
久万高原町
中小企業振興計画



令和2年3月
久万高原町

目 次

第1章 計画策定について

| | | |
|---|-------------------------------|---|
| 1 | 計画策定の考え方 | 1 |
| 2 | 中小企業等の定義 | 1 |
| 3 | 久万高原町中小企業・小規模企業振興基本条例の制定までの動き | 2 |
| 4 | 計画の位置付け | 6 |
| 5 | 計画の期間 | 6 |

第2章 中小企業を取り巻く環境

| | | |
|---|------------|----|
| 1 | 久万高原町の概要 | 7 |
| 2 | 中小企業を取巻く状況 | 11 |
| 3 | アンケート調査結果 | 22 |
| 4 | ヒアリング結果 | 29 |
| 5 | 久万高原町の課題 | 37 |

第3章 施策の展開

| | | |
|---|---------------------|----|
| 1 | 施策の目標 | 39 |
| 2 | 施策の体系 | 41 |
| 3 | 重点目標、基本方針、具体的な施策の展開 | 42 |

第4章 計画の推進

| | | |
|---|-----------|----|
| 1 | 推進体制 | 50 |
| 2 | 推進の進行管理 | 51 |
| 3 | 県内の産業支援機関 | 52 |

参考資料

| | | |
|---|-----------------------|----|
| 1 | 久万高原町中小企業・小規模企業振興基本条例 | 53 |
| 2 | 久万高原町産業振興支援事業補助金交付要綱 | 55 |
| 3 | 久万高原町企業立地促進条例 | 59 |

第1章 計画策定について

1 計画策定の考え方

本町では、急速に人口減少と高齢化が進展しています。平成24年に三坂道路開通により、県都松山市とのアクセスが向上し、道の駅「天空の郷さんさん」などの観光施設に多くの観光客が増加した反面、町内からの人口流出も増加し、本町の中小企業及び小規模企業の経営に大きな影響を与えています。

また、消費者ニーズの多様化、消費の冷え込み等消費行動の変化、町内の人口減少により、労働力の低下、後継者不足等による経営課題が山積しており、中小企業及び小規模企業の多くは、経営資金の調達、人材の確保、新たな設備投資、販路の拡大等についても厳しい状況に置かれています。

そこで、久万高原町中小企業・小規模企業振興基本条例を平成31年(2019)4月に制定し、中小企業及び小規模企業を総合的かつ戦略的に行うための目標、施策等を定めた「久万高原町中小企業振興計画(以下「計画」という。)」を策定します。

2 中小企業等の定義

本計画の対象は、久万高原町内に事業所を有する中小企業と小規模企業とします。

| 業種 | 中小企業者(下記のいずれかを満たすこと) | | |
|-------------------------------------|----------------------|-------------|-------|
| | 資本金の額又は 出資の総額 | 小規模企業者 | |
| | | 常時雇用する従業員の数 | |
| ①製造業、建設業、運輸業、 その他の業種 (②～④を除く) | 3億円以下 | 300人以下 | 20人以下 |
| ②卸売業 | 1億円以下 | 100人以下 | 5人以下 |
| ③サービス業 | 5,000万円以下 | 100人以下 | 5人以下 |
| ④小売業 | 5,000万円以下 | 50人以下 | 5人以下 |

出典：久万高原町中小企業・小規模企業振興基本条例

3 久万高原町中小企業・小規模企業振興基本条例の制定までの動き

国において、中小企業の振興は、地方行政の運営に関わる大変重要な課題となっています。それは、雇用の重要な受け手であると同時に地域社会の諸活動における重要な担い手であり、住民生活に必要な諸活動でもあるからです。これを支援するのが、地域の金融機関であり、商工会や中小企業団体等の地域企業支援機関です。

また、町内の各機関が連携をしながら地域の社会や経済の活性化を進め、その動向を把握しながら、それら全体をコーディネートする役割を期待されているのが地方行政です。

しかしながら、行政による中小企業振興施策は、地方財政が厳しくなっている折、補助金・助成金等を従来の水準を超えて期待することはなかなか困難です。

国ならびに地方の行政は、平成9年（1997）12月の行革審最終答申で政策評価の導入が提言され、平成13年（2001）の『政策評価法』施行以来、効率的で質の高い行政の実現、成果重視の行政への転換が求められ、「政策（狭義）」、「施策」、「事務事業」の全てが「政策評価」の対象となり、「企画立案(plan)」、「実施(do)」、「評価(see)」を主要な要素として体系的な政策の企画・立案が求められています。

久万高原町においても、地方創生の折り、まち・ひと・しごと地方版総合戦略、人口ビジョンの策定を行い、政策評価 KPI 指標を用いて政策評価に取り組んでいます。

こうした中、平成22年（2010）6月18日、内閣府において『中小企業憲章』が閣議決定されました。同年2月に、中小企業庁のもとに「中小企業憲章に関する研究会」が設けられ、パブリックコメントなどを経て、6月に決定されました。大企業に重きを置く風潮や価値観が形成されてきている中、わが国で圧倒的多数を占め、雇用の受け皿になっている中小企業を、「経済をけん引する」主体と位置づけ、地域社会と住民生活に貢献する存在として扱っています。

『中小企業憲章』の閣議決定を契機に、各地において中小企業振興基本条例の制定ないし改正が行われるようになってきました。

■ 中小企業憲章閣議決定以後の国の動き

| | |
|-----------|-------------------------|
| 2010年 6月 | 中小企業憲章の閣議決定 |
| 2012年 6月 | 中小企業経営力強化支援法の成立 |
| 2012年 12月 | 安部内閣発足（アベノミクス） |
| 2013年 6月 | 小規模企業活力法が成立 |
| 2013年 12月 | 産業競争力強化法が成立 |
| 2014年 3月 | 小規模企業振興基本法及び小規模企業支援法が成立 |
| 2014年 10月 | 小規模企業振興基本計画策定 |
| 2016年 7月 | 中小企業等経営強化法制定 |
| 2019年 6月 | 小規模企業振興基本計画（第Ⅱ期）策定 |

久万高原町では、中小企業・小規模企業の振興に関する基本理念や町の施策の基本方針を定めるとともに、町の責務、中小企業者等の役割を明らかにする「久万高原町中小企業・小規模企業振興基本条例」を制定し、平成30年（2018）4月1日より施行した。愛媛県内市町では7番目の施行であり、町としては一番早い施行です。

（1）久万高原町中小企業・小規模企業振興基本条例

◎中小企業・小規模企業振興基本条例とは

この条例は、地域の経済と町民の雇用を支える中小企業等の振興に対して、久万高原町の姿勢を広く示すもので、中小企業等の「基本理念」「施策の基本方針」と、「町の責務」「中小企業者等の役割」「町民の理解と協力」などを定めています。

◎中小企業・小規模企業振興基本条例の考え方

中小企業者等が自ら経営基盤の強化、技術の伝承、人材育成や雇用促進等に積極的に取り組むとともに、久万高原町、商工会、金融機関が社会全体で支援し、中小企業等の振興に取り組むものです。

(2) 中小企業憲章

平成22年(2010)6月、国は中小企業政策の基本的考え方と方針を明らかにした「中小企業憲章」を閣議決定しました。

【中小企業憲章とは】

中小企業は経済を牽引する力であり、社会の主役として地域社会と住民生活に貢献し、伝統技能や文化の継承に重要な機能を果たす、国家の財産ともいふべき存在であるとの認識のもと、国内の少子高齢化や経済社会の停滞等の解消に向けて、医療、福祉、情報通信技術、地球温暖化問題をはじめとする環境・エネルギーなど市場の成長が期待できる分野で力を発揮し、豊かな経済、安心できる社会、そして人々の活力をもたらす、日本が世界に先駆けて未来を切り拓くモデルを示します。

【基本原則】

- ① 経済活力の源泉である中小企業が、その力を思う存分に発揮できるよう支援する
- ② 起業を増やす
- ③ 創意工夫で、新しい市場を切り拓く中小企業の挑戦を促す
- ④ 公正な市場環境を整える
- ⑤ セーフティーネットを整備し、中小企業の安心を確保する

【行動指針】

- ① 中小企業の立場から経営支援を充実・徹底する
- ② 人材の育成・確保を支援する
- ③ 起業・新事業展開のしやすい環境を整える
- ④ 海外展開を支援する
- ⑤ 公正な市場環境を整える
- ⑥ 中小企業向けの金融を円滑化する
- ⑦ 地域及び社会に貢献できるよう体制を整備する
- ⑧ 中小企業への影響を考慮し政策を総合的に進め、政策評価に中小企業の声を生かす

(3) 小規模企業振興基本法

平成26年(2014)6月、小規模企業の振興の基本原則、基本方針等を定めるとともに、小規模企業の振興に関する施策を総合的かつ計画的に推進するため、「小規模企業振興基本法」(以下、「小規模基本法」という。)が制定されました。

小規模基本法では、小規模企業の振興においては、小規模企業が、多様な主体との連携及び協働を推進することによりその事業の持続的な発展が図られること、そして、小規模企業者とその経営資源を有効に活用し、活力の向上を図ることを基本原則としています。

また、政府は、小規模企業の振興に関する施策の総合的かつ計画的な推進を図るため、小規模企業振興基本計画を定めなければならないとしており、平成26年(2014)10月に基本計画を策定しました。

【小規模企業振興基本計画における4つの目標と10の重点施策】

目標1 需要を見据えた経営の促進

(重点施策1) ビジネスプラン等に基づく経営の促進

(重点施策2) 需要開拓に向けた支援

(重点施策3) 新事業展開や高付加価値化の支援

目標2 新陳代謝の促進

(重点施策4) 起業・創業支援

(重点施策5) 事業承継・円滑な事業廃止

(重点施策6) 人材の確保・育成

目標3 地域経済の活性化に資する事業活動の推進

(重点施策7) 地域経済に波及効果のある事業の推進

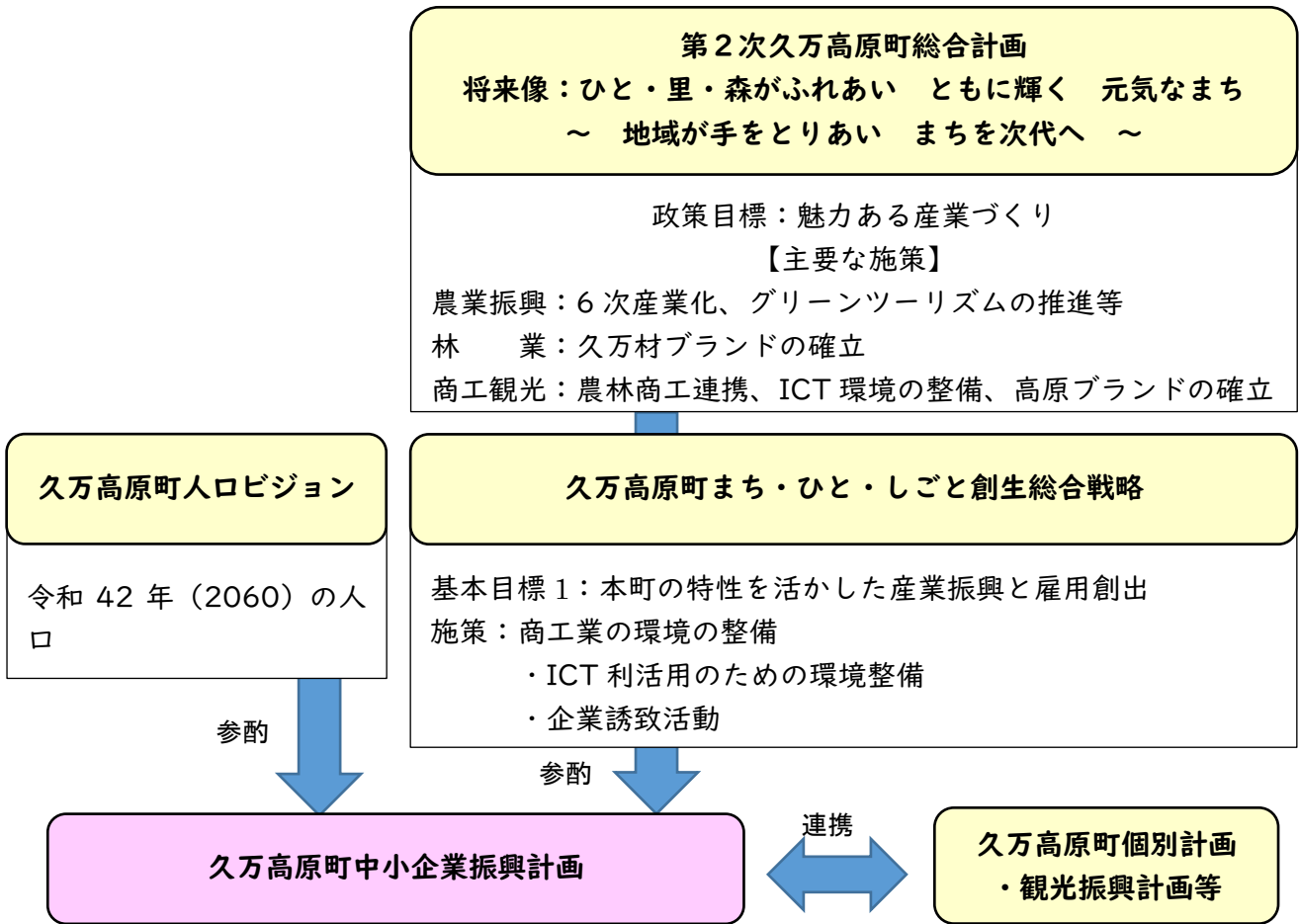
(重点施策8) 地域のコミュニティを支える事業の推進

目標4 地域ぐるみで総力を挙げた支援体制の整備

(重点施策9) 支援体制の整備

(重点施策10) 手続きの簡素化・施策情報の提供

4 計画の位置付け



5 計画の期間

本計画の期間は、令和2年度（2020）から令和6年度（2024）の5箇年度とします。

第2章 中小企業を取り巻く環境

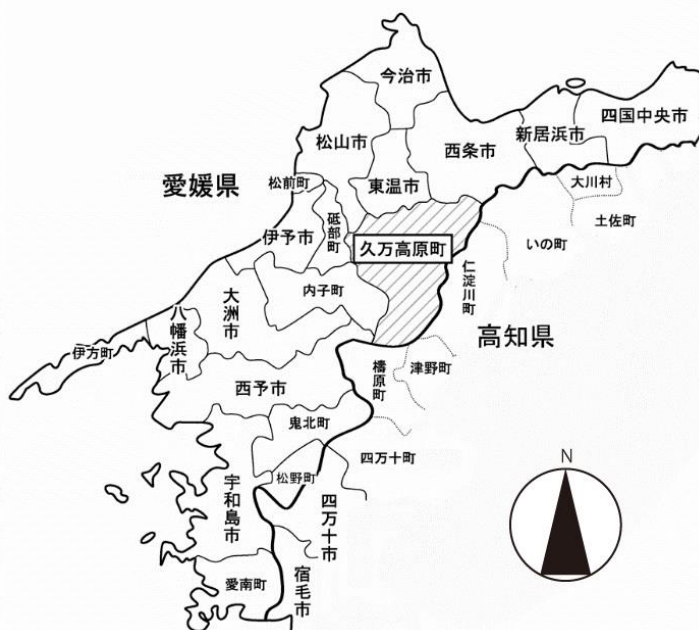
1 久万高原町の概要

久万高原町は、緑あふれる森林や仁淀川水系が生む水辺環境とともに、美しく深い自然に恵まれています。県都松山市にも隣接しており、都市との交流地域、近郊農村地帯、周辺住宅地、良質な木材の産地としての自然的・地理的特性を有しています。

ここでは、久万高原町の地勢・人口・産業に関する統計データから現況を概説し、国の中小企業振興に係る施策の流れと愛媛県、県都松山市等との比較から、久万高原町の産業構造と中小企業・小規模企業の実態を明らかにします。

(1) 位置

久万高原町は愛媛県のほぼ中央部に位置し、旧久万町・面河村・美川村・柳谷村の4か町村が平成16年(2004)8月に合併した高原のまちです。県都松山市から国道33号で約30kmの地点にあり、総面積は584km²、標高1000mを超える四国山地に囲まれた山間の地域で、土佐湾へ流れ込む仁淀川から分岐した、面河川、久万川が縦走する水源地域です。



位置図

(土地利用)

| 総面積 | 林野面積 | 林野率 | 経営耕地面積 | 経営耕地面積 | | |
|----------|----------|-------|---------|--------|-------|------|
| | | | | 田 | 畑 | 樹園地 |
| 58,369ha | 52,477ha | 89.9% | 1,217ha | 776ha | 422ha | 19ha |

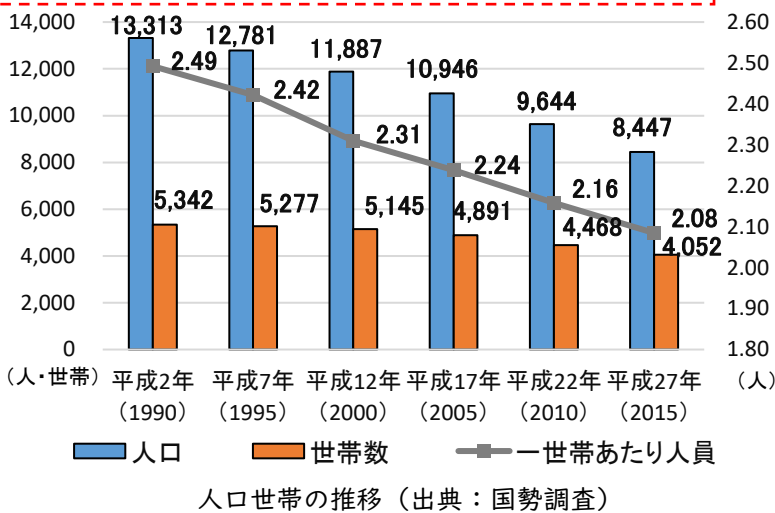
出典：平成27年農林業センサス

(2) 人口等

- ・人口減少・少子高齢化が進行し、令和22年(2040)には全体人口が半減します。
- ・世帯人員の減少、独居世帯の増加、今後も高齢化の進展とともに世帯構成も変化します。
- ・久万高原町の人口減少は、中小企業及び小規模企業の従業員確保、消費構造の変化などを与える影響は大きくなっていきます。

①人口・世帯数の推移

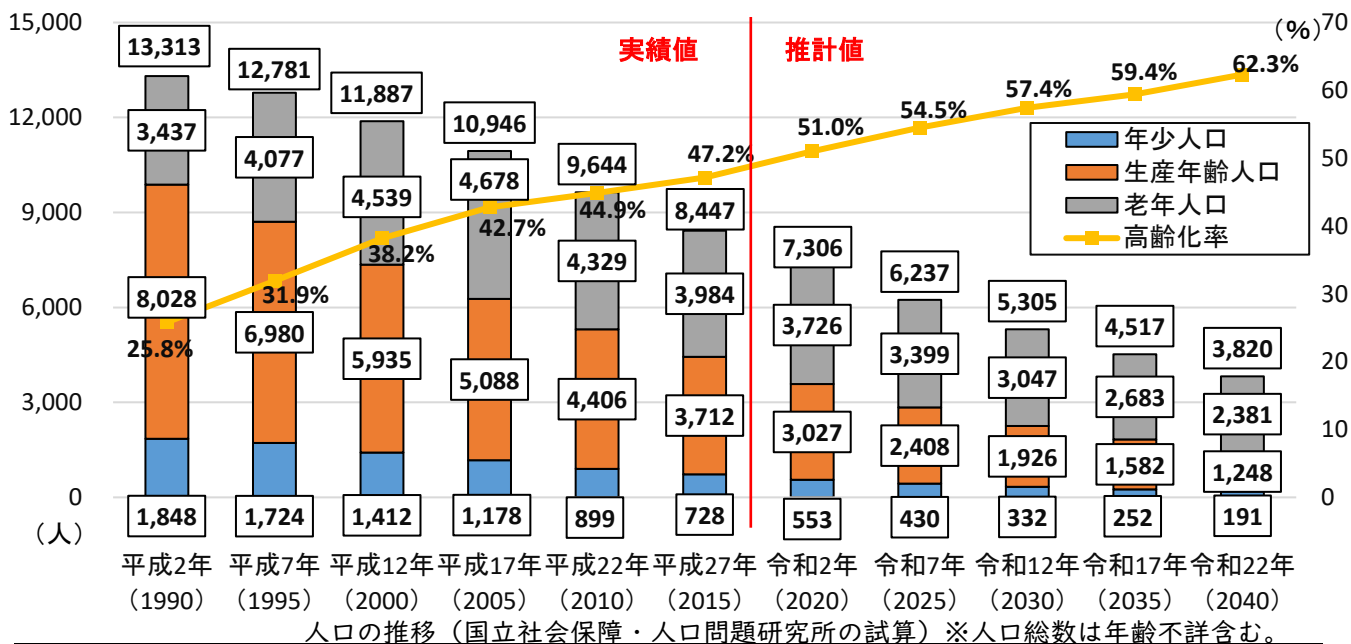
平成2年(1990)から平成27年(2015)の間で、総人口は4,866人(減少率36.6%)、世帯数は1,290世帯(減少率24.2%)減少しています。調査年毎の人口減少率は、毎回大きくなっており、平成22年(2010)から平成27年(2015)の人口減少率は12.4%となります。



