

# 地域経済活性化プログラム2023

飯田市  
(産業経済部)

# 地域経済活性化プログラム2023【目次】

- 策定趣旨、計画の位置づけ、考え方 ……3
- 2023への視点と戦略体系 ……4
- 3つの視点と地域産業を取り巻く課題 ……5
- 地域経済活性化プログラム2023の体系…6
- コロナの感染状況と対応推移 ……7
- 物価高・原材料高・為替の影響 ……8

## <分野横断事業>

### 【視点1】地域経済循環分野…11

- ① 分析と戦略
- ② データ分析
- ④ スペシャルシート  
地域事業者連携事業  
(2022年の新たな取組)  
(継続事業)

### 【視点2】企業・産業人材(雇用・働き方)分野…25

- ① 分析と戦略
- ② データ分析
- ③-1 主な意見等
- ③-2 SWOT分析
- ④スペシャルシート  
人の流動化と人材育成(関連事業)

### 【視点3】地域産業のデジタル技術活用推進…35

## <各分野>

### 製造業分野…37

- ①分析と戦略 ②データ分析 ③-1 主な意見等
- ③-2 SWOT分析 ④スペシャルシート

### 農業分野…46

- ①分析と戦略 ②データ分析 ③-1 主な意見等
- ③-2 SWOT分析 ④スペシャルシート

### 林業分野…52

- ①分析と戦略 ②データ分析 ③-1 主な意見等
- ③-2 SWOT分析 ④スペシャルシート

### 観光分野…58

- ①分析と戦略 ②データ分析 ③-1 主な意見等
- ③-2 SWOT分析 ④スペシャルシート

### 商業分野…64

- ①分析と戦略 ②データ分析 ③-1 主な意見等
- ③-2 SWOT分析 ④スペシャルシート

## <事業支援>

- 1 起業分野 ……70
- 2 事業継続分野…75

## <飯田市産業振興審議会>

- 取組経過・委員名簿…81

# 地域経済活性化プログラム2023

## 社会経済環境の大変化時代における持続可能で魅力的な地域産業づくり (物価・エネルギー・原材料高、ウィズコロナ)

### ◎ 策定の趣旨

物価・エネルギー・原材料高、ウィズコロナ時代の社会経済構造変化、産業人材の不足、地球温暖化対応(ゼロカーボン)、SDGs、不安定な為替相場の状況など、地域産業を巡る社会経済環境の変化が大きく加速する中、**長期、中期、短期的な視点**をしっかりと踏まえ、**持続可能で魅力的な地域産業づくり**をさらに強力に進めていく必要が高まっています。

現下の国際情勢、物価高・原油高の状況は、**地域経済の外部依存度をあらためて考える機会**であり、国際情勢の影響を受けにくい地域産業構造づくりの視点から、**食料・資源・エネルギーの地元調達、農林業の振興、エシカル消費の推進**など、**地域内経済循環の推進**に取り組んでいきます。

さらに、**現在・未来の地域産業人材づくり、デジタル技術を活用した生産性向上や魅力づくり(事業カイゼンや顧客サービス充実、新たな価値の創造)**が重要となっており、事業者の皆さんや関係機関と連携して対応を進めていきます。

### ◎ 計画の位置づけ

- ① 「いいだ未来デザイン2028」を実現するための**分野別計画**
- ② 地域内外の事業者、消費者(生活者)、産官学(大学や研究機関)、金融などが**共に取り組む行動計画**

### ◎ 2023計画の考え方

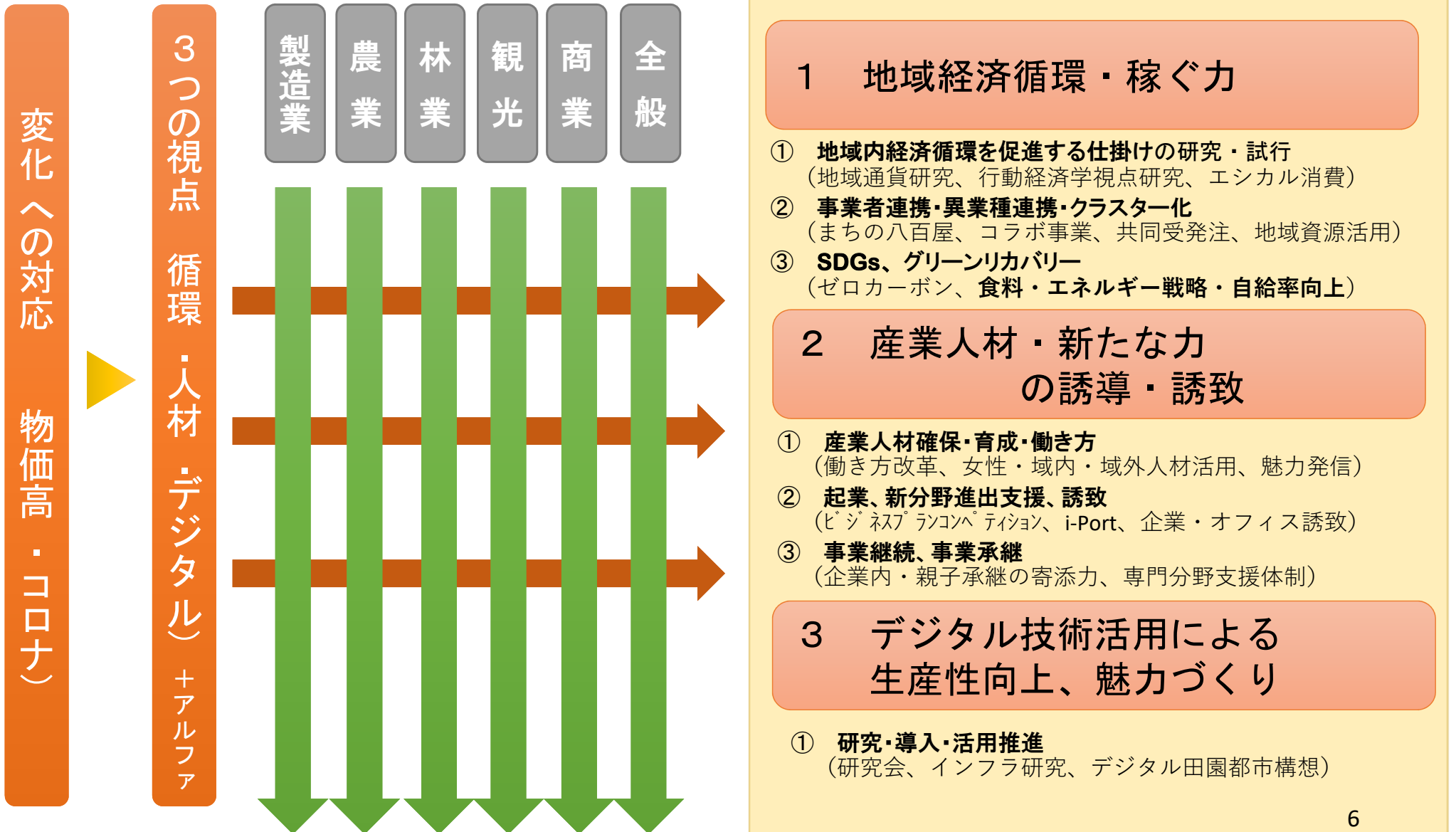
- ① 図表、分析からの**戦略展開のもっと見える化**(共有・連携のための2023計画)
- ② 取組の**構造のさらなる見える化**(スペシャルシート)
- ③ 具体的な取組の共有と**業種・業界・多産業連携推進**(コラボ事業推進)

# 2023への視点と戦略体系

## 3つの視点と地域産業を取り巻く課題

現在～1歩先 (0～1年)	2歩先 (2～5年)	3歩先 (5～10年)
【視点①】 地域経済循環・稼ぐ力		
【視点②】 人の流動化・人材育成		
【視点③】 デジタル化対応		
<b>地域産業を取り巻く課題</b>		
物価・原材料・エネルギー高		リニア開通
ウィズコロナ	大学のあるまち (誘致)	三遠南信道開通
産業人材・担い手	アフターコロナ	ゼロカーボン
S D G s		
事業者、業界等の課題		

## 社会経済環境の大変動下における持続可能で魅力的な産業づくり (物価・エネルギー・原材料高、ウィズコロナ)



# コロナの感染状況と対応推移 ～ウィズコロナへ～ (令和3～5年)

## 令和3年

### <第3波>

- 1月16日 飯田市警戒レベル5 (特別警報Ⅱ)  
酒類提供飲食店等営業時間短縮要請 (~31日)
- 2月03日 飯田市特別警報Ⅱ解除、南信州圏域4から3へ
- 2月12日 全県警戒レベル2
- 2月16日 全県警戒レベル1

- 飲食店事業継続支援金 ● プレミアム割引クーポン券
- 雇用調整助成金等申請補助

### <第4波>

- 3月26日 全県コロナ注意報
- 5月21日 全県レベル4 (特別警報Ⅰ)
- 6月04日 全県警戒レベル4から3へ
- 6月17日 全県警戒レベル3解除

- 市内観光キャンペーン ● 宴会場利用地域交流応援割引
- 資金繰り支援

### <第5波>

- 7月30日 全県に新型コロナウイルス警報 (レベル3)
- 8月13日 南信州圏域 (特別警報Ⅰ)
- 8月19日 飯田市感染警戒レベル5 (特別警報Ⅱ)
- 8月30日 営業時間短縮等の要請延長
- 9月27日 南信州圏域警戒レベル1 (全県レベル4解除)

- お買い物券 ● 観光関連事業者事業継続応援金
- 納入事業者支援交付金 ● 事業者のコロナ対策補助 (換気等)
- 簡易検査キットによる飲食店等の年末年始対策支援

## 令和4年

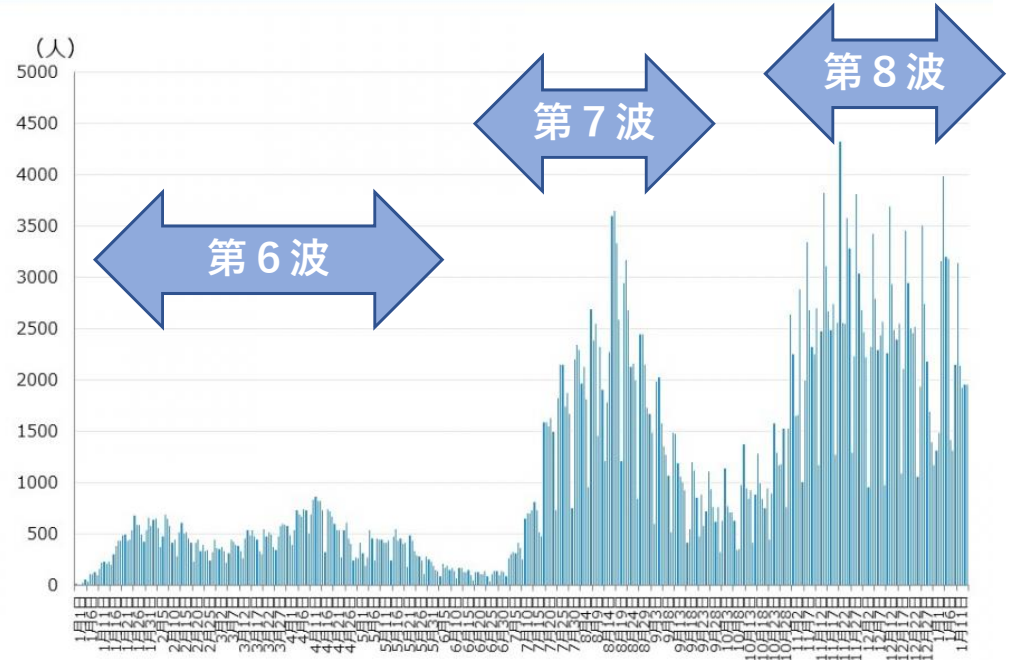
### <第6波>

- 1月27日 長野県にまん延防止等重点措置 (レベル6)
- 3月04日 まん延防止等重点措置解除、圏域の状況による判断へ
- 4月20日 全県に医療警報

- 飲食店等事業継続支援金 ● お練り祭り等の感染対策支援
- 簡易検査キットによる安心な会食応援

## 新規陽性者数の推移

1月16日 17時現在 しあわせ信州



### <第7波> (オミクロン型・BA.5系統)

- 7月20日 全県に医療警報
- 7月28日 全県に医療特別警報 (レベル5)
- 8月08日 全県に医療非常事態宣言 (レベル6)
- 10月04日 全県の医療警報解除
- 10月20日 全県に「医療警報」
- 11月14日 全県に「医療非常事態宣言」

### <第8波>

- 11月22日 「第8波克服」県民共同宣言

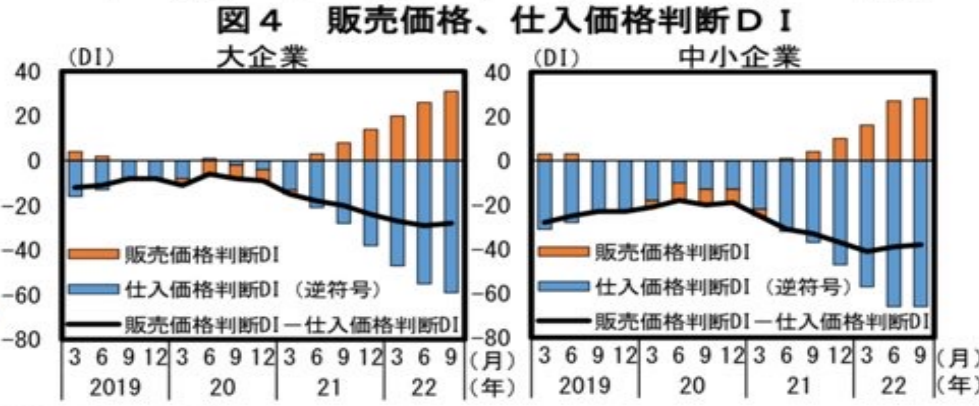
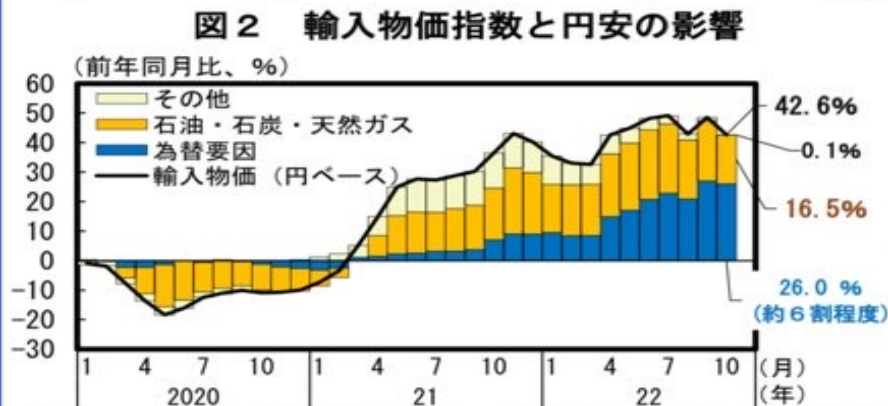
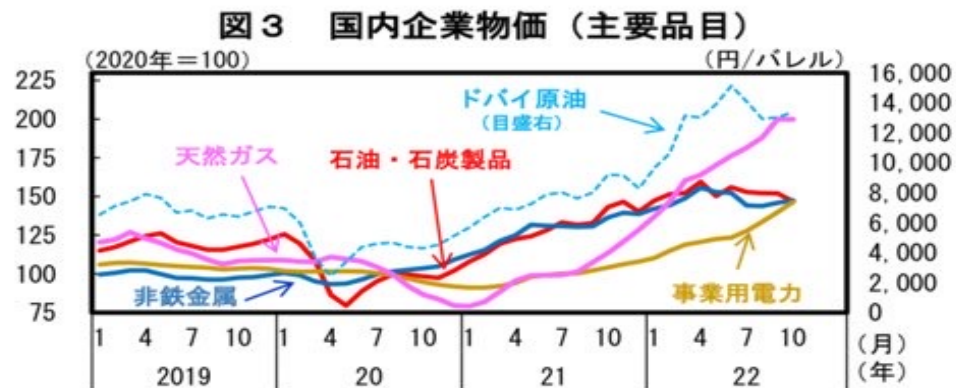
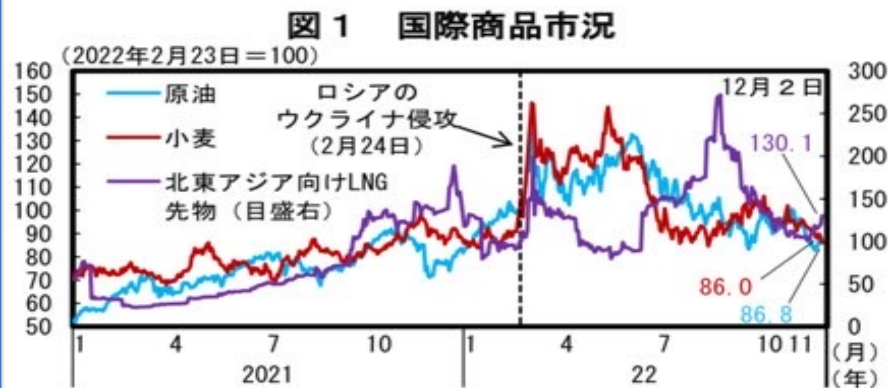
- ◎ 国県からの強い行動抑制指示なし
- ◎ ワクチン接種の進展
- デジタル商品券
- ※ 全国旅行支援、外国人観光客受け入れ

# 物価高・原材料高・為替の影響①

- ◆輸入物価指数上昇継続（原材料価格上昇、為替の影響）
- ◆電気代は当面上昇 ◆中小企業の一部にも価格転嫁の兆し

## 物価動向について(1)

- **国際商品市況**：国際商品市況は、ウクライナ情勢や欧米の金融引締め等を背景に不安定な動き（図1）。
- **円安の影響**：輸入物価は原材料価格上昇と円安を要因として高い上昇率が続く。輸入物価への円安の影響は10月時点で全体の上昇の6割程度（図2）。
- **国内企業物価**：国内企業物価は、石油製品や非鉄金属の上昇が鈍化。一方、電気代等は燃料費調整制度等の下で市況の動きを時差を伴って反映するため、当面は上昇する見込み（図3）。
- **価格転嫁進展の動き**：2022年以降、中小企業においても販売価格DIが上昇するなど、価格転嫁の動きがみられる（図4）。



(備考) Bloomberg、日本銀行「企業物価指数」、各種報道資料、日本銀行「全国企業短期経済観測調査」により作成。



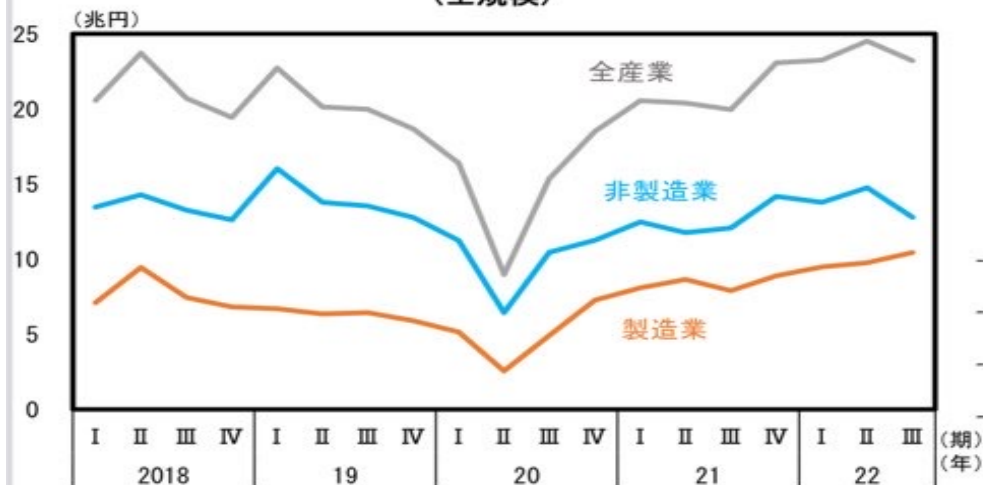
## 物価高・原材料高・為替の影響②

- ◆大企業の経常利益は非製造業を中心に過去最高水準、中小企業は減少。
- ◆原材料価格高騰で売上原価が増加の一方、売上に十分転嫁できない業種あり。

### 物価上昇の企業部門への影響

- ▶ **経常利益は過去最高**：本年7-9月期の企業の経常利益は、前年同期比で18.3%増と7期連続の増益。特に、円安による押し上げ効果もあり製造業が伸びを牽引。この結果、7-9月期としても、4-6月期とあわせた2022年度上半期としても、経常利益は過去最高水準（図1）。
- ▶ **原材料高の影響は中小企業で顕著**：一方で、原材料価格高騰の影響によって売上原価率は経常利益にマイナス寄与。特に価格転嫁に課題が残る中小企業で影響が大きい。大企業は円安による営業外収益の増加が利益の押し上げ要因（図2）。

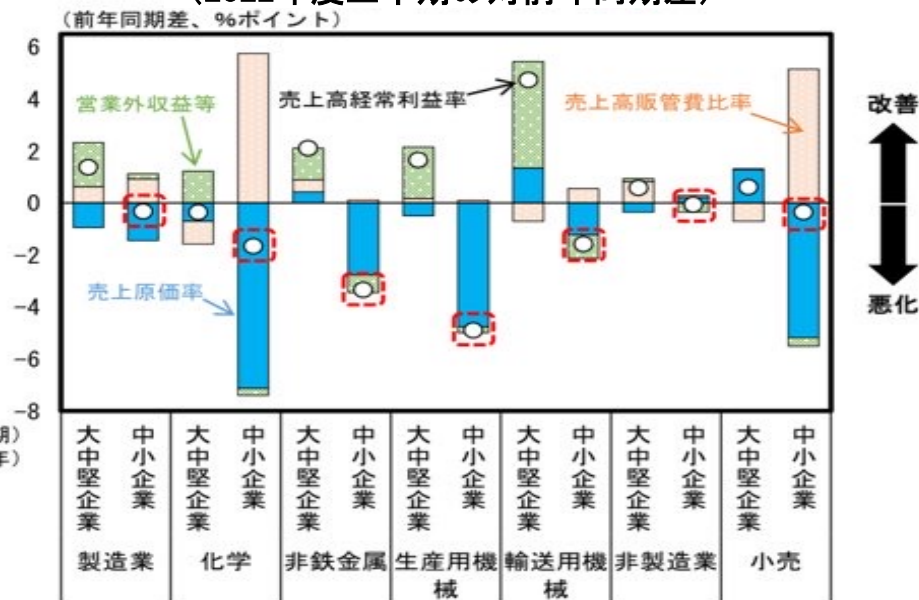
図1 経常利益の推移  
(全規模)



<前年同期比増加率(%)>

	4-6月期	7-9月期	2022年度上半期
全産業	+17.6	+18.3	+17.9
製造業	+11.7	+35.4	+21.5
非製造業	+21.9	+5.6	+15.3

図2 売上高経常利益率の変化幅  
(2022年度上半期の対前年同期差)



(備考) 財務省「法人企業統計季報」により作成。図1は季節調整値。図2は、売上原価率の上昇をマイナス(悪化)方向、低下をプラス(改善)方向で表示。

4

# 分野横断の3視点

## 【視点1】地域経済循環 ①

指標	2021年 (実績)	2022年 (現状)	2024年 (目標)
1 出荷額 (億円)	—	—	3,620
粗付加価値額 (億円)	—	—	1,480
2 地域経済循環率 (%) (参考)	90.3	※89.6	92.0
3 <市民意識調査> 地元産品購入等留意 している (%)	①26.4 ②48.7	①26.6 ②48.3	①27.0 ②50.0
①いつも ②ときどき			
4 地域消費推進調査 (%)	—	①39.6 ②16.7	①39.0 ②17.0
①地元店での購入 ②地元産品の購入			
5 地域事業者連携事業 (件)	—	① 4 ② 10	① 5 ② 20
①新規の取組 (年) ②既存事業の進展			

### 【現状分析 (定量・定性) からの課題】

- 急激な環境変化への対応  
(物価高・コロナ・不安定な為替相場)
- ・ 外部要因の影響を受けにくい産業構造づくり  
食料、エネルギーの地産地消 (安全保障)
- 消費者による循環促進
- ・ 地域店での購入
- ・ 地域産品等の購入
- 事業者連携による循環促進
- ・ 地域内取引の増大
- 循環を促進する仕掛けの研究、実証等
- ・ 行動経済学の視点

### 【現状分析・とりまく環境変化】

- ・ コロナの感染状況が変動を繰り返すなか**ウィズコロナの視点**の対応力が重要となっている。
- ・ **不安定な為替相場、物価高、原材料高**が、各産業のコスト構造に大きく影響を与えている。
- ・ **グリーンリカバリー、ゼロカーボンの視点**で循環経済 (サーキュラーエコノミー) が注目されている。

### 【未来デザイン2028を踏まえた方向性】

- 1 市民・消費者による地域消費の推進
  - ① 地域消費を推進する実践的取組推進
  - ② エシカル消費ほか取組との連携
  - ③ 消費に関わる事業者との連携した取組
- 2 事業者連携等による循環推進
  - ① ネスクイイダを中心とする受注獲得と  
域内発注
  - ② 事業者連携開発、域内取引の推進
- 3 循環推進のための研究、支援のしくみ  
づくり
  - ・ 関係機関による研究、実践
  - ・ 大学等と連携した研究
  - ・ 地域内消費を推進するしくみの研究  
(デジタル技術活用等)

### 【2023の先導的事業 (重点的取組)】

- ◎ 市民 (消費者) による取組推進  
地域のモノ・サービス循環促進
  - ・ **地域消費推進調査の継続実施**
  - ・ **エシカル消費団体連携**、サポーター
  - ・ 地域消費意識醸成のための啓発活動
- ◎ 事業者による取組推進
  - ・ **コラボ事業推進**
  - ・ 各分野の取組  
(製造業、農業、林業、商業、観光)
  - ※取組リスト、各分野で記載
- ◎ 循環促進研究のネットワーク
  - ・ **地域循環研究ネットワーク設立**  
シンクタンク、商工会議所、高校、  
大学等
  - ・ **行動経済学等**の視点研究
  - ・ デジタル対応の研究  
調査のデジタル化、POSデータ連携

### 【関係機関・団体・事業者等】

南信州・飯田産業センター、ネスクイイダ、飯田商工会議所、農業振興センター、JAみなみ信州、卸・小売店、直売所、消費者団体、エシカル消費関係団体、学校等

## 【視点1】地域経済循環 ②データ分析（5つの指標）

### ～稼ぐ力、域産域消、持続可能な地域産業づくり～

#### 地域経済の好循環構造により、持続可能な地域産業をつくる

◆稼ぐ力を強化し、所得を域内に循環させること

① 地域内外から所得を得る ② 得た所得を地域内で循環させる

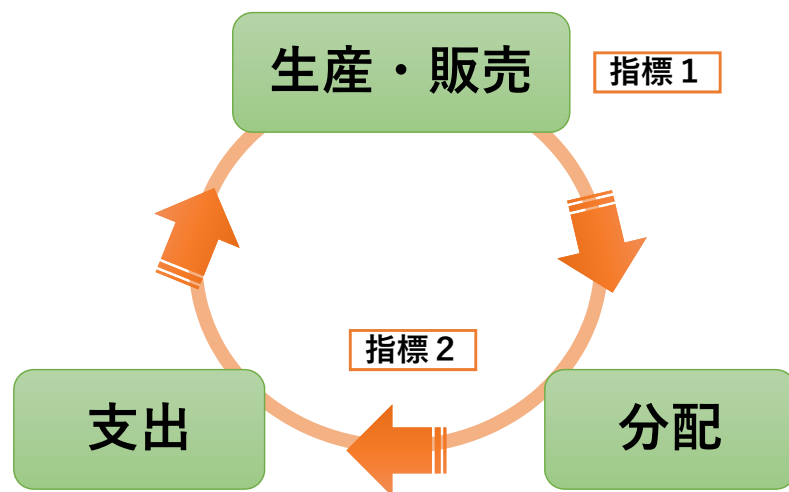
◆食料・エネルギー安全保障の視点（物価・エネルギー高）

稼ぐ力が強い＝生産性が高い

◎生産物、商品の高付加価値化

◎生産過程の効率化・進化

（デジタル化、産業人材確保・育成）



指標1 出荷額（付加価値額）

指標2 地域経済循環率

指標3 地域産品等購入傾向（市民意識調査）

指標4 地域消費推進調査

※（参考）デジタル商品券消費動向（終了後）

指標5 地域事業者連携事業

域産域消推進

◎地域消費推進

指標3

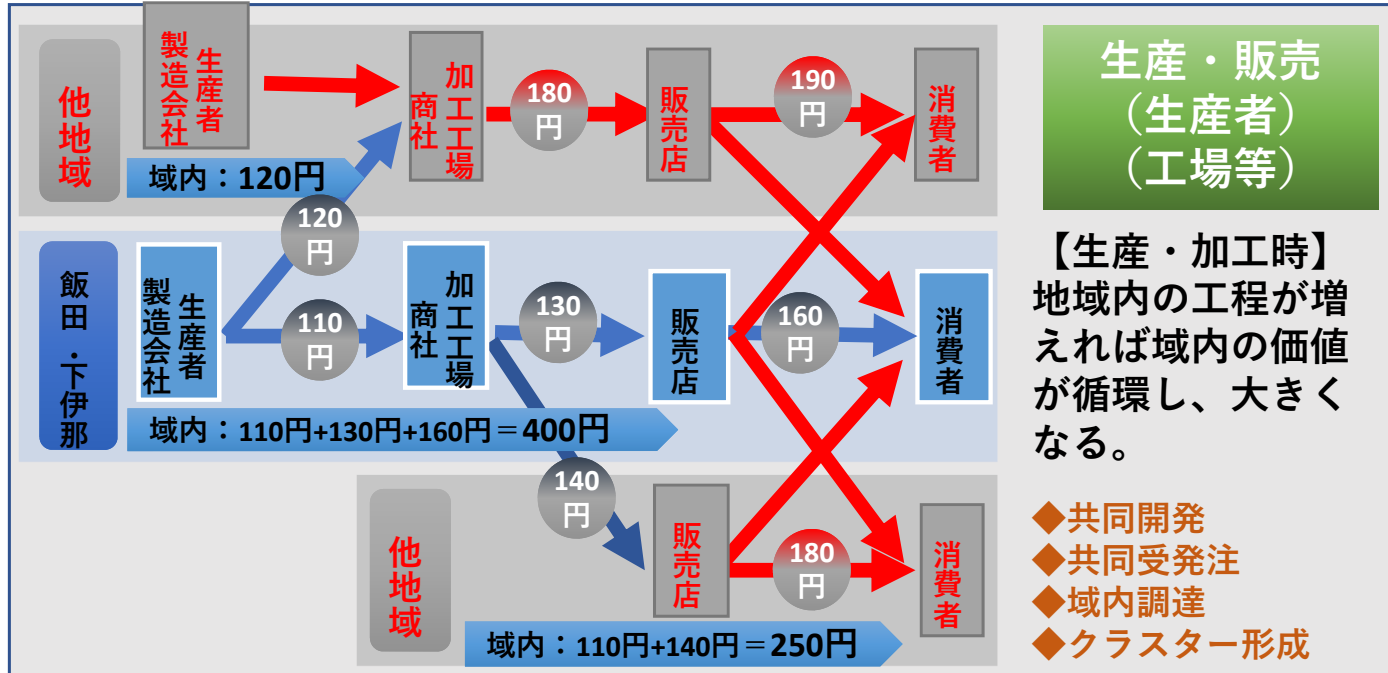
◎地域事業者推進

指標4

域外流出の低減

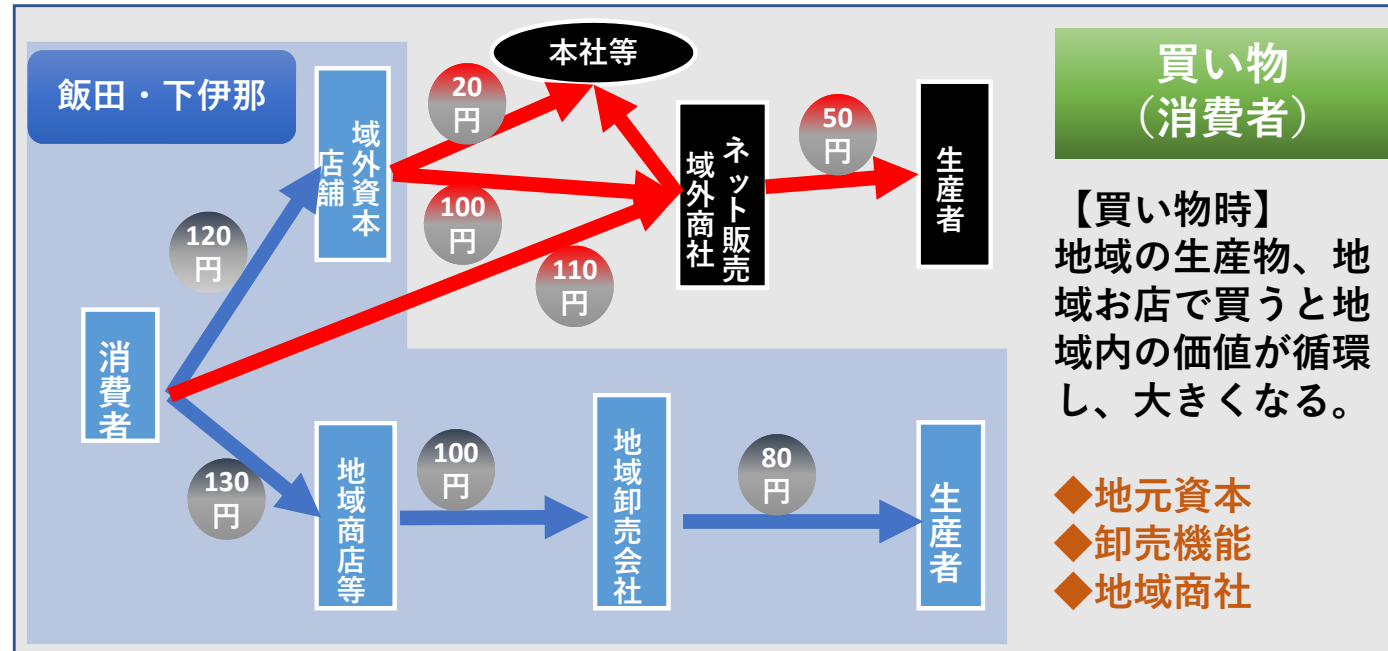
◎域外の本社等流出

# 地域経済循環推進（域産域消・稼ぐ力）と分析・指標の考え方



## 分析と実践推進

- 【2022-2023】
- <生産・販売>
- ◆域内工程
    - ・共同開発促進事業
    - ・既存連携事業拡大
    - ・1次産業の取組
- <買い物（消費者）>
- ◆消費者の域内消費
    - ・市民意識調査
    - ・地域消費推進調査
    - ・事業者との連携



