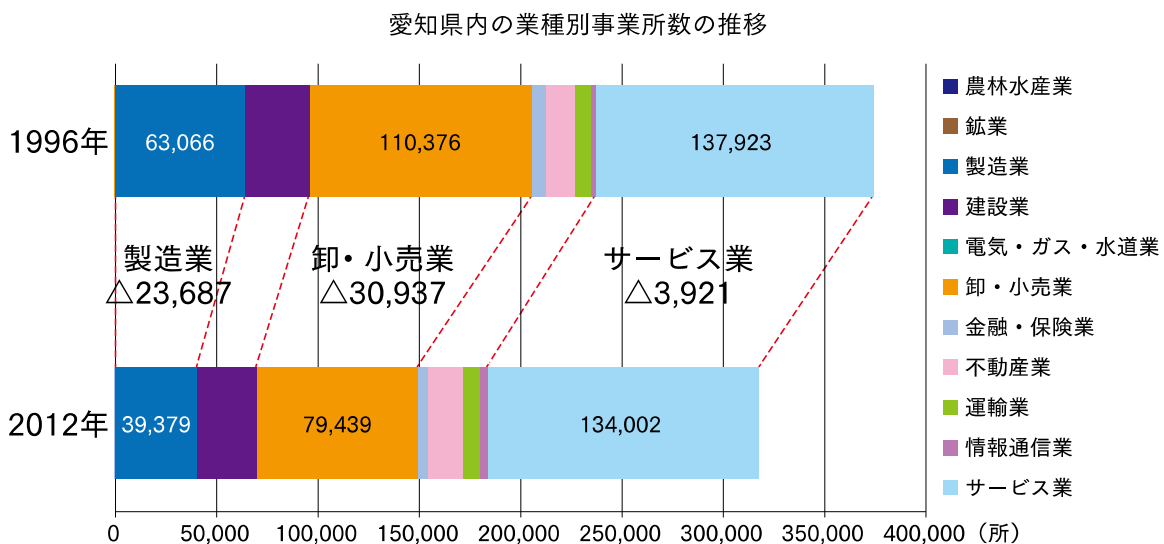


2 8つの柱と具体的な施策

柱-1 中小・小規模企業の企業力強化

(1) 現状と課題

- 地域に根ざした事業展開を行う中小・小規模企業は、多様化する課題に対応した製品や、きめ細かなサービスを創出するとともに、様々な働き方のニーズに応じた雇用の場を提供するなど、地方創生の観点から地域社会の重要な担い手として注目されている。
- しかしながら中小・小規模企業数は、1986年以降、全国的に一貫して減少傾向が続いている。本県でも事業所は減少傾向にあり、基盤産業である製造業の減少数は、卸・小売業に次ぐ規模となっている。モノづくり県愛知においても、事業所数で見ると製造業からサービス業への産業シフトが起こっている。



出所)総務省統計局「1996年事業所・企業統計調査」及び「2012年経済センサス」

- 労働生産性⁴の国際比較によると、2012年の日本の労働生産性は、OECD⁵加盟34カ国の中では第21位と低調である。
- 産業別の生産性に注目すると、サービス業や卸・小売業など小規模企業の多い産業において効率化が難しい現状がある。これらの産業は、対面型、同時同場型のビジネスモデルであるが故に、生産性が低くなりがちである。

⁴労働の効率性を計る尺度であり、付加価値額を従業員数で除した「従業員一人当たりの付加価値額」で計測するのが一般的である。

⁵経済協力開発機構の略称。先進国間の自由な意見交換・情報交換を通じて、1) 経済成長、2) 貿易自由化、3) 途上国支援に貢献することを目的とし、現在34カ国が加盟している。

米国と比較した主要産業の生産性

製造業	電気ガス	金融仲介	郵便通信
70.6%	61.0%	87.8%	73.2%
ビジネスサービス	運輸	卸・小売	飲食宿泊
50.8%	48.4%	42.4%	37.8%