②年齢3区分人口の推移

久万高原町の人口は減少が続いており、平成27年(2015)には、総人口8,447人、年少人口(0~14歳)728人、生産年齢人口(15~64歳)3,712人、老年人口(65歳以上)3,984人となっています。国立社会保障・人口問題研究所の最新の推計(平成30年(2018)推計)では、令和22年(2040)には、総人口3,820人、年少人口191人、生産年齢人口1,248人、老年人口2,381人まで減少すると推計されています。

また、老年人口も、平成17年(2005)に4,678人でピークとなり、その後減少傾向にあり、高齢化率の上昇が予測される。平成2年(1990)には25.8%でしたが、平成27年(2015)では47.2%となり、令和22年(2040)には62.3%になると推計されています。



(3) 産業

① 農業

久万高原町の耕地は標高 400～600mに位置し、夏季冷涼な気候を生かした農業生産が行われている。昭和 40 年代後半から水田の圃場整備事業に取り組み、大部分が整備された整形の水田であり、その水田で生産される米は、減農薬で栽培されてきたことから、減農薬有機栽培を奨励し、「久万清流米」として消費者からの支持を得ています。

また、トマト、ピーマンの2品目が国の産地指定を受け、特にトマトについては京阪神市場でトップクラスの評価を得ています。

② 林業

面積約 584 k m²のうち約 9 割が森林で、そのうち約 8 割を人工林が占めています。冷涼多雨の気候による木目が細かく強度の高い、良質なスギやヒノキが生産されており、生産量は県内でもトップクラスに位置しています。久万林業を発展させるきっかけとなったのは、自然条件がスギの育成に適していることです。

また、久万林業の本格的な産地づくりは、昭和 30 年代後半から始まり、「品質の揃った良質材を生産する」という目標の下、独自の育林技術体系を全国に先駆け昭和 44 年に作成し、林研グループ、行政、森林組合、林家が一体となり施策の展開を図ってきました。

しかし近年は、高齢化と過疎化が進行する中で、林業従事者の減少と高齢化、木材需要の減退、外材の輸入、国産材価格の低迷など大変厳しい状況にあります。

■ 久万高原町の森林面積

| 国有林 | 民有林(A) | 地域森林計画 対象森林(B) | A-B | 森林面積 国有林+民有林 |
|---------|----------|-------------------|------|-----------------|
| 9,326ha | 43,150ha | 43,117ha | 33ha | 52,477ha |

③観光

久万高原町には、西日本最高峰の石鎚山、国指定名勝の面河溪、日本三大カルストのひとつ四国カルスト、国指定特別天然記念物八釜の甌穴群等、天然の観光資源や、上黒岩岩陰遺跡をはじめとする多くの遺跡・史跡や久万美術館、天体観測館、山岳博物館などの文化施設等の魅力ある観光資源があります。

平成29年には、本町、西条市、いの町、大川村の4市町村で、「石鎚山系のブランド価値創造に向けた包括的連携協定」を締結し、石鎚山系のブランド価値創造を目的とし、有機的かつ継続的な連携を図りながら、石鎚山系に係る魅力発信などの取組を進めています。

平成26年に開業した道の駅「天空の郷さんさん」は、年間約100万人の観光入込客数を誇っており、本町の交流人口は倍増していますが、交通便利が向上したことによる日帰りの観光客の増加や滞在時間の減少により、より効果的な観光振興が課題となりました。

■久万高原町の主な観光資源

| | |
|-----------------------|---|
| <p>名勝旧跡・ 観光施設</p> | <p>石鎚山、面河溪、皿ヶ嶺、四国カルスト（姫鶴平・五段高原）、大川嶺、古岩屋、仰西渠、岩屋寺、大寶寺、面河ダム、赤蔵ヶ池、特別天然記念物八釜の甌穴群、御三戸嶽、ヒメボタル群棲地、久万美術館、久万高原天体観測館、面河山岳博物館、上黒岩岩陰遺跡、ふるさと旅行村、物産館みどり、農業公園アグリピア、久万高原ラグビー場、スキー場、ゴルフ場 道の駅「天空の郷さんさん」、道の駅「みかわ」、まちなか交流館</p> |
|-----------------------|---|

2 中小企業を取巻く状況

(1) 社会の動向

① 人口減少・少子高齢化の進行

国内の人口は、平成20年（2008）をピークに減少局面に転じています。特に人口規模の小さい市町村ほど人口減少や高齢化の傾向が進展し、地域経済と生活への影響は一層強まり、厳しい状況となっています。

人口減少・少子化・高齢化に伴い、地域における消費規模の縮小、消費行動の変化を産み、そこに生産年齢人口の減少による労働力不足からくる様々な影響が懸念されます。中小企業及び小規模企業の経営者の高齢化により、休廃業や解散が増加していく事が見込まれます。

最近では、景気回復基調の中で中小企業・小規模企業にとっては人材不足が深刻化してきており、労働条件の改善や女性・シニア等による人材確保、地方都市にあってはU・I・Jターン等による移住者の確保を図るとともに、人材育成、IT活用、事業再編・統合等による労働生産性の向上、起業者・創業者への支援に取り組んでいくことが求められています。

② グローバル化

経済活動のグローバル化を背景に、海外への販路拡大や生産拠点の海外移転など海外展開を進める中小企業が増えてきています。国が積極的に進めている観光立国の取組により、令和元年（2019）ラグビーワールドカップ、令和2年（2020）東京五輪・パラリンピック開催もあり、インバウンド拡大に伴う訪日外国人対策など海外需要を積極的に取り込もうとする取組が活発になっています。

国内の労働力不足もあって、高度な知識や技術、技能を持つ外国人をはじめ日本で働く外国人は毎年増え続けています。労働力不足の影響を背景に外国人の活用が求められています。

③ 急速な技術革新・IOT

情報通信技術をはじめ各種技術の進化などを背景に、世界中の様々なモノがインターネットにつながるIOT時代が到来しています。センサーなどのIOT関連機器の小型化と低コスト化により、膨大で多様なデータ（ビッグデータ）を活用できる環境が進展することは確実である。それに伴い、データ流通量が飛躍的に増大し、それらビッグデータの分析・活用が広まっています。さらに、人工知能（AI）技術が進展し、生産性の向上や業務改善、市場開拓等への活用が注目されています。こうしたIOTの環境整備は重要になってきます。

また、慢性的な人手不足の解消に向けては、IOTなどで生産性向上を図ることとあわせて「働き方改革」を進めることにより、多様な人材が活躍できる職場づくりを行うことが重要となっています。

④ シェアリングエコノミー

モノ・スキル・場所等を他人と共有してメリットを享受する、いわゆるシェアリングエコノミーはICTによる利便性の向上と同時に広がる可能性があります。

例えば、インターネットを通じ自動車を共有するカーシェアリングや他人が所有する部屋や駐車場などの不動産を利用希望者に提供するサービスなど、新しいビジネスが登場しており、こうした流れが進展することが見込まれる。「所有から利用へ」という発想転換が進む中、首都圏などと地方都市の境が無くなり、どのような場所においても、ICTなどを用いた新しいビジネス機会が増えるとともに、ものづくり面での量産のほか、販売、消費のあり方に大きな変化を及ぼすことが予想されます。

⑤ 消費者の価値観の多様化

スマートフォンの利用拡大に伴って消費行動が変化していく。コンビニなど身近な消費場所を例に、EC（電子商取引）市場の拡大や、様々なSNS（ソーシャルネットワーキングサービス）の出現と普及を背景に、口コミを参考にした商品の購入が増え、商品の選択において一般消費者の側から情報発信することで取引が成立する市場を例に、個人の情報発信の影響力が高まっていくとみられる。人々が消費だけでなく製品やサービスを提供する側になるなど、消費者と製品やサービスの提供者の関係が一体になる傾向も進むと見込まれます。

また、少額の投資を可能とするクラウドファンディングの市場規模は年々増加傾向にあり、こうした動きが広がる可能性は高いです。

消費者と企業が連携して商品開発を行う動きや、「モノ」消費から「コト」消費へのシフトなど、今後とも消費者の価値観の多様化は益々進んでいくと考えられます。

(2) 国内の概況

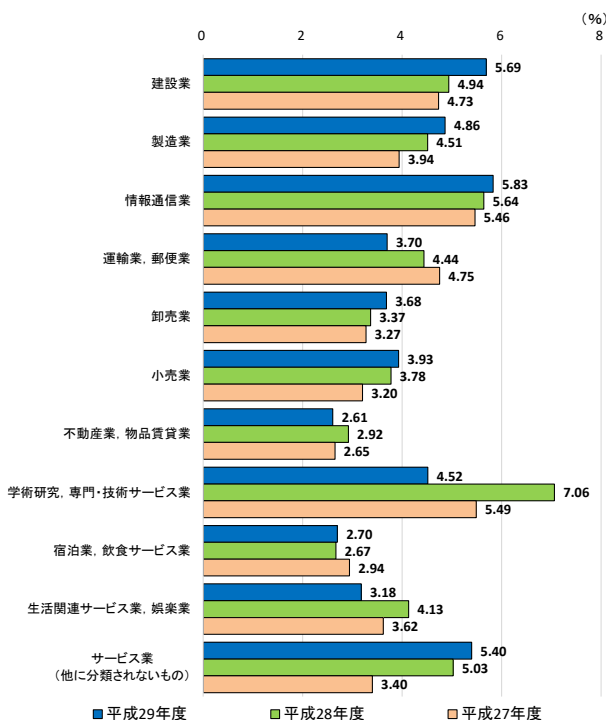
① 中小企業の経営指標

総資本経常利益（平成27年度～平成29年度）の推移をみると、全体的にやや増加傾向となっている。利益率が高い産業は、「学術研究、専門・技術サービス業」「情報通信業」「建設業」である。利益率が低い産業は、「不動産業・物品賃貸業」「宿泊業・飲食サービス業」です。

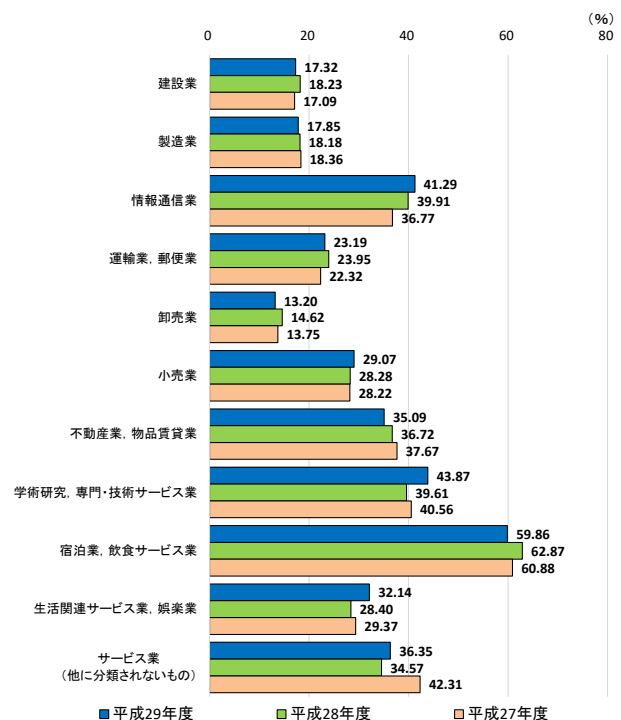
- ・ 総資本経常利益5%を超えるのは、「情報通信業」(H27：5.46%→H29：5.83%)
- ・ 減少傾向は「運輸業・郵便業」(H27：4.75%→H29：3.70%)
- ・ 上昇傾向は「サービス業（他に分類されないもの）」(H27：3.40%→H29：5.40%)

売上高対販売管理費・一般管理費率（平成27年度～平成29年度）の推移をみると、「宿泊業・飲食サービス業」(H27：60.88%→H29：59.86%)、次いで「学術研究、専門・技術サービス業」(H27：40.56%→H29：43.87%)「情報通信業」(H27：36.77%→H29：41.29%)の経費比率が高いことがわかります。

このことから、近年、「宿泊業・飲食サービス業」は総資本利益率が低く、売上高対販売管理費・一般管理費率が高い、高間接経費低利益産業となっている。反対に、低間接経費高利益産業は、「建設業」「製造業」「卸売業」です。



総資本経常利益率の推移



売上高対販売管理費・一般管理費比率の推移

出典：平成30年中小企業実態基本調査 中小企業庁

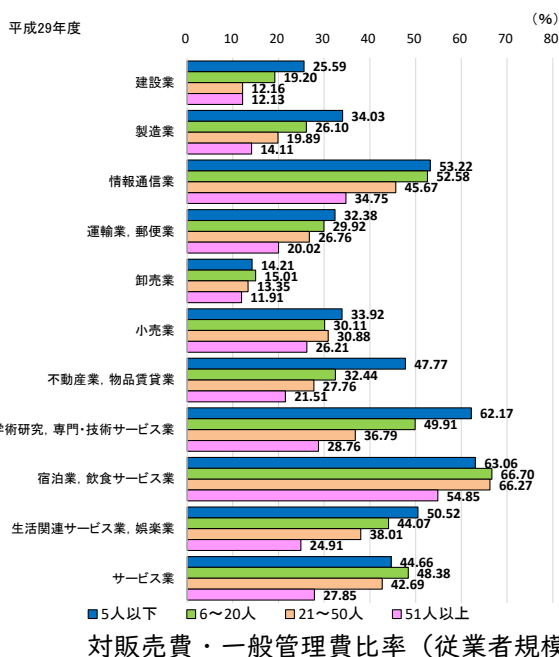
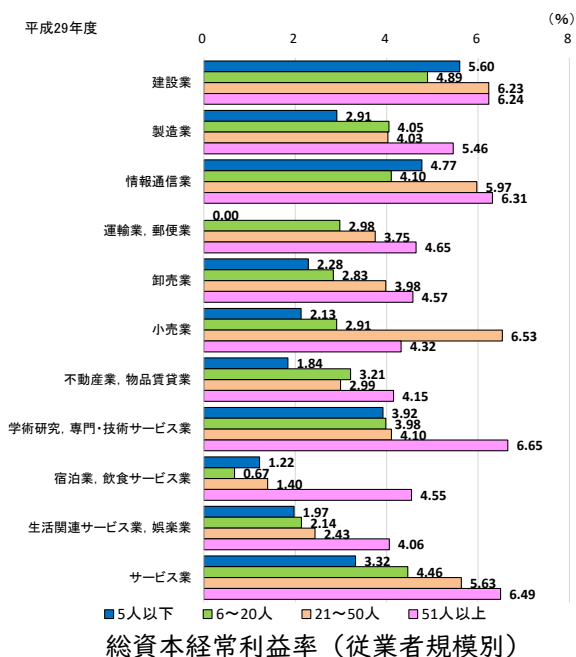
平成 29 年度の中小企業の総資本経常利益推移を従業員規模別にみると、全体的には、従業員規模が大きくなると利益率が高くなる傾向である。従業員の規模に寄らず利益をあげているのは「建設業」です。

売上高対販売管理費・一般管理費率推移を従業員規模別にみると、全体的には従業員規模が大きくなると経費比率が下がっていく傾向にある。経費比率が高いのは「宿泊業・飲食サービス業」、次いで「情報通信業」の経費比率が高いことがわかる。従業員規模が5人以下で経費が高いのが「学術研究、専門・技術サービス業」「生活関連サービス業、娯楽業」「不動産業、物品賃貸業」です。

「宿泊業・飲食サービス業」5人以下 63.06%→51人以上 54.85%

「情報通信業」5人以下 53.22%→51人以上 34.75%

このことから、「宿泊業・飲食サービス業」「学術研究、専門・技術サービス業」「生活関連サービス業、娯楽業」「不動産業、物品賃貸業」は従業員数が少ない小規模経営であると、総資本利益率が低く、売上高対販売費・一般管理費率が高い、高間接経費低利益産業となっています。



出典：平成 30 年中小企業実態基本調査 中小企業庁

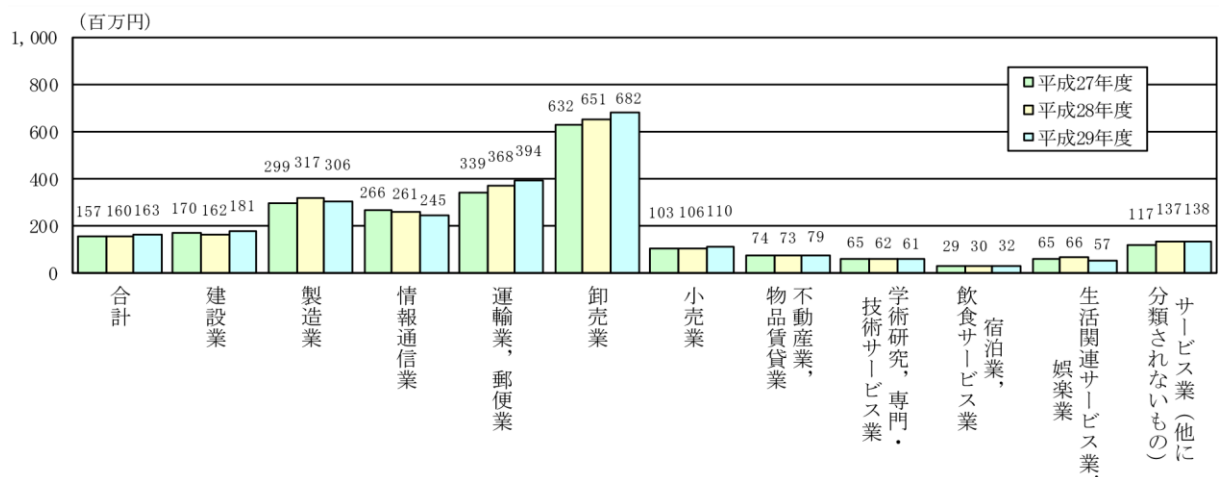
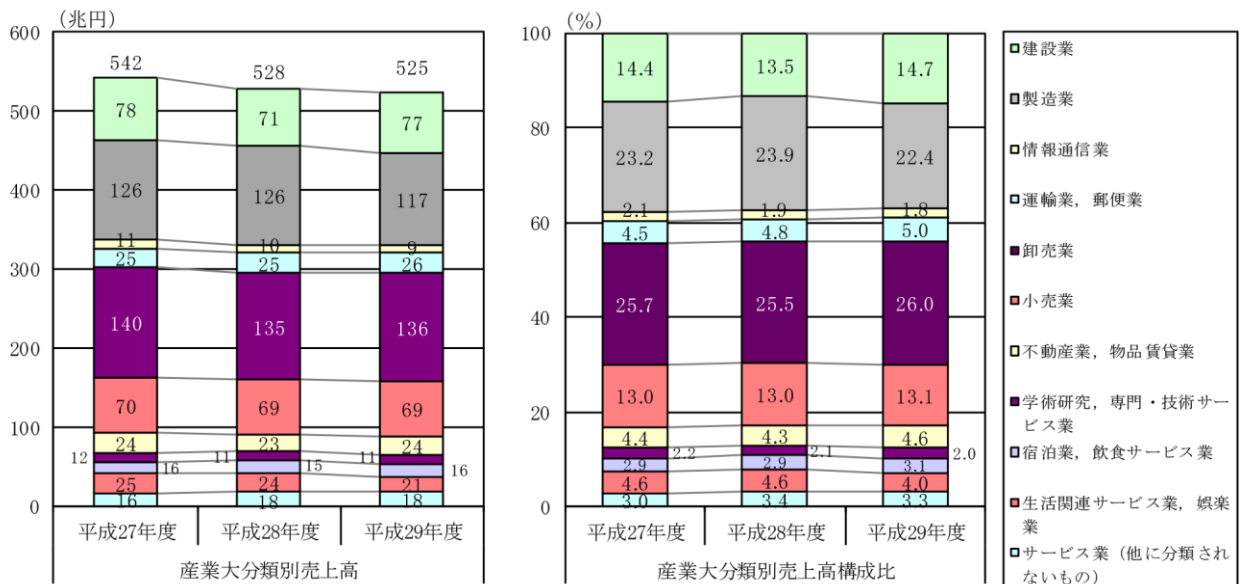
②売上

中小企業の売上高の変化を産業大分類別にみると、6産業で増加しており、「建設業」（前年比8.5%増）、「宿泊業，飲食サービス業」（同6.6%増）、「不動産業，物品賃貸業」（同5.3%増）の順で増加率が高い。一方、「生活関連サービス業，娯楽業」（同▲14.7%減）、「情報通信業」（同▲9.2%減）、「製造業」（同▲6.9%減）など5産業では減少しています。

産業別構成比は、「卸売業」（構成比26.0%）の占める割合が最も高く、次いで、「製造業」（同22.4%）、「建設業」（同14.7%）、「小売業」（同13.1%）の順です。