## 促進する仕組研究

- 【2023-2024】
- ◆研究分析ネットワーク
    - ・行動経済学の視点等
  - ◆デジタル技術活用
    - ・地域通貨等の研究

## 【視点1】 地域経済循環 ②データ分析（5つの指標）

### 指標1 出荷額（付加価値額）

（億円）

		H27	H28	H29	H30	R1	R2	R3
		2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
製造業	製造品出荷額	3,749.4	3,463.0	3,450.1	3,613.8	3,499.8	3,316.5	
	粗付加価値額	1,520.4	1,282.0	1,404.8	1,475.2	1,432.7	1,571.3	
農業	農業産出額	100.3	101.9	104.0	102.0	101.9	110.2	
林業	林業生産額	9	6	7	13	5	6	
観光	観光消費額	12.2	11.8	12.4	10.6	10.5	7.5	7.3
商業	年間販売額		2,460.5					

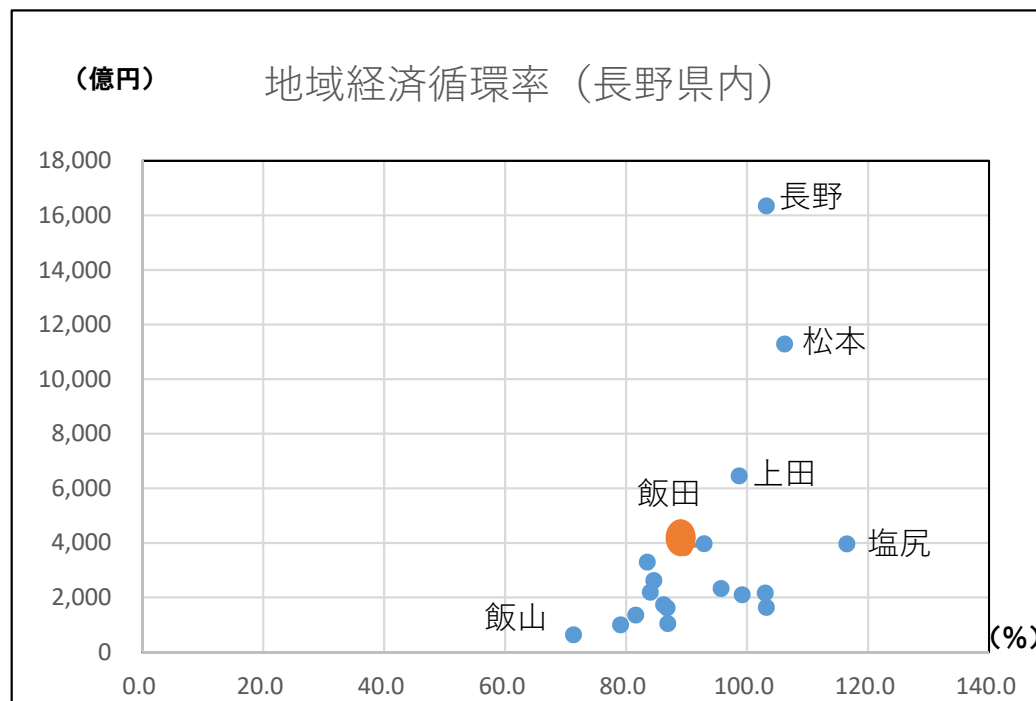
出所：各種統計より作成

## 【視点1】地域経済循環 ②データ分析（5つの指標）

### 指標2-(1) 地域経済循環率（RESAS）長野県内

自治体	循環率(%)	所得分配	所得支出	生産還流
塩尻	116.5	3,965	3,404	3,965
松本	106.2	11,288	10,632	11,288
長野	103.2	16,348	15,838	16,348
駒ヶ根	103.2	1,637	1,586	1,637
諏訪	103.0	2,165	2,101	2,165
岡谷	99.2	2,102	2,119	2,102
上田	98.7	6,458	6,544	6,458
茅野	95.7	2,330	2,434	2,330
安曇野	92.9	3,973	4,276	3,973
飯田	89.6	3,823	4,266	3,823
大町	86.9	1,043	1,200	1,043
中野	86.8	1,616	1,862	1,616
須坂	86.2	1,737	2,016	1,737
伊那	84.6	2,624	3,102	2,624
千曲	84.0	2,194	2,613	2,194
佐久	83.5	3,296	3,946	3,296
小諸	81.6	1,353	1,659	1,353
東御	79.1	1,000	1,264	1,000
飯山	71.3	632	887	632

- 飯田の循環率は長野県内では中位に属する。
- 地域経済循環率とは、分配（所得）を支出で除した値で、値が低いほど他地域へ財が流出する割合が大きい。



出所：RESAS 地域経済循環マップ（2018年）

## 【視点1】地域経済循環 ②データ分析（5つの指標）

### 指標2-(2) 地域経済循環率（RESAS）全国

○ 長野県の循環率は全国では中位に属する。

自治体	循環率(%)	所得分配	所得支出	生産還流	自治体	循環率(%)	所得分配	所得支出	生産還流
東京	154.2	1,060,851	688,022	1,060,851	和歌山	91.2	35,706	39,160	35,706
愛知	109.3	394,633	361,026	394,633	愛媛	91.1	48,347	53,098	48,347
大阪	106.1	392,473	369,881	392,473	岐阜	89.9	77,396	86,104	77,396
山口	105.9	62,695	59,183	62,695	山形	88.7	42,045	47,414	42,045
茨城	103.6	137,592	132,821	137,592	福島	88.5	77,536	87,615	77,536
静岡	102.3	168,705	164,891	168,705	宮城	87.6	94,298	107,627	94,298
滋賀	102.1	65,919	64,573	65,919	神奈川	87.0	355,004	407,903	355,004
三重	101.9	82,190	80,653	82,190	青森	85.8	43,945	51,192	43,945
栃木	101.7	90,867	89,340	90,867	北海道	85.3	195,823	229,579	195,823
群馬	99.9	86,976	87,020	86,976	秋田	84.7	35,175	41,542	35,175
富山	98.1	47,220	48,123	47,220	佐賀	84.6	29,985	35,439	29,985
徳島	96.4	29,177	30,253	29,177	千葉	83.8	213,370	254,566	213,370
岡山	96.3	76,861	79,789	76,861	宮崎	82.9	36,820	44,421	36,820
香川	96.1	38,063	39,610	38,063	長崎	82.0	46,049	56,164	46,049
大分	95.4	45,588	47,787	45,588	鹿児島	81.8	55,026	67,283	55,026
京都	94.0	104,363	111,069	104,363	鳥取	81.0	18,828	23,253	18,828
福井	93.5	33,620	35,952	33,620	島根	80.6	24,694	30,633	24,694
広島	93.4	115,139	123,315	115,139	熊本	80.4	60,379	75,135	60,379
石川	93.4	46,534	49,808	46,534	沖縄	80.0	45,236	56,532	45,236
山梨	93.2	34,646	37,158	34,646	岩手	78.9	46,637	59,077	46,637
兵庫	92.1	208,260	226,218	208,260	高知	78.7	23,923	30,386	23,923
福岡	92.0	195,715	212,755	195,715	埼玉	76.0	228,499	300,688	228,499
<b>長野</b>	<b>92.0</b>	<b>83,623</b>	<b>90,871</b>	<b>83,623</b>	奈良	73.6	36,687	49,815	36,687
新潟	91.4	88,777	97,153	88,777					

出所：RESAS 地域経済循環マップ（2018年）



## 【視点1】地域経済循環 ②データ分析（5つの指標）

### 指標3 地域産品等購入傾向

市民の意識に関する基礎世論調査（2022年2月調査）  
生鮮食料品や一般食料品、日用品等を購入する際に地元産の物であるかを気にかけていますか。

「いつも気にかけて購入している」 : 26.6% [26.4%]  
 「時々気にかけて購入している」 : 48.3% [48.7%]  
 「あまり気にかけていない」 : 17.2% [18.9%]  
 「気にかけたことはない」 : 6.4% [4.3%]

### 指標4 地域消費推進調査（運動論的調査）

- A 飯田下伊那地域にある店舗等（地元のお店等）での**購入総額**
- B 産地、製造が**飯田下伊那地域**である品目と**購入額**等
- C 「地域内外の人におすすめしたい**飯田下伊那のもの**」
- D 飯田下伊那のものをもっと消費するための**取組提案**等

### 調査シート

用紙A レシートの内容記入シート 月 日 ~ 月 日

期	買った日	買ったお店の名前	本社の場所	レシートの 初出店名	支払方法	買ったもの
期	9/10	株式会社新田	飯田市	¥450	電子マネー	おにぎり、お菓
1						
2						
3						
4						
5						
6						
7						
8						
9						
10						
11						
12						
13						

シートA  
レシート総額

用紙B 地元のもの記入シート 月 日 ~ 月 日

期	買った日	買ったお店 の店名	買った 品目	作った人・お店	買った場所	初出 金額
期	9/10	いい店ストア	餅	イダ熊鷹	飯田市	¥100
1						
2						
3						
4						
5						
6						
7						
8						
9						
10						
11						
12						
13						

シートB  
地元のもの

用紙C 書いた人の情報を教えてください 月 日 ~ 月 日

氏名欄 (9/10 1日 ~ 9/10 31日) 家族構成 (90.5. 婦. 子 2名)

居住地区 居住した人

満足調査① 満足するもの、おすすめしたいもの、おすすめを教えてください

満足調査② 飯田・下伊那のものをもっと消費するためにどんなものがあればいいと思いますか

満足調査③ 飯田・下伊那のものをもっと消費するためにどんなものがあればいいと思いますか

シートC・D  
おすすめ、提案

## 指標4 地域消費推進調査（調査集計）

### A 地元店での購入

- ・回数、金額ともキラヤが多くなっているが、調査協力者の居住地も影響していると思われる。
- ・支払方法は今回の調査では、現金が意外と少ない状況。

#### <回数>

①キラヤ(14.5%) ②農協(12.4%) ③イオン(10.4%) ④アピタ(4.5%) ⑤バロー(3.2%) ⑥そのほか(55.0%)

※地元商店街やスーパー29.0% 市民の意識に関する基礎世論調査(R3)

#### <金額>

①キラヤ(14.5%) ②イオン(12.1%) ③農協(9.8%) ④アピタ(6.2%) ⑤バロー(4.0%) ⑥そのほか(53.4%)

#### <支払方法>

①現金 37.8%(市60.6% 国67.6%) ②クレジットカード 43.2%(市26.6% 国27.7%)  
 ③電子マネー 17.6%(市 8.7% 国 4.7%) ④そのほか 1.4%(市 4.1%)

※( )内 市：市民の意識に関する基礎世論調査(R3) 国：経産省キャッシュレス決済比率(R3)

### B 地元産品の購入【買い物総額の16.7%(金額ベース)】

- ・調査時が夏秋であったことから特に夏野菜のきゅうりが多かった。

①きゅうり ②和菓子 ③パン ④洋菓子 ⑤花 ⑥梨 ⑦なす ⑧トマト ⑨りんご ⑩肉加工品

### C 私の地元のおススメ品

- ・地元の自慢の品は以下のとおり。
- 市田柿 ●果物 ●野菜 ●漬物 ●お多福豆 ●菓子

### D 地域産品の循環促進への提案等

- ・具体的な提案をひとつひとつ取り組んでいく必要あり。
- ・事業者と協力した対応も必要となる。
- おいしい調理方法 ●SNS地元産PR ●レシピ集
- 料理教室 ●地産地消コーナー設置 ●認証マーク
- 市民割

#### 【次のステップに向けて（考察）】

- ◆地域消費（産品・店）の拡大には、「消費者の気づき・行動変容」「事業者の地域産品流通構造の強化」が重要。  
 ※行動経済学的アプローチ、産品コーナーの充実等
- ◆多数購入されているもので、地域産品以外からの置き換えの研究（購入、流通）や推進が重要。  
 （例）地元農産物（野菜、肉）、エネルギー（薪、バイオマス）、地元加工品（食住衣）など
- ◆分析においては調査協力者の居住地・季節の偏りも影響しており、異なる期間の調査も必要。

## 指標4 地域消費推進調査（詳細分析）



	購入額	地元産購入額
1位	キラヤ	農協
2位	イオン	キラヤ
3位	農協	イオン
4位	アピタ	アピタ
5位	バロー	バロー

- 居住地、サンプル数の影響もあるが、キラヤの購入額が多かった。
- 農協は購入額では2番目だが、地元の産品等の購入額が多い傾向がある。（直売コーナーの充実の影響）

### 購入品目の詳細

【野菜】 アスパラガス、大葉、キャベツ、しまうり、セリ、玉ねぎ、長ネギ、にんにく、みず菜、モロヘイヤ、ルッコラ、レタス、いんげん、オクラ、かぼちゃ、きゅうり、ゴーヤ、ズッキーニ、とうもろこし、トマト、なす、パプリカ、ピーマン、みょうが、ごぼう、さつまいも、里いも、大根、人参、栗、しめじ、えのき、なめこ、しいたけ、松茸、はなびら茸

【果物】 りんご、梨、桃、シャインマスカット、キウイ、柿、いちじく、ラフランス、なつめ

【菓子】 饅頭、天ぷら饅頭、大福、みたらし団子、きんつば、巢ごもり、力士餅最中、煎餅、その他和菓子、ケーキ、ロールケーキ、ゼリー、クッキー、ジャム、その他洋菓子

【肉魚】 牛肉、豚肉、鶏肉、ジンギス、ホルモン、猪肉、鹿肉、養殖ヤマメ

【食品全般】 米、たまご、豆腐、油揚げ、高野豆腐、味噌、漬物、こんにゃく、しらたき、ねぎだれ、日本酒、シードル、甘酒、飲むヨーグルト、おにぎり、そば、パン、ピザ、五平餅、おはぎ、惣菜

【食品以外】 花、ベルト、かばん

### 【おすすめのもの】

- ◆果物  
りんご、シャインマスカット、キウイ、柿、いちじく、ラフランス、なつめ
- ◆野菜  
トマト、ナス、アスパラガスなど
- ◆市田柿
- ◆漬物
- ◆菓子  
藤姫饅頭、座光寺饅頭、すごもりなど
- ◆ねぎだれ
- ◆五平餅
- ◆魚介  
鯉のうま煮、塩丸いか

- 季節の影響もある。

# 【視点1】地域経済循環 ②-3 データ分析 (5つの指標)

## 指標4 地域消費推進調査 (参考: 消費者の会のまとめ)

- ◆ 地域産品等を扱う店は数多くあるが、見つけづらい状況もある。
- ◆ 購入した地域産品は野菜や果物が多かった。
- ◆ 買い物をする時、これは地元産ときちんと見て買っていなかった。

**テーマ「地元産に目を向けよう」**

**文主旨**  
 普段の買い物の中でどのくらい地元産品を買っていますか？  
 地元産品は産地の形により、使い方も違ったり、味も違うので、  
 簡単に手に入るようにしてみました。これにより、得られる  
 喜びもあがります。何れも手に入る事が事で感じています。  
 今回、我々は地元産品に目を向けることを目的に、  
 飯田市地域消費推進調査に協力させて頂きました。

飯田市地域消費推進調査とは

1. 目的  
 消費者の購買行動に関する調査を行い、地元産品の購入促進を図る。  
 2. 内容  
 ① 飯田市地域消費推進調査の購入品調査  
 ② ①の調査結果を基に、地元産品の購入促進を図る。

**各店舗で購入した地元産品**

大型店	直売所	個人・無人販売
豚肉(千代豆腐) 手作りピザ パン おくら さつまいろ ゴーヤ ナス	佃煮 花 パン もち米 かぼちゃ さつまいろ ごぼう 白桃 トウモロコシ	りんご 茶ねぎ 梨 桃 ナス 玉ねぎ ブドウ ニンニク
りんご ナス さんつば カエッポ バームクーヘン 天ぷらまんじゅう	梨 ミニトマト 畑みそ シラタキ ほうろく アスパラ インゲン かぼちゃ キャベツ さつまいろ たまご	トウモロコシ みょうが ましいちげ 黒豆 黒いも アスパラ 玉ねぎ 長ねぎ トマト あぶらあげ
漬物 アッキー ケーキ ゼリー せんべい パブリカ ピーマン	洋菓子 和菓子 甘酒 金華 たまご 干肉 パン おにぎり	小松菜 人参 しょう油

**飯田市地域消費推進調査に  
協力しての感想**

私たちは、地産地産の大切さとSDGsと  
 毎日の生活を豊かにするために持続可能な  
 社会づくりと学習して参りました。が、買い物をする  
 ときにこれは地元産か、ちゃんと見て買っていないか、  
 これは実に反省すべきことでした。そこで話し合い、意見  
 を出し、もっとも地元産品に目を向け、実践していか  
 ねと思ひ取り組みました。地元の店舗で購入する方が  
 大切であると感じました。

☆まとめ

こんな秋なので、この際でも地元産品を見通して  
 季節に合わせた食生活がとて大切。地元では  
 生産が無理なものも、時期を合わせて購入する。  
 自分たちの生活は、自分たちが考えて生産者と交流、  
 情報の交換をしながら共存していかねる方向を考えて  
 いきます。

**「地元産品」についての気付き**

- 大型スーパー・地元小売店等、地元産品を取り扱う店が数多くあるよ。
- 購入した地元産品は野菜や果物が多かったです。
- 直売所、地元産の野菜が安く買えるね。
- 野菜・果物は旬の時期には農家のうらおすおかけで頂くことが多いです。
- 地元産の肉類は少ないから、
- 調味料は味噌、醤油、薪が売っています。半生菓子、ケーキ、スナック菓子も地元産品があるよ。
- 地元の小売店を利用することは、地元産品の購入につながるね。

## 【視点1】地域経済循環 ②-4 データ分析（5つの指標）

### 指標5 地域事業者連携事業（2022年の新たな取組）

#### ◎ 令和4年度 飯田市地域企業等共同開発連携促進事業(コラボ事業)

事業項目	連携状況	主な効果
◆天体分光器の共同開発 （東京大学木曾観測所 市内企業2社）	東京大学の観測所で使用する分析器を開発 （製造業×製造業×大学）	技術力向上 地域内事業者連携
◆硫黄燻蒸に耐える デジタル計測器の開発 （市内企業4社）	市田柿の製造工程における硫黄燻蒸への耐 硫黄デジタル計測機器の開発 （製造業×製造業×農業）	デジタル化対応 地域内事業者連携 販路拡大
◆焼豚製造支援具開発 （市内企業2社）	焼豚（ラーメン店）用のシリコン製の調理 支援具を開発、販売 （飲食業×製造業）	地域内事業者連携 販路拡大
◆伝統食×水引 地域ブラ ンド開発（市内企業2社）	五平餅と水引が連携した『黒き猫』パッ ケージ商品開発（飲食業×製造業）	地域内事業者連携 販路拡大

#### ◎関連事業

事業項目	主な効果（品目、件数、金額）					
◆ふるさと納税 （飯田市、令和3年度実績） ふるさと納税の返礼品において、地域事 業者が連携して開発、生産、販売を実施	1位	市田柿スイーツ	（9,201件）	1位	桃	（7,005万円）
	2位	市田柿	（7,347件）	2位	市田柿	（6,702万円）
	3位	桃	（6,785件）	3位	市田柿スイーツ	（5,207万円）
	4位	栗菓子	（4,332件）	4位	梨	（3,005万円）
	5位	梨	（2,776件）	5位	栗菓子	（2,363万円）

出所：飯田市まとめ

## 【視点1】地域経済循環 ②-5 データ分析（5つの指標）

### 指標5 地域事業者連携事業（継続事業） 1/2

事業項目	連携状況	主な取組・効果
◆共同受発注 （ネスクイダ、産業センター）	会員事業者130社による連携受発注、開発等 （事業者×事業者×産業センター）	令和3年受注高 9.6億円
◆まちの八百屋システム （地産地消推進協議会）	地域の宿泊施設、飲食店への <b>地域食材供給の仕組みづくり</b> （生産者×直売所×宿泊・飲食）	J A直売所と3宿泊施設先行実施
◆環境に配慮した農業研究プロジェクト （飯田市、農業振興センター）	域産域商を前提に有機農業等、 <b>環境に配慮した農業推進</b> （生産者×消費者×農業振興センター）	生産者、消費者意識の醸成 地域相互認証制度の検討 学校給食への有機食材導入支援
◆地域産材活用支援 （林務課）	<b>地域産材活用</b> の推進 （製材業者×建築業者×市民）	<b>新築・リフォーム補助（ZEH）</b> 林地残材搬出補助、公共施設建築地域材活用推進、架線集材による早期搬出調査
◆木育活動 （林務課）	4か月検診の <b>新生児祝品</b> （木製スプーン） <b>婚姻届提出時の木製記念品</b> 配布 （親子、市民×森林関係事業者）	木製スプーン、木製記念品による地元の木に触れる機会づくり
◆マルシェ、りゅうのまーけっと （天龍峡）（実行委員会）	イベントの場における連携、産品販売 （地域振興×出店者、出店産品開発等）	<南信州天龍峡マルシェ> 特産品、クラフト販売 参加店舗数131店舗 約5,000人来場 <りゅうのまーけっと> 朝市ほか季節ごとのマーケット34回、 延べ442店舗、約5,500人来場
◆地域の食、土産開発 （天龍峡温泉観光協会他）	<b>来訪者への魅力づくり</b> （観光協会×事業者等）	天龍峡温泉の素 天龍峡ナイトミュージアムグッズ

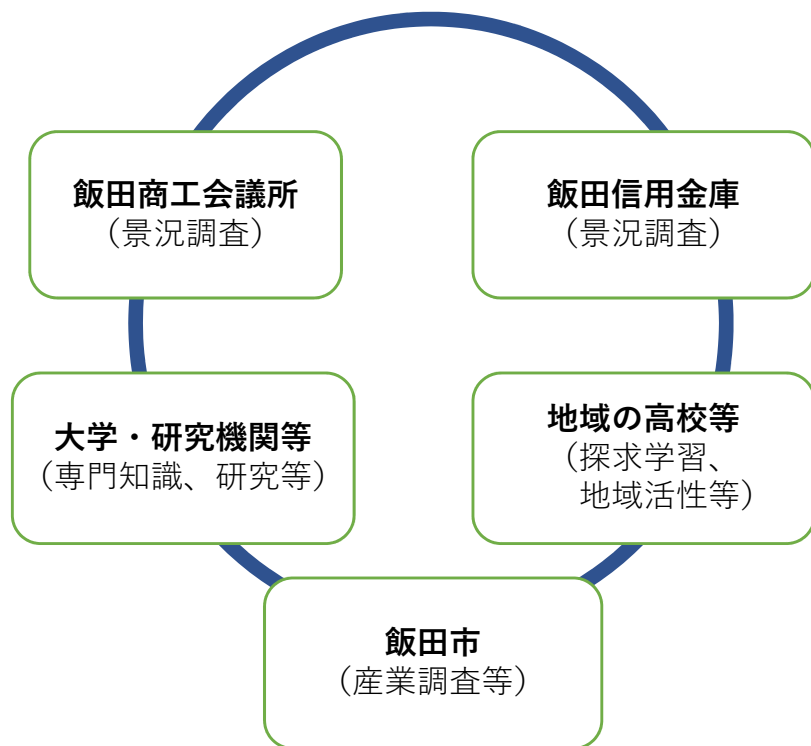
## 【視点1】地域経済循環 ②-5 データ分析（5つの指標）

### 指標5 地域事業者連携事業（継続事業） 2/2

事業項目	連携状況	主な取組・効果
◆小売店・飲食店商品開発 （事業者、キラヤ、商工会議所他）	地域飲食店のミールキット開発・販売 （小売業×飲食業等）	R3連携事業1社 開発商品2商品
◆いいだHAPPY EATS事業 （事業者、商工会議所）	地域飲食総合情報サイト、関連事業 （事業者×事業者等）	加盟店舗130店 キッチンカーイベント 飲食店支援事業等
◆飯田丘のまちバル （中心市街地活性化協会）	中心市街地の飲食店めぐり （飲食店×飲食店、農業者）	飲食店の販わい創出 R3参加店舗46店舗 南信州牛提供21店舗

地域経済・産業動向研究のネットワーク化

(仮称) 地域循環研究ネットワーク



地域内の景気・産業経済動向、商工業振興にかかる分析・研究に関連する機関の分析担当による情報交換ネットワークをつくり、地域経済の動向、地域産業の研究、地域経済循環推進の研究を進める。

- 地域経済状況の研究（情報交換）
  - ・各機関の定期・不定期に行っている分析情報の共有
- 地域経済循環を促進する仕組み研究
  - ・行動経済学を起点にした循環推進
  - ・地域経済分析にかかる新たな指標等
- 具体的な取組
  - ・研究を具体的な取組に展開する



## 【視点2】企業・産業人材（雇用・働き方）分野 ①

指標	2021年 (実績)	2022年 (現状)	2024年 (目標)
1 高校卒業者の地元就職者割合 (%)	17.6		25.0
大学進学者等の地元就職者割合 (%)	19.6		25.0
インターンシップ受入企業数	30	37	40
2 U I ターン実績	104	68	136
3 飯田職業訓練校訓練生数	20	20	25
4 職場いきいきアドバンスカンパニー認証企業数	11	13	13

### 【現状分析（定量・定性）からの課題】

- 少子化による新卒者の総量減少傾向
  - ・ 新卒者、既卒者の地元回帰の促進
  - ・ 技術職、専門職の誘導
- 世代の価値観変化
  - ・ ワークライフバランス推進
  - ・ 人材育成 定着支援
- 学生の就活様式への対応
  - ・ ウェブサイトの充実
  - ・ 動画コンテンツ
  - ・ インターンシップ受入促進
- 女性、高齢人材活躍
  - ・ 女性、高齢者等の人材活用
- 為替相場の影響、物価高騰対応
  - ・ 外国人労働者の人材確保における課題

### 【現状分析・とりまく環境変化】

- ・ 高校卒業者の数は約20年間で1,896人（2002年）から1,395人（2021年）と大幅に減少してきている。
- ・ 管内への高卒就職者は年々減少傾向にあり、2022年4月は250人を割り込んだ。
- ・ コロナ禍の中で、首都圏周辺からの若い世代の地方回帰への期待が高まっている。
- ・ 世代間の価値観の変化、スマホ依存型コミュニケーション、働き方の多様化等の影響により、経営者や管理者と若い世代の価値観の違いもみられる。

### 【未来デザイン2028を踏まえた方向性】

- 1 地域産業を支える人材の確保・育成
  - ① ライフキャリア教育の推進
  - ② 担い手の育成
  - ③ 多様な人材の力の活用（技能者、高齢者、女性、外国人）
- 2 リニアと地域資源を活かした移住定住促進
  - ① 地域の魅力発信強化、事業者の情報発信強化
  - ② 人材のマッチング強化
- 3 技能労働者の人材確保と育成
  - ① 労働環境改善
  - ② 担い手確保と後継者育成
  - ③ 新たな市場の研究（Z E Hモデル）
- 4 勤労者が安心して働き続けられる環境づくり
  - ① 雇用形態の多様化
  - ② 働き続けられる環境づくり（ワークライフバランス）

### 【2023の先導的事業（重点的取組）】

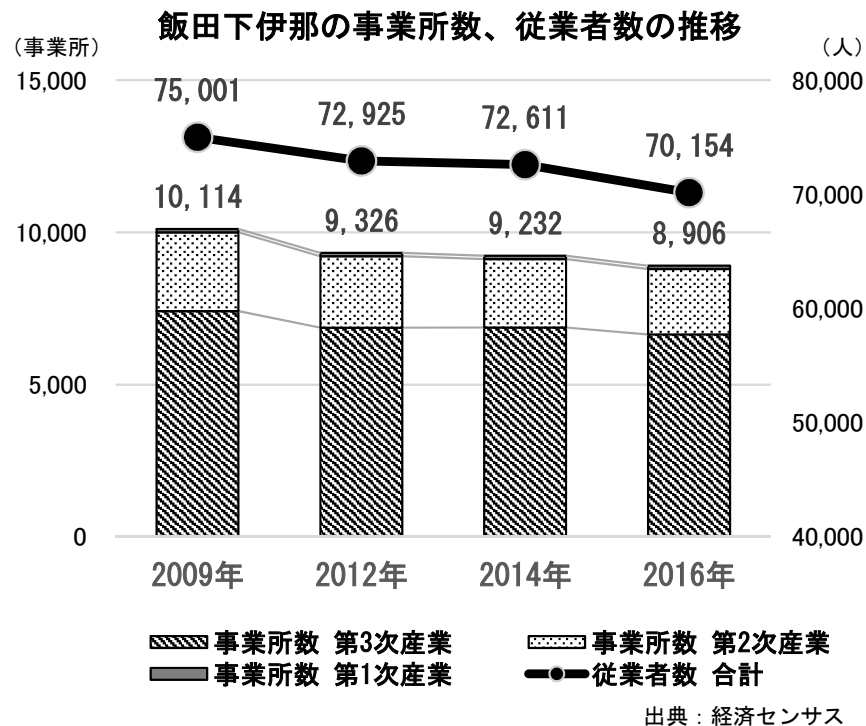
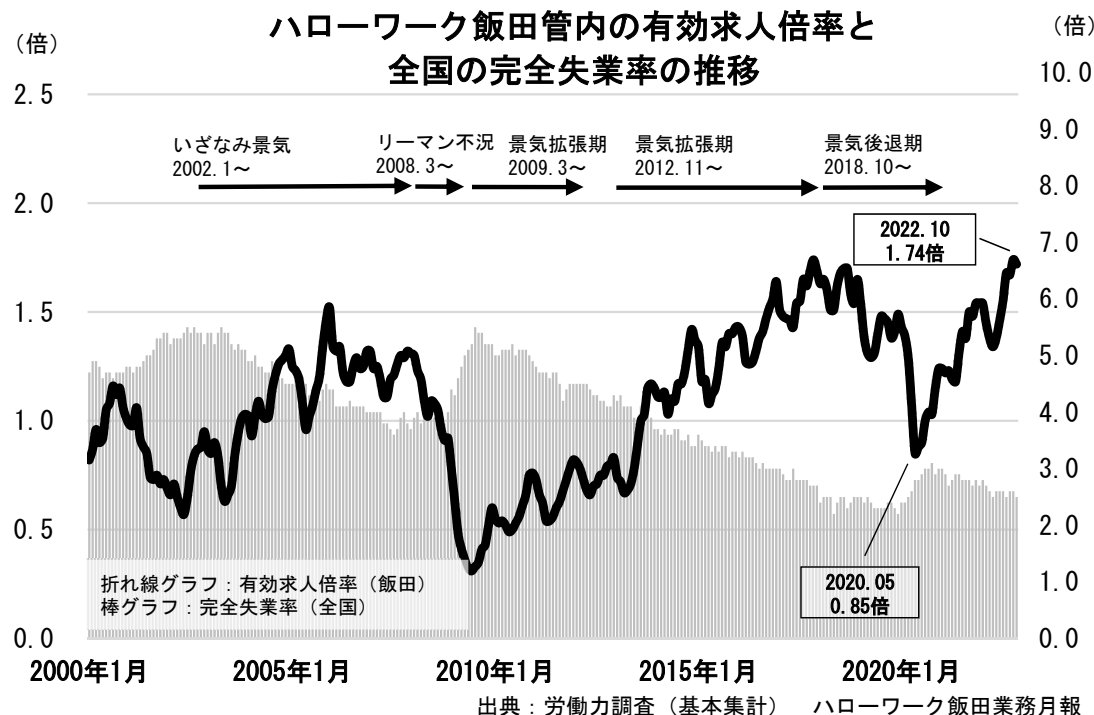
- ◎ 情報発信力の強化
  - イイダカイシャナビのコンテンツの充実
  - ・ 学生向け企業紹介動画の充実
  - ・ サイトを通じた企業と学生のマッチング
  - ・ 学生、一般向けのサイトの紹介
- ◎ 定着率の向上
  - 高卒の4割、大卒の3割が3年以内に離職する現状を踏まえた地元企業の人材教育力の強化
  - ・ 新入職員を対象としたセミナーの実施
  - ・ 総務担当者を対象としたセミナーの実施
- ◎ 地元企業等への就業促進
  - 学生や親が企業を知る機会づくりにより地元企業の認知度を向上させ地元就職につなげる
  - ・ 高校や高等教育機関と連携した企業説明会、見学会、職場体験の実施
  - ・ 親や教員が参加できるガイダンス等の実施
  - ・ 進学者が多い東海地方への進学者へのアプローチ（大学との関係強化）
  - ・ 人材確保の研究・検討等（医療福祉、建設業含む）
- ◎ 女性人材活用、活躍支援
  - ・ 国県、関係機関と連携した支援の強化

