや成長」という回答はいずれも概ね同じ程度であったが、「やや縮小＋大幅に縮小」の回答には差があった。正社員規模 6 ～ 20 人の事業所では成長見通しが多いなど、一部で明るい回答がみられた。

2 年後の具体的な予定、事業展開

- ・ 2 年先の予定を具体的に聞いた回答では、業種間での違いはあまり見られなかったが、正社員規模別には 11 人以上で事業の拡大を目指す積極的な回答が多かったが、2 人以下の事業所では事業を縮小する消極的な回答が多くみられた。今後の事業の維持継続を前問で選んでいる場合に今後の事業展開に関する回答を調べると、製造業と建設業で新分野への進出を考えるという回答が多くなっていた。

課題となる規模の小さい事業者の事業承継

- ・ 事業承継の状況では 4 分の 1 の事業所で後継者がおり、親族を中心に手堅く事業継承の準備をしている事業所が存在していた。しかし、正社員 2 人以下の事業所では多くの事業所で承継は未定であり、課題となっている。

本章では市内事業所の1.得意先・販売先、仕入先・外注先、2.活用しているインターネットサービス、3.キャッシュレスサービスの3項目の情報について状況を整理した。事業者の種類によって程度に若干の差があるものの、基本的に取引先は田村市事業者が主であり、特に他の地域に何かを販売することを不得意にしている。インターネットなどの新しいサービスへの適応ができていない事業者ほど、売上などの問題が小さい。

この章で浮かび上がってきたのは、次の点である。

- ・販売・仕入先から見ると事業者が田村市内に籠もりがちである。
- ・インターネットサービスは市内で十分に活用されているとはいいがたい。
- ・キャッシュレス決済はほとんど広がっておらず、市内に広がる余地がある。

第1節 得意先・販売先、仕入先・外注先は概ね市内に留まる

調査では市内事業所の取引金額が大きい得意先・販売先、仕入先・外注先について、それぞれ第1位を地域別に回答いただいた。こうした回答の場合、当然田村市という回答が多くなるのではあるが、事業体によっては広範囲な取引を行っているケースも少なからずみられる。本節では、その状況について整理した。

図2-6-1、2-6-2は得意先・販売先、仕入先・外注先のそれぞれについて第1位の地域を4業種別にまとめたものである。仕入れに関しては田村市内を中心としつつも、幅広い地域の業者から購入していることがわかる。産業間での違いが大きい。製造業と建設業は他地域との取引に総じて熱心である。流通・商業とサービス業の得意先・販売先では、田村市がほとんどとなっていて、取引が地域的に大変内向きで狭い範囲に閉じこもっていることがわかる。もし将来の人口減少を見据えるのであれば、郡山市や他地域への販路の積極的な拡大が重要な課題となっている。

図 2-6-1 田村市内事業所の得意先・販売先

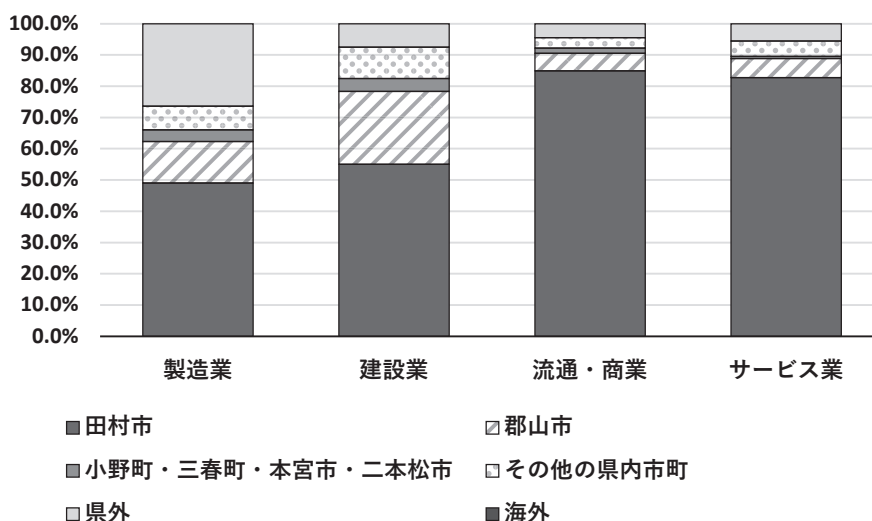


図 2-6-2 田村市内事業所の仕入先・外注先

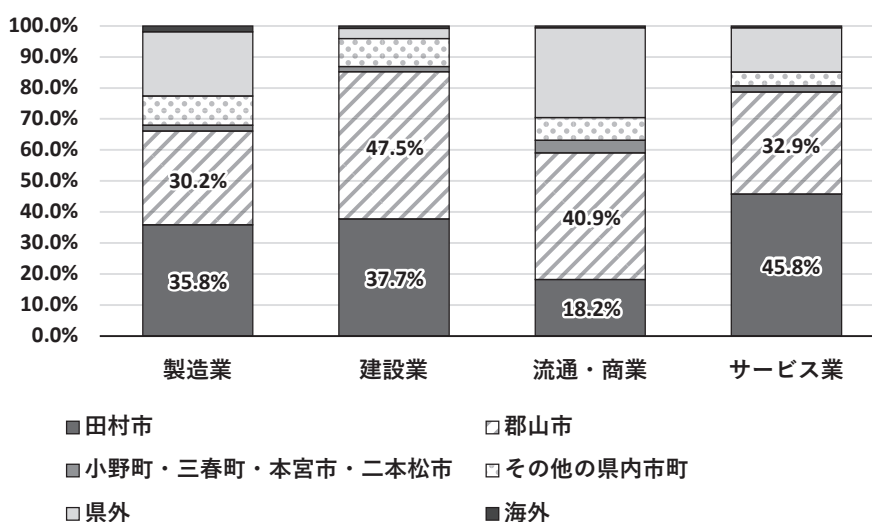


図 2-6-3 にも一部示すように、得意先・販売先について田村市以外の地域との取引割合は、個人企業よりも法人企業の方が高く、正社員規模も大きい方が高く、売上規模も大きいほど地域をまたいだ取引に積極的となっている。規模にかかわらず、製造業と建設業は広域で取引している実態を考えると、流通・商業とサービス業については田村市以外の取引を広げていくことが課題となっている。

図 2-6-3 事業の種類別「得意先・販売先第 1 位」

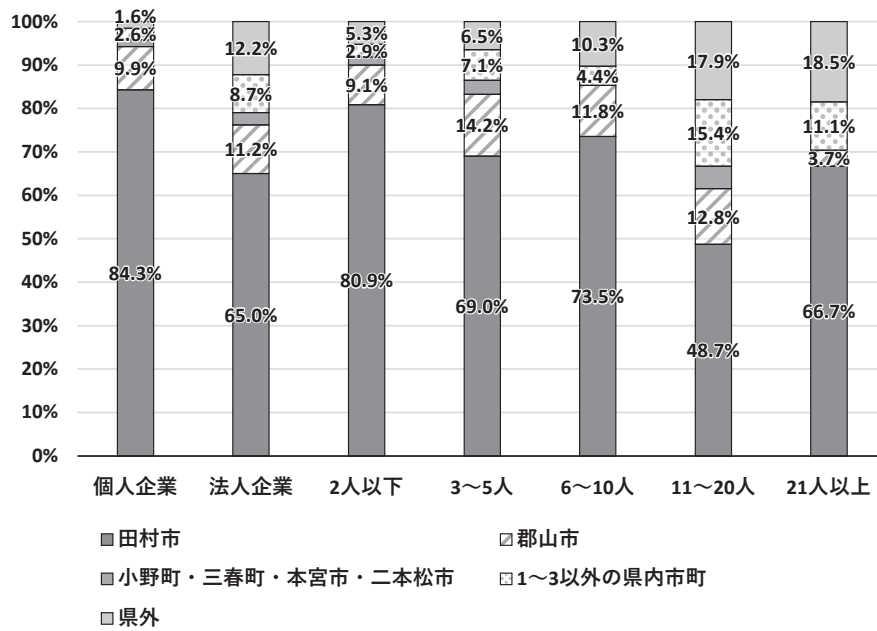


表 2-6-1 売上高変化と得意先

		売上高変化（3年前比）							
		全体	大幅に増加	やや増加	横ばい	やや減少	大幅に減少	新設	DI
得意先・販売先第1位	回答数	505	5	48	128	159	161	4	
	合計	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	-52.9
	田村市	73.5%	20.0%	68.8%	68.0%	74.2%	80.1%	75.0%	-57.4
	郡山市	10.9%	0.0%	8.3%	16.4%	13.8%	4.3%	25.0%	-45.5
	小野町・三春町・本宮市・二本松市	2.2%	0.0%	4.2%	0.0%	1.3%	4.3%	-	-63.6
	1～3以外の県内市町	5.7%	20.0%	6.3%	5.5%	5.7%	5.6%	-	-48.3
	県外	7.7%	60.0%	12.5%	10.2%	5.0%	5.6%	-	-20.5
	海外	-	-	-	-	-	-	-	

表 2-6-1 は 3 年前との比較での売上高変化と事業者の得意先・販売先第 1 位を示したものである。回答数を 100% として業況別に内訳をみると、売上が好調な事業者は田村市以外で得意先・販売先に活路を見出している。販路の拡大が田村市の事業者にとって重要な課題となっている。

第 2 節 インターネットサービスの普及

本節では、インターネットサービス、キャッシュレス決済の状況を扱う。

表 2-6-2 地域別インターネットサービスの利用状況

		活用しているインターネットサービス							
		回答数	合計	ネット検索で情報収集	ホームページ・ブログ・SNSなどで情報発信	メールマガジンの発信	ネットショップ、ネット注文サイトの開設	その他	いずれも使っていない
12地域区分	全体	474	100.0%	54.6%	26.2%	2.1%	9.7%	2.1%	31.6%
	滝根	42	100.0%	61.9%	9.5%	0.0%	4.8%	7.1%	28.6%
	大越	48	100.0%	64.6%	25.0%	0.0%	8.3%	0.0%	25.0%
	都路	27	100.0%	48.1%	40.7%	0.0%	14.8%	0.0%	33.3%
	常葉	55	100.0%	45.5%	18.2%	0.0%	10.9%	1.8%	45.5%
	船引	204	100.0%	59.3%	33.8%	4.4%	12.7%	2.0%	26.0%
	文殊	12	100.0%	33.3%	25.0%	8.3%	0.0%	0.0%	50.0%
	美山	8	100.0%	25.0%	62.5%	0.0%	0.0%	0.0%	25.0%
	瀬川	10	100.0%	50.0%	20.0%	0.0%	0.0%	0.0%	30.0%
	移	23	100.0%	43.5%	8.7%	0.0%	0.0%	8.7%	39.1%
	芦沢	12	100.0%	58.3%	16.7%	0.0%	8.3%	0.0%	33.3%
	七郷	25	100.0%	44.0%	12.0%	0.0%	8.0%	0.0%	44.0%
	要田	8	100.0%	50.0%	12.5%	0.0%	12.5%	0.0%	50.0%

表 2-6-2 は、12 地域別にインターネットサービスの利用状況をまとめたものである。事業者の業態、事業規模によって異なるため、一概に言えないものの、船引よりもインターネットの利用が遅れている地域が多い。ホームページやネットショップの利用といった部分では市の中心部の取り組みを他の地域に広げる工夫はできそうである。現状でインターネットサービスは市内で十分に活用されているとはいいがたい。

表 2-6-3 事業形態とインターネットサービス

		活用しているインターネットサービス							
		回答数	合計	ネット検索で情報収集	ホームページ・ブログ・SNSなどで情報発信	メールマガジンの発信	ネットショップ、ネット注文サイトの開設	その他	いずれも使っていない
正社員合計	合計	461	100.0%	55.1%	26.5%	2.2%	9.8%	2.2%	31.0%
	2人以下	184	100.0%	35.8%	13.6%	1.2%	7.4%	4.9%	55.6%
	3～5人	145	100.0%	43.7%	22.3%	1.0%	5.8%	1.9%	40.8%
	6～10人	65	100.0%	61.4%	23.4%	0.7%	15.2%	1.4%	24.1%
	11～20人	40	100.0%	61.5%	33.8%	4.6%	9.2%	0.0%	21.5%
	21人以上	27	100.0%	77.5%	40.0%	10.0%	10.0%	2.5%	10.0%
組織形態	全体	474	100.0%	54.6%	26.2%	2.1%	9.7%	2.1%	31.6%
	個人企業	168	100.0%	35.7%	11.9%	0.6%	5.4%	1.8%	56.5%
	法人企業	269	100.0%	66.5%	30.5%	2.6%	11.5%	2.2%	18.2%
	その他	37	100.0%	54.1%	59.5%	5.4%	16.2%	2.7%	16.2%
4業種	製造業（農林業含む）	40	100.0%	2.5%	1.5%	0.8%	0.1%	0.2%	0.0%
	建設業	27	100.0%	3.7%	2.9%	1.5%	0.4%	0.4%	0.1%
	流通・商業	474	100.0%	0.2%	0.1%	0.1%	0.0%	0.0%	0.0%
	サービス業	168	100.0%	0.6%	0.2%	0.1%	0.0%	0.0%	0.0%

表 2-6-3 は事業形態とインターネットサービスの利用状況をまとめたものである。事業の規模が大きいほど、個人よりも法人の利用が進んでいる。インターネットサービスの利用の前に販路を拡大し、事業規模を大きくしてからインターネットサービスを拡大していくというのが田村市で創業した場合の成長路線ということになる。

表 2-6-4 キャッシュレス決済の導入状況

		導入しているキャッシュレス決済（対個人サービス業）							
		回答数	合計	クレジットカード	デビットカード	共通電子マネー (ICOCA, WAONなど)	バーコード・QRコード 決済 (PayPay, LinePay など)	いずれも 導入して いない	その他
正社員	合計	357	100.0%	24.6%	5.6%	10.6%	22.4%	67.5%	2.5%
	2人以下	159	100.0%	14.5%	4.3%	5.8%	17.4%	72.5%	4.3%
	3～5人	117	100.0%	16.7%	4.4%	8.9%	17.8%	77.8%	1.1%
	6～10人	45	100.0%	32.5%	4.3%	12.8%	25.6%	60.7%	1.7%
	11～20人	23	100.0%	33.3%	11.1%	17.8%	37.8%	57.8%	2.2%
	21人以上	13	100.0%	34.8%	13.0%	13.0%	21.7%	56.5%	8.7%
組織形態	全体	369	100.0%	24.1%	5.4%	10.8%	22.5%	67.2%	2.7%
	個人企業	164	100.0%	12.8%	2.4%	6.1%	13.4%	79.9%	1.8%
	法人企業	175	100.0%	36.6%	8.6%	16.0%	32.0%	53.7%	2.9%
	非営利組織	30	100.0%	13.3%	3.3%	6.7%	16.7%	76.7%	6.7%
4業種	製造業	48	100.0%	2.1%	0.9%	0.4%	0.0%	0.3%	0.0%
	建設業	115	100.0%	0.9%	0.5%	0.2%	0.0%	0.0%	0.0%
	流通・商業	165	100.0%	1.8%	1.2%	0.6%	0.0%	0.2%	0.0%
	サービス業	146	100.0%	6.8%	4.4%	2.4%	0.4%	0.9%	0.0%

表 2-6-4 は事業形態別に見たキャッシュレス決済サービスの導入状況である。インターネットと同じで、事業規模が大きいほど、個人企業よりは法人企業の利用が進んでいる。サービス業以外ではキャッシュレス決済サービスがあまり普及していない。

キャッシュレス決済サービスは、数年前まで多数が乱立していたが、いくつかの陣営に分かれて、現在ある程度の寡占化が進んでいる。代表的なものとして PayPay のようなバーコードを読み込むものもあるが、AirPay のようにクレジットカードからバーコードまで広範囲にカバーするものも登場している。

日本の場合、金融機関手数料の高さがネックとなり、クレジットカードを中心にキャッシュレスサービスの普及が主要先進国に比べて大きく遅れている。にもかかわらず、同サービスが全国で徐々に広がっているのは、現金のやり取りの手間を省けて、買い手と売り手の両方にメリットがあること、自治体のキャッシュレスキャンペーンが盛んに行われていること、現金と違ってお金の持ち歩きが必要なくなり、盗まれるといった犯罪にも足が付きやすいため、比較的対応しやすいといったことが知られている。電子取引は経理の手間を大幅に効率化できる。普及が遅れている地域でも世界的に導入が進んできている。田村市でもいずれ広がるとみられるため、特にサービス産業の事業者を中心に早めに適応しておくことが望まれる。

調査より浮かび上がってきた課題

販売先・仕入先から見ると事業者が田村市内に籠もりがち

- ・ 広域で活動する製造業、建設業を除くと、販売・仕入先の多くが田村市内になっており、事業者が狭い地域内に閉じこもっている状況になっている。
- ・ 市外への販路の拡大が重要な課題となる。

インターネットサービスは市内で十分に活用されているとはいいがたい

- ・ 事業規模が大きいほどインターネットサービスを活用している実態があるが、船引と他の地域で多少差があるため、比較的利用が進んだ地域の例を他に生かす必要がある。
- ・ 事業者の規模が大きいほどインターネットサービスを利用しているため、売上を伸ばして事業規模を拡大することが望まれる。

キャッシュレス決済はほとんど広がっておらず、市内に広がる余地がある

- ・ 田村市ではキャッシュレス決済は現状でほとんど広がっておらず、将来を考慮すると、サービス産業の事業者で早めの導入が望まれる。

本章では企業連携、社会連携について前半で取り上げる。次に事業者の田村市立地のメリット、事業者が市に対して今後希望する施策についてまとめる。

- ・規模が小さい事業者ほど利益の確保で苦戦しており、概ね社会連携活動にも積極ではない。そうした中で主に商工会の活躍が不利な点を補っている。
- ・産学連携・インターンシップ受け入れが今後求められる。
- ・発展の方向は「経営者育成」「雇用支援」が挙げられる。

第1節 企業連携・社会連携の現状と課題

田村市の法人に関して売上と費用から粗付加価値を求めて、2020年段階でどこが利益を上げているかを調べた。それぞれの項目別に内訳をみると、灰色の背景の部分が最も多かった。経営組織と正社員規模から言えることとして、売上規模が小さい事業者ほど利益の確保で苦しんでいることが明らかである。産業(業種)ではサービス業、流通・商業といった売上の割に利益率が低い業種で低収益となっている事業者が多く、しっかり利益を確保している事業者との明暗が分かれている。製造業や建設業は堅実に利益を確保している。2020年は新型コロナウイルス感染症の影響でサービス業が大変苦しかった極端な時期に当たるので、全体的に差が激しい時期の利益の分布となる。表2-7-1は法人の情報にもかかわらず、集計は事業所別に行った。そのため、同じ企業内の事業所が2重にカウントされるので、あくまで参考データとして表示しているが、国の統計を用いて利益を可視化するにはこのような方法しかない。

田村市事業者がやや内向きで、販路や仕入れ先が市内メインとなっていることは前節までに取り上げてきた。販路拡大や市外との協力、連携といったネットワークの拡大が重要である。

表 2-7-1 法人全体の粗付加価値

		法人全体の粗付加価値							
		合計	300万円未満	300万円～500万円未満	500万円～1000万円未満	1000万円～5000万円未満	5000万円～1億円未満	1億円～3億円未満	3億円以上
組織形態	全体	100.0	24.4	4.9	13.4	26.7	6.6	8.1	15.9
	個人企業	100.0	51.1	10.8	19.4	18.3	-	0.5	-
	法人企業	100.0	10.8	1.6	11.5	31.1	10.5	13.4	21.0
正社員合計	全体	100.0	26.1	5.4	14.8	30.0	6.3	7.0	10.4
	2人以下	100.0	52.1	10.8	19.1	10.8	0.5	1.0	5.7
	3～10人	100.0	8.8	2.0	15.1	52.7	6.8	4.9	9.8
	11～20人	100.0	0.0	0.0	0.0	23.1	28.2	23.1	25.6
	21人以上	100.0	4.5	0.0	0.0	0.0	13.6	50.0	31.8
業種 (4業種)	全体	100.0	24.4	4.9	13.4	26.7	6.6	8.1	15.9
	製造業	100.0	20.0	2.5	11.3	21.3	8.8	10.0	26.3
	建設業	100.0	7.9	5.3	17.5	38.6	10.5	15.8	4.4
	サービス業	100.0	29.5	7.1	13.5	24.4	5.8	3.8	16.0
	流通・商業	100.0	32.4	3.9	11.7	23.5	3.9	6.1	18.4

出所：本データは総務省統計局に申請して事業所母集団データベースを元に売上と費用から粗付加価値を計算し、さらに市調査の項目に当てはめて集計した。

図 2-7-1 は正社員規模別に社会連携の有無をまとめたものである。正社員規模別に見ると、規模が大きければ大きいほど社会連携事業に参加しているということがわかる。特に、2 人以下であると、76.5 パーセントが社会連携に参加していないと回答している。このことは、正社員の数が社会連携の参加に大きく影響していることを示している。その閾値は 10 人になっていて、10 人を超えている事業であると社会連携に対して積極的に参加しているが、10 人以下だと社会連携の程度というのが 7 割近く参加していないというように変わるので、田村市全体の事業者としては孤立感が強く感じられる数値になっている。図表から省いているが、経営組織は法人組織で社会連携しているところは 38.2% で個人事業の 22.2% より高くなっている。業種別には大きな違いが見られなかった。地域別では文殊、要田では社会連携に参加していない割合が、それぞれ 91.7%、87.5% となっている。常葉 (60.7%)、美山 (62.5%) は社会連携の参加割合が高い。

図 2-7-1 正社員規模別社会連携の有無

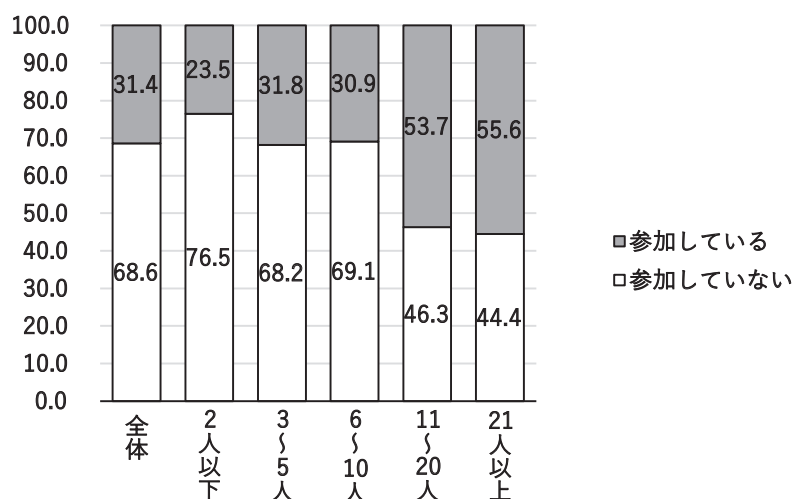


図 2-7-2 事業者が社会連携に参加していない場合、今後の参加検討の予定

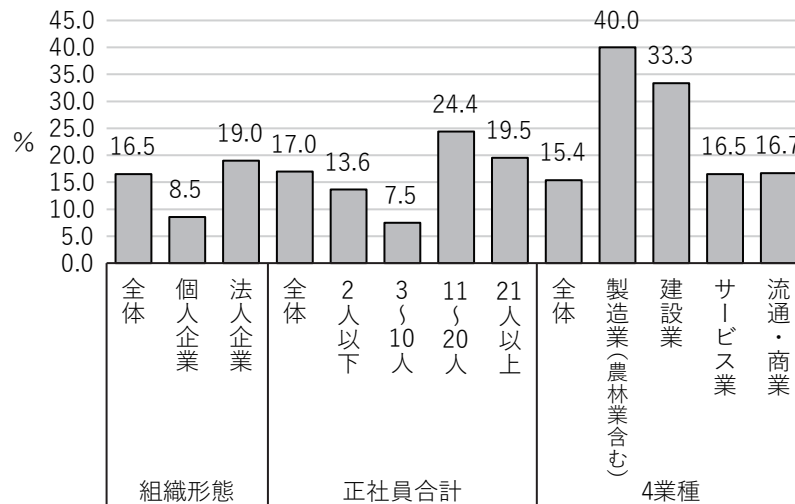


図 2-7-2 は、事業者が社会連携に参加していない場合、今後の参加検討の予定を聞いたものである。社会連携に参加していない事業者が 100% で、社会連携に今後積極的な姿勢を示す事業者の割合が示されている。正社員規模で 10 名以下の場合、社会連携に消極的な回答となっている。業種別ではサービス業と流通・商業が低くなっているが、これは感染症による自粛生活が影響している可能性がある。

表 2-7-2 社会連携に参加している場合の参加グループ（割合、単位％）

		参加している場合の参加グループ				
		合計	商工会	法人会	ロータリークラブ	その他
組織形態	全体	100.0	77.0	38.2	10.5	11.8
	個人企業	100.0	85.0	0.0	5.0	10.0
	法人企業	100.0	77.6	52.3	13.1	10.3
正社員合計	全体	100.0	76.7	38.7	10.7	12.0
	2人以下	100.0	78.3	17.4	4.3	8.7
	3～10人	100.0	77.6	43.3	13.4	13.4
	11～20人	100.0	63.6	45.5	22.7	13.6
	21人以上	100.0	86.7	73.3	0.0	13.3
4業種	全体	100.0	77.0	38.2	10.5	11.8
	製造業	100.0	73.3	26.7	6.7	13.3
	建設業	100.0	81.3	62.5	16.7	4.2
	サービス業	100.0	67.4	20.9	7.0	14.0
	流通・商業	100.0	82.6	32.6	8.7	17.4

表 2-7-2 は社会連携に参加している事業者の主な参加グループをまとめたものである。回答数が少なかったものは省いた。主にはこの 4 つの組織であるが、田村市にとって商工会は社会連携で決定的に重要な役割を果たしている。またこれまで何度かヒヤリングする中でも、事業者に対して市内商工会は他地域と比べても大変献身的に事業を支えてきている様子がうかがえた。商工会は田村市事業者にとって屋台骨になっているといっても過言ではない。事業規模が

大きい場合は、法人会などが重要になってくることが多いが、田村市では事業規模が大きくても商工会の役割が重要となっている。これは市内事業者が主に市内の狭い領域で取引をしているという事情が影響している可能性がある。表 2-7-2 は限定された対象に対する質問のため、全体の回答数は 152 である。

表 2-7-3 社会連携内容と関心

		他企業や異業種との連携のための会やグループへ参加している場合その内容、関心													
		合計	情報交換	経営に役立つ知識の習得	異業種交流	人脈・ネットワーク形成	販路開拓・取引先開拓	経営資源共有	人材育成	共同申請（補助金・商標等）	技術開発	共同求人	共同受注	共同研究	その他
組織形態	全体	100.0	87.9	50.3	34.2	37.6	15.4	3.4	7.4	8.1	2.7	0.7	0.7	0.7	2.0
	個人企業	100.0	73.0	32.4	16.2	18.9	10.8	2.7	2.7	18.9	2.7	0.0	0.0	0.0	8.1
	法人企業	100.0	92.5	56.6	42.5	44.3	17.9	3.8	8.5	4.7	2.8	0.9	0.9	0.9	0.0
正社員合計	2人以下	100.0	77.8	40.0	26.7	31.1	8.9	4.4	4.4	13.3	2.2	0.0	0.0	0.0	6.7
	3～10人	100.0	89.2	53.8	38.5	41.5	18.5	4.6	9.2	6.2	4.6	1.5	1.5	1.5	0.0
	11～20人	100.0	95.5	59.1	40.9	40.9	22.7	0.0	9.1	4.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	21人以上	100.0	100.0	60.0	33.3	40.0	6.7	0.0	6.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
4業種	製造業	100.0	73.3	53.3	13.3	20.0	6.7	6.7	6.7	13.3	6.7	0.0	0.0	0.0	6.7
	建設業	100.0	89.4	55.3	38.3	38.3	12.8	2.1	6.4	6.4	4.3	2.1	2.1	2.1	2.1
	サービス業	100.0	88.4	46.5	27.9	41.9	16.3	2.3	4.7	9.3	0.0	0.0	0.0	0.0	2.3
	流通・商業	100.0	90.9	47.7	43.2	38.6	20.5	4.5	11.4	6.8	2.3	0.0	0.0	0.0	0.0