1企業当たりの売上高は1億6,301万円で、前年度に比べ2.2%増加しています。産業大分類別にみると、前年度に比べ売上高が増加しているのは7産業で、「建設業」（前年度比11.6%増）、「宿泊業，飲食サービス業」（同8.9%増）、「不動産業，物品賃貸業」（同7.7%増）、「運輸業，郵便業」（同7.1%増）などです。一方、売上高が減少しているのは、「生活関連サービス業，娯楽業」（同▲13.2%減）、「情報通信業」（同▲6.3%減）など4産業です。

「平成30年度中小企業庁の概況」中小企業庁より引用



1企業当たりの売上高

出典：平成30年中小企業実態基本調査 中小企業庁

③従業員

従業者数の変化を産業大分類別にみると、「宿泊業，飲食サービス業」（前年度比 6.4%増）、「学术研究，専門・技術サービス業」（前年度比 3.7%増）、「不動産業，物品賃貸業」（同 1.7%増）、小売業（同 0.9%増）の4産業で増加している一方、7産業では従業者数が減少しており、なかでも減少率が高い産業は、「サービス業（他に分類されないもの）」（同▲12.5%減）、「卸売業」（同▲6.8%減）、「製造業」（同▲5.3%減）です。

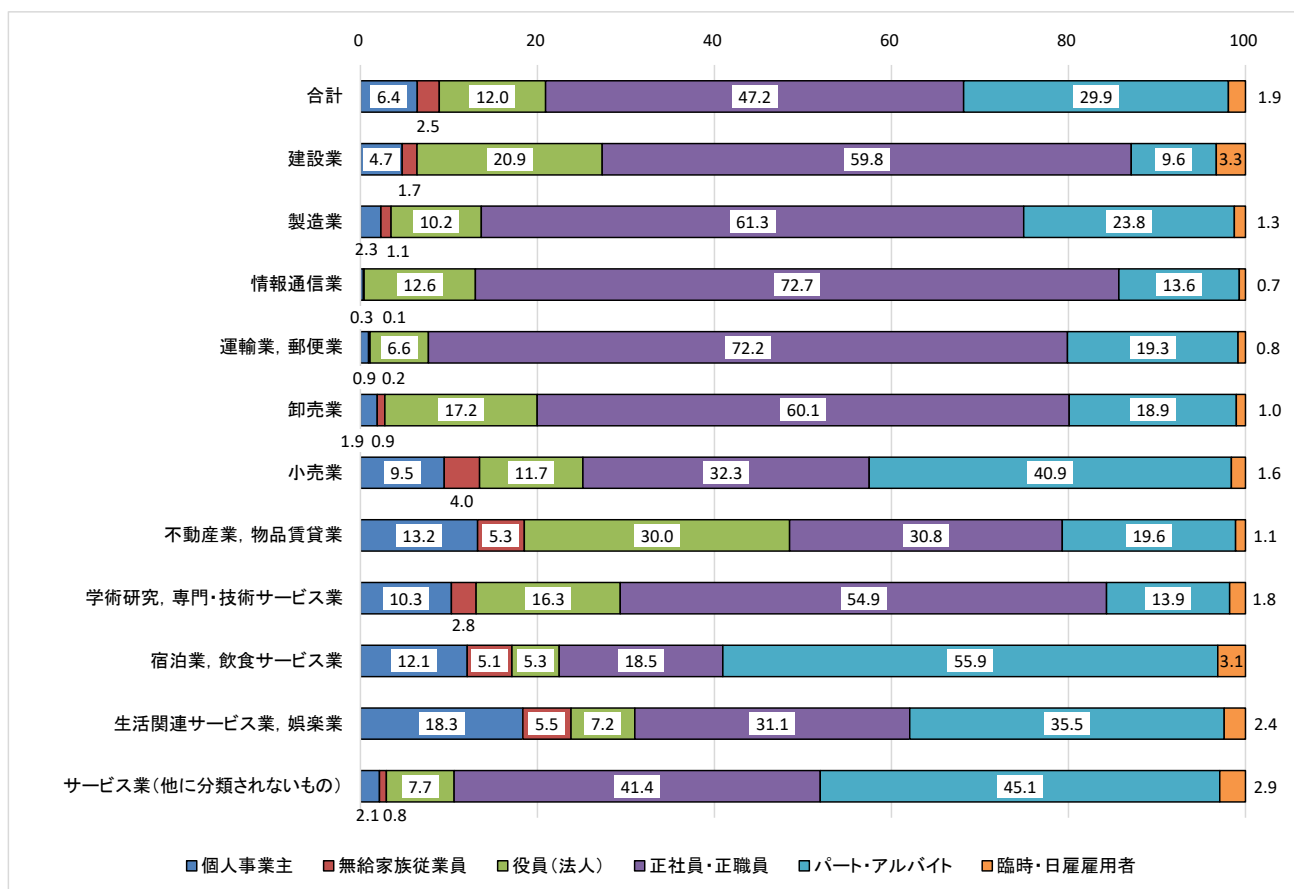
従業者数の産業別構成比は、「製造業」（構成比 22.3%）が最も高く、次いで「小売業」（同 15.0%）、「宿泊業，飲食サービス業」（同 12.4%）の順です。

「平成 30 年度中小企業庁の概況」中小企業庁より引用

産業大分類別に平成 29 年度の雇用形態別従業員の状況をみると、個人事業主の比率が高いのが「生活関連サービス業，娯楽業」18.3%、個人事業主の比率が低いのが「情報通信業」0.3%である。無給家族従業員の比率が高いのが「生活関連サービス業，娯楽業」5.5%、給家族従業員の比率が低いのが「情報通信業」0.1%です。

正社員の比率が高いのが「情報通信業」72.7%、正社員の比率が低いのが「宿泊業，飲食サービス業」18.5%です。

パート・アルバイトの比率が高いのが「宿泊業，飲食サービス業」55.9%、パート・アルバイトの比率が低いのが「建設業」9.6%です。



産業別従業者数

出典：平成 30 年中小企業実態基本調査 中小企業庁

(3) 久万高原町の概況

■久万高原町の産業構造

| 区 分 | 総生産額（平成 28 年度） | | 就業人口（平成 27 年度） | | 愛媛県就業人口 | |
|-----|----------------|--------|----------------|--------|---------|--------|
| | 百万円 | % | 人 | % | 人 | % |
| 第1次 | 4,033 | 13.3% | 1,179 | 30.0% | 47,194 | 7.7% |
| 第2次 | 5,582 | 18.4% | 578 | 14.7% | 148,409 | 24.3% |
| 第3次 | 20,644 | 68.3% | 2,177 | 55.3% | 416,461 | 68.0% |
| 計 | 30,259 | 100.0% | 3,934 | 100.0% | 642,741 | 100.0% |

出典：総生産額 平成 28 年度愛媛県市町民所得統計 就業人口 国勢調査（計には分類不能を含む）

■久万高原町主要製造業

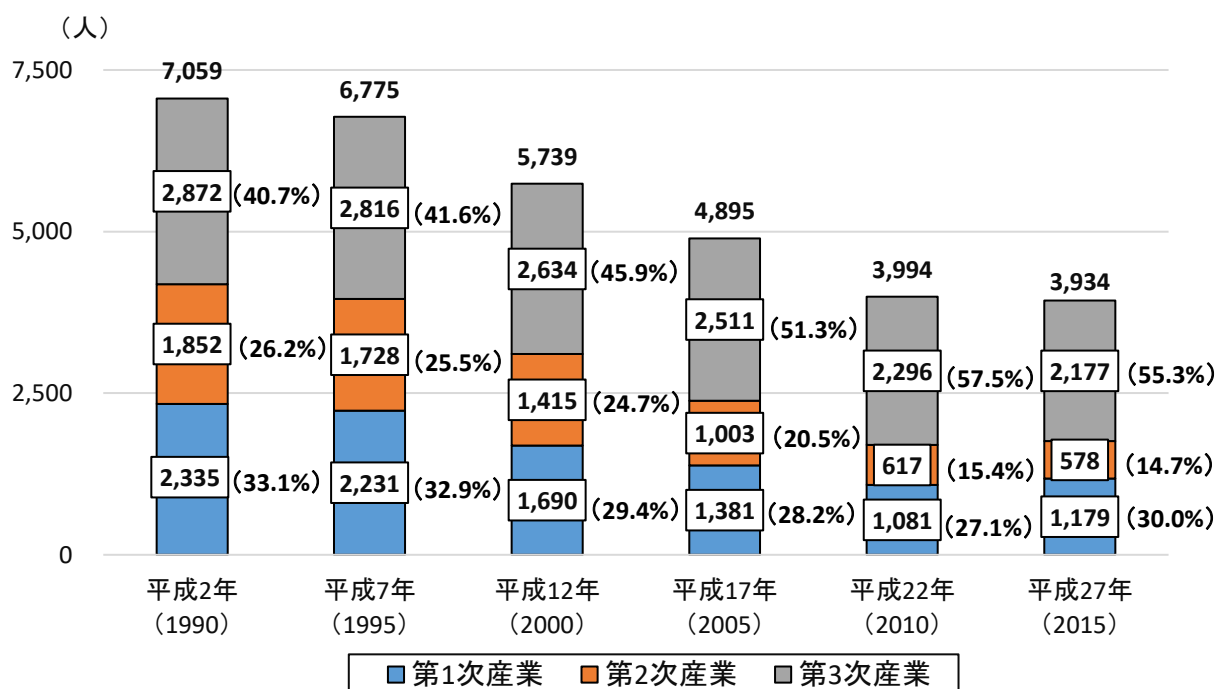
| 品名 | 製造品出荷額 |
|-------|-----------|
| 木材 | 2,115 百万円 |
| 窯業・土石 | 776 百万円 |

出典：平成 30 年度版愛媛県市町要覧(出荷額は平成 28 年)

①就業者数（産業 3 部門）

平成 27 年（2015）の就業者数は 3,934 人で、平成 2 年（1990）7,059 人から 3,125 人減少し減少率は 44.3%です。

第 1 次産業は、平成 22 年（2010）から平成 27 年（2015）にかけて就業者数が増加しており、第 2 次産業及び第 3 次産業は減少しています。また、県平均と比べて第 1 次産業の構成比が極めて高いことが特徴となっています。



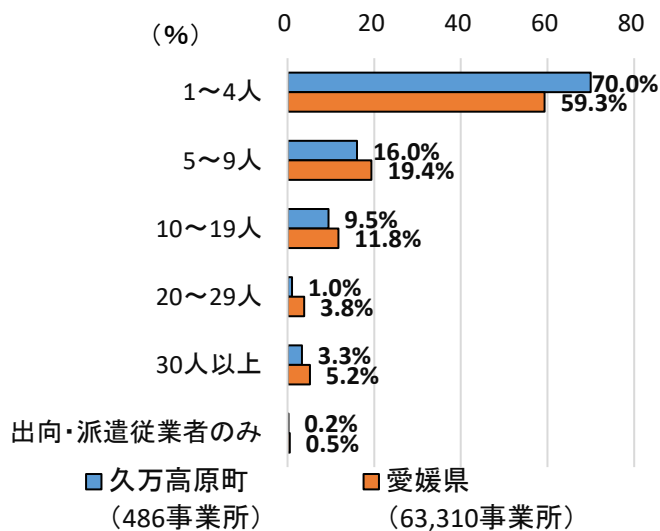
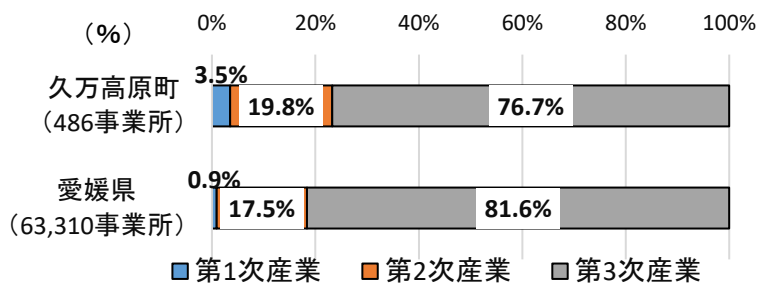
久万高原町産業区分別就業者数

出典：国勢調査（平成 27 年）

②事業所数（産業3部門別）

久万高原町の産業3部門別事業所数の割合は、上位から第3次産業76.7%、第2次産業19.8%、第1次産業3.5%となっている。第1次産業の事業所数の割合が、愛媛県全体より2.6ポイント高いことが特徴となっています。

事業所毎の従業員数をみると、小規模企業者にあたる1～4人の事業所数の割合は70.0%、愛媛県全体より10.7ポイント高いことが特徴となっています。久万高原町の10人未満の事業所数の割合が86.0%となっており、小規模事業所が多い特徴が出ています。



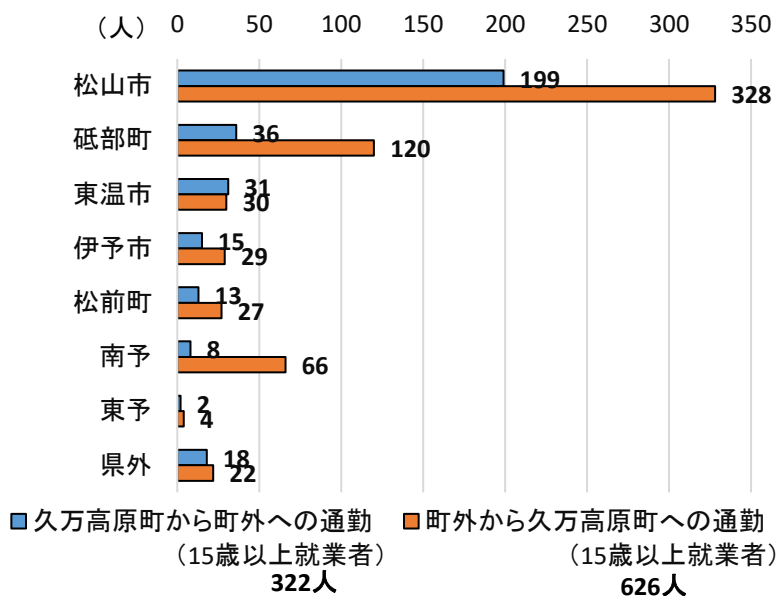
平成28年 経済センサス活動調査

※農業・林業・漁業に属する個人経営の事業所、公務を除く

③通勤者の流動

久万高原町から町外へ通勤している人の数は322人（内訳：松山市199人、砥部町36人、東温市31人、その他56人）ですが、町外から久万高原町へ通勤している人の数は626人と約2倍になっており、その内訳は松山市328人、砥部町120人、南予66人、その他112人となっています。

中小企業・小規模企業の就労者は松山市等からの通勤者が多い特徴が出ています。



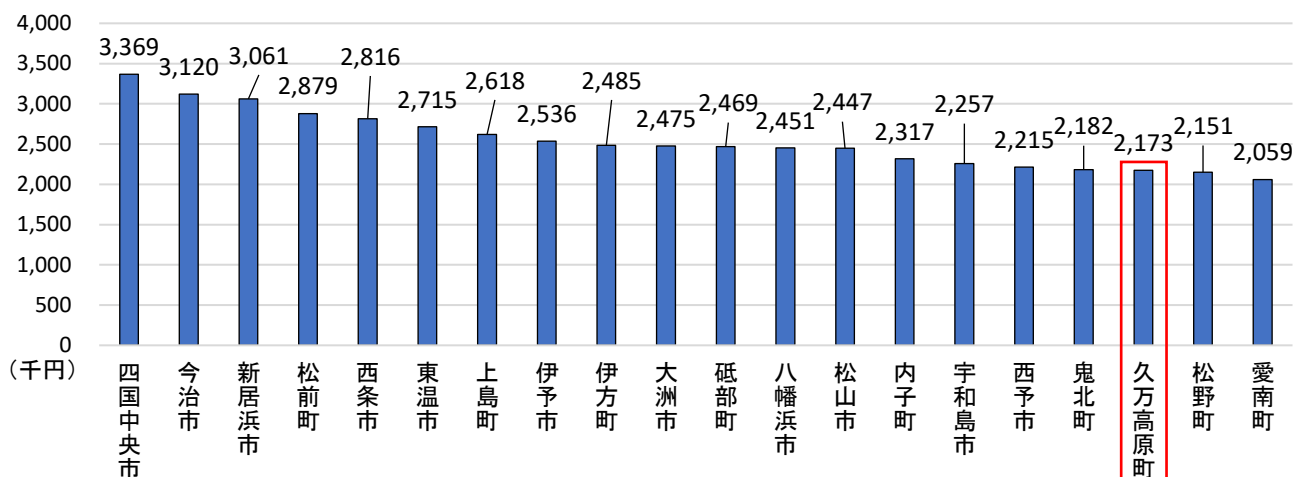
出典：国勢調査（平成27年度）

④所得

町民の所得を見ると、愛媛県内で18位と低い状況になっています。

久万高原町の法人住民税を住民総数で除した額は、県内では、松山市に比べ、約1/7、砥部町の約半分と負担額は低い反面、税収が低いこととなります。隣接する砥部町と同じ水準となっています。

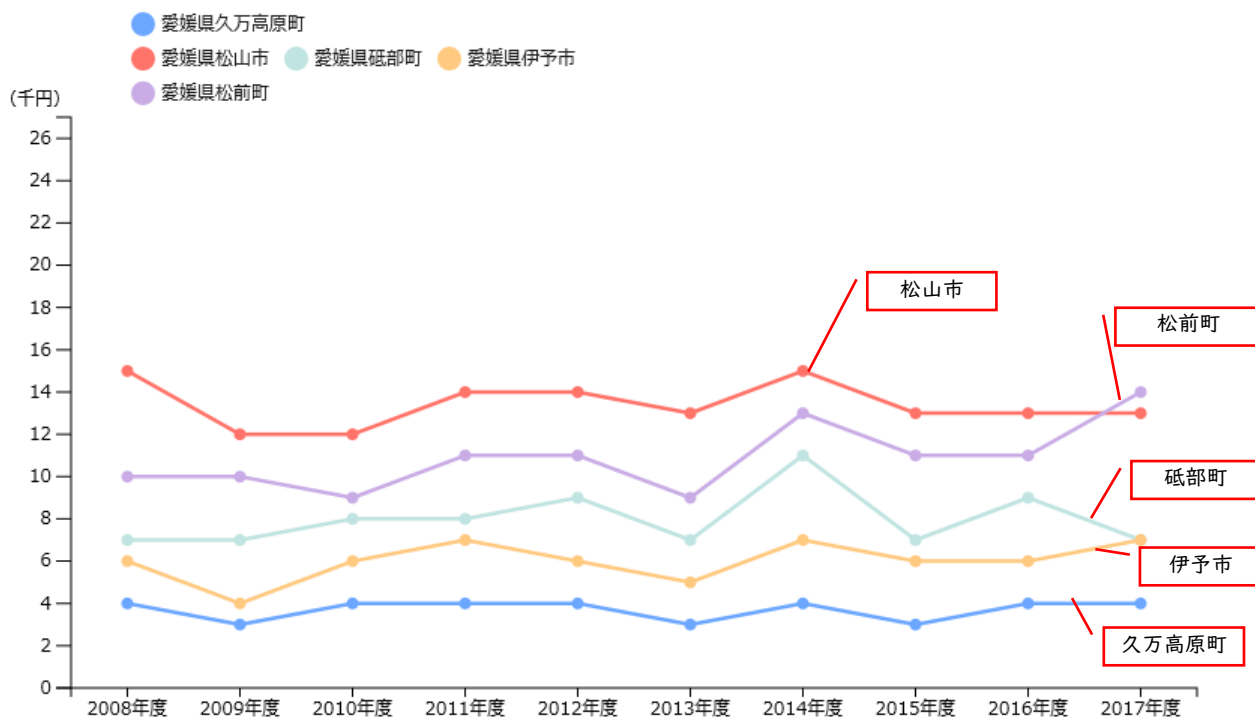
- ・一人当たりの町民所得 2,173千円（愛媛県内18位）
- ・一人当たりの市町村民税法人分 愛媛県内 16位 全国 1333位



一人当たり市町民所得

出典：平成28年度愛媛県市町民所得統計

一人当たり市町村民税法人分



出典：総務省「地方財政状況調査関係資料」、

総務省「住民基本台帳人口に基づく人口、人口動態及び世帯数調査」(RESAS)

