

経営発達支援計画の概要

実施者名	垂水市商工会（法人番号：9340005006636） 垂水市役所（地方公共団体コード：462144）
実施期間	令和3年4月1日～令和8年3月31日
目標	経営発達支援事業の目標 1. 地域資源を活かした新分野への事業展開の推進 2. 小規模事業者の経営基盤の強化
事業内容	経営発達支援事業の内容 3-1. 地域の経済動向調査に関すること アンケートの実施、垂水スタンプ会からの情報提供、地域懇談会等で景気動向に係る情報を収集、整理、分析を行い、事業計画や創業計画を策定支援する際に活用する。 3-2. 需要動向調査に関すること IT、マスメディア等の利用、消費者に対するアンケート調査等により需要動向を調査する。調査結果を商品開発、新役務の資料とする。 4. 経営状況の分析に関すること 融資相談、補助金申請支援の際に決算書の内容を分析する。販売する商品又は提供する役務の内容、保有する技術又はノウハウ、従業員、設備等について情報を収集、分析し、経営基盤強化の情報とする。 5. 事業計画策定支援に関すること 金融相談、補助金申請、経営改善計画、経営革新計画認定申請の際などに事業計画の策定支援を行う。 6. 事業計画策定後の実施支援に関すること 事業計画策定後や創業後のフォローアップとして毎月1回～2回事業所を巡回、進捗状況を確認し、課題解決のための支援を行う。 7. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること ふるさと名物応援事業を活用、商工会主催による商談会の開催等により新たな需要の開拓を図る。国、県の補助事業を活用して海外展開の戦略策定や海外展示会の開催等により海外の需要開拓を図る。 地域経済の活性化に資する取組（地域振興事業） 垂水市漁協、牛根漁協、大野原地区等と連携してグルメコンテスト、ファーマーズ・フィッシャーマンズマーケットの開催、温泉地再生のためのイングリッシュガーデンコンテストの開催を通して癒しとおもてなしのまちづくりによって地域経済の活性化を実現する。
連絡先	垂水市商工会 〒891-2125 住所：鹿児島県垂水市旭町32-2 電話0994-32-0225 E-mail アドレス tarumizu-s@kashoren.or.jp 垂水市役所水産商工観光課商工業推進係 〒891-2192 住所：鹿児島県垂水市上町114 電話0994-32-1486 E-mail アドレス t_shoukou@po.city.tarumizu.kagoshima.jp

(別表 1)

経営発達支援計画

経営発達支援事業の目標

1. 目標

(地域の現状及び課題)

垂水市（以下、当市と称する）は鹿児島県の大隅半島の北西部に位置し、陸上、海上交通の要衝となっている。北に霧島市、西に桜島、東は高隈連山を境として鹿屋市に接し、面積は約162.03平方キロメートル、37キロメートルに及ぶ海岸線を有しており、そのような地形を活かし、ブリ、カンパチの養殖業が盛んに行われており、水揚げ量は全国でもトップである。気候は温暖で、ビワ、柑橘類などの果実やキヌサヤエンドウ、インゲンなどの野菜の栽培も盛んである。



また、当市の特色のある産業として、豊富に産出する温泉を使った飲む温泉水の製造販売が盛んで、温泉水製造会社が10社あり、主に通信販売により販路を拡大している。

当市の人口は15,643人（男性7,215人、女性8,428人）世帯数7,122世帯である。（平成27年4月1日現在）

少子高齢化の進行及び若年層の流出により人口は右肩下がりでも今後も推移していくものと考えられる。人口の減少が需要の減少、労働力人口の減少にもつながる。

当市の就業者数は平成22年では7,685人（平成22年国勢調査）となっている。就業者数は減少傾向にあり、平成12年と比べて12.8%減少している。

就業者数の構成割合は第一次産業が19.5%、第二次産業が22.4%、第三次産業が57.9%となっている。

当市の市内純生産は、平成24年度は約51.7億円（市町村民所得推計）となっている。その構成割合は第一次産業が6%、第二次産業が29.3%、第三次産業が64%となっている。10年前（平成15年度）と比較すると第一次産業のうち水産業の落ち込みが顕著である。