表 2-7-3 は社会連携活動を行っている事業者に対する社会連携の内容と関心の回答をまとめたものである。先ほどと同様に限定された対象への質問のため、回答数が 149 に留まる。その内訳をまとめた。社会連携の目的は情報交換、経営に役立つ知識の習得、人脈・ネットワーク形成、異業種交流、販路開拓・取引先開拓といった項目が多い。田村市事業にとって課題となる人材育成、補助金などの共同申請といったやや高度な事業者同士の連携活動は少なかった。それ以外はほとんど回答がなかった。事業者の規模が小さくても中には大変積極的な回答が散見されるため、小さくても有望な事業者の存在がうかがえる。

図 2-7-3 産学連携事業の経験

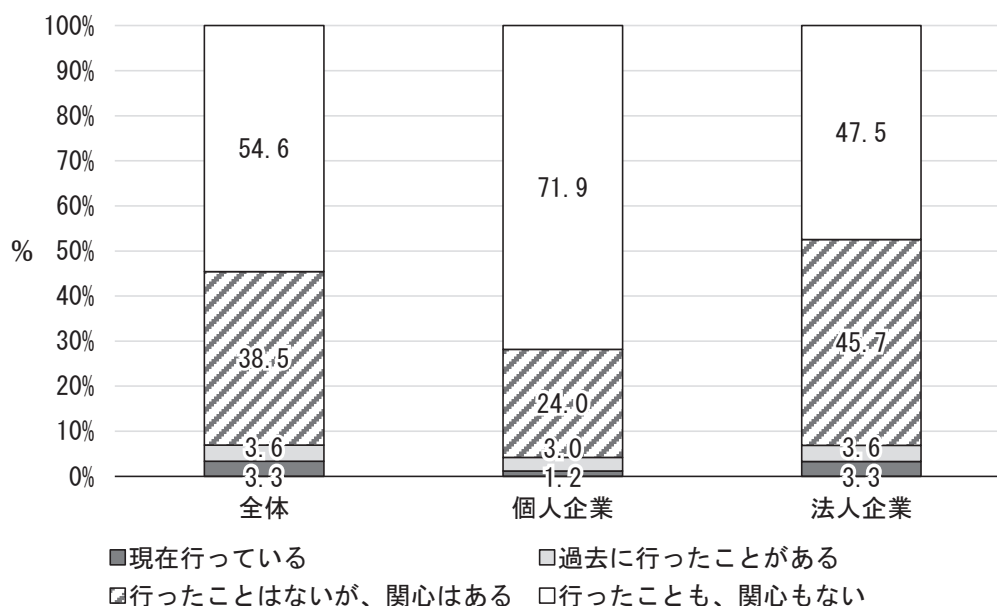
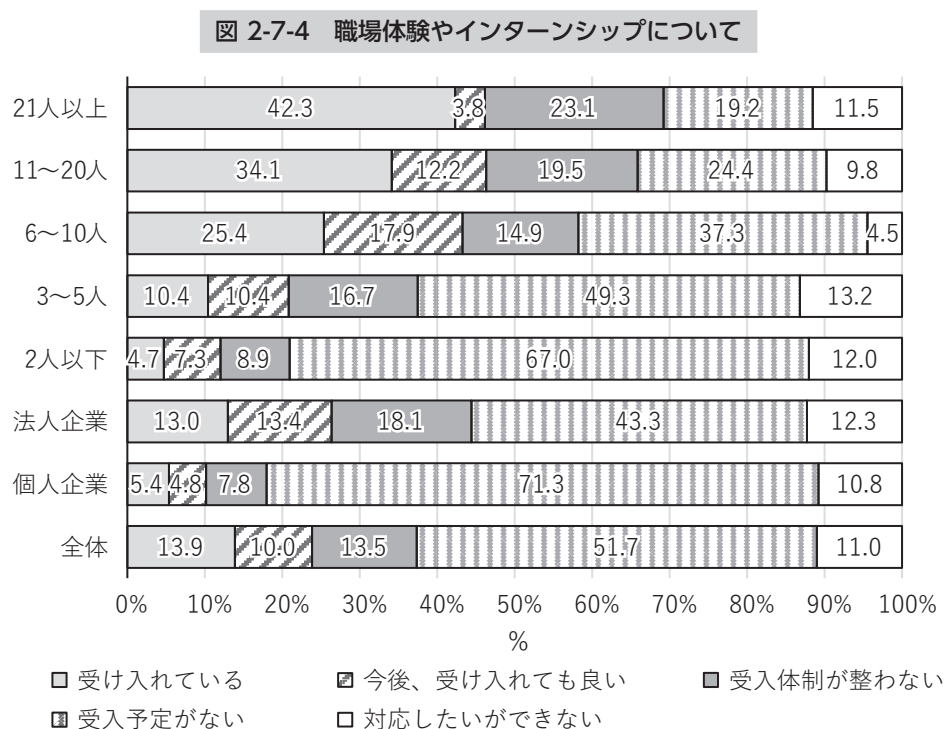


図 2-7-3 は産学連携事業の経験についての回答である。回答の合計が 100%となる。行ったことも関心もないという回答が多く、現在行っている、過去に行ったことがあるといった回答はほとんどなかった。法人企業を中心に行ったことはないが、関心はあるという回答は多く見られた。正社員規模や業種による大きな違いは見られなかった。

図 2-7-4 は職場体験やインターンシップの受け入れに対する姿勢を見た回答である。回答全体が 100%と割合で示している。事業規模が大きいほどこうした取り組みに熱心である。また若者も規模には敏感なため、規模が大きい事業者に対して積極的なことが数値で裏付けられていると推測される。



第2節 立地の認識と施策に関する要望

表 2-7-4 は事業者の田村市内立地のメリットをまとめたものである。何度も選ぶことができるマルチアンサー（MA）である。つながりや助け合い、取引先が市内にある、豊かな自然といった項目で多くの回答が得られたが、交通輸送の便が良い、支援が充実しているといった項目では属性に応じて回答割合が変わった。郡山市の近くであるが、市内事業者はあまりメリットに考えていない。総じて属性に応じた回答の違いは大きくなかった。

表 2-7-4 市内立地のメリット

		市内立地メリット (MA)											
		古くからのつながりがあり、助け合いや情報が得られる	取引先が市内にあり、交通費や時間が節約できる	優れた人材を集めやすい	地代・家賃や水道料金などが安い	豊かな自然環境がある	交通と輸送の便が良い	行政や教育機関、各種団体・組合の支援が充実している	商工会の支援が充実している	教育・医療・福祉などの公共施設が立地し、その利用者が顧客となり得る	市内に競合する同業他社が少ない	郡山市のベッドタウンであり、ビジネスチャンスが広がっている	その他
組織形態	全体	69.8	31.7	1.9	15.6	31.5	8.9	8.7	19.9	7.4	14.6	6.1	3.2
	個人企業	71.3	28.7	2.4	14.4	29.9	7.8	3.6	28.1	4.2	12.0	3.6	4.8
	法人企業	69.4	33.2	1.9	17.9	29.1	10.1	9.3	17.2	7.5	16.0	7.5	2.2
正社員合計	2人以下	100.0	45.8	2.8	22.9	45.1	13.2	12.9	28.2	11.0	21.0	9.1	4.4
	3～5人	66.7	26.9	2.7	15.1	29.0	6.5	4.8	19.9	3.8	14.0	4.8	3.8
	6～10人	74.1	38.5	2.1	15.4	32.9	12.6	7.0	23.1	12.6	11.9	8.4	2.1
	11～20人	65.2	30.3	1.5	21.2	37.9	6.1	13.6	15.2	4.5	19.7	9.1	1.5
	21人以上	73.7	34.2	0.0	15.8	21.1	2.6	18.4	13.2	10.5	18.4	5.3	7.9
4業種	製造業	69.2	30.8	0.0	11.5	38.5	26.9	23.1	19.2	11.5	15.4	0.0	0.0
	建設業	69.8	31.7	1.9	15.6	31.5	8.9	8.7	19.9	7.4	14.6	6.1	3.2
	サービス業	49.0	26.5	2.0	20.4	46.9	18.4	6.1	30.6	4.1	22.4	4.1	4.1
	流通・商業	73.4	37.6	1.8	19.3	31.2	9.2	8.3	15.6	7.3	5.5	6.4	3.7

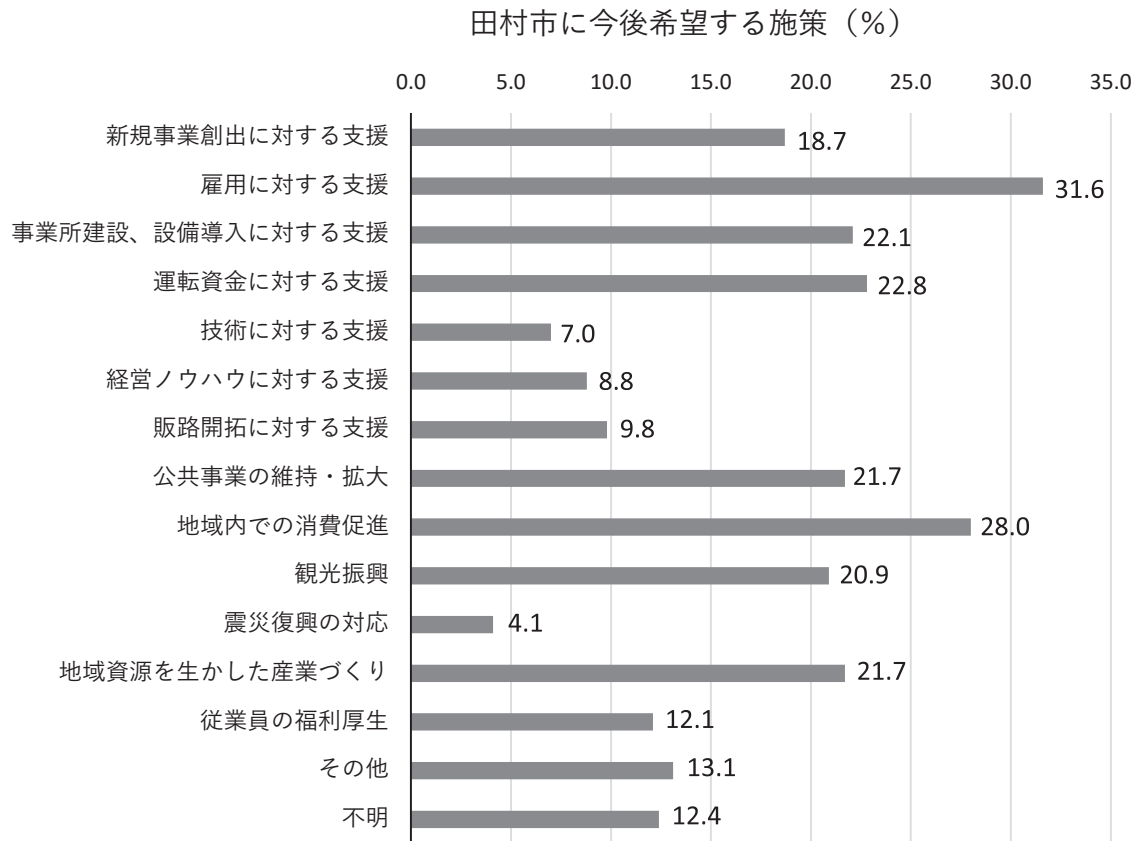
表 2-7-5 は田村市全体の経済が発展するために必要と考える方向ということで、事業者から市への施策の要望となる。先に人材育成のところでも取り上げたが、経営者の育成、起業・創業支援の充実、商店街の再生、公共事業の維持・拡大、震災復興の対応といった項目で回答が多かった。逆に地域内での消費促進、観光振興、DX 推進といった内容への支持は多くない。

表 2-7-5 田村市全体の経済が発展するために必要と考える方向

		田村市全体の経済が発展するために必要と考える方向													
		合計	農林業 の強化	若手経営 者の育成	起業・創業 支援の充実	経営改革支 援の充実	商店街の再 生	空き店舗の 利活用	DX推 進	公共事業の 維持・拡大	地域内での 消費促進	観光 振興	震災復興 の対応	地域資源を生か した産業づくり	その他
組織 形態	全体	453	118	161	104	67	139	123	9	152	33	25	101	47	19
	個人企業	156	44	54	28	13	61	50	0	46	6	7	34	15	5
	法人企業	261	64	91	67	49	65	64	8	99	24	16	63	27	13
正社 員合 計	2人以下	167	49	50	32	17	63	51	2	48	4	4	40	17	13
	3～5人	140	33	45	30	24	45	45	2	53	15	14	30	12	1
	6～10人	66	20	30	19	11	15	12	2	20	4	4	16	8	3
	11～20人	39	9	17	15	7	6	8	2	17	5	0	8	5	1
	21人以上	26	5	11	7	5	8	4	1	10	5	3	3	3	1
4業種	製造業	47	11	14	12	10	14	11	0	14	4	3	8	8	3
	建設業	114	41	47	31	20	24	30	3	47	9	6	27	14	1
	サービス業	139	25	53	39	14	46	40	1	38	9	7	35	14	4
	流通・商業	153	41	47	22	23	55	42	5	53	11	9	31	11	11

図 2-7-5 は事業者が田村市に今後期待する施策である。先の表 2-7-5 で回答が少なかった項目にも長い目で見て回答が多く集まっていることがわかる。「雇用に対する支援」「地域内での消費促進」が多く挙げられ、次いで「運転資金、事業所建設、設備導入に対する支援」「地域資源を生かした産業づくり」「観光振興」等の回答が多かった。

図 2-7-5 今後希望する施策



孤立する零細事業者に対する商工会の役割

- ・ 全体のうち、他企業や異業種との連携のための会やグループに「参加していない」が半数を超えた。「参加していない」のうち「今後参加を検討」は少数であり、消極的な姿勢がみられた。
- ・ 「参加している」場合のグループは「商工会」が最多で、次いで「法人会」となっていた。

企業連携

- ・ 従業員数が少ないほど、また法人企業より個人企業・非営利組織ほど連携をしていない。
- ・ 連携の内容・関心が「情報交換」が最多で、次いで「経営に役立つ知識習得」「人脈・ネットワーク形成」「異業種交流」が挙げられていた。

産学連携・インターンシップ受け入れ

- ・ 産学連携への関心は40%程度あるが、インターンシップ受け入れについては受け入れ予定なしが半数にのぼった。

立地のメリット認識

- ・ 複数回答で「古くからのつながり、助け合いがある」が半数以上の回答を得ているほか、「取引先の近接性」「豊かな自然環境」を25%程度回答として挙げていた。

田村市経済発展の方向

- ・ 複数回答で「若手経営者の育成」「公共事業の維持・拡大」が25%を超え、次いで「商店街の再生」「空き店舗の利活用」そして「農林業の強化」が挙げられた。

希望する施策

- ・ 「雇用に対する支援」「地域内での消費促進」が多く挙げられ、次いで「運転資金、事業所建設、設備導入に対する支援」「地域資源を生かした産業づくり」「観光振興」等の回答が多かった。

第Ⅲ部

施策の展開のために

第 1 節では、「田村市中小企業及び小規模企業振興基本条例」の認知に焦点を当て、その現状を分析し、また、その概要や意義について考察していく。第 2 節では、田村市が提供している支援施策の利用状況を詳しく分析し、特に新型コロナウイルス感染症拡大下での施策の役割に焦点を当てる。第 3 節では、国や県が提供する支援施策の利用状況に焦点を当て、市の支援施策との関係性を分析する。

この章の分析で浮かび上がってきたのは、次の点である。

- ・「田村市中小企業及び小規模企業振興基本条例」の認知度が低い。
- ・コロナ禍で売上・利益が減少した事業所が支援施策を利用。
- ・市の施策の認知度は低い。一方、国・県の支援施策の認知は進んでいる。

第 1 節 振興基本条例の認知

2019 年 6 月に制定され、同年 7 月に施行された「田村市中小企業及び小規模企業振興基本条例」では、市の経済発展をけん引する主要な力として中小企業者が位置づけられている。この振興基本条例によれば、市、中小企業団体、金融機関、教育機関、市民には、協力して中小企業の発展に取り組むことが求められている。振興基本条例の主な内容は以下の通り。

(目的) 第 1 条 市経済の発展と市民経済の向上

(基本理念) 第 3 条

- (1) 中小企業は、自らの努力及び創意工夫により経営力向上を図り、事業の持続的な発展に努める。
- (2) 市、中小企業団体、金融機関、教育機関並びに市民は、中小企業の発展を図るため相互に協力する。

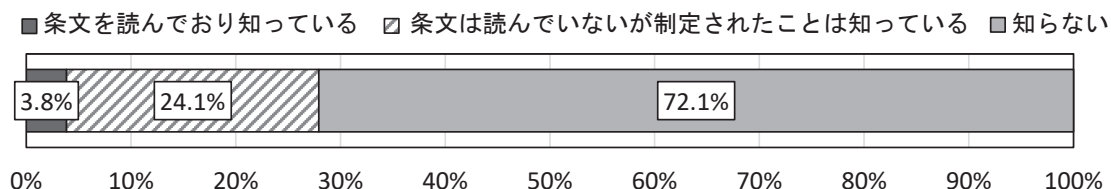
(中小企業者及び小規模企業者の努力) 第 6 条

- 1 自主的に経営力向上、経営基盤の強化及び経営の革新に努める。
- 2 人材の育成、雇用の安定、従業員の福利厚生の実施、従業員の子育て及び介護支援等に配慮した仕事と生活の調和の実現に努める。

- 3 社会的責任を自覚し、暮らしやすい地域社会の実現に貢献するよう努める。
- 4 学生・就職希望者の就業の体験活動、学校又は関係団体が行う職業の体験活動に協力するよう努める。
- 5 自己の企業活動の積極的な広報に努める。

2022年時点の振興基本条例の認知度に関する結果を示した図3-1-1によれば、事業所のうち「条文を読んでおり知っている」と回答した割合が3.8%、一方で「条文は読んでいないが制定されたことは知っている」と回答した割合が24.1%、そして「知らない」と回答した割合が72.1%であった。制定・施行から3年経過しても約70%の事業所が振興基本条例を知らない状態が続いており、認知度の向上は課題となる。一方で、30%近くの事業所が認知していることは評価される。

図 3-1-1 振興基本条例の認知



今後の取り組みにおいて、どのような事業所が振興基本条例を認知しているかを把握することは重要である。そのため、従業員規模、組織形態、業種、地域の観点から認知度を確認する。

図3-1-2は、正社員の規模別に振興基本条例の認知度をみたものである。振興基本条例を「知らない」と回答した事業所の割合は、2人以下で77%、3-10人で73%、11人以上で57%となった。正社員規模の小さい事業所ほど、「知らない」と回答した割合が多いことがわかる。図3-1-3は、個人・法人別に振興基本条例の認知度をみたものである。振興基本条例を「知らない」と回答した事業所の割合は、個人企業で81%、法人企業で67%となった。

図 3-1-2 正社員規模別の振興基本条例の認知

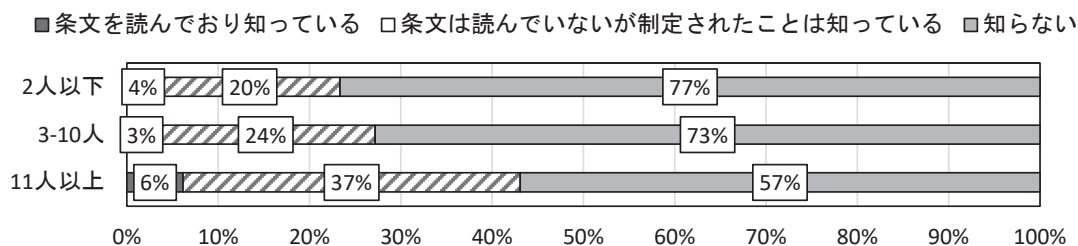


図 3-1-3 個人・法人別の振興基本条例の認知

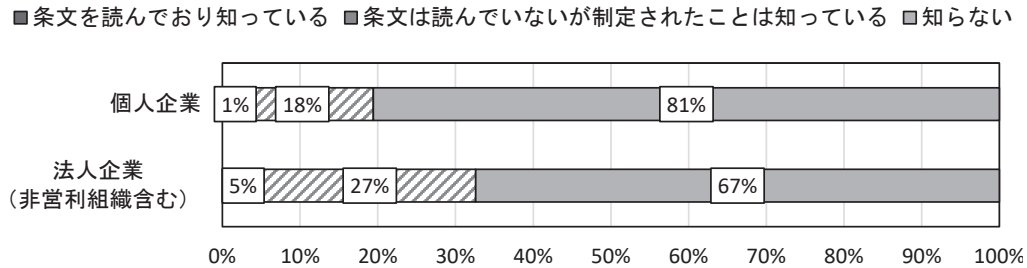
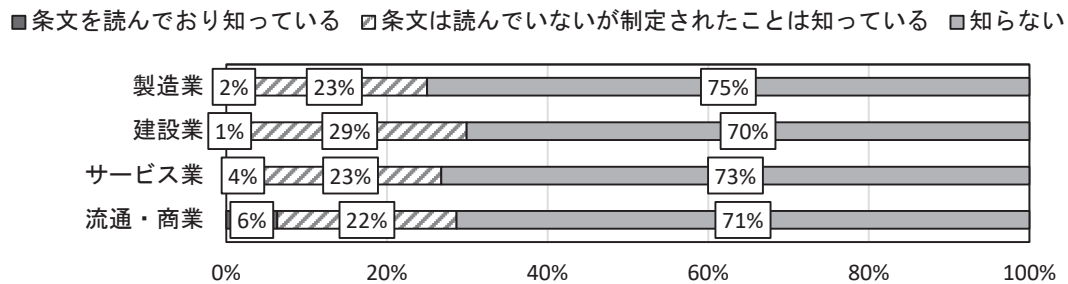


図 3-1-4 は、業種別に振興基本条例の認知度をみたものである。振興基本条例を「知らない」と回答した事業所の割合は、製造業で 75%、サービス業で 73% となったものの、業種別の振興基本条例の認知度に、明確な差はみられなかった。

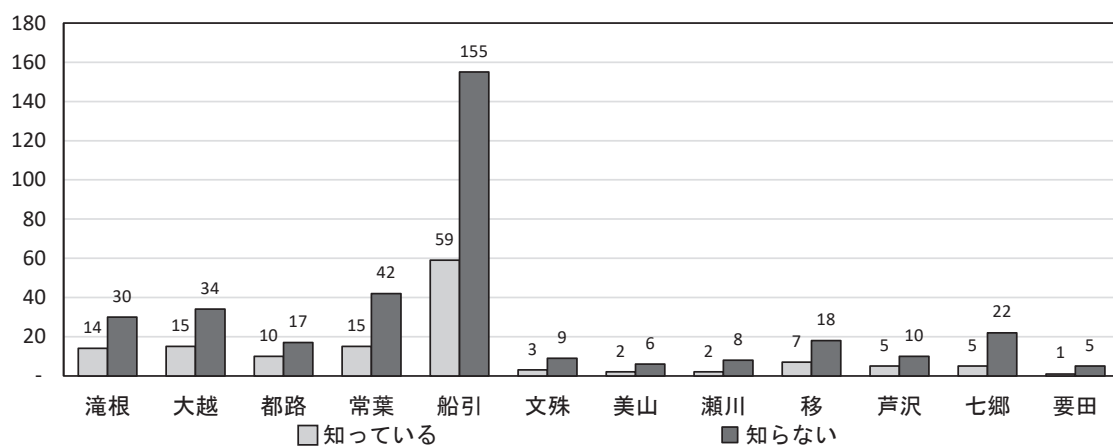
図 3-1-4 業種別の振興基本条例の認知



図表 3-1-5 は、地域別に振興基本条例の認知度をみたものである。振興基本条例を「知らない」と回答した事業所数は、船引で 155 事業所となり最も多かった。船引は中心市街地で事業所が集積しており、振興基本条例の周知が効果的に行える可能性がある。

総括すると、振興基本条例を認知していない事業所は正社員規模が小さく、個人企業である傾向があり、今後の施策策定においては、船引地域に所在する事業所への対策が重要となる。

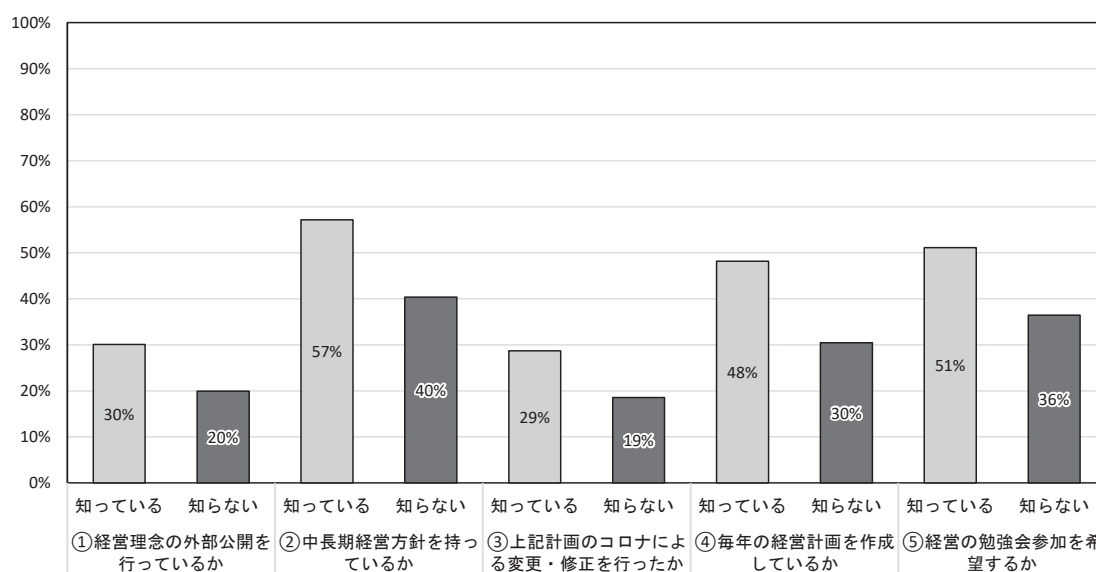
図 3-1-5 地域別の振興基本条例の認知



本章の最初で述べたように、振興基本条例の第6条では、中小企業者に対して経営力の向上、基盤の強化、経営の革新を自主的に進め、さらに、人材の育成、雇用の安定、従業員の福祉、仕事と生活の調和などにも配慮するよう求めている。そこで、経営指針・経営計画、人材育成の仕組み・マニュアル、就業規則、そして研修について詳しくみていく。

図3-1-6では、振興基本条例の認知度に応じて経営指針・経営計画を持つ事業所の割合を示している。振興基本条例を「知っている」事業所では、経営理念を外部に発信し、中長期の経営計画を策定し、定期的に修正を行い、毎年の経営計画を作成する割合が高い。同様に、経営の勉強会への参加意向も高い。これからも振興基本条例を広く知らせ、中小企業が経営力と基盤の向上に向けて積極的な意識を持つことの重要性がわかる。

図3-1-6 振興基本条例の認知と経営指針・経営計画の有無



(注) 振興基本条例の認知別の経営指針・経営計画の有無の割合。例えば、振興基本条例を知っている（「条文を読んでおり知っている」又は「条文は読んでいないが制定されたことは知っている」）と回答した事業所のうち、30%は「経営理念の外部公開を行っている」と回答した。

図3-1-7では、振興基本条例の認知度に基づいて人材育成の仕組み・マニュアル及び就業規則を持つ事業所の割合を示している。振興基本条例を「知っている」事業所では、人材育成の仕組みや就業規則を保有し、必要に応じて改定・修正する割合が高い。また、人材育成のための勉強会への参加意向も高い。図3-1-8では、振興基本条例の認知度に応じて研修を実施する事業所の割合を示しており、「知っている」事業所では研修を「している」又は「今後は行う予定がある」割合が高い。振興基本条例の認知は、人材育成の積極的な取り組みにおいても重要であることを示唆している。