### 【関係機関・団体・事業者等】

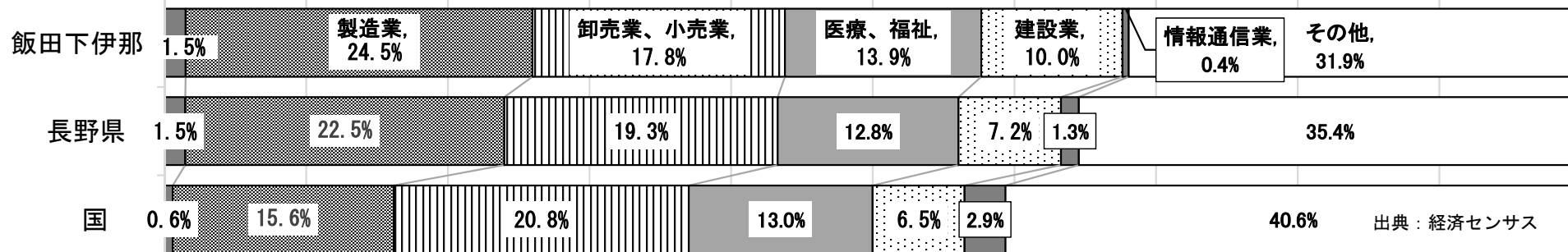
飯田公共職業安定所、下伊那高等学校校長会、飯田職業安定協会、南信労政事務所、長野県南信州地域振興局、南信州広域連合、飯田労働基準監督署、飯田勤労者協議会、長野県飯田技術専門校、飯田高等職業訓練校、飯下建設産業労働組合連合会、飯田商工会議所

# 【視点2】企業・産業人材（雇用・働き方）分野 ②データ分析1

- ・有効求人倍率は新型コロナの影響で2020年5月には0.85倍まで落ち込んだがその後回復し、2022年10月時点では高水準となっている。
- ・完全失業率は新型コロナの影響で多少上昇したが、雇用調整助成金の特例措置などにより失業者の急増は回避されたとみられる。
- ・事業所数・従業者数は減少傾向にある。従業者数は多い方から製造業、卸売業・小売業、医療福祉、建設業の順となっている。



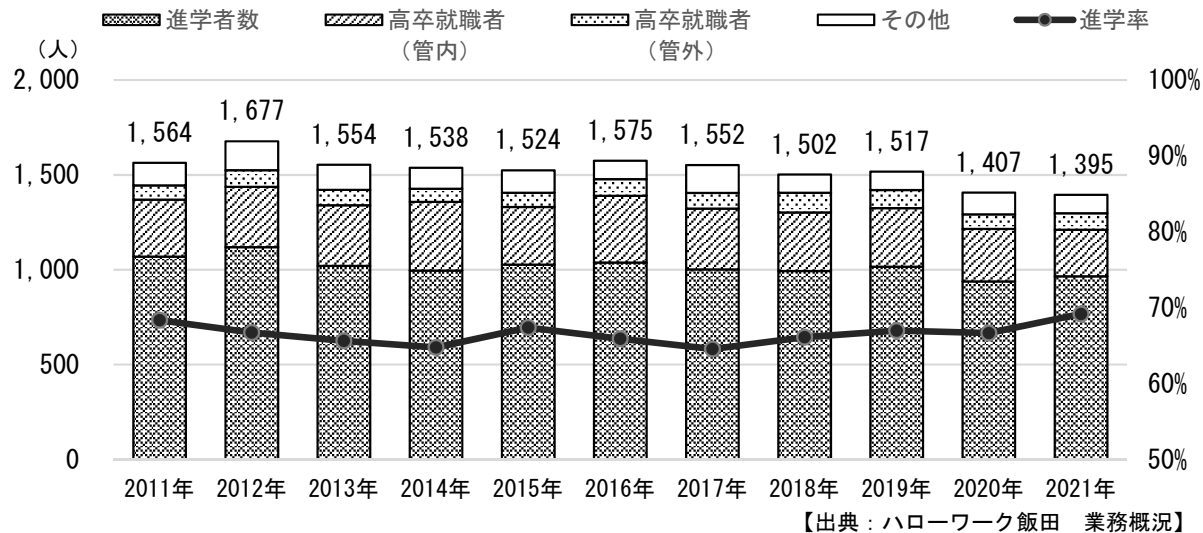
飯田下伊那の従業者数の比較（2016年）



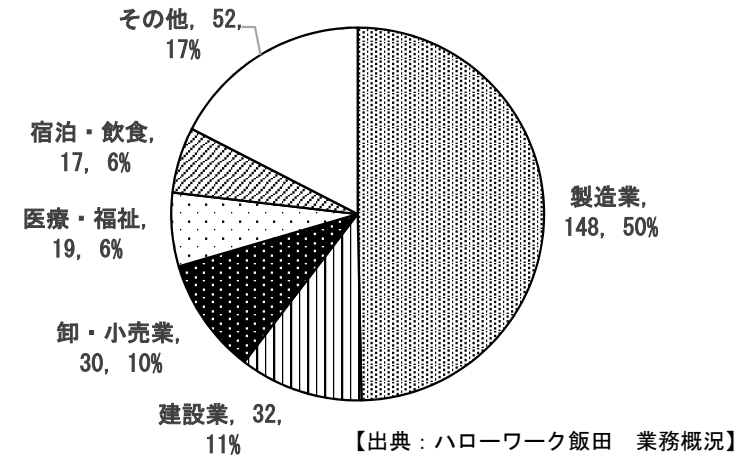
# 【視点2】企業・産業人材（雇用・働き方）分野 ②データ分析2

- ・高卒進学率は60%台後半で推移しているが、高卒者総数の減少を受けて高卒地元就職者数の減少が著しい。
- ・地元企業への業種別新卒就職の状況は、高卒は製造業が50%、大学等卒は医療・福祉が45%を占めている。
- ・回帰定着率は40%程度で推移しているが、2021年は高卒新卒者の減少により2.3ポイント落ち込んだ。

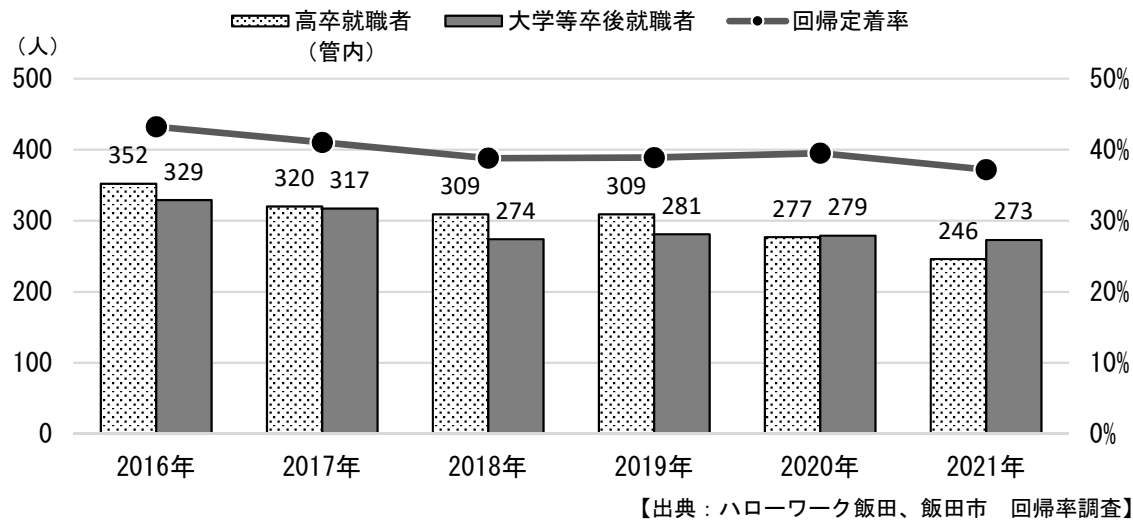
飯田下伊那の高校卒業者の進路の状況



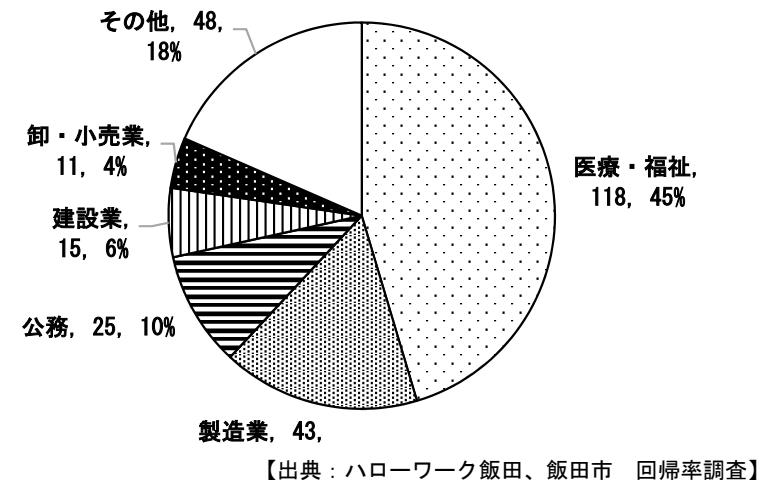
2021年 高卒地元就職先の業種別割合



回帰定着率の推移



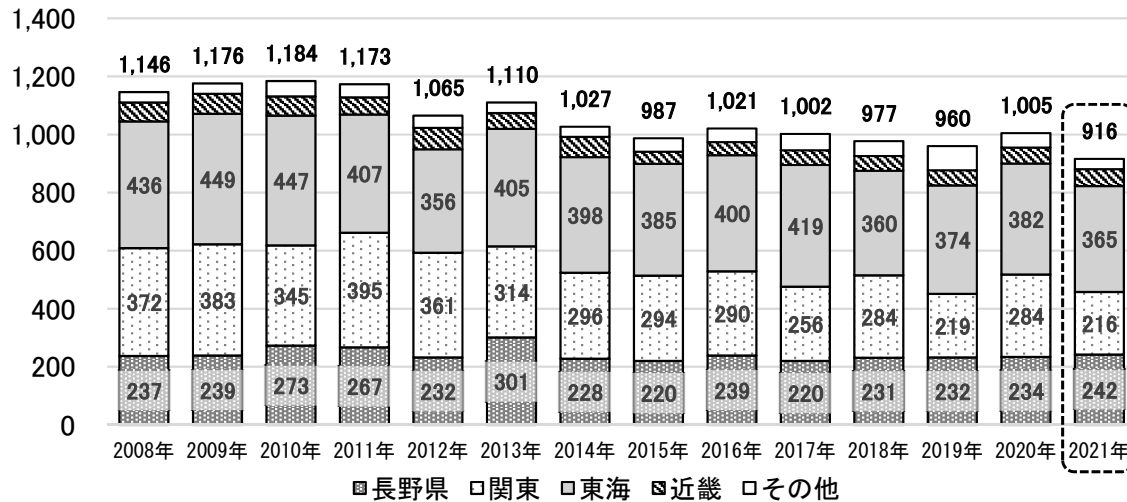
2021年 大学等卒地元就職先の業種別割合



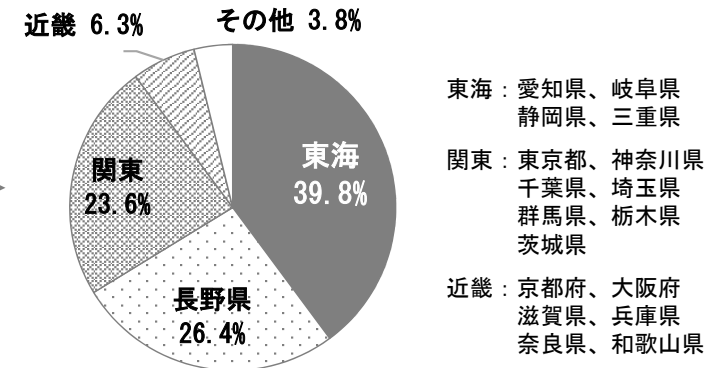
# 【視点2】企業・産業人材（雇用・働き方）分野 ②データ分析3

- ・飯田下伊那出身高校卒進学先は東海地方が最も多く2021年は40%が進学している。次いで長野県(26%)関東(24%)の順となっている。
- ・新卒就職者の3年以内離職率は高卒で約40%、大卒で約30%となっている。
- ・大学生の就活におけるスマートフォンの利用時間の平均は1日1時間～2時間。約90%の学生が採用動画に対する効果を認めている。

地域別大学進学者数（大学・専修学校）



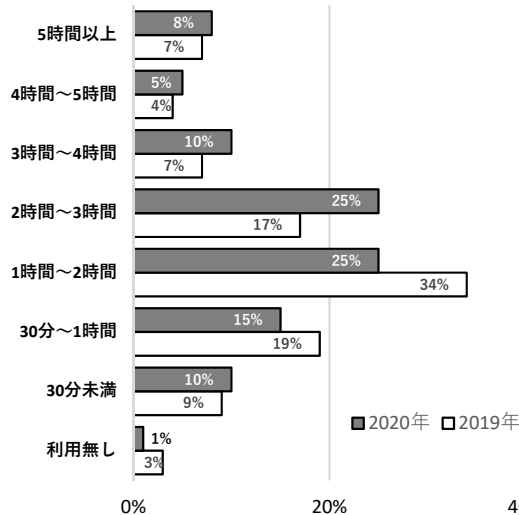
進学先地域の割合 2021年



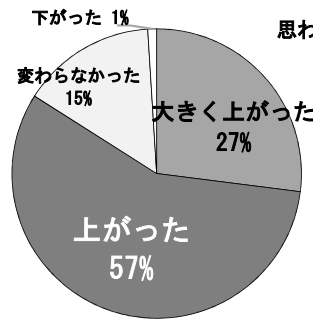
- 東海：愛知県、岐阜県、静岡県、三重県
- 関東：東京都、神奈川県、千葉県、埼玉県、群馬県、栃木県、茨城県
- 近畿：京都府、大阪府、滋賀県、兵庫県、奈良県、和歌山県

【出典：長野県 学校関係県単独統計調査（卒業後の状況調査）】

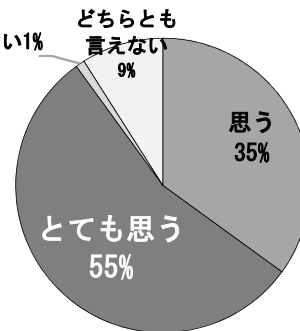
就職活動でのスマートフォン利用時間



採用動画視聴による志望度の変化



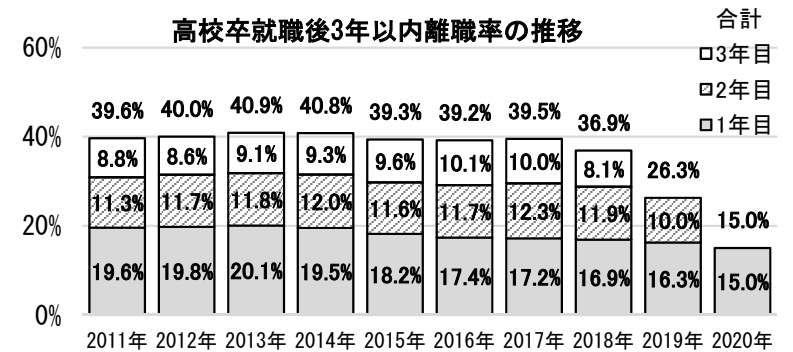
採用動画は思った方がいいか



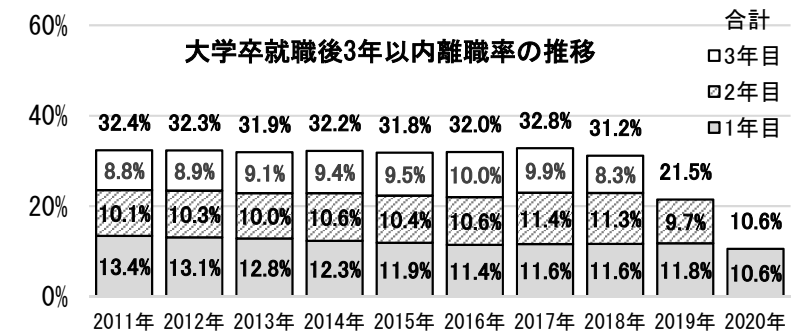
【出典：レバレッジズ・ブルークス合同調査】

就職活動におけるスマートフォンの活用と採用動画視聴に関するアンケート調査（2020.7）

高校卒就職後3年以内離職率の推移



大学卒就職後3年以内離職率の推移



【出典：厚生労働省 新規卒就職者の離職状況（2021.10）】

## 【視点2】企業・産業人材（雇用・働き方）分野 ③-1 主な意見等

項目	主な意見
企業選択の傾向 （高校生）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・コロナが進学・就職の選択に及ぼす大きな影響は少なかったと感じる。</li> <li>・地域企業の情報を自分から集め、取りに行く姿勢も大切と考えているが、<b>動画も含めて、地域企業情報が取りやすく</b>していただけるとありがたい。</li> <li>・高校生が一人一台タブレットを持つようになり、<b>ウェブサイトを活用した企業情報</b>の収集が一般的になっている</li> <li>・高校生にとって、<b>地元で働く先輩の話</b>を聞ける機会があるのは良い。就活のアドバイスも受けられるので卒業生ならなお良い。<b>企業の現場を見学</b>することができるメリットは大きい。</li> <li>・<b>進学を目指す学生が地元の企業や産業に触れる機会</b>は少ないと感じる。</li> <li>・<b>2年生のインターンシップ</b>は進学、就職にかかわらず<b>全員の生徒に参加</b>させている。            （飯田OIDE長姫高校）</li> <li>・<b>探求学習への対応</b>も順次進めていく。（これまでの積み重ねもあり特に困ることは無い）</li> <li>・飯田管内の今年度の高卒新卒求人<b>は11月末日現在で2.42倍</b>で、ここ数年で最も高い水準。コロナ前の水準以上。            長野県（2.82倍）、全国（3.29倍）はさらに高水準。</li> <li>・<b>生徒数は減少傾向</b>にあり、進学率は増加傾向にあるため、高卒地元就職者は今後も減少するのではないか。</li> </ul>
就業状況 （大学生等、一般）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・<b>有効求人倍率は高水準が続いており、全ての業種において人手不足が深刻な状況</b>。</li> <li>・コロナ以降<b>オンラインによる採用活動が一般化</b>している。</li> <li>・<b>子育て世代の女性は短時間での勤務を希望</b>する。企業はシフトや配置の工夫が必要。</li> </ul>
人材育成	<ul style="list-style-type: none"> <li>・探求学習により<b>高校生が地域で学ぶ機会</b>がこれまで以上に増えている。</li> <li>・就職後の離職を減らすためには、<b>企業による社員教育（人材育成）を充実</b>させることが重要ではないか。</li> <li>・新入職員が前向きに働けるようになる<b>企業の枠を越えた職員研修の機会</b>があると良い。            （企業）</li> </ul>

## 【視点2】企業・産業人材（雇用・働き方）分野 ③－2 SWOT分析

		外部環境		
		機会 (O)	脅威 (T)	
		<ul style="list-style-type: none"> <li>○コロナ禍による若者の地方回帰</li> <li>○リニア、三遠南信道の開通</li> <li>○デジタル化</li> <li>○女性の活躍推進</li> <li>○外国人雇用の推進</li> <li>○高齢者雇用の推進</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○人口減少、少子化</li> <li>○担い手不足による廃業</li> <li>○コロナ禍による影響</li> <li>○為替変動の影響</li> </ul>	
内部環境	強み (S)	<ul style="list-style-type: none"> <li>○自然環境、田園型都市立地</li> <li>○都会と比較した働きやすさ（通勤、子育て、WLバランス）</li> </ul>	<p>[機会×強み]</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 結いターンと連携した人材誘導（Uターン推進）</li> <li>・ リニア開通時の働き方、人の動きの研究、対応</li> </ul>	<p>[脅威×強み]</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 事業承継事業の深化（ステップ2：総合的・段階的支援へ）</li> <li>・ 親を対象としたガイダンス</li> </ul>
	弱み (W)	<ul style="list-style-type: none"> <li>○企業人材不足</li> <li>○WEB対応の遅れ</li> <li>○企業の知名度が低い</li> <li>○ワークライフバランス推進</li> </ul>	<p>[機会×弱み]</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ <b>地域の仕事・暮らしの玄関サイトの強化（イダカイシャナビ）</b></li> <li>・ <b>デジタル技術活用によるマッチング推進（面接会、情報連携）</b></li> <li>・ <b>インターンシップ推進</b></li> <li>・ <b>女性・外国人・高齢者が働きやすい職場環境づくり</b></li> </ul>	<p>[脅威×弱み]</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 高校との連携強化</li> <li>・ 小中学校時のキャリア教育連携</li> </ul>

# 人材分野 ④ スペシャルシート 1

・人口減少、少子化、高齢化など社会経済環境の大きな変化の中で、現在の地域事業者の人材不足、女性ならではの発想や感覚を活かしたモノやサービスづくりの視点など、地域産業における女性人材の力を活用した産業づくりの視点も重要となってきています。

## 女性人材活用、活躍による地域産業の活性化

- ◆ 女性の人材活用・活躍支援  
(就職・採用支援、事業者による環境づくり支援、子育て・介護環境支援)
- ◆ 学び直し支援 (リスキリング、職業訓練、リカレント教育)
- ◆ 人材の誘導 (U I ターン支援)、起業支援



### 国

(労基署、ハローワーク)

- 「えるぼし」認定制度
  - ・女性の活躍を推進している企業を認定する制度。「女性活躍推進法」に基づき厚生労働省が実施
- 「くるみん」認証制度
  - ・「子育てサポート企業」を厚生労働大臣が認定する制度
- マザーズハローワーク
  - ・相談、子育て支援情報、仕事紹介
  - ・再就職支援セミナー ・ 学び直し支援
  - ・求人説明会 (年 3 回程度)
  - ※仕事と家庭・子育て両立対象



### 長野県

(労政事務所)

- 職場いきいき  
アドバンストカンパニー認証制度
  - ・ワークライフバランスコース
  - ・ダイバーシティコース
  - ・ネクストジェネレーションコース
- 女性就業支援員による就業相談
  - ・再就職、就業継続支援
- がんばる女性の再就職セミナー
  - ・毎月 1 回 於：エス・バード
- 女性限定合同企業説明会
  - ・年 1 回



### 飯田市

(産業振興、福祉、共生・協働、結いターン)

- 女性の就業相談【飯田市・長野県】
  - ・毎月第 3 水曜日 於：飯田市役所
- 事業者向け働き方改革支援セミナー
  - ・企業の人事担当者向け研修会
- 活用・活躍を支援する仕組みづくり
  - ・国県の認証制度取得研究、支援
  - ・先進的な事例の共有、検討
  - ・イイダカイシャナビ等での紹介
- 働く環境支援、人材誘導、起業支援
  - ・子育て、介護環境支援
  - ・U I ターン ・ 起業支援

## 【視点2】人の流動化と人材育成（関連事業） 1/3

事業項目	取組状況	事業主体・関係団体等
事業承継推進事業	事業承継（親族内、組織内、第3者承継）について、総合的に推進する事業。事業承継に関する <b>アンケート調査を実施</b> し、結果に応じた支援	飯田版プラットフォーム（長野県、飯田商工会議所、信用保証協会、金融機関等、産業振興課）
企業人材の確保支援	<b>学生の段階からのコミュニケーション</b> 強化、就職時のマッチングに向けた基盤（ <b>面接会、デジタル技術活用による誘導</b> 等）の充実	飯田職業安定協会、産業振興課、工業課、結いターン移住定住推進課
飯田産業技術大学事業	製造現場における <b>技術・技能者、管理者等の育成</b> と、新たな製品や技術開発促進に向けて、信州大学と連携し専門的なスキル・知識を持つ人材の育成（電気機器関連制御技術社会人スキルアップ講座・フードスペシャリスト養成講座）に取り組んでいます。	（公財）南信州・飯田産業センター、信州大学、工業課
サテライトオフィス誘致事業	コロナ禍、 <b>サテライトオフィス誘致に向けて情報発信</b> を行い、長野県のお試し制度及び立地支援制度と連携したオフィス開設等に係る支援を実施	工業課



## 【視点2】人の流動化と人材育成（関連事業） 2/3

事業項目	取組状況	事業主体・関係団体等
信州大学航空機システム共同研究講座	長野県航空機産業振興ビジョンに基づき、地域の産学官金が連携し、コンソーシアムを組織して、H29年度から <b>信州大学航空機システム共同研究講座（大学院）</b> を設置し、人材育成や官民の共同研究による次世代技術の研究等が行われている。	信州大学航空機システム共同研究講座 コンソーシアム、工業課
次世代を担う人材育成事業	地元製造業者と連携し、 <b>子ども科学工作教室やスーパーサイエンス事業</b> によるものづくり体験教室を毎年実施。R2年度には、エス・バード内に <b>デジタルものづくり工房「ファブスタ★」</b> を開設して最新のデジタル機器を活用したものづくりを体験している。	子ども科学工作教室運営協議会、旭松食品(株)、シチズン時計マニユファクチャリング(株)、工業課
ランドスケープ・プランニング共同研究講座開設に向けた取り組み	高等教育機関の設置に向けて、地域内外の関係機関とともにコンソーシアムの組織化と <b>R5年4月の開講を目指し準備</b> を進めている。	ランドスケープ・プランニング共同研究講座準備会、工業課
南信州・担い手就農プロデュース	JAと市町村が連携した <b>新規就農希望者に対する2年間の研修制度</b> 。地域おこし協力隊制度を活用し、3大都市圏等からの移住就農の促進させる。	みなみ信州農業協同組合、農業課
ワーキングホリデー	高校と連携した <b>宿泊を伴わない地域版ワーキングホリデー</b> の新たな取り組み	下伊那農業高等学校、農業課
1日農業バイト	農繁期の短期雇用に応えるための <b>マッチングアプリ「1日農業バイト」</b> の運用と普及拡大	みなみ信州農業協同組合、飯田市農業振興センター、農業課
各種講座の実施	<ul style="list-style-type: none"> <li>・自伐型林業人材育成事業（飯田きこり養成塾）の実施</li> <li>・いいだ森林学校の実施</li> </ul>	林務課

## 【視点2】人の流動化と人材育成（関連事業） 3/3

事業項目	取組状況	事業主体・関係団体等
観光ガイド、案内人農家民泊担い手支援	<p>観光ガイドや案内人のスキルアップ研修の開催。ガイド付きツアーにより、観光ガイドの活躍の場の確保と旅行商品としての魅力の付加。  <b>民泊受入農家向けのコロナ対策セミナー</b>などの研修機会の提供。                      （研修開催数7回）</p>	南信州観光公社、観光ガイドの会、商業観光課
デジタル技術を活用したまちの賑わいづくり 【再掲：デジタル化対応】	<p>XR技術等の先端技術やノウハウの活用により、まちなかの魅力を発信することで関係人口を目指すとともに、回遊促進を推進する事業。今年度はXRドアとスマートグラスそれぞれでコンテンツを作成し、丘フェスを通じて発表・発信する。（制作コンテンツ数 XRドア：2コンテンツ スマートグラス：4コンテンツ）</p>	商業観光課
I-Portによる起業支援	<p>飯田市新事業創出支援協議会（I-Port）は、<b>市内外17の支援機関で構成し</b>、創業、新事業創出、事業転換を目指す起業家・事業者を支援する。</p>	市内外17支援機関、工業課
起業家ビジネスプランコンペ	<p>起業家ビジネスプランコンペティションを平成26年から毎年開催し、地域の関係機関が一丸となって<b>起業家のビジネスプランの具体化と事業の成長</b>をサポートする。</p>	飯田商工会議所、工業課

## 【視点3】 デジタル技術を活用した生産性向上・魅力づくり

事業項目	取組状況	事業主体・関係団体等
IoT、AI、ロボット化取組事業支援	DX導入への仕組みの研究	南信州DXワーキンググループ 南信州・飯田産業センター、工業課
地域産業を支えるデジタル環境、デジタル化の推進の研究	情報基盤研究、事業カイゼン研究	工業課
デジタル技術を生かした探求学習	デジタル技術を生かした地域事業者の課題解決研究事業	飯田コアカレッジ、事業者等
デジタル工作機器ものづくり工房	エスボード内のデジタルものづくり工房「ファブスタ★」を活用した次世代人材育成	南信州・飯田産業センター、工業課
「1日農業バイト」アプリ 【再掲：人の流動化と人材育成】	農繁期の短期雇用を仲介するマッチングアプリの運用による人材確保	JAみなみ信州、飯田市農業振興センター、農業課
スマート農業研究プロジェクト	中山間地域農業の省力化支援を目的にリモコン式草刈機の導入研究等	飯田市農業振興センター、農業課
WEBによる観光情報発信 (動画、ニュース)	観光情報への記事掲載とタイアップしたWEBニュース記事の配信 インバウンドをターゲットとした動画「TENRYU RIVERLANDS」を制作、配信	南信州観光公社、商業観光課
デジタル機器を活用した街の賑わいづくり	XR技術等の活用による街なかの魅力発信（XRドア2コンテンツ、スマートグラス4コンテンツ）	商業観光課
「ハジメマシテ、飯田」情報発信	i-Port専用メディアによる起業家と起業のまち飯田の情報発信と移住定住起業誘導、起業を目指す方への情報発信	工業課
デジタル商品券	地域経済対策として、関係機関と連携してデジタル商品券の発行と活用を実施	飯田市、商工会議所、事業者

# 各分野の取組

# 製造業分野 ①分析と戦略

指標	2021年 (実績)	2022年 (現状)	2024年 (目標)
1 ネスクイイダ取引成約金額	9.6億円	年度末	40億円
DX化ワーキンググループ参加登録企業数(社)	9社	9社	30社
工業技術試験研究所利用件数	726件	516件	3400件
航空機産業分野の売上額(支援企業12社)	27.8億円	年度末	80億円
2 信州大学共同研究講座学位取得者数	4人	年度末	24人
飯田産業技術大学受講者数	1,015人	815人	3800人
共創の場利用者数	2,707人	1,613人	12,000人
3 食品系試験室の利用件数	116件	82件	200件
デザインサポート事業製品化数	5件	0件	20件
4 企業立地補助企業の新規雇用人数	8人	29人	96人
企業誘致数	1社	3社	4社

※2022年は12月末現在、2024年指標はすべて累計目標

## 【現状分析(定量・定性)からの課題】

- 事業者支援体制の充実
  - ・人材育成、人材確保につながる横断的支援
  - ・生産性向上につながるデジタル化支援の強化
  - ・製品・技術開発に向けた試験所機能・体制の強化
- 企業誘致の強化
  - ・新規立地及び既存企業の拡張に伴う産業用地の不足
  - ・地方進出を検討する企業ニーズの把握と地域のリソース(資源・課題)の活用
- コロナ、ウクライナ危機等の影響対応
  - ・航空機産業を取り巻く環境変化への対応
  - ・Withコロナ、Afterコロナへの新たな経営戦略転換
  - ・エネルギーコストの削減促進
  - ・SDGs、カーボンニュートラル視点による産業活動転換