出所) (公財) 日本生産性本部「労働生産性の国際比較 2010 年版」

- 中小・小規模企業が生産性を向上させるためには、ICT 技術の導入、人材育成、業務プロセスの革新、ブランド化、新商品の開発、新たなビジネスモデルの展開などの経営革新に取り組むことが有効である。
- 県内中小・小規模企業を対象としたアンケートの結果によると、過去 3 年間に新規事業に取り組んだ企業は全体の 23.3% に止まり、企業規模が小さい事業者ほど新規事業に消極的な傾向が確認された。その要因としては、資金や人材の不足、販路開拓の困難性などがあげられている。

新規事業への取組に関するアンケート結果

		合計回答数	過去 3 年間の新規事業への取組実績 (%)		
			実施した	実施しなかった	無回答
全体		545	23.3	72.8	3.9
従業員別	9 人以下	242	20.2	74.8	5.0
	10 人～99 人以下	198	26.8	71.7	1.5
	100 人以上	61	32.8	63.9	3.3
業種別	製造業	91	26.4	69.2	4.4
	卸・小売業	128	18.8	79.7	1.6
	サービス業	188	27.1	67.6	5.3
	その他	134	20.1	76.9	3.0

出所) 愛知県産業労働部産業労働政策課 「2015 年 産業労働計画(仮称)策定基礎調査」

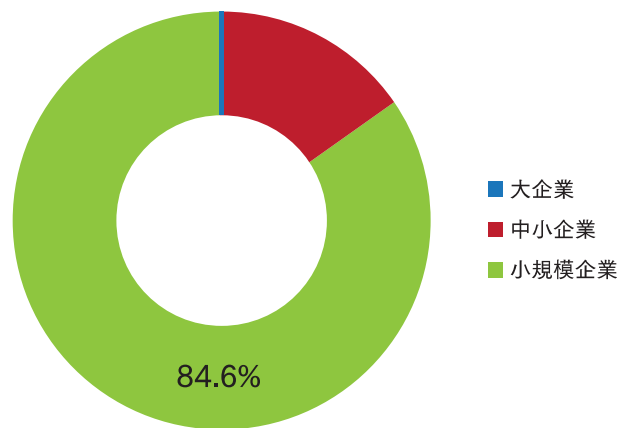
新規事業を行う上での課題に関するアンケート結果

		合計回答数	新たな事業を実施する際の課題 (%)								
			新規事業を立ち上げる人材の確保	資金の確保、調達	販売先の開拓、確保	製品開発力、企画力の不足	必要な技術の確保	専門能力をもつ人材の確保	事業経営の知識、ノウハウの不足	その他	無回答
全体		545	28.1	29.2	21.7	12.3	18.2	29.7	17.4	4.8	28.3
従業員別	9 人以下	242	19.8	29.3	22.7	10.3	14.9	22.3	17.8	6.6	30.2
	10 人～99 人以下	198	34.8	31.3	24.2	14.1	20.7	36.4	19.7	2.5	23.7
	100 人以上	61	42.6	23.0	16.4	14.8	21.3	45.9	11.5	6.6	26.2
業種別	製造業	91	27.5	26.4	30.8	20.9	25.3	27.5	11.0	4.4	27.5
	卸・小売業	128	22.7	22.7	34.4	15.6	13.3	25.0	14.8	7.8	25.8
	サービス業	188	35.1	35.6	16.0	10.1	18.1	38.3	19.7	3.2	27.1
	その他	134	23.9	28.4	11.2	6.7	17.2	23.9	20.1	4.5	32.8

出所) 愛知県産業労働部産業労働政策課 「2015 年 産業労働計画(仮称)策定基礎調査」

- 経営者の高齢化や後継者不足などによる事業承継の問題や、開業率が廃業率を大きく下回っていることも中小・小規模企業の減少要因となっている。
- 県内企業の84.6%は経営資源の乏しい小規模企業で、経営課題を個別に解決することは困難なことが多い。本県では2012年度に「愛知県中小企業振興基本条例」を策定し、施策の効果的な実施と、小規模企業に配慮した施策の実現に努めている。