この原因としては需要と供給のバランスがくずれ、魚価の下落、養殖餌料の高騰などが原因と考えられるが、ここ2、3年は魚価も安定し、水揚げ量も増えている。

そのような中でも鹿児島県の養殖ブリ、養殖カンパチの生産量は全国有数であり、当市に所在する牛根漁業協同組合の養殖ブリ、垂水市漁業協同組合の養殖カンパチは「かごしまのさかな」として鹿児島県よりブランド認定されるなど水産業は当市の基幹産業の一つとなっている。

次に、当市の産業別の小規模事業者の内訳を「表3. 垂水市の産業別小規模事業者数」で見ると、平成28年経済センサスでは、全体で519事業所のうち卸売業、小売業が167事業所（32.2%）、次いでサービス業、宿泊・飲食業の順である。

また、小規模事業者数の推移について平成28年経済センサスと比較すると全体で35件の減少となっており、卸売業・小売業者の減少数がもっとも多く、次いで建設業の順となっている。

しかし、宿泊・飲食業、生活関連サービス業においては、若干増加しており、新規開業によるものと考えられる。

表3. 垂水市の産業別小規模事業者数

産業	小規模事業者数（24年）	小規模事業者数（28年）	構成比（28年センサス）
農業、林業	12	13	2.5%
漁業	37	33	6.4%
鉱業	—	—	—
建設業	52	50	9.6%
製造業	51	52	10.0%
電気・ガス・熱供給・水道業	—	—	—
情報通信業	1	3	0.6%
運輸業	14	10	1.9%
卸売・小売業	188	167	32.2%
金融・保険業	16	15	2.9%
不動産業	9	11	2.1%
学術研究、専門・技術サービス	6	9	1.7%
宿泊、飲食業	60	60	11.6%
生活関連サービス業	67	57	11.0%
教育・学習支援	9	8	1.5%
医療・福祉	9	10	1.9%
複合サービス業	8	8	1.5%
サービス業全体（他に分類されないもの）	15	13	2.5%
合計	554	519	100%

出典：平成24年、28年 経済センサス

当市は、高峠つつじヶ丘、猿ヶ城溪谷、千本イチョウ園、温泉等の自然資源が主な観光資源であり、近年は森の駅たるみず、道の駅たるみずの整備及びサービスの充実を図っている。あわせて、スポーツ合宿の受け入れや市外の実験旅行生の受け入れ、海外からの旅行者の受け入れなど過去5年間の入込客数は約120万人である。

一方で、当市は、かつて霧島、指宿と並ぶ温泉地としてにぎわい、大隅唯一の温泉地として他の温泉地と並ぶ集客力を誇っていたが、今はその面影はなく集客力は大きく低下している。今後は、団体から個人（家族）中心といった観光形態の変化や健康志向等の消費者ニーズの変化等を踏まえながら温泉地の再活性化に向けた取り組みが必要である。

地域内経済の活性化のために、交流人口、定住人口の増加を目的として働く意欲のある若年層や女性、高齢者の当市内での就労の促進、雇用の創出、労働環境の向上、整備等の取り組みが必要であるといえる。

表 4. 垂水市入込客数の推移（垂水市水産商工観光課調べ）

目的 年次	自然	温泉・健康	スポーツレ クリエーシ ョン	道の駅他	イ ベ ン ト 祭り	合計（人）
平成 22 年	37,010	264,916	33,358	778,333	48,351	1,161,968
23 年	43,410	251,258	32,074	709,670	73,917	1,110,329
24 年	99,176	238,801	30,018	735,907	72,741	1,176,643
25 年	114,335	215,228	46,722	756,233	78,757	1,211,275
26 年	108,088	199,518	55,203	736,615	58,506	1,157,930