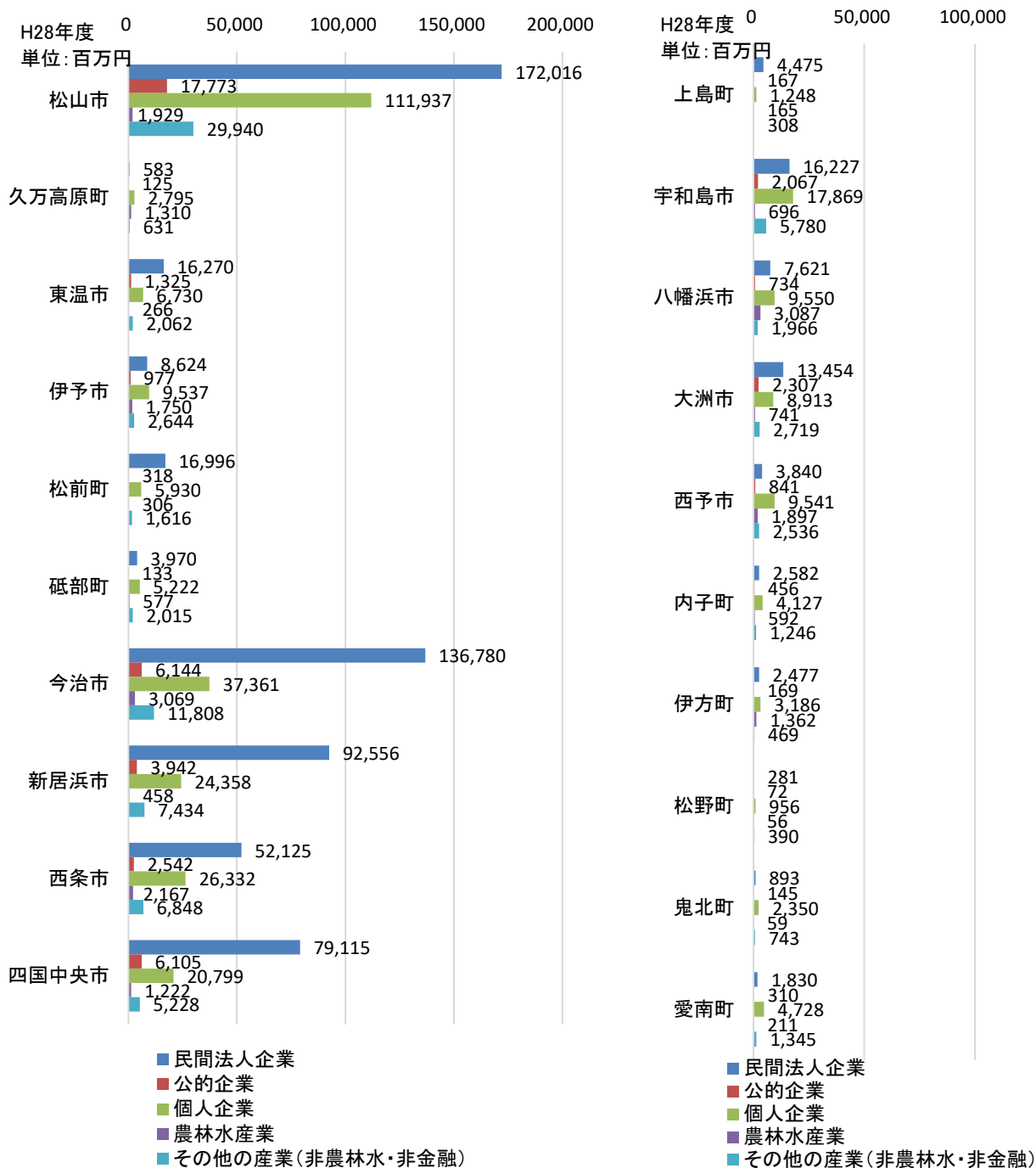
※「一人当たり市町村民税法人分」とは、市町村内に住所を有する個人、あるいは市町村内に事務所などを有する法人などに課税される、人口一人当たりの法人税などのことをいいます。

⑤企業法人所得（平成28年度愛媛県市町民所得統計）

法人所得について、県民経済計算を基に愛媛県内全市町の経済活動の結果を比較検証します。

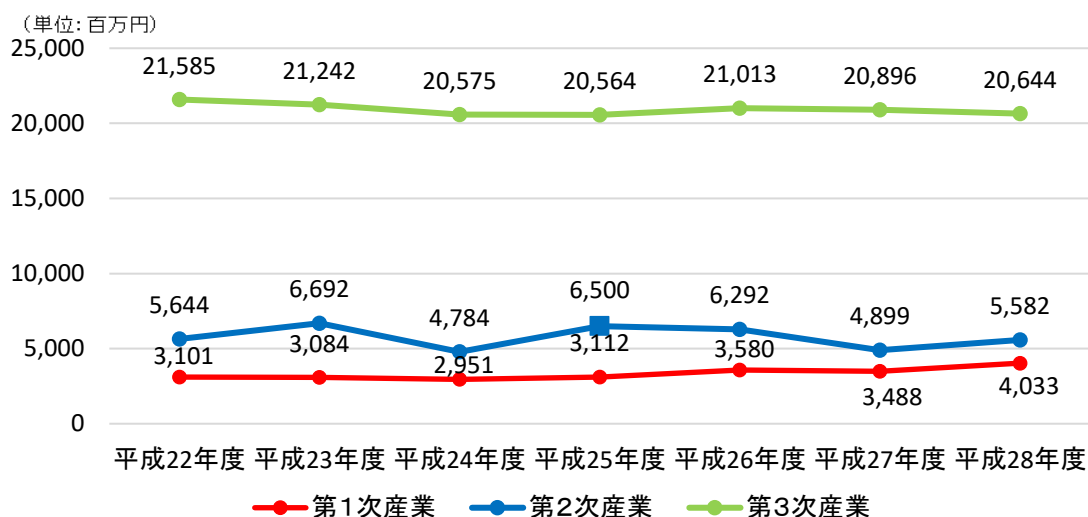
愛媛県内を東予、中予、南予の区分で見ると、民間企業法人の所得が高いのが東予地域です。1つの自治体では、県都松山市の民間法人企業所得172,016百万円で県内第一位、久万高原町の民間法人企業所得583百万円で県内第19位(20市町中)、松山市の0.3%に相当する所得額である。農林水産業では、久万高原町1,310百万円で県内第8位(20市町中)となっています。

久万高原町は民間企業の所得が極端に低い。町内では個人企業2,795百万円と一番所得が高い(県内では第17位)ことから経営規模は小さいです。農林水産業は比較的高い所得であることから経営規模は大きい特徴となっています。農林水産業及び民間企業は近接している松山市との経済活動連携が必要です。



⑥久万高原町の業種別総生産の推移（平成28年度愛媛県市町民所得統計）

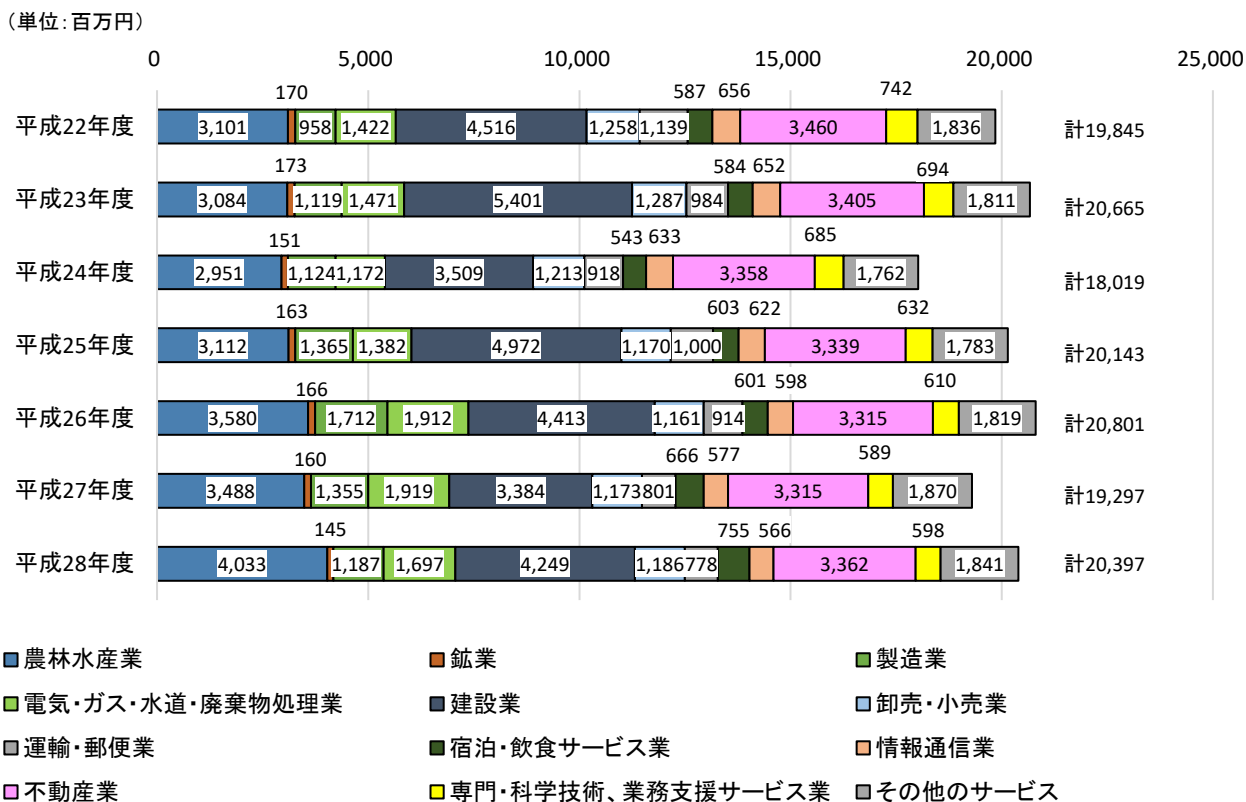
久万高原町第1次産業から第3次産業の生産高をみると、サービス業及び公務員等を中心とした第3次産業の生産水準が高く、平成28年度では、20,644百万円で第1次産業4,033百万円の



約5倍になっています。前述した企業法人所得と合せて考察すると、第1次産業の所得は比較的高いが、就労者数が少ないこともあって生産高は高いです。所得の低い経営規模の小さい個人企業及び公務員等を中心とした第3次産業の生産高が高いことが特徴です。

主要な産業別の総生産高の推移を見ると、建設業は増減を繰り返しており、減少傾向が鉱業、製造業、情報通信業、運輸・郵便業、増加傾向は、第一次産業、宿泊・飲食サービス業となっています。

町内の総生産額の推移は、増減を繰り返しながら、H22年 19,845百万円→H28年 20,397百万円と増加です。



3 アンケート調査結果

(1) 調査概要

- ・調査時期：平成31年1月11日（発送）～1月28日（回答期限）
- ・調査対象者：久万高原町内の事業所 298件
- ・配布方法：郵送配布、回収、直接面談

| 調査 | 調査対象者数 (配布数) | 有効回収数 | 有効回収率 |
|-----|-----------------|-------|-------|
| 事業所 | 298 | 126 | 42.3% |

(2) 調査結果

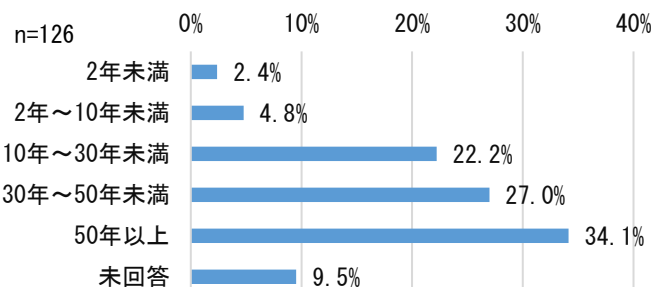
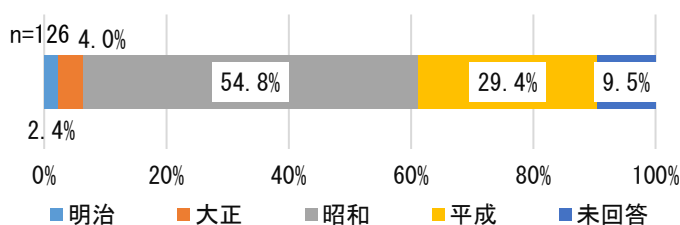
■ 事業所の概要

久万高原町内の事業所の創業時期は、「昭和」54.8%、「平成」29.4%が多く、営業年数にすると、「50年以上」34.1%、「30年～50年」27.0%となっており、営業年数30年以上が61.1%を占めています。

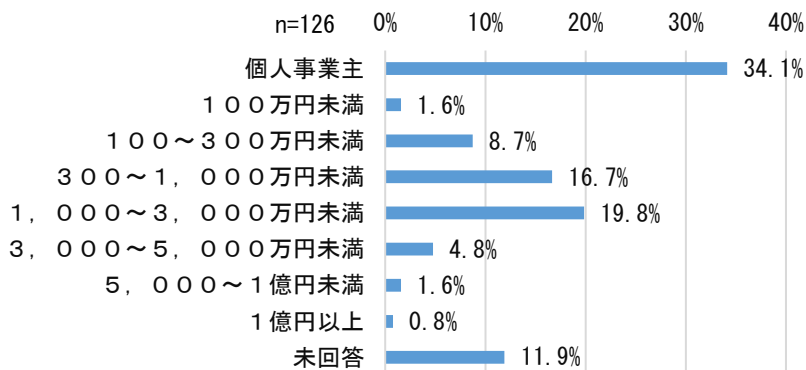
資本金は、上位から「個人事業主」34.1%、「1,000万円～3,000万円未満」19.8%、「300万円～1,000万円未満」16.7%となっています。

事業所の売上が最も大きい事業は、「小売業」27.0%、次いで「サービス業（医療・介護を除く）」15.9%となっている。売上の最も大きい事業の「その他」17.5%回答は、林業6件、宿泊業3件の回答があります。

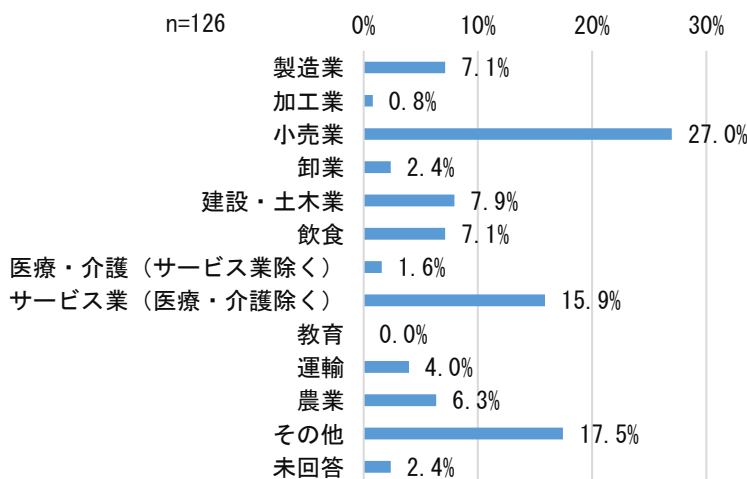
◎創業・設立年＜数量回答＞



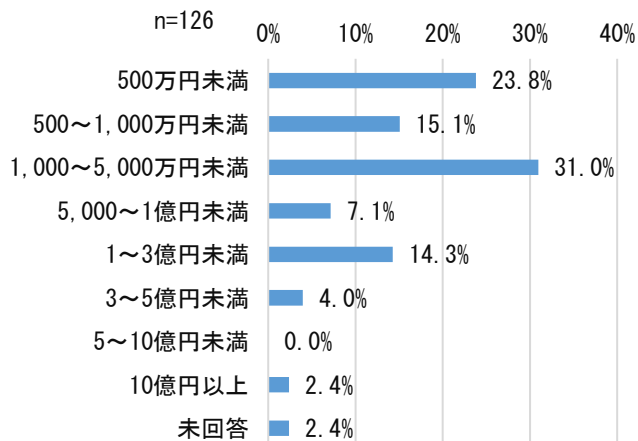
◎資本金＜単数回答＞



◎売上の最も大きい事業＜単数回答＞



◎直前期の売上高＜単数回答＞

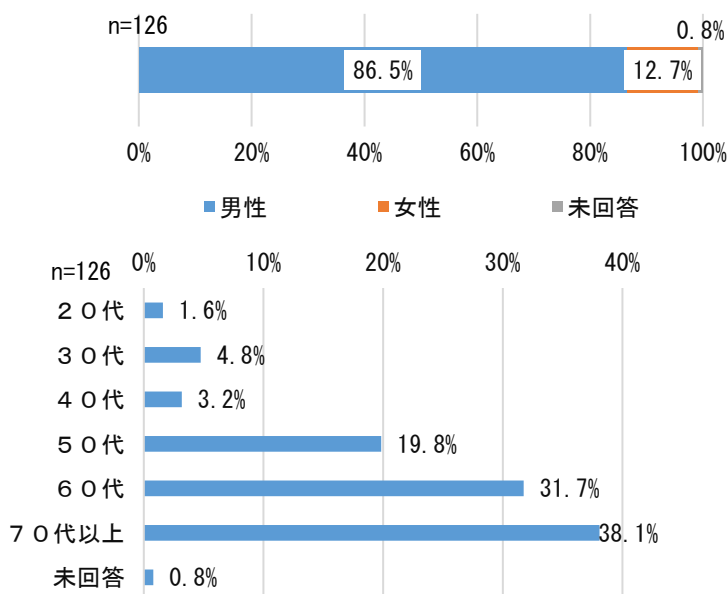


■ 経営者について

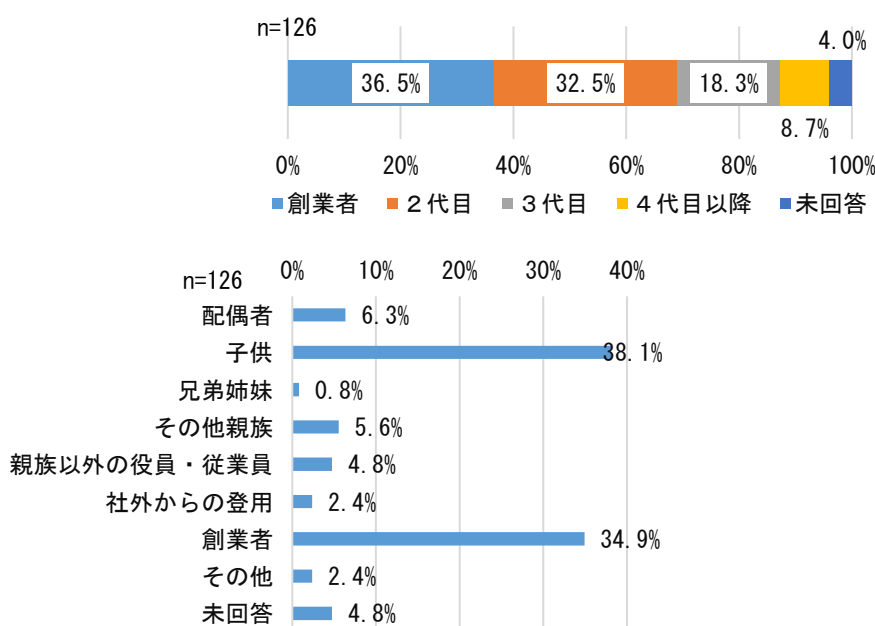
経営者の性別は、「男性」が86.5%と高い割合を占めている。年齢は、上位から「70代以上」38.1%、「60代」31.7%、「50代」19.8%となっている。60歳以上の経営者は全体の69.8%を占めています。

現経営者が何代目かは、上位から「創業者」36.5%、「2代目」32.5%、「3代目」18.3%となっている。先代との関係は、「子供」38.1%、次いで「創業者」34.9%となっている。親族関係（配偶者、子供、兄弟姉妹、その他親族）は50.8%となります。久万高原町の事業所は親族関係の後継者が約半数を占めています。

◎性別と年齢<単数回答>



◎先代との関係<単数回答>



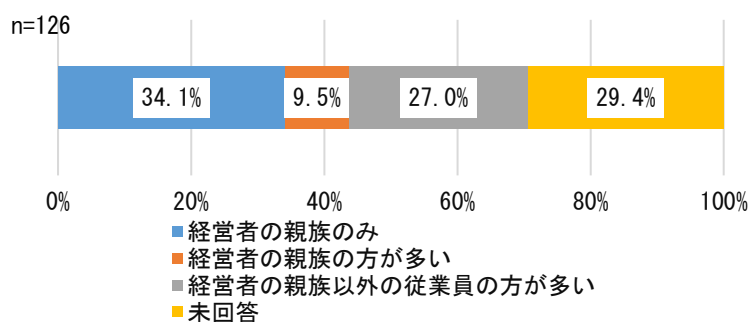
■ 従業員数

事業所の従業員は、「経営者の親族のみ」34.1%、次いで「経営者の親族以外の従業員の方が多い」27.0%となっています。

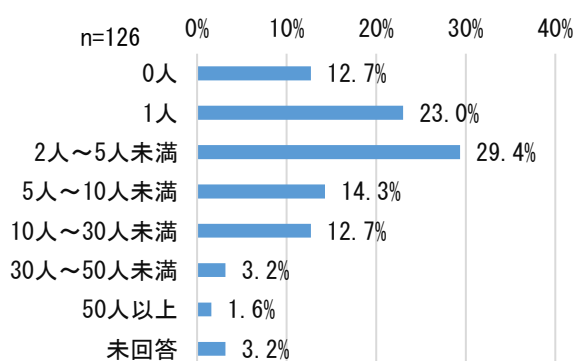
従業員数は、「2人～5人未満」29.4%、次いで「1人」23.0%となっている。5人未満の事業所は全体の65.1%となります。