## 【現状分析・とりまく環境変化】

- ・コロナ禍においても、製造業は直接的な影響は少ない一方で、半導体不足、原材料やエネルギーの高騰の影響他、為替変動等による製造コスト高騰が事業者の収益を悪化させている。
- ・製造現場における人材不足、高齢化、離職率が高いなど、労働生産性の低下が懸念される。
- ・コロナ禍において、地方への移住や事業拡大を求める企業の動きが増えている。

## 【未来デザイン2028を踏まえた方向性】

- 地域産業の育成による高付加価値化
  - ①ネスクイイダを中心に販路開拓による域外からの受注獲得と域内受発注(地域内循環)の促進支援
  - ②国・県との連携によりエス・バード内「工業技術試験研究所」の体制強化と、その機能の活用や大学等との連携による製品・技術の開発を支援
  - ③コロナ禍における新たなビジネスモデルや事業変革(デジタル化促進等)に取り組む企業に対する幅広い支援
- 地域産業を支える人材の育成と確保
  - ①製造現場における技術・技能者、管理者等の育成支援
  - ②大学と連携して新たな製品や技術開発の促進に向けて専門的なスキル・知識を持つ人材の育成支援
  - ③企業や学校等との連携による次世代を担う人材の育成と移住定住者の誘導と連携した人材の確保支援
- 地域の魅力ある製品のブランド化促進とPR促進
  - ①多様な分野の連携により地域資源を活用した新商品・サービスの開発・販売を支援
  - ②様々な媒体やネットワークを活用して地域内外へのPR促進
- 産業基盤強化による企業支援及び立地・拡張の促進
  - ①新産業団地の整備とPRを進め、リニアの発生土を活用した更なる産業用地確保の検討
  - ②地域のリソースを活かした企業誘致活動の推進

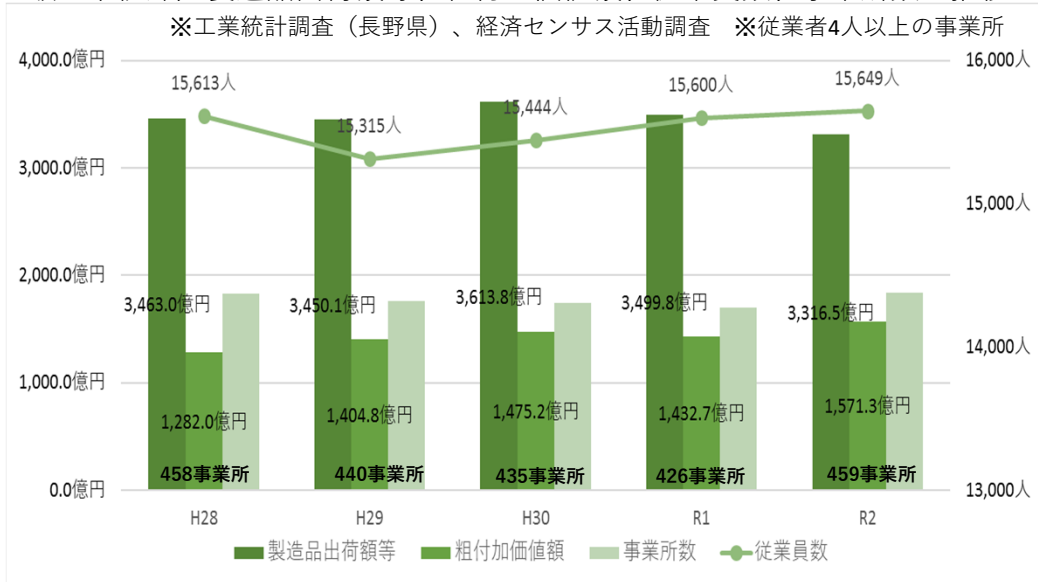
## 【2023の先導的事業(重点的取組)】

- ◎ 地域産業の育成による高付加価値化支援
  - ・工業技術試験研究所がISO/IEC17025試験所認定を令和4年に取得。認定取得を関連企業にPRするとともに、地元企業の製品開発能力の向上を支援
  - ・省力化、生産性を高めるために、DXワーキンググループ活動継続とFA化等に取り組む事業者を支援
  - ・次世代エアモビリティ分野や将来的な航空機電動化を見据え、バリューチェーン強化に取り組む企業を支援
  - ・再生可能エネルギー分野での地域産業の強みを生かした新産業創出を支援
- ◎ 地域産業を支える人材の育成と確保支援
  - ・省力化・生産性を高めるために、飯田産業技術大学を拡充してデジタル人材等の育成を支援
  - ・移住定住者の誘導と連携した人材の確保支援
- ◎ 地域の魅力ある製品のブランド化促進
  - ・多様な産業分野間・産学官民の連携促進による地域資源を活用した特色ある新商品の開発を促進するため、交流・学習の機会と伴走支援機能を提供するオープンイノベーションプラットフォームの運営を支援
- ◎ 産業基盤強化による企業支援、立地・拡張の促進支援
  - ・龍江インター産業団地等の企業誘致に向けた取組
  - ・リニア発生土を活用した新たな産業団地の整備を検討
  - ・既存地元企業の工場拡張支援
  - ・リニア時代を見据えたサテライトオフィス開設支援、オフィス誘致及びICT関連産業等の誘致

長野県、長野県工業技術総合センター、長野県地域資源製品開発支援センター、長野県産業振興機構、長野県よろず支援拠点、信州大学、飯田短期大学、伊那谷アグリイノベーション推進機構、宇宙航空研究開発機構(JAXA)、日本航空宇宙工業会、(一社)航空イノベーション推進協議会(AIDA)、飯田電子工業会、南信州工業会、南信州食品産業協議会、飯田水引協同組合、飯田クラフト協会、地場産マネージメント倶楽部、ネスクイイダ、飯田メディカルバイオクラスター、飯田商工会議所、(公財)南信州・飯田産業センター、南信州広域連合

# 製造業分野 ②データ分析 1

飯田下伊那／製造品出荷額等、粗付加価値額、従業員数、事業所数の推移



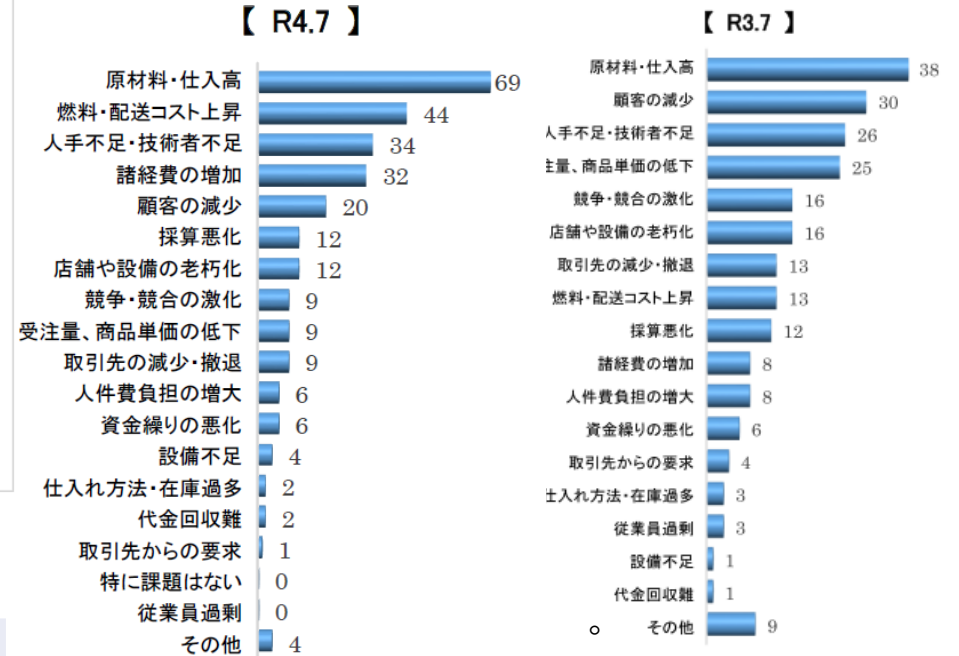
・製造品出荷額等、事業所数は減少、粗付加価値額、従業員数は増加。

ネスクイイダ受注実績（直近10年）

年度	取引成約金額 [千円]	引合件数	県外	県内	地区内	成約件数
24	306,641	126	117	1	8	
25	442,773	139	124	4	11	54
26	587,390	335	300	6	29	41
27	726,490	410	375	3	32	42
28	835,439	491	472	5	14	95
29	1,032,645	540	468	4	68	57
30	1,048,160	581	534	25	22	58
01	1,034,220	657	619	0	38	55
02	1,163,200	571	463	1	107	25
03	961,350	443	396	17	30	53

※（公財）南信州飯田産業センターR3年度事業報告

経営上の課題（全業種）  
（飯田商工会議所景気動向調査）



- ・経営上の課題の上位に人手不足・技術者不足をあげている企業が相変わらず多いが、急激な為替変動に伴う製造コスト、燃料費の高騰は収益を悪化させている。
- ・令和3年度は、コロナ禍による販路開拓活動の制限等もありましたが、成約件数は回復しました。
- ・受注活動のほかに連携製品開発事業として会員の連携による製品開発に取り組みを行いました。特に医療関係や農業関係の域内機関との連携を密にし、ニーズの聞き取りなどにより13案件の製品開発に取り組みました。

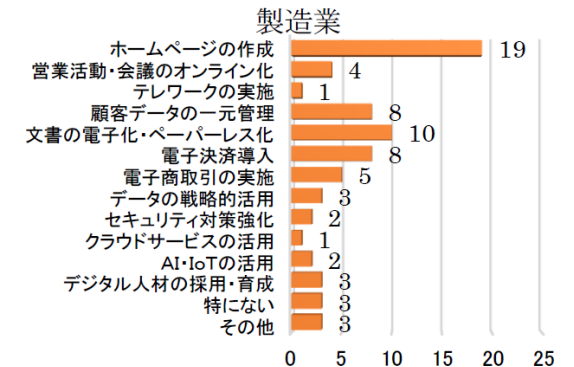
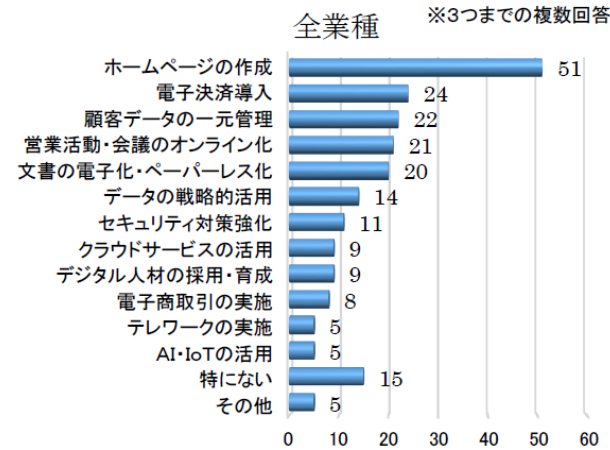
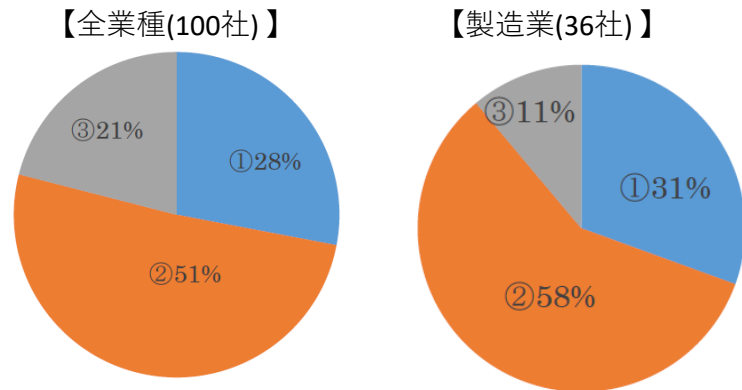
# 製造業分野 ②データ分析 2

※飯田商工会議所中小企業相談所 令和4年7月 景気動向調査

DX、IT化についての理解、進捗等の状況について

## DXについての理解度

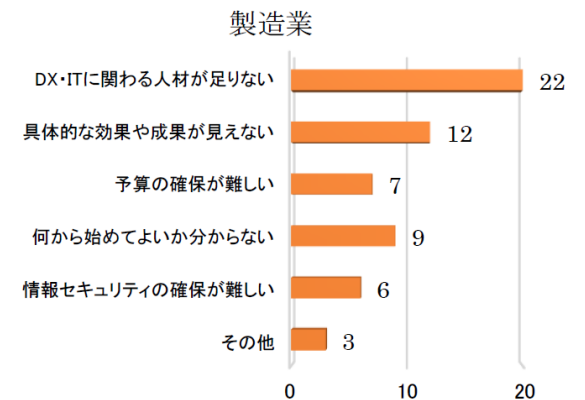
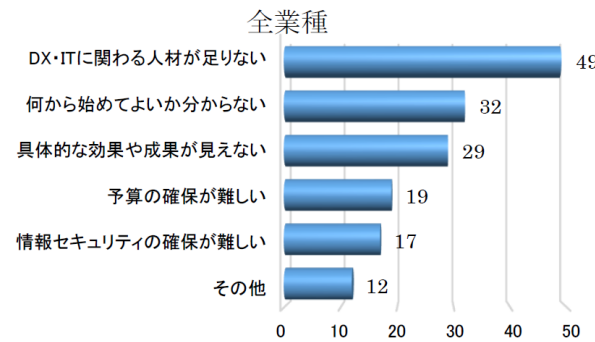
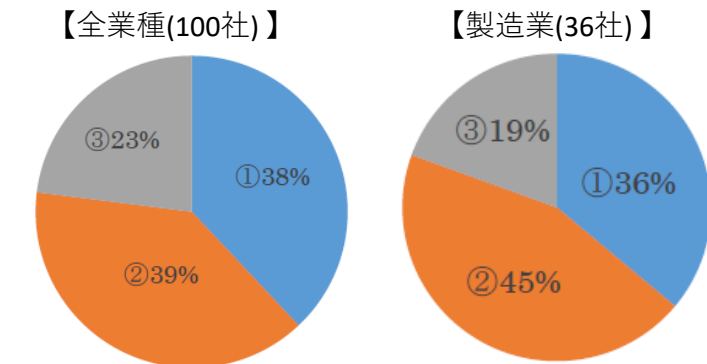
## 既に取り組んでいる、または関心のある内容は何か



- ①言葉も知っているし、意味も理解している
- ②言葉は知っているが、意味は理解していない
- ③聞いたことが無い

## DX・IT 化推進に当たっての課題は何ですか

## 自社での DX・IT 化の進捗状況

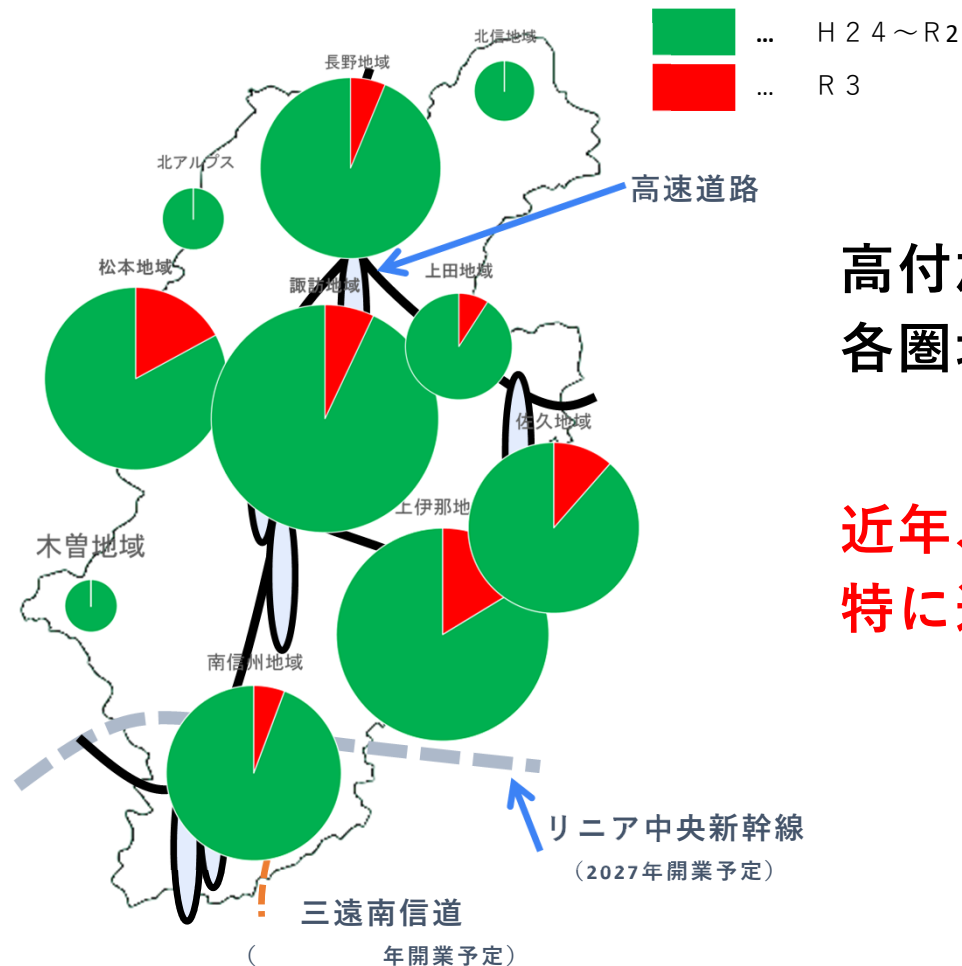


- ①既に取り組んでいる
- ②現在は取り組んでいないが、取り組みたいと思っている
- ③取り組む予定は無い

導入に向けての最大の課題は人材不足

## 長野県の産業集積

### 製造業の立地状況



高付加価値を生み出す製造業は、  
各圏域で集積

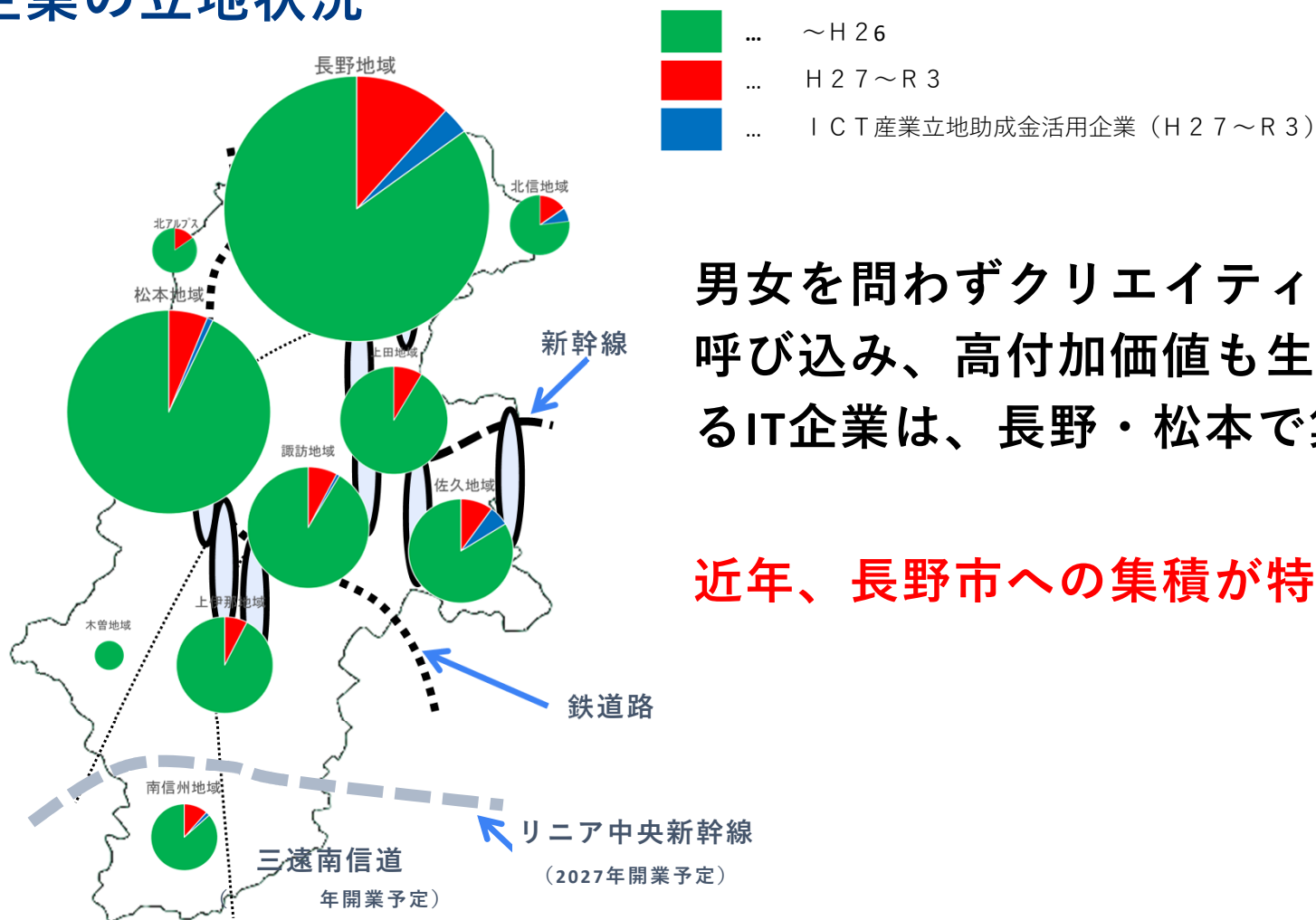
近年、上伊那・松本圏域で集積が  
特に進展

(出所) 経産省「工場立地動向調査」



## 長野県の産業集積

### IT企業の立地状況



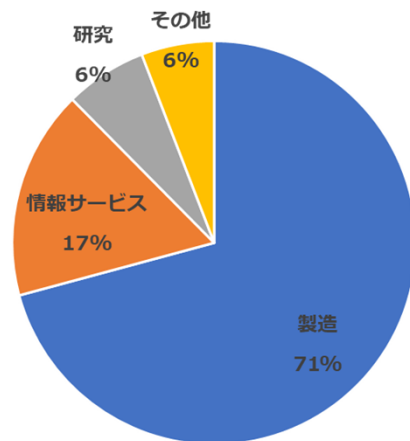
男女を問わずクリエイティブ人材を呼び込み、高付加価値も生み出しているIT企業は、長野・松本で集積

近年、長野市への集積が特に進展

## 立地企業の業種

- 立地企業は、圧倒的に製造業が多く、全体の71%を占めている状況
- ものづくり企業の立地が大勢であり、IT、ソフト等の情報サービス産業の立地が少ない

長野県が助成し立地した業種別企業の割合（H18～R3）



長野県が助成し立地した業種別企業の推移（H18～R3）



### 【立地傾向】

- 東北信 ⇒ ICT企業の立地集積（新幹線沿線、大学等立地：人流）
- 中南信 ⇒ 製造業の立地集積（高速道路沿線：物流）

**製造業に加え、ICT企業を誘致することで、人口減少に歯止めがかかる可能性がある！**

出所）長野県産業立地・IT振興課の資料より

## 製造業分野 ③－１ 主な意見等

人材育成・ 確保	<ul style="list-style-type: none"> <li>・人が採用できない、応募すらない。採用後にどう指導するかも課題。企業の魅力発信が重要ではないか。</li> <li>・人手が必要であり手作業が必要な仕事がある。人がいなくて仕事が受けられない状況。</li> <li>・新卒のUターンも大切だが、いったん外で働き生活をして飯田の良さを改めて分かって帰ってくる人がそれなりにいる。ここをターゲットに策を打つのが良いのではないか。</li> <li>・高度人材をこの地域へ呼ぶ仕組みが重要。一旦この地域外で働き生活して経験を積んだ人材をこの地域へいかに呼び戻すかの仕組みづくりが必要ではないか。</li> <li>・新卒から戦力になるまでの育成プランをそろえることができていない。背中を見せて育てる時代から教え方も変わっており、教える側のスキルアップも課題。</li> <li>・人材育成として経営者を育てることが必要</li> <li>・飯田産業技術大学のメニュー充実を期待する。</li> </ul>
デジタル化	<ul style="list-style-type: none"> <li>・会社の仕組み、仕事の仕組みのデジタル化、職人の技術の共有化、人に頼る部分の共有化が課題</li> <li>・デジタル化に対応できる人材（社員）がいない。内部での人材育成が必要。</li> <li>・AIを活用した生産性向上に取り組んでいる</li> </ul>
ブランド化	<ul style="list-style-type: none"> <li>・日本で売る物は日本で開発製造を行い、飯田の地の利を生かして飯田のネットワークを生かしたものづくりを行っていくべき。</li> <li>・人口減少、消費減少の中では国内のみでの状況回復は困難。海外展開の取組みで売り上げ拡大。和食のユネスコ無形文化遺産登録、伝統的酒造りのユネスコ無形文化遺産登録への期待が大きい。</li> <li>・主力商品を基本としながら新しい取り組みに挑戦していく。シールドはその一つとして期待している。</li> </ul>
その他全般	<ul style="list-style-type: none"> <li>・半導体不足、原材料やエネルギーの高騰の影響他為替相場の急激な変動への対応に苦慮している。</li> <li>・魅力ある企業づくり、良い生活ができる地域づくりが重要。</li> <li>・三遠南信自動車道の開通による交流拡大への期待は大きい。リニア開通は物流には大きく影響しない、人材流出が心配。</li> <li>・リニア、三遠南信自動車道、大学誘致に期待している。人を入れて地域を活性化することが重要。</li> <li>・見る、食べる、体験する ものづくり体験などの観光に期待</li> <li>・空飛ぶ自動車の活用に期待したい。</li> </ul>

## 製造業分野 ③－2 SWOT分析

		外部環境		
		機会 (O)	脅威 (T)	
		<ul style="list-style-type: none"> <li>○コロナ禍による若者の地方回帰</li> <li>○リニア、三遠南信自動車道の開通</li> <li>○デジタル化の進展</li> <li>○大学連携の進展</li> <li>○働き方改革</li> <li>○SDGs・グリーンリカバリーの進展</li> <li>○新分野・新ビジネスへの展開</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○人口減少、少子化</li> <li>○グローバル化による国内産業の空洞化</li> <li>○コロナ禍で外国人労働者不足</li> <li>○熟練技能者のリタイヤ</li> <li>○原材料不足、高騰</li> <li>○燃料等の高騰 (○最低賃金の上昇)</li> </ul>	
<b>内部環境</b>	強み (S)	<ul style="list-style-type: none"> <li>○自然環境、田園型都市立地</li> <li>○コロナ禍の直接的影響小</li> <li>○多品種少量生産</li> <li>○複数分野を柱に複数の顧客から受注</li> <li>○共同受発注の仕組み (ネットワーク)</li> <li>○エス・バードの機能</li> <li>○産業センターによる支援</li> <li>○クラスター拠点工場 (特殊工程技術)</li> <li>○インキュベート・人材確保住宅</li> <li>○広域 (南信州、中京、三遠南信) 連携</li> </ul>	<p><b>[機会×強み]</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・サテライトオフィス誘致</li> <li>・展示会等販路開拓事業</li> <li>・試験研究所の機能・体制の強化</li> <li>・航空機ネットワークを活かした次世代モビリティへの参入支援</li> <li>・先端設備導入の支援</li> </ul>	<p><b>[脅威×強み]</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・次世代の育成(ファブスタ事業)</li> <li>・ネスクイイダ事業</li> <li>・企業 (製造業) 誘致</li> <li>・補助金等の活用</li> <li>・外部機関や企業との連携強化</li> </ul>
	弱み (W)	<ul style="list-style-type: none"> <li>○大消費地圏から遠い</li> <li>○労働者、専門人材の不足</li> <li>○離職率が高い</li> <li>○単工程加工生産</li> <li>○研究開発型企業が少ない</li> <li>○大学・研究機関が少ない</li> <li>○地域牽引企業の不足</li> <li>○マーケティング力の不足</li> <li>○産業用地の不足</li> <li>○交通・情報インフラが脆弱</li> </ul>	<p><b>[機会×弱み]</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・移住定住者と製造業企業とのマッチング機会の創出</li> <li>・大学連携事業 (航空機システム・ランドスケープ・電気制御・食品)</li> <li>・産業団地の整備、検討</li> <li>・地域ブランド化事業</li> </ul>	<p><b>[脅威×弱み]</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・省力化や生産性向上に向けたDX化支援</li> <li>・産業技術大学による人材育成支援</li> </ul>

# 製造業分野 ④スペシャルシート

## 【航空機電動化・次世代エアモビリティ勉強会事業 概要】

### 【事業経過】

●新たな電動化技術などを活用し、地域課題解決を図るべく、ドローン・空飛ぶクルマを始めとした「UAM(都市航空交通)」による人・ものの革新的移動手段が注目。

### ●当地域のアセットを生かした新たな地域産業の取組の可能性

・エス・バード、環境試験設備を活用した研究開発促進  
 ・航空機産業等で培った技術等を生かした産業展開（モータ・センサ等のコア技術・3Dプリンタ等の新技術活用 等）

### ●航空機電動化・次世代エアモビリティ事業セミナー開催

・R4上期において、航空機電動化・次世代エアモビリティ分野における市場動向・事業化可能性に向けた意識啓発のためのセミナーを開催。

### 事業化可能性の検討フェーズへ

●研究開発フェーズにおける課題解決や、中小サプライヤーの高付加価値化に向けた人材育成等の今後の事業化に向けた取り組みにつなげるため、**3分野における勉強会を立上げ**。次世代エアモビリティ分野及び、将来的な一般旅客機の電動化ニーズにも対応したノウハウ・生産体制が準備された地域として優位性確保を目指す。

R4.12月～R5.4月

#### ■モータ勉強会

#### ■3Dプリンタ勉強会

#### ■センサ勉強会

【勉強会（各会ごとに全構造・認証・活用課題（可能性）など3回予定）】  
 ・技術動向（開発動向・）  
 ・サプライヤー事例紹介など

R5.4月～R6.3月

#### 【検討会】

・必要技術等テーマ設定（モデル検討）  
 ・事業化に向けた課題抽出

#### 【事業化に向けた取組展開】

・技術研修  
 ・現場体制構築  
 ・事業化に向けた市場調査・アプローチ など

### 加えて、当地域での将来的な利活用方法について検討

#### 【次世代エアモビリティの実装の流れ】

2025年 : 大阪・関西万博での飛行  
 2020年代後半 : 実証飛行、限定エリア内での遊覧飛行  
 空港輸送等の2次交通、都市内交通  
 2030年ごろ～ : 地域内、地方都市間交通、過疎地・離島交通  
 救急医療・災害時の活用、飛行エリアを全国に拡大  
 機体大型化、自動飛行開始、不定路線運行の実施 等  
 2030年代後半 : 都市圏・地域内・地方都市間交通網の拡大  
 飛行エリアの路線網の拡大

※「空の移動革命に向けた官民協議会（第8回）」の資料を基に作成

#### 【当地域における次世代エアモビリティの利活用方法（イメージ）】

・遊覧・観光（南アルプス、天竜峡等）  
 ・災害対応・救命救急  
 ・山小屋等への物資輸送  
 ・県内他地域（上田、軽井沢、木曾等）等への移動の利便性向上  
 ・自動飛行を可能にすることにより、だれもがいつでも自由に移動  
 など

※10年以上先を見据えた検討を進めていく

# 農業分野 ①分析と戦略

指標	2021年 (実績)	2022年 (現状)	2024年 (目標)
1 新規就農者数 (自営・法人就農)	17人 (21年度からの累計)	3人	30人 (21年度からの累計)
1 アプリによる農作業 マッチング数 (上段：活動件数 下段：成立数)	1,223件 (1,125件)	408件 (385件) (8月末現在)	1,000件
2 農業産出額 (推計)	1,102 千万円 (2020年)		1,030 千万円 (2022年)
2 市田柿出荷量 (南信州地域)	2,085t		2,300t
2 まちの八百屋シス テム登録数	3店舗	3店舗	10店舗
3 実質化された 人・農地プラン数	26件	0件 (予定18件)	62件 (20年度からの累計)

## 【現状分析（定量・定性）からの課題】

### ○担い手の確保

- ・新規就農者の確保
- ・親元就農をはじめとした事業承継の推進
- ・兼業農家、小規模農家の経営の持続化

### ○農地の集積・集約化の推進

- ・人・農地プランによる集積・集約の推進
- ・集落営農等地域共同活動の推進
- ・法人化の推進

### ○産地の強化

- ・市田柿等特色のある農産物の産地力の強化
- ・高コストの畜産、きのこ農家の事業継続

### ○地域循環型農業への転換

- ・域産域消の推進
- ・域内での肥料・飼料の調達
- ・環境配慮型農業の栽培技術、評価手法の確立

## 【現状分析・とりまく環境変化】

- ・地形的特徴から小規模農家が多いが、市田柿をはじめとした果樹、畜産、野菜、きのこ栽培が盛んな地域。
- ・担い手の減少、低調な農地の集積・集約化、鳥獣害等により遊休農地は増加傾向にある。
- ・コロナ禍、世界情勢の混乱による原料・資材の高騰対策として、飼料・肥料の国内調達、環境配慮型農業への転換による化学肥料・農薬の削減等、農業経営の革新の必要性が高まっている。