垂水市の小規模事業者の課題抽出

当市内の小規模事業者の抱える課題を把握するために、サンプリング調査として商工会員を対象に以下の内容でアンケート調査を実施した。

なお、商工業者の実態を知る上で小規模事業者以外にもアンケートを実施した。

【アンケート実施概要】

- ①実施期間：平成 27 年 4 月 6 日～16 日
- ②配布方法：巡回及び郵送による配布
- ③配布数：328 件（金融機関除く）
- ④回収方法：巡回及び返信用封筒にて回収
- ⑤回収数：146 件（回収率 44.5%）

アンケート項目は全 12 問、質問項目と結果は以下の通り。

【問 1 業種】

業種	サービス業	建設業	飲食店	製造業 （食品製造）	小売業 （食料品）	小売業 （日用雑貨）
事業所数	36	18	17	15	14	13
構成比	24.7%	12.3%	11.6%	10.3%	9.6%	8.9%

卸売業	製造業 （非食品）	水産業	農林業	その他	未回答	合計
8	7	7	1	5	5	146
5.5%	4.8%	4.8%	0.7%	3.4%	3.4%	100%

回答事業所の業種は「サービス業」が 24.7%と多く、次いで建設業 12.3%、飲食店 11.6%、製造業（食品製造）10.3%の順であった。

【問 2 立地地区】

立地地区	中央・大野	牛根	新城・柊原	協和	未回答	合計
事業所数	103	18	14	10	1	146
構成比	70.5%	12.3%	9.6%	6.8%	0.7%	100%

【問3 年間売上額】

年間売上額	1億円以上	1千万円未満	3千万円～1億円未満	1千万円～3千万円未満	未回答	合計
事業所数	38	37	35	34	2	146
構成比	26.0%	25.3%	24.0%	23.3%	1.4%	100%

回答事業所の年間売上額は「1億円以上」が26.0%と最も多く、次いで「1千万円未満」が25.3%、「3千万円以上1億円未満」が24.0%であった。

【問4 従業員数】

従業員数	1人～5人以下	6人～20人	0人	21～50人以下	101人以上
事業所数	71	32	24	13	3
構成比	48.6%	21.9%	16.4%	8.9%	2.1%

51人～100人以下	未回答	合計
1	2	146
0.7%	1.4%	100%

回答事業所の従業員数は「1人以上5人以下」が48.6%と最も多く、次いで「6人以上20人以下」が21.9%、「0」が16.4%の順であった。

従業員数でみた場合の小規模事業者は「0人」「1人以上5人」「6人以上20人以下」の計127事業所数で今回のアンケート回答者数の87%を占める。

【問5 5年前と比較した経営状況（売上、利益）】

経営状況（売上、利益）	減少している	横ばい	増加している	未回答	合計
事業所数	87	30	26	3	146
構成比	59.6%	20.5%	17.8%	2.1%	100%

回答事業所における5年前と比較した経営状況は「減少している」が59.6%と最も多く、次いで「横ばい」20.5%、「増加している」が17.8%であった。

6割近い事業所が売上、利益ともに減少しているとの回答があったが、この要因としては消費者人口の減少による購買力の低下、大型店の出店などによる競争の激化等によるものと考えられる。

【問6 事業運営上の課題】

事業運営上の課題	事業所数	構成比
客数が減少	74	50.7%
原材料価格（仕入価格）が上昇	52	35.6%
経費が増加	47	32.2%
競争が激化	43	29.5%
従業員の確保が困難	35	24.0%
事業資金が不足	33	22.6%
店舗の老朽化	27	18.5%
人件費が増加	22	15.1%

製品（商品）需要が低迷	18	12.3%
生産設備が老朽化	17	11.6%
熟練技術者の確保が困難	12	8.2%
製品（商品）単価が低下	11	7.5%
原材料が不足	6	4.1%
金利負担が増加	6	4.1%
駐車場不足	4	2.7%
その他	4	2.7%
不明	4	2.7%
事業所数（複数回答）	146	—