愛知県内企業における小規模企業の割合



出所)総務省統計局「2012年経済センサス」

(2) 施策の方向性

- 中小・小規模企業の経営革新を促進させるため、資金供給の円滑化や販路開拓など、中小・小規模企業が抱える課題に対する支援施策を充実させる。
- 創業や円滑な事業承継に関する支援を充実させることで、中小・小規模企業の新陳代謝を図る。
- 中小・小規模企業と支援者の接点を増やし、双方に顔の見える関係を構築することで、これまで行政の支援施策が行き渡っていない中小・小規模企業に対して、きめ細かな支援を展開する。
- 数多くの中小・小規模企業の多様な経営課題に対応した支援を行うため、金融機関や商工会・商工会議所、愛知県中小企業団体中央会、税理士など、地域の中小企業支援機関同士の連携を深める。

(3) 具体的な施策と目標

【柱－1 を総括する成果達成目標】

- ◆開業率：(2013 年度)5.24% → 2020 年度までに 6%
(日本一ビジネスしやすい地域の実現として 2030 年に 7%)
- ◆中小企業の製造品出荷額等の全国シェア：
(2013 年)8.59% → 2020 年までに 10%

【中小・小規模企業に対する支援施策の充実】

●新規事業展開、販路開拓への支援、ICT による販売促進への支援

地域の中小企業支援機関と連携して経営革新計画の策定を促進することで、中小・小規模企業が現状の経営環境や内部資源を把握し、将来の目標を設定する機会を提供する。

また、「あいち中小企業応援ファンド」により、中小・小規模企業の新商品開発や販路開拓を支援する。更に、インターネットを通じた WEB マーケティングの支援を充実する。また、各種展示会への出展事業において、展示・PR 手法に関するセミナーを事前に実施することなどにより、中小・小規模企業の営業活動の高度化を促す。

- ・経営革新承認件数：1,500 件(2020 年度までに)
- ・あいち中小企業応援ファンド採択事業の 3 年以内事業化：
毎年 5 件以上(2018 年度まで)
- ・WEB マーケティングの研修参加者数：850 名(2020 年度までに)
- ・取引あっせん件数：20,800 件(2020 年度までに)

※枠内には主な進捗管理指標を記載。

●金融の創造・創出(金融の円滑化)

県制度融資において、利用者ニーズを踏まえ、機動的に制度の充実を図りつつ必要な融資枠を確保する。また、経営支援と一体となった金融支援を推進するとともに、利用が拡大するクラウドファンディング⁶など、新たな資金調達方法についても検討を進める。

- ・県内中小・小規模企業及び起業家のクラウドファンディングサイト掲載件数：
20 件(2020 年度までに)

●創業・ベンチャービジネスへの支援

新たな企業が生まれ育つ環境づくりに向け、インキュベート施設において、支援しているベンチャー企業などにビジネスプランを公表する場を提供し、金融や経営面でのサポートを通じて創業をバックアップする。

⁶新商品開発などに意欲のある中小企業や起業家が、インターネットを活用して、多数の投資家と結び付き、少額ずつ事業資金を集める仕組みのこと。

- ・創業プラザあいちにおける創業件数：75件(2020年度までに)
- ・ビジネスプラン発表会の発表数：20件(2020年度までに)

●小規模企業への支援の強化

「愛知県中小企業振興基本条例」の第12条から第16条までの規定を踏まえ、資金繰り、設備導入、販路開拓などの支援策において小規模企業の活用を促進するための配慮を行う。

- ・県などの中小企業支援施策の利用者のうち小規模企業の割合：50%(2020年度までに)

●研究開発、技術開発への支援

「あいち産業科学技術総合センター」において依頼試験や技術相談を実施することで、中小・小規模企業の研究・技術開発を支援する。

- ・依頼試験の件数：96,000件／年度
- ・技術相談の利用件数：28,000件／年度

●知的財産戦略への支援

「愛知県知財総合支援窓口」において知的財産に関する相談対応や専門家の派遣を実施することで、企業の知的財産戦略の高度化を図り、研究開発成果から競争力強化につながる知的財産の創出・保護に取り組む。また、大企業などの知的財産を中小・小規模企業の新製品開発に結びつける知財ビジネスマッチングを実施する。