## 【未来デザイン2028を踏まえた方向性】

### 1 持続可能な農業経営の実現

- ① 新規就農者・農業後継者の確保と育成

- ② 農業の担い手の確保と育成

### 2 多様な農畜産物を育む魅力ある産地づくり

- ① 省力化の推進と生産基盤の強化

- ② 農畜産物の高付加価値化

- ③ 域産域消の推進

### 3 農業と生活が調和する魅力ある地域づくり

- ① 遊休農地の発生防止と農地の有効活用

- ② 多面的機能の維持・増進

### 4 農作物等被害対策の推進

- ① 野生鳥獣による農作物被害対策の強化

- ② 気候変動による農業被害の抑制

## 【関係機関・団体・事業者等】

飯田市農業振興センター、飯田市農業委員会、南信州農業農村支援センター、みなみ信州農業協同組合、下伊那園芸農業協同組合、南信略農業協同組合、龍峽酪農業協同組合、小渋川土地改良区、竜西土地改良区、地区農業振興会議、NPO法人みどりの風、飯田花卉組合、南信州・担い手就農プロデュース、市田柿ブランド推進協議会、市田柿商標・GI管理委員会、市田柿海外輸出推進プロジェクト、市田柿活性化推進協議会、南信州畜産物ブランド推進協議会、南信州産地消推進協議会、飯田市連合猟友会、飯田市鳥獣被害対策協議会、南信州地域農業再生協議会、日本なし産地再生プロジェクト

## 【2023の先導的事業（重点的取組）】

### ◎ 担い手の確保

- ・県、JAと連携した相談から就農までの一貫した支援
- ・新規就農者の定着に向けた研修支援(地域おこし協力隊制度を活用した研修支援等)及び就農時支援の充実
- ・認定農業者世帯への親元就農の推進
- ・新規就農、小規模農家支援のための農機具等の譲渡、レンタル、作業補助の充実とPR
- ・新規就農者交流会、農業経営セミナーの充実

### ◎ 農地の集積・集約化の推進

- ・人・農地プランの実質化の推進及び継続的な集落の話し合いの実施
- ・集落営農、法人化、農業機械等共同所有への支援
- ・意欲を萎えさせる草刈り作業等の省力化の推進
- ・市街地の遊休農地活用策としての市民農園の充実

### ◎ 産地の強化

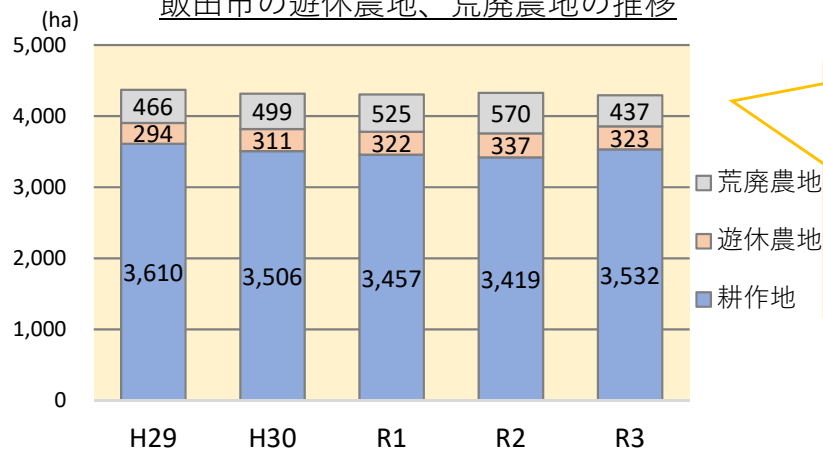
- ・市田柿、ぶどう、なしの産地力の強化
- ・他産業と連携した栽培技術の革新及び普及
- ・南信州牛、銘柄豚、ぶなしめじ等特色のある農畜産物のブランド力向上及び農家支援
- ・鳥獣害対策の推進、収入保険への加入促進

### ◎ 地域循環型農業への転換

- ・学校給食をはじめとした地元産率の向上、及び有機農産物等環境に配慮した食材の提供
- ・域内での飼料調達、畜ふん・残さ等の未利用資源を活用した地元産肥料・飼料の提供の検討
- ・適正施肥、化学農薬削減に向けた土壌診断の仕組みづくり
- ・給食版地域相互認証制度の仕組みづくり及びその水平展開、広域的展開の検討
- ・環境配慮型農業への生産者、消費者意識の向上

# 農業分野 ②データ分析

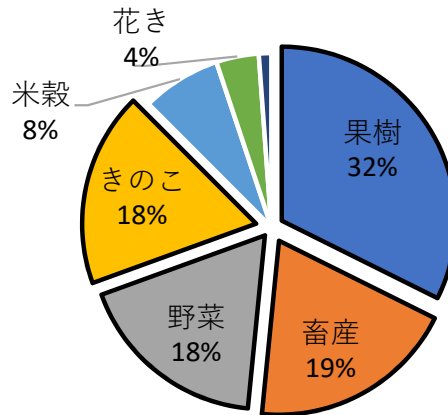
飯田市の遊休農地、荒廃農地の推移



※農業委員会 農地パトロール調査結果

遊休農地は徐々に増加している。耕作できる農地のうち8~9%が遊休化している。荒廃農地は、農地に復元することが困難な土地。

飯田市の農業産出額の割合(令和2年度)

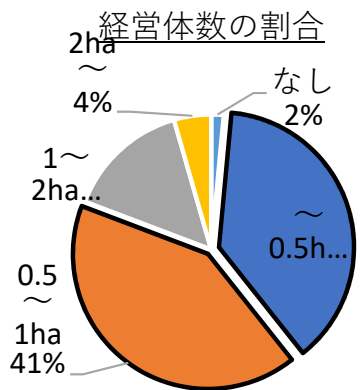


(農業産出額 111億3千万円)

※農水省「市町村別農業産出額(推計)」  
きのこは市内農家のJA販売額

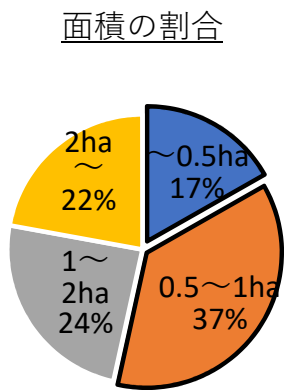
果樹、畜産、野菜、きのこで全産出額の87%を占める。特に、果樹、畜産、きのこの割合が高いのが特徴。

経営耕地面積規模別



(経営体数 1,752)

経営耕地面積規模別



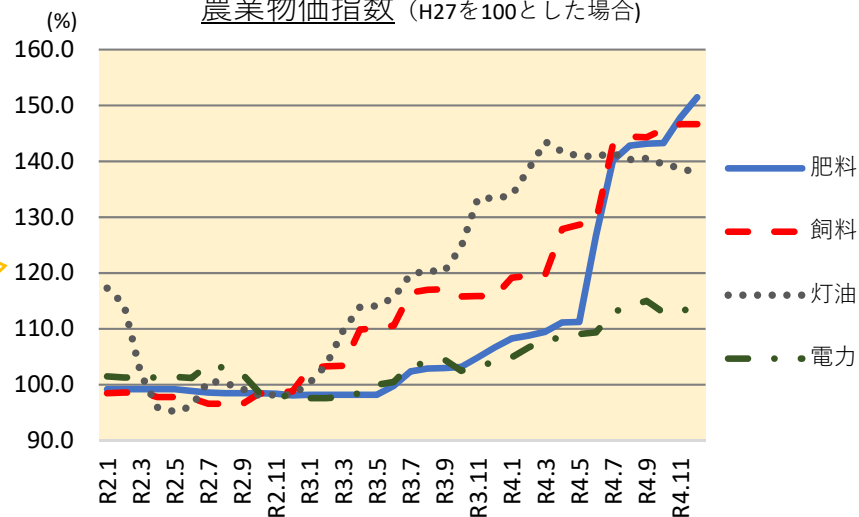
(経営耕地面積1,360ha)

1ha未満の農家が約8割。農地の半分以上が1ha未満の農家に耕作されている。

原料・資材、エネルギーとも令和3年度から高騰傾向にあるが、令和4年度夏以降、急騰している。

※農林業センサス2020より

農作物価指数 (H27を100とした場合)



※農作物価統計調査(農水省)より算出

## 農業分野 ③－１ 主な意見等

価格高騰	<ul style="list-style-type: none"> <li>・電気代が一番高騰している。特にきのこと農家のダメージ大。倍近く値上がりしており苦しい。</li> <li>・余分な肥料代削減のためにも<b>土壌診断は重要</b>。他町村では診断料2／3補助もある。土づくりは基本なので、手厚い補助が欲しい。</li> </ul>
産地化	<ul style="list-style-type: none"> <li>・6月に<b>日本なし産地再生プロジェクト</b>が立ち上がった。最盛時の1／3であり産地の危機。ジョイント栽培、新品種「天空のしずく」を起爆剤に、資材・棚・苗木などへの支援が必要。</li> </ul>
労働支援	<ul style="list-style-type: none"> <li>・子育てしながらの農業は大変。仕事・家事・育児の両立は難しい。農業は家族経営が主なので、妊娠から子育て期間は働き手が減る。<b>女性農業者に対する支援</b>が必要。相談の場、酪農ヘルパーのような仕組み。</li> </ul>
担い手育成	<ul style="list-style-type: none"> <li>・半農半X、生活スタイルとしての農業も拡充していきたい。直売所との連携、少量多品種栽培など階層的な農業者育成ができればよい。</li> <li>・<b>農機具あげます情報はありがたい</b>。地域になじむと情報が入るが当初は厳しいのでこの制度は助かる。パイプハウスは処理に困っている人も多い。システムのPRを。</li> <li>・<b>新規就農者懇談会はよかった</b>。親が兼業農家でも息子が専業農家になったケースもある。そうした情報取材し記事にして表に出すことも必要。</li> <li>・事業承継は大変。去年の経営セミナーはありがたかったが、今度は<b>実際に承継した人の生の話を聞きたい</b>。</li> </ul>
地域連携	<ul style="list-style-type: none"> <li>・<b>人・農地プランは大事</b>。地区のことを地区で考える仕組み。農家組合は活発だったが、今は回覧を回すだけ。ドローン防除も地区で話し合うことで散布につながる。</li> </ul>
鳥獣害	<ul style="list-style-type: none"> <li>・防護柵は効果があるが、今は<b>柵の内部で繁殖したイノシシなどの被害が多い</b>。</li> </ul>
環境に配慮した農業	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ライスセンターの<b>もみ殻や廃菌床のリサイクル</b>なども考えるべき。</li> <li>・<b>有機・慣行に関わらず環境負荷のない取組</b>を。有機だけでは狭い取組になる。参加型認証が有効。</li> </ul>
情報提供	<ul style="list-style-type: none"> <li>・「<b>広報みどりの風</b>」は組合回覧だが、<b>全戸配布</b>してほしい。「<b>広報いいだ</b>」の活用も。</li> </ul>



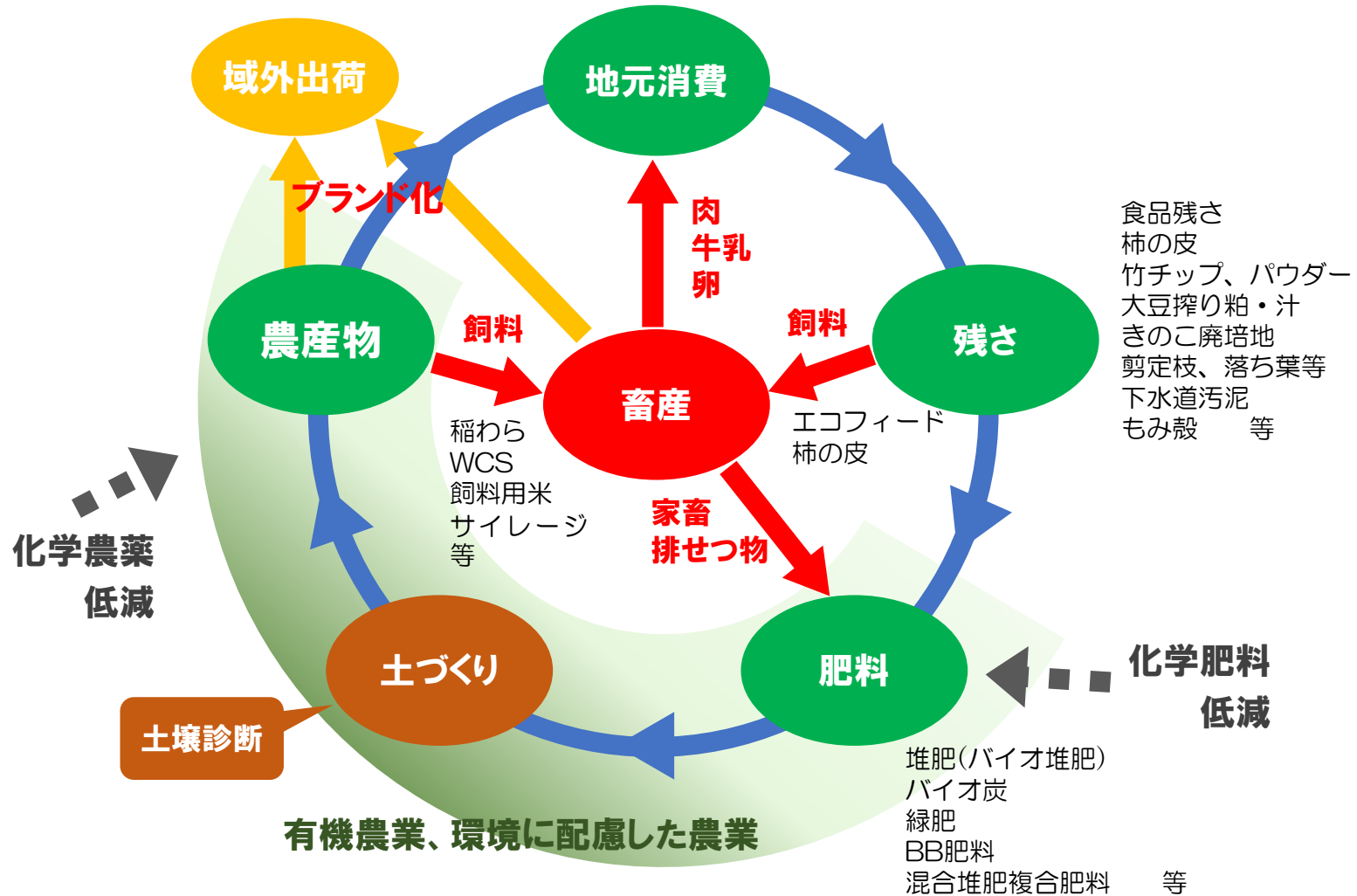
## 農業分野 ③－２ SWOT分析

		外部環境		
		機会 (o)	脅威 (T)	
		<ul style="list-style-type: none"> <li>○リニア、三遠南信道の開通</li> <li>○田園回帰志向の高まり</li> <li>○SDGs、環境負荷軽減の時代的要請</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○コロナ、世界情勢混乱による原料・資材の高騰</li> <li>○温暖化による気候変動</li> <li>○特定家畜伝染病の脅威</li> </ul>	
内部環境	強み (S)	<ul style="list-style-type: none"> <li>○りんご、なし等果樹の産地</li> <li>○南信州牛、銘柄豚等畜産の産地</li> <li>○市田柿のGI登録等ブランド化</li> <li>○ぶなしめじ発祥地等きのこ産地</li> <li>○シクラメン、ダリア等花卉産地</li> <li>○直売所等多様な流通、販売</li> <li>○豊かな農山村文化、景観</li> </ul>	<p><b>[機会×強み]</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・認定農業者等の意欲ある農業者支援、生産基盤確保</li> <li>・市田柿・ぶどう・なしの産地力の強化、販路拡大</li> <li>・6次産業化の推進</li> <li>・コロナ後のワーキングホリデー</li> <li>・市民農園等の農ある暮らしの推進</li> <li>・域産域消、環境配慮型農業の推進</li> </ul>	<p><b>[脅威×強み]</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・地域循環型農業の推進</li> <li>・WCS等地元産飼料の生産</li> <li>・食品残さ、きのこ廃培地等の活用</li> <li>・たい肥、緑肥等の活用</li> <li>・化学肥料、化学農薬の削減につながる土壌診断の充実</li> <li>・収入保険の加入推進</li> </ul>
	弱み (W)	<ul style="list-style-type: none"> <li>○農業従事者数の減少、高齢化</li> <li>○後継者、承継者不足</li> <li>○遊休農地、荒廃農地の増加</li> <li>○小規模農家が大半を占める</li> <li>○気候、地形条件による少量多品種生産</li> <li>○法人化された農家は少ない</li> <li>○集落営農の機運が高まらない</li> </ul>	<p><b>[機会×弱み]</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・U I J ターン、市内在住者の新規就農、事業承継支援</li> <li>・兼業、小規模農家の持続化支援</li> <li>・繁忙期の労働力確保</li> <li>・草刈り等の作業省力化の推進</li> <li>・農地バンク、農地中間管理機構の活用</li> </ul>	<p><b>[脅威×弱み]</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・人・農地プランの法定化による地域計画の策定及び農地の集積・集約化の推進</li> <li>・集落営農化、法人化への支援</li> <li>・日本型直接支払制度等地域共同活動支援</li> <li>・鳥獣害被害対策</li> </ul>

# 農業分野 ④ スペシャルシート 1

## < 地域循環型農業のイメージ >

● 世界情勢の影響をなるべく受けない地域内で必要な資源を循環させる持続可能な食料システムとして、地域循環型農業の推進を図る。



# 農業分野 ④ スペシャルシート2

## < 兼業農家、小規模農家の持続化支援の全体像 >

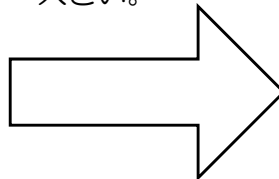
● 農業以外の仕事をしている者がいる農家が兼業農家であり、共働きが進む昨今では実態が捉えにくいため、**販売農家・自給的農家、主業・副業**といった視点から小規模農家への支援を考える。

### 飯田市の小規模農家

- 自給的農家は58%  
(農家総数4,006戸のうち2,334戸)
- 農業所得半分未満は75%  
(個人経営の農業経営体1,703戸のうち1,278戸)
- 販売金額500万円未満は80%  
(農業経営体1,752戸のうち1,398戸)
- 1ha未満は79%  
(農業経営体1,752戸のうち1,415戸)

● 小規模農家が飯田市の農地、農村社会に与える影響は大きい。

● 小規模農家が続けられるためにはどのような支援が必要か。



### ● 農業機械、施設等への支援

小規模農家では、機械、施設への負担が相対的に大きくなる。

#### ◆ レンタル、譲渡

- ・ 農機具・施設あげます情報
- ・ 民間を含むレンタル情報PR(広報みどりの風)

#### ◆ 作業補助

- ・ 一日農業バイト
- ・ 農業代行サービス紹介(広報みどりの風)

#### ◆ 補助金等

- ・ 市田柿生産振興事業補助(1/4以内)

#### 【課題】

農機具更新時の営農断念を防ぐ対策(トラクター、柿むき機、SS等の大物)

### ● 技術的支援

専門的な知識がない、継承時に技術が引き継げない等技術的な課題がある。

- ・ 農業経営セミナー(飯田商工会議所、市連携)
- ・ 帰農塾(県)
- ・ 農業経営相談所(県)

### ● 地域の共同的な活動への支援

単独では困難な作業の共同化・省力化、農機具等の共同所有などへの支援が必要。

- ・ 日本型直接支払制度等地域共同活動支援
- ・ 集落営農、農業機械等共同所有への支援

※農林業センサス2020より

自給的農家：30a未満かつ販売金額500万円未満の農家

主業農家：農業所得が50%以上で60日以上農業従事している65歳未満の者がいる農家。これ以外は、準主業農家又は副業農家となる

農業経営体：経営耕地面積30a以上

作付面積、家畜数などが基準以上

農作業の受託の事業のいずれかに該当する者

※必ずしも販売農家とは限らない。

# 林業分野 ①分析と戦略

指標	2021年 (実績)	2022年 (12月末)	2024年 (目標)
1 間伐面積	190ha	79ha	300ha
搬出間伐面積	40ha	12.9ha	100ha
森林経営管理制度により森林施業(間伐)ができた森林面積	0ha	0ha	50ha
2 地域産材利用住宅数	21件	21件	30件

## 【現状分析（定量・定性）からの課題】

- 森林の適切な経営管理の実施
  - ・森林経営計画や経営管理集積計画策定のための森林所有者の情報（現所有者・境界）の明確化
  - ・森林経営（伐木造材や下草刈など）を行う林業従事者の確保。技能継承。
  - ・整備の進んでいない人工林の間伐や、主伐による素材生産の拡大と再造林による森林の循環利用の推進。またそれらに必要となる路網の整備。
- 地域産材の利用促進
  - ・個人住宅に加え、多数の者が利用する民間建築物における市産材の利用拡大
  - ・建築材、バイオマスなどの多様な木材ニーズに対応できる供給体制の構築と素材生産体制の拡充

## 【関係機関・団体・事業者等】

飯伊森林組合、飯伊木材協同組合、下伊那山林協会、飯伊地域林業活性化協議会、飯伊木材流通センター、南信チップセンター、製材所、設計事務所、住宅建設業者、飯伊市町村

## 【現状分析・とりまく環境変化】

- ・ウッドショック等による急激な価格高騰からは値下がり基調だが、木材需要については堅調である。
- ・人工林について、本格的な利用伐期を迎えている。
- ・豪雨災害の頻度が増し、適正な森林管理が求められている。

## 【未来デザイン2028を踏まえた方向性】

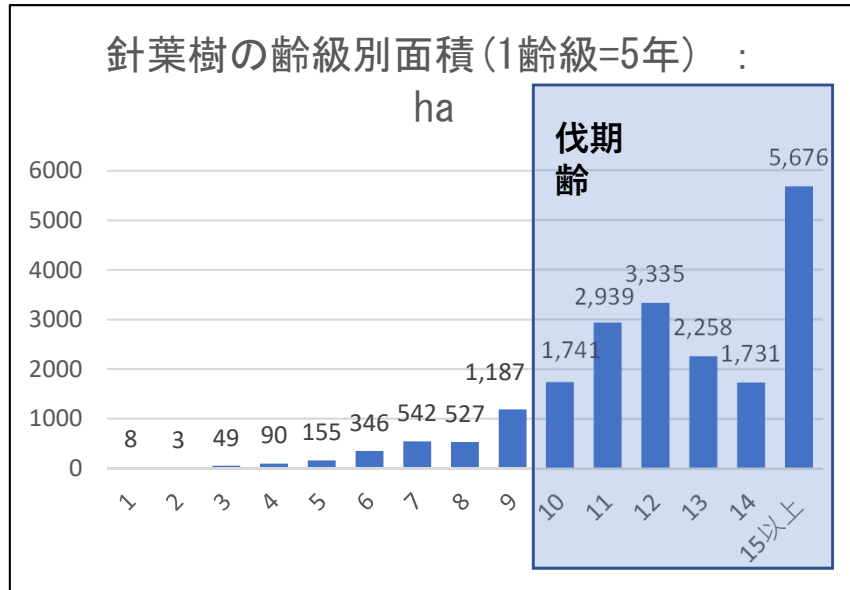
- 1 飯田市森林整備計画を踏まえた、多面的機能を発揮できる森林づくり
  - ①森林経営管理制度による適切な森林整備の促進
  - ②林道機能維持による安全通行の確保
- 2 木材の素材生産の拡大と地域内利用の促進
  - ①民間建築物に対する補助制度の拡充やPRによる地域内利用の推進
  - ②未利用材の搬出促進による、バイオマスへの活用など、木材のカスケード利用の推進
  - ③路網の整備や、整備が困難な箇所における架線集材の推進、間伐から主伐・再造林へのシフトによる素材生産の拡大
- 3 林業・森林づくりを支える担い手の育成支援
  - ①林業経営体等との連携による、担い手(自伐できる人材)育成の支援
  - ②竹林や里山整備に取り組む地域活動への支援
- 4 森林に興味を持つ取組と地域の活性化
  - ①森林を活用した環境教育の促進
  - ②森林資源を利用した都市部との交流

## 【2023の先導的事業（重点的取組）】

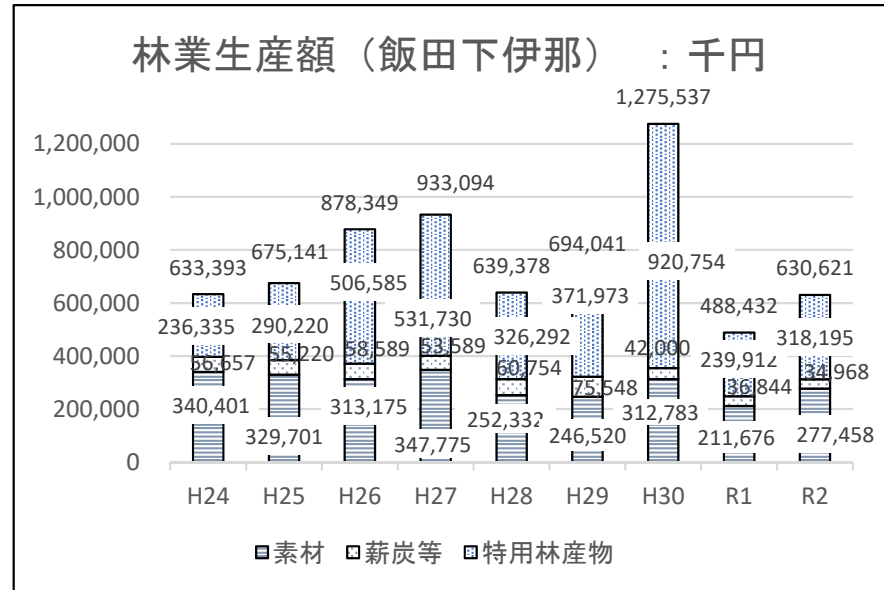
- ◎ 森林経営管理事業による森林整備等の推進
  - ・意向調査を着実に推進し森林の集積化を行い、団地化した面的整備に繋げる。
  - ・防災・減災のため、危険個所の森林整備を進める。
- ◎ 関係団体との連携による地域産材の利用の促進
  - ・地域内消費の拡大のための情報共有・情報発信に取り組み、地域内利用の促進を図る。
- ◎ 搬出間伐や主伐・再造林の促進による森林整備の実施、搬出の効率化および安全対策の実施
  - ・森林整備および地域産材搬出のための路網整備改良と施業の集約化を進める。
  - ・架線集材による搬出を推進するほか、間伐主体から主伐・再造林へのシフトを検討していく。
  - ・施業の履歴や林道台帳の電子化を進め、効率の良い森林管理を行う。
  - ・施業の安全、効率化を図ることで、多様な人材を確保できるよう、高性能林業機械等への支援を行う。
- ◎ 担い手（林業後継者）の確保
  - ・地域内外から林業への就業希望者を掘り起こし、人材確保に繋げていく。
  - ・伐木造材や下草刈などの林業技能の習得を支援し、「自伐できる人材」を育成する。
- ◎ 里山整備活動への支援
  - ・竹林や里山整備に取り組む地域活動に対し初期整備の実施や講師派遣等の支援を行い、継続的な整備を促進する。
- ◎ 森林資源を活用した環境教育の充実と都市部との交流
  - ・環境教育における森林資源の利用拡充を図る。
  - ・森林を活用した観光・体験旅行の受け入れができるように環境を整備する。