従業員の平均年齢は、上位から「50～59歳」27.0%、「従業員なし」22.2%、「40～49歳」19.0%となっています。平均年齢60歳以上の事業所の割合は22.9%となります。

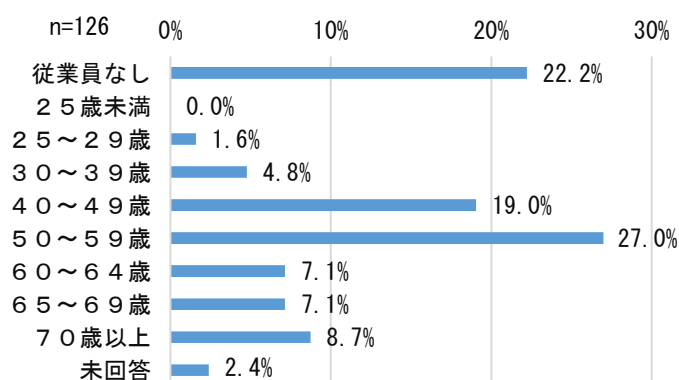
◎従業員について<単数回答>



◎従業員数<数量回答>



◎従業員平均年齢<単数回答>



■ 事業所について今後強化したいもの

産業別に今後強化したいことをみると、

「市場開拓・販路開拓」：「製造業」13.8%、「卸売業」25.0%

「人材」：「製造業」13.8%、「建設業」21.9%

「自社ブランド力」：「飲食業」18.2%

「技術・精度・品質の高さ」：「その他」27.8%

「価格競争力」：「卸売業」25.0%

「細やかな対応」：「小売業」11.3%

「事業の多角化」：「飲食業」18.2%

「後継者づくり」：「娯楽業以外」11.5%

「久万高原町へのこだわり」：「宿泊業」9.4%

となっています。

「その他」の回答は、無し4件、法人格の取得、従業員の雇用、設備、ニーズに応えるとなっています。

| 産業区分 | 経営戦略・企画力 | | 市場開拓・販路開拓 | | 製品・サービスの開発力・差別化 | | 商品価値向上の取組み | | 自社ブランド力 | | 技術・精度・品質の高さ | | 迅速さ・納期・スピード | | 価格競争力 | | 細やかな対応 | | 業務効率・作業効率 | | 知名度を活かす | | | |
|-------|----------|------|-----------|-------|-----------------|------|------------|-------|---------|-------|-------------|-------|-------------|-------|-------|-------|--------|-------|-------------|-------|---------|------|-----|-------|
| | 件数 | % | 件数 | % | 件数 | % | 件数 | % | 件数 | % | 件数 | % | 件数 | % | 件数 | % | 件数 | % | 件数 | % | 件数 | % | | |
| n=126 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 全体 | 12 | 4.4% | 21 | 7.7% | 6 | 2.2% | 13 | 4.8% | 12 | 4.4% | 15 | 5.5% | 3 | 1.1% | 7 | 2.6% | 19 | 7.0% | 12 | 4.4% | 11 | 4.0% | | |
| 製造業 | 1 | 3.4% | 4 | 13.8% | 2 | 6.9% | 2 | 6.9% | 2 | 6.9% | 1 | 3.4% | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 1 | 3.4% | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | | |
| 小売業 | 3 | 5.7% | 3 | 5.7% | 1 | 1.9% | 2 | 3.8% | 4 | 7.5% | 1 | 1.9% | 1 | 1.9% | 1 | 1.9% | 6 | 11.3% | 1 | 1.9% | 3 | 5.7% | | |
| 卸売業 | 0 | 0.0% | 2 | 25.0% | 0 | 0.0% | 1 | 12.5% | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 2 | 25.0% | 1 | 12.5% | 1 | 12.5% | 0 | 0.0% | | |
| 建設業 | 1 | 3.1% | 2 | 6.3% | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 3 | 9.4% | 1 | 3.1% | 2 | 6.3% | 3 | 9.4% | 2 | 6.3% | 1 | 3.1% | | |
| 飲食業 | 1 | 9.1% | 1 | 9.1% | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 2 | 18.2% | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 1 | 9.1% | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | | |
| 宿泊業 | 1 | 3.1% | 2 | 6.3% | 1 | 3.1% | 1 | 3.1% | 2 | 6.3% | 1 | 3.1% | 1 | 3.1% | 1 | 3.1% | 1 | 3.1% | 1 | 3.1% | 2 | 6.3% | | |
| 娯楽業以外 | 5 | 5.7% | 4 | 4.6% | 1 | 1.1% | 6 | 6.9% | 1 | 1.1% | 4 | 4.6% | 0 | 0.0% | 1 | 1.1% | 5 | 5.7% | 6 | 6.9% | 4 | 4.6% | | |
| その他 | 0 | 0.0% | 2 | 11.1% | 0 | 0.0% | 1 | 5.6% | 1 | 5.6% | 5 | 27.8% | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 1 | 5.6% | 1 | 5.6% | 1 | 5.6% | | |
| 産業区分 | ITの活用 | | 地域のICT活用 | | 情報収集・分析 | | 施策の利用 | | 事業の多角化 | | 連携・ネットワーク | | 人材 | | 教育・訓練 | | 後継者づくり | | 久万高原町へのこだわり | | その他 | | 未回答 | |
| | 件数 | % | 件数 | % | 件数 | % | 件数 | % | 件数 | % | 件数 | % | 件数 | % | 件数 | % | 件数 | % | 件数 | % | 件数 | % | 件数 | % |
| n=126 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 全体 | 8 | 2.9% | 2 | 0.7% | 4 | 1.5% | 7 | 2.6% | 20 | 7.3% | 9 | 3.3% | 26 | 9.5% | 6 | 2.2% | 19 | 7.0% | 10 | 3.7% | 11 | 4.0% | 20 | 7.3% |
| 製造業 | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 1 | 3.4% | 1 | 3.4% | 2 | 6.9% | 0 | 0.0% | 4 | 13.8% | 1 | 3.4% | 2 | 6.9% | 1 | 3.4% | 1 | 3.4% | 3 | 10.3% |
| 小売業 | 2 | 3.8% | 1 | 1.9% | 1 | 1.9% | 1 | 1.9% | 3 | 5.7% | 2 | 3.8% | 2 | 3.8% | 0 | 0.0% | 3 | 5.7% | 3 | 5.7% | 5 | 9.4% | 4 | 7.5% |
| 卸売業 | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 1 | 12.5% |
| 建設業 | 2 | 6.3% | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 3 | 9.4% | 0 | 0.0% | 7 | 21.9% | 2 | 6.3% | 1 | 3.1% | 1 | 3.1% | 0 | 0.0% | 1 | 3.1% |
| 飲食業 | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 1 | 9.1% | 2 | 18.2% | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 1 | 9.1% | 0 | 0.0% | 1 | 9.1% | 0 | 0.0% | 1 | 9.1% |
| 宿泊業 | 1 | 3.1% | 1 | 3.1% | 1 | 3.1% | 1 | 3.1% | 2 | 6.3% | 2 | 6.3% | 2 | 6.3% | 1 | 3.1% | 2 | 6.3% | 3 | 9.4% | 1 | 3.1% | 1 | 3.1% |
| 娯楽業以外 | 2 | 2.3% | 0 | 0.0% | 1 | 1.1% | 3 | 3.4% | 8 | 9.2% | 5 | 5.7% | 8 | 9.2% | 1 | 1.1% | 10 | 11.5% | 1 | 1.1% | 4 | 4.6% | 7 | 8.0% |
| その他 | 1 | 5.6% | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 3 | 16.7% | 0 | 0.0% | 1 | 5.6% | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 1 | 5.6% |

◎上位回答

| | | |
|----|-----------|-----|
| 1位 | 人材 | 26件 |
| 2位 | 市場開拓・販路開拓 | 21件 |
| 3位 | 事業の多角化 | 20件 |

■ 久万高原町、愛媛県、国に対して希望する施策や制度

自治体に希望する施策や制度をみると、

「雇用に対する支援」：「製造業」14.3%、「宿泊業」13.0%、「娯楽業以外」15.5%

「公共事業の維持・拡大」：「建設業」23.1%、「その他」20.0%

「地域内での消費促進」：「小売業」19.6%、「飲食業」18.8%

「新事業創出に対する支援」：「製造業」14.3%

「事業所建設、設備導入に対する支援」：「宿泊業」13.0%

「運転資金に対する支援」：「製造業」14.3%

「地域資源を生かした産業づくり」：「宿泊業」13.0%

「販路開拓に対する支援」：「卸売業」33.3%

「外部からの企業誘致」：「飲食業」18.8%

となっています。

「その他」の回答は、夏場の作業着の開発、設備の修理、増設等への支援、後継者に対する支援、有名観光地での地域情報発信施設の整備、人口の増加、若者の働き先、太陽光発電の補助、単価への補助、町の政策方針をしばって、明確にしてほしいとなっています。

| 産業区分 | 新事業創出に対する支援 | | 雇用に対する支援 | | 事業所建設、設備導入に対する支援 | | 運転資金に対する支援 | | 技術に対する支援 | | 地域資源を生かした産業づくり | | 販路開拓に対する支援 | | | |
|-------------|---------------|-------|------------|-------|------------------|-------|------------|-------|--------------|------|----------------|-------|------------|-------|-----|-------|
| | 件数 | % | 件数 | % | 件数 | % | 件数 | % | 件数 | % | 件数 | % | 件数 | % | | |
| n=126 全体 | 17 | 6.4% | 32 | 12.1% | 25 | 9.5% | 25 | 9.5% | 6 | 2.3% | 20 | 7.6% | 21 | 8.0% | | |
| 製造業 | 3 | 14.3% | 3 | 14.3% | 1 | 4.8% | 3 | 14.3% | 0 | 0.0% | 1 | 4.8% | 1 | 4.8% | | |
| 小売業 | 5 | 9.8% | 3 | 5.9% | 6 | 11.8% | 5 | 9.8% | 1 | 2.0% | 2 | 3.9% | 5 | 9.8% | | |
| 卸売業 | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 1 | 16.7% | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 2 | 33.3% | | |
| 建設業 | 3 | 7.7% | 4 | 10.3% | 3 | 7.7% | 4 | 10.3% | 2 | 5.1% | 3 | 7.7% | 1 | 2.6% | | |
| 飲食業 | 0 | 0.0% | 1 | 6.3% | 1 | 6.3% | 2 | 12.5% | 0 | 0.0% | 2 | 12.5% | 1 | 6.3% | | |
| 宿泊業 | 2 | 8.7% | 3 | 13.0% | 3 | 13.0% | 1 | 4.3% | 1 | 4.3% | 3 | 13.0% | 2 | 8.7% | | |
| 娯楽業以外 | 4 | 4.8% | 13 | 15.5% | 11 | 13.1% | 8 | 9.5% | 2 | 2.4% | 6 | 7.1% | 8 | 9.5% | | |
| その他 | 0 | 0.0% | 4 | 20.0% | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 3 | 15.0% | 0 | 0.0% | | |
| 産業区分 | 事業継続、承継に対する支援 | | 公共事業の維持・拡大 | | 外部からの企業誘致 | | 地域内での消費促進 | | 経営ノウハウに対する支援 | | キャッシュレス化の支援 | | その他 | | 未回答 | |
| | 件数 | % | 件数 | % | 件数 | % | 件数 | % | 件数 | % | 件数 | % | 件数 | % | 件数 | % |
| n=126 全体 | 14 | 5.3% | 21 | 8.0% | 10 | 3.8% | 30 | 11.4% | 5 | 1.9% | 5 | 1.9% | 12 | 4.5% | 21 | 8.0% |
| 製造業 | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 1 | 4.8% | 1 | 4.8% | 1 | 4.8% | 3 | 14.3% | 3 | 14.3% |
| 小売業 | 1 | 2.0% | 1 | 2.0% | 1 | 2.0% | 10 | 19.6% | 0 | 0.0% | 1 | 2.0% | 3 | 5.9% | 7 | 13.7% |
| 卸売業 | 0 | 0.0% | 1 | 16.7% | 1 | 16.7% | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 1 | 16.7% |
| 建設業 | 2 | 5.1% | 9 | 23.1% | 1 | 2.6% | 4 | 10.3% | 1 | 2.6% | 1 | 2.6% | 0 | 0.0% | 1 | 2.6% |
| 飲食業 | 0 | 0.0% | 2 | 12.5% | 3 | 18.8% | 3 | 18.8% | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 1 | 6.3% |
| 宿泊業 | 1 | 4.3% | 1 | 4.3% | 2 | 8.7% | 1 | 4.3% | 1 | 4.3% | 1 | 4.3% | 0 | 0.0% | 1 | 4.3% |
| 娯楽業以外 | 8 | 9.5% | 3 | 3.6% | 1 | 1.2% | 9 | 10.7% | 1 | 1.2% | 1 | 1.2% | 4 | 4.8% | 5 | 6.0% |
| その他 | 1 | 5.0% | 4 | 20.0% | 1 | 5.0% | 2 | 10.0% | 1 | 5.0% | 0 | 0.0% | 2 | 10.0% | 2 | 10.0% |

◎ 上位回答

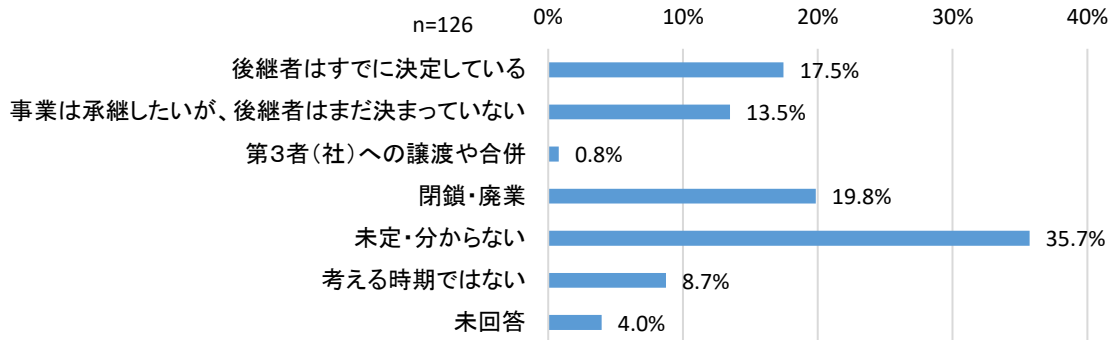
| | | |
|----|------------|-----|
| 1位 | 雇用に対する支援 | 32件 |
| 2位 | 地域内での消費促進 | 30件 |
| 3位 | 運転資金に対する支援 | 25件 |

■ 後継者の有無と事業承継方法

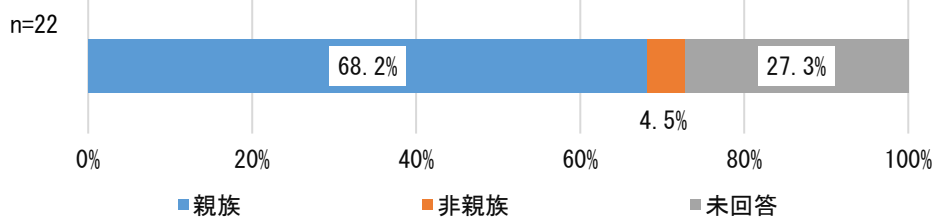
後継者の有無は、上位から「未定・わからない」35.7%、「閉鎖・廃業」19.8%、「後継者はすでに決まっている」17.5%となっています。

また、「後継者はすでに決まっている」の内訳は、「親族」68.2%、「非親族」4.5%となっています。

◎後継者の有無



◎後継者 <単数回答>



4 ヒアリング結果

(1) 調査概要

- ・調査時期：平成31年2月22日～3月9日
- ・調査対象者：町内事業所35件
- ・調査方法：個別面談
- ・調査を行った事業所の業種（合計35件）

| 業種 | 件数 | 業種 | 件数 |
|-----------|----|------------|----|
| 製造業 | 4 | 運輸業 | 3 |
| 小売業 | 6 | 自動車整備、重機整備 | 2 |
| 建設業 | 2 | 農業 | 2 |
| 飲食業（仕出含む） | 2 | 林業 | 4 |
| 宿泊業 | 5 | 第3セクター事業所 | 3 |
| | | その他の業種 | 2 |

・調査項目

| | |
|----------|---|
| 経営内容について | 事業（商売の内容）、取引先、関連会社等 |
| 経営課題について | 事業場の脅威、今後の見通し、従業員の状況、設備の状況 顧客、販路・取引先の開拓、後継者 |
| 支援について | 経営相談の相手、会計・税務の状況、他の事業者との協力関係 金融機関との関係、セミナー・勉強会、助成金、採用支援、事業承継 |

(2) 業種別ヒアリング結果

1 製造業

従業員の状況

- ・繁忙期と閑散期に必要な人手が大きく異なる場合、正社員、パート問わず通年での雇用は難しいです。そのため、繁忙期のみの雇用でよいという高齢者や女性が貴重な働き手となっています。
- ・正社員を雇用した場合、経営に大きな負担となるため、パート従業員の採用で対応している事業所もあり、高齢者や女性が貴重な働き手となっています。
- ・家族経営規模の事業所は、通常は家族のみで営業し、繁忙期は短期パートで対応しています。今後もこの状況が続くことが予想され、経営者を含めた家族や近隣の人が主な働き手となるため、事業運営が働き手の年齢や健康状態に大きく左右されることが予想されます。

売上高・利益の動向

- ・全般的に、消費者の生活様式やニーズの変化への対応が課題となっており、対応に苦戦している様子と創意工夫している様子が見られます。
- ・都市部への売り込み、産直市での販売、久万高原ならではの商品の知名度向上、ネット販売等の取り組みが行われており、安定した販路の拡大が課題となっています。また、バイヤーを通した販路では、利益が少なくなるため、独自の販路開拓と戦略的なバイヤーの活用が求められます。
- ・町外の農産物（主に柑橘）の委託加工を請け負うことで、閑散期にも工場の稼働率を維持し、売上、利益の確保を行っている事業者もあります。

地域とのつながり

- ・製造業においては、町内農家からの原材料の仕入れ、町内の人の雇用が地域とのつながりとなっています。

主な経営課題

- ・製造業においては、販路拡大、消費者ニーズ変化への対応、設備投資が主な経営上の課題となっています。

2 小売業

従業員の状況

- ・経営者や家族のみで営業している店舗が多く、積極的な求人活動は見られません。また、従業員を雇用している事業所でも、人手は充足しています。

売上高・利益の動向

- ・売上は、横ばいまたは減少している事業者が多く、町内の人口減少が進んでいることが大きな原因となっています。町外への販売、官公庁や他の事業者への安定した販売が一部ではみられるが、町内の小売業においては、現状維持が大きな課題となっています。
- ・観光客への販売においては、季節や天候で大きく売り上げが異なるため、閑散期の売上確保が課題となっています。

地域とのつながり

- ・小売業においては、町外から仕入れてきたものを町内の人に販売するという形態が多い。廃業を検討する事業者もいるため、町民生活の観点からも、小売業の現状維持が重要な課題と言えます。

主な経営課題

- ・小売業においては、人口減少による市場の縮小が大きな経営上の課題となっています。

3 建設業

| |
|---|
| 従業員の状況 |
| <ul style="list-style-type: none"> ・町内では、比較的求人数が多い業種で、従業員の高齢化と人手不足が課題となっています。経験者（即戦力）を採用したいが、求人を出しても応募がない状況となっています。 ・また、若い人を採用してもすぐに戦力になることは難しく、育成のための時間とコストが必要となります。 |
| 売上高・利益の動向 |
| <ul style="list-style-type: none"> ・公共事業が減少して、受注競争（入札）が激しくなっています。今後、人口減少で公共事業の必要性が下がることも想定され、仕事は減っていくと予想している事業者が見られます。 |
| 地域とのつながり |
| <ul style="list-style-type: none"> ・町や県から受注し町内の人を雇用し、雇用者数も他の業種に比べて多いため、地域内での経済循環への貢献度は高いと考えられます。 |
| 主な経営課題 |
| <ul style="list-style-type: none"> ・公共事業の減少への対応と働き手の確保が経営上の課題となっています。 |

4 飲食業（仕出し含む）

| |
|--|
| 従業員の状況 |
| <ul style="list-style-type: none"> ・経営者や家族のみで営業している店舗が多いです。忙しい時とそうでない時で必要な人手が大きく異なるため年間を通じた雇用は難しく、短期のパートやアルバイトに依存する状況が見られます。 |
| 売上高・利益の動向 |
| <ul style="list-style-type: none"> ・現状で売上は確保できているが、閑散期をどう乗り切るかが課題となっています。 ・仕出しでは、町内の葬祭会館が主な顧客となっており、当面の売上確保は可能だが、町内の人口減少が進むことによる売上低下が懸念されています。 |
| 地域とのつながり |
| <ul style="list-style-type: none"> ・食材は町内の業者や農家から仕入れることが多いが、廃業を検討する卸業者もあり、今後の食材調達が不安材料となっています。 |
| 主な経営課題 |
| <ul style="list-style-type: none"> ・繁忙期の人手の確保と閑散期の売上の確保が大きな課題となっています。 |