- ・知財相談件数：3,000件以上／年度

●CSR(企業の地域貢献)推進に向けた支援

地域の障害者やニート・フリーターなどの若者の雇用創出、学校への社会人講師の派遣、職場・工場見学や職場体験の受入など、地域貢献に積極的に取り組む企業などへの顕彰制度の創設を検討する。

●企業防災力の強化(BCPの普及促進)に向けた支援

大規模地震などの発生に備え、大学との共同研究で把握した企業防災における課題や企業防災を担う人材育成のあり方などを踏まえ、商工会・商工会議所及び愛知県中小企業団体中央会との連携のもと、中小・小規模企業におけるBCPの普及を促進させる。

- ・県内中小・小規模企業のBCP講習会参加企業数：300企業(2020年度までに)

●事業承継、業態転換への支援

「愛知県事業引継ぎ支援センター」や地域金融機関などと連携し、株式や債務などの金融承継と営業や製造のノウハウといった事業の承継を両面から支援する。また、経営者の養成につながるセミナーなどを通じて後継者を育成することで中小・小規模企業の事業承継を円滑にする。

- ・事業承継に係る認定件数：50件(2020年度までに)

●中小・小規模企業をけん引し地域を担う中堅企業への支援

中堅企業を核とするグループによる新分野・新市場への進出を支援する。

- ・グループ組成数：5グループ(2020年度までに)

●品質管理、生産管理の強化への支援

専門家を派遣することで、生産工程の合理化など、中小・小規模企業の生産性の向上につながる支援を実施する。

- ・専門家派遣件数：200件(2020年度までに)

【中小・小規模企業に対する支援体制の強化】

●よろず支援拠点を中心とした産学官金の連携、役割分担

全国トップクラスの相談実績を誇る「愛知県よろず支援拠点」を中心に、(公財)あいち産業振興機構が連携覚書を結んだ地域金融機関とのネットワークなどを活用し、県内の中小・小規模企業が活用しやすい相談機能を整備する。また、メールマガジンを活用した支援施策の情報提供を強化する。

- ・ワンストップ窓口の相談対応件数：25,000件(2020年度までに)
- ・メールマガジンの登録増加件数：1,000件増加(2020年度までに)

●相談窓口機能の強化

中小・小規模企業の経営・労働分野のワンストップ窓口である「愛知県産業労働センター」の利用を広く周知する。また、地域の中小企業相談窓口である商工会・商工会議所などの地域支援機関の機能強化を図るため、経営指導員などを対象とした実践的な研修会を開催し、その支援能力を向上させるとともに、支援機関間の人的なネットワークを醸成する。

- ・商工会・商工会議所の経営指導員の課題解決提案件数：14,000件(2020年度までに)

●地域金融機関との連携(地域密着型金融)

地域の金融機関と支援機関、行政機関が合同参加する勉強会や金融懇談会を定期的に開催することで、支援人材間で顔の見える関係を醸成し、連携して中小企業支援に取り組む体制を構築する。

- ・金融機関との勉強会開催件数：15回(2020年度までに)
- ・金融機関と連携した事業の実施件数：25回(2020年度までに)

●商工会・商工会議所、事業協同組合など、各種関係団体への加入促進

中小・小規模企業の連携又は事業の共同化による経営資源の相互の補完の促進を図るとともに、ネットワークを活性化させるため、各種団体の加入促進につながる活動を支援する。