# 林業分野 ②データ分析 1

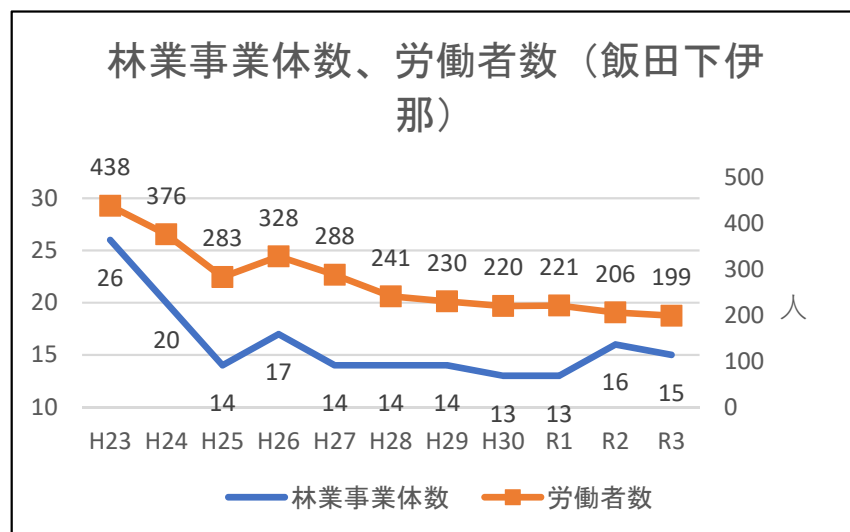
10歳級以上の伐期齢の面積が大きい



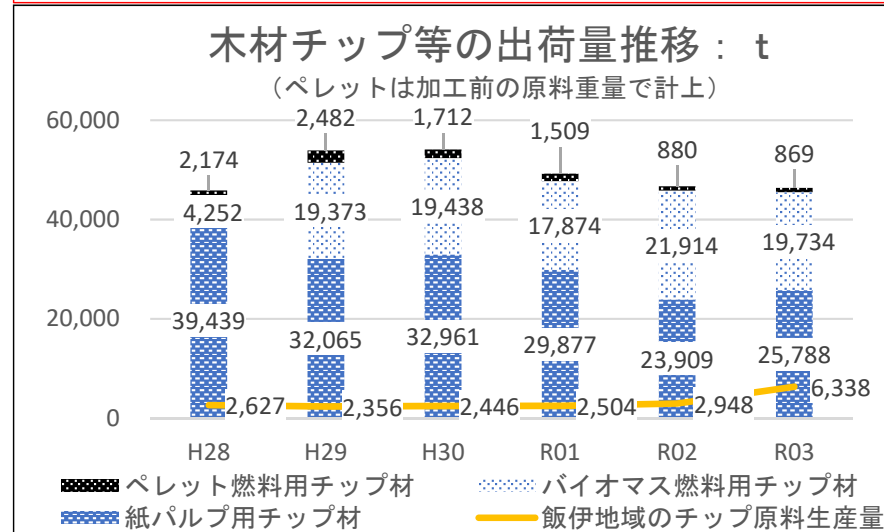
特用林産物の影響が大きい



事業体数は増減あるが、労働者数の減少傾向は続いている。

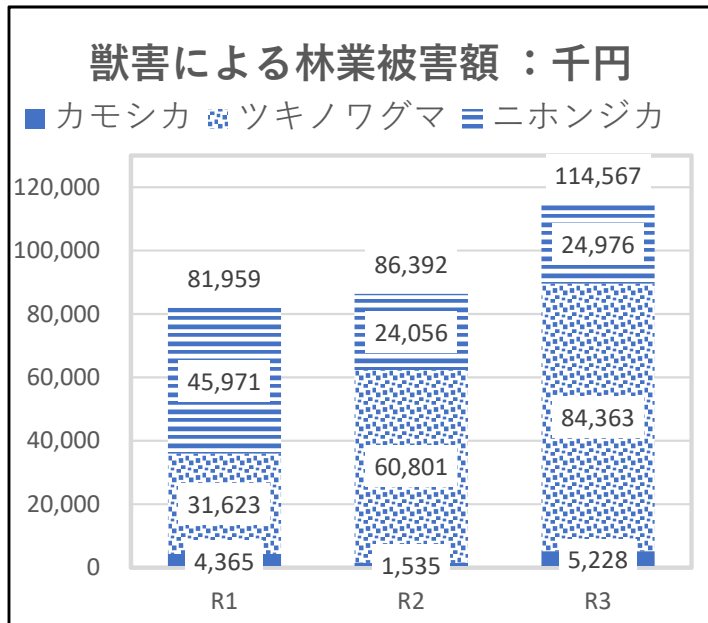


チップ材の需要は堅調に推移しているが、飯伊地域の生産量が少なく、原料の調達を地域外に頼るところが大きい。

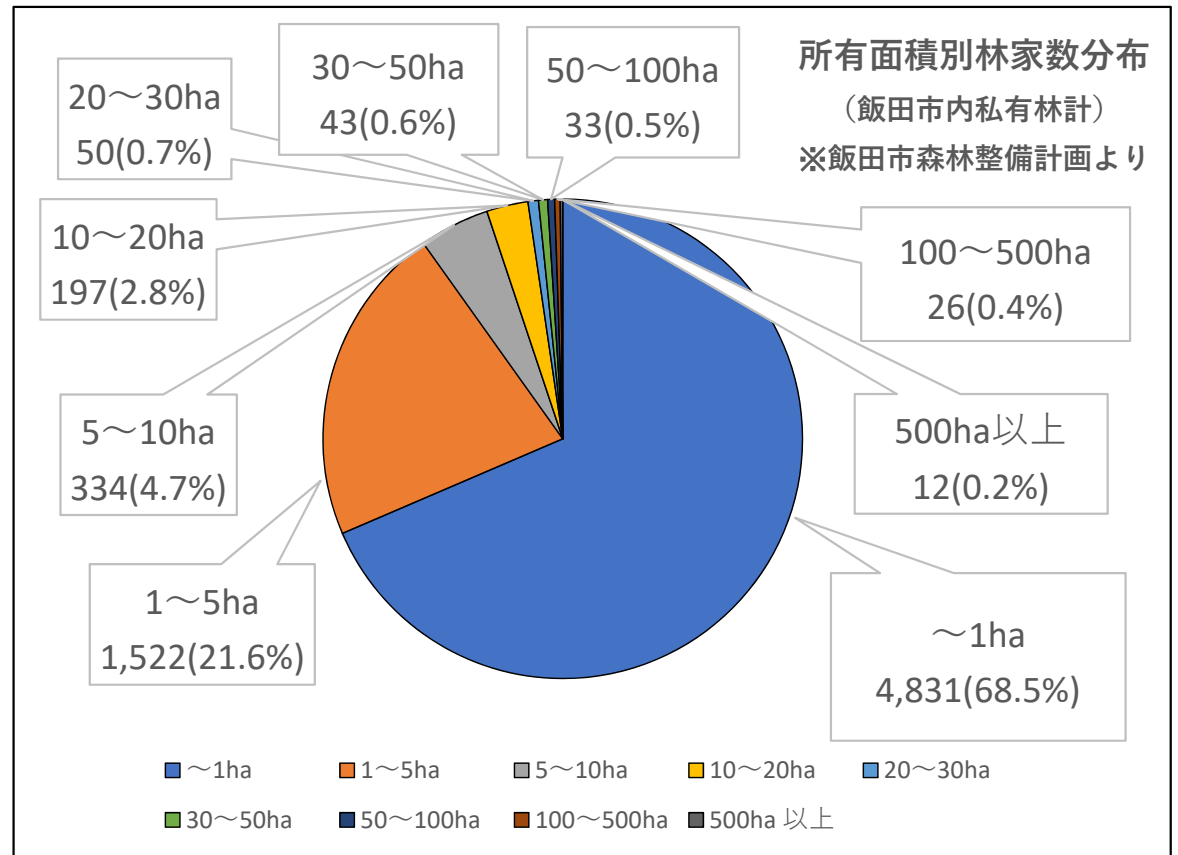


# 林業分野 ②データ分析 2

増加傾向で推移している



1ha未満の所有者が68.5%、5ha未満の所有者が90.1%を占める



## 林業分野 ③－1 主な意見等

項目	主な意見
木材流通 連携	素材生産体制の拡充により、安定的に木材の搬出ができるようになり、 <b>ストックヤード（原木・製品）の確保が必要</b> になってきている。
デジタル化	木材の在庫情報や製品の在庫情報などを共有するシステムがあれば、工務店や大工からの需要に応えられるのではないかと。製材所で保有している在庫も有効に活用してくれるのでは。
森林施業	飯田市の施業支援は比較的手厚いので、安定的な施業ができています。ただ未整備の人工林については急峻で作業道を作れず <b>搬出間伐ができない箇所が多い</b> ため、 <b>架線集材を推進</b> していきたいが、架設に対する国や県の支援制度が無いため経営上厳しい側面がある。 <b>今後は間伐主体から主伐・再造林へのシフト</b> を図っていく。
森林経営管理制度	森林所有者間の合意形成により森林を団地化し、森林経営計画を作成して整備を行っていくのが基本だが、境界や所有者が不明などの理由で進んでいない。林業経営体のみでこれらを行っていくのは限界があり、本制度により <b>行政主体で集積化</b> を行ってくれるのはありがたい。
人材育成	林業に従事する職員の環境は厳しい。給料も少なく、やめてしまう人も多い。一時期は材価が上がったときもあったが、ここへきて下がってきていて、厳しい状況になっている。 <b>やっている人が高齢化</b> していて後継者の問題を抱えているところがある。 機械を動かしている人材が高齢化しているが、後継者がいないところがあると聞いている。このままでは製材工場が減ってってしまうという懸念がある。製材事業者は、世代交代が当面の課題。
獣害	ニホンジカによる食害やツキノワグマによる <b>皮剥き被害は深刻</b> である。現場での目撃も多く、生息数は増えていると感じる。適切な個体数調整が必要。今後、皆伐・再造林を進めていく際に、植栽後のニホンジカの <b>食害が懸念</b> される。

## 林業分野 ③－2 SWOT分析

		外部環境		
		機会 (O)	脅威 (T)	
		<ul style="list-style-type: none"> <li>○木材需要の高まり(建築材・バイオマス)</li> <li>○非住宅への木材利用の拡大(CLT)</li> <li>○SDGs による森林の役割への期待</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○コスト・供給面による木材離れ</li> <li>○鳥獣による被害</li> <li>○頻発する豪雨災害</li> <li>○松枯れナラ枯れの拡大</li> </ul>	
内部環境	強み (S)	<ul style="list-style-type: none"> <li>○豊富な地域森林資源</li> <li>○森林経営管理制度</li> <li>○森林環境譲与税</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>[機会×強み]</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・森林経営管理制度実施による森林整備の推進</li> <li>・未利用材の積極的な活用によるカスケード利用促進</li> <li>・森林資産を利用した環境学習の充実</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>[脅威×強み]</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・地域産材利用補助の充実</li> <li>・危険個所を優先した森林整備の取り組み</li> <li>・架線集材支援による素材生産の強化</li> <li>・森林病虫害対策事業による被害拡散防止</li> </ul>
	弱み (W)	<ul style="list-style-type: none"> <li>○林業職員の高齢化・減少</li> <li>○不利な搬出環境[急しゅん・搬出路]</li> <li>○森林所有者の事業意欲の低下</li> <li>○猟友会の高齢化</li> <li>○森林所有面積規模1ha未満の林家数の率が高い</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>[機会×弱み]</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・林業後継者育成の取り組み</li> <li>・架線集材への補助</li> <li>・森林経営管理制度実施による所有者の明確化</li> <li>・自伐林家の養成</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>[脅威×弱み]</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・飯伊猟友会への協力、人材確保の取り組み支援</li> </ul>

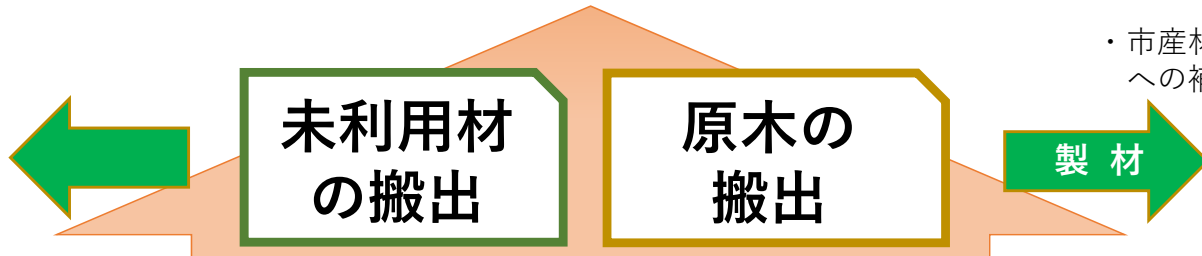


# 林業分野 ④ スペシャルシート

**森林の持つ多面的機能の発揮**

- ・木材生産
- ・水源涵養
- ・土壌保全
- ・生物多様性の保全
- ・災害防止
- ・CO<sub>2</sub>の吸収
- ・保養、行楽
- ・学習、体験 etc.

**チップ  
バイオマス  
原料供給**



・市産材による建築物への補助

**市産材供給**

**未利用材活用の効果**

- ・森林景観の保持
- ・木質バイオマス原料の確保
- ・災害発生の抑制
- ・二酸化炭素排出の抑制
- ・森林病虫害発生抑制
- ・林業収益の向上

**架線集材の強化  
未利用材搬出の強化**

**2023の先導的事業による支援**

- ・森林経営管理事業による森林整備の推進
- ・関係団体との連携による地域産材の利用促進
- ・搬出間伐、主伐・再造林の促進による森林整備の実施
- ・担い手（林業後継者）の育成支援、人材確保
- ・竹林や里山整備活動への支援
- ・環境教育の充実と都市部との交流

**搬出間伐**      **主伐・再造林**

- ・森林経営管理制度による意向調査
- ・森林造成事業への支援
- ・路網整備等

**枝打切捨間伐**

CO<sub>2</sub>吸収量の増

**獣害  
病虫害  
対策**

**下刈**

CO<sub>2</sub>吸収量の増

**地拵え  
植樹**

CO<sub>2</sub>吸収量の増

# 観光分野 ①分析と戦略

指標	2021年 (実績)	2022年 (現状)	2024年 (目標)
1 観光消費額 (飯田下伊那地域)	日帰り 1,627円 宿泊 12,464円		日帰り 2,000円 宿泊 16,000円台
天龍峡の観光入 込客数	225,100人	240,900人	376,000人
遠山郷の観光入 込客数	56,200人	52,200人	113,000人
外国人延宿泊数 (飯田市)	1,765人		6,000人

## 【現状分析（定量・定性）からの課題】

### ○コロナ感染症の影響対応

- ・ウイズコロナにおける誘客戦略
- ・アフターコロナを見据えた受入体制づくり
- ・訪日外国人旅行者の受入環境の整備
- ・ドライブイン機能の確保

### ○当地域の認知度向上

- ・効果的な観光プロモーション
- ・魅力ある観光プログラムの提供

### ○観光消費額の増加

- ・名物となる食や土産品の開発
- ・広域連携による滞在日数の増加
- ・高品質、高付加価値、高価格の旅行商品の提供

### ○当地域の魅力の向上

- ・地域資源の掘り起こしと磨き上げによる観光資源づくり
- ・地元ガイドなどのおもてなしの充実
- ・SGDsプログラムなど多様化するニーズに合った体験メニューの提案

## 【現状分析・とりまく環境変化】

- ・国内旅行は、全国旅行支援などにより、**観光需要も徐々に回復傾向**がみられるが、旅行動向に注視していく必要がある。
- ・価値観やライフスタイルの変化等により、**団体旅行が減少し、家族や友人等の個人・小グループでの旅行が増加**している。
- ・近年、地域独自の伝統文化、歴史、自然等の資源を観光資源ととらえ、**地元の人との交流や地域資源を活かした体験型メニューへの注目**が高まっている。
- ・インバウンドは、昨年10月に海外からの観光目的の個人旅行解禁や入国ビザ免除の再開など「水際対策」の大幅な緩和措置の実施により、外国人観光客が急増している。今後、さらなる**インバウンド需要の増加**が見込まれる。

## 【未来デザイン2028を踏まえた方向性】

### 1 地域連携DMOと連携した観光誘客の推進

- ①「旅の目的提案」としてのエリアプロモーションの強化
- ②飯田ならではの観光コンテンツを活用したツアーによる誘客
- ③周遊滞在型観光の推進による外貨の獲得
- ④ツアーガイドやインストラクターの養成による受け入れ態勢の強化

### 2 天龍峡の多様な拠点を活用した経済振興

- ①天龍峡大橋「そらさんぽ」や遊歩道を活用したモデルコースの提案
- ②旅行者の消費を促す名物料理や特色ある土産品の提供

### 3 遠山郷の観光を切り口とした地域振興

- ①下栗の里、しらびそ高原、道の駅遠山郷を拠点とした観光誘客
- ②南アルプスの「エコ登山」など新たな魅力の創出
- ③拠点となる「しらびそ高原施設」の施設経営の安定化
- ④道の駅遠山郷の再整備に向けた運営体制の強化

## 【2023の先導的事業（重点的取組）】

### ◎天龍峡大橋「そらさんぽ」、パーキングエリア周辺の活用を通じた滞在周遊型観光の推進

- ・天龍峡パーキングエリア施設の管理と周辺自治体にも呼びかけるなどの更なる活用（利用募集、受付、誘導員手配等を含む）
- ・天龍峡遊歩道を活用した滞在型観光の推進

### ◎道の駅遠山郷の再整備

- ・新たな道の駅の機能を踏まえた基本構想策定及び施設改修のための基本設計
- ・源泉掘削のための調査及び掘削工事
- ・中橋災害復旧に伴う温泉送湯管の復旧に向けた調整
- ・信州の南の玄関口としての観光情報発信機能の検討

### ◎アフターコロナを見据えた観光誘客

- ・飯田の認知度を高める（届く、伝わる）広報宣伝
- ・南信州、上伊那、木曾の広域連携による周遊型の誘客
- ・自然、景観、アウトドアに着目したプログラム造成
- ・自転車を活用した体験型ツアー及び観光イベント
- ・中心市街地におけるまちなかランチと街歩き
- ・Airbnb社と連携した農家民泊の推進
- ・訪日外国人の誘客に向けた多言語対応等の受入環境の整備

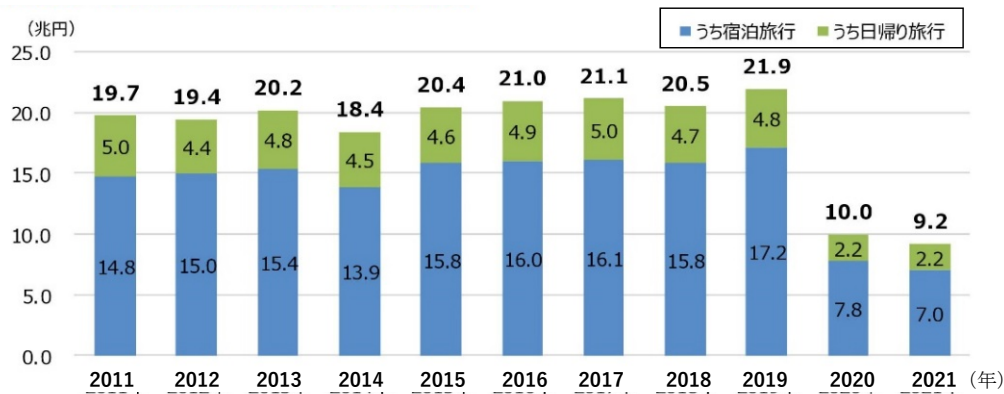
## 【関係機関・団体・事業者等】

飯田商工会議所、伊那路・木曾路観光連携会議、伊那路観光連盟、木曾観光連盟、三遠南信・伊勢志摩広域観光交流連携協議会、株式会社南信州観光公社、南信州広域連合、天龍峡温泉観光協会、遠山郷地域振興連絡会議、遠山郷観光協会、(株)大空企画、かぐらの湯応援団、道の駅遠山郷あり方検討会議、長野県南信州地域振興局、(公財)南信州・飯田産業センター、飯田観光ガイドの会、遠山山の会、(一社)南信州山岳文化伝統の会、中心市街地活性化協会、飯田中心商店街連合会、りんご並木まちづくりネットワーク、天龍峡観光開発整備推進協議会、阿智屋神観光局、銀座NAGANO、品川ブックカフェKAIDO

# 観光分野 ②データ分析1 国と飯田の旅行消費額・宿泊者数・日帰り旅行者数

## 【国の観光消費額】

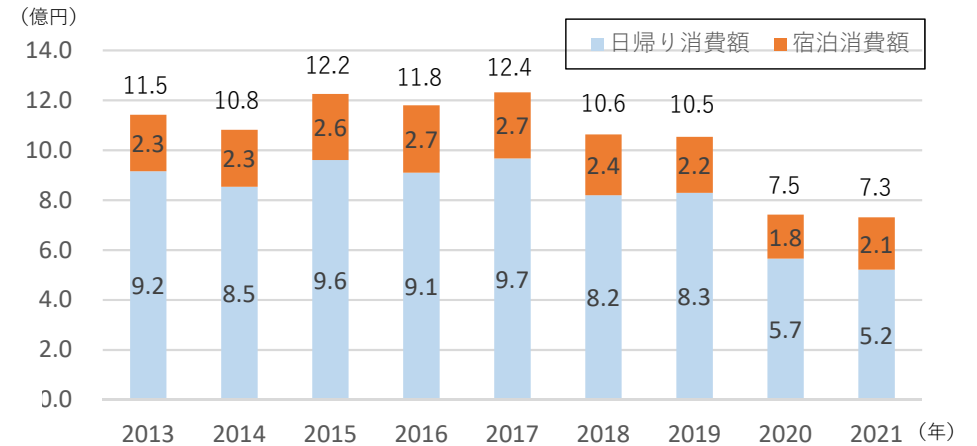
出典：観光庁 旅行・観光消費動向調査2021



日本人の国内旅行消費額は9兆1835億円 前年比7.9%減、2019年比58.1%減

## 【飯田市の観光消費額】

出典：長野県 観光地利用者統計

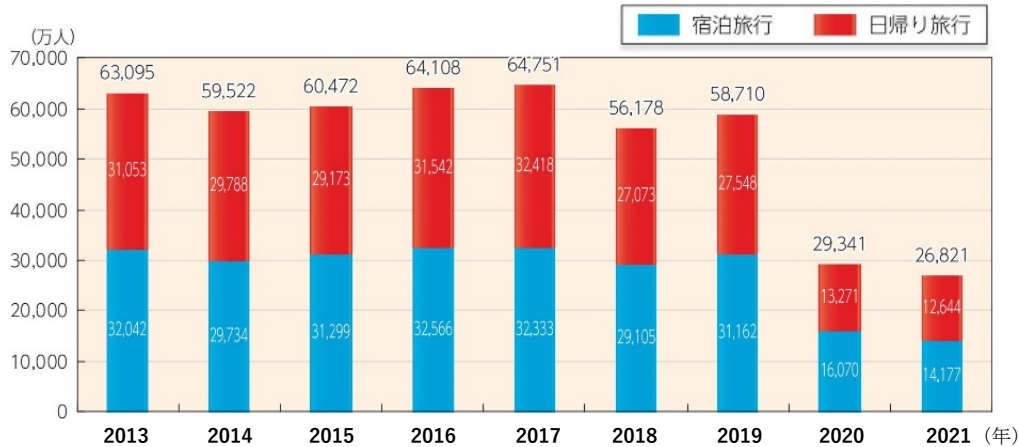


観光消費額は7.3億円 前年比1.4%減、2019年比31.6%減

観光消費額の減少幅は、国が2019年比58.1%減に対して、飯田市は31.6%減で、減少しているものの減少幅は少ない。前年比も同様。

## 【国の宿泊者数・日帰り旅行者数】

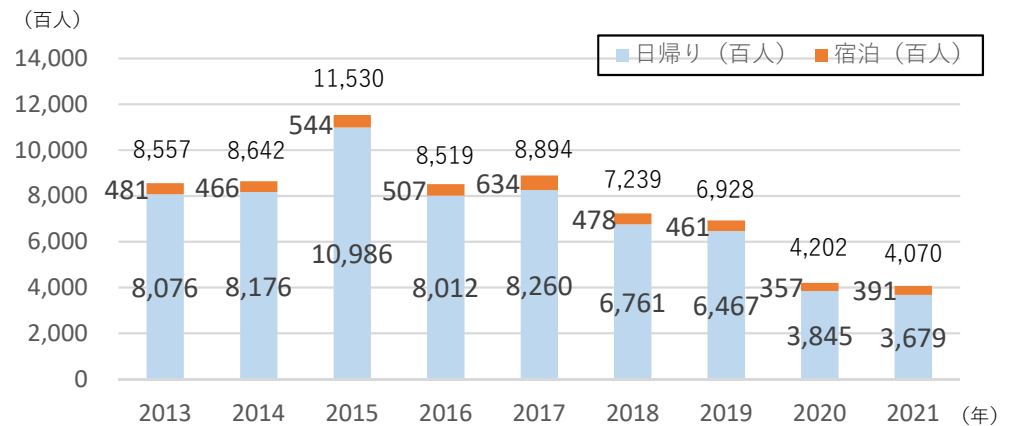
出典：観光庁 旅行・観光消費動向調査2021



国内宿泊者数は1億4177万人 前年比11.8%減、2019年比54.5%減  
国内日帰り旅行者数は1億2644万人 前年比4.7%減、2019年比54.1%減

## 【飯田市の宿泊数・日帰り旅行者数】

出典：長野県 観光地利用者統計



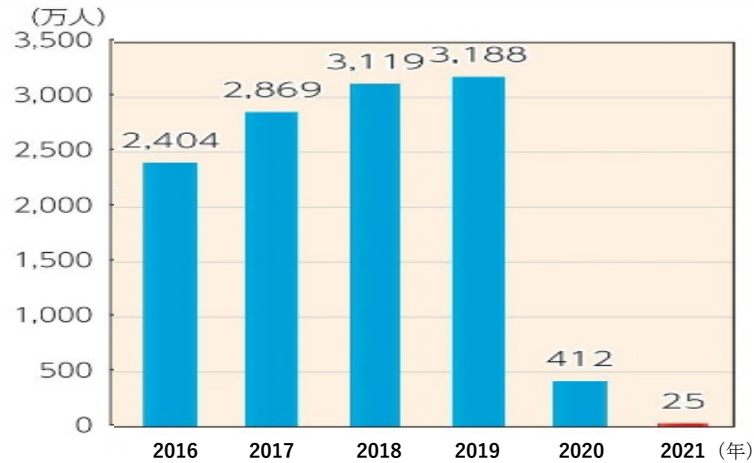
宿泊者数は延べ3万9,100人 前年比9.5%増、2019年比15.2%減  
日帰り旅行者数は延べ36万7,900人 前年比4.3%減、2019年比43.1%減

宿泊者数の減少幅は、国が2019年比54.5%減に対して飯田市は15.2%減で減少幅は少ない。前年比では飯田市は9.5%の増加に転じている。  
日帰り旅行者数は国と同様の同程度の減少幅となっている。

## 観光分野 ②データ分析 2

### 【国の訪日外国人旅行者】

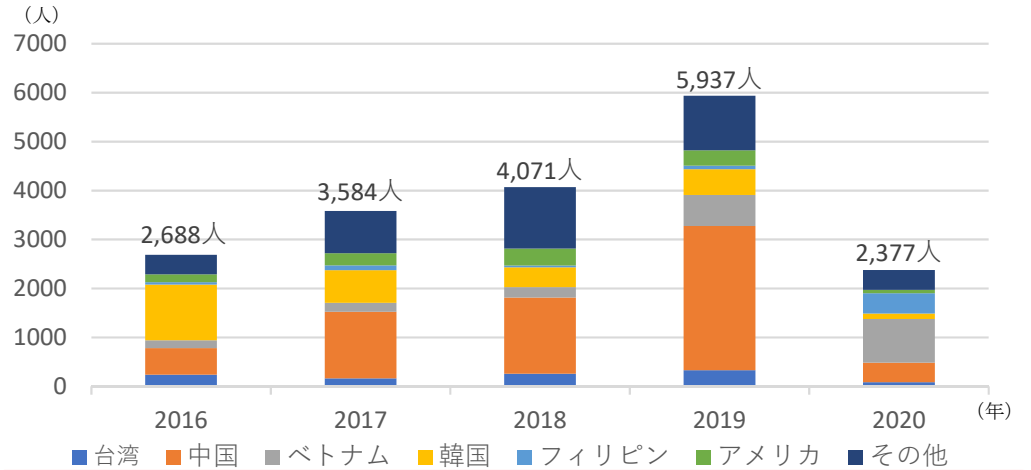
出典：観光庁 観光白書



訪日旅行の状況は、2020年に続き、年間を通して大きく減少し、前年比94.0%減、2019年比99.2%減の25万人となった。

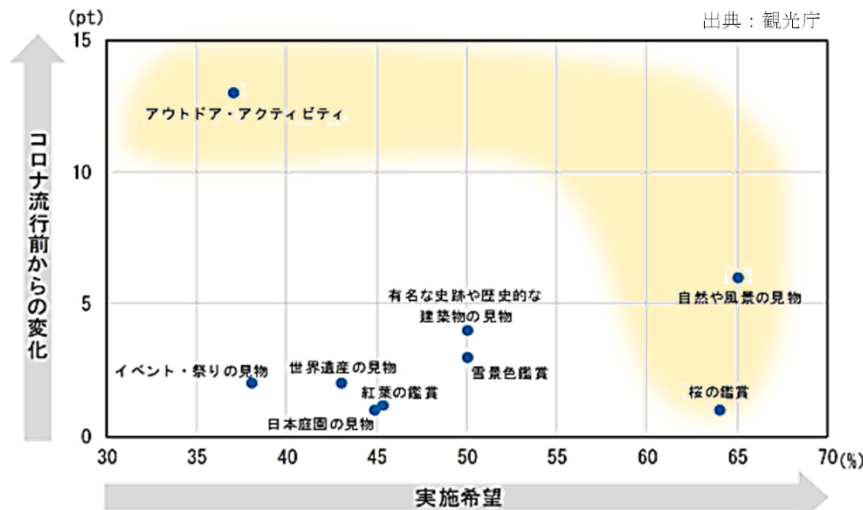
### 【飯田市の外国人延べ宿泊者数】

出典：長野県 観光地利用者統計

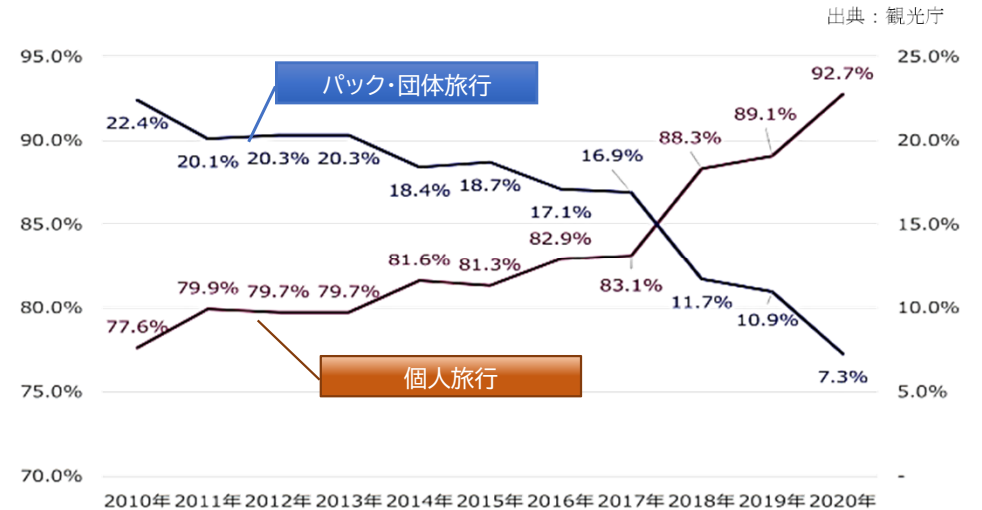


2019年5,937人。2020年は前年比60.0%減の2,377人となった。国別では中国が多数を占めていたが、2020年に大きく減少。ベトナム、フィリピンが増加。

訪日外国人の減少幅は、国が約9割減に対して、飯田市(外国人延べ宿泊者数)は6割減で、減少しているものの減少幅は少ない。2022年10月11日に水際対策として導入された1日当たりの入国者数上限(5万人)が撤廃され、急速な円安も押し上げ要因となってインバウンド需要の増加が見込まれる。



新型コロナウイルス感染症の流行を契機として世界的に密となる有名な観光地より自然環境に触れる旅行へのニーズが高まっている。



コロナ禍における旅行動態について、パック・団体旅行の割合が著しく減少している。

## 観光分野 ③-1 主な意見等

<p>コロナ禍の現状</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・(株)南信州観光公社における<b>体験教育旅行の受入状況</b>は、コロナ前の水準まで<b>回復傾向</b>にある。農家民泊については、3シーズン(令和2年度～)休止状態となっており、旅館を利用し体験プログラムを複数実施する傾向が強まっている。</li> <li>・コロナ禍における旅行形態が、<b>団体旅行が減少し個人旅行が増加</b>している。旅行の目的も自然回帰や健康志向など、<b>ニーズが多様化</b>している。</li> <li>・大型ドライブイン施設の閉店により、各施設で実施していた旅行業等への営業も無くなり誘客の減退につながっている。</li> <li>・遠山郷における観光関連施設は、コロナの影響が大きく<b>一部休業する施設</b>(特に食堂、直売所)もみられたが、<b>徐々に客足は回復</b>しつつある。</li> </ul>
<p>観光客入込状況</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・各観光案内所への<b>問い合わせ</b>は、昨年と同時期に比べて<b>増加</b>している。</li> <li>・家族旅行や少人数<b>グループ旅行</b>が昨年に比べ<b>増加傾向</b>ではあるが、ツアーバス等の<b>団体旅行は少ない状況</b>から、川下り・リンゴ狩り等の事前予約も少ない状況にある。</li> <li>・天龍峡を訪れる観光客は行動制限が緩和されたことから、日々増加傾向にあると感じる。<b>天龍峡パーキングエリアの観光バス利用も回復傾向</b>にある。また、天龍峡温泉交流館ご湯っくりの利用者については、8月にはコロナ前の利用者数と同程度まで回復している。</li> <li>・遠山郷を訪れる観光客は7～8割がリピーターである。災害により交通が寸断されてしまうと観光産業は大打撃を受けてしまうが、兵越峠や国道152号の通行止め期間中においても、迂回路を利用して訪れてきた観光客も見られた。浜松方面からの観光客が6～7割だが日帰り中心であった。</li> <li>・JR東海の秘境駅ツアー、さわやかウォーキング等の参加者も増加傾向ではあるが、地元での消費額が少ない状況にある。物価高騰等で、さらに財布のひもが固くなるのが心配である。</li> </ul>
<p>観光プログラム開発と地域資源の活用</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・<b>マイクロツーリズム</b>(南信州地域向けのふるさと再発見の旅)を<b>継続</b>しながら、観光商品のストックにつなげる。</li> <li>・天龍峡の名物となる食や土産の開発、体験メニューの充実等、消費額を増加する仕組みづくりが周辺活性化につながる。</li> <li>・<b>SDGsプログラム</b>は、教育効果の高いプログラムとして<b>学校現場や旅行事業者から注目</b>されている。</li> <li>・<b>インバウンド再開</b>に向けた<b>コンテンツ開発とガイドの養成</b>が必要である。</li> <li>・滞在型観光を推進するため、体験メニューやキャンプ場、グランピング施設、民泊施設等の充実が必要である。</li> </ul>
<p>受入体制・施設整備</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・(株)南信州観光公社ではコロナにより打撃を受けている観光施設(南信州地域の日帰り温泉施設等)の再生に取り組んでいる。</li> <li>・観光協会の法人化等、協会が収益を得られる仕組みづくりの検討が必要である。</li> <li>・天龍峡のさらなる魅力発信と誘客につなげるための電源設置、案内サイン充実、遊歩道安全対策等の<b>インフラ整備</b>が必要である。</li> <li>・<b>空き店舗の利活用</b>に向け、若手起業家と大家の橋渡しの役割と統一感のある<b>魅力的な商店街づくりの検討</b>が必要である。</li> <li>・<b>かぐらの湯の休業</b>の影響が非常に大きく(物販含め)、サイクリングやウォーキングなどイベントに絡めた温泉利用ができないことから、<b>早期の再整備</b>が望まれる。</li> <li>・和船文化の伝承と新たな中流域観光振興に向けた<b>天竜舟下り事業の再興</b>が重要である。</li> </ul>
<p>情報収集・発信</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ウォーキングアプリやイベント参加チケット販売、クラウドファンディング等、<b>ITを利用した情報発信</b>が求められる。</li> <li>・最近では、訪れた観光地をSNSやインスタグラム等により時を置かず投稿(情報発信)するケースが多いため、観光施設としては、常に質を向上させる取り組みが求められる。</li> </ul>
<p>人材確保・育成</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・DMO(株)南信州観光公社)の役割を担うマンパワー不足が課題である。</li> <li>・旅館等の<b>宿泊施設では外国人スタッフの減少</b>により、<b>人手不足</b>が深刻化している。</li> <li>・<b>観光事業者の高齢化</b>による次世代や新規起業家への<b>継承の円滑化</b>が課題である。</li> <li>・天龍峡では、りゅうのまーけっと、ナイトミュージアム実行委員等、若い世代の活躍が育ちつつある。</li> <li>・遠山郷の観光施設における後継者問題は大きな課題である。まずは、継続するための健全経営が重要となる。</li> </ul>