図 3-1-7 振興基本条例の認知と人材育成の仕組み・マニュアル及び就業規則の有無

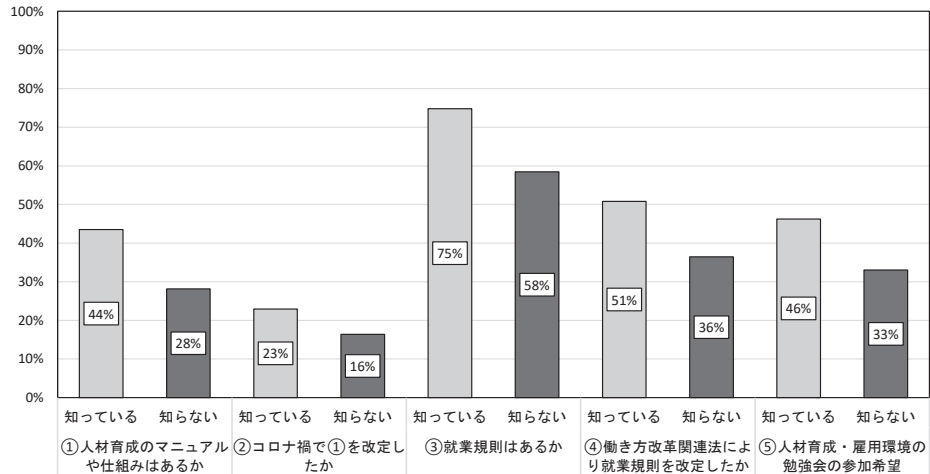
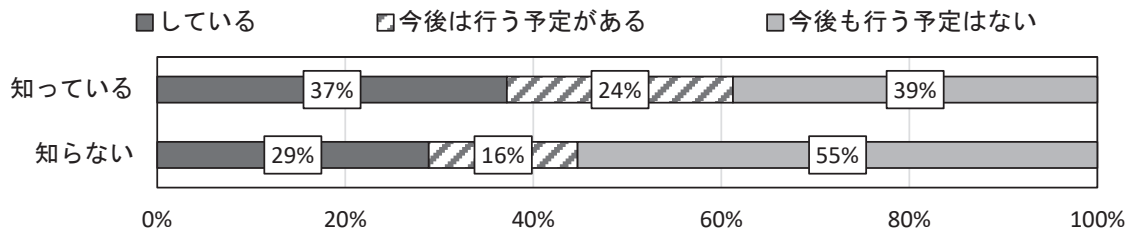
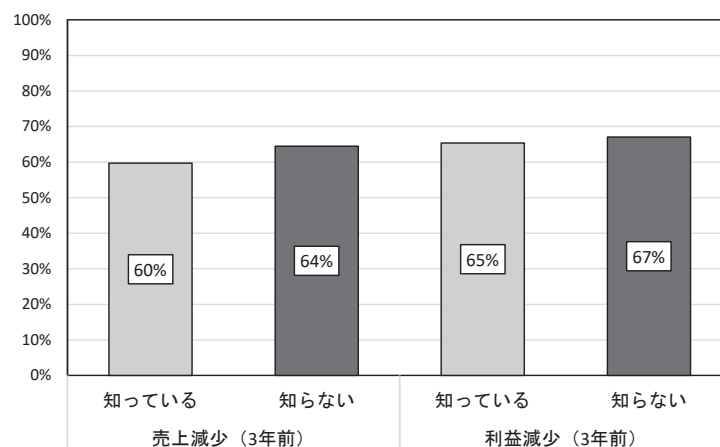


図 3-1-8 振興基本条例の認知と研修の有無



最後に、振興基本条例の認知度と、3年前と比較した売上・利益の変化についてみる。コロナ禍で多くの事業所の売上や利益が減少している。振興基本条例を「知っている」事業所は、売上・利益が「減少した」と回答する割合が比較的低い傾向があるが、明確な差とは言えない。これは、コロナ禍において全体的に売上減少の圧力が大きく、違いが目立たなくなっている可能性が考えられる。また、振興基本条例は中小企業振興における基本的な姿勢及び方向性を示すものであり、今後はより具体的な施策の検討が求められる。

図 3-1-9 振興基本条例の認知別の3年前と比べた売上・利益の変化



第2節 市の支援施策の利用状況

市の中小企業支援施策の利用状況は図 3-1-10 のとおりとなった。「①田村市中小企業・小規模事業所支援事業補助金」を利用した事業所が最も多く 17%であった。次に、「③田村市中小企業借入金利子補給金」を利用した事業所が 16%となっている。「知らない」と回答した事業所が、どの施策についても過半数近くを占めており、市の支援施策に対する認識向上は課題となっている。市は、支援策に関する情報をわかりやすくまとめたパンフレットなどを作成し、中小企業事業者に広く周知することが必要となる。

図 3-1-10 市の支援施策の利用状況

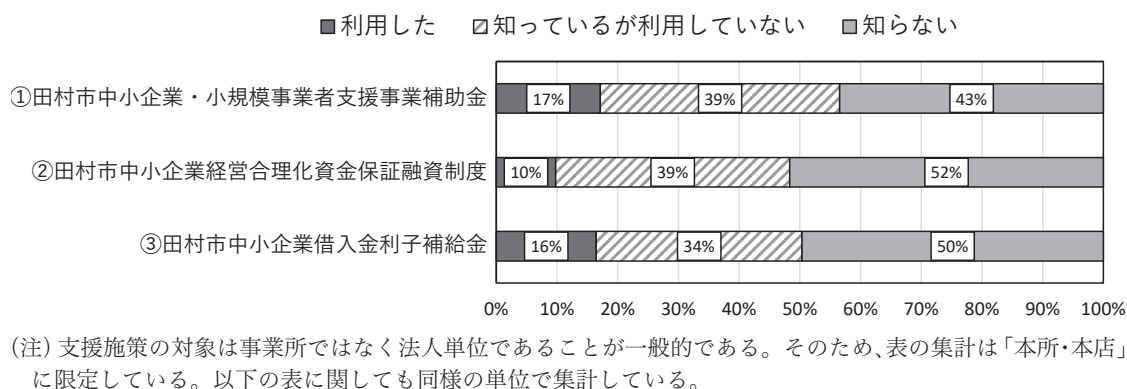
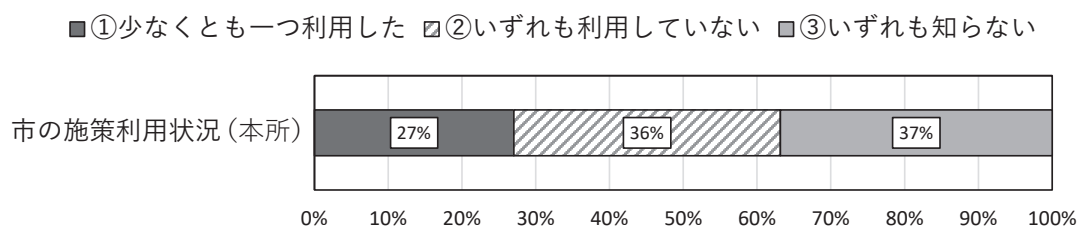


図 3-1-11 は、図 3-1-10 の市の支援施策について、「少なくとも一つ利用した」、「いずれも利用していない」、「いずれも知らない」の各カテゴリに整理したものである。市の各施策を「少なくとも一つ利用した」事業所は 27%で、「いずれも利用していない」事業所は 36%だが、「いずれも知らない」と回答した事業所は 37%となった。

図 3-1-11 市の支援施策の利用状況



(注) 「①少なくとも一つ利用した」とは、図 3-1-10 施策のうち、少なくとも一つは「利用した」と回答した事業所。「②いずれも利用していない」とは、同図 3-1-10 施策のうち少なくとも一つは「知っているが利用していない」と回答した事業所（①は除く）。「③いずれも知らない」とは、同図 3-1-10 施策のうち少なくとも一つは「知らない」と回答した事業所（①、②は除く）。

図 3-1-12 は、「3 年前と比べた売上変化」と市の支援施策の利用状況の関係について示したものである。売上が減少している事業所ほど、市の支援施策を利用する傾向が見られる。この結果は、コロナ禍で売上が減少した事業所が、市の支援施策を利用して存続した可能性を示唆

している。ただし、売上が「やや減少」した事業所では、39%が市の支援施策を「いずれも知らない」と回答しており、売上が「大幅に減少」した事業所でも37%が同様に「いずれも知らない」と回答している。この点から、市の支援施策への認知度がまだ不十分である可能性が示唆されている。

図 3-1-13 は「3 年前と比べた利益の変化」と市の支援施策の利用状況の関係について示したものである。利益についても概ね同様の結果となっている。

図 3-1-12 3 年前と比べた売上の変化と市の支援施策の利用状況

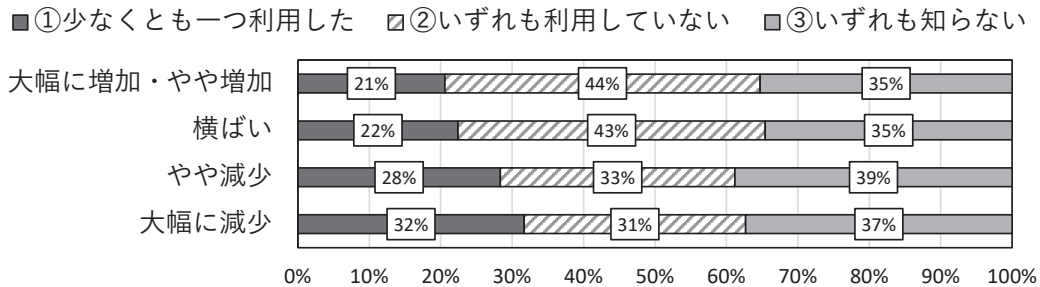


図 3-1-13 3 年前と比べた利益の変化と市の支援施策の利用状況

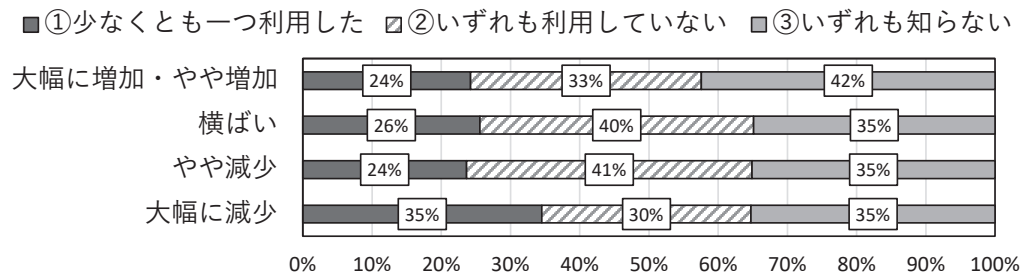


図 3-1-14 は、正社員規模別に市の施策の利用状況をみたものである。3-10 人事業所で最も利用割合が高く、11 人以上事業所で最も利用割合が低い結果となった。さらに、規模の小さい事業所ほど「いずれも知らない」と回答した割合が多いことがわかる。

図 3-1-14 正社員規模別の市の支援施策の利用状況

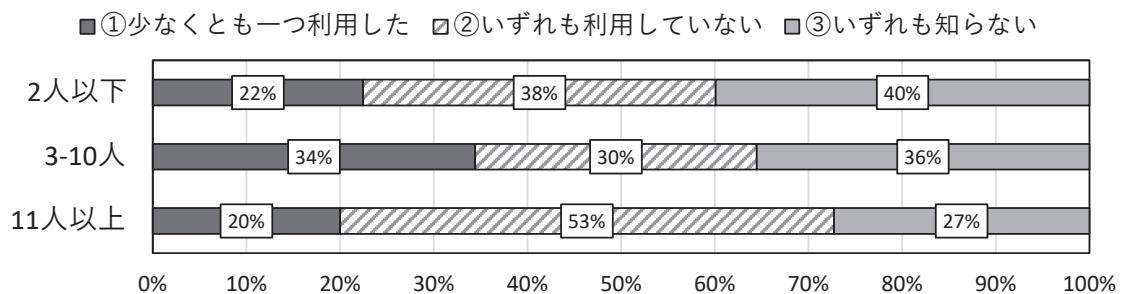


図 3-1-15 は、業種別に市の施策の利用状況をみたものである。「製造業」において利用割合が高く、「建設業」において利用割合が低い傾向がみられる。特に、「流通・商業」では、市の支援施策を「いずれも知らない」と回答した事業所の割合が43%となり、他の業種に比べ高い割合を示している。

図 3-1-15 業種別の市の支援施策の利用状況

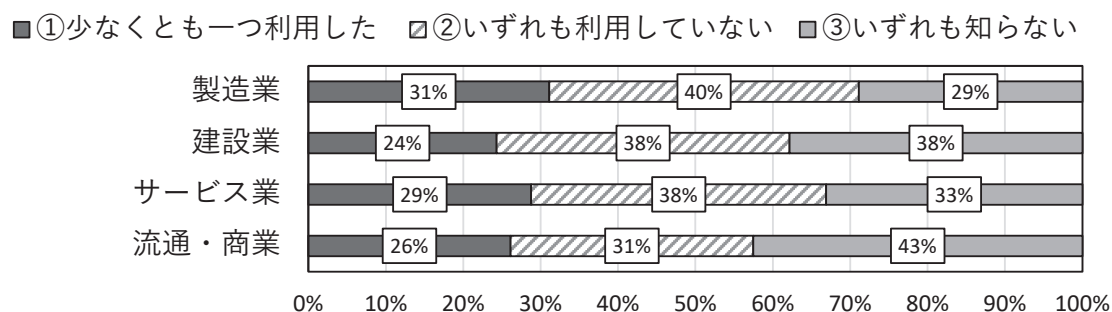
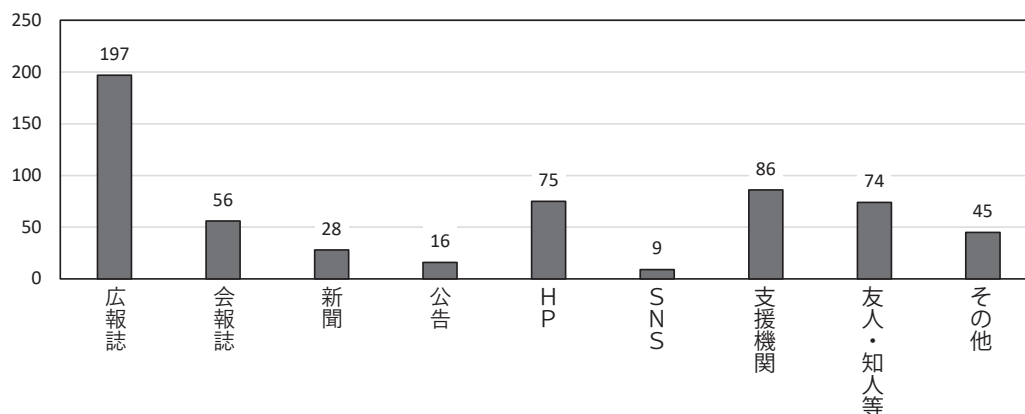


図 3-1-16 は、事業所がどのような媒体で支援施策を認知したかを示す。事業所の回答のうち、「広報誌」が最も多く（197 事業所）、次いで「支援機関」が多かった（86 事業所）。

図 3-1-16 市の施策を何で知ったか（回答事業所数）



第3節 国・県の支援施策の利用上状況

国・県の支援施策の利用状況は図 3-1-17 のとおりとなった。「①持続化給付金」を利用した事業所が最も多く 52%、次いで「③事業復活支援金」を利用した事業所が 25%となっている。市の支援施策と比較すると、「知らない」と回答した事業所は少数であるものの、「利用していない」と回答した事業所が多数存在する。

図 3-1-17 国・県の支援施策の利用状況

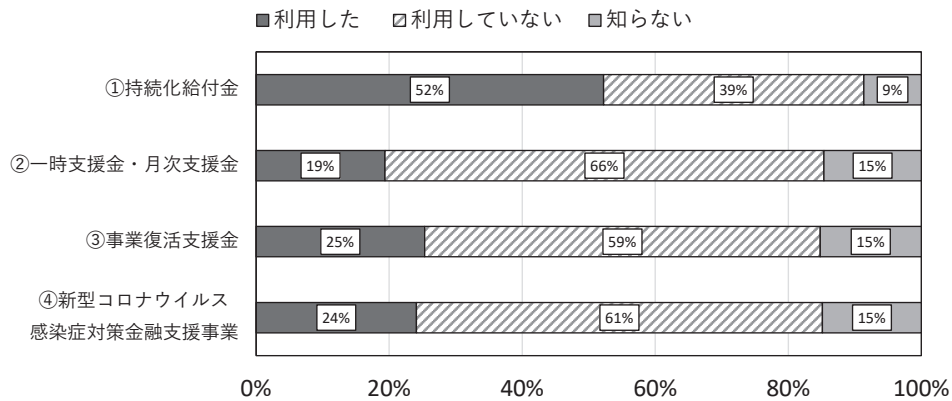
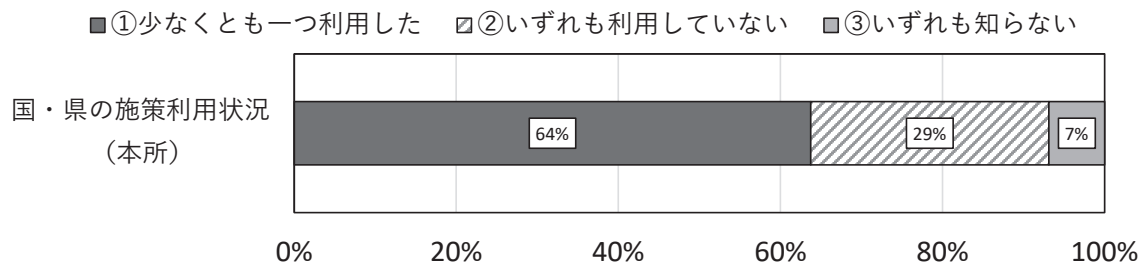


図 3-1-18 は、図 3-1-17 の国・県の支援施策について、「少なくとも一つ利用した」、「いずれも利用していない」、「いずれも知らない」の各カテゴリに整理したものである。国・県の各施策を「少なくとも一つ利用した」事業所は 64%で、「いずれも利用していない」事業所は 29%だが、「いずれも知らない」と回答した事業所は 7%となった。これらの結果から、市の支援施策と比較して、国・県の支援施策に対する認知が進んでいるといえる。

図 3-1-18 国・県の支援施策の利用状況



(注) 「①少なくとも一つ利用した」とは、図 3-1-17 施策のうち少なくとも一つは「利用した」と回答した事業所。「②いずれも利用していない」とは、同図 3-1-17 施策のうち少なくとも一つは「利用していない」と回答した事業所 (①は除く)。「③いずれも知らない」とは、同図 3-1-17 施策のうち少なくとも一つは「知らない」と回答した事業所 (①、②は除く)。

図 3-1-19 は、「3 年前と比べた売上の変化」と国・県の支援施策の利用状況の関係について示したものである。売上が「やや減少」した又は「大幅に減少」した事業所では、国・県の支援施策の利用割合がそれぞれ 67%、71%となっており、売上が減少している事業所ほど、国・県の支援施策を利用する傾向が見られる。一方、売上が「大幅に増加」又は「やや増加」した事業所においても利用割合が 60%と高くなっている。

図 3-1-20 は「3 年前と比べた利益の変化」と国・県の支援施策の利用状況の関係について示したものである。利益についても概ね同様の結果となっている。

図 3-1-19 3年前と比べた売上の変化と国・県の施策の利用状況

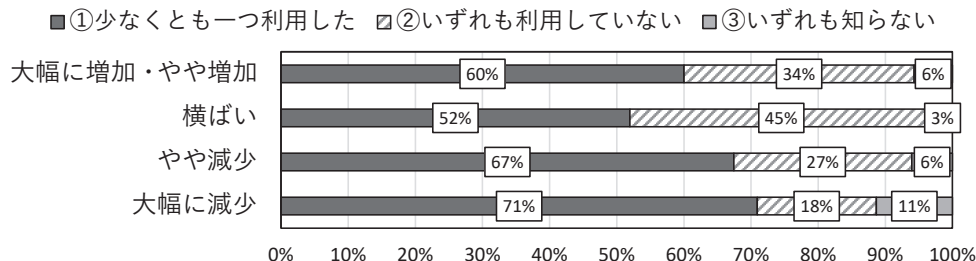
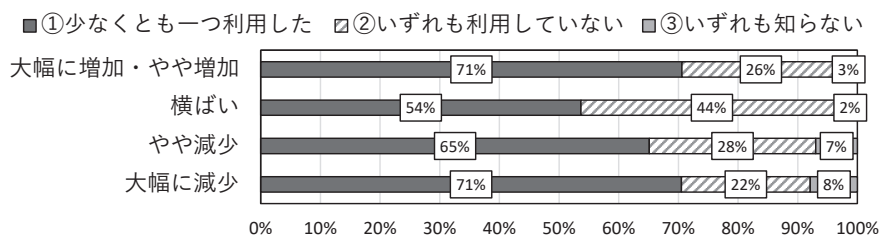


図 3-1-20 3年前と比べた利益の変化と国・県の施策の利用状況



正社員規模別に国・県の施策の利用状況をみると、3-10人規模の事業所で利用割合が最も高いものの、明確な違いはみられなかった（図 3-1-21）。業種別にみると、「製造業」で利用割合が最も高く、「サービス業」で利用割合が最も低い結果となった（図 3-1-22）。

図 3-1-21 正社員規模別の国・県の施策の利用状況

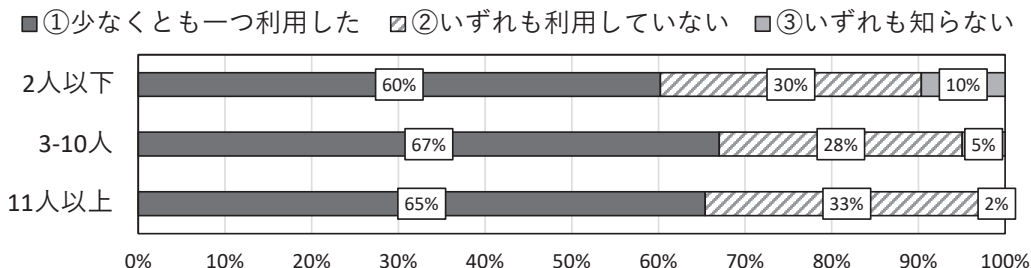


図 3-1-22 業種別の国・県の施策の利用状況

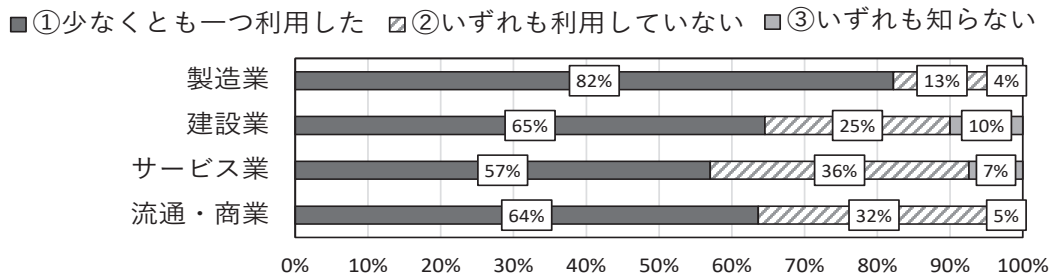


図 3-1-23 は、市の支援施策の利用状況（図 3-1-11）と国・県の支援施策の利用状況（図 3-1-18）をクロス集計し、市と国・県の施策の利用関係を示したものである。これにより、国・県の施策と市の施策の両方を利用した事業所、又は国・県の施策を利用せず市の施策を利用した事業所などを把握でき、行政の支援施策の重なりを確認できる。

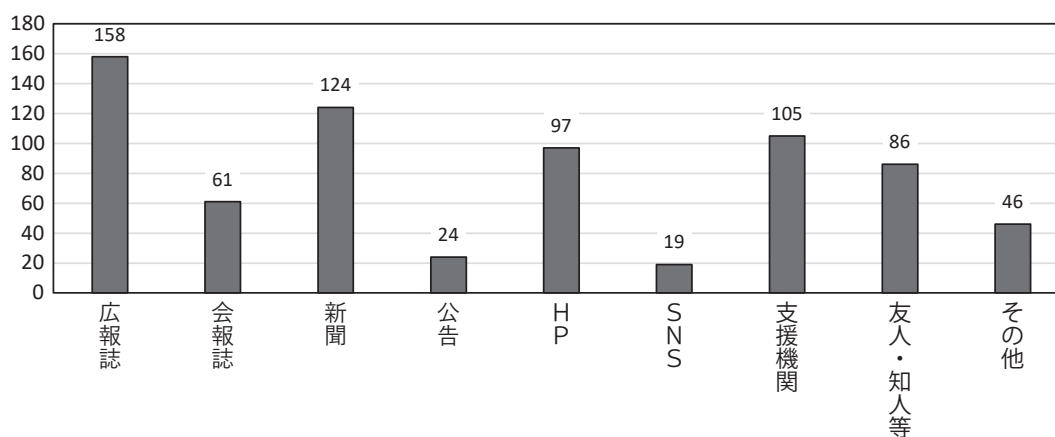
図 3-1-23 によると、国・県の施策と市の施策の両方を「受けた」事業所は 94 ある。一方、国・県・市の施策を「いずれも知らない」事業所は 26 存在し、全体の 6% に留まる。国・県の施策の認知度が高く、国・県・市の施策をどれも知らない事業所は比較的少ないことがわかる。

図 3-1-23 国・県の支援施策の利用状況と市の支援施策の利用状況（回答事業所数）

		国・県の施策利用状況			合計
		①少なくとも一つ受けた	②いずれも受けていない	③いずれも知らない	
市の施策利用状況	①少なくとも一つ受けた	94	19	1	114
	②いずれも受けていない	88	55	2	145
	③いずれも知らない	77	49	26	152
	合計	259	123	29	411

図 3-1-24 は、事業所が国・県の支援施策を認識した媒体を示す。「広報誌」と回答した事業所が最も多く（158 事業所）、次いで「新聞」と回答した事業所が多かった（124 事業所）。市の支援施策に関する認識媒体（図 3-1-16）と比べ、「新聞」と回答する事業所が多くみられた。

図 3-1-24 国・県の施策を何で知ったか（回答事業所数）



中小企業が認識しやすい情報発信を検討する必要性

- ・3年前に制定・施行された「田村市中小企業及び小規模企業振興基本条例」について、今回の調査では約70%の事業所が「知らない」と回答しており、認知度向上が課題となっている。振興基本条例を「知らない」と回答した事業所は、主に小規模で個人企業が多く、これらは船引地域に集中していることがわかった。
- ・この振興基本条例は、中小企業に対して、自主的に経営力の向上、基盤の強化、経営の革新に努めることを求めている、さらに、人材の育成、雇用の安定、従業員の福祉など、働き方にも配慮するよう求めている。
- ・今回の調査によれば、振興基本条例を「知っている」事業所は、「経営指針・経営計画」を策定し、経営力の向上に努めていることがわかった。また、これらの事業所は「人材育成の仕組み・マニュアル」や「就業規則」を整備し、「研修」を実施している。
- ・市には、パンフレット等の中小企業が認識しやすい情報発信を検討し、振興基本条例を認知させることで、その理念を中小企業に広めていくことが求められる。

コロナ禍で売上・利益が減少した事業所が市の支援施策を利用。市の支援施策の認知の低さが課題であり、中小企業が認識しやすい情報発信が必要

- ・市の各支援施策の利用状況をみると、「知らない」と回答した事業所がいずれも50%程度存在する。
- ・「3年前と比較した売上・利益」が減少した事業所ほど、市の支援施策を利用する傾向がみられ、市の施策はコロナ禍の影響を緩和したことを示唆している。一方で、「3年前と比較した売上・利益」が減少した事業所でも、市の支援施策を「知らない」と回答した事業所が40%近く存在する。
- ・小規模事業所が市の支援施策を認知していない傾向がある。また、事業所は、市の支援施策を主に「広報誌」で認知していることがわかった。
- ・市には、振興基本条例と同様、中小企業が認識しやすい情報発信を検討し、支援施策を周知することが求められる。

国・県の支援施策の認知は進んでいる

- ・国・県の支援施策の利用状況を確認すると、「知らない」と回答した事業所がいずれも20%以下であり、これは国・県の施策の認知が進んでいることを示唆している。また、国・県の施策の認知が進んでいるため、国・県・市の施策を全く知らない事業所は比較的少ない。