●司法書士、行政書士、税理士、公認会計士、社会保険労務士、弁理士、中小企業診断士、弁護士など、士業との連携

支援機関と士業団体の間における連携協定の締結や、連携事業の実施を促進する。

●公契約を活用した施策の推進

公契約条例の制定に向けた検討を進めるとともに、地域経済に根ざした活動を展開する地元企業への配慮を行う。

●中小企業支援施策に関する説明会の実施

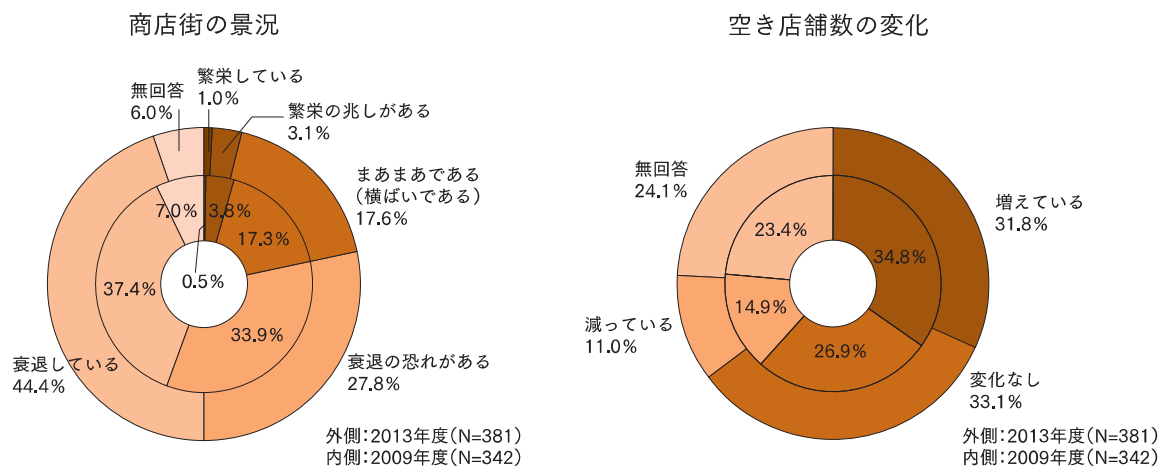
本ビジョンに体系づけられた支援施策や「愛知県中小企業振興基本条例」の理念、市町村の支援施策などを共有する目的で、中小・小規模企業や中小企業支援機関、市町村などを対象に説明会を開催する。また、支援施策の立案や実施に際しては、中小・小規模企業と市町村や県の担当職員が意見交換する車座集会のような場を設け、中小・小規模企業の現場の声を踏まえた運用に努める。

・説明会開催件数：25回(2020年度までに)

柱-2 地域創生に資する産業の振興

(1) 現状と課題

- 商店街をはじめとした商業・サービス業や地場産業をはじめとする地域産業は、文化や伝統を継承するとともに、雇用や地域コミュニティを支える役割を担い、まちづくりに寄与してきた。
- しかし、大規模小売店舗の進出や消費者動向の変化により、地域に密着した商業・サービス業は衰退の傾向にあり、商店街では、空き店舗が増加するなど、その機能の維持が困難となってきている。



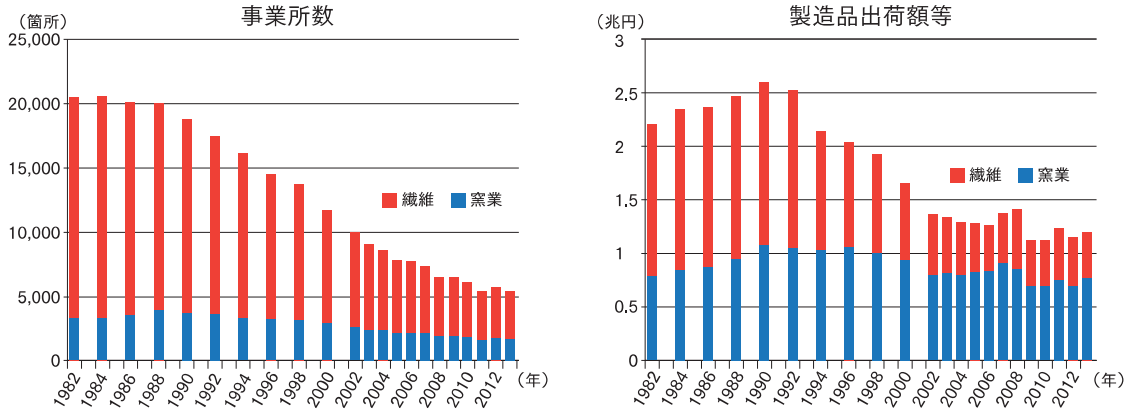
商店街が抱える問題(上位3つ)