## 観光分野 ③-2 SWOT分析

		外部環境		
		機会 (O)	脅威 (T)	
		<ul style="list-style-type: none"> <li>○リニア、三遠南信道の開通</li> <li>○自然、アウトドアへの関心</li> <li>○そらさんぽ天龍峡、天龍峡ナイトミュージアムの集客</li> <li>○訪日外国人観光客の増加</li> <li>○観光客の知的好奇心の高まり</li> <li>○コロナ禍における都会からの回避</li> <li>○S G Dsへの関心の高まり</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○コロナ禍の影響による観光施設の廃業</li> <li>○自然災害による道路の通行止め</li> <li>○燃料費と物価の高騰</li> <li>○個人・小グループ旅行への変化による団体旅行の減少</li> <li>○天龍峡やりんご狩りのブランド力の低下</li> </ul>	
内部環境	強み (S)	<ul style="list-style-type: none"> <li>○豊かな自然、景観、伝統芸能と文化、多様な地元食材</li> <li>○多様な体験プログラム</li> <li>○天龍峡、遠山郷の魅力</li> <li>○リニア、三遠南信道による時間と距離の短縮</li> </ul>	<p><b>[機会×強み]</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・自然、伝統文化等を活かしたプログラムの開発及び実施</li> <li>・天龍峡や西部山麓地域の遊歩道の活用</li> <li>・高品質、高付加価値、高価格の旅行商品の提供</li> <li>・教育旅行におけるS G Dsプログラムの提供</li> <li>・地質学的にも生物多様性の面からもたぐいまれな遠山郷の自然（エコパーク・ジオパーク）の活用</li> <li>・南アルプスエコ登山の推進</li> </ul>	<p><b>[脅威×強み]</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・新たな魅力の発信による認知度の向上、ブランド品づくり</li> <li>・旅行者の多様化するニーズに応えられる旅行プラン、体験プログラムの提供</li> <li>・遠山郷に魅了された遠山郷ファンのさらなる獲得</li> </ul>
	弱み (W)	<ul style="list-style-type: none"> <li>○後継者不足、新たな投資に消極的</li> <li>○飯田の認知度不足</li> <li>○ドライブインの閉店</li> <li>○空き店舗の増加、転用に消極的</li> <li>○宿泊施設が少ない</li> <li>○大平宿の施設の老朽化</li> <li>○名物料理や人気の土産品が少ない</li> </ul>	<p><b>[機会×弱み]</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・近隣と連携した周遊型の観光誘客</li> <li>・認知度を高めるための情報戦略の充実</li> <li>・U I ターン者の活用（地域おこし協力隊など）</li> <li>・中心市街地でのまちなかランチ</li> <li>・天龍峡のナイトミュージアムに合わせた空き店舗の活用</li> <li>・大平宿の今後に向けた検討</li> <li>・遠山郷のポテンシャルを高めるための後継者等人材の育成</li> </ul>	<p><b>[脅威×弱み]</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・マイクロツーリズムの推進（アフターコロナを見据えたプログラムづくり）</li> <li>・インバウンド誘客を見据えたプログラム提案と受入れ体制づくり</li> <li>・遠山郷における観光施設の安定した経営</li> <li>・かぐらの湯の休業</li> </ul>

※分野別会議、委員・関係者ヒアリングより作成

< 観光事業の重点的取組の全体像 >

①観光地域づくり法人(DMO)㈱南信州観光公社との連携

- ・飯田の認知度を高める（届く、伝える）広報宣伝
- ・国内外の観光誘客に向けた広域連携による周遊型観光の推進
- ・高品質、高付加価値、高価格の旅行商品の提供
- ・中心市街地におけるまちなかランチと街歩きの推進

②天龍峡周辺の多様な拠点の活用による周遊観光の実践

- ・天龍峡パーキングエリアの活用と周辺環境整備
- ・ライトアップイベントなどを契機とした周辺地域からの観光誘客
- ・名物料理や土産品の開発

③遠山郷の観光を切り口とした地域振興

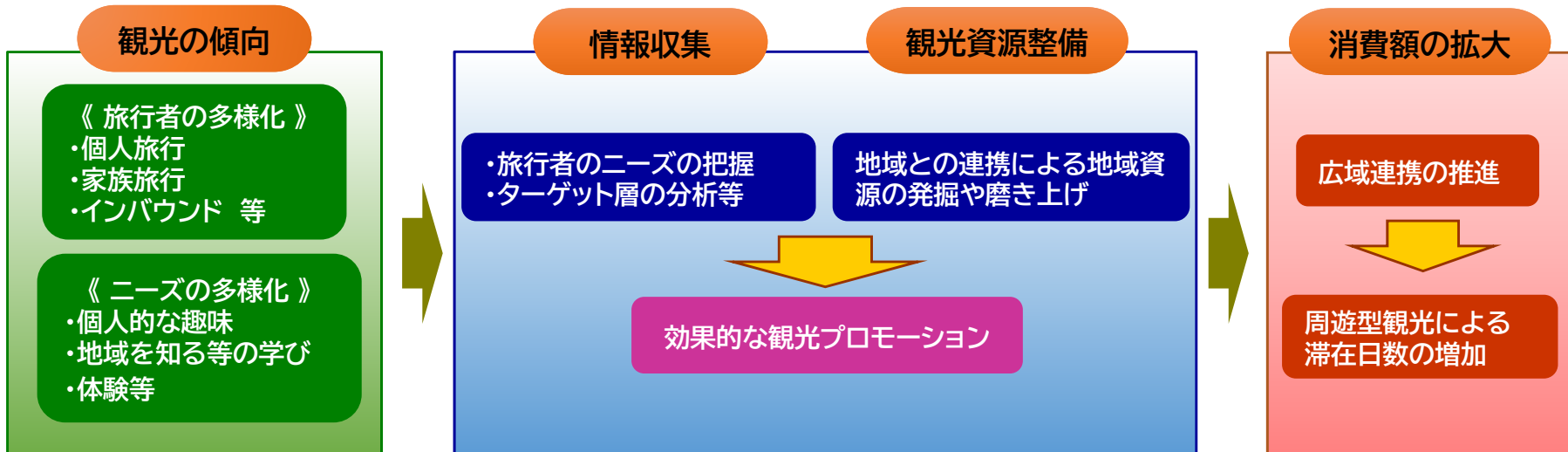
- ・道の駅遠山郷の再整備
- ・道の駅遠山郷の新たな経営体の取組支援
- ・南アルプスの「エコ登山」など新たな魅力の創出と、しらびそ高原を起点とした山岳高原観光の推進（星空、登山）

④中山間地域の豊かな自然を活かした観光コンテンツの開発

- ・西部山麓地域一体の観光資源を活かした周遊観光の推進
- ・Airbnb社と連携した、農家民泊の推進
- ・大平宿の改修に向けた検討

⑤自転車を活用した体験型ツアー及び観光イベント

- ・地域ルートを設定し、地域と協力したサイクルツーリズムの推進
- ・国内外サイクリストの受け入れ体制の検討（宿泊施設や飲食店等との連携、ガイド育成、パンフレット作成等）
- ・参加型サイクルイベントの企画



# 商業分野 ①分析と戦略

指標	2021年 (実績)	2022年 (現状)	2024年 (目標)
1 まちなか回遊促進 事業参加者	570人	342人	600人
新規創業者 (空き店舗補助金 交付件数)	3件/年	3件/年	3件/年
商業団体への支援 (魅力向上事業補 助金交付件数)	8件/年	5件/年	15件/年
2 地元滞留率※ (H21:94.3%)	89.2%		
吸引力係数※ (H21:143.2%)	131.7%		
3 卸売事業者ヒアリ ング回数	15回/年	12回/年	15回/年
卸売市場取扱量	20,149t/年	11,362t/年	17,117t/年

### 【参考】

※地元滞留率及び吸引係数は3年毎に実施する長野県  
商圏調査から引用

### 【現状分析（定量・定性）からの課題】

#### ○事業者等への対応

- 魅力ある商品・サービスの開発・提供への支援
- 商店街の魅力づくりへの支援
- 新規出店事業者への支援
- 事業承継に関する支援
- 店舗におけるキャッシュレス化の推進
- インターネット等を利用した販売経路の開拓

#### ○地域内経済循環の推進

- キャッシュレス化による市内資源の流出
- 消費者の動向やニーズの把握

#### ○卸売機能を生かした地域産業振興

- 物流の変化による食品流通拠点の変化
- 施設の維持管理

### 【現状分析・とりまく環境変化】

- 小売業と卸売業の事業所数及び年間販売額はともに減少している。
- 地元滞留率（消費者が居住市町村で買い物をする割合）はH21より約5%減少し、89.2%となっている。
- 吸引力係数（吸引人口※/居住人口×100）は市外から一定の集客力があるもののH21から約11%減少し、131.7%となっている。
- インターネットを利用した買い物の利用割合がH30年-R3年対比で約7%増加し、全体の91.5%が利用している。
- キャッシュレス決済の増加により現金決済が減少している。
- インターネットでの購入等により物流が変化している。
- 飯田市卸売市場についてはH22年以降、年間の取扱量及び販売額ともに20%以上減少している。
- 市場開設から50年以上経過している。
- コロナウイルスの影響により、起業者数や商店街によるイベント等の事業が減少している。
- 事業者の高齢化に伴う事業継承を課題に感じている店舗がある。

(\*吸引人口：地元滞留人口と他市町村から買い物のため流入する人口の合計)

### 【未来デザイン2028を踏まえた方向性】

#### 1 様々な事業者の連携による地域内経済循環の推進

- 魅力ある商品・サービスの連携した紹介、開発の推進
- 事業者の魅力磨きと連動した商業者団体による地域・経済活性化による商店街の魅力づくり

#### 2 消費喚起・コロナ後の新たな商業サービスの創造

- 消費喚起事業による地域経済活力の復興
- リニア時代を見据えた新たなビジネスモデルの研究

#### 3 卸売機能を生かした地域産業振興

- 卸売機能を生かした新たな産業支援の形の研究・実践
- 卸売市場ビジョンによる食品流通の支援拠点の維持発展の推進

### 【2023の先導的事業（重点的取組）】

- ◎ 様々な事業者の連携による新たな商業サービスの創造
  - 事業者連携による魅力ある商品・サービスの開発、提供に対する支援
  - 商業者団体等が取り組む地域・経済活性化事業を通じた商店街等の魅力づくりへの支援
- ◎ 消費喚起による地域内経済循環の推進
  - 各店舗におけるキャッシュレス化の推進と電子商品券事業の検証を踏まえた地域通貨の研究
  - 商業実態調査の実施・分析
- ◎ 卸売機能を生かした地域産業振興
  - 卸売機能を生かした新たな産業支援の形の研究、実践
  - 卸売市場ビジョンによる食品流通の支援拠点の維持発展の推進

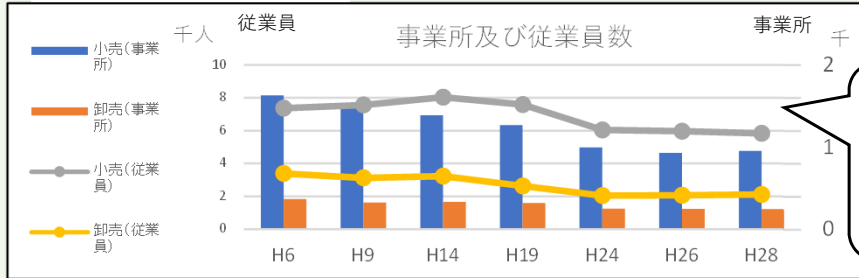
### 【関係機関・団体・事業者等】

飯田商工会議所（商工会議所卸商業部会、商工会議所小売商業部会、商工会議所支部連合会、商工会議所各支部）飯田卸売商業協同組合、飯田中心商店街連合会、中心商店街商栄会、飯田市中心市街地活性化協会、株式会社飯田まちづくりカンパニー、まちなか回遊促進研究会、飯田市立動物園、飯田市地方卸売市場部会、卸売業者・関連事業者、みなみ信州農業協同組合、（一社）空き家人情プロジェクト、飯田市社会福祉協議会、長野県農政部、長野県南信州地域振興局南信州農業農村支援センター農業農村振興課

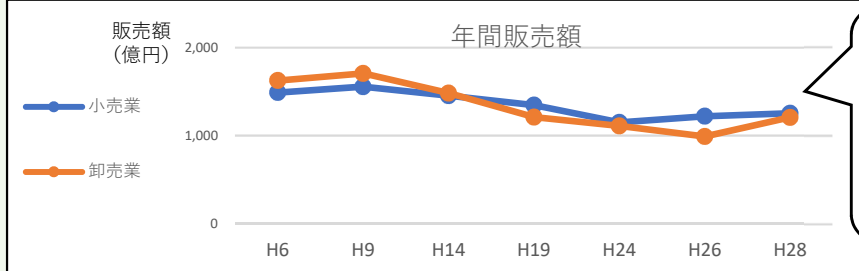


# 商業分野 ②データ分析1

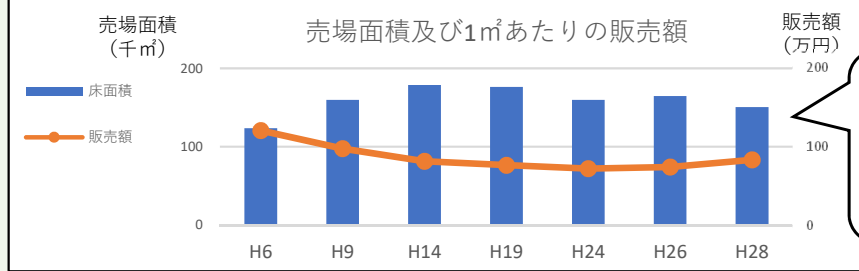
## 飯田市の商業推移



事業所・従業員ともにH14からH24にかけて減少し、以降概ね横ばいで推移



小売・卸売業ともにH9からH24にかけて減少し、H26以降若干上昇

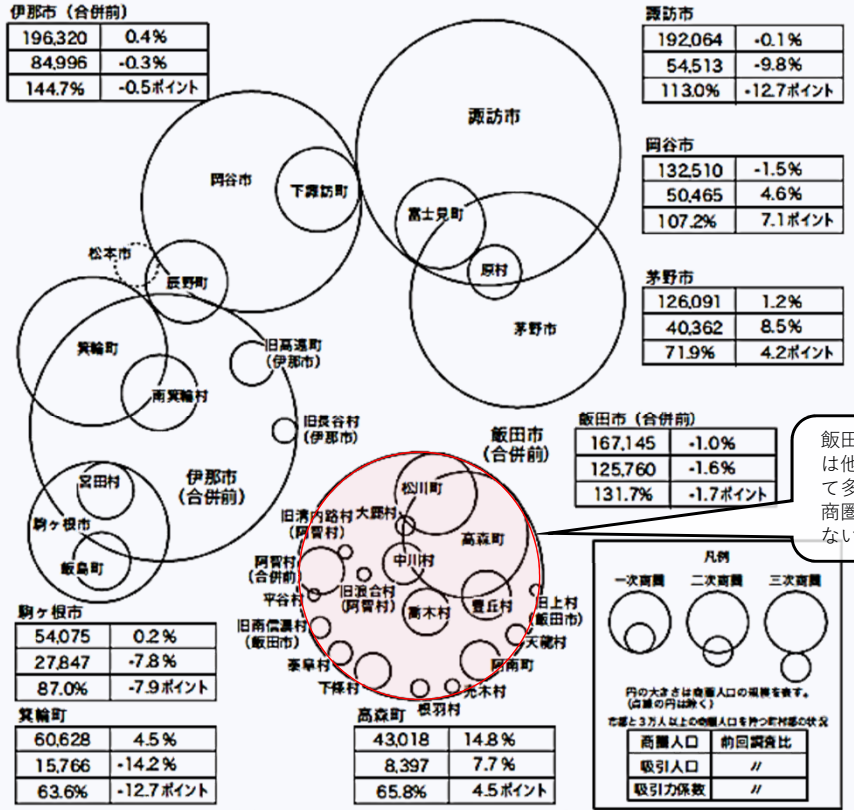


1㎡あたりの販売額はH6からH24にかけて減少しているが以降上昇で推移

出典：商業統計（H3～H19・H26）・経済センサス活動調査（H24・H28）（抜粋加工）

## 飯田市の商圈動向

南信地区の商圈構造



飯田市の人口は他市に比して多い一方、商圏人口は少ない

出典：R3長野県商圈調査報告書（抜粋加工）

## 市町村別の地元滞留率（消費者が居住市町村で買い物をする割合）

市町村名 (合併前)	平成21年度		平成24年度		平成27年度		平成30年度		令和3年	
	滞留率	順位	滞留率	順位	滞留率	順位	滞留率	順位	滞留率	順位
長野市	95.3%	1	93.6%	1	93.2%	1	91.2%	1	89.8%	1
松本市	93.4%	3	92.5%	2	90.2%	3	90.5%	2	87.5%	3
上田市	90.4%	5	91.2%	4	91.5%	2	89.1%	3	86.7%	4
佐久市	91.1%	4	91.0%	5	87.1%	5	88.5%	4	84.1%	5
飯田市	94.3%	2	91.3%	3	90.1%	4	88.1%	5	89.2%	2

H21対比で5.1%減少  
前回H30より1.1%上昇

出典：H21～R3長野県商圈調査報告書（抜粋加工）

## 市町村別の吸引力係数（吸引人口÷居住人口）×100

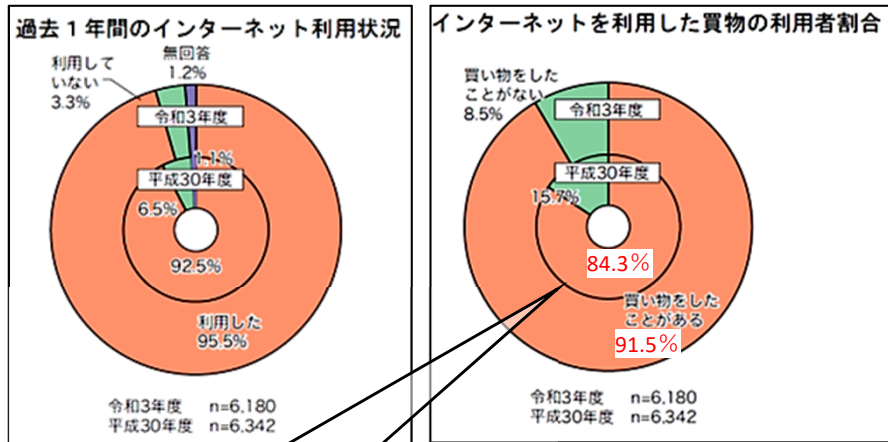
市町村名 (合併前)	平成21年度		平成24年度		平成27年度		平成30年度		令和3年	
	吸引力	順位	吸引力	順位	吸引力	順位	吸引力	順位	吸引力	順位
佐久市	235.0%	1	215.6%	1	213.2%	1	213.2%	1	187.4%	1
中野市	150.1%	2	146.2%	2	129.9%	7	122.4%	8	115.5%	8
上田市	139.8%	6	146.0%	3	145.6%	2	145.2%	2	137.5%	4
松本市	143.8%	4	143.7%	4	140.7%	4	142.1%	4	140.3%	3
伊那市	145.6%	3	137.4%	6	142.7%	3	145.2%	3	144.7%	2
飯田市	143.2%	5	140.6%	5	137.1%	6	133.4%	5	131.7%	5

H21対比で11.5%減少  
年平均では約1%の漸減傾向

出典：H21～R3長野県商圈調査報告書（抜粋加工）

# 商業分野 ②データ分析2

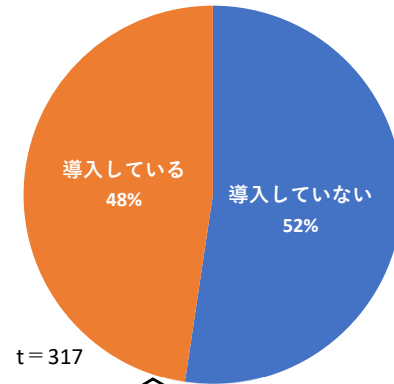
## 県内のインターネットを利用した買い物状況



買い物をしたことがある割合はH30からR3にかけて7.2%増加

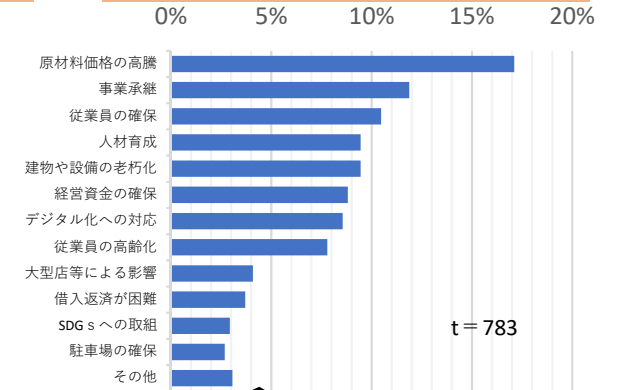
出典：R3長野県商圏調査報告書（抜粋）

## キャッシュレス決済導入状況



回答した事業所のうち48%がキャッシュレス決済を導入していると回答

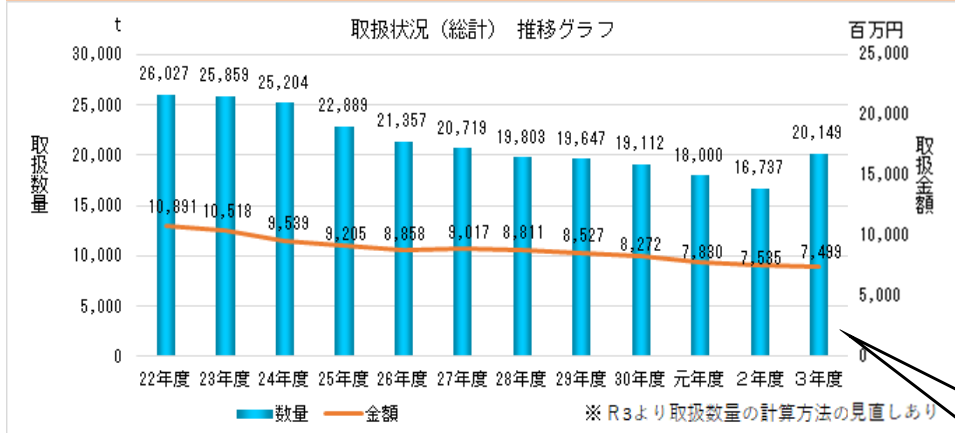
## 現在の経営課題（複数回答）



事業承継、原材料価格の高騰、従業員の確保が現在の経営課題と考える事業所が多い

出典：R4商店等事業者アンケート（飯田市調べ）

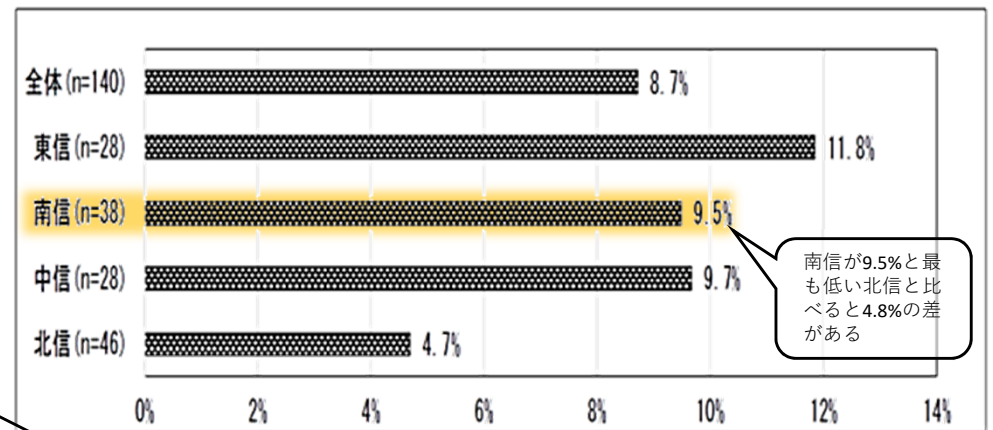
## 飯田市地方卸売市場の実態



出典：飯田市卸売市場数量月報（飯田市調べ）

H22からR3で売上高は約31%の減少。取扱高は約23%減少している

## 県内地域別空き店舗率



南信が9.5%と最も低い北信と比べると4.8%の差がある

出典：R3年度長野県商店街実態調査報告書（抜粋）

## 商業分野 ③－1 主な意見等

項目	主な意見
地域内経済循環	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 飯田下伊那は<b>伝統野菜の宝庫</b>。地元の人に食べてもらうためPR等を強化していきたい。</li> <li>• 飲食店とのコラボ事業として、レストランや洋菓子店の商品を販売している。今後も飲食店とのコラボや遠山地区の産品販売等も検討している。</li> <li>• 市内には<b>非常に魅力的な商品が多い</b>。ここでなければ買えない商品を提供することで、<b>ブランド力を強化するとともに事業所間の連携を高め、市内事業者全体で頑張れる体制</b>にしていきたい。</li> <li>• 人口減少、高齢化の中で地域内経済循環を進めることは難しい。住民をどのように増やすか・維持するかをさらに強化する必要がある。</li> <li>• にぎわいを生むには、交流・関係人口を増やすためのイベント等の開催も一つの方法だが、暮らす人を増やすことが日常の賑わいに繋がり、産業振興にもつながる。</li> </ul>
人材育成	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ネットや通販等では味わえない、対面で会話を通じた買い物を楽しんでいるお客さんもいる。デジタル化できない、<b>マンパワーで対応する業務での人材育成が今後も必要</b>。</li> </ul>
デジタル化	<ul style="list-style-type: none"> <li>• デジタル化に頼りすぎた場合、不具合が生じたときのリスクが高いため、<b>全てをデジタル化し効率よくするのではなく、リスクを考えた導入の検討が必要</b>。</li> <li>• アプリを活用し社員間でのスケジュール共有管理を行っている。</li> </ul>
そのほか	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>人手不足が課題</b>となっている。全国区で社員の待遇を比較されてしまうことから、給与等を全国平均に見直す等の改善を行っている。</li> <li>• <b>物流の進化により地元店舗で買う必要がなくなっている</b>。そのため、地元小売店の売上げは減少しており、商店街や商工会議所各支部の衰退が著しい。</li> <li>• 地元<b>住民が利用する商業施設の振興</b>と、市外からの来訪者をターゲットに何をお土産としていくかのブランド戦略を並行して取り組むことが大切。</li> <li>• 中心市街地の賑わいを回復に向けて、住む人や訪れる人を増やすための再開発事業や<b>街全体のデザイン策定</b>等を考えるべき。</li> <li>• <b>ゼロカーボン等の環境への取り組みは大切だ</b>と感じているが、経営の観点から経費をかけて取り組むことが難しい。健康に視点をおいて取り組むことができれば、自発的に継続した取り組みになるのではないか。</li> </ul>

## 商業分野 ③－２ SWOT分析

		外部環境		
		機会 (O)	脅威 (T)	
		機会 (O)	脅威 (T)	
		<ul style="list-style-type: none"> <li>○三遠南信道及びリニアの開通による交流人口の増加、商圈域の拡大</li> <li>○地元産品のブランド化</li> <li>○安全・安心、地元産（地産地消）への関心</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○商圈人口減少による消費量の減少及び市場の縮小</li> <li>○物価が上昇し続けている（在庫の確保や余った在庫の処理が厳しい）</li> <li>○ネットや通販による消費が増えている</li> <li>○リニア開通による人口流出</li> </ul>	
内部環境	強み (S)	<ul style="list-style-type: none"> <li>○利便性の高い立地条件</li> <li>○野菜や果樹の生産地</li> <li>○伝統野菜が多い</li> <li>○飯伊地区の食を支える卸売市場</li> <li>○近隣町村含めて商圈の中心となっているため、お店での消費は市外へ流出しにくい</li> </ul>	<p><b>[機会×強み]</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 商品の付加価値の向上（ブランド化など）</li> <li>• 総合情報サイトによる情報発信（ハッピーーツ等）</li> <li>• 仕入先及び販路拡大のための営業活動</li> <li>• 卸売市場による旬な食材の提供（飲食店による地元食材を使用したメニューの提供）</li> </ul>	<p><b>[脅威×強み]</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 商圈域外の消費者の獲得（EC、観光客など）</li> <li>• 域産域消の推進</li> <li>• 地元産の良さを改めて市民に周知する取り組み（職場体験、地域人教育など）</li> </ul>
	弱み (W)	<ul style="list-style-type: none"> <li>○事業者の高齢化、後継者不足が進んでいる</li> <li>○閉店、空き店舗が増えている</li> <li>○地域内で買い物をする人が減少している</li> <li>○事業者間での情報共有が少ない</li> <li>○大型店舗へ消費が集中している</li> <li>○卸売市場建物の老朽化</li> <li>○野菜や果樹の生産者の高齢化</li> <li>○環境に配慮した取り組みが進んでいない</li> </ul>	<p><b>[機会×弱み]</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 事業者間の連携による新たな商品の開発・サービスの提供</li> <li>• 販売機能の再構築（EC、ポイント消費など）</li> <li>• 起業家による空き店舗の活用</li> <li>• 県外希望者に週末の空き店舗の利用促進</li> <li>• 県外希望者に週末の畑体験の提供</li> <li>• 大型店舗での地元食材の売り場拡大</li> <li>• 地元食材や魚など、卸売市場の扱う食材を提供する大規模直売所の開設</li> <li>• 卸売市場の機能強化</li> </ul>	<p><b>[脅威×弱み]</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 商店街や商工会議所各支部への活動支援</li> <li>• 地域内での購入に向けた消費喚起</li> <li>• 商店等のネット販売や通販等の対応への支援</li> <li>• 環境に配慮した規制に対する事業者への支援</li> <li>• 中山間地域等における小売店舗の無い地域への移動系店舗等（移動スーパー、配達サービス等）への支援</li> </ul>

※分野別会議、委員・関係者ヒアリングより作成

## 商業分野 ④ スペシャルシート

### 様々な事業者の連携による 新たな商業サービスの創造

循環

事業者  
連携

人材

- ・ 事業者連携による魅力ある商品・サービスの開発・提供に対する支援
- ・ 事業者団体等が取り組む地域・経済活性化事業を通じた商店街等の魅力づくりへの支援

### 消費喚起による地域内経済循環の推進

循環

デジタル

- ・ 各店舗におけるキャッシュレス化の推進
- ・ 電子商品券の検証を踏まえた地域通貨の研究

### 卸売機能を生かした地域産業振興

循環

事業者  
連携

- ・ 卸売機能を生かした新たな産業支援の形の研究・実践
- ・ 卸売市場ビジョンによる食品流通の支援拠点の維持発展の推進

### 商業実態調査

循環

デジタル

事業者  
連携

人材

- ・ 商業振興計画（案）策定を見据えた商業実態調査の実施・分析

# 【事業支援1】 起業分野 ①分析と戦略

指標	2021年 (実績)	2022年 (現状)	2024年 (目標)
1 I-Port、ビジネスプランコンペにより成立する起業・新事業展開・事業転換の数	9件	7件	10件/ 毎年度
ハジメマシテ、飯田」が獲得する「いいね！」の数	累計2,305件	2,470件 (12月末現在)	毎年度 250件 ずつ累計 に加算

## 【現状分析（定量・定性）からの課題】

### ○起業後の伴走型支援

- ・すでに起業した人、これから起業する人に対して、気軽に相談できる環境づくりが重要。特に起業した人のネットワークづくりが必要
- ・「ハジメマシテ、飯田」は、起業・新事業者に対する応援と、幅広い視点（エス・バードや移住定住等）で情報発信が必要

### ○コロナ感染の影響対応

- ・業種を問わず従来のビジネスモデルが通じなくなってきており、新しいビジネスモデルを検討する必要に迫られている（生産性向上、価値観の変化、ICT活用等）
- ・移住定住者の応募増や副業のビジネスプランの応募もあり、多様な働き方の視点は重要

### ○関係機関との連携

- ・コロナ禍でI-Portの支援決定案件が少ない状況ではあるが、身近にある商工会議所や金融機関の連携が重要。

## 【現状分析・とりまく環境変化】

- ・コロナ禍は経済活動に大きな影響を与え、業種を問わず従来のビジネスモデルが通じなくなってきており、起業を取り巻く環境は厳しく、大きく変化する経済状況下における起業への不安等を感じている状況がある。一方で、構造変化や行動変容を事業機会と捉えて、新たな事業や起業をしようとする機運が全国的に高まってきている。
- ・コロナ禍で地方への移住への流れや、テレワークや副業といった多様で柔軟な働き方に変化してきており起業への機会も高まっている。