令和 5 年度現在の田村市商工課取り扱い各種支援制度一覧

以下は参考までに田村市の施策一覧をまとめた。申請方法やお問い合わせはここでは省く。

NO. 1 店舗バリアフリー改修補助事業（事業者向け）

1 支援の種類	店舗バリアフリー改修補助金の交付
2 支援の内容	○支援の概要 市内業者の事業活動を支援し、もって地域経済の活性化を図るとともに、高齢者、障害者等の社会参加を促進するため、店舗のバリアフリー改修工事を行う者に対し、予算の範囲内で補助金を交付する。 ○補助対象者（いずれにも該当する者） ・本市に自らが営む店舗を有する中小企業者 ・市税を滞納していない者 ○補助対象となる改修工事（いずれにも該当する工事） ・市内業者が施工するものであること ・工事に要する経費が5万円以上（消費税及び地方消費税を除く）であること ・当該工事について市から他に補助等を受けていないこと ○補助金の額 バリアフリー改修工事に要した経費の2分の1以内の額とし、100万円を限度とする。この場合において、算出された補助金の額に1,000円未満の端数が生じる場合は、当該端数を切り捨てる。

NO. 2 田村市商店街にぎわい事業補助金（事業者向け）

1 支援の種類	補助金の交付
2 支援の内容	○補助金の概要 市内の商店会等が商店街のにぎわい創出のため、商店街の空き店舗又は空き地を店舗、コミュニティスペース、その他商店街の集客力向上に寄与する施設として活用する場合において、予算の範囲内で補助金を交付する。 ○空き店舗賃借料補助 (1) 対象事業 商店街の空き店舗又は空き地を集客力向上のためのコミュニティスペース又は店舗として使用する場合は賃借料を補助する事業 (2) 補助対象経費 空き店舗又は空き地を休憩地、ミニギャラリー、テーマ館、イベント広場等のコミュニティスペース又は店舗に使用する場合は賃借料 (3) 補助率

2 支援の内容	補助率	
	新規創業者	一般店舗
	1年目	10/12 以内（県 5/12 以内）（市 5/12 以内）市が単独で補助する事業の場合は 2/3 以内
	2年目	7/12 以内（県 3.5/12 以内）（市 3.5/12 以内）市が単独で補助する事業の場合は 1/2 以内
	3年目	4/12 以内（県 2/12 以内）（市 2/12 以内）市が単独で補助する事業の場合は 1/3 以内
	補助限度額	
	総額	300 万円（25 万円／月） 市が単独で補助する事業の場合は 150 万円（12.5 万円／月）
	内訳	県 150 万円（12.5 万円／月） 市 150 万円（12.5 万円／月）

○空き店舗改装費補助

（1）対象事業 商店街の空き店舗を集客力向上のためのコミュニティスペース又は店舗として使用する場合の改装費を補助する事業

（2）補助対象経費 空き店舗を休憩地、ミニギャラリー、テーマ館、イベント広場等のコミュニティスペース又は店舗に使用する場合の改装工事費（内装及び外装）

（3）補助率 補助率市 1/2 以内 補助限度額 100 万円

NO. 3 買い物弱者・商店街活性化補助事業（事業者向け）

1 支援の種類	買い物弱者・商店街活性化対策補助金
2 支援の内容	○支援の概要 身近な商店の減少等により日常生活に必要な食料品等の購入が困難な買物弱者の対策と残存商店の活性化を図るため、食料品等の移動販売及び宅配サービスを行う事業者に対し、予算の範囲内で補助金を交付する。 ○補助対象者（いずれにも該当する者） ・市税を滞納していない者 ・食品衛生法その他の法令を遵守している者 ○補助対象事業 ①移動販売、②宅配サービス ○対象品目 ・日用品 ・食品食材（米穀、青果、精肉、魚、パン等） ・介護、乳幼児製品 ・その他 原則、弁当・酒類等及び燃料等のみの宅配サービス又は移動販売は対象に含まない。また、出前及び仕出し等は対象に含まない。
3 補助対象経費及び補助金の額	①移動販売 対象経費は人件費と燃料費 一月の上限額は 1 万円（1 週間に原則 2 回以上定期的に実施すること） 補助限度額 12 万円（1 万円／月） ②宅配サービス 対象経費は人件費と燃料費 人件費は 1 回ごとに 800 円（午前・午後各上限 1 回） 燃料費は 25 円／キロ（一日の上限額は 250 円） ※人件費と燃料費の合計で、一月の上限額は 1 万円 補助限度額 12 万円（1 万円／月）

NO. 4 創業スタートアップ支援事業（事業者向け）

1 支援の種類	創業スタートアップ支援事業補助金
2 補助率及び 交付金額	・補助率 2／3 に該当する額 ・上限 50 万円（補助金に 1,000 円未満の端数があるときは、これを切り捨てる）
3 補助対象経 費	・設備工事費（店舗の新築、改築、増築、改修に係る経費。ただし、設計費は除く）※工事は市内建築業組合に登録した市内施工業者を利用すること。 ・備品費（創業に必要となる備品の購入に係る経費） ※工事以外の設備費に係る発注先については、市内に事業所を有する業者を利用すること。ただし、市内に事業所を有する業者が取り扱っていないものについてはこの限りでない。 ・広告宣伝費（創業時の販路開拓の広告に係る経費、チラシ等の印刷、新聞等への折込み費用、広告等への掲出費、事業用 HP 製作費など、創業時の経営の広告に係る経費、求人広告費など） ・その他（市長が適当と認める経費）

NO. 5 中小企業・小規模事業者支援補助事業（事業者向け）

1 支援の種類	中小企業・小規模事業者支援補助金
2 支援の内容	○支援の概要 中小企業者等が行う経営革新事業や事業承継等に要する経費の一部を補助する。地元商工業者が持つ独自の強みを生かしつつ、新たな商品開発や新分野進出などの取り組みを支援する。 ○補助対象者 ①中小企業者等の主たる事業所又は事務所が市内に所在していて、かつ、事業を 1 年以上営んでいること。②中小企業者以外の者が単独で、当該中小企業者の発行株式総数 2 分の 1 以上の所有又は出資総額の 2 分の 1 以上の出資をしていないこと。③中小企業者の代表者、役員又は使用人その他の従業員若しくは構成員が反社会的勢力関係者ではなく、かつ当該中小企業者の経営に反社会的勢力関係者が参画等していないこと。④市税等の滞納がないこと。
3 補助率及び 交付金額	○補助率及び補助上限額 ・3 分の 2 に相当する額。上限 50 万円
4 補助対象経 費	○補助対象経費 ①中小企業者等経営革新に係る経費（新商品・新技術・新役務開発） ②事業承継等促進事業（事業承継計画書・M&A 計画策定費用）

NO. 6 クラウドファンディング活用支援事業（事業者向け）

1 支援の種類	クラウドファンディング活用支援事業補助金
2 支援の内容	○支援の概要 産業の振興による地域経済の活性化を図るため、クラウドファンディングを活用した資金調達を行う個人、中小企業者及び任意団体に対して、予算の範囲内で補助金を交付する。 ○補助対象団体等（いずれかに該当し、かつ市税を完納） ・1年以上市内に居住している個人又は市内で事業を1年以上営んでいる中小企業者及び任意団体 ・市内で創業等を行うための適切かつ確実な事業計画を有し、これを実施する経営能力を有する者で、市及び市が指定する機関から支援を受け、新たに事業を開始又は開始して1年以内の者 ・その他、市長が市の産業の振興による地域経済の活性化を図るため、特に補助金の交付が適当であると認める団体等 ○補助対象事業及び補助対象内容（いずれかに該当するもの） ・市内における創業 ・新商品及び新サービスの開発及び販路の開拓 ・新事業展開 ・その他、市長が特に補助金の交付が適切であると認める事業
3 対象経費等	対象経費は運営事業者と契約した目標支援金額又は調達額のいずれか少ない金額に係る手数料（消費税及び地方消費税を除く）とし、補助金の額は対象経費の予算の範囲内で定める額。ただし、算出された補助金の額に1,000円未満の端数が生じる場合は、当該端数を切り捨てる。 ※補助は50万円を限度。

NO. 7 セーフティネット保証制度（事業者向け）

1 支援の種類	保証
2 支援の内容	○制度の概要 取引先等の再生手続等の申請や事業活動の制限、災害、取引金融機関の破綻等により経営の安定に支障を生じている中小企業者について、保証限度額の別枠化等を行う制度。 ※これらの制度を利用するには、中小企業信用保険法第2条第4項に基づく「特定中小企業者」であることについて、市長の認定を受ける必要がある。

NO. 8 中小企業経営合理化資金制度保証料低減額負担金事業（事業者向け）

1 支援の種類	中小企業経営合理化資金制度 県信用保証協会保証料低減額負担金
2 支援の内容	○支援の概要 市内の中小企業者の経営合理化及び経営基盤の強化に必要な資金の融通を促進し、中小企業の育成振興を図る。福島県信用保証協会は市の指定する取扱金融機関の本店に預託し、預託額の5倍に相当する額を中小企業者に融資保証を行う。 ※福島県信用保証協会が定める基本保証料率と制度保証料率との差額については、市が負担する。当該差額相当額については、協会からの請求で市が支払う。 ○申込人の資格 ・原則として1年以上市内に居住し、同一事業を1年以上営み、かつ、市税を完納している中小企業者とする。
2 支援の内容	・市内で開業等を行うための適切かつ確実な事業計画を有し、これを実施する経営能力を有する者で、市及び市が指定する機関から支援を受け、新たに事業を開始又は開始して5年以内の者とする。また、中小企業経営合理化資金保証融資制度要綱の別表に定める協会の保証制度要綱に規定された要件を満たす場合については、各要綱に定める保証制度を併用することができる。併用する場合は、保証融資の条件の範囲内で、協会の定めるところによる。
3 保証融資の条件	①資金使途 運転資金及び設備資金 ②融資限度額 1企業当たり1,500万円とし、創業関連保証対象者においては2,000万円とする。 ③融資期間 10年以内 ④融資利率 金融機関との特約利率による ⑤返済方法 原則として毎月の分割返済とする。ただし、短期資金（1年以内）については一括返済を認め、設備資金については6カ月以内の据え置きを認めるものとする。 ⑥信用保証率 協会が定める基本保証率に応じて、年間の信用保証率を定める。 ⑦保証人及び担保 法人、組合の場合 原則として連帯保証人1人以上とし、必要により担保を徴する。個人の場合 必要により連帯保証人、担保を徴する。 ⑧申込場所及び協力機関 取扱金融機関、協会

NO. 9 中小企業借入金利子補給事業（事業者向け）

1 支援の種類	中小企業借入金利子補給金
2 支援の内容	○支援の概要 中小企業者が、近代化と自主的な経済活動を促進し、企業の安定成長を期するため、金融緩和対策の一環として、予算の範囲内で借入金の利子の一部を補給金として交付する。
3 利子補給の交付対象	①市内に住所及び事務所を有し、かつ、同一事業を1年以上営み、市税を完納している者 ②市内に本店の所在地を有する法人で、かつ、同一事業を1年以上営み、市税を完納している法人 ③市内で開業等を行うための適切かつ確実な事業計画を有し、これを実施する経営能力を有する者で、市及び市が指定する機関から支援を受け、新たに事業を開始又は開始して1年以内の者 ④前3号に該当するものであっても、店舗等の新增改築や施設等の整備資金については、当該店舗及び施設等の所在地が田村市内にある場合に限るものとする。

4 指定融資制度資金及び貸付限度額等	○指定融資制度資金 ①田村市中小企業経営合理化資金保証融資 ②株式会社日本政策金融公庫経営改善貸付 ③福島県商工事業協同組合資金 ○貸付限度額 上記①及び②については、当該制度に定める額とし、③については300万円以内とする。
5 利子補給の算定、交付期間及び限度額	○利子補給の算定、交付期間 融資制度の定める利率により、借入金額に対する利子振込開始月から最大24回分の利子相当額となる。算定した利子補給額は、15万円を限度とする。 ※借入した時期により限度額や算定期間が異なるので、詳しくは商工課へ相談すること。

NO. 10 工場立地奨励金

1 支援の種類	工場立地奨励金
2 支援の内容	○支援の概要 田村市内に工場の立地の促進を図り、もって産業の振興及び雇用の拡大に資することを目的とし、工場の新設又は増設を実施した事業者に対し、工場立地奨励金を交付する
3 奨励金の交付対象	①工場を新設又は増設しようとするために取得又は借地した用地の面積が3,000㎡以上、若しくは一体性を有する土地に新設又は増設した工場の延べ床面積が500㎡以上であること。 ②用地取得又は借地の日から3年以内に操業を開始すること。
4 奨励金の額及び交付期間	○奨励金の額 工場を新設又は増設した工場に係る償却資産、工場用地建物及びその敷地である土地に対して、市が課する固定資産税相当額 ○交付期間 工場の操業開始後、市が固定資産税を課することとなった年度から、新設は10か年、増設は3か年

NO. 11 (国制度) 自立・帰還支援雇用創出企業立地補助金

1 支援の種類	自立・帰還支援雇用創出企業立地補助金
2 支援の内容	○制度の概要 被災者の「働く場」を確保し、今後の自立・帰還を加速させるため、福島県の避難指示区域等を対象に、工場等の新增設を行う企業を支援し、雇用の創出及び産業集積を図る
3 交付対象	○対象事業(業種) 製造業、卸・小売業、飲食サービス業、生活関連サービス業 等 ○対象地域 被災12市町村 ○対象施設 ①工場、②物流施設、③試験研究施設、④コールセンター・データセンターの用に供される施設、⑤店舗(卸・小売業、飲食店等生活関連サービス業の施設)、⑥宿泊施設、⑦社宅、⑧機械設備 ○対象経費 土地取得費、土地造成費、建物取得費、設備費 ※事業を遂行するために、真に必要なかつ適切な経費

4 交付要件	投下固定資産額に応じた新規地元雇用者数
5 補助率及び補助上限額	○補助率 中小企業 3/5 以内、大企業 2/5 以内 ○補助上限額 30 億円（第 3 者委員会の評価が特に高い案件は 50 億円）

NO. 1 2 （国制度）ふくしま産業復興投資促進特区

1 支援の種類	ふくしま産業復興投資促進特区
2 支援の内容	○支援の概要 「ふくしま産業復興投資促進特区」で定める特定復興産業集積区域内において、雇用機会の確保に貢献する事業（復興推進事業）を実施する事業者に対し、税制上の優遇措置を行う
3 対象となる復興推進事業	○対象事業 ①輸送用機械関連産業、②電子機械関連産業、③情報通信関連産業、④医療関連産業、⑤エネルギー関連産業、⑥食品・飲料関連産業、⑦環境・リサイクル関連産業、⑧地域資源活用型産業、⑨農業関連産業、⑩水産関連産業 ○対象区域 特定復興産業集積区域として定める区域
4 優遇措置の概要	○国税 ①設備投資に係る特別償却又は税額控除（第 37 条） ②被災雇用者等を雇用した場合の税額控除（第 38 条） ③開発研究用資産について取得価格の一部の特別償却、開発研究用資産の償却費の一部の税額控除 ④新設法人の再投資等準備金積立額の損金算入、再投資等した場合には即時償却（第 40 条） ○地方税 ①事業税、②不動産取得税、③固定資産税の課税免除 ※県及び市町村の条例で定めるところによる

NO. 1 3 （県制度）イノベ構想の推進に係る税の優遇措置

1 支援の種類	ふくしま産業復興投資促進特区
2 支援の内容	○支援の概要 イノベ構想に係る重点分野の取り組みを推進するため、新産業創出等推進事業促進区域内において、重点分野における新製品の開発など、新産業創出等推進事業を行う場合に、設備投資、被災者等の雇用、研究開発に対して、税の優遇措置を行う

3 対象となる 新産業創出等推 進事業	○対象分野 ①廃炉、②ロボット・ドローン、③エネルギー・環境・リサイクル、④農林水産業、⑤医療関連、⑥航空宇宙 ○対象事業（新産業創出等推進事業） 新たな産業の創出又は国際競争力の強化の推進に資する事業であって、福島国際研究都市区域における産業集積の形成及び活性化を図る上で中核となるものとして復興庁令で定められた事業 ①新たな製品の研究開発の推進等に資する事業 ②独自に開発した技術を活用した新製品の開発等に関する事業 ③先進的な技術の活用や既存の技術の改良による新商品の開発等に関する事業 ○対象区域 田村市新産業創出等推進事業促進区域として定める区域
4 優遇措置の 概要	①避難対象雇用者等を雇用する場合の税額控除 ②設備投資を行う場合の特別償却又は税額控除 ※県及び市町村の条例で定めるところにより、事業税、不動産取得税、固定資産税の減免もあり ③開発研究用資産への投資を行う場合の即時償却及び税額控除

NO. 14 （国制度）先端設備等導入計画

1 支援の種類	先端設備等導入計画
2 支援の内容	○支援の概要 中小企業が、設備投資を通じて労働生産性の向上を実現するための計画である「先端設備等導入計画」の認定を受けた場合、税制支援や金融支援などの支援措置の活用が可能
3 先端設備等 導入計画の内容	○対象者 新たに設備を導入する中小企業者 ○先端設備等導入計画の主な要件 ①計画期間：3年間、4年間又は5年間、②計画期間において、基準年度比で労働生産性が年平均3%以上向上すること、③設備の種類：機械装置、測定工具及び検査工具、器具備品、建物附属設備、ソフトウェア ※生産、販売活動等のように直接供される設備、④認定経営革新等支援機関における事前確認を受けること
4 税制支援の 内容	○対象者 資本金1億円以下の法人、従業員数1,000人以下の個人事業主のうち、先端設備等導入計画の認定を受けた者（大企業の子会社等を除く） ○対象設備 認定経営革新等支援機関の確認を受けた投資利益率5%以上の投資計画に記載された下記の設備 ①機械装置（160万円以上）、②測定工具及び検査工具（30万円以上）、③器具備品（30万円以上）、④建物附属設備（60万円以上） ※家屋と一体となって効用を果たすものを除く ○その他の要件 ①投資計画について、年平均の投資利益率が5%以上とすることが見込まれ、認定経営革新等支援機関の確認をうけること、②導入設備が生産、販売活動等の用に直接供されるものであること、③導入設備が中古資産でないこと ○特例措置 ①固定資産税の課税標準を3年間に限り、1/2に軽減 ②賃上げ方針を計画内に位置付けて従業員に表明した場合は、以下の期間に限り、課税標準を1/3に軽減 ・令和6年3月31日までに取得した設備：5年間 ・令和7年3月31日までに取得した設備：4年間

2011年3月11日、田村市は東日本大震災に襲われた。ただし、田村市は阿武隈高原上の岩盤のしっかりした地域であるため、建物の倒壊等の直接的被害は比較的少なかった。問題は、福島第一原子力発電所の水素爆発以降である。原発から20キロ圏内に位置する都路町を中心に放射能被害を受けた。その後、懸命に復旧・復興の取り組みが行われてきた。以下、2022年時点での影響の克服状況に関する調査結果である。

この章の分析で浮かび上がってきたのは、次の点である。

- ・大震災の対応で一丸となった田村市民の姿があった。
- ・エコノミックガーデニング事業においてもその力が発揮されるとよい。
- ・震災による影響は小さくなってきてはいるが、なお残る影響がある。

第1節 大震災の発生と復旧、復興のあゆみ

東日本大震災の発生

巨大地震の発生（のちに『東北地方太平洋沖地震』と命名）

【日時】2011年3月11日（金）午後2時46分ごろ

【震源】三陸沖（マグニチュード9.0）

【最大震度】震度7（宮城県北部）

【市内震度】滝根6弱、大越6弱、都路6弱、船引5強

震度6弱の地震が観測され、その後も余震とみられる地震が多発し、住宅の倒壊や土砂崩れ、断水などが発生、甚大な被害をもたらした。滝根公民館では、天井のパネルがすべて落下した。船引総合福祉センターでは、窓ガラスが割れ、破片が散乱した。都路図書館では、多くの本が落下し散乱した。道路は隆起や陥没が見られ通行不能に陥った。農地の斜面は大きな地滑りを起こし、農道は大きく崩落した。ため池の法面は崩れ道路も崩落した。

原子力発電所事故

- ・3月11日（金）午後2時46分、福島第一原子力発電所及び福島第二原子力発電所、運転中の7基が地震により自動停止。
- ・その後襲来した津波により、海水冷却装置が損壊し、タービン建屋内の非常電源設備が浸水したことにより、原子炉の冷却ができない状況に陥る。
- ・3月12日（土）午後3時36分、第一原子力発電所で、原子炉内の燃料が損傷し、水素爆発により大量の放射性物質が放出される。
- ・田村市都路町の20キロ圏内をはじめ、常葉町や船引町の一部にも避難指示が出される。

- 2011.3.11 午後3時「田村市災害対策本部」を設置。
- 2011.3.12 原発20キロ圏内避難指示を受けて、市は都路町994世帯（3,001人）に避難指示。市内21施設に避難所開設（滝根、大越、常葉、船引）。市外から受け入れ避難者6,966名。大熊町、富岡町からの避難者が多い。その後増え、受け入れ避難者は8,359名に上る。
- 2011.4.22 国の方針で20キロ圏内を警戒区域に。市の避難指示解除。
- 2011.11～ 除染実施計画に基づく除染活動開始。地面や木々の葉などに残っているセシウム134、セシウム137。
- 2012.3.10 「田村市震災等復興ビジョン」を策定。
- 2012.4.1 田村市内警戒区域解除、避難指示解除準備区域に再編。
- 2012.7.24 環境省による本格除染開始（避難指示解除準備区域）。
- 2013.6.30 環境省による避難指示準備区域内の除染作業を完了。
- 2014.3.10 政府、都路町の避難指示解除を正式決定。
- 2014.4.1 都路町の避難指示解除。都路町こども園・預かり保育再開。
- 2015.1.21 都路町にコンビニオープン。
- 2015.3.31 優先地域の除染完了。
- 2015.4.10 都路地区の一時保管所から中間貯蔵施設への放射性廃棄物のパイロット移送開始。
- 2015.5.25 同パイロット移送完了。
- 2016.3.31 その他地域（南部）の除染完了。
- 2016.4.1 除染廃棄物の中間貯蔵施設への本格移送開始。
避難指示解除、除染活動、移送作業に前後し、活動再開のための様々な動きが始まっていた。
「たむらみんなの夢広場」で復興イベント開催。田村産米や野菜の安全性確認。
「田村元気フェスタ」開催。福島への誘客キャンペーン実施。
- 2019.3.17 磐越自動車道「田村スマートインターチェンジ」開通。
- 2020.12.18 除染除去物の移送がすべて完了。
- 2023.5 産業振興（エコノミックガーデニング）が動き出す。

第2節 大震災・原子力災害により市内産業が受けた影響

県・市への聞き取りによると、農業、林業、商工業、観光は、次のような影響を受けたという。影響は広範囲にわたり、風評被害も発生し、その克服のための努力がなお続けられているという。

①農業

20 キロ及び 30 キロ圏内での作付制限と、放射能汚染を懸念して自主的に作付を断念するなどにより、水稻の 566 ヘクタール、葉たばこの 364 ヘクタールを主に、市内には多くの不作付農地が発生した。

さらに、原乳や野菜、肉牛等の出荷制限は農業経営に甚大な被害をもたらし、離農や減廃作に追い込まれる農業者も見受けられた。

また、風評被害は農産物の買い控えや販売価格の低迷などの影響を及ぼしており、その対策として除染計画に基づいて農地の原状回復を図るとともに、モニタリングの徹底と情報の提供により消費者が安心して購入できるシステムの構築が不可欠となった。

②林業

田村市の民有林は 20,106 ヘクタールあり、大部分の山林において放射能汚染が懸念されている。また、警戒区域内には 537 ヘクタールの民有林があるが、立ち入りが禁止され、手入れもできないことから荒廃が懸念された。

放射能汚染による杉材や原木シイタケ等の林産物の販売価格低迷や風評被害の解消、林内作業者の安全確保を図るためには、モニタリングの徹底と除染方法の確立が不可欠であった。

また、野生鳥獣、特にイノシシからは基準値を超える放射性セシウムが検出され、自家消費ができない状況にあり、猟期内の狩猟を控えるハンターも多く、個体数の増加が懸念されることから、有害狩猟鳥獣捕獲報奨金制度を創設し、捕獲意欲を高め、併せて有害鳥獣による農作物の被害防止を図った。

③商工業

市内には、震災で施設や設備に被害を受け生産活動の一部に支障をきたした事業所や、原発事故の風評被害により、警戒区域はもとより区域外であっても生産設備を県内外へ移転した事業所があり、そのことによる従業員の配置転換や離職などが発生した。また、生活環境が安定しないことが市民の消費意欲を低下させ、一般小売店の経営不振を招くことにより商店の休業、廃業などの要因の一つとなった。

工場や生産設備に被害を受けた事業所の復旧と原発事故の風評被害により移転を余儀なくされた事業所の移転再開に向け、福島県は中小企業等復旧・復興支援事業や資金繰り支援制度の周知・指導協力を行い、復旧と操業の再開を促した。

④観光

田村市内の観光施設は、田村市の直営によるグリーンパーク都路と、田村市が指定管理者に運営を委託しているあぶくま洞、入水鍾乳洞、星の村天文台、星の村ふれあい館のほか、こどもの国ムシムシランド、スカイパレスときわが設置されていた。

しかし、緊急時避難準備区域にあったグリーンパーク都路とこどもの国ムシムシランドは営業の休止を余儀なくされ、また、あぶくま洞は道路の損壊による大型バスの通行不能や原発事故の影響により、入り込み客数は大幅に減少し、併設されている星の村天文台も大型天体望遠鏡が地震により落下・破損という痛手を被り、休業に近い状態が続いた。

放射線量が比較的高い観光施設もあることから、これらの線量低減化対策を進めるとともに被災施設の復旧を図りつつ、県や県内の観光施設とも連携した誘客活動を展開した。

⑤雇用の確保と就業支援

市内で、原発事故の影響による事業所の移転や休業に伴う失業者や、市外や県外への転勤を余儀なくされた者が多数発生した。

リーマンショックにより急激に悪化した雇用情勢が回復しない状況下で発生した震災や原発事故は、雇用環境の危機的悪化をもたらした。

災害復旧関連の雇用は一時的に増加が見込まれるものの、持続的な雇用回復には時間を要するものと予想されるため、当面は緊急雇用創出基金等を活用した雇用の確保を図ることとした。また、県外等へ移転した事業所が市内に戻り事業が再開できるよう支援をすることとした。

第3節 震災当初の影響と今日

今回の調査では、東日本大震災の影響について、発生当時と現在（2022年）に分けて聞いた。回答の得られた事業者による回答であって、農業従事者や森林保有者からの回答ではないため、捉えられないところはあるが、発生当時はかなり大きな影響を受けたことがわかる。それから10年以上経つが、影響はなお残されている。

東日本大震災の影響は、当初は製造業が最も強く受け、次いで流通・商業、サービス業の順に強く受けた。操業を止めざるをえなかったことが大きい。地域別には、都路町が最も強く受けているが、船引町（船引）が次いで強く受けた。緊急の震災対応を強く迫られた点が影響したと思われる。全体平均は、68.1%に上っている。

それから、10年少し経った現在（2022年）では、「悪影響を及ぼしている」割合はかなり減ってきている。しかし、それでも全体平均で24.2%もある。業種別では、流通・商業がより強く残っている。地域別では、都路町と常葉町である。