2013年度 (N=381)		2009年度 (N=342)	
後継者のない個店が多く高齢化がすすんでいる	62.7%	後継者のない個店が多く高齢化がすすんでいる	61.1%
店舗の老朽化、陳腐化	41.7%	商店街活動への事業者の参加意識が薄い	39.8%
魅力ある店舗が少ない	38.1%	店舗の老朽化、陳腐化	37.4%

出所)愛知県産業労働部商業流通課「2014年3月商店街実態調査報告書」

- 愛知県の地場産業である繊維や窯業に携わる県内事業所数は、安価な海外製品との競争や、後継者の不足などの要因で減少傾向にある。地場産業は、地域の文化を伝承する役割も担っているため、その減少は地域文化の喪失にもつながるものである。これらの製造品出荷額等は1980年代後半から1990年前半頃のピークに比べると大幅に減少しているが、近年は下げ止まりの傾向にあり、厳しい淘汰を生き抜いた活力ある事業所の存在も認められる。地場産業の振興には地域文化の伝承の視点も踏まえて取り組む必要がある。

繊維及び窯業の県内製造業事業所数と製造品出荷額等の推移



出所)経済産業省「工業統計調査」

- 製造業に圧倒的な強みを持つ本県においても、事業所数は第3次産業が最も多く、県内総生産(名目)のシェアにおいても2008年度以降は第3次産業のウェイトが相対的に高まっている。
- 生産工程の自動化や人員のピーク調整が難しいなどの理由によりサービス産業の生産性は製造業よりも低い。サービス産業の生産性の向上などについて、本県においてもサービス産業支援のあり方を検討する必要性が高まっている。
- また、本県は地域資源(地域の特産物である農林水産物や鉱工業製品及びその生産に関する技術、観光資源)が豊富で、地域に根ざし、高い技術力やニッチトップ⁷な製品を有する事業者が多いにもかかわらず、ほとんど知られていない状況がある。地域資源を活用した中小・小規模企業の事業活動を支援するとともに、本県のモノづくりの強さをアピールすることで、地域の中小・小規模企業のブランド力を向上させることも有用である。
- 国においては、「まち・ひと・しごと創生総合戦略」を取りまとめ、人口減少と地域経済縮小の改善に向け、各種施策を展開しており、地域を支える産業の再生はその大きな柱の一つとなっている。これらの施策を活用し、地域を支える地域産業や生活密着のサービス産業の支援を検討する必要がある。

(2) 施策の方向性

- 日々の暮らしを支える商業・サービス機能の維持・強化を目的として、商店街の商機能と地域コミュニティ機能の強化に向けた支援を行う。

⁷規模の小さい隙間市場において、圧倒的なシェアを誇ること。

- 大規模小売店舗は、周辺地域の環境やまちづくりへ大きな影響を与えること、また、企業の社会的責任が重要視されていることなどを踏まえ、大規模小売店舗に対し、地域との調和・共生の役割を求めていく。
- サービス産業を活性化するため、商業・サービス業をはじめとするサービス産業の生産性の向上を図る。
- 地域産業が伝統・技能の継承、雇用の確保、地域文化の発信などといった役割を担い続けられるよう、既存製品の高付加価値化、新商品開発及び販路拡大などの支援を行う。
- 国の各種施策を活用し、地域を支える産業の再生を積極的に促進する。また、流入人口の増加を図るための新たな取組を検討する。