## 【未来デザイン2028を踏まえた方向性】

- 1 新事業創出・起業の支援強化
  - ①加盟支援機関による連携支援の強化
  - ②コロナ後を見据えた事業転換を行う事業者のサポート
  - ③起業家や新事業に取り組む企業を伴走型で支援する体制の強化とエス・バード内共創の場を活用したネットワークづくり
- 2 「ハジメマシテ、飯田」の情報発信力の強化
  - ①この地域で起業家や新事業に取り組む企業の取り組み等を効果的に発信し、起業が促進されるような環境づくりと飯田でのビジネスの魅力を全国に訴求
- 3 ビジネスプランコンペティションの活性化
  - ①社会課題の解決、UIターンのきっかけを作り出す起業移住、地域の多様な働き方等、様々な方が応募できるよう工夫する

## 【2023の先導的事业（重点的取組）】

- ◎ 新事業創出・起業の支援強化
  - ・起業支援スタッフチームによる起業家を支援する仕組みを強化
  - ・エス・バード内共創の場を活用し、交流イベントやセミナーを開催し、**起業家のネットワークづくり**を支援
- ◎ 「ハジメマシテ、飯田」による情報発信の強化
  - ・**この地域で起業家や新事業に取り組む企業の取り組みを効果的に発信し**、起業が促進されるような環境づくりに取り組む
  - ・この地域で起業を目指す人への情報発信
- ◎ ビジネスプランコンペティション
  - ・社会課題の解決、地域の多様な働き方、UIターンのきっかけを作り出す起業移住等、飯田で起業しようとする様々な方が応募できるような検討とPRの強化
  - ・**飯田商工会議所経営相談所とのさらなる連携により、ビジネスプランコンペ応募者への伴走型支援強化（フォローアップ含め）**

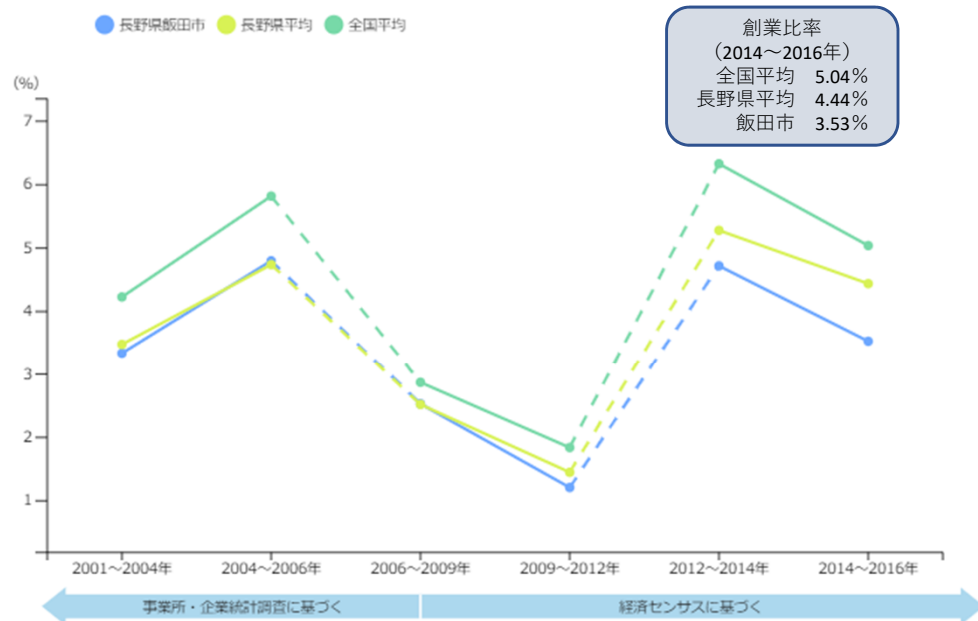
## 【関係機関・団体・事業者等】

- ・I-Port加盟16機関（飯田市、長野県南信州地域振興局、飯田商工会議所、中部経済連合会、JETRO長野、浅間リサーチエクステンションセンターAREC、日本政策金融公庫、株式会社八十二銀行、飯田信用金庫、株式会社長野銀行、長野県信用組合、みなみ信州農業協同組合、長野県信用保証協会、（公財）南信州・飯田産業センター、長野県中小企業診断士協会、長野県産業振興機構）
- ・I-Port協力機関 経済産業省関東経済産業局
- ・I-Portメディアセクション

# 【事業支援1】 起業分野 ②データ分析

当市の創業比率は、全国及び長野県平均と比較しても低い状況で、起業マインドの低さや市場規模の状況から創業しにくい環境である。

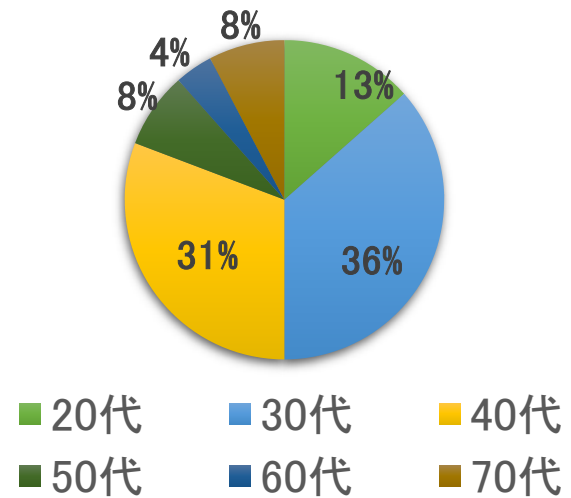
創業比率



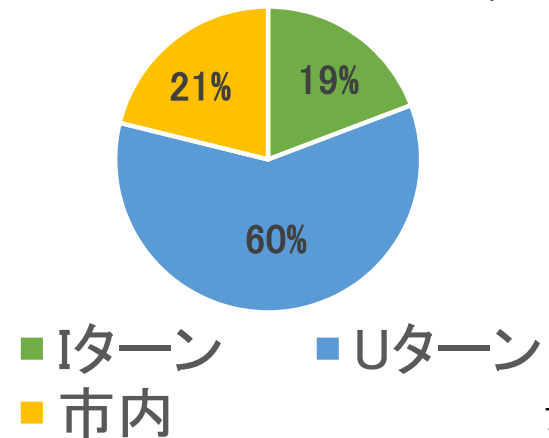
令和2,3,4年度 ビジネスプランコンペティション  
応募者から見える傾向

- ・ 応募者の半数は20代、30代
- ・ 応募者の半数以上がUターン者

応募者の年代比率(52者)



市内・Uターン者比率(52者)



【出典】  
総務省「事業所・企業統計調査」、総務省「経済センサス-基礎調査」、総務省・経済産業省「経済センサス-活動調査」  
【注記】  
「平成21年経済センサス-基礎調査」及び「平成24年経済センサス-活動調査」では、新規事業所の定義が異なるため、「2006-2009年」及び「2009-2012年」の創業比率は、前後の数字と単純に比較できない。

## 【事業支援1】 起業分野 ③ -1 主な意見等

ビジネスプランコンペティション受賞者のアンケート結果や、今年度の応募者審査における審査委員からの意見

項目	主な意見
起業に対する支援	起業前、起業後に共通して、各種手続きや制度利用に対する支援を望む意見がある。起業前には他の起業家との交流の場づくり（いつでも気軽に学べる機会）の支援を求める意見があり、起業後は経営や事業展開への伴走型で支援を求める声がある。
移住定住策との連携	ビジネスプランコンペティションへの応募が、起業を考えている方にとって移住のきっかけとなり、市内での起業へと結びついた例があった。
働き方改革等への対応	趣味を生かした副業としての起業や、空き時間を活用して課題解決のためビジネスプランコンペティションへ応募し、副業としての起業に取り組む例が見られた。

支援機関等からの意見

項目	主な意見
支援策の連携	起業支援策として各機関で様々な取り組みを行っているが、それぞれの取組みが起業支援の一連の支援となるよう繋がっていくと良い。
支援の継続	ビジネスプランコンペティションへの応募までの支援はもとより、入賞の可否に関わらずコンペ後も継続した支援により、起業家を支援していくことが重要。



## 【事業支援1】 起業分野 ③ - 2 SWOT分析





		外部環境		
		機会 (O)	脅威 (T)	
			<ul style="list-style-type: none"> <li>○コロナ禍による若者の地方回帰</li> <li>○移住定住者の増加</li> <li>○リニア、三遠南信自動車道の開通</li> <li>○デジタル化の進展</li> <li>○働き方改革（副業の増加等）</li> <li>○国や県の制度拡充</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○人口減少、少子化</li> <li>○市場規模が小さい</li> <li>○コロナ禍の影響による経済悪化</li> <li>○市場の変化</li> <li>○起業マインドが低い</li> <li>○高等教育機関が少ない</li> </ul>
内部環境	強み (S)	<ul style="list-style-type: none"> <li>○自然環境</li> <li>○I-portをはじめとした各種支援機関による支援</li> <li>○ビジネスプランコンペによる支援</li> <li>○ハジメマシテ飯田を通じた発信</li> <li>○エス・バードの機能</li> </ul>	<p><b>[機会×強み]</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ビジネスプランコンペの開催と資金面による支援</li> <li>・ハジメマシテ、飯田による起業支援情報の発信</li> </ul>	<p><b>[脅威×強み]</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・I-portによる支援強化</li> <li>・ハジメマシテ、飯田による起業マインドの醸成</li> </ul>
	弱み (W)	<ul style="list-style-type: none"> <li>○環境変化への対応</li> <li>○ブランド力</li> <li>○資金</li> <li>○ネットワークづくりの機会が少ない</li> </ul>	<p><b>[機会×弱み]</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・エス・バード共創の場を活用したネットワークづくり</li> <li>・束ねつなげるコーディネーターの配置支援</li> <li>・移住定住推進室との連携</li> </ul>	<p><b>[脅威×弱み]</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・創業塾（会議所連携）等セミナーの開催</li> <li>・商工会議所と協力し起業チャレンジ相談室による相談支援</li> </ul>

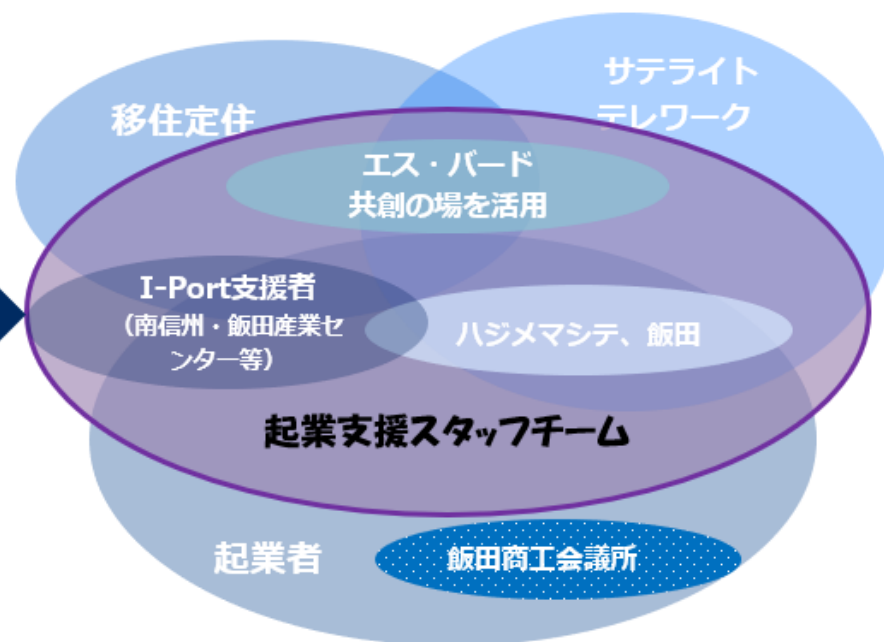
## 起業支援の取組み強化

### 課題

起業者の伴走型支援体制の強化、起業者のネットワークづくり

#### 支援機関・支援体制

- ・飯田商工会議所 随時相談受付(チャレンジ起業相談室)
- ・エス・バード 随時相談受付(チャレンジ起業相談室) 
- ・長野県よろず支援拠点   
月1回の出張相談 in エス・バード
- ・SSS (信州スタートアップステーション)   
随時Web相談受付・年1回の出張相談 in エス・バード
- ・創業ライダー マモル (LINE) 



### 取組み内容

#### 【起業支援】

起業支援スタッフチームを構築し支援体制を強化 (R4~)

ビジコン入賞者を中心とした起業者のネットワークづくりを進め、新たな起業者の輩出を促進。

#### 【Hajime Mashi, Iida】

Hajime Mashi, Iida編集部メンバーも起業支援スタッフチームに参画して、セミナー、交流会等の開催により起業者を支援。

これからこの地域で起業しようとする人に役立つ情報の発信。

#### 【S-BIRDの活用】

「エス・バードに販わいを+南信州でがんばる事業者役に役立つ場所に」

共創の場を活用した起業を促進するイベント・セミナーの開催

## 【事業支援2】 事業継続分野（事業承継・金融） ①分析と戦略

指標		2021年 (実績)	2022年 (現状)	2024年 (目標)
1	制度資金利用件数 上段：県市計 下段：内設備投資	501件 140件	337件 108件	300件 80件
2	事業承継 相談・対応件数	14件	33件	20件

### 【現状分析（定量・定性）からの課題】

- コロナ後を見据えた資金繰り支援
  - ・ゼロカーボン化に向けた設備投資の推進
  - ・事業承継向けの金融支援
- 関係機関と連携した総合的な支援体制の強化
  - ・アンケート調査の実施
  - ・セミナーの活用
  - ・相談対応
  - ・承継後の支援

### 【現状分析・とりまく環境変化】

- ・コロナ等の影響による**各事業者の資金繰り需要**は、令和2年度に著しく高まり、令和3年度においても高水準で推移したが、令和4年度においては比較的落ち着いている。
- ・**今年度実施した事業承継のアンケート調査**の結果によると、約5年前（平成29年度）の調査時より事業承継が進展してきていると考えられるが、一方で**廃業を検討している事業者**も多くいる。
- ・ロシア－ウクライナ情勢や為替変動に伴う原材料高継続の影響が非常に大きい。

### 【未来デザイン2028を踏まえた方向性】

- 1 金融支援
  - ・制度資金による支援
  - ・セーフティネット保証への対応
  - ・国、県等の対応を踏まえた支援調整
- 2 事業承継支援
  - ・気づきの醸成
  - ・支援体制の強化

### 【2023の先導的事業（重点的取組）】

- ◎ コロナ後を見据えた支援（金融支援）
  - ・**ゼロカーボン化、事業再構築、事業転換、新分野展開、事業承継**に対する政策的な資金（制度資金）の対応
  - ・地域事業者の事業継続支援
- ◎ 気づきの醸成・支援（事業承継）
  - ・**アンケート回答者へのアフターフォロー実施（長野県エリアコーディネータ連携）**
  - ・専門的支援体制の強化検討
  - ・**関係機関等の支援内容**の取りまとめと周知

### 【関係機関・団体・事業者等】

市内金融機関、長野県信用保証協会、日本政策金融公庫、飯田商工会議所、長野県事業承継・引継ぎ支援センター

## 【事業支援2】事業継続分野（事業承継・金融） ②-1 データ分析

- ・コロナ禍の中で保証件数は令和2年度に大幅に増加し、令和3年度も例年より多い状況であった。
- ・令和4年度は、市資金は「新型コロナウイルス対策資金」の終了の影響で利用が減り、県資金の「経営健全化支援資金（新型コロナウイルス対策）」の利用が増えている。

◆セーフティネット保証の状況（令和4年度の実績は1月末現在）

	SN4号	SN5号	危機関連	合計
令和元年度	32	4	12	48
令和2年度	1,025	589	541	2,155
令和3年度	185	50	107	342
令3-令2	<b>△840</b>	<b>△539</b>	<b>△434</b>	<b>△1,813</b>
令和4年度	137	31	—	168

◆制度資金の利用実績（令和4年度の実績は1月末現在）

	県制度資金		市制度資金		県制度・市制度合計		左記うち設備資金	
	件数	保証額	件数	保証額	件数	保証額	件数	保証額
令和元年度	151	1,246,990	293	1,293,680	444	2,540,670	141	751,767
令和2年度	221	4,331,610	149	2,634,450	370	6,966,060	77	635,040
令和3年度	190	1,740,130	311	3,036,620	501	4,776,750	140	984,980
令3-令2	<b>△31</b>	<b>△2,591,480</b>	<b>162</b>	<b>402,170</b>	<b>131</b>	<b>△2,189,310</b>	<b>63</b>	<b>349,940</b>
令和4年度	247	2,675,310	90	341,430	337	3,016,740	108	1,006,757

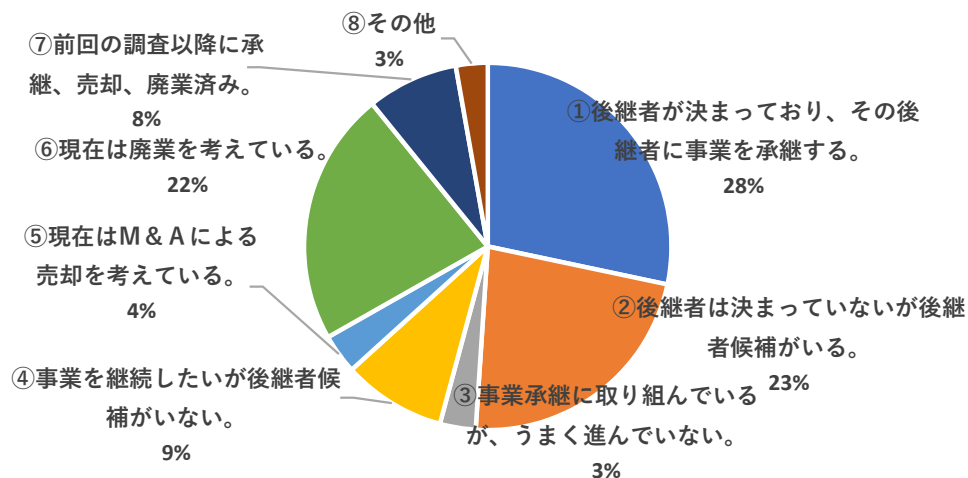
◆主な資金別の利用実績抜粋（令和4年度の実績は1月末現在）

	経営安定関連資金 (県制度・市制度)		小口資金 (市制度)		新型コロナウイルス対策資金 (市制度)		創業支援資金 (県制度)	
	件数	保証額	件数	保証額	件数	保証額	件数	保証額
令和元年度	64	866,130	258	859,500	—	—	81	267,190
令和2年度	44	548,760	39	140,680	70	2,213,200	60	271,360
令和3年度	16	256,290	64	169,210	239	2,815,320	79	337,770
令3-令2	<b>△28</b>	<b>△292,470</b>	<b>25</b>	<b>28,530</b>	<b>169</b>	<b>602,120</b>	<b>19</b>	<b>66,410</b>
令和4年度	6	70,400	87	324,430	—	—	63	394,030

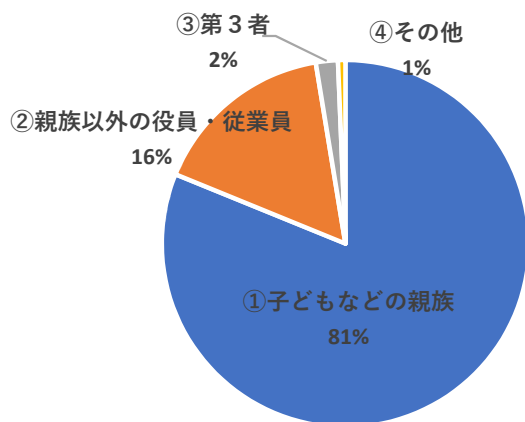
事業承継アンケート結果（抜粋）

回答された事業者の内、半数は後継者が決まっている、または、候補者がおり事業承継できそうな状況である。一方、4割はまだ何も取り組んでおらず、3分の1は現代表者が70歳以上と高齢になっており今後も進捗を注視していく必要がある。

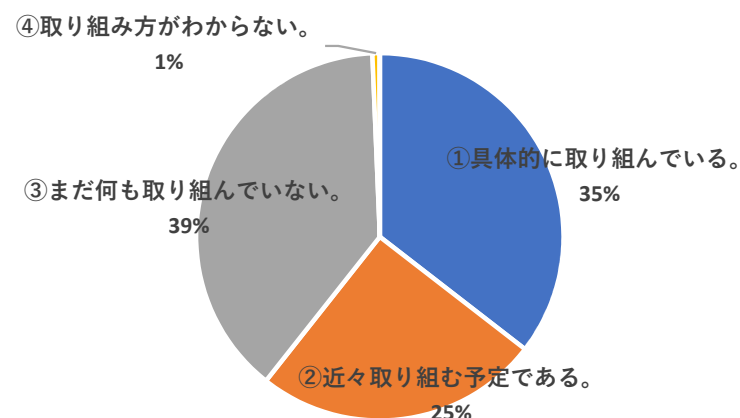
1 現在の状況



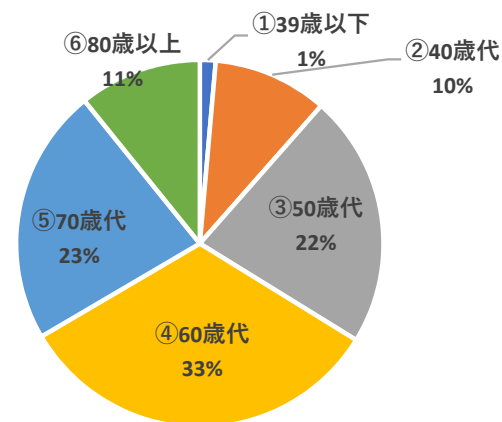
2 後継者



3 取組の進捗状況



4 現代表者の年齢



## 【事業支援2】 事業継続分野（事業承継・金融） ③-1 主な意見等

項目	主な意見
事業者の状況	<ul style="list-style-type: none"> <li>・電気代、燃料費の高騰が負担となっている。</li> <li>・物価高の価格転嫁が課題である。</li> <li>・仕事があっても人手不足で受注ができない状況である。</li> <li>・飲食、観光業等は、夏の第7波の影響はあったが、秋以降徐々に回復傾向で客足が戻りつつある。</li> </ul>
事業承継の現状 (アンケート調査結果)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・現在の状況（上位） 第1位：後継者が決まっておらず、その後継者に事業を承継する（28%）。 第2位：後継者は決まっていないが後継者候補がいる（23%）。 第3位：廃業を考えている（22%）。</li> <li>・現代表者の年齢が70歳以上の割合が33%と高い。</li> <li>・代表者が高齢だが後継者がいない、コロナで先行きが見えない、人材不足等により廃業を検討する事業者がある。</li> </ul>

### 関連記事・関連情報等

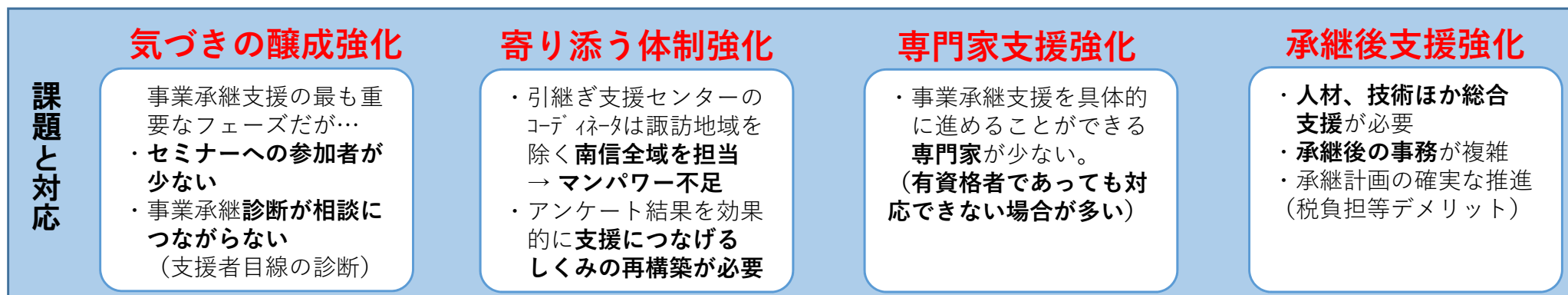
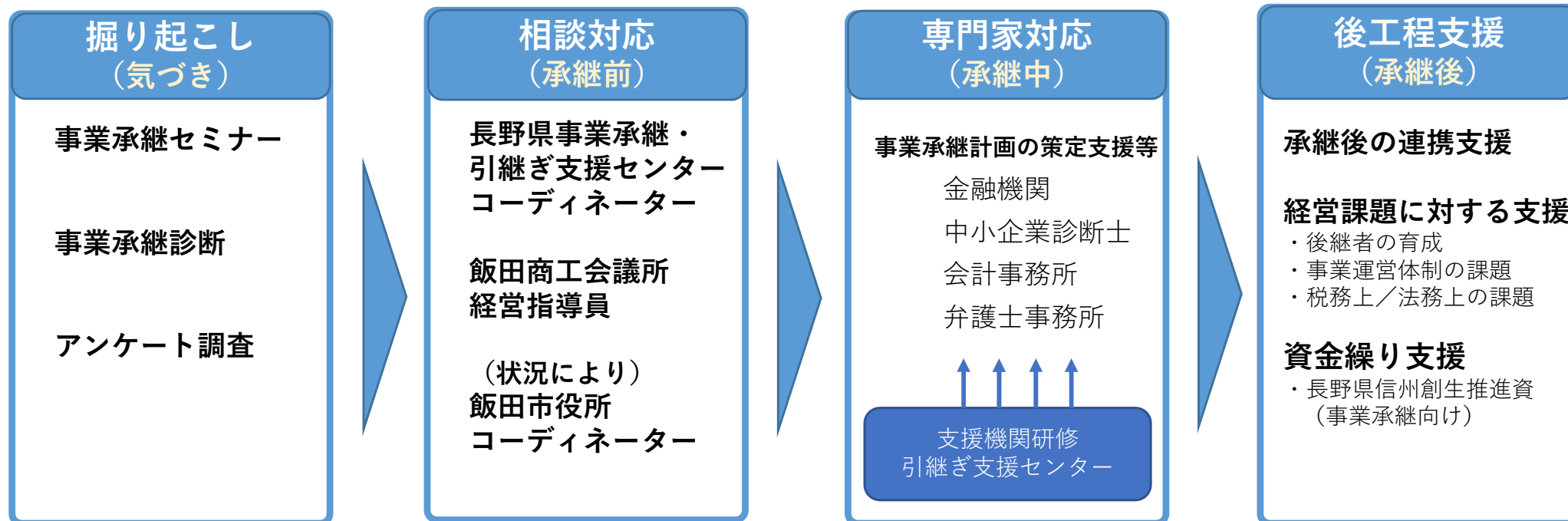
項目	主な情報
主要銀行貸し出し動向アンケート調査 (2023.1月 日本銀行)	資金需要は大企業向け、中小企業向けで前回から上昇。中小企業向けでは設備投資の拡大も資金需要の増加につながった。
後継者不在調査 (2022.11.16 帝国データバンク)	後継者不在率は、全国・全業種27満車の57.2%と5年連続不在率が低下した。一方でM&Aほかの割合は20.3%と初めて2割を超えた。
事業承継の意識調査 (2021.12.23 M & A 総合研究所)	長野県内の企業における意識調査で、事業承継を経営上の問題としているのは76%と高い水準であった。
2022年 全国企業「休廃業・解散」動向調査 (2023.1.16 帝国データバンク)	2022年（1～12月）に全国で休廃業・解散した企業は、5万3426件（前年から約1300件減少）だった。 高齢代表の休廃業加速。過去最高の75歳。6年ぶりの上昇幅に

		外部環境		
		機会 (O)	脅威 (T)	
		<ul style="list-style-type: none"> <li>○コロナ後の景気回復</li> <li>○県市の制度資金の充実</li> <li>○事業承継を支援する取組の拡大</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○継続するコロナ禍への不安</li> <li>○物価、原材料高</li> <li>○人手不足</li> </ul>	
内部環境	強み (S)	<ul style="list-style-type: none"> <li>○事業者における強み（各社）</li> <li>○後継者とコミュニケーション良</li> </ul>	<p><b>[機会×強み]</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・制度資金によるコロナ後につながる設備投資支援</li> <li>・親族内、事業所内での事業承継による技術・技能の継承</li> <li>・関係機関と連携した事業継続の取組支援の継続</li> </ul>	<p><b>[脅威×強み]</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ゼロカーボン化、事業再構築等他の課題も踏まえた対応</li> </ul>
	弱み (W)	<ul style="list-style-type: none"> <li>○事業者における弱み（各社）</li> <li>○事業者の財務内容の悪化</li> <li>○事業者の高齢化</li> <li>○後継者不在</li> <li>○後継者とコミュニケーション不足</li> </ul>	<p><b>[機会×弱み]</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・制度資金による運転資金の支援</li> <li>・関係機関と連携した事業継続の取組支援の継続</li> <li>・M &amp; A等の第三者承継を含めた承継支援</li> </ul>	<p><b>[脅威×弱み]</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・小規模事業者等への支援機関による伴走型支援の強化</li> </ul>

＜事業承継支援（飯田版）のセカンドステージ展開＞

～第3者承継偏重・プラットフォーム型から

川上、川下の対応強化による専門家をつなぐネットワーク支援へ～





## 令和4年度 飯田市産業振興審議会の取組経過

期日	内容	出席者
令和4年9月	<b>【分野別会議】</b> ・「地域経済活性化プログラム2023」の策定に向けた分野別会議	
令和4年10月4日	<b>【全体会議】</b> ・委員への委嘱状交付 ・諮問「地域経済活性化プログラム2023について」 ・「地域経済活性化プログラム2023」の策定に向けた進め方について ・「地域経済活性化プログラム2022」取組状況と分野別ヒアリング報告について	委員 20名
令和4年10月17日	<b>【全体会議】</b> ・取組状況の概要説明 ・事例研究 ①『市田柿ブランド向上プロジェクト』～干柿のDX化を可能にするデジタル計測器の開発～ （公財）南信州・飯田産業センター 飯田ビジネスネットワーク支援センター オーガナイザー 中島 智志 氏 ②南信州DXワーキンググループの取組みについて』 エヌ・エス・エス株式会社 代表取締役 胡桃澤 知秀 氏 ③『天龍峡の新たな取り組み』～天龍峡ナイトミュージアムを通して～ 株式会社宿研 宿運営事業開発室 天龍峡ナイトミュージアム プロデューサー 島田 祐 氏 ・グループワーク及び意見交換	委員 19名
令和4年11月11日	<b>【全体会議】</b> ・地域経済活性化プログラム2023の概要について ・諮問事項に関する審議 ・意見交換	委員 18名
令和4年12月27日	・飯田市産業振興審議会から市長に対する答申書の提出 「地域経済活性化プログラム2023に対する提言」	正副 会長

# 令和4年度 飯田市産業振興審議会委員

(敬称略 順不同)

委員	氏名	所属団体等	役職	委員	氏名	所属団体等	役職
1号委員	上野 真司	虎岩旬菜園・飯田市農業振興センター	就農アドバイザー	3号委員	野沢 稔弘	南信州工業会	会長
2号委員	塩澤 昇 (副会長)	みなみ信州農業協同組合	常務理事(営農)	3号委員	加藤 昇	南信州食品産業協議会	会長
2号委員	鋤柄 一敏	下伊那園芸農業協同組合	代表理事・副組合長	3号委員	矢崎 孝弘	NESUC-IIDA(飯田ビジネスネットワーク支援センター)	代表幹事
1号委員	殿倉 由起子	株式会社太陽農場	代表取締役	4号委員	高橋 充	株式会社南信州観光公社	代表取締役社長
2号委員	小林 秀夫	飯田市農業委員会	第2地区協議会長	4号委員	牧内 健	天龍峡温泉観光協会	会長
2号委員	吉澤 悦史	飯伊森林組合	常務理事	4号委員	菅原 慎一	遠山郷観光協会	事務局長
2号委員	澤柳 浩成	飯伊木材協同組合	理事長	3号委員	原 勉 (会長)	飯田商工会議所	会頭
1号委員	井口 潤子	有限会社南信チップセンター	取締役	5号委員	北山 良一	飯田市金融団	代表幹事
3号委員	赤羽 宏文	株式会社キラヤ	代表取締役社長	5号委員	岩松 勝	飯田公共職業安定所	所長
3号委員	外松 實	飯田商工会議所	卸商業部会部会長	5号委員	浅井 真也	下伊那高等学校校長会	会長
3号委員	森竹 和己	飯田商工会議所	小売商業部会部会長	5号委員	竹内 文人	しんきん南信州地域研究所	主席研究員
3号委員	川手 清彦	飯田電子工業会	会長	5号委員	田中 秀彦	学校法人コア学園地域情報化研究所	所長

\* 委員に記載されている号数は、飯田市産業振興審議会条例第3条第2項の該当号数

1号委員 飯田市に居住する者で、農業、林業、卸売業若しくは小売業、工業又はサービス業のいずれかに従事するもの

2号委員 飯田市に所在する農林業関係団体を代表する者

3号委員 飯田市に所在する商工業関係団体を代表する者

4号委員 飯田市に所在する観光関係団体を代表する者 5号委員 学識経験者