図 3-2-1 東日本大震災の影響（発生当時、現在；2022 年）

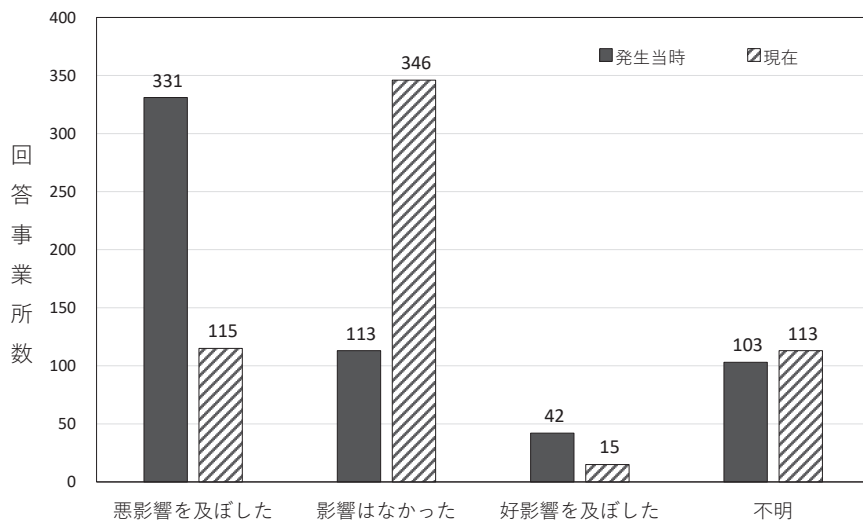


表 3-2-1 東日本大震災の影響（発生当時；業種別）

	%	東日本大震災の影響（発生当時）			
		合計	悪影響を及ぼした	影響はなかった	好影響を及ぼした
4業種分類	全体	486	68.1	23.3	8.6
	建設業	118	50.0	27.1	22.9
	製造業	49	81.6	14.3	4.1
	流通・商業	171	76.0	19.3	4.7
	サービス業	148	68.9	27.7	3.4

表 3-2-2 東日本大震災の影響（発生当時；地域別）

	%	東日本大震災の影響（発生当時）			
		合計	悪影響を及ぼした	影響はなかった	好影響を及ぼした
6地域区分	全体	486	68.1	23.3	8.6
	滝根町	47	66.0	31.9	2.1
	大越町	45	68.9	24.4	6.7
	都路町	26	76.9	19.2	3.8
	常葉町	59	71.2	22.0	6.8
	船引町（船引）	207	70.5	20.8	8.7
	船引町（船引以外）	102	59.8	25.5	14.7

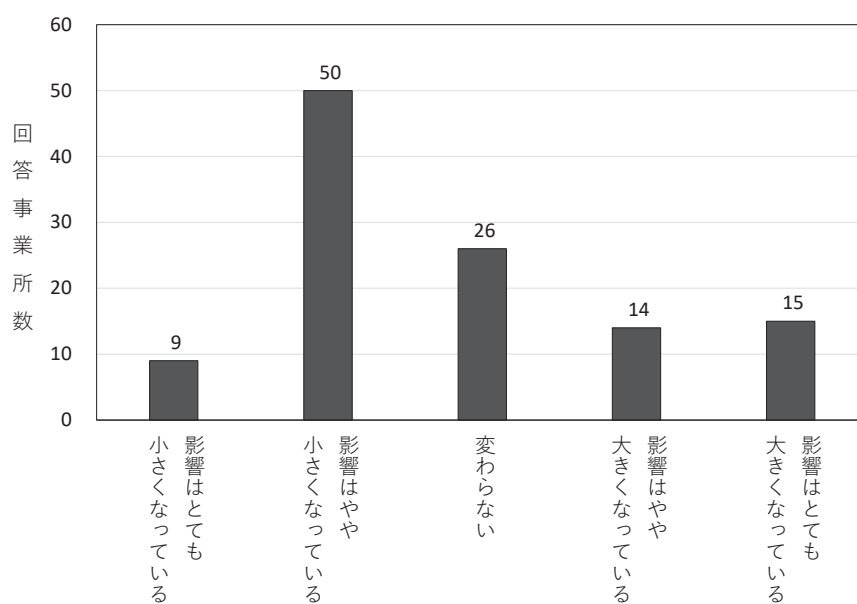
表 3-2-3 東日本大震災の影響（2022 年現在；業種別）

	%	東日本大震災の影響（現在）			
		合計	悪影響を及ぼしている	影響はない	好影響を及ぼしている
4業種分類	全体	476	24.2	72.7	3.2
	建設業	112	15.2	76.8	8.0
	製造業	50	22.0	76.0	2.0
	流通・商業	167	34.7	63.5	1.8
	サービス業	147	19.7	78.9	1.4

表 3-2-4 東日本大震災の影響（2022 年現在；地域別）

	%	東日本大震災の影響（現在）			
		合計	悪影響を及ぼしている	影響はない	好影響を及ぼしている
6地域区分	全体	476	24.2	72.7	3.2
	滝根町	45	20.0	77.8	2.2
	大越町	44	18.2	79.5	2.3
	都路町	25	32.0	60.0	8.0
	常葉町	59	30.5	64.4	5.1
	船引町（船引）	201	24.4	74.1	1.5
	船引町（船引以外）	102	22.5	72.5	4.9

図 3-2-2 発生当時に比べた大震災の影響の度合い



第4節 風評被害の状況

福島県全域がそうであったが、田村市においても風評被害を受けるところとなった。今回の調査では2018年までと2019年以降に分けて「風評被害の状況」を聞いた。風評被害を受けることがなかった事業所もあるが、たびたび受けたケースもある。下の図では、回答実数で集計してある。

「たびたび被害を受けた」は、2018年までは62事業所に上ったが、2019年以降になると25事業所となっている。「まれに被害を受けた」は、2018年までは88事業所に上ったが、2019年以降では49事業所まで減ってきた。数値的には半減しているといつてよいが、8年経過以降でカウントしてまだこれだけ受けているのかと驚かざるをえない。一日も早くゼロが目指されるべきであろう。

図 3-2-3 原発事故による風評被害の状況（2018年まで）

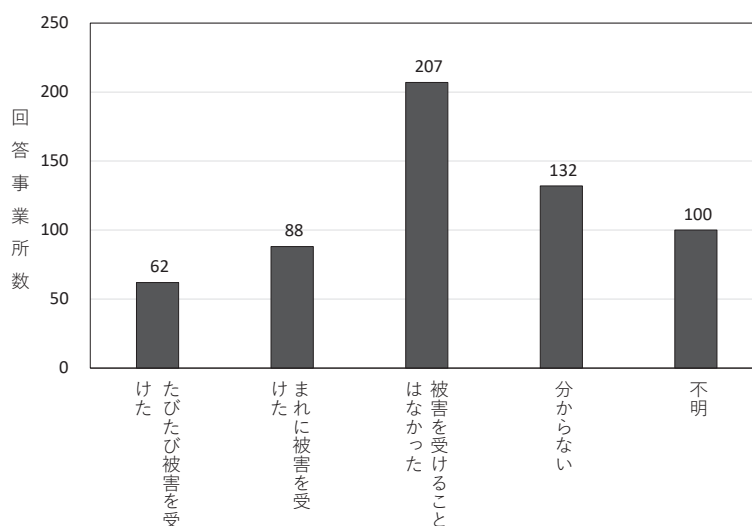
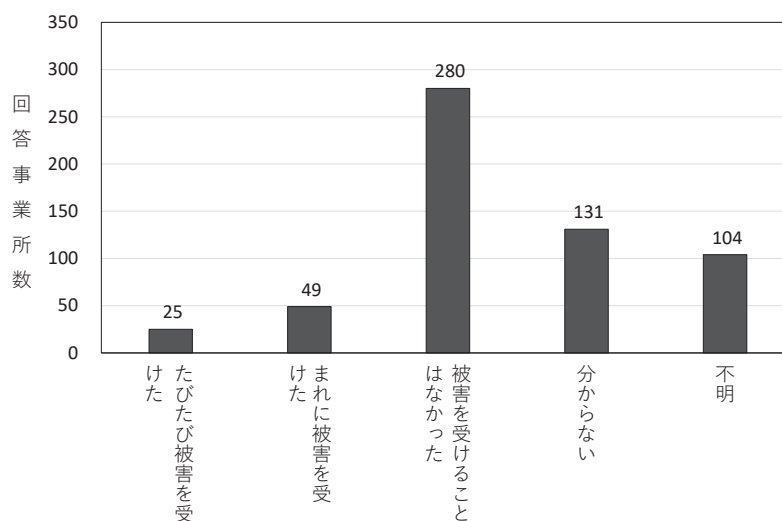


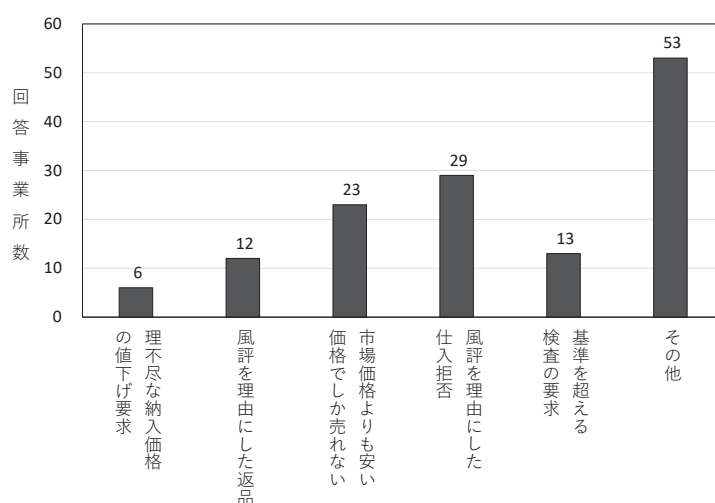
図 3-2-4 原発事故による風評被害の状況（2019年以降）



第5節 風評被害の内容

では、風評被害の内容はどのようなものだろうか。これも、2018年までと2019年以降に分けて聞いている。風評被害というのはいろいろな形で現れるため、捉えづらい面があるが、選択肢を提示して聞き得たところを2018年までと2019年以降に分けて回答実数で見てみた。2018年までは、「風評を理由にした仕入れ拒否」、「市場価格よりも安い価格でしか売れない」が多かったが、2019年以降は仕入れ拒否がかなり減り、「市場価格よりも安い価格でしか売れない」が最も多くなった。それぞれのグラフと、生の声としてはどのようなものがあったか見てみたい。

図 3-2-5 原発事故による風評被害の内容（2018年まで）



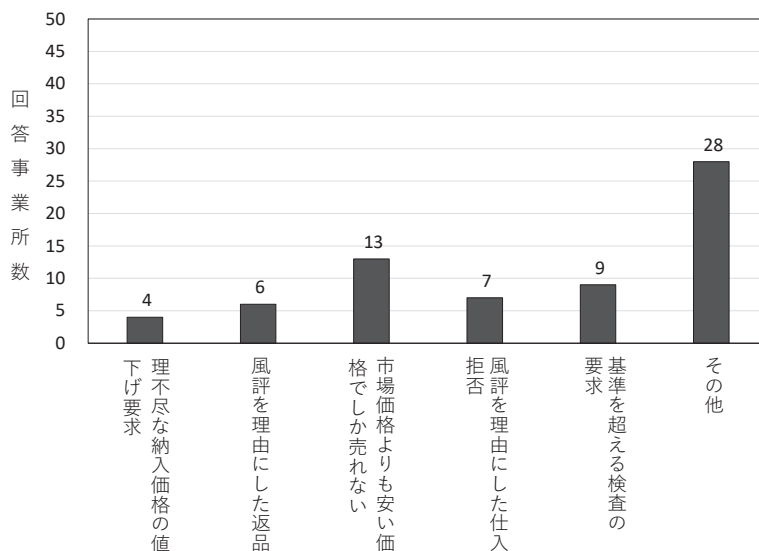
どのような風評被害を受けたのか（2018年まで）

- ・復興事業への供給優先で、一般的な工事への資材の供給が後回しとなり、建設資材が不足。
- ・廃車の業者が、車の引き取りで放射線量の検査で〇〇線量以下の車しか持って行かず、かたづけが大変であった。
- ・しいたけ原木の農家への供給で福島県内の利用が今もできない。
- ・お客様の生産物が風評被害を受けていたため、農業をやめてしまう方が多く出たため、当店の売り上げも間接的に被害が出た。
- ・配達している食材についての問い合わせが多くキャンセルがあった。
- ・住む人がいなくなってしまう、地域的に被害を受けている。
- ・福島県内の事業所ということで、受注ができなかった。
- ・被災地ということで一部の配達業者より物流、配達が不可となった。
- ・風評被害により売り上げ減少した企業が広告費を削減したため、広告収入が減少した。
- ・なめこおろしのなめこの産地を聞かれて、答えたら、なめこは付けないでといわれた。山菜は、特に気をつけていたので、使用できなかった。
- ・食事の提供に欠かせない物で口に入るものであるため、割箸の袋詰作業の受注量が減少し

た。

- ・自然環境を売りに、首都圏から田舎暮らしを希望する層を呼び込み、不動産売買・建築事業を主として年商3億円規模で数十年経営してきたが、原発事故により全く人が来なくなった（原発事故前は田舎暮らしの全国都道府県ランキングで福島県は上位だったが、下位へ沈んだ）。
- ・自社従業員の避難のため、受注案件の返品により取引先に多大なる迷惑をお掛けし、以降の取引に甚大な影響を及ぼした。
- ・田村市大越町の立地を把握していない方から、商品が放射能を浴び、商品価値がないばかりか、危険な商品を販売している風の苦情をもらった。
- ・原石が福島県産という理由で商品を扱ってもらえなかった（放射性物質の付着を懸念された）。
- ・福島県から出荷された製品は放射性物質が付着していそうで怖いとの理由で注文分のキャンセルがあった。

図 3-2-6 原発事故による風評被害の内容（2019 年以降）



どのような風評被害を受けたのか（2019 年以降）

- ・福島県には来たくないとのことで、催事がほぼキャンセルとなり、飲食の営業ができなかった。
- ・現在も同じであり風評でなく被害そのもの。
- ・お客様の生産物が風評被害を受け、農業をやめてしまう方が引き続き多く、当店の売上げも間接的に被害が出た。
- ・いまだに川の遊漁券が売れない。今年から阿武隈川の券が出ても、魚がいない、思うように放流できていない。
- ・原発・放射能について、県外の方で、より嫌悪感を持っている人がまだいる。
- ・原発事故による農産物の放射能問題で、依然として風評被害は続いている状況にある。
- ・原発事故後、自然環境を重視する層に対して、当地域の放射性物質のイメージを払しょく

することは無理だった。

- ・インターネットでの放射能の書き込みの影響で、商品価値が下がっている旨の電話をいただいた。

第6節 影響を払しょくするための取り組み

風評払しょくのため、事業所においても様々な努力が続けられてきた。この点についても、2018年までと2019年以降に分けて聞いた。2018年までは、「除染活動」「安全性の高い資材の確保」「自主検査の実施」が多く行われてきた。2019年以降は、「安全性の高い資材の確保」「新たな販売先の開拓」「WEB・SNSでの情報発信」と前向きの動きも増えてきた。

図 3-2-7 風評被害払しょくのためにこれまで行ってきた取り組み

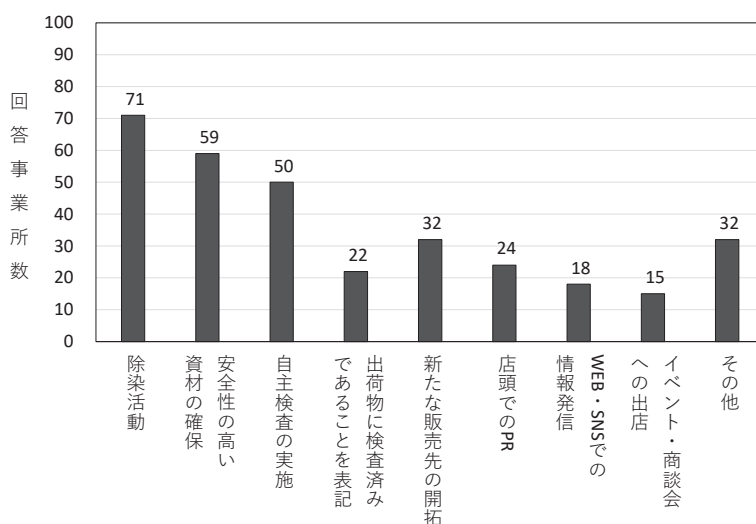
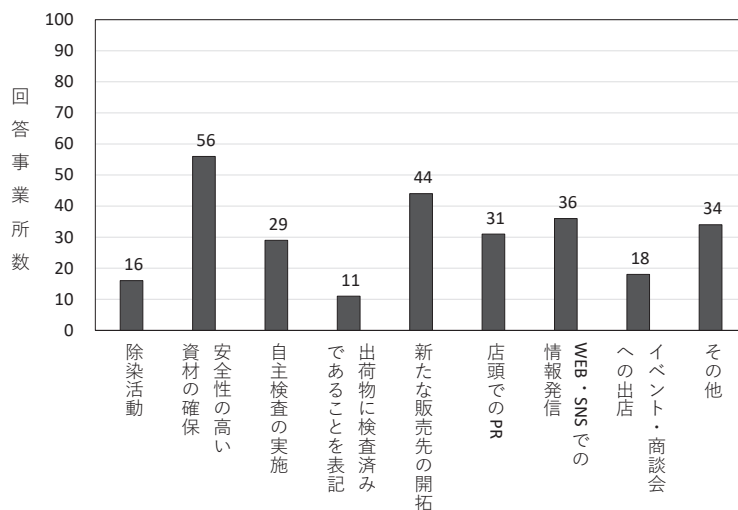


図 3-2-8 風評被害払しょくのためにこれから行っていきたい取り組み



都路町での復興のシンボル（グリーンパーク都路）

グリーンパーク都路は、自然豊かな磐越高原の中央に位置し、広大な敷地には、オートキャンプ場、ディスクゴルフコース、やすらぎ公園、農園、展望台などアウトドアスポットがたくさんある。震災の影響でほとんど使われなくなった敷地や施設の再生が始まったのが2015年のことである。まだ10年たっていないが、いまでは復興のシンボルとしてなくてはならない公共性の高い施設となっている。田村市の直営とはいえ、施設の運営は民間の事業者任せられている。その事業コンセプトは、「1次産業から6次産業化につなげていくサイクルを一つの街で展開すること」である。自然豊かな磐越高原らしい事業活動であり、発展が期待される。

調査より浮かび上がってきた課題

- ・ 原発事故により風評被害はなお残っており、農産物や木材の安全性の理解を得ることについては引き続き粘り強い努力が必要になっている。
- ・ そうした努力は、良さを示すこととつながる関係にあり、積極的な広報と営業活動がますます求められてくる。
- ・ コロナ禍が明けつつある今、公共性の高い復興事業をどう維持発展させていくか、田村市の将来に関わる大きな課題となっている。

立教大学分析チームは2022年に実施された調査のデータ分析を行う一方、2023年に独自のヒアリング調査を実施した。当初はエコノミックガーデニングを特段意識していなかったが、ヒアリングの調査データをまとめるなかでエコノミックガーデニングの要素に関わるお話が散見された。そこで本章では2023年のヒアリング調査から得られた知見を、エコノミックガーデニングに関連する項目を中心に報告する。

この章の分析で浮かび上がってきたのは、次の点である。

- ・潜在的な起業の機会が多い。
- ・企業存続のためには変化を受け入れ、挑戦し続ける必要がある。
- ・地域ネットワークを生かした経済発展の可能性がある。
- ・田村市の中小企業とエコノミックガーデニングの親和性は高い。

第1節 調査概要

2023年7月から9月にかけて、事業者18名にヒアリング調査を実施した。対象者は田村市の事業者から抜粋し、ヒアリングは対面で行い、「田村市で事業を営むことになった経緯」、「田村市で事業を営む利点」、「田村市での生活」、「田村市の産業の今後」などについて1時間から2時間かけてお話を伺った。

なお、本章ではヒアリング対象者の匿名性を担保するため、対象者が従事する事業は本報告書の区分には従わず、より大まかな区分を採用した。

第2節 事業者になるまで（起業・事業承継）

地元企業が成長する環境づくりを目的とするエコノミックガーデニングにおいて、中小企業の事業者は中心的な役割を担う。それでは、そのような事業者とはどのような人々であり、どのように事業者になったのであろうか。

テレワークの普及や、自らの持つ知識やスキルをたよりにフリーランスとして働く形態が若

者に好まれる¹ ことなどを背景に、組織に所属せずに会社を設立する、又は個人事業主となるためのテクノロジー面・心理面におけるハードルは下がってきており、社会的にみてもスタートアップ支援に積極的な自治体は少なくない²。しかしながら、コロナ禍でテレワークをめぐる環境が一変した 2020 年度以降でも新設法人数が前年を下回る年もあるなど、起業家数は右肩上がりに増え続けているわけではない³。ヒアリング調査からは、あえて起業する個人の目的や起業に至る経緯が明らかになった。

業界との偶然の出会い

ある事業者（建設業／男性）は高校卒業時には既に起業への思いがあったと語っていた。彼のヒアリングで興味深いのは、その仕事にはじめから興味があったわけではなく、仕事の内容については何も知らずに就職し、5、6 年働くうちに「面白いと感じるように」なり起業したという経緯である。「興味を持ちやすく、決まったことがないので楽しみながら仕事ができる」ことに仕事の価値観を見出しているこの事業者は、「趣味の一環でお金を稼げる感覚」を持っている。また、この業界で起業を決意したもう一つの理由は、「自分の仕事が目でわかる建物を残して子どもに自慢したい」というものであった。起業にあたって業界を選択する際に子どもに自慢できる仕事であることが影響しているが、こちらもアンケート調査の選択肢としては考えにくいユニークな起業動機である。

コロナ禍での決意

コロナ禍で起業を決意した事業者（サービス業／女性）もいる。彼女は郡山市で働いていたが、コロナ禍でやりたいことをしたいと起業を考えるようになった。田村市から郡山に通ってくれた顧客の存在と、地元と同業の店が少数であったのでシェアが取れるという考えがあり起業を決意したそうである。

もともと家族が地域振興に携わっており、自分も携わりたいと思っていた彼女は大学で心理学を学び、子どもを怒鳴りつけてしまう母親の心理を理解していた。「自分のサービスで子育てや夜勤で寝不足のお母さんを癒す」ことで子育ての環境を改善することができる、子育ての充実につながると考え、顧客の希望と自分のやりたいことがリンクしたことが起業動機となり、先述のようにコロナ禍という状況が起業を後押ししたかたちである。

起業目的として「社会の役に立ちたい」と回答する事業者は多くないが、上記の事例からは、それが起業動機となった場合、その裏には事業者の長年にわたる社会貢献への強い思いがあることがわかる。生まれ育った家庭環境や自身の学問的関心、職業経験が、コロナ禍という未曾有の事態の中で、社会の役に立ちたいという思いに基づく起業への決意へと収められたとい

1 中小企業庁「2020 年版中小企業白書」(https://www.chusho.meti.go.jp/pamflet/hakusyo/2020/chusho/b1_3_3.html) 参照。

2 経済産業省「行政と連携実績のあるスタートアップ 100 選」(https://www.meti.go.jp/policy/newbusiness/public_procurement/catalog_all.pdf) 参照。

3 注 1 及び株式会社東京商工リサーチ「TSR データインサイト」(<https://x.gd/SKPEg>) 参照。

える。

第Ⅱ部・第5章では親族を中心に事業承継の準備をしている田村市の事業所の存在が確認された。以下、実際に父親の事業を受継いだ事業者の事例を紹介する。

父親の事業を承継

ある事業者（卸売業／男性）は、特に父親の事業が好きというわけではなかったが、幼いころより事業を承継するものとの「すりこみ」があったという。大学卒業後、同じ業界の大手への就職を経て帰京したのち、新しく開店した店舗を任せられ、借入から投資まで、財務・税務について独学で経営を学びながら事業構想を構築した。「すりこみ」という言葉にあらわれているように、同族承継の場合は当然の成り行きとして事業が受け継がれている。しかし承継者が事業に対して積極的であるかどうか、また経営者としての成長や自立をどのように成し遂げているのかはアンケート調査からはなかなか見えてこない。この事例は、経営者としての意欲は特に業種に左右されるものでないことを示している。

独立心の強い後継者の場合、先代の理解は不可欠である。この事業者は父親が65歳の時に事業を承継したあと取引先やキャッシュフローを変更するなどして経営改革を進めており、独学で経営を学びながら自分で事業構想を立てる事業者の独立心が見て取れる。ヒアリングからは同族承継であっても父親から経営を学ぶ姿勢は感じられず、また、父親も自分の経営方針を教えたり従わせたりするつもりがないことが、経営者としての知識も経験もない息子に新店舗を任せていることからうかがえる。後継者の自主性を重んじる先代のもとで事業者は経営者としての研鑽を積み、成長を続けていることがわかる。

本節では3人の事業者の事例からどのような人がどのように中小企業の事業者になるのかをみてきた。「はじめて就職して出会った仕事が面白かったから」という理由で会社を起業した男性、「社会の役に立ちたい」と起業した女性、同族者として自然に父親の事業を承継した男性に共通しているのは、その業種でなければならなかった必然性がない点である。もともと起業への関心があったり血縁者として事業を承継することがあらかじめ予定されていたりする環境の中で、まず事業者になることが先にあり、どうしてもその業種である必要はなかった。サービス業の女性に関していえば、事業者になるということもはじめてから念頭にあったわけではなく、社会の役に立つことがしたいという長年の思いがコロナ禍において強まり事業者となった。ここにも事業者になることと業種のあいだに必然性はみられない。

地域で中小企業を開業する、又は承継するというとき、事業者にとって業種は自ら選ぶものというよりは偶然に従事するようになったものであり、起業や承継の問題に関して業種が持つ影響は限定的である。つまり、基底に事業者になることへの関心がある人たちは、比較的業種の制約を受けずに事業者になることが可能であるといえる。

一方、中小企業の起業や承継をする場所と生まれ育った地域との関連は強い。紙幅の関係で詳しく述べることはできないが、3人が田村市で事業を営んだりするのは田村市出身だからで

あり、他の地域で事業者になるという可能性は今回のヒアリング調査からはうかがえなかった。また、実際に起業したり、事業を営んだりする上では地域の身近な人からのサポートが重要であることがわかった。田村市で事業を営むことの特性については第5節であらためて検討する。

第3節 事業者としての挑戦

ヒアリングにおいて多くの事業者には共通して新規事業へ挑戦する姿勢がみられた。事業者は新規事業に伴うリスクにどのように向き合っているのだろうか。お話を伺っていると、事業者はそれぞれがリスクを伴う挑戦を背後で支える認識を身に着けていることがわかった。本節では、時代の変化に合わせて事業を多角化することを事業者としての「責任」とする認識、「才覚」とする認識、そして「理念」とする認識を紹介する。

事業者としての責任

ある事業者（鉱業／男性）へのヒアリングでは、「新しいことへチャレンジすることなく事業が生き残ることは不可能」との見解が示された。10年ごとに新しい展開ができるように、将来のビジョンを立てるのが経営者の役割であると考えこの事業者は、すべてが成功するわけではないが、将来への投資をやめたら生き残ることはできないとの危機感を抱いて経営にあたっている。

どんな業界であっても時代の変化の影響を免れることはできない。事業を継続するためには必ず起こる社会変化に柔軟に対応する必要がある。この男性の企業は天然資源の採掘と加工を中心に事業を営んでいたが、「つくる時代」から「回収の時代」へという社会変化に適応するために、産業廃棄物処理の資格を取り、リサイクルにも対応するようになった。多角化はリスクを伴うが、現状を維持したままでは時代の変化についていけず廃業に追い込まれるリスクもある。過去に新事業での失敗も経験したというこの事業者が、それでも挑戦を続けるのは、この二つのリスクがあることを前提に前者を取ることを選んでいるからであろう。この事例には、事業者は失敗をも覚悟した上で、社会変化に対応した将来設計と投資を行う重責を担わなければならないという認識が示されている。

事業者としての才覚

父親が30年前に地元で起こした事業を6年前に34歳で承継したという別の事業者（建設業／男性）は、経営者になる前と後で仕事に対するスタンスに変わりはないとしながらも、経営者としての「嗅覚はある」と自認している。この事業者は時流を読み、公的資金の動きを捉えながら事業を多角化している。そこには風力発電や仮設住宅の解体、再利用という建設業の利点を生かした事業もあれば、コインランドリーのような、建設業とは異なる業界への参入も含まれる。前述の事業者も他業種への参入を行っていたが、自社の事業を取り巻く社会変化への対応の延長で事業を多角化している前者に対して、この事業者は建設業とはつながりのない業