5 宿泊業

| |
|--|
| 従業員の状態 |
| <ul style="list-style-type: none"> ・閑散期と繁忙期に必要な人手が大きく異なるため、通年で人を雇用するのは難しく、繁忙期に短期のパート・アルバイトに依存する状況が続いています。繁忙期のみの雇用なので、高齢者、女性が貴重な働き手となっています。従業員の若返りが課題となっている事業所もあるが、通年の仕事が確保できないため若い人を採用しにくい状況です。 ・上浮穴高校のインターンシップを受け入れ、若手人材の育成に積極的な事業所もあります。また、上浮穴高校の生徒のアルバイト解禁を求める意見もありました。 |
| 売上高・利益の動向 |
| <ul style="list-style-type: none"> ・ラグビー合宿、遍路客、自転車客、登山客等の需要が伸びており、今後もこれらの観光客を取り込みたいという意見が多かったです。 ・建物や設備が老朽化している事業所は、更新までの売上減少を見込んでおり、早期の整備が課題となっています。 |
| 地域とのつながり |
| <ul style="list-style-type: none"> ・町外の人を顧客とし、地域の人々の雇用、地域の事業者からの仕入等が主な地域とのつながりとなっています。また、事業者間では、観光協会の宿泊部会でのつながりがあり、ラグビー合宿の割り振りなどが行われています。 |
| 主な経営課題 |
| <ul style="list-style-type: none"> ・インバウンド客等、新しい観光客の取り込み、繁忙期の人手の確保と閑散期の需要の掘り起こしが経営上の課題となっています。 ・町内の宿泊業者には、今後建物や設備の更新を迎える事業所、既に大きな設備投資を終えた事業所の両方があるが、宿泊業では建物や設備の状況が大きく集客に影響するため、設備の更新や修繕が経営課題であると考えられます。 |

6 運輸業

| |
|--|
| 従業員の状況 |
| <ul style="list-style-type: none"> ・タクシー事業者、運送事業者ともにドライバーを正社員として雇用しています。タクシー事業者では、人手不足感があるが、人件費負担のため求人活動は行っていないという状況が見られます。 ・運送事業者では、正社員の募集をしており、ハローワークと町の求人情報に求人を出しているが、応募がない状況となっています。 |
| 売上高・利益の動向 |
| <ul style="list-style-type: none"> ・タクシー事業者では、高齢者（年金生活者）が顧客の大部分で、売上は横ばいまたは減少傾向となっています。高齢者の収入減少と人口減少によるタクシー利用の減少が懸念されています。また、夜間の飲酒後のタクシーを利用者が減り、売上貢献度の高い夜の需要減少が経営に影響を与えています。 ・観光需要については、一部に外国人の利用があるものの、実際には観光客のタクシー利用は減少傾向となっています。事業者からは「観光客が増えても自家用車利用の人が多いのではないか」という意見がありました。 ・運送事業者では、顧客の大部分は地域の法人客で、売上は減少傾向となっています。 |
| 地域とのつながり |
| <ul style="list-style-type: none"> ・タクシー事業者、運送事業者ともに町内のガソリンスタンドを利用している。また、ドライバーも町内の人を正社員雇用しています。 |
| 主な経営課題 |
| <ul style="list-style-type: none"> ・タクシー事業者では、人口減少による顧客の減少、営業車の買い替えに伴う設備投資が経営上の課題となっています。 ・運送事業者では、ドライバーの人材確保が経営上の課題となっています。 |

7 自動車整備、重機整備

| |
|---|
| 従業員の状況 |
| <ul style="list-style-type: none"> ・自動車整備事業者、重機整備事業者ともに小規模のため、家族経営又は、少人数の従業員の雇用となっています。 |
| 売上高・利益の動向 |
| <ul style="list-style-type: none"> ・自動車整備事業者の顧客は、町内の一般ユーザーで、年齢が高い人が多くなっている。今後、高齢化、人口減少で自動車だけで商売が成り立つのが懸念されています。また、高齢化を見越して、セニアカー（電動車いす）の販売、レンタル事業への本格的な進出を検討しています。 ・重機整備事業者の顧客は、町内の建設業者、林業事業者となっている。現在は、修理のみを行っており、トラブル時には電話一本で現場に駆け付ける体制をとっています。公共事業の減少で建設業者の需要が減少を続けているが、しばらくは受注を確保できる見込みとなっています。 |
| 地域とのつながり |
| <ul style="list-style-type: none"> ・自動車整備事業者は、顧客が地域の人であること、他の自動車整備事業者や板金業者に外注をすることが地域とのつながりとなっています。 ・重機事業者は、地域の建設業者、林業事業者からの受注が地域とのつながりとなっています。 |
| 主な経営課題 |
| <ul style="list-style-type: none"> ・自動車整備事業者は、高齢化、人口減少による顧客の減少、新分野への進出、将来を見据えた人材の採用が経営上の課題となっています。 ・重機整備事業者は、電話一本で現場に駆け付けるサービスの維持、そのための事業承継が経営上の課題となっています。 |

8 農業

| |
|---|
| 従業員の状況 |
| <ul style="list-style-type: none"> ・農業においては、農閑期と農繁期に必要な人手に大きな差があるため、通年で人を雇用することは難しいです。そのため、規模に応じた家族経営であったり、必要な時にパート雇用するという形態となっています。 ・観光農園では、繁忙期に販売や接客のためのパート従業員を雇用し、交通整理等は警備会社に外注するという工夫をしています。 |
| 売上高・利益の動向 |
| <ul style="list-style-type: none"> ・観光農園では、リンゴ・ブドウの木が植え替えの時期を迎えており、一時的に売上が減少しています。町外の顧客が大部分であり、今後も顧客のリピートが続くと考えられるが、天候（気温）によって来客数が大きく変動するため、完全会員制導入を検討しています。 ・トマト農家では、ブランド化している久万高原トマトを栽培し、共撰出荷しています。価格は市況に影響されるため、価格が下落したときには収入保険、国の価格補填の制度を活用しています。 |
| 地域とのつながり |
| <ul style="list-style-type: none"> ・顧客の大部分が町外であるため、地域外からの所得流入の役割を担っています。 |
| 主な経営課題 |
| <ul style="list-style-type: none"> ・観光農園では、ワイン種のブドウの栽培にも取り組んでおり、醸造免許取得が最も大きな経営課題となっている。また、観光客向けのトイレの整備も近々の課題となっています。 ・トマト農家では、価格の変動、資材の高騰が経営上の課題となっています。 |

9 林業

| |
|--|
| 従業員の状況 |
| <ul style="list-style-type: none"> ・伐採や搬出を行う林業事業者では、一人親方の事業者が多く、家族経営又は少人数の雇用となっています。一般的には3人1班で現場作業を行い、機械の効率的な稼働とそれに合わせた人員の配置が必要となります。 ・必要な時のみアルバイトを雇用し、効率的に作業を進めている事業者も見られます。また、公的な補助を受け認定事業体となる場合は、一定の人数の雇用が求められ、経営基盤の弱い事業者には大きなハードルとなっています。 ・自社所有林の管理を行う林業事業者では、伐採等の作業は外部の業者に委託するため従業員がいないことがあります。山林の管理を効率的に行うため、経営やマネジメントのできる人材が必要となります。 |
| 売上高・利益の動向 |
| <ul style="list-style-type: none"> ・伐採等を行う事業者は、森林組合、法人や個人の山主から仕事を請け負っています。現在、町内の伐採事業者は足りておらず、一部の事業者では請け負った仕事の着手を待ってもらっている状態です。 ・伐採した木材は、木材市場を通じて製材業者に販売され、住宅材等になります。エンドユーザーであるハウスメーカーの動向、住宅需要等で市況が左右されるため、人口減少による建築市場の縮小が将来の懸念材料となっています。 |
| 地域とのつながり |
| <ul style="list-style-type: none"> ・町内の重機事業者、ガソリンスタンド等と取引関係にあります。 |
| 主な経営課題 |
| <ul style="list-style-type: none"> ・危険をともなう仕事のため、安全確保が最大の経営課題となっており、適正のある人材の採用、教育等の安全への取り組みが重要であります。 ・認定事業体となるためには、法人化や規模の拡大が課題となり、行政による法人化への支援を求める意見がありました。 ・請負で作業を行っている事業者では、自社林の取得を希望していることが多く、取得のための資金調達が課題となっています。民間金融機関には山林取得への融資の仕組みがなく、山林取得のための公的な融資制度を希望する意見が多くありました。 |

(3) 町内事業所の意見

ヒアリング調査を行う過程で、多くの事業者から行政への要望がありました。主なものを下記に示します。

| 分類 | 内容 |
|--------------------|--|
| 事業の実情に合った使いやすい補助制度 | <ul style="list-style-type: none"> ・やる気のある人を厳しく審査したうえでの高い率（4分の3）の補助金 ・金利、保証料等の補助 ・米、野菜農家以外の農家が使いやすい補助制度 ・補助金や制度についての早く正確な情報 |
| 販路拡大 | <ul style="list-style-type: none"> ・販路拡大の研修、商談会 ・バイヤーと地元生産者をつなげる役割 |
| 働き手の確保 | <ul style="list-style-type: none"> ・外の人を受け入れるために、移住と働き場所をセットで考えてほしい ・「移住するとこんないいことがある」というのを打ち出してほしい。 ・町外へ出ようとしている人を町内で雇用し、流出を防いだ時、雇用した企業への給与時補助 ・移住者を採用した時、移住者が戦力になるまでの給与補助。 |
| 観光 | <ul style="list-style-type: none"> ・町にお金を落としてくれる観光客の誘致 ・観光客向けのトイレ等の施設整備 |
| 次世代育成 | <ul style="list-style-type: none"> ・林業をはじめとした町の基幹産業の魅力を、小中高生のそれぞれの段階で伝えるプログラム ・小学生からの地域人材育成 ・将来人材を確保するために、町外の高校への通学補助 |
| 商工振興の方向性 | <ul style="list-style-type: none"> ・町内の様々な取り組みに一貫性がないので、大まかな方向性を見せてほしい ・役場の商工や林業、農業の部署が密接に連携してほしい |
| その他 | <ul style="list-style-type: none"> ・ワイン醸造特区の申請 ・山林購入時の融資制度 ・法人化の支援 |

5 久万高原町の課題

(1) 久万高原町中小企業の課題

■経営課題

▼①販路開拓 ② 公共事業の維持 ③人材不足

- ・ 販路開拓は卸売業、公共事業の維持は建設業、雇用支援は製造業、建設業が顕著です。
- ・ 売上高減少の要因は、販路・市場の縮小、販売価格の下落、コストの増加、人材確保・教育の困難です。
- ・ 久万高原町での生産と近隣の大都市松山市での消費構造を確立することが課題です。

▼経営マネジメント

- ・ 個人事業主の決算書は税理士や商工会が関与し作成しています。
- ・ 経営相談先は税理士と商工会がほとんどです。
- ・ 決算書作成と経営計画の立案で経営マネジメントの効果計測が図れないことが実態です。
- ・ 無借金経営を念頭に置き、資金繰りや資金調達をほとんど必要としていません。

▼地域連携がない。

- ・ 町内の事業主同士の連携や資本提携などによる事業運営はほとんどいません。
- ・ 新商品開発や新サービス開発に向けた事業連携もほとんどいません。

▼人材確保・教育

- ・ 人口減少、若者の進学や就職で町外流出の影響を今後も受けながら、建設業、製造業は現状の受注に人手不足が挙げられているが、企業成長や事業継続に向けた明確な人材確保はほとんどいません。
- ・ 人材育成については、OJT 研修が想定できるが、小規模企業（従業員 4 人未満）の中で人手不足の現状、指導する人材がいません。

■ 廃業及び後継者不在

▼ 経営資源数の減少により地域への影響

- ・後継者不在や高齢の年齢的理由で廃業を選択する経営者が多いことから、町内から経営資源が消滅していく影響は大きいです。
- ・国内では、小規模事業所数が同様の理由で減少傾向にあります。
- ・売上高の地域経済への影響よりも経営資源数が減少していく影響の大きさを認識する必要があります。
- ・小規模事業者、個人事業主やフリーランス等の廃業は、生活関連サービス分野であれば、住民の生活が不便になり、卸売業であれば取引先が町内に見当たらない等の影響が出てきます。
- ・久万高原町でも、小規模事業者の廃業は、そのノウハウと経営資源が消滅する事になり、その数の多さから、地域の損失が大きいと捉えるべきです。

■ 事業承継

▼ 事業承継の潜在的なニーズを汲み取る事の難しさ

- ・第3次産業の生産高が高く過去5年間横ばい傾向を維持している中、小規模企業の事業廃止等により小規模事業者数が減少していくことで、町内の経営資源が失われていく懸念があります。
- ・経営者が高齢で企業成長より営みの継続で経営が続いている中、事業承継の潜在的なニーズを汲み取る事は難しいです。

第3章 施策の展開

1 施策の目標

本計画は、久万高原町中小企業・小規模企業振興基本条例の目的に基づき、その具現化を図ることを目的としていることから、条例の掲げる目的に沿った将来像を設定します。

◎基本理念

中小企業等が地域に貢献する姿

① 地域経済の活性化

久万高原町の農林業の生産（第一次産業）、ものづくり（第二次産業）からサービス（第三次産業）の提供を通じて、地域住民の生活と雇用を支え、地域経済の活性化に貢献する姿を描く。

② コミュニティの持続とにぎわいの創出

中小企業・小規模企業（以下「中小企業等」という。）は地域社会の一員として、コミュニティの持続や賑わいの創出に貢献する役割を担う姿を描く。

◎将来像

① 活力ある久万高原町の産業基盤づくり

町内中小企業等は久万高原町の地域経済を支え、多様な雇用と賑わいを創出し、地域の活性化に貢献する存在であることを認識しつつ、町内中小企業等が抱える経営課題の解決を支援し、経営基盤を強化するとともに、持続的な発展を支えることにより、活力ある久万高原町の産業基盤づくりを目指します。

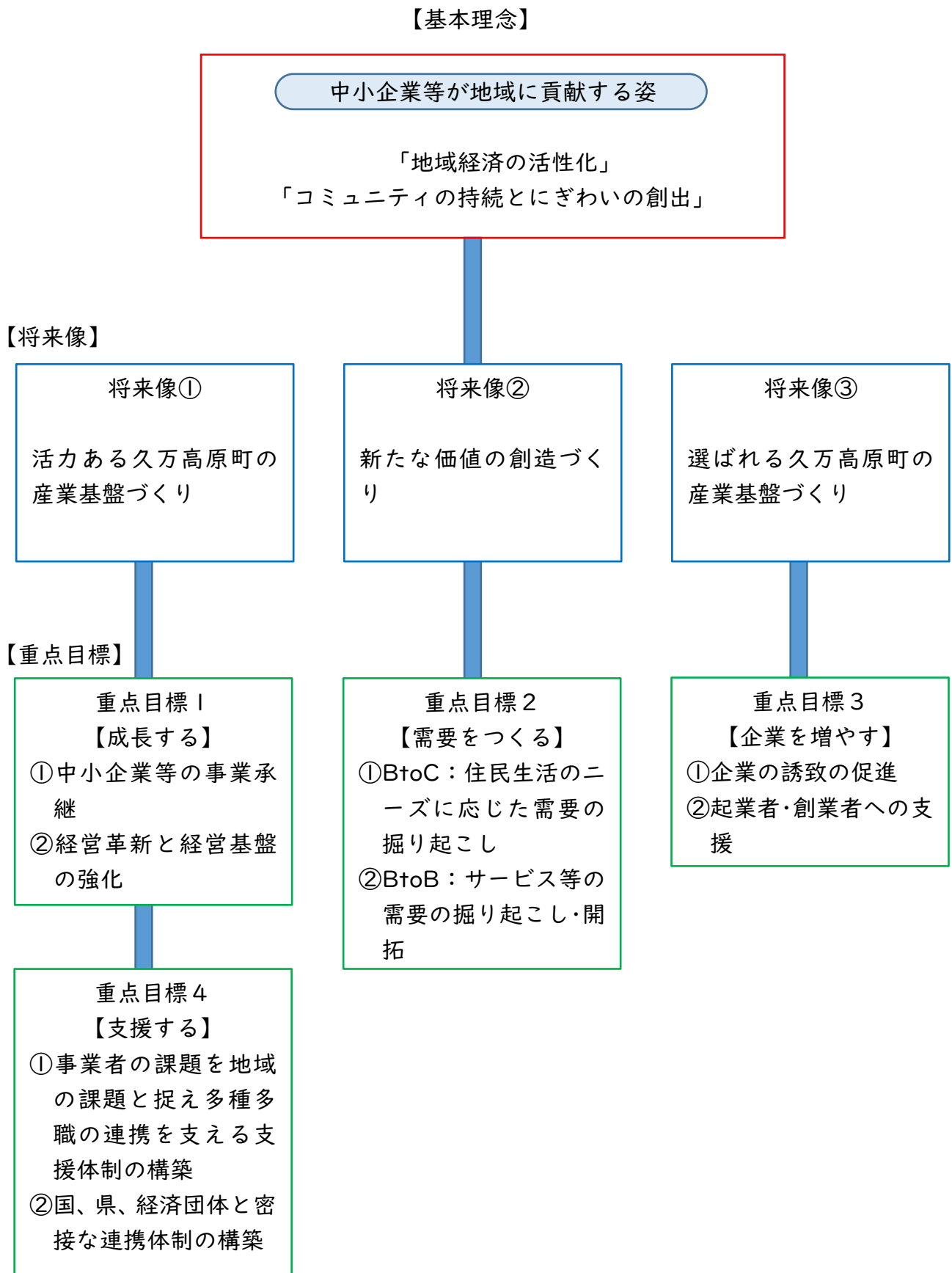
② 新たな価値の創造づくり

町内中小企業等がそれぞれの創意工夫とたゆまぬ努力によって、これまで培ってきた経営ノウハウ、技術、製品や商品、サービスの価値を高めつつ、さまざまな連携の中から、規模が小さな企業であっても、これまでにない価値を創造・提供し、その活躍の場を広げていく新たな価値の創造づくりを目指します。

③ 選ばれる久万高原町の産業基盤づくり

地域特性を生かした立地環境の整備と、産業特性や強みを活かした地域経済循環を進めることにより、久万高原町で立地したい、事業展開したい、起業したい、雇用したいと思う経営者人材を呼び込み、企業にも人にも選ばれる久万高原町の産業基盤づくりを目指します。

施策の目標と重点目標の体系図



2 施策の体系



3 重点目標、基本方針、具体的な施策の展開

重点目標Ⅰ 成長する

①中小企業等の事業承継

中小企業等の多くは、後継者不足と事業廃止の課題を抱えています。後継者にとって魅力的な会社になるための経営環境の改善（経営革新）を図り、親族以外の第三者への承継も視野に入れた事業承継を支援し、その機会を創出させて地域経済の維持発展を目標とします。

小規模企業が多くを占める本町は、経営者の高齢化やもともと一代限りの小規模企業の廃業が増加していく課題を抱えています。小規模経営の持つ販売先・顧客、設備、不動産の経営資源を引き継ぎ、廃業による地域経済への影響リスクを無くし地域経済のけん引を担う次代経営者を支援し、地域経済の維持発展を目標とします。

②経営革新と経営基盤の強化

企業経営や新たなビジネス創出に関する支援に取り組み、中小企業等の経営基盤の強化を進めます。

基本方針Ⅰ 中小企業等の事業承継

- ・親族内承継、役員・従業員承継、社外への承継（M&A）への専門家への相談事業、金融支援を行います。
- ・小規模企業に関しては、経営資源の承継について支援のモデル化を検討し、専門家への相談事業、登記や法手続きの費用等への助成を検討します。

具体的な取組① 商工会及びえひめ産業振興財団と連携した事業承継の支援

- ・事業承継に関する情報の発信。
- ・事業承継の相談支援。
- ・後継者育成のセミナーや勉強会。
- ・専門家への相談事業。
- ・事業承継の支援体制の構築。
- ・事業承継活用の企業向け税制の活用支援。

具体的な取組② 小規模企業からの経営資源の承継モデル化を検討

- ・弁護士等専門家への相談事業。
- ・登記や法手続きの費用への助成。

基本方針2 中小企業等の事業継続と成長

- ・関係機関・団体・金融機関等との連携のもと、経営相談・指導、経営診断等の支援を進めます。
- ・中小企業庁等が設置する相談窓口や各種セミナー・研修等に関する情報提供を行います。

具体的な取組① 関連機関と連携した中小企業等支援体制の構築

- ・商工会、えひめ産業振興財団等と企業支援体制の構築。
- ・愛媛大学との協定に基づき、産学公の連携体制の構築。

具体的な取組② 商工会及び金融機関と連携した経営基盤の強化による成長の支援

- ・経営革新に取り組む事業者のPR。
- ・販路拡大に向けたセミナーや講演会による経営支援。
- ・経営者向けセミナー、簿記指導、事業計画作成支援、財務セミナー、交流会の提供。
- ・専門家への相談事業。
- ・金融支援（税の補助、融資等）。