事業を行っていく中で困っている問題について尋ねたところ、その内訳は「客数が減少」が50.7%と最も多く、次いで「原材料価格（仕入価格）が上昇」「経費が増加」「競争が激化」の順であった。

【問7 将来（概ね5年後）の事業展開】

今後の事業展開	現状を維持したい	拡大したい	廃業したい	縮小したい	未回答	合計
事業所数	85	37	13	9	2	146
構成比	58.2%	25.3%	8.9%	6.2%	1.4%	100%

5年後の事業展開について尋ねたところ「現状を維持したい」が58.2%と最も多く、次いで「拡大したい」が25.3%、「廃業したい」が8.9%であった。

維持・拡大について8割の事業所が何らかの取り組みをすることが想定できるので、商工会の支援としてどのような事業者ニーズがあるか把握する必要がある。

【問8 事業の後継者】

後継者の有無	いる（すでに事業を営んでいる）	いない	現在は分からない	いる（現在いないが、予定はある）	未回答	合計
事業所数	49	44	34	17	2	146
構成比	33.6%	30.1%	23.3%	11.6%	1.4%	100%

後継者の有無について尋ねたところ「いる（すでに事業を営んでいる）」が33.6%、「いない」が30.1%「現在はわからない」が23.3%であった。

約53%の事業所ではスムーズな事業承継について今後何らかの対応に迫られることが想定される。

そこで、相続時の遺産分割、資金需要、税負担の問題等を解決するために、専門家や関係機関と連携し円滑な事業承継を実現しなければならない。

【問9 新事業への進出意向】

新事業への進出意向	新事業へ進出するつもりはない	分からない	新事業に進出したい（まだ計画はない）	新事業に進出したい（既に計画がある）	未回答	合計
事業所数	70	38	27	8	3	146

構成比	47.9%	26.0%	18.5%	5.5%	2.1%	100%
-----	-------	-------	-------	------	------	------

新事業への進出意向について尋ねたところ、「新事業へ進出するつもりはない」が47.9%と最も多く、次いで「分からない」が26.0%、「新事業へ進出したい（まだ計画はない）」が18.5%の順であった。

約2割が新事業への進出を考えていることから事業計画策定支援、小規模事業者持続化補助金、第二創業補助金などの活用が考えられる。

【問10 新事業へ進出する場合の事業分野】

新事業へ進出する場合の事業分野	事業所数	構成比
食品関連加工	15	42.9%
飲食関連	8	22.9%
健康づくり関連	6	17.1%
福祉・介護関連	5	14.3%
情報・通信関連	3	8.6%
文化・芸術関連	1	2.9%
その他	7	20.0%
事業所数（複数回答）	35	—

新事業へ進出する場合の事業分野について尋ねたところ、「食品加工関連」が42.9%、「飲食関連」が22.9%、「健康づくり関連」「福祉・介護関連」の順であった。

「食品加工関連」「飲食」に係る新事業への進出を検討している事業所が65%を占めていることからこれらの事業を後押しするような支援、イベントが必要であると考えられる。

【問11 新事業へ進出する場合の課題】

新事業へ進出する場合の課題	事業所数	構成比
事業を起こすためのノウハウ・技術	17	48.6%
顧客や販売ルートの確保	14	40.0%
運転資金の確保	14	40.0%
初期投資に必要な資金の確保	14	40.0%
専門的な人材の確保・育成	11	31.4%
従業員の確保	7	20.0%
事業を実施する場所の確保	5	14.3%
事業所数（複数回答）	35	—

新事業へ進出する場合の課題について尋ねたところ、「事業を起こすためのノウハウ・技術」が48.6%と最も多く、次いで「顧客や販売ルートの確保」「運転資金の確保」及び「初期投資に必要な資金の確保」の順であった。