界へ公的資金を活用して参入している点が特徴的である。

事業者としての理念

第2節でも紹介した事業者（卸売業／男性）は、尊敬する事業家の経営理念や「先々を見る」といった行動指針の影響を受け、「先々をみる」という抽象的な概念を自分たちの事業に落とし込むようにしているとのことであった。父親が職人であったのに対して自分は営業に注力しており、顧客満足（Customer Satisfaction＝CS）による囲い込みを行い、事業を多角化し、主力サービスも変更した。ただし、経営が独善的にならないよう、マーケティングを専門の人に依頼したりコンサルティングで情報を得たりするようにし、財務や営業に関してもセカンドオピニオンを聞き、選択肢の中から最良の一手を選ぶようにしているそうである。

意識的にマーケティングに関する最新の情報を収集し、新しい用語を使って自身の事業について話すように、彼は世の中の新しい動きに敏感である。SDGs（Sustainable Development Goals＝持続可能な開発目標）の概念を用いて自然環境問題やジェンダーの平等についても言及していた。彼は世界的視野、また、広く歴史的な視点から自身の事業が属する業界全体を捉えており、その中で最善の経営方針を選択している。事業の目的はただ利益を獲得することではなく、世の中の課題に応えることも念頭に事業を行っている。「地域の人の困りごとを解決する仕事」がしたいと話していることからわかるように、企業の社会的責任（Corporate Social Responsibility＝CSR）を基底に事業を営んでいる点が彼の事業者としてのもう一つの特徴であるが、これも彼がグローバルな視点を有しているためであろう。ここには、グローバルなものの考え方と地域を大切にする思いが矛盾するものではなく、共存可能であることが示されている。

事業者であるからには、事業の継続、発展のために力を尽くすのはある意味当然であるかもしれない。時流を捉え、時代変化の波を乗り越えるのが事業者の責務であり資質であるというのも常識的である。しかし、その実行が容易ではないことも想像がつく。多角化に伴う難しい決断を迫られる中小企業の事業者は、責任を果たす、才覚を信じる、理念を追い求めるという、それぞれの決断を支えるしっかりとした思考を身に着けていた。そして、多角化の方向性や実現方法は柔軟で独自性があり、多様であった。

第4節 田村市の地域性

ヒアリングからは、地方経済が減退し利益が都市部に集中している現状への危機感や、東日本大震災の田村市経済への影響への懸念を事業者が抱いていることがわかった。このように大きな社会経済的な課題がある一方で、地域ネットワークなど、田村市ならではの特性も明らかになった。

都市／大手企業との競合① 入札における不利益

ヒアリングでは建設業が直面する課題が聞かれた。市や県による道路、河川、インフラ整備の公共事業はあるものの、中小企業は点数制度の兼ね合いで入札に参加できないという。現行の点数制度では、前年の実績が本年に影響する。中小企業においては、点数制度で不利であることに加えて、事業規模が大きくなるほど大手が参入する傾向があり、中小企業が入札で事業を請け負うことが叶わないケースがあるといった意見が聞かれた。地元企業を使うためには制度を改革して地場産業が入札で事業に参加できる割合を増やすことを希望しているという声もあった。

都市／大手企業との競合② 若手人材の不足

第Ⅱ部第4章では、人手不足で雇用に苦慮する中小企業の実態が浮き彫りになったが、ヒアリングでも雇用への言及がみられた。田村市の経済は拡大の傾向にあるが、それが人手不足を加速させる原因にもなっている。「地元の産業をより発展させるのはよいが、商業施設では人材の需要と供給がうまくいっていないという課題がある」との認識を示した事業者もいた。特に若手と女性技術者への言及が複数あった。例えば、「Z世代の若い人は3Kの仕事を嫌うため扱いが難しい」という発言や、高校の模擬面接の講師を手伝った際には、「若者が都市部や工業地帯の大手にしか目を向けていないと感じた」という発言があった。

人手不足が全国的な課題となっているいま、雇用を生み出すだけでなく、雇用を満たす工夫が求められる。さらに、働き方に対する感覚の変化にも対応する必要があるだろう。若い世代には3Kを嫌うという傾向もあるが、会社の選択基準として「能力・個性が生かせる」や「仕事が面白い」という理由を挙げる傾向もある⁴。これらの要望を満たせば、若者に魅力的な企業として映るだろう。田村市には実際に、面白さに仕事の価値をおき起業した事業者もいるのであり（第1節参照）、そのような地域の事業者や企業を発掘し、若者とつなげる仕組みづくりが有効と思われる。

田村市の文化的特性① 地域ネットワーク

田村市で事業を行うには、地域のネットワークにつながりを持っているかどうか成否のカギとなる。ある事業者は、地元で一人事業を始めたものの客の取り方もわからず困っていたとき、独立前に勤めていた会社の上司から仕事を回すから船引に出てくるように言われて船引に來たそうである。その後10年以上が経過し、現在は15人ほどの従業員を擁している。また、人材育成塾で学ぶ事業者も多いが、ある事業者は人材育成塾の情報を元同級生の市職員から得たという。身近に経営者がいない個人にとって人材育成塾は貴重な情報源であるが、その情報源に接するための情報もネットワークを通じてはじめて手に入れることができるのである。

このように田村市で起業する場合、その第一段階で人脈が大きく影響している。その後の段階でも親族の知り合いを通じてテナントを見つけることができたり、同族承継の企業では先代

4 野津創太「若年者の就業意識—大企業従業員を対象とした年代間比較—」（東北大学経済学会『研究年報経済学』）参照。

を通じた他社とのネットワークの恩恵を受けていたりしている。このように、地域ネットワークを事業に生かしやすいため、市内に留まらず「在京の田村市出身者の団体と交流することで商売のアイデアが生まれる可能性があるのではないか」という提案もあった。

一方で、地域ネットワークに入れないと事業が難しいという課題も見つかった。全体的な傾向として「市外の人たちへの警戒感が強く、その人たちを相手に商売する意識がない」という印象を語る事業者もいた。これは、顧客に対しても事業者に対しても共通して見られる態度のようだ。先に親族を通じてテナントを見つけた事業者の例を紹介したが、実は一人では借りることができずに親族を頼ったという事情がある。これは、閉鎖性を生み出してしまう地域ネットワークの負の側面である。

地域ネットワークは市内外を境界とするだけでなく、市内ではさらに細かく分かれている。田村市としての歴史が浅いため合併前の「町の括り」が今も残っており、さらに町の内側にあるコミュニティごとの括りの意識を強く持っている事業者もいた。「船引が発展の中心になることで、他の町の人たちの市への心証がよくないこともある」という発言からは、市民としての意識にはコミュニティレベルで温度差があることが予想される。

田村市の文化的特性② 自主性の不足

「地方経済が2%減退し、利益が都市部に集約されている。田村市も過疎化、少子高齢化が進み、12年前に4万人いた人口が、3万4千人を切っている。産業も人口に比例して衰退している」、「建設・土木業が多いが、次の一手が必要である」、「現状維持では、周りが発展していく中で退化してしまう」、「内需は限界にあるが、外需も獲得しにくい（郡山が中心）」という発言からは、事業者が地域経済を取り巻く状況に危機感を募らせていることがわかる。

彼らは変革の必要性を感じているが、「現状維持を望む人もいる」、「何かを実行する際に＜他力本願＞の人が多く」、「押しつけには反発するが、自主的には動かない＜他力本願＞のところもある事業者の体質にどう対応するか」、「役場の中小企業支援策に頼っている」などの発言からは、地域には自主的に変革を推進する意識が弱いと認識していることがうかがえる。

田村市の文化的特性③ 保守的な姿勢

変化を受け入れにくく、保守的な投資への姿勢を懸念する発言も複数確認できた。例えば、ヒアリング対象者である事業者の視点からは「借入、借金に悲観的な経営者が多く、投資が行われない」田村市の状況は、「現状維持」で衰退を待っているように見えるようである。また、中小企業では親子間での承継がうまくいっていないという印象も複数の事業者が持っていた。ヒアリングからはバブル期であった父母の世代から時代が変わっているのに、息子が社長になっても父親が鎮座し「新しい会社」になり切れていなかったり、DX（デジタルトランスフォーメーション＝デジタル技術による変革）の推進、販路をEC（Electronic Commerce＝デジタルによる商取引）で拡大するというような変化が起きにくい状況がうかがえた。

保守的な姿勢は新規事業に対する不信感の強さにもあらわれており、「どうせうまくいかない」という悲観的な空気が積極的な姿勢を持つ事業者の支援につながらず、逆に勢いをそぐ結

果にもなっているようである。第3節で紹介したような、リスクを覚悟して変革を進める事業者からの「合併が意識変化のきっかけになるかもしれない」という発言には、合併前の小さな地域の中では変革への意識が生まれないが、合併によって閉鎖性や変化を好まない姿勢を乗り越えるための意識変化が起きるかもしれないという期待があらわれている。

東日本大震災（原発事故）の影響

原発事故に伴う人の移動は田村市にも少なくない影響を与えたが、その結果は両義的である。「産業が衰退して取引先が減っていたが、ここ数年は近隣からの人の流入に伴い業績が伸びている」企業もあったが、人口流入が引き起こした住宅物件の不足や賃貸料の高騰を懸念する発言もあった。テナント料は、郡山と相場がかわらないということである。求人を出しても報酬面で求職者の期待に応えることが難しく、ヒアリングでは「事故以来、金銭感覚がおかしくなっている」という声も聞かれた。

第5節 経済発展への展望

田村市の経済は現在、好況を呈している。地域には中小企業の本社があり、潜在的な事業者も見込める状況にある。しかしながら、老舗の個人経営企業が廃業に追い込まれるなどの負の側面がないわけではない。産業団地が発展したが、「商業施設では人材の需要と供給がうまくいっていない」という課題もある。このような田村市の様々な課題をふまえて今後の地域の経済発展について伺ったところ、事業者の中には国家の地域開発計画に基づいた政策や、大企業の誘致によらない、地元企業が成長する環境づくりを目指すエコノミックガーデニングと共通する考えを抱く人たちがいることがわかった。

地域の中で事業者として成長する

先輩から青年会議所のメンバーにならないかと声をかけられたが、当初は断っていたというある事業者は、この地域で「仲間をつくって」事業をしていくためにメンバーになることを決意したそうである。青年会議所の活動が自分の仕事に関係することは全くないにもかかわらず役員を引き受けている理由は、「上に立つ人間として自分に足りないものを見つけやすく、地域活動しながら自己成長できる」からだそうだ。

この事業者は、目先の利益を超えて地域のために尽力することが、自身の事業の基盤を豊かにするを感じ取っている。また別の事業者は、価格面での企業努力の理由を、自社の売り上げのためではなく「若い人に寄りそって地域を盛り上げたい」からだと話していた。ここには目先の利益を超えた地域の発展への深謀遠慮が確認できる。

あえて狭い地域の独自性を生かす

先に地域の特性として閉鎖的であることについて述べたが、田村市としての歴史が浅く、町

の括りが残っていることを逆手にとって「町ごとに独自性を持たせるのも一案である」という事業者もいた。また、地域のネットワークを生かして「有志で会社を立ち上げ、M&Aを通じて事業承継を支援する」こともできるかもしれない。ある事業者は「お祭り（地域のイベント）を開催するのではなく、ひとりひとりの意識を変革したい」という思いを持っていた。ひとりひとりの意識のレベルまでアプローチすることができるのは狭い地域の利点である。

ここには草の根レベルで地域経済の活性化を図る姿勢が読み取れる。このような事業者にとってエコノミックガーデニングに基づく政策は受け入れやすいと思われる。エコノミックガーデニングという概念を活用することで、政策と事業者の協働による地域経済の発展が見込まれるだろう。

調査より浮かび上がってきた課題

- ・若者に中小企業の魅力（個性を生かせる・仕事の面白さ）を伝える。
- ・保証を充実させ、挑戦しやすい環境をつくる。
- ・デジタル化支援の活用を促進する。
- ・地域での情報共有を強化する。
- ・地域ネットワークを拡充する。

第Ⅳ部

調査の方法、基本データ

【ご回答にあたって】

- (1) この調査票は、令和 4 年 11 月 1 日を基準としてご記入ください。
- (2) この調査票は、できる限り事業所を代表する方にご回答をお願いいたします。
- (3) 選択肢のついている設問については、該当する番号に○を付してください。
- (4) この調査票は、令和 4 年 12 月 16 日(金)までに同封の返信用封筒または回答専用 WEB サイトでご回答ください。

【ご回答方法のご案内 (WEB)】

下記のいずれかの方法で「アンケートサイト」にアクセスし、下記「ID・パスワード」を入力してログインしてください。

■ブラウザに URL を直接入力

ウェブブラウザ（クローム、インターネットエクスプローラ等）に、下記 URL を直接入力してください。

※URL の入力間違いにご注意ください。

■QR コードの読み取り

お使いのスマートフォン・タブレット等で下記 QR コードを読み取り、画面の内容に従ってアクセスしてください。

■(株)東京商工リサーチ (TSR) サイト経由

- ① ウェブブラウザで TSR アンケート と検索。
- ② 一番上の検索結果 現在実施中のアンケート調査：東京商工リサーチ をクリック。
- ③ 「田村市事業者実態把握調査」内の アンケートに回答する をクリック。

本アンケート調査専用ウェブサイトURL：QRコード

https://www.c-pass.jp/tamura_tsr



ID

パスワード

【調査委託元】

田村市産業部商工課企業支援係

〒963-4393 福島県田村市船引町船引字畑添 76 番地 2 TEL：0247-82-6677（直通）

【調査委託先（問い合わせ先）】

株式会社東京商工リサーチ 郡山支店

〒963-8014 福島県郡山市虎丸町 24-8 富士火災郡山ビル TEL：024-932-3134

（受付時間：平日（月～金） 9:00～12:00、13:00～17:00 ※祝日を除く）

1. 貴事業所の概要について

(1) 貴事業所名			
(2) 貴事業所の所在地等	〒 Tel		
(3) 本所・支所の別	1. 本所・本店 2. 支所・支店		
(4) 組織形態・設立年等	1. 個人企業……(創業 西暦 年) 2. 法人企業……(設立 西暦 年) 3. その他…(創業・設立・認可 西暦 年) ※西暦は必ず4桁でご記入ください ※非営利組織の場合は、以下の回答で売上高を収入、利益を収支差としてご回答ください。		
(5) 貴事業所の代表者(責任者)	フリガナ 役職 氏名		
(6) 調査回答者	1. 事業所代表者(同上) 2. 同代表者以外(氏名)		
(7) 貴事業所の事業の種類 ※売上高が最大の事業を一つ ※業種区分の詳細は最終ページをご参照ください	1. 農林漁業 2. 建設業 3. 製造業 4. 電気・ガス・水道業 5. 情報通信業 6. 運輸業, 郵便業 7. 卸売業 8. 小売業 9. 金融, 保険 10. 不動産業・物品賃貸業 11. 研究, 専門・技術サービス業 12. 宿泊, 飲食業 13. 生活関連サービス, 娯楽業 14. 教育・学習支援業 15. 医療業 16. 社会保険・社会福祉・介護事業 17. その他サービス業 18. その他		
(8) 貴事業所の事業内容 ※(7)の内容について具体的に 記入ください	<主たる事業> <その他事業>		
(9) 貴事業所の従業者数 ※事業主も含めて ご記入ください	正社員(役員・家族含む)	臨時・パート・アルバイト	
	人	人	
(10) 本社・本店の住所	1. 回答事業所と同じ 2. 回答事業所とは別の田村市内 3. 郡山市 4. 田村市の近隣市町(小野町・三春町・本宮市・二本松市) 5. その他の福島県内 6. 県外(都道府県名)		
(11) 貴事業所の2021年の売上高	1. 300万円未満 2. 300万円～500万円未満 3. 500万円～1千万円未満 4. 1千万円～5千万円未満 5. 5千万円～1億円未満 6. 1億円～3億円未満 7. 3億円以上		
(12) 資本金(法人企業のみ)	1. 100万円未満 2. 100万円～300万円未満 3. 300万円～500万円未満 4. 500万円～1千万円未満 5. 1千万円～5千万円未満 6. 5千万円～1億円未満 7. 1億円以上		

2. 経営状況について

- (1) 貴事業所の現在の年間売上高および利益は、3年前の同じ時期（**新型コロナウイルス感染症拡大前年の2019年**）と比較してどのようなでしょうか。それぞれ該当する番号 **1つ** に○を付けてください。

*3年以内に新設した事業所は「6. 新設」をお選びください。移転した事業所は移転前と比較してください。

売上高	1. 大幅に増加	2. やや増加	3. 横ばい	4. やや減少	5. 大幅に減少	6. 新設
利益	1. 大幅に増加	2. やや増加	3. 横ばい	4. やや減少	5. 大幅に減少	6. 新設

- (2) 貴事業所の現在の業況(事業の状況)について、該当する番号 **1つ** に○を付けてください。

1. 良い	2. やや良い	3. 普通	4. やや悪い	5. 悪い
-------	---------	-------	---------	-------

- (3) 現在貴事業者は、消費税の課税事業者ですか、それとも免税事業者ですか。該当する番号 **1つ** に○を付けてください。

1. 課税事業者	2. 免税事業者
----------	----------

- (4) 2023年より導入される「適格請求書」(売手が買手に対して、正確な適用税率や消費税額等を明記した請求書)は国税庁への「適格請求書発行事業者」としての登録番号がないと発行できませんが、貴事業所の対応はどのようなでしょうか。該当する番号 **1つ** に○を付けてください。

1. 登録申請し登録番号を取得した	2. 登録申請し登録番号を取得する予定である
3. 取得する予定はない	4. わからない・未定
5. その他 (	)

*事業者が消費税の申告の際に仕入れを控除する場合、2023年から2029年まで段階的に売手が税務署に登録した「適格請求書(インボイス)」を用いる制度に移行します。2029年10月1日からは買手が求めれば「適格請求書(インボイス)」を発行することを求められます。

- (5) 貴事業所の得意先・販売先の中で取引金額が最も大きい地域について該当する番号 **1つ** に○を付けてください。

1. 田村市	2. 郡山市	3. 小野町・三春町・本宮市・二本松市
4. 1～3以外の県内市町	5. 県外	6. 海外

- (6) 貴事業所の仕入先・外注先の中で取引金額が最も大きい地域について該当する番号 **1つ** に○を付けてください。

1. 田村市	2. 郡山市	3. 小野町・三春町・本宮市・二本松市
4. 1～3以外の県内市町	5. 県外	6. 海外

- (7) 貴事業所の新型コロナウイルス感染症拡大前と現在の資金繰りについて、それぞれ該当する番号 **1つ** に○を付けてください。

拡大前	1. 順調	2. やや順調	3. どちらともいえない	4. やや窮屈	5. 窮屈
現在	1. 順調	2. やや順調	3. どちらともいえない	4. やや窮屈	5. 窮屈

- (8) 貴事業所の新型コロナウイルス感染症拡大前と現在の人手の過不足感について、それぞれ該当する番号 **1つ** に○を付けてください。

拡大前	1. 過剰	2. やや過剰	3. 適正	4. やや不足	5. 不足
現在	1. 過剰	2. やや過剰	3. 適正	4. やや不足	5. 不足

- (9) 貴事業所における現在の経営上の問題点について、該当する番号 **すべてに** ○を付けてください。

売上 関連	1. 販売単価の下落 3. 原材料・仕入単価の上昇 5. 人件費以外の費用の増加（具体的に；	2. 販売量の減少 4. 人件費の増加)
人材 関連	6. 従業員の不足 8. 社員教育の不足	7. 熟練技術者、専門知識を持つ人材の確保難 9. 製品・サービス力の低下
運営 関連	10. 業務効率の悪さ 12. 設備投資の不足 14. ICT（情報通信技術）への対応の遅れ	11. 設備の老朽化 13. 事業資金の借入難
環境 関連	15. 同業他社との競争激化 17. 税負担の増加 19. その他（	16. 需要の停滞・減少，市場規模の縮小 18. 新型コロナウイルスへの対応の遅れ・不足)
(その他 特に 経営上の問題点で困っていることがございましたらご記入ください)		

3. 経営計画・事業所の強み・インターネット活用等について

- (1) 新型コロナウイルス感染症拡大に直面し、貴事業所では業務面でどのような対策を講じたでしょうか。該当する番号 **すべてに** ○を付けてください。

1. 消毒液の設置，定期的な消毒	2. アクリル板やビニールクロスの設置
3. 定期的な換気	4. 営業活動のオンライン化
5. 社内会合のオンライン化	6. テレワークの推進
7. 出退勤時間の見直し	8. 社内でのソーシャルディスタンスの確保
9. 社員の健康管理への配慮	10. その他（
11. 特に対策を講じていない	)

(2) 経営指針・経営計画についてお伺いします。それぞれ該当する番号 1つ に○を付けてください。

*支店・支所の場合、営業方針・営業計画等と置き換えてご回答ください。

① 経営理念の外部公開を行っていますか	1. はい 2. いいえ
② 中・長期（3～5年程度）の経営方針はお持ちですか	1. はい 2. いいえ
③ 上記計画を、新型コロナウイルス感染症の影響で変更・修正しましたか	1. はい 2. いいえ
④ 毎年の経営計画は作っていますか	1. はい 2. いいえ
⑤ 経営に関する勉強会があれば参加したいですか	1. はい 2. いいえ

(3) 貴事業所の「現在の強み」、「今後の伸ばしたいところ」を、以下の項目一覧からそれぞれ 3つまで 選び、番号をご記入ください。（順位ごとに選択肢の数字を1つずつご記入ください）。

	第一位	第二位	第三位	その他の具体的な事項
現在の強み				
今後伸ばしたいところ				

<選択肢項目>

1. 経営戦略・企画力	2. 市場開拓・販路開拓	3. 技術・精度・品質の高さ
4. 細やかな対応・サービス	5. 製品・サービス開発・独自性	6. 商品価値向上の取り組み
7. 迅速さ・納期・スピード	8. 業務効率・作業効率	9. IT活用
10. 知名度・ブランド	11. 事業の多角化	12. 連携・ネットワーク
13. 資金調達	14. 安定した資金繰り	15. 人材
16. 教育・訓練	17. 後継者の存在	18. その他（ ）

(4) パソコン・スマートフォンなどを用いたインターネットサービスで、現在活用しているものがありましたら、該当する番号に○を付けてください。（複数回答可）

1. ネット検索で情報収集	2. ホームページ・ブログ・SNSなどで情報発信
3. メールマガジンの発信	4. ネットショップ、ネット注文サイトの開設
5. その他（ ）	6. いずれも使っていない

(5) 対個人サービス業の方にお尋ねします。導入しているキャッシュレス決済がありましたら、該当する番号に○を付けてください。（複数回答可）

1. クレジットカード	2. デビットカード
3. 共通電子マネー（ICOCA、WAONなど）	4. バーコード・QRコード決済（PayPay、LinePayなど）
5. いずれも導入していない	6. その他（ ）

(6) 現在、貴事業所が田村市に立地してメリットに感じることにについて、該当する番号 すべて に○を付けてください。

1. 古くからのつながりがあり、助け合いや情報が得られる	2. 取引先が市内にあり、交通費や時間が節約できる
3. 優れた人材を集め易い	4. 地代・家賃や水道料金などが安い
5. 豊かな自然環境がある	6. 交通と輸送の便が良い
7. 行政や教育機関、各種団体・組合の支援が充実している	8. 商工会の支援が充実している
9. 教育・医療・福祉等の公共施設が立地し、その利用者が顧客となり得る	10. 市内に競合する同業他社が少ない
11. 郡山市のベッドタウンであり、ビジネスチャンスが広がっている	
12. その他（ ）	

4. 雇用・採用・教育について

- (1) 3年前（新型コロナウイルス感染症拡大前年の2019年）と比較した貴事業所の従業員数の増減について、該当する番号 **1つ** に○を付けてください。

*3年以内に新設した事業所は直近の状況と比較してお選びください。

従業員全体の増減		1. 大幅に増加	2. やや増加	3. 横ばい	4. やや減少	5. 大幅に減少
形態	正社員	1. 大幅に増加	2. やや増加	3. 横ばい	4. やや減少	5. 大幅に減少
	臨時・パート・アルバイト	1. 大幅に増加	2. やや増加	3. 横ばい	4. やや減少	5. 大幅に減少
地域	田村市内	1. 大幅に増加	2. やや増加	3. 横ばい	4. やや減少	5. 大幅に減少
	田村市外	1. 大幅に増加	2. やや増加	3. 横ばい	4. やや減少	5. 大幅に減少

- (2) 2019年から2021年にかけて働き方改革関連法が順次施行されてきました。貴事業所での対応状況について、該当する番号 **1つ** に○を付けてください。

1. ほぼ対応できている	2. 一部対応しているが、対応できていないところが残っている
3. 現在は対応できておらず、今後検討する	4. 現在は対応できておらず、内容も理解できていない
5. 一人事業所であり対応の必要はない	6. その他（ ）

- (3) 人材育成について、それぞれ該当する番号 **1つ** に○をつけてください。

① 社内に人材育成のマニュアルや仕組みはありますか	1. はい	2. いいえ	3. 準備中
② 新型コロナウイルス感染症の影響を踏まえ①を改定しましたか	1. はい	2. いいえ	
③ 就業規則はありますか	1. はい	2. いいえ	3. 準備中
④ 働き方改革関連法を踏まえ就業規則を改定しましたか	1. はい	2. いいえ	3. 準備中
⑤ 人材育成・雇用環境に関する勉強会があれば参加しますか	1. はい	2. いいえ	

- (4) 従業員を対象とした研修(社内研修を含む)を実施していますか。該当する番号 **1つ** に○を付けてください。

1. している（内容： ）	
2. 今後は行う予定がある	3. 今後もしない予定はない

- (5) 研修の実施によってどのような成果に結びついているとお考えですか。該当する番号に **2つ** まで○を付けてください。

1. 従業員の意識向上	2. 業務の効率化	3. 顧客サービスの充実
4. 市場開拓	5. 新事業の展開	6. 大きな成果は感じられない
7. その他（ ）		

5. 支援施策の利活用状況等について

- (1) 2019年6月に田村市中小企業及び小規模企業振興基本条例が制定されました。田村市においてこの条例が制定されたことをご存知でしょうか。該当する番号 **1つ** に○を付けてください。

- | | |
|-------------------|----------------------------|
| 1. 条文を読んでおり知っている | 2. 条文は読んでいないが制定されたことは知っている |
| 3. 知らない（この調査で知った） | |

- (2) 田村市の事業者向け支援施策を活用されたことがありますか。
それぞれ該当する番号 **1つ** に○を付けてください。

①田村市中小企業・小規模事業者支援事業補助金	1. 利用した	2. 利用中	3. 利用の必要ない
	4. 知っているが利用経験ない	5. 知らない	
②田村市中小企業経営合理化資金保証融資制度 （市内金融機関からの融資制度）	1. 利用した	2. 知っているが利用していない	
	3. 知らない		
③田村市中小企業借入金利子補給金 （政府系金融機関からの融資を受けた資金に係る利子補給）	1. 利用した	2. 知っているが利用していない	
	3. 知らない		

- (3) 田村市の事業者向け支援施策はどのような方法で情報収集していますか。
該当する番号 **すべて** に○を付けてください。

- | | | | | | | | |
|-----------|--------|-------|-------|-------|--------|---------|-----------|
| 1. 広報誌 | 2. 会報誌 | 3. 新聞 | 4. 広告 | 5. HP | 6. SNS | 7. 支援機関 | 8. 友人・知人等 |
| 9. その他（ ） | | | | | | | |

- (4) 国や県の新型コロナウイルス感染症対策支援事業を活用されたことがありますか。
それぞれ該当する番号 **1つ** に○を付けてください。

①(国)持続化給付金	1. 利用した	2. 利用していない	3. 知らない
②(国)一時支援金・月次支援金	1. 利用した	2. 利用していない	3. 知らない
③(国)事業復活支援金	1. 利用した	2. 利用していない	3. 知らない
④(国・県)新型コロナウイルス感染症対策金融支援事業 （資金融資、利子補給など）	1. 利用した	2. 利用していない	3. 知らない
上記以外で新型コロナウイルス感染症の影響に対する行政 の中小企業支援制度を活用された場合、ご記入ください。			

- (5) 国や県の新型コロナウイルス感染症対策支援事業をどのような方法で情報収集していますか。
該当する番号 **すべて** に○を付けてください。

- | | | | | | | | |
|-----------|--------|-------|-------|-------|--------|---------|-----------|
| 1. 広報誌 | 2. 会報誌 | 3. 新聞 | 4. 広告 | 5. HP | 6. SNS | 7. 支援機関 | 8. 友人・知人等 |
| 9. その他（ ） | | | | | | | |