(3) 具体的な施策と目標

【柱－2 を総括する成果達成目標】

◆県内総生産の全国シェア：

(2012年)6.9% → 2020年までに7.5%程度

※ただし、他の施策と合わせ実現

【商店街をはじめとした地域の商業・サービス業などの活性化】

●市町村が計画的・主体的に行う商店街活性化に向けた取組への支援

「まちづくり」の観点から商店街活性化の主体的役割を持つ市町村が実施する、訪日外国人旅行者の増大やICTの進化など社会環境の変化に対応した商店街の商機能の強化を図るための取組、高齢者や子育て世代への支援、防犯・防災対策など商店街の地域コミュニティの担い手としての機能を強化する取組、商店街の担い手育成と外部人材の積極活用への取組などの商店街活性化事業に対して支援する。

・商店街の活性化成功事例：25件(2020年度までに)

●商店街組合が行う活性化に向けた取組への支援

商店街組合が実施する商機能の強化を図るための取組、地域コミュニティの担い手としての機能を強化する取組などの活性化事業に対して支援する。

また、商店街マネージャーや専門家などの外部人材の積極的な活用を促進する。

・主な商店街のうち、通行量の改善した商店街の割合：各年度60%

●地域・商店街を応援する多様な主体と連携した取組への支援

行政、支援機関、大学などをメンバーとした「あいち商店街利用促進会議(仮称)」を設立し、商店街の利用促進に向けた広報・普及活動、施策提言などを実施する。また、大学、地域住民、NPO、まちづくり会社などの多様な主体と連携した、商店街だけでは解決が難しい課題を協働で実施する取組への支援を行う。

・産官学連携による商店街活性化取組件数：15件(2020年度までに)

●大規模小売店舗との共生

大規模小売店舗に社会環境の変化に対応した広範な地域貢献活動を促し、商店街や地域との共生を推進する。

・愛知県商業・まちづくりガイドラインに基づく
「地域づくりの取組への協力」実施率：各年度 90%

●サービス産業の支援施策の充実

サービス産業の課題の見える化と解決策の立案を推進するため、国の「サービス産業チャレンジプログラム」を踏まえた支援策などを検討する。また、サービス産業の生産性向上を図る事業者の取組を支援する。

・サービス産業の経営革新計画：600件(2020年度までに)

●販路開拓への支援

「まち・ひと・しごと創生総合戦略」の交付金などを活用し、地域の商業・サービス業の販路拡大を支援することにより、地域を支える産業の再生を積極的に促進する。

・商工会連合会アンテナショップ販売支援品数：200品/年度

●ICTによる販売促進への支援

研修などにより、SNS⁸やEコマース⁹を活用した販路拡大を支援する。

・SNS、Eコマース研修参加者数：300人(2020年度までに)

【地場産業など地域産業の活性化】

●技術技能の継承に向けた支援

地域に密着した産業の多くが、中小・小規模企業であり、企業単独での技術技能の継承が難しいため、産地組合などが共同で実施する技術技能の継承のための研修を支援する。また、中小・小規模企業にとって課題となっている事業継続のための後継者の人材育成支援を行う。

⁸ソーシャルネットワークワーキングサービスの略称で、人と人とのつながりを促進・サポートする、コミュニティ型のWEBサイトのこと。

⁹電子商取引の略称で、インターネットやコンピュータなど電子的な手段を介して行う商取引のこと。

- ・あいち産業科学技術総合センターにおける技術相談・指導件数：
28,000 件／年度

●販路開拓への支援

伝統工芸や日本酒など地域資源を活用した製品の展示商談会の出展支援や産地組合の取組に対する支援などを通じて需要喚起を行う。

また、中小・小規模企業の販路拡大などを支援するため、地域の金融機関との連携による基金創設など新たな支援施策について検討する。

- ・産地組合などが実施する商談件数：250 件／年度
- ・デザイナー招へい人数：15 人(2020 年度までに)

●デザインや異業種との連携による高付加価値化への支援

「産業デザイントライアルコア」において 3D プリンターなどによる産業デザインを活用したモノづくりを支援する。

- ・産業デザイントライアルコアの技術指導・相談件数：200 件／年度

●ブランド化、知的財産保全に対する支援

繊維、窯業などの地場産業の競争力を強化するためには、高付加価値を生む製品・技術が重要であり、そのためにはブランド化など知的財産の戦略的な活用が重要である。

こうした取組をサポートするため、(公財)あいち産業振興機構と(一社)愛知県発明協会に設置された、「知財総合支援窓口」など、関係各機関と連携し、戦略的に知的財産の保全を支援していく。