具体的な取組③ 事業継続支援に取り組む中小企業等への支援

- ・平時から計画的に防災対策等に取り組み、事業継続計画（BCP）策定を実施する中小企業等に対し商工会と連携し、事業継続計画策定の支援を行います。

具体的な取組④ 小規模企業に特化した支援

- ・小規模企業が、地域資源や独自技術を活用し、新商品づくり・販売等を行う際に、関連機関が実施する東京圏、大阪圏など県外で実施される展示・販売会等にブース出展し、販路開拓に向けた支援を行います。

重点目標2 需要をつくる

①BtoC：住民生活のニーズに応じた需要の掘り起こし

②BtoB：サービス等の需要の掘り起こし・開拓

松山圏などの企業に対する商談力の向上及び販路開拓の促進、並びに関係機関との連携による海外市場への販路開拓支援によって、販路の拡大に繋がります。

基本方針3 モノ・需要開拓に向けた支援

・経営者の抱える課題を把握するため、ヒアリング調査を継続実施し、俯瞰的な視点で課題解決を図る具体的な施策を検討します。

具体的な取組① 中小企業等の訪問相談と調査の継続実施

・相談の受付、直接のヒアリング調査により、町内中小企業等の困りごとを把握し、取引の実態や問題、後継者問題等個別事情を把握に繋げて、データ化し、様々な問題を俯瞰的に捉える機関あるいは人材の配置を行います。

具体的な取組② 小規模企業のマッチング事業

・関連機関が行う事業マッチング交流会などへの参加。
・関連機関と連携した新連携、農商工連携の推進。
・関連機関が行う商談会、展示会、下請取引のあっせんなどの販路開拓支援への参加。

具体的な取組③ JETRO 愛媛・愛媛県と連携した中小企業等の海外展開支援

・JETRO 愛媛・愛媛県と連携した海外進出セミナーの開催など海外事業展開に向けた支援を行います。

具体的な取組④ 地場産業のPR

・県と連携し、町長があらゆる場で久万高原町の魅力を町内外にアピールします。
・先進的・特色ある個性的な取組をしている町内中小企業等の魅力を町内外に発信します。
・様々なメディアを効果的に活用し、県内外へ向けての積極的なPRを行います。

具体的な取組⑤ 町内経済の循環の促進

・町内の企業・事業所間での取引の活性化に向けた情報交換・情報提供やマッチング機会の充実に努めます。

基本方針4 モノ・新商品・新サービス・店舗づくり等高付加価値化

- ・商品開発や付加価値の高い商品づくり、農産物を使用した特産品の開発等を支援するため、企業間連携のきっかけづくりやマッチングの機会を創出し、経営の向上を支援します。

具体的な取組① コンサルタント派遣等専門家による相談

- ・店舗づくりの相談。
- ・デザインパッケージなどデザイナー相談事業。

具体的な取組② 産学連携による技術高度化支援

- ・中小企業等、愛媛大学、愛媛県産業技術研究所など、産学が連携して行う共同研究開発を結びつける支援をします。

具体的な取組③ 地域資源の活用

- ・地域の資源を生かした観光産業振興として、誘客を呼び込み外貨を稼ぎます。
- ・まちの賑わいを創出する商業・商店街の振興。
- ・観光産業として特区の活用を図ります。

重点目標3 企業を増やす

①企業の誘致の促進

町外から企業を誘致することで、雇用の促進及び産業の活性化を図り、本町経済の発展及び町民生活の向上を目指します。

②起業者・創業者への支援

中小企業等は、経営者・従業員の高齢化、後継者不足等により、廃業が増加する傾向にあります。多様な働き方を提供し、自己実現、社会貢献等の生きがいを生み出す中小企業等の起業・創業や第二創業を促進するとともに、行政と創業支援事業者（商工会、金融機関など）が連携し、国の創業支援制度に対応するための計画策定の検討を図って、その能力を発揮できる地域社会の実現を目指します。

基本方針5 企業誘致の促進

- ・地域の雇用を生む企業の誘致を進めます。
- ・テレワークやインターネットを活用し、事業所の場所を選ばないスタイルの事業者を誘致します。

具体的な取組① 企業誘致の促進

- ・光回線通信基盤の整備。
- ・企業立地促進条例に基づく支援。
- ・観光産業、エネルギー産業、多様なサービス産業の企業立地の支援。
- ・企業立地促進のため、東京圏、大阪圏など大都市圏でプロモーション活動の実施。

具体的な取組② ベンチャー企業の誘致

- ・企業経営者のベンチャー企業の誘致を促進します。
- ・企業立地促進条例に基づく支援と移住支援事業と連携した支援体制を構築します。

基本方針6 起業・創業支援、新産業の創出

- ・ 起業家・創業者（以下「ベンチャー」という。）のビジネスプラン事業計画の作成をサポートします。
- ・ 愛媛県及びえひめ産業振興財団等関連機関と連携した創業支援の充実化を進めます。

具体的な取組① 起業・創業支援

- ・ 質の高いベンチャーを数多く創出するため、効果的に潜在的起業家を掘り起こしする久万高原町の起業・創業支援の制度を整え、情報発信に努めるとともに、県内の支援機関などにつなげていく取組や産学公ネットワークの活用による事業連携を促進します。
- ・ 東京圏及び大都市圏での久万高原町へ移住と創業支援の情報を発信するため、県の移住促進事業と連携し愛媛県東京事務所及び大阪事務所と情報共有を図ります。

具体的な取組② 起業・創業しやすい環境整備

- ・ えひめ産業振興財団及び商工会と連携して、創業相談やビジネスプランのブラッシュアップ、創業支援など、ベンチャーの成長段階に応じた総合的な支援を行います。
- ・ 関係機関と連携し、空き店舗や利用していない公共施設を活用し、コワーキングスペースの設置等、ベンチャーの育成や新しいビジネスを支援する環境整備を行います。

具体的な取組③ 事業計画作成支援

- ・ えひめ産業振興財団及び商工会と連携し、創業、第二創業における事業計画の作成支援をします。
- ・ 起業・創業時の資金調達などの金融支援制度の紹介を行います。
- ・ 産学公連携により創業支援事業計画の策定とその実施を推進し、ベンチャーの掘り起こしから、創業後の経営の安定化まで一貫した支援を行い、幅広い層による創業を促進します。

具体的な取組④ 啓発活動の継続

- ・ 経営者セミナー、職場改善セミナー等経営の入り口にあたる啓発活動を継続します。

重点目標4 支援する

①事業者の課題を地域の課題と捉え多種多職の連携を支える支援体制の構築

中小企業等の発展に向けて中小企業等同士が連携した取り組みの事例紹介や支援策の情報提供、本町の基盤産業である林業と農業は商工業者との連携の模索や、観光資源と観光産業の連携等の新事業展開への支援とその支援体制を構築します。

②国、県、経済団体と密接な連携体制の構築

中小企業等の連携にあたり、支援体制を構築します。国、県、金融機関、教育機関による総合的な支援体制の構築を目標とします。

基本方針7 ヒト・フレキシブルな人材の確保

・若年層の町外流出が続く中、町内中小企業等の魅力を発信する機会を充実させるため、様々な支援機関と連携し情報発信との仕組み作りを進めます。

具体的な取組① 繁忙期・短納期対応の人材リストの作成

・繁忙期や短納期において、対応可能な人材リストの作成により、高齢者、女性を含めてリストアップする町内人材バンクの構築。

具体的な取組② 多様な人材の確保

- ・ジョブカフェ愛媛と連携し、U I J ターン向け、新卒及び第二新卒向けの情報発信に努めます。
- ・愛媛県若年者就職支援センター、ハローワーク、えひめ産業振興財団との連携し雇用促進に努めます。
- ・外国人材の雇用促進のため、入国管理に関する VISA 等申請の支援を行います。
- ・愛媛大学との連携で、町の産業について学ぶ講座の開講等を開催し、若手人材の確保に努めます。
- ・上浮穴高校と連携し、教員と生徒が町内企業見学ツアー、生徒の職場体験等を開催し、若手人材の確保に努めます。

具体的な取組③ 多様な人材の育成

- ・ジョブカフェ愛媛と連携し、若年者向けの研修会への参加支援。
- ・ポリテクセンター愛媛と連携し、在職者向け職業訓練への参加を支援。

具体的な取組④ 働き方改革の推進

- ・愛媛働き方改革推進支援センター（愛媛労働局）との連携で、厚生労働省のパンフレットを配布し、普及・啓発を図ります。
- ・社会保険労務士等による助言を行うセミナー開催や相談会の実施。

基本方針8 金融支援

- ・ 中小企業等の事業振興を図るため、金融機関と連携し、運転資金や設備資金など必要な資金の融資あっ旋や各種融資制度に関する情報提供等を行い、積極的な経営を支えます。

具体的な取組① 中小企業振興資金融資制度

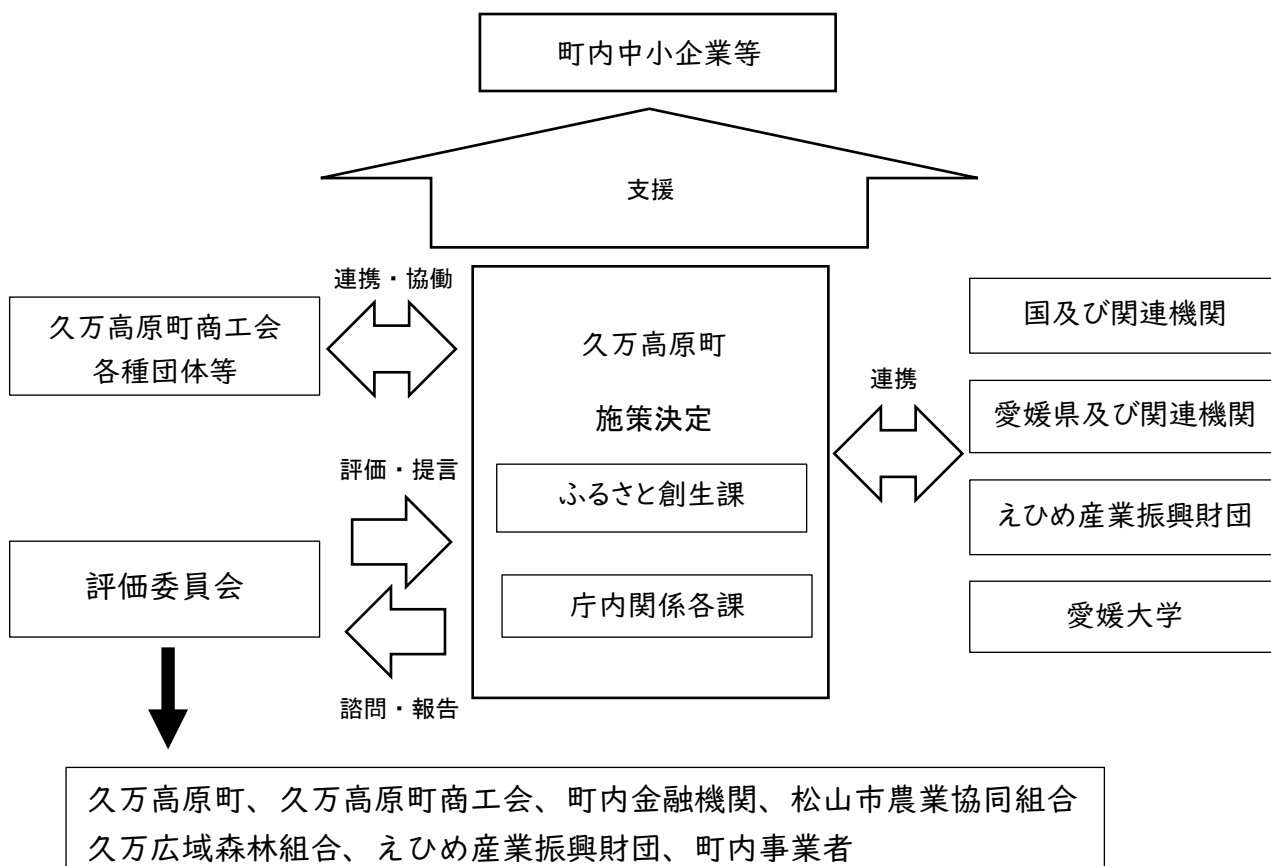
- ・ 中小企業等の事業振興を図るため、金融機関と連携し、運転資金や設備資金など必要な資金の融資あっ旋や各種融資制度に関する情報提供等を行います。
- ・ 積極的な設備投資や事業展開を促すため、特定の融資制度を利用した場合に利子補給等を行い、金利負担の軽減を図ります。

具体的な取組② マル経融資制度等小規模企業への金融支援

- ・ マル経融資（小規模事業者経営改善資金）等日本政策金融公庫の制度や愛媛県中小企業融資制度を活用して、運転資金や設備資金など必要な資金の融資あっ旋や各種融資制度に関する情報提供等を行います。

第4章 計画の推進

1 推進体制



(1) 計画の周知

計画の着実な推進に向けて、関係機関との連携働による効果的な事業の推進を図ることが重要であり、幅広い関連機関の理解と協力を得ることが不可欠です。そのため、本町の中小企業振興の目指す方向性や施策の内容、実施方法等に関して、情報提供に努めながら、中小企業振興を推進します。

(2) 支援機関との連携

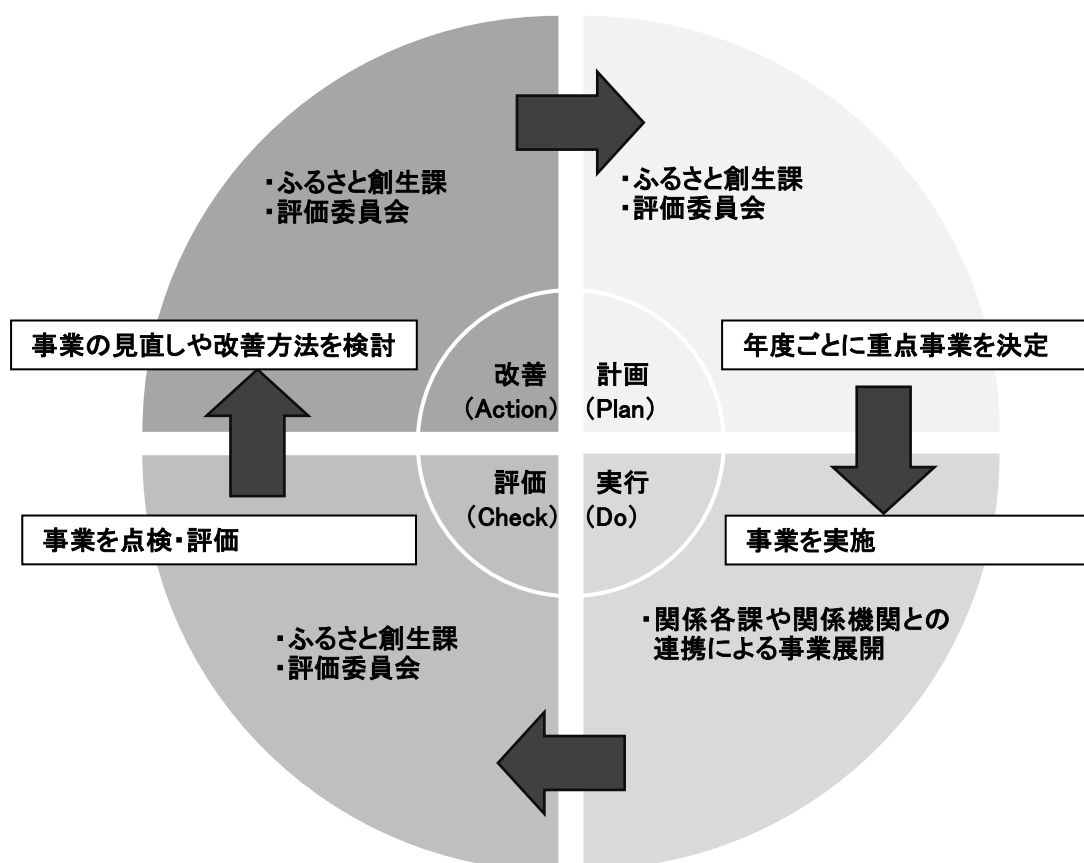
中小企業振興の施策の推進に当たっては、事業者、地域、高等教育機関、教育機関など多様な団体との連携を構築し、この計画を通じて重要な考え方を共有し、協働することにより、地域社会全体で取り組む仕組みづくりを進めます。

(3) 国及び愛媛県との連携

中小企業振興の施策の推進に当たっては、財政が厳しい状況の本町のみでは、中小企業振興を図ることは難しいため、国及び愛媛県と緊密な連携を構築し、この計画を通じて重要な考え方を共有し、国及び愛媛県の施策や支援策の利活用を図ります。

2 推進の進行管理

計画の実効性の確保に向けて、PDCA（Plan Do Check Action）の視点にもとづく進捗管理を行います。計画に位置付けた事業の評価については、年1回評価委員会を開催し、計画の目標の達成状況や現状について事業評価を行います。



3 県内の産業支援機関

1 愛媛県中小企業等に対する支援

- (1) 経済労働部 産業雇用局 労政雇用課
 - ・ えひめ仕事と家庭の両立応援企業認証制度
 - ・ 働ナビえひめ（愛媛県働き方改革包括支援プラザ）
 - ・ 愛媛マイスター認定制度
 - ・ 愛媛県中核産業人材確保のための奨学金返還支援制度
- (2) 経済労働部 産業支援局 経営支援課
 - ・ 愛媛県の中小企業向け融資制度相談窓口（取扱は金融機関と信用保証協会）
 - ・ 災害関連対策資金及び愛媛県中小企業等グループ施設等復旧整備補助事業

2 公益財団法人えひめ産業振興財団

- ・ 創業支援
女性創業サロン、愛媛グローバル・フロンティア・プログラム
- ・ インキュベートルーム利用
- ・ 経営相談
- ・ 補助金制度
- ・ 愛媛県プロフェッショナル人材戦略拠点
- ・ Team えびす
- ・ 愛媛県よろず支援拠点

3 愛媛労働局

- (1) 愛媛働き方改革推進支援センター（担当：愛媛労働局 雇用環境・均等室）
 - ・ 働き方改革の実現
- (2) ハローワーク松山
 - ・ 求職者支援、就職説明会実施
 - ・ 雇用助成金、教育訓練給付等窓口

4 一般社団法人えひめ若年人材育成推進機構

- ・ ジョブカフェ愛 work、愛媛県若年者就職支援センター運営
- ・ 求職者支援、就職説明会実施
- ・ 新入社員、若手社員向けセミナー
- ・ ふるさと愛媛Uターンセンター運営

5 ジェトロ愛媛

- ・ 海外展開支援

6 愛媛県中小企業再生支援協議会

- ・ 経営相談、経営革新、金融セーフティーネット等の相談、助言、関係機関の紹介

7 愛媛県事業引継ぎ支援センター

- ・ 事業承継の相談支援

8 久万高原町商工会

- ・ 経営、金融、税務、経理、知的財産、労務、雇用、情報化等の相談
- ・ 創業支援、資金繰り、確定申告、労働保険手続き等関係機関と連携した支援

1 久万高原町中小企業・小規模企業振興基本条例

(目的)

第1条 この条例は、中小企業・小規模企業（以下「中小企業等」という。）の振興に関し、基本理念、その他の基本となる事項を定めるとともに、町、中小企業者及び小規模企業者（以下「中小企業者等」という。）、商工会及び金融機関の役割を明らかにすることにより、中小企業等の振興に関する施策を推進し、もって中小企業者等の成長発展及びその事業の持続的発展並びに地域経済の活性化及び町民生活の向上に寄与することを目的とする。

(定義)

第2条 この条例において、次の各号に掲げる用語の定義は、当該各号に定めるところによる。

- (1) 中小企業者とは、中小企業基本法（昭和38年法律第154号。）第2条第1項各号に規定する事業者であって、町内に事務所又は事業所を有するものをいう。
- (2) 小規模企業者とは、中小企業基本法第2条第5項に規定する事業者であって、町内に事務所又は事業所を有するものをいう。
- (3) 商工会とは、商工会法（昭和35年法律第89号）の規定に基づく商工会であって、町内に事務所を有するものをいう。
- (4) 金融機関とは、銀行、信用金庫その他の金融機関をいう。

(基本理念)

第3条 中小企業等の振興は、地域産業の継続的な発展、新産業の創出及び地域社会の発展を目標に、中小企業者等自らの創意工夫と自主的な努力を尊重し促進しなければならない。

- 2 中小企業等の振興は、中小企業者等が地域の経済及び雇用を支える担い手として重要な役割を果たしているという基本的な認識の下に行わなければならない。
- 3 中小企業等の振興は、国、県の協力を得ながら、町、中小企業者等、商工会及び金融機関が連携するとともに、町民が協力することを基本として行わなければならない。

(施策の基本方針)

第4条 中小企業等の振興に関する施策を策定、実施する場合は、次に掲げる事項を基本として行うものとする。

- (1) 中小企業等の人材の確保、育成及び雇用の安定、資金調達の円滑化などの経営基盤の強化を図ること。
- (2) 中小企業等の創業の促進及び事業の継続を図ること。
- (3) 中小企業等の振興に関する情報の収集及び提供を図ること。
- (4) 中小企業等の振興に関する町民の理解及び協力の促進を図ること。