(6) 事業資金の借入先について、該当する番号すべてに○を付けてください。

- | | | |
|---------|--------------|-----------------------|
| 1. 地方銀行 | 2. 信用金庫・信用組合 | 3. 政府系金融機関（日本政策金融公庫等） |
| 4. 商工会 | 5. 市・県 | 6. 商工ローン・クレジット |
| 7. 親族等 | 8. その他（ | ） |

(7) 経営上の問題に関する相談相手について、該当する番号すべてに○を付けてください。

- | | | |
|--------------|---------------|-------------------------|
| 1. 役員・従業員 | 2. 家族・親族 | 3. 他社の経営者 |
| 4. 税理士・会計士 | 5. 弁護士・司法書士 | 6. フィナンシャルプランナー・コンサルタント |
| 7. 取引先金融機関 | 8. 商工会などの商工団体 | 9. 国・県・市 |
| 10. 誰にも相談しない | 11. その他（ | ） |

6. 今後の見通しと方向性について

(1) 貴事業所の2年先の見通しはいかがでしょうか。該当する番号1つに○を付けてください。

- | | | | | |
|----------|---------|--------------|---------|----------|
| 1. 大幅に成長 | 2. やや成長 | 3. 横ばい(現状維持) | 4. やや縮小 | 5. 大幅に縮小 |
|----------|---------|--------------|---------|----------|

(2) 今後2年ほど先の予定として、事業所・店舗・設備の拡張・増設や縮小(閉鎖・廃業含む)、移転を検討されていますか。該当する番号1つに○をつけてください。

- | | | |
|------------|-----------|----------|
| 1. 拡張 | 2. 縮小・集約 | 3. 閉鎖・廃業 |
| 4. 業種転換 | 5. 合併・M&A | 6. 現状維持 |
| 7. 新規出店・進出 | 8. 移転 | 9. その他（ |

(3) 事業活動を維持継続する場合、今後の事業展開をどのように考えていますか。
該当する番号1つに○を付けてください。

- | | |
|---------------------|-------------------|
| 1. 現在の事業に特化し、維持継続する | 2. 新分野への進出を含めて考える |
|---------------------|-------------------|

(4) 後継者の有無と事業承継方法について、該当する番号1つに○を付けてください。

- | |
|---|
| 1. 後継者はすでに決定している → （ 親族 ・ 非親族 ） …○を付けてください。 |
| 2. 事業は承継したいが、後継者はまだ決まっていない |
| 3. 第三者への譲渡やM&A |
| 4. 廃業または閉鎖 → 理由をお聞かせください（ |
| 5. 未定・わからない |
| 6. 事業承継不要（上場企業など） |

8. 東日本大震災の影響について

- (1) 平成 23 年に発生した東日本大震災が貴事業者の経営に及ぼした影響について、それぞれ該当する番号 1 つ に○を付けてください。

震災発生当時	1. 悪影響を及ぼした	2. 影響はなかった	3. 好影響を及ぼした
現在	1. 悪影響を及ぼしている	2. 影響はない	3. 好影響を及ぼしている

- (2) 前問 (1) の現在で「1. 悪影響を及ぼしている」を選ばれた場合、震災発生当時と比べた悪影響の度合いについて、該当する番号 1 つ に○を付けてください。

- | | |
|-------------------|------------------|
| 1. 影響はとても小さくなっている | 2. 影響はやや小さくなっている |
| 3. 変わらない | 4. 影響はやや大きくなっている |
| 5. 影響はとても大きくなっている | |

- (3) 原発事故に関連する風評被害の状況について、それぞれ該当する番号 1 つ に○を付けてください。

2018 年まで	1. たびたび被害を受けた 3. 被害を受けることはなかった	2. まれに被害を受けた 4. わからない
2019 年以降	1. たびたび被害を受けている 3. 被害を受けることはない	2. まれに被害を受けている 4. わからない

- (4) 前問 (2) で「1. たびたび被害を受けた (受けている)」または「2. まれに被害を受けた (受けている)」を選ばれた場合、どのような風評被害を受けたのかについて、それぞれ該当する番号 すべて に○を付けてください。

2018 年まで	1. 理不尽な納入価格の値下げ要求 3. 市場価格よりも安い価格でしか売れない 5. 基準を超える検査の強要	2. 風評を理由にした返品 4. 風評を理由にした仕入拒否 6. その他
2019 年以降	1. 理不尽な納入価格の値下げ要求 3. 市場価格よりも安い価格でしか売れない 5. 基準を超える検査の強要	2. 風評を理由にした返品 4. 風評を理由にした仕入拒否 6. その他

- (5) 前問 (3) でご回答された風評被害について、具体的にご記入ください。

2018 年まで	
2019 年以降	

- (6) 風評を払拭するために、貴事業所が行ってきた取組と、今後行っていききたいと考える取組について、すべてを選び、番号をご記入ください。

	選択肢記入欄	その他の具体的な事項
これまで行ってきた取組		
今後行っていききたい取組		

< 選択肢項目 >

- | | | |
|--------------------|-----------------|------------|
| 1. 除染活動 | 2. 安全性の高い資材の確保 | 3. 自主検査の実施 |
| 4. 出荷物に検査済であることを表記 | 5. 新たな販売先の開拓 | 6. 店頭での PR |
| 7. WEB・SNS での情報発信 | 8. イベント・商談会への出展 | 9. その他 |

9. 市への施策の要望

- (1) 今後、田村市全体の経済が発展するために必要とお考えの方向性について、該当する番号 3 つまで に○を付けてください。(複数選択可)

- | | | |
|---------------|-------------|---------------|
| 1. 農林業の強化 | 2. 若手経営者の育成 | 3. 起業・創業支援の充実 |
| 4. 経営改革支援の充実 | 5. 商店街の再生 | 6. 空き店舗の利活用 |
| 7. DX 推進 | 8. 企業・工場誘致 | 9. 企業間連携の強化 |
| 10. 産学官金連携の強化 | 11. 観光産業の強化 | 12. 新しい働き方の推進 |
| 13. その他 (| |) |

- (2) 田村市に対して今後希望する施策について、該当する番号 すべて に○を付けてください。(複数選択可)

- | | | |
|----------------|---------------|---------------------|
| 1. 新事業創出に対する支援 | 2. 雇用に対する支援 | 3. 事業所建設、設備導入に対する支援 |
| 4. 運転資金に対する支援 | 5. 技術に対する支援 | 6. 経営ノウハウに対する支援 |
| 7. 販路開拓に対する支援 | 8. 公共事業の維持・拡大 | 9. 地域内での消費促進 |
| 10. 観光振興 | 11. 震災復興の対応 | 12. 地域資源を生かした産業づくり |
| 13. 従業員の福利厚生 | 14. その他 (|) |

(希望内容を具体的に)

アンケートは以上です。

お忙しい中、ご協力ありがとうございました。

本調査票は、12 月 16 日(金)までに同封の返信用封筒でご返送ください。

【1】(7) 事業の種類

事業の業種区分（参考）

1. 農林漁業
農業
林業
漁業（水産養殖業を除く）
水産養殖業
2. 建設業
総合工事業
職別工事業（設備工事業を除く）
設備工事業
3. 製造業
食料品製造業
飲料・たばこ・飼料製造業
繊維工業
木材・木製品製造業（家具を除く）
家具・装備品製造業
パルプ・紙・紙加工品製造業
印刷・同関連業
化学工業
石油製品・石炭製品製造業
プラスチック製品製造業（別掲を除く）
ゴム製品製造業
なめし革・同製品・毛皮製造業
窯業・土石製品製造業
鉄鋼業
非鉄金属製造業
金属製品製造業
はん用機械器具製造業
生産用機械器具製造業
業務用機械器具製造業
電子部品・デバイス・電子回路製造業
電気機械器具製造業
情報通信機械器具製造業
輸送用機械器具製造業
その他の製造業
4. 電気・ガス・水道業
電気業
ガス業
熱供給業
水道業
5. 情報通信業
通信業
放送業
情報サービス業
インターネット附随サービス業
映像・音声・文字情報制作業
6. 運輸業、郵便業
鉄道業
道路旅客運送業
道路貨物運送業
水運業
航空運輸業
倉庫業
運輸に附帯するサービス業
郵便業（信書便事業を含む）

7. 卸売業
各種商品卸売業
繊維・衣服等卸売業
飲食料品卸売業
建築材料、鉱物・金属材料等卸売業
機械器具卸売業
その他の卸売業
8. 小売業
各種商品小売業
織物・衣服・身の回り品小売業
飲食料品小売業
機械器具小売業
その他の小売業
無店舗小売業
9. 金融、保険
銀行業
協同組織金融業
貸金業、クレジットカード業等非預金信用機関
金融商品取引業、商品先物取引業
補助的金融業等
保険業（保険媒介代理業、保険サービス業を含む）
10. 不動産業・物品賃貸業
不動産取引業
不動産賃貸業・管理業
物品賃貸業
11. 研究、専門・技術サービス業
学術・開発研究機関
専門サービス業（他に分類されないもの）
広告業
技術サービス業（他に分類されないもの）
12. 宿泊、飲食業
宿泊業
飲食店
持ち帰り・配達飲食サービス業
13. 生活関連サービス、娯楽業
洗濯・理容・美容・浴場業
その他の生活関連サービス業
娯楽業
14. 教育・学習支援業
学校教育
その他の教育、学習支援業
15. 医療業
16. 社会保険・社会福祉・介護事業
17. その他サービス業
廃棄物処理業
自動車整備業
機械等修理業（別掲を除く）
職業紹介・労働者派遣業
その他の事業サービス業
その他のサービス業
18. その他
上記に当てはまらない業種

田村市事業者実態把握調査 市内事業者の経営課題等に関するインタビュー調査

田村市委託事業 田村市事業者実態把握調査 市内事業者の経営課題等に関するインタビュー調査

【委託者】

田村市産業部商工課

【受託者】

 東京商工リサーチ

このたび、株式会社東京商工リサーチでは、田村市産業部商工課より「田村市事業者実態把握調査」を受託いたしました。本調査事業は、田村市内の中小企業等の振興に向けた計画策定、支援実施に向けた基礎資料を得ることを目的としたものです。
本事業の中で、田村市内の中小企業等の皆様にインタビューをさせていただく機会を頂戴しております。
つきましては、お忙しいところ恐縮ではございますが是非インタビューにご協力賜りたく、お願い申し上げます。

調査概要（弊社使用欄）

調査実施日時	年 月 日		～	
企業コード				
事業所名				
ご回答者様	所属・役職等			
	氏名			
	電話番号		メールアドレス	

貴事業所（貴社）について

資本金（万円）	
従業員数（常用雇用者）	
設立年（西暦）	
創業年（西暦）	

主な業種

--

事業概要・特長 等

--

主力製品・サービス

--	--	--

貴事業所の売上高・利益の変動要因

3年前の同時期と比較した売上高及び利益の変動要因について具体的に教えてください。

	アンケート調査の回答	3年前比（同額＝100%）
3年前の同時期と比較した売上高		%
3年前の同時期と比較した利益		%
(1) 新型コロナに関連する要因		
(2) その他の要因		

貴事業所の強みについて

貴事業所の「強み」と考えているところについて具体的に教えてください。
また、その事項が強みになるために行った取組みや成果についても教えてください。

貴事業所の強み①	
(1) 具体的な強み	
(2) 強みになるために行った取組み・キッカケ	
(3) 強みにより得られた主な成果	

貴事業所の強み②	
(1) 具体的な強み	
(2) 強みになるために行った取組み・キッカケ	
(3) 強みにより得られた主な成果	

貴事業所の強み③	
(1) 具体的な強み	
(2) 強みになるために行った取組み・キッカケ	
(3) 強みにより得られた主な成果	

貴事業所が「今後伸ばしたい」と考えているところについて具体的に教えてください。
また、その事項を伸ばすために行っている取組みや計画についても教えてください。

今後伸ばしたいところ①

(1) 具体的な伸ばしたい点

(2) 伸ばすために行っている取組み・計画

今後伸ばしたいところ②

(1) 具体的な伸ばしたい点

(2) 伸ばすために行っている取組み・計画

今後伸ばしたいところ③

(1) 具体的な伸ばしたい点

(2) 伸ばすために行っている取組み・計画

従業員の採用・教育について

(1) 従業員の採用について特に苦労していること

--

(2) 従業員の採用について行政に求める支援

--

(3) 従業員の教育について特に苦労していること

--

(4) 従業員の教育について行政に求める支援

--

事業承継について

現在の事業承継のお考え

--

(1) -1 (事業承継が未定の場合) 事業承継が未定な理由

--

(1) -2 (後継者が未定の場合) 後継者が決まらない理由

--

(1) -3 (廃業を検討している場合) 廃業を検討する理由

--

(2) 事業承継について行政に求める支援

--

今後、田村市に期待すること

田村市で操業していくにあたって田村市（および県や国）に期待すること（施策、行政支援、制度改定、その他等）について教えてください

インタビューは以上です。
ご協力ありがとうございました。

集計結果の概要

《表中の略号等の説明》

表の題名の数字…質問票における質問番号（例：本所・支所の別 であれば、質問番号は 1-3）

- SA…複数回答不可
- MA…複数回答可

1. 事業所の概要について

表 1 24 地域区分 (SA)

No.	カテゴリ	件数	割合	24 地域区分
1	滝根町菅谷	40	2.5	5
2	滝根町神俣	101	6.3	4
3	滝根町広瀬	30	1.9	6
4	大越町上大越	101	6.3	1
5	大越町下大越	39	2.4	3
6	大越町牧野（栗出・早稲川）	13	0.8	2
7	都路町岩井沢	30	1.9	7
8	都路町古道	58	3.6	8
9	常葉町西向	31	1.9	9
10	常葉町常葉	134	8.4	10
11	常葉町関本	14	0.9	11
12	常葉町山根	0	0.0	12
13	船引町今泉	30	1.9	17
14	船引町船引	597	37.5	22
15	船引町春山	20	1.3	24
16	船引町石森	18	1.1	16
17	船引町美山	34	2.1	20
18	船引町瀬川	33	2.1	15
19	船引町移	91	5.7	19
20	船引町芦沢	47	3.0	13
21	船引町堀越	44	2.8	23
22	船引町門沢	26	1.6	18
23	船引町櫛山	12	0.8	21
24	船引町要田	50	3.1	14
	不明	0		
	合計	1593	1593	

表 2 12 地域区分 (SA)

No.	カテゴリ	件数	割合
1	滝根	171	10.7
2	大越	153	9.6
3	都路	88	5.5
4	常葉	179	11.2
5	船引	627	39.4
6	文殊	49	3.1
7	美山	34	2.1
8	瀬川	33	2.1
9	移	91	5.7
10	芦沢	47	3.0
11	七郷	82	5.1
12	要田	39	2.4
	不明	0	
	合計	1593	1593

表 3 1-3 本所・支所の別 (SA)

No.	カテゴリ	件数	割合
1	本所・本店	556	77.7
2	支所・支店	160	22.3
	不明	877	
	合計	1593	716

表 4 1-5 調査回答者 (SA)

No.	カテゴリ	件数	割合
1	事業所代表者	334	70.6
2	事業所代表者以外	139	29.4
	不明	1120	
	合計	1593	473

表 5 1-6 業種 (18 業種) (SA)

No.	カテゴリ	件数	割合
1	農林漁業	0	0.0
2	建設業	282	20.9
3	製造業	144	10.7
4	電気・ガス・水道業	4	0.3
5	情報通信業	1	0.1
6	運輸業、郵便業	47	3.5
7	卸売業	45	3.3
8	小売業	342	25.3
9	金融、保険	11	0.8
10	不動産業・物品賃貸業	33	2.4
11	研究、専門・技術サービス業	32	2.4
12	宿泊、飲食業	83	6.1
13	生活関連サービス、娯楽業	127	9.4

14	教育・学習支援業	20	1.5
15	医療業	49	3.6
16	社会保険・社会福祉・介護事業	52	3.8
17	その他サービス業	75	5.5
18	その他	5	0.4
	不明	241	
	合計	1593	1352

表 6 1-6 業種（4 業種）(SA)

No.	カテゴリ	件数	割合
1	製造業（農林業含む）	282	20.9
2	建設業	144	10.7
3	サービス業	487	36.0
4	流通・商業	434	32.1
5	その他	5	0.4
	不明	241	
	合計	1593	1352

表 7 1-9 正社員（役員・家族含む）合計（数量）

No.	カテゴリ	件数	割合
1	1 人以下	92	18.3
2	2 人	119	23.6
3	3 ～ 5 人	156	31.0
4	6 ～ 10 人	69	13.7
5	11 ～ 20 人	41	8.1
6	21 ～ 50 人	23	4.6
7	51 人以上	4	0.8
	不明	1089	
	合計	1593	504

表 8 1-9 臨時・パート・アルバイト合計（数量）

No.	カテゴリ	件数	割合
1	1 人以下	142	49.0
2	2 人	40	13.8
3	3 ～ 5 人	49	16.9
4	6 ～ 10 人	23	7.9
5	11 ～ 20 人	22	7.6
6	21 ～ 50 人	10	3.4
7	51 人以上	4	1.4
	不明	1303	
	合計	1593	290

表 9 1-9 従業員数（数量）

No.	カテゴリ	件数	割合
1	1 人以下	73	12.6
2	2 人	93	16.1

3	3～5人	138	23.9
4	6～10人	100	17.3
5	11～20人	75	13.0
6	21～50人	57	9.9
7	51人以上	42	7.3
	不明	1015	
	合計	1593	578

表 10 1-10 本社・本店の住所 (SA)

No.	カテゴリ	件数	割合
1	回答事業所と同じ	446	80.1
2	回答事業所とは別の田村市内	16	2.9
3	郡山市	27	4.8
4	田村市の近隣市町	11	2.0
5	その他の福島県内	13	2.3
6	県外	44	7.9
	不明	1036	
	合計	1593	557

表 11 1-4 組織形態 (SA)

No.	カテゴリ	件数	割合
1	個人企業	192	34.5
2	法人企業	335	60.1
3	非営利組織	30	5.4
	不明	1036	
	合計	1593	557

表 12 1-4 個人創業年（限定）（数量）

No.	カテゴリ	件数	割合
1	1945 年以前	26	15.8
2	1946～1960 年	29	17.6
3	1961～1975 年	24	14.5
4	1976～1990 年	34	20.6
5	1991～2005 年	31	18.8
6	2006～2010 年	7	4.2
7	2011 年以降	14	8.5
	不明	27	
	合計	192	165

表 13 1-4 法人設立年（限定）（数量）

No.	カテゴリ	件数	割合
1	1945 年以前	10	3.3
2	1946～1960 年	22	7.2
3	1961～1975 年	42	13.7
4	1976～1990 年	83	27.0
5	1991～2005 年	82	26.7

6	2006～2010年	14	4.6
7	2011年以降	54	17.6
	不明	28	
	合計	335	307

表 14 1-4 組織認可年（限定）（数量）

No.	カテゴリ	件数	割合
1	1945 年以前	0	0.0
2	1946～1960 年	3	11.1
3	1961～1975 年	6	22.2
4	1976～1990 年	2	7.4
5	1991～2005 年	9	33.3
6	2006～2010 年	3	11.1
7	2011 年以降	4	14.8
	不明	3	
	合計	30	27

表 15 1-11 年間売上高 (SA)

No.	カテゴリ	件数	割合
1	300 万円未満	297	23.0
2	300 万円～500 万円未満	89	6.9
3	500 万円～1 千万円未満	150	11.6
4	1 千万円～5 千万円未満	384	29.7
5	5 千万円～1 億円未満	120	9.3
6	1 億円～3 億円未満	146	11.3
7	3 億円以上	107	8.3
	不明	300	
	合計	1593	1293

表 16 1-12 資本金（限定）(SA)

No.	カテゴリ	件数	割合
1	100 万円未満	18	5.7
2	100 万円～300 万円未満	30	9.5
3	300 万円～500 万円未満	85	27.0
4	500 万円～1 千万円未満	64	20.3
5	1 千万円～5 千万円未満	80	25.4
6	5 千万円～1 億円未満	11	3.5
7	1 億円以上	27	8.6
	不明	20	
	合計	335	315

2. 経営状況について

表 17 2-1 売上高変化（3 年前比）(SA)

No.	カテゴリ	件数	割合
1	大幅に増加	6	1.1

2	やや増加	53	9.8
3	横ばい	131	24.3
4	やや減少	176	32.7
5	大幅に減少	167	31.0
6	新設	6	1.1
	不明	1054	
	合計	1593	539

表 18 2-1 利益変化（3年前比）(SA)

No.	カテゴリ	件数	割合
1	大幅に増加	3	0.6
2	やや増加	46	9.1
3	横ばい	114	22.5
4	やや減少	174	34.3
5	大幅に減少	166	32.7
6	新設	4	0.8
	不明	1086	
	合計	1593	507

表 19 2-2 現在の業況 (SA)

No.	カテゴリ	件数	割合
1	良い	8	1.6
2	やや良い	25	4.9
3	普通	169	32.8
4	やや悪い	177	34.4
5	悪い	136	26.4
	不明	1078	
	合計	1593	515

表 20 2-3 課税業者か免税業者か (SA)

No.	カテゴリ	件数	割合
1	課税業者である	368	72.3
2	免税業者である	141	27.7
	不明	1084	
	合計	1593	509

表 21 2-4 適格請求書（インボイス）への対応 (MA)

No.	カテゴリ	件数	割合
1	登録申請し登録番号を取得した	163	32.1
2	登録申請し登録番号を取得する予定である	117	23.1
3	登録する予定はない	50	9.9
4	わからない・未定	167	32.9
5	その他	10	2.0
	不明	1086	
	合計	1593	507

表 22 2-5 得意先・販売先第 1 位 (SA)

No.	カテゴリー	件数	割合
1	田村市	378	73.5
2	郡山市	55	10.7
3	小野町・三春町・本宮市・二本松市	11	2.1
4	1～3 以外の県内市町	30	5.8
5	県外	40	7.8
6	海外	0	0.0
	不明	1079	
	合計	1593	514

表 23 2-5 仕入先・外注先第 1 位 (SA)

No.	カテゴリー	件数	割合
1	田村市	168	33.2
2	郡山市	197	38.9
3	小野町・三春町・本宮市・二本松市	13	2.6
4	1～3 以外の県内市町	36	7.1
5	県外	88	17.4
6	海外	4	0.8
	不明	1087	
	合計	1593	506

表 24 2-6 資金繰り（コロナ禍前）(SA)

No.	カテゴリー	件数	割合
1	順調	51	10.0
2	やや順調	111	21.8
3	どちらともいえない	251	49.2
4	やや窮屈	70	13.7
5	窮屈	27	5.3
	不明	1083	
	合計	1593	510

表 25 2-6 資金繰り（現在）(SA)

No.	カテゴリー	件数	割合
1	順調	28	5.6
2	やや順調	49	9.9
3	どちらともいえない	220	44.4
4	やや窮屈	110	22.2
5	窮屈	89	17.9
	不明	1097	
	合計	1593	496

表 26 2-7 人手の過不足感（コロナ禍前）(SA)

No.	カテゴリー	件数	割合
1	過剰	1	0.2

2	やや過剰	6	1.2
3	適正	297	59.0
4	やや不足	155	30.8
5	不足	44	8.7
	不明	1090	
	合計	1593	503

表 27 2-7 人手の過不足感（現在）(SA)

No.	カテゴリ	件数	割合
1	過剰	3	0.6
2	やや過剰	19	3.8
3	適正	244	49.1
4	やや不足	144	29.0
5	不足	87	17.5
	不明	1096	
	合計	1593	497

表 28 2-8 経営上の問題点 (MA)

No.	カテゴリ	件数	割合
1	販売価格の下落	62	12.2
2	販売量の減少	256	50.3
3	原材料・仕入単価の上昇	333	65.4
4	人件費の増加	110	21.6
5	人件費以外の費用の増加	97	19.1
6	従業員の不足	166	32.6
7	熟練技術者、専門知識を持つ人材の確保難	156	30.6
8	社員教育の不足	59	11.6
9	製品・サービス力の低下	41	8.1
10	業務効率の悪さ	129	25.3
11	設備の老朽化	175	34.4
12	設備投資の不足	63	12.4
13	事業資金の借入難	43	8.4
14	ICT（情報通信技術）への対応の遅れ	70	13.8
15	同業他社との競争の激化	145	28.5
16	需要の停滞・減少、市場規模の縮小	235	46.2
17	税負担の増加	121	23.8
18	新型コロナへの対応の遅れ・不足	39	7.7
19	その他	16	3.1
	不明	1084	
	合計	1593	509

3. 経営計画・事業所の強み・インターネット活用等について

表 29 3-1 コロナ禍でとった業務面の対策 (MA)

No.	カテゴリ	件数	割合
1	消毒液の設置、定期的な消毒	422	83.4
2	アクリル板やビニールクロスの設置	198	39.1
3	定期的な換気	347	68.6
4	営業活動のオンライン化	27	5.3
5	社内会合のオンライン化	44	8.7
6	テレワークの推進	20	4.0
7	出勤時間の見直し	26	5.1
8	社内でのソーシャルディスタンスの確保	118	23.3
9	社員の健康管理への配慮	260	51.4
10	その他	25	4.9
11	特に対策を講じていない	42	8.3
	不明	1087	
	合計	1593	506

表 30 3-2 経営理念の外部発信を行っていますか (SA)

No.	カテゴリ	件数	割合
1	はい	110	22.6
2	いいえ	377	77.4
	不明	1106	
	合計	1593	487

表 31 3-2 中長期の経営方針はお持ちですか (SA)

No.	カテゴリ	件数	割合
1	はい	215	44.2
2	いいえ	271	55.8
	不明	1107	
	合計	1593	486

表 32 3-2 上記計画を、新型コロナウイルス感染症の影響で変更・修正しましたか (SA)

No.	カテゴリ	件数	割合
1	はい	101	21.2
2	いいえ	375	78.8
	不明	1117	
	合計	1593	476

表 33 3-2 毎年の経営計画は作っていますか (SA)

No.	カテゴリ	件数	割合
1	はい	168	34.6
2	いいえ	318	65.4
	不明	1107	
	合計	1593	486

表 34 3-2 経営に関する勉強会があれば参加したいですか (SA)

No.	カテゴリ	件数	割合
1	はい	192	39.8
2	いいえ	290	60.2
	不明	1111	
	合計	1593	482

表 35 3-3 事業所現在の強み (MA)

No.	カテゴリ	第1位 件数	割合	第2位 件数	割合	第3位 件数	割合
1	経営戦略・企画力	16	3.2	6	12	12	3.3
2	市場開拓・販路開拓	9	1.8	6	3	3	0.8
3	技術・精度・品質の高さ	111	22.1	52	32	32	8.8
4	細やかな対応・サービス	149	29.7	83	49	49	13.5
5	製品・サービス開拓・独自性	22	4.4	21	20	20	5.5
6	商品価値向上の取り組み	8	1.6	25	26	26	7.2
7	迅速さ・納期・スピード	39	7.8	88	47	47	12.9
8	業務効率・作業効率	8	1.6	26	31	31	8.5
9	IT活用	2	0.4	6	5	5	1.4
10	知名度・ブランド	36	7.2	20	25	25	6.9
11	事業の多角化	5	1.0	8	14	14	3.9
12	連携・ネットワーク	6	1.2	11	17	17	4.7
13	資金調達	1	0.2	2	2	2	0.6
14	安定した資金繰り	8	1.6	7	9	9	2.5
15	人材	22	4.4	24	31	31	8.5
16	教育・訓練	0	0.0	7	7	7	1.9
17	後継者の存在	15	3.0	11	23	23	6.3
18	その他	45	9.0	22	10	10	2.8
	不明	1091		1168		1230	
	合計	1593	502	1593	425	1593	363

表 36 3-3 今後強化したい点 (第1位) (MA)