- ・地域団体商標新規出願件数：5 件(2020 年度までに)

●優れたモノづくり企業を国内外にアピール(「愛知ブランド企業」など)

県内の優れたモノづくり企業を「愛知ブランド企業」として認定し、オンリーワン技術やシェアトップなどの強みを国内外にアピールすることにより、その競争力強化を支援する。

- ・愛知ブランド Web サイト・ページビュー件数：400 万件／年度

●地域資源などの活用による新商品開発の支援

中小・小規模企業の地域資源を活用した新製品開発や販路拡大などの新たな事業展開を支援する「あいち中小企業応援ファンド」により、本県の地域産業の強化や新たな産業の創出を推進するとともに、国の地域産業資源活用事業計画などの支援制度とも連携を図っていく。

また、この応援ファンドは、本県の主要な中小・小規模企業支援策の一つであることから、国に対し 2018 年度の償還期限後の事業継続を要望していく。

- ・地域資源指定件数：年間 50 件以上

【地域へ人や産業を呼び込む取組の推進】

●女性の活躍と雇用の拡大を通じた産業の振興

県内で活躍する女性などをメンバーとする「あいち・ウーマノミクス研究会」における、女性が活躍する産業の振興についての検討を踏まえ、女性の活躍と雇用の拡大を通じた新たな産業の創出、既存産業の生産性向上、人材の育成・確保に取り組む。

- ・20代女性の首都圏への転出超過数：1,400人までに抑える(年間)

●シティプロモーション、シビック・プライド¹⁰の取組促進

本県に国内外から人が集まるためには、企業誘致や地域産業活力の向上はもとより、この地域の文化芸術やスポーツイベントなどの国際的なイベントの開催や観光プロモーションなどを通じた賑わいの創出と併せて、県民自らが地域の魅力を発信していく「シビック・プライド」の取組を促進していく。

- ・県関連イベントなどへの伝統的工芸品出品数：5品目/年度

●山村、離島、半島部の活性化に向けた取組促進

三河山間地域及び三河湾の島々とそのゲートウェイの魅力をメディアやイベントなどを活用して発信するとともに、モニターツアーを実施するなど、誘客を図る。

また、「三河の山里サポートデスク」において、三河山間地域でのなりわいづくりに意欲のある者から農林業や6次産業化などの起業プランの募集を行い、関係団体と連携のもと、プランの実現を支援するとともに、セミナーなどを通じて普及啓発を進めていく。

- ・三河山間地域の観光客数：650万人/年
- ・離島及び周辺地域の観光客数：1,341万人/年

●ソーシャルビジネス¹¹の支援

行政、金融機関、産業支援機関、NPO支援機関などによる連携組織である「ソーシャルビジネスサポートあいち」を中核として、ソーシャルビジネスの起業・経営を支援する。

また、名古屋市と連携し、都市型のソーシャルビジネスの支援施策を検討する。

¹⁰個人個人が都市(市区町村、商店街、沿線など)に抱く誇りや愛着のこと。

¹¹住民、NPO、企業など、様々な主体が、地域社会の課題解決に向けて、ビジネスの手法を活用して実施する取組のこと。

●流入人口の増加促進(UIJ ターンの支援など)

国の「移住・交流情報ガーデン」と連携し、地域への就職と暮らしに関する情報を一元的に収集・提供する「地域しごと支援センター」を設置・運営し、地域が必要とする人材を首都圏などで掘り起こす。

また本県への移住、転職を支援し、都市部の大企業などにおいて実績のある 30 代から 50 代の人材と県内中堅・中小企業のマッチングを促進する。

併せて、地域を支える産業の継続的な発展を支援するため、山村地域の就農相談会や、「林業労働力確保支援センター」との連携による林業就業相談を実施する。

・地域しごと支援センターの利用件数：3,000 人／年度