(町の役割)

第5条 町は、第3条に定める基本理念及び前条に定める施策の基本方針に基づき、施策を実施するものとする。

- 2 町は、中小企業等が豊かな地域社会づくりへの貢献や地域住民の生活の向上及び交流の促進に寄与していることについて、住民への理解を深めるよう努めるものとする。

(中小企業者等の役割)

第6条 中小企業者等は、事業活動を行うにあたっては、経営基盤の強化、技術の継承、人材の育成、雇用の促進及び従業員の福利厚生の実現に取り組むよう努めるものとする。

- 2 中小企業者等は、地域社会を構成する一員として、社会的責任を自覚し、地域社会との調和を図り、豊かで住みよい地域社会の実現に貢献するよう努めるものとする。

(商工会の役割)

第7条 商工会は、中小企業者等の経営の向上及び改善に主体的に取り組むとともに、町が行う中小企業等の振興に関する施策の実施について協力するものとする。

(金融機関の役割)

第8条 金融機関は、第3条に定める基本理念にのっとり、中小企業等に対し、円滑な資金の調達、経営の支援その他の必要な協力を行うよう努めるものとする。

(町民の理解と協力)

第9条 町民は、中小企業等の振興が地域経済の基盤形成と雇用環境の整備等の町民の生活向上において重要な役割を果たしていることを理解し、中小企業等の健全な発展に協力するよう努めるものとする。

(財政上の措置)

第10条 町は、中小企業等の振興に関する施策を実施するため、必要な財政措置を講ずるよう努めるものとする。

(委任)

第11条 この条例に定めるもののほか、この条例の施行に関し必要な事項は、町長が別に定める。

附 則

この条例は、平成30年4月1日から施行する。

2 久万高原町産業振興支援事業補助金交付要綱

平成30年3月23日

告示第11号

改正 令和元年5月15日告示第8号

(趣旨)

第1条 この告示は、町内で地域産業の振興を図る事業者を支援するために交付する補助金（以下「補助金」という。）に関し、久万高原町補助金交付規則（平成16年久万高原町規則第44号。以下「規則」という。）に定めるもののほか、この告示の定めるところにより予算の範囲内で補助金を交付する。

(定義)

第2条 この告示において、次の各号に掲げる用語の意義は、それぞれ当該各号に定めるところによる。

- (1) 事業者 事業を行う法人又は個人とし、風俗営業等の規制及び業務の適正化等に関する法律（昭和23年法律第122号）第2条に定める風俗営業及びこれに類する営業を除く事業を営む者をいう。
- (2) 起業 事業を営んでいない法人にあっては会社の設立、事業を営んでいない個人にあっては開業をいう。
- (3) 業種 日本標準産業分類における各中分類項目をいう。
- (4) 新商品 次のいずれかに該当する技術又は商品で、他者の知的財産権を侵害するものでないものをいう。
 - ア 事業者が新たに開発する技術又は商品であって、市場に同様の技術又は商品がないもの。
 - イ 市場にある同様の技術又は製品に比べて、素材、手法、外形、機能等の点で優位性を有するもの。
 - ウ 事業者が既に保有する技術又は製品を改良することにより、当該事業者が経営基盤の強化又は事業規模の拡大を図ることができもの。
- (5) 空き店舗 店舗又は事務所の用に供していた施設のうち、現に営業していないもの。
- (6) 事業承継 法人にあっては、代表者の交代など、後継者が事業を承継することをいい、個人にあっては、先代経営者の廃業・後継者の開業など、後継者が事業を承継することをいう。

(補助対象)

第3条 町内で事業を行う予定の事業者（法人・個人）で、次の各号の事業について1回限り助成を行うものとする。

- (1) 起業支援事業（町内で起業する場合）
- (2) 新商品開発支援事業（町内に事業拠点を置く事業者で新商品を開発する場合）
- (3) 空き店舗活用促進事業（町内に事業拠点を置く事業者で、空き店舗の改修や内装のリフォーム、及びそれに伴う付属設備の購入等を行う場合）
- (4) 事業承継支援事業（法人にあっては本補助金により実施する改修工事等を契機に、代表者変更の登記を行う場合、個人にあっては、本補助金により実施する改修工事等を契機に、店舗経営者の交代を行う場合）

2 補助対象事業は、補助事業完了年度から起算して3年以上継続しなければならない。

(補助対象となる業種)

第4条 補助の対象となる業種は次の各号に掲げるものとする。

-
-
- (1) 農業、林業
 - (2) 製造業
 - (3) 情報通信業
 - (4) 卸売業、小売業
 - (5) 学術研究、専門・技術サービス業
 - (6) 宿泊業、飲食サービス業
 - (7) 生活関連サービス業、娯楽業

2 前項第1号のうち、農業者にあつては、日本政策金融公庫が定める次の融資制度の対象とする。

- (1) 農業経営基盤強化資金
- (2) 青年等就農資金
- (3) 経営体育成強化資金のうち前向き投資資金

3 町内で事業を営む者（予定者を含む）

4 国・県の補助対象経費は対象外とする。

5 補助事業者は、町税等に滞納があつてはならない。

（補助対象となる内容）

第5条 補助の対象となるものは、調査研究費、用地取得費、建物や構築物の建築・修繕費、機械・工具・備品の購入費等とする。

（補助金の額）

第6条 補助金の額は、第3条第1項第1号から第4号の事業について対象経費の3分の2以内（上限200万円、下限40万円）とする。

2 前項の規定により算出した補助金の額に1,000円未満の端数があるときは、その端数を切り捨てるものとする。

（事前協議）

第7条 この告示の適用を受けようとするものは、その内容について事前に町長と協議しなければならない。

（補助金の交付申請）

第8条 補助事業者は、久万高原町産業振興支援事業補助金交付申請書（様式第1号）に、次の各号に掲げる書類を添付して町長に提出しなければならない。

- (1) 事業計画書
 - ア 起業支援事業（様式第2号）
 - イ 新商品開発支援事業（様式第2号その1）
 - ウ 空き店舗活用促進事業（様式第2号その2）
 - エ 事業承継支援事業（様式第2号その3）
- (2) 収支予算書（様式第3号）
- (3) その他町長が必要と認める書類

2 事業の着手は、補助金の交付決定に基づき行うものとする。ただし、緊急かつやむを得ない事情により交付決定前に着手する必要があると認められる場合は、あらかじめ交付決定前着手届（様式第1号その2）を町長に提出しなければならない。

（補助金の交付決定）

第9条 町長は、前条第1項の規定による交付申請があつたときは、その内容を審査し、適当と認めるときは補助金の交付決定を行い、久万高原町産業振興支援事業補助金交付決定通知書（様式第4号）により申請者に通知するものとする。

- 2 町長は、補助金の交付決定をする場合において、次の各号に掲げる条件を付するものとする。
- (1) 補助事業が予定の期間内に完了しない場合又は補助事業の遂行が困難となった場合においては、速やかに町長に報告し、その指示を受けなければならないこと。
 - (2) 補助事業により取得し、又は価値が増加した財産については、減価償却資産の耐用年数に関する省令(昭和40年大蔵省令第15号)に定められている耐用年数等に相当する期間(同令に定めがない財産については、町長が別に定める期間)内において、町長の承認を受けずに、補助金の交付の目的に反して使用し、譲渡し、交換し、貸付、又は担保に供してはならないこと。
 - (3) 町長の承認を受けて前号の財産を処分することにより収入があった場合には、その収入の全部又は一部を町に納付させることがあること。
 - (4) 補助事業により取得し、又は価値が増加した財産については、善良に管理するとともに、補助金の交付目的に従って効果的な運用を行わなければならないこと。
 - (5) 補助金の収支に関する帳簿を備え、領収書等関係書類を整理し、これらの帳簿及び書類を補助金の交付を受けた年度終了後5年間保管しなければならないこと。
 - (6) 前各号に掲げるもののほか、町長が必要と認めるもの。

(事業の変更、中止又は廃止の承認申請書)

第10条 補助事業者が補助事業を変更、中止又は廃止しようとするときは、久万高原町産業振興支援事業変更(中止・廃止)承認申請書(様式第5号)に次の各号に掲げる書類を町長に提出して、変更、中止又は廃止の決定を受けなければならない。ただし、町長が軽微な変更で特にその必要がないと認めるときは、この限りではない。

- (1) 変更事業計画書
 - ア 起業支援事業(様式第2号)
 - イ 新商品開発支援事業(様式第2号その1)
 - ウ 空き店舗活用促進事業(様式第2号その2)
 - エ 事業承継支援事業(様式第2号その3)
- (2) 変更収支予算書(様式第3号)
- (3) 前2号に掲げるもののほか、補助事業の内容の変更に関し参考となる書類

(事業の変更、中止又は廃止の承認)

第11条 町長は、前条の規定による承認申請があったときは、その内容を審査し、承認すべきと認めるときは、久万高原町産業振興支援事業変更(中止・廃止)承認通知書(様式第6号)により補助事業者に通知するものとする。

(実績報告)

第12条 補助事業者は、補助事業が完了したときは、久万高原町産業振興支援事業実績報告書(様式第7号)に次の各号に掲げる書類を添えて、補助事業完了の日から起算して20日以内又は補助金の交付決定のあった日の属する翌年度の4月20日のいずれか早い日までに町長に提出しなければならない。

- (1) 事業実績書
 - ア 起業支援事業(様式第2号)
 - イ 新商品開発支援事業(様式第2号その1)
 - ウ 空き店舗活用促進事業(様式第2号その2)
 - エ 事業承継支援事業(様式第2号その3)
- (2) 収支決算書(様式第3号)
- (3) 領収書の写
- (4) 完成が確認できる写真(工事写真、改修写真、備品購入写真等)

(5) その他町長が必要と認める書類

(補助金額の確定)

第13条 町長は、前条の規定による実績報告書を受領したときは、必要な審査等を行い、その報告にかかる補助事業が補助金交付決定の内容及びこれに付した条件に適合すると認めるときは、交付すべき補助金の額を確定し、久万高原町産業振興支援事業補助金額確定通知書(様式第8号)により補助事業者に通知するものとする。

(補助金の請求)

第14条 補助事業者は、前条の規定による補助金の確定通知を受けたときは、久万高原町産業振興支援事業補助金交付請求書(様式第9号)に久万高原町産業振興支援事業補助金額確定通知書の写しを添えて町長に提出するものとする。

(補助金の交付決定の取消し及び返還)

第15条 町長は、補助事業者が次の各号のいずれかに該当するときは、補助金の交付決定の全部又は一部を取消し、又は既に交付した補助金の全部又は一部の返還を求めることができる。

(1) 補助金をその目的以外の用途に使用したとき。

(2) 交付申請書その他の関係書類に虚偽の記載をし、又は補助事業の実施について不正な行為をしたとき。

(3) 事業計画書に記載した成果目標を達成できなかったとき。

(4) この告示の規定に違反する行為をしたとき。

(その他)

第16条 この告示に定めるもののほか、必要な事項は、町長が別に定める。

附 則

(施行期日)

1 この告示は、平成30年4月1日から施行する。

(告示の失効)

2 この告示は、令和3年3月31日限り、その効力を失う。ただし、同日までに行われた第13条に規定する補助金額の確定、第14条に規定する補助金の請求及び第15条に規定する補助金の交付決定の取消し及び返還に関する事項については、同日後もなおその効力を有する。

3 久万高原町企業立地促進条例

(目的)

第1条 この条例は、本町における企業立地の促進を図るため、必要な措置を講じることにより、雇用の促進及び安定並びに産業の活性化を図り、もって本町経済の発展及び町民生活の向上に資することを目的とする。

(定義)

第2条 この条例において、次の各号に掲げる用語の意義は、当該各号に定めるところによる。

- (1) 企業 営利の目的をもって事業を営む者で、規則で定める産業に属する事業所をいう。
- (2) 事業者 本町に企業の立地をする者で、風俗営業等の規制及び業務の適正化等に関する法律（昭和23年法律第122号）第2条に定める風俗営業及びこれに類する営業を除く事業を営むものをいう。
- (3) 企業の立地 本町に企業が事業所を新設し、増設し、又は移転することをいう。
- (4) 新規雇用従業員 企業の立地に伴い新たに採用され、かつ、当該企業において給与等の支払を受け、通常の状態の下にその事業を継続するために引き続き雇用される従業員であり、かつ、雇用保険法（昭和49年法律第116号）第4条第1項に規定する被保険者をいう。
- (5) 中小企業者 中小企業基本法（昭和38年法律第154号）第2条第1項に規定する中小企業者をいう。
- (6) 投下固定資産総額 企業の立地の用に供する地方税法（昭和25年法律第226号）第341条に規定する土地、家屋及び償却資産の取得価格の総額をいう。
- (7) 新設 本町に事業所を有しない企業が、本町に事業所を設置することをいう。
- (8) 増設 本町に事業所を有する企業が、事業規模を拡大する目的をもって既設の事業所を拡張し、又は既設の事業所のほかに本町に新たに事業所を設置することをいう。ただし、単に建物の増改築、敷地の拡張及び機械設備の改造又は補修等は含まないものとする。
- (9) 移転 本町に事業所を有する企業が、事業規模を拡大する目的で、既設の事業所を廃止し、本町の他の地域に事業所を設置又は取得することをいう。
- (10) クリエイティブ産業等事業所 企業が、町内の賃貸オフィス等で開設する事業所のうち、規則で定めるものをいう。

(援助及び便宜の供与等)

第3条 町長は、第1条の目的を達成するため、企業の立地をしようとする者に対し、次に掲げる援助、あっせん又は便宜の供与をすることができる。

- (1) 必要な用地等の確保に関すること。
- (2) 従業員の確保に関すること。
- (3) 前2号に掲げるもののほか、町長が必要と認める事項に関すること。

(奨励措置)

第4条 町長は、町内に企業の立地をする者で、第7条に規定する事業者（以下「指定事業者」という。）に対し、次に掲げる奨励措置を実施することができる。

- (1) 企業立地促進奨励措置
- (2) クリエイティブ産業等事業所開設奨励措置
- (3) 雇用促進奨励措置

2 企業立地促進奨励措置は、指定事業者が企業の立地をした場合に実施することができる。

3 クリエイティブ産業等事業所開設奨励措置は、指定事業者が、企業の立地に伴いオフィス等を賃借した場合に実施することができる。

4 雇用促進奨励措置は、指定事業者が、企業の立地に伴い新規雇用従業員を引き続き1年以上雇用した場合に実施することができる。

(奨励措置の指定要件等)

第5条 前条第1項各号に規定する奨励措置の指定要件及び内容は、別表に定めるとおりとする。

(指定の申請)

第6条 この条例の規定による奨励措置の指定を受けようとする者は、規則で定めるところにより、町長に申請しなければならない。

(指定の決定)

第7条 町長は、前条の申請があったときは、これを審査し、適当と認めるときは、指定を行うものとする。

2 町長は、前項の指定を行うに当たっては、必要な条件を付することができる。

(変更の届出)

第8条 指定事業者は、当該申請の内容を変更したときは、その旨を町長に届け出なければならない。

2 町長は、前項の規定による届出があったときは、その者に対し、当該指定について必要な条件を付することができる。

(指定の承継)

第9条 指定事業者は、合併、分割、営業譲渡、相続その他の事由により、指定の申請事項に異動が生じた場合は、その旨を町長に届け出なければならない。

2 前項の場合において、当該指定事業者が受けていた奨励措置に係る事業を承継した者(当該指定事業者の事業と同一の事業を行っている者に限る。)は、当該指定事業者の指定に係る権利を承継する。

(指定の取消し等)

第10条 町長は、指定事業者が、次の各号のいずれかに該当すると認めるときは、その指定を取り消し、援助、あっせん若しくは便宜の供与及び奨励措置の実施を停止し、既に免除した固定資産税がある場合は、その全部若しくは一部の納付を命じ、又は既に実施した奨励措置がある場合は、その全部若しくは一部の返還を求めることができる。

(1) 第5条に規定する指定要件を欠くに至ったとき。

(2) 事業所の事業を休止し、若しくは廃止し、又はこれらと同様の状態に至ったとき。

(3) 第7条第2項又は第8条第2項の規定により付された条件に違反したとき。

(4) 事業所をその事業以外の用途に供したとき。

(5) 偽りその他不正の手段により、指定若しくは奨励措置の実施を受け、又は受けようとしたとき。

(6) 前各号に掲げるもののほか、この条例又はこの条例に基づく規則に違反する行為があったとき。

(操業開始報告)

第11条 指定事業者は、事業所の継続的な使用を開始したときは、規則で定めるところにより、町長に報告しなければならない。

(奨励措置の実施の申請)

第12条 奨励措置の実施の申請の時期は、次の各号に掲げる区分に応じ、当該各号に定めるところによる。

(1) 第4条第1項第1号に規定する奨励措置 企業の立地をした事業所の操業開始後、当該指定事業者に係る町税が完納された年度以降とする。ただし、事業所の開設に係る奨励措

置については、操業開始日以降とする。

(2) 第4条第1項第2号に規定する奨励措置 当該指定事業者が企業の立地に伴い事業所を開設した日から1年を経過した日以降において、交付の対象となる賃借料が完納された日以降とする。ただし、事業所の開設に係る奨励措置については、操業開始日以降とする。

(3) 第4条第1項第3号に規定する奨励措置 当該雇用者を雇用して1年を経過した日以降とする。

2 奨励措置の実施を受けようとする指定事業者は、規則で定めるところにより、奨励措置の実施の申請をしなければならない。

(奨励措置の実施の決定)

第13条 町長は、前条第2項の規定による申請があったときは、その内容を審査し、奨励措置の実施の可否を決定するものとする。

2 町長は、前項の決定をしたときは、規則で定めるところにより、指定事業者に通知するものとする。

(適用除外)

第14条 この条例の規定に基づく奨励措置は、次に掲げるものについては適用しない。

(1) 事業の承継により奨励措置(第4条第1項第2号及び第3号に掲げる奨励措置を除く。)の対象であった固定資産で、当該奨励措置の実施期間が終了したものの所有権を取得した者が当該固定資産について奨励措置の実施を受けようとする場合の申請

(2) 町が行っている他の制度による補助金等の交付を受けているものに係る申請

(3) 前2号に掲げるもののほか、町長が適当でないとするもの

(報告又は調査)

第15条 町長は、この条例の施行に必要な限度において、第3条の規定による援助、あっせん又は便宜の供与を受けた者及び第4条の規定による奨励措置の実施を受けた者に対し、報告を求め、又は調査をすることができる。

(公害の防止)

第16条 指定事業者は、大気汚染、騒音及び水質汚濁その他公害を発生させないよう万全の措置を講じなければならない。

(委任)

第17条 この条例に定めるもののほか、この条例の施行に関し必要な事項は、規則で定める。

附 則

(施行期日)

1 この条例は、公布の日から施行する。

(久万高原町工場設置奨励条例の廃止)

2 久万高原町工場設置奨励条例(平成16年久万高原町条例第152号)は、廃止する。

別表（第5条関係）

| 区分 | 指定要件 | 奨励措置及び奨励金内容 |
|---------------------|---|--|
| 企業立地促進奨励措置 | 投下固定資産総額1億円（中小企業にあっては3,000万円以上）で、新規町内雇用従業員が5人（中小企業者にあっては2人）以上であるとき。 | （1）新たに固定資産税が課せられることとなった年度以降の当該固定資産税をゼロにする。ただし、実施期間は3年以内、税総額1億円を限度とする。 （2）事業所開設に伴い施設を建設、改修する費用の総額の10分の1以内に相当する額とし、1,000万円を限度とする。 |
| クリエイティブ産業等事業所開設奨励措置 | 町内の賃貸オフィス等で事業所を開設し、新規町内雇用従業員が1人以上であるとき。 | （1）事業所の賃借料の年額3分の1以内に相当する額とし、交付期間は3年以内、300万円を限度とする。 （2）次に掲げる事業所開設に要する費用の合計額の3分の1以内に相当する額とし、200万円を限度とする。ただし、操業開始日までに要した費用に限る。 ア 改装に要した費用 イ 通信回線設置に要した費用 ウ 機器等の購入及び搬入に要した費用 エ その他町長が適当と認めた費用 |
| 雇用促進奨励措置 | 企業立地促進奨励措置又はクリエイティブ産業等事業所開設奨励措置の指定事業者が、企業及び事業所の立地に伴い新規町内雇用従業員を引き続き1年以上雇用したとき。 | 町内に住所を有する（町内に住所を有することとなったものを含む。）新規常用雇用従業員を1年以上雇用したとき、1人につき50万円とし、交付期間は認定日から起算して5年以内、1,500万円を限度とする。ただし、短時間労働者（社会保険加入者に限る。）においては、1人につき25万円とする。また、2年目以降は純増員に対してのみ交付する。 |

久万高原町中小企業振興計画

発行年月：令和2年3月

編集：久万高原町ふるさと創生課

〒791-1201 愛媛県上浮穴郡久万高原町久万212

TEL：0892-21-1111（代表）FAX：0892-21-0922