No.	カテゴリ	第1位 件数	割合	第2位 件数	割合	第3位 件数	割合
1	経営戦略・企画力	44	9.1	16	4.1	19	5.2
2	市場開拓・販路開拓	71	14.7	29	7.3	21	5.8
3	技術・精度・品質の高さ	36	7.4	35	8.9	31	8.5
4	細やかな対応・サービス	40	8.3	28	7.1	18	4.9
5	製品・サービス開拓・独自性	20	4.1	21	5.3	22	6.0
6	商品価値向上の取り組み	11	2.3	25	6.3	24	6.6
7	迅速さ・納期・スピード	17	3.5	24	6.1	15	4.1
8	業務効率・作業効率	26	5.4	46	11.6	32	8.8
9	IT活用	11	2.3	10	2.5	28	7.7
10	知名度・ブランド	13	2.7	14	3.5	20	5.5
11	事業の多角化	13	2.7	10	2.5	16	4.4
12	連携・ネットワーク	4	0.8	7	1.8	10	2.7

13	資金調達	5	1.0	6	1.5	9	2.5
14	安定した資金繰り	27	5.6	27	6.8	22	6.0
15	人材	63	13.0	35	8.9	30	8.2
16	教育・訓練	18	3.7	31	7.8	19	5.2
17	後継者の存在	21	4.3	19	4.8	23	6.3
18	その他	44	9.1	12	3.0	5	1.4
	不明	1109		1198		1229	
	合計	1593	484	1593	395	1593	364

表 37 3-4 活用しているインターネットサービス (MA)

No.	カテゴリ	件数	割合
1	ネット検索で情報収集	259	54.6
2	ホームページ・ブログ・SNS などで情報発信	124	26.2
3	メールマガジンの発信	10	2.1
4	ネットショップ、ネット注文 サイトの開設	46	9.7
5	その他	10	2.1
6	いずれも使っていない	150	31.6
	不明	1119	
	合計	1593	474

表 38 3-5 導入しているキャッシュレス決済（対個人サービス業）(MA)

No.	カテゴリ	件数	割合
1	クレジットカード	89	24.1
2	デビットカード	20	5.4
3	共通電子マネー（ICOCA,WAON など）	40	10.8
4	バーコード・QRコード決済 (PayPay,LinePay など)	83	22.5
5	いずれも導入していない	248	67.2
6	その他	10	2.7
	不明	1224	
	合計	1593	369

表 39 3-6 市内立地メリット (MA)

No.	カテゴリ	件数	割合
1	古くからのつながりがあり、 助け合いや情報が得られる	330	69.8
2	取引先が市内にあり、交通費 や時間が節約できる	150	31.7
3	優れた人材を集め易い	9	1.9
4	地代・家賃や水道料金などが 安い	74	15.6
5	豊かな自然環境がある	149	31.5
6	交通と輸送の便が良い	42	8.9
7	行政や教育機関、各種団体・ 組合の支援が充実している	41	8.7
8	商工会の支援が充実している	94	19.9

9	教育・医療・福祉などの公共施設が立地し、その利用者が顧客となりうる	35	7.4
10	市内に競合する同業他社が少ない	69	14.6
11	郡山市のベッドタウンであり、ビジネスチャンスが広がっている	29	6.1
12	その他	15	3.2
	不明	1120	
	合計	1593	473

表 40 ①古くからのつながりがあり、助け合いや情報が得られる (SA)

No.	カテゴリ	件数	割合
1	はい	330	100.0
2	いいえ	0	0.0
	不明	1263	
	合計	1593	330

表 41 ②取引先が市内にあり、交通費や時間が節約できる (SA)

No.	カテゴリ	件数	割合
1	はい	150	100.0
2	いいえ	0	0.0
	不明	1443	
	合計	1593	150

表 42 ③優れた人材を集めやすい (SA)

No.	カテゴリ	件数	割合
1	はい	9	100.0
2	いいえ	0	0.0
	不明	1584	
	合計	1593	9

表 43 ④地代・家賃や水道料金などが安い (SA)

No.	カテゴリ	件数	割合
1	はい	74	100.0
2	いいえ	0	0.0
	不明	1519	
	合計	1593	74

表 44 ⑤豊かな自然環境がある (SA)

No.	カテゴリ	件数	割合
1	はい	149	100.0
2	いいえ	0	0.0
	不明	1444	
	合計	1593	149

表 45 ⑥交通と輸送の便が良い (SA)

No.	カテゴリ	件数	割合
1	はい	42	100.0
2	いいえ	0	0.0
	不明	1551	
	合計	1593	42

表 46 ⑦行政や教育機関、各種団体・組合の支援が充実している (SA)

No.	カテゴリ	件数	割合
1	はい	41	100.0
2	いいえ	0	0.0
	不明	1552	
	合計	1593	41

表 47 ⑧商工会の支援が充実している (SA)

No.	カテゴリ	件数	割合
1	はい	94	100.0
2	いいえ	0	0.0
	不明	1499	
	合計	1593	94

表 48 ⑨教育・医療・福祉等の公共施設が立地し、その利用者が顧客となりうる (SA)

No.	カテゴリ	件数	割合
1	はい	35	100.0
2	いいえ	0	0.0
	不明	1558	
	合計	1593	35

表 49 ⑩市内に競合する同業他社が少ない (SA)

No.	カテゴリ	件数	割合
1	はい	69	100.0
2	いいえ	0	0.0
	不明	1524	
	合計	1593	69

表 50 ⑪郡山市のベッドタウンであり、ビジネスチャンスが広がっている (SA)

No.	カテゴリ	件数	割合
1	はい	29	100.0
2	いいえ	0	0.0
	不明	1564	
	合計	1593	29

表 51 ⑫その他 (SA)

No.	カテゴリ	件数	割合
1	はい	15	100.0
2	いいえ	0	0.0
	不明	1578	

	合計	1593	15
--	----	------	----

4. 雇用・採用・教育について

表 52 4-1 従業員全体の増減（3年前比）(SA)

No.	カテゴリ	件数	割合
1	大幅に増加	5	1.2
2	やや増加	26	6.0
3	横ばい	292	67.4
4	やや減少	89	20.6
5	大幅に減少	21	4.8
	不明	1160	
	合計	1593	433

表 53 4-1 正社員の増減（3年前比）(SA)

No.	カテゴリ	件数	割合
1	大幅に増加	4	1.0
2	やや増加	33	8.1
3	横ばい	282	68.9
4	やや減少	71	17.4
5	大幅に減少	19	4.6
	不明	1184	
	合計	1593	409

表 54 4-1 臨時・パート・アルバイトの増減（3年前比）(SA)

No.	カテゴリ	件数	割合
1	大幅に増加	1	0.3
2	やや増加	29	8.9
3	横ばい	221	67.6
4	やや減少	56	17.1
5	大幅に減少	20	6.1
	不明	1266	
	合計	1593	327

表 55 4-1 田村市内従業員の増減（3年前比）(SA)

No.	カテゴリ	件数	割合
1	大幅に増加	5	1.3
2	やや増加	20	5.3
3	横ばい	266	71.1
4	やや減少	61	16.3
5	大幅に減少	22	5.9
	不明	1219	
	合計	1593	374

表 56 4-1 田村市外従業員の増減（3年前比）(SA)

No.	カテゴリ	件数	割合
1	大幅に増加	0	0.0

2	やや増加	27	9.0
3	横ばい	212	70.4
4	やや減少	37	12.3
5	大幅に減少	25	8.3
	不明	1292	
	合計	1593	301

表 57 4-2 働き方改革関連法への対応状況 (SA)

No.	カテゴリ	件数	割合
1	ほぼ対応できている	140	29.2
2	対応できていないところが残っている	128	26.7
3	今後、検討する	65	13.5
4	内容が理解できていない	38	7.9
5	一人事業所であり対応の必要ない	95	19.8
6	その他	14	2.9
	不明	1113	
	合計	1593	480

表 58 4-4 社内に人材育成のマニュアルや仕組みはありますか (SA)

No.	カテゴリ	件数	割合
1	はい	109	23.3
2	いいえ	314	67.2
3	準備中	44	9.4
	不明	1126	
	合計	1593	467

表 59 4-4 コロナ禍の影響を踏まえて人材育成マニュアルを改定しましたか (SA)

No.	カテゴリ	件数	割合
1	はい	78	18.2
2	いいえ	351	81.8
	不明	1164	
	合計	1593	429

表 60 4-4 就業規則はありますか (SA)

No.	カテゴリ	件数	割合
1	はい	264	56.9
2	いいえ	171	36.9
3	準備中	29	6.3
	不明	1129	
	合計	1593	464

表 61 4-4 働き方関連法を踏まえて就業規則を改定しましたか (SA)

No.	カテゴリ	件数	割合
1	はい	132	28.9
2	いいえ	271	59.3
3	準備中	54	11.8

	不明	1136	
	合計	1593	457

表 62 4-4 雇用環境整備の勉強会があれば参加しますか (SA)

No.	カテゴリ	件数	割合
1	はい	168	36.8
2	いいえ	288	63.2
	不明	1137	
	合計	1593	456

表 63 4-5 従業員の研修の有無 (SA)

No.	カテゴリ	件数	割合
1	している	144	31.3
2	今後は行う予定がある	85	18.5
3	今後も行わない予定はない	231	50.2
	不明	1133	
	合計	1593	460

表 64 4-7 研修の実施による成果 (MA)

No.	カテゴリ	件数	割合
1	従業員の意識向上	129	92.1
2	業務の効率化	40	28.6
3	顧客サービスの充実	45	32.1
4	市場開拓	4	2.9
5	新事業の展開	1	0.7
6	大きな成果は感じられない	5	3.6
7	その他	4	2.9
	不明	1453	
	合計	1593	140

5. 支援施策の利活用状況等について

表 65 5-1 2019 年に田村市中小企業及び小規模企業振興基本条例が制定されたことをご存知ですか (SA)

No.	カテゴリ	件数	割合
1	条文を読んでおり知っている	19	3.8
2	条文は読んでないが制定されたことは知っている	119	24.1
3	知らない	356	72.1
	不明	1099	
	合計	1593	494

表 66 5-2 田村市中小企業・小規模事業者支援事業補助金 (SA)

No.	カテゴリ	件数	割合
1	利用した	75	15.1
2	利用中	5	1.0
3	利用の必要ない	51	10.3

4	知っているが利用経験なし	138	27.8
5	知らない	227	45.8
	不明	1097	
	合計	1593	496

表 67 5-2 田村市中小企業経営合理化資金保証融資制度 (SA)

No.	カテゴリ	件数	割合
1	利用した	44	9.0
2	知っているが利用していない	173	35.2
3	知らない	274	55.8
	不明	1102	
	合計	1593	491

表 68 5-2 田村市中小企業借入金利子補給金 (SA)

No.	カテゴリ	件数	割合
1	利用した	71	14.5
2	知っているが利用していない	153	31.2
3	知らない	266	54.3
	不明	1103	
	合計	1593	490

表 69 5-3 田村市事業者向け支援制度を知った方法 (MA)

No.	カテゴリ	件数	割合
1	広報誌	232	52.7
2	会報誌	65	14.8
3	新聞	37	8.4
4	公告	22	5.0
5	HP	95	21.6
6	SNS	12	2.7
7	支援機関	98	22.3
8	友人・知人等	80	18.2
9	その他	50	11.4
	不明	1153	
	合計	1593	440

表 70 5-4 国の持続化給付金の利用 (SA)

No.	カテゴリ	件数	割合
1	利用した	237	47.9
2	利用していない	210	42.4
3	知らない	48	9.7
	不明	1098	
	合計	1593	495

表 71 5-4 国の一時支援金・月次支援金 (SA)

No.	カテゴリ	件数	割合
1	利用した	81	18.1
2	利用していない	301	67.2

3	知らない	66	14.7
	不明	1145	
	合計	1593	448

表 72 5-4 国の事業復活支援金 (SA)

No.	カテゴリ	件数	割合
1	利用した	99	22.5
2	利用していない	272	61.8
3	知らない	69	15.7
	不明	1153	
	合計	1593	440

表 73 5-4 国・県の新型コロナウイルス感染症対策金融支援事業 (SA)

No.	カテゴリ	件数	割合
1	利用した	103	22.5
2	利用していない	285	62.4
3	知らない	69	15.1
	不明	1136	
	合計	1593	457

表 74 5-5 国や県の感染症対策支援事業を知った方法 (MA)

No.	カテゴリ	件数	割合
1	広報誌	187	39.4
2	会報誌	73	15.4
3	新聞	148	31.2
4	公告	27	5.7
5	HP	124	26.1
6	SNS	22	4.6
7	支援機関	124	26.1
8	友人・知人等	94	19.8
9	その他	51	10.7
	不明	1118	
	合計	1593	475

表 75 5-6 事業資金の借入先 (MA)

No.	カテゴリ	件数	割合
1	地方銀行	195	48.0
2	信用金庫・信用組合	115	28.3
3	政府系金融機関（日本政策金融公庫等）	91	22.4
4	商工会	19	4.7
5	市・県	4	1.0
6	商工ローン・クレジット	0	0.0
7	親族等	40	9.9
8	その他	73	18.0
	不明	1187	
	合計	1593	406

表 76 5-7 経営上の問題に対する普段の相談相手 (MA)

No.	カテゴリ	件数	割合
1	役員・従業員	138	28.5
2	家族・親族	133	27.4
3	他社の経営者	84	17.3
4	税理士・会計士	251	51.8
5	弁護士・司法書士	17	3.5
6	フィナンシャルプランナー・ コンサルティング	15	3.1
7	取引先金融機関	73	15.1
8	商工会などの商工団体	118	24.3
9	国・県・市	13	2.7
10	誰にも相談しない	41	8.5
11	その他	11	2.3
	不明	1108	
	合計	1593	485

6. 今後の見通しと方向性について

表 77 6-1 事業所の2年先の見通し (SA)

No.	カテゴリ	件数	割合
1	大幅に成長	4	0.8
2	やや成長	58	11.4
3	横ばい（現状維持）	235	46.4
4	やや縮小	141	27.8
5	大幅に縮小	69	13.6
	不明	1086	
	合計	1593	507

表 78 6-2 事業所・店舗・設備の拡張・縮小・移転の検討（2年先の予定）(SA)

No.	カテゴリ	件数	割合
1	拡張	29	5.9
2	縮小・集約	55	11.2
3	閉鎖・廃業	41	8.4
4	業種転換	3	0.6
5	合併・M&A	2	0.4
6	現状維持	335	68.4
7	新規出店・進出	7	1.4
8	移転	5	1.0
9	その他	13	2.7
	不明	1103	
	合計	1593	490

表 79 6-3 維持継続の場合、事業展開の今後は (SA)

No.	カテゴリ	件数	割合
1	現在の事業に特化して、現状維持する	404	87.4

2	新分野への進出を考える	58	12.6
	不明	1131	
	合計	1593	462

表 80 6-4 後継者の有無と事業承継方法について (SA)

No.	カテゴリ	件数	割合
1	後継者は既に決定している	128	25.7
2	事業は承継したいが、後継者はまだ決まっていない	88	17.6
3	第三者への譲渡や M&A	9	1.8
4	廃業又は閉鎖	65	13.0
5	未定・わからない	192	38.5
6	事業承継不要（上場企業など）	17	3.4
	不明	1094	
	合計	1593	499

表 81 6-4 後継者の内容（限定）(SA)

No.	カテゴリ	件数	割合
1	親族	112	91.1
2	非親族	11	8.9
	不明	5	
	合計	128	123

7. 企業連携、社会活動について

表 82 7-1 他企業や異業種との連携のための会やグループへの参加の有無 (SA)

No.	カテゴリ	件数	割合
1	参加していない	346	69.2
2	参加している	154	30.8
	不明	1093	
	合計	1593	500

表 83 7-1 参加していない場合、今後の参加検討の予定（限定）(SA)

No.	カテゴリ	件数	割合
1	今後参加を検討	47	16.5
2	参加予定なし	238	83.5
	不明	61	
	合計	346	285

表 84 7-1 参加している場合の参加グループ（限定）(MA)

No.	カテゴリ	件数	割合
1	商工会	117	77.0
2	商工連盟	3	2.0
3	法人会	58	38.2
4	経済同友会	1	0.7
5	中小企業団体中央会	3	2.0
6	中小企業家同友会	9	5.9

7	倫理法人会	5	3.3
8	商工会議所	5	3.3
9	青年会議所 (JC)	8	5.3
10	ライオンズクラブ	8	5.3
11	ロータリークラブ	16	10.5
12	その他	18	11.8
	不明	2	
	合計	154	152

表 85 7-2 他企業や異業種との連携のための会やグループへ参加している場合
その内容、関心（要限定）(MA)

No.	カテゴリ	件数	割合
1	情報交換	131	87.9
2	経営に役立つ知識の習得	75	50.3
3	異業種交流	51	34.2
4	人脈・ネットワーク形成	56	37.6
5	販路開拓・取引先開拓	23	15.4
6	経営資源共有	5	3.4
7	人材育成	11	7.4
8	共同申請（補助金・商標等）	12	8.1
9	技術開発	4	2.7
10	共同求人	1	0.7
11	共同受注	1	0.7
12	共同研究	1	0.7
13	その他	3	2.0
	不明	5	
	合計	154	149

表 86 7-3 産学連携事業の経験 (SA)

No.	カテゴリ	件数	割合
1	現在行っている	16	3.3
2	過去に行ったことがある	17	3.6
3	行ったことはないが、関心はある	184	38.5
4	行ったことも、関心もない	261	54.6
	不明	1115	
	合計	1593	478

表 87 7-4 職場体験やインターンシップについて (SA)

No.	カテゴリ	件数	割合
1	受け入れている	67	13.9
2	今後、受け入れても良い	48	10.0
3	受け入れ体制が整わない	65	13.5
4	受け入れ予定がない	249	51.7
5	対応したいができない	53	11.0
	不明	1111	
	合計	1593	482

表 88 7-5 福島県中小企業等グループ補助金の利用について (SA)

No.	カテゴリ	件数	割合
1	交付を受け、施設・設備の復旧・整備を実施した	27	5.6
2	交付を受けたが、施設・設備の整備・復旧には不十分だった	3	0.6
3	申請し、認定を待っている	6	1.2
4	申請していない	304	63.1
5	補助金のことを知らなかった	142	29.5
	不明	1111	
	合計	1593	482

8. 東日本大震災の影響について

表 89 8-1 東日本大震災の影響（発生当時）(SA)

No.	カテゴリ	件数	割合
1	悪影響を及ぼした	331	68.1
2	影響はなかった	113	23.3
3	好影響を及ぼした	42	8.6
	不明	1107	
	合計	1593	486

表 90 8-1 東日本大震災の影響（現在）(SA)

No.	カテゴリ	件数	割合
1	悪影響を及ぼしている	115	24.2
2	影響はない	346	72.7
3	好影響を及ぼしている	15	3.2
	不明	1117	
	合計	1593	476

表 91 8-2 発生当時と比べた現在の震災の悪影響の度合い (SA)

No.	カテゴリ	件数	割合
1	影響はとても小さくなっている	9	7.9
2	影響はやや小さくなっている	50	43.9
3	変わらない	26	22.8
4	影響はやや大きくなっている	14	12.3
5	影響はとても大きくなっている	15	13.2
	不明	1479	
	合計	1593	114

表 92 8-3 原発事故による風評被害の状況（2018 年まで）(SA)

No.	カテゴリ	件数	割合
1	たびたび被害を受けた	62	12.7
2	まれに被害を受けた	88	18.0
3	被害を受けることはなかった	207	42.3

4	わからない	132	27.0
	不明	1104	
	合計	1593	489

表 93 8-3 原発事故による風評被害の状況（2019 年以降）(SA)

No.	カテゴリ	件数	割合
1	たびたび被害を受けた	25	5.2
2	まれに被害を受けた	49	10.1
3	被害を受けることはなかった	280	57.7
4	わからない	131	27.0
	不明	1108	
	合計	1593	485

表 94 8-4 原発事故に関する風評被害の内容（2018 年まで）(MA)

No.	カテゴリ	件数	割合
1	理不尽な納入価格の値下げ要求	6	5.0
2	風評を理由にした返品	12	10.0
3	市場価格よりも安い価格でしか売れない	23	19.2
4	風評を理由にした仕入拒否	29	24.2
5	基準を超える検査の要求	13	10.8
6	その他	53	44.2
	不明	1473	
	合計	1593	120

表 95 8-4 原発事故に関する風評被害の内容（2019 年以降）(MA)

No.	カテゴリ	件数	割合
1	理不尽な納入価格の値下げ要求	4	7.0
2	風評を理由にした返品	6	10.5
3	市場価格よりも安い価格でしか売れない	13	22.8
4	風評を理由にした仕入拒否	7	12.3
5	基準を超える検査の要求	9	15.8
6	その他	28	49.1
	不明	1536	
	合計	1593	57

表 96 8-6 風評被害払しょくのためにこれまで行ってきた取り組み (MA)

No.	カテゴリ	件数	割合
1	除染活動	71	33.2
2	安全性の高い資材の確保	59	27.6
3	自主検査の実施	50	23.4
4	出荷物に検査済みであることを表記	22	10.3
5	新たな販売先の開拓	32	15.0
6	店頭での PR	24	11.2

7	WEB・SNS での情報発信	18	8.4
8	イベント・商談会への出店	15	7.0
9	その他	32	15.0
	不明	1379	
	合計	1593	214

表 97 8-6 風評被害払しょくのために今後行っていきたい取り組み (MA)

No.	カテゴリ	件数	割合
1	除染活動	16	8.2
2	安全性の高い資材の確保	56	28.6
3	自主検査の実施	29	14.8
4	出荷物に検査済みであることを表記	11	5.6
5	新たな販売先の開拓	44	22.4
6	店頭での PR	31	15.8
7	WEB・SNS での情報発信	36	18.4
8	イベント・商談会への出店	18	9.2
9	その他	34	17.3
	不明	1397	
	合計	1593	196

9. 市への施策の要望

表 98 9-1 田村市全体の経済が発展するために必要と考える方向 (MA)

No.	カテゴリ	件数	割合
1	農林業の強化	118	26.0
2	若手経営者の育成	162	35.7
3	起業・創業支援の充実	105	23.1
4	経営改革支援の充実	67	14.8
5	商店街の再生	139	30.6
6	空き店舗の利活用	123	27.1
7	DX 推進	9	2.0
8	公共事業の維持・拡大	152	33.5
9	地域内での消費促進	33	7.3
10	観光振興	25	5.5
11	震災復興の対応	101	22.2
12	地域資源を生かした産業づくり	47	10.4
13	その他	19	4.2
	不明	1139	
	合計	1593	454

表 99 9-2 田村市に今後希望する施策 (MA)

No.	カテゴリ	件数	割合
1	新規事業創出に対する支援	110	21.3
2	雇用に対する支援	186	36.0

3	事業所建設、設備導入に対する支援	130	25.2
4	運転資金に対する支援	134	26.0
5	技術に対する支援	41	7.9
6	経営ノウハウに対する支援	52	10.1
7	販路開拓に対する支援	58	11.2
8	公共事業の維持・拡大	128	24.8
9	地域内での消費促進	165	32.0
10	観光振興	123	23.8
11	震災復興の対応	24	4.7
12	地域資源を生かした産業づくり	128	24.8
13	従業員の福利厚生	71	13.8
14	その他	77	14.9
	不明	1077	
	合計	1593	516

編集後記

事業所母集団データの再申請

2022 年調査を実施する際に用いた母集団データは、「R 2 年次事業所母集団データベース」に基づくものであった。しかし、2023 年 8 月には、「R 3 年次事業所母集団データベース」が提供されることになった。そこで、立教チームは過年度データの内容について最新年度の情報で補完を行うべく田村市と協議を行い、田村市から、母集団データベースの申請先に向け情報提供を依頼することで、9 月末に補完を行うためのデータを入手した。

そのことにより有効回答 521 について、事業の種類、企業形態、開設年等について、補完ないし修正を行うことができた。また、事業所母集団データのみでなく、市行政データ、インタビュー調査結果で対象データの補完を行い、集計データとして 589 の事業所について分析を行うことができた。時間の関係でそうした作業の効果検証までは報告書で触れることはできなかったが、かなり骨の折れる作業であった。

ただ、同時に「R 3 年次事業所母集団データベース」で捉えられていない地域の事業所が少なからずあることが明らかになり、国のデータ整備の現状に対する反省点も明らかになった。この点を具体的に明らかにできたのは、田村市の調査が初めてである。

行動指針の作成を望む

「エコノミックガーデニング田村本会議」及び「同実務者会合」に期待したいのは、「田村市中小企業及び小規模企業振興基本計画」の策定である。ただし、これは行政としての田村市の産業部の計画となりうるものであるように思われる。だとすれば、それは田村市の『総合計画』への反映を志向すべき内容を持つものになると考えられ、市として非常に重要な位置付けの取り組みとなる。

そうした地歩を築くためには、「エコノミックガーデニング田村本会議」及び「同実務者会合」自身が、「中小企業及び小規模企業振興」のための『行動指針』を持つべきではないだろうか。『行動指針』とは、市内事業所、市、経済団体、金融機関、教育機関、市民などが、田村市の「企業振興」「産業振興」のために、どのような行動をとるべきかを整理した指針である。つまり、「エコノミックガーデニング田村本会議」及び「同実務者会合」自身がぶれずに、データに基づく継続的な議論を行うことができるようにする目標である。

「田村市中小企業及び小規模企業振興基本計画」から『総合計画』へ

そして、この『行動指針』をもちながら、「田村市中小企業及び小規模企業振興基本計画」が策定され、その内容を田村市の『総合計画』に反映していくとよいのではないか。田村市では、『第 2 次田村市総合計画』の前期計画が進行中で、2024 年度にはその 3 年目に入る。そこで、この前期計画をにらみながら振興施策の実践を積み、『条例』の見直しなども行いながら、後期計画に入るところには『行動指針』で目指すところが本格的に『企業振興基本計画』と『第 2 次田村市総合計画』に反映されていくとよい。

そうしたステップを踏むことを通じて、地に足の着いた「田村市中小企業及び小規模企業振興」の取り組みが粘り強く展開されていくことを心より期待したい。

執筆者一覧

第Ⅰ部 田村市産業と中小企業及び小規模企業振興

- 第1章 エコノミックガーデニング（山本尚史・拓殖大学政経学部教授）
- 第2章 田村市産業の発展の条件（菊地進・立教大学名誉教授）
- 第3章 2022年田村市事業者実態把握調査と市内事業所の状況・課題（櫻本健・立教大学経済学部准教授・社会情報教育研究センター政府統計部会リーダー）

第Ⅱ部 中小企業及び小規模企業振興条例の視点から見た結果の分析

- 第1章 経営基盤の強化（菊地進）
- 第2章 経営力の強化（菊地進）
- 第3章 円滑な資金調達の促進（則竹悟宇・立教大学大学院経済学研究科博士課程後期課程・社会情報教育研究センターリサーチアシスタント）
- 第4章 人材の確保及び育成の促進（倉田知秋・環太平洋大学経済経営学部現代経営学科講師）
- 第5章 事業承継及び創業の促進（櫻本健）
- 第6章 販路拡大及び強化の促進（櫻本健）
- 第7章 中小企業振興の方向と施策（香川涼亮・立教大学社会情報教育研究センター助教）

第Ⅲ部 施策の展開のために

- 第1章 支援施策の利用状況（則竹悟宇）
- 第2章 東日本大震災の影響の克服（菊地進）
- 第3章 聞き取り調査に基づく知見（香川涼亮、前川志津・立教大学社会情報教育研究センター教育研究コーディネーター）

第Ⅳ部 調査の方法、基本データ

- 補章1 田村市事業者実態把握調査 調査票
- 補章2 田村市事業者実態把握調査
市内事業者の経営課題等に関するインタビュー調査
- 補章3 調査に基づく単純集計（榎原光士・立教大学大学院経済学研究科博士課程前期課程・社会情報教育研究センターリサーチアシスタント、銅金遼人・立教大学経済学部・社会情報教育研究センター学生アルバイト、櫻本健）

自然とチャレンジがいきるまち 田村市を支える中小企業 —2022年田村市事業者実態把握調査分析結果

2024年3月25日

発行 福島県田村市役所 産業部 商工課
〒963-4393 福島県田村市船引町船引字畑添76-2
Tel 0247-82-6677 Fax 0247-81-1220

編集 立教大学 社会情報教育研究センター
〒171-8501 東京都豊島区西池袋3-34-1
Tel 03-3985-4459

データ作成 株式会社 三恵社
印刷・製本 〒462-0056 愛知県名古屋市北区中丸町2-24-1
Tel 052-915-5211 Fax 052-915-5019