これらの課題解決のために他の関係機関との連携を充実する必要がある。

【問12 従業員採用の状況】

従業員採用の状況	事業所数	構成比
必要に応じ、パート・アルバイトを募集	33	22.6%
採用予定なし	28	19.2%
正規職員を必要に応じ募集	17	11.6%
正規職員を通年募集	10	6.8%
臨時職員を必要に応じ募集	8	5.6%

年次計画に基づき正規職員を募集	4	2.7%
臨時職員を通年募集	2	1.4%
年次計画に基づき臨時職員を募集	0	0%
その他	2	1.4%
未回答	65	44.5%
事業所数	146	—

従業員採用の状況について尋ねたところ、「必要に応じてパート・アルバイトを募集」が22.6%と最も多く、次いで「採用予定なし」「正規職員を必要に応じ募集」の順であった。

(2) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

【アンケート結果から見てきた小規模事業者の抱える課題】

1. 客数の減少
少子高齢化という社会情勢を反映して市内人口が減少している。一方で観光客などの入込客は増加傾向にあるが、固定客として囲い込みが出来ていない。
2. 後継者問題
現事業のままで引き継ぐことが出来ないなどの問題があり、後継者が決まっていない。
3. 財務体質の改善
原油高、円安、天候不順等を原因とする農水産物収穫量の変動などの影響によるコスト増加分を商品価格に転嫁できない。財務体質の強化が課題である。
4. 競争の激化
消費者人口が減少する中での大型店の出店、近隣市町の同業者との客の取り合い、新規開業者との競争が増している。商品・サービスの差別化が課題である。
5. 新事業への進出
新事業進出のための土台（ノウハウ、販路、運転資金など）づくりのための情報が必要である。国、県、市の施策情報の入手、情報の利用、実行等が課題である。

IV. 垂水市の方針

当市には温暖な気候で育まれた農水産物はもとより、地下から湧き出る豊富な温泉水、それらを活用して製造された焼酎や飼育された豚の食肉加工品など他の地域にはない地場産品が数多くある。

また、当市では将来のビジョンとして「水清く 優しさわき出る温泉の町 垂水」を掲げ、第4次垂水市総合計画を策定している。中でも経済活性化において地域資源の活用、農林業の振興、水産業の振興、商工業の振興、観光の振興を実現するために、豊かな自然環境、景観、温泉、農水産物や歴史、文化など垂水市の持つ優れた地域資源を最大限に活用した観光や産業の振興に取り組むことを表明している。

そして、行政と市民が一体となって育む地域ブランドの推進及び6次産業化の取り組みを通して、当市の新価値を創造し、積極的に広く市内外へ情報発信していくとしている。

(施策の方向)

- | | | |
|-------------|--------------|-----------|
| ◎地域資源の保全、管理 | ◎ブランド化の推進、定着 | ◎6次産業化の推進 |
| ◎観光拠点の整備 | ◎ツーリズムの推進 | ◎観光情報発信 |

V. 垂水市商工会中長期事業方針及び目標

当市のビジョンと当商工会の役割、アンケート調査から得られた小規模事業者の抱える課題を通して、当商工会の事業方針を以下の通り定める。

【中長期事業方針】

当商工会は、小規模事業者の経営課題の解決に努め、かつ、他機関との連携を深め、6次産業化、経営革新計画の推進及び販路開拓、販売促進、魅力あるまちづくりを通して小規模事業者の経営持続化に寄与する。

【目標】

○地域資源を活かした新分野への事業展開の推進

- ・農水産物を活用した新事業の推進（経営革新計画、創業・第二創業支援）、第一次産業から六次化への展開支援（六次産業化認定支援）
- ・新商品開発、販路開拓、販売促進のための支援体制の構築、推進（小規模事業者持続化補助金、ものづくり補助金等の活用）

○小規模事業者の経営基盤の強化

- ・調査、分析、事業計画の策定等を通して事業承継、資金繰り、雇用、財務体質の改善等の経営に係る諸課題を迅速かつ的確に解決するために関係機関と連携し経営基盤の強化を支援する。

経営発達支援事業の内容及び実施期間

(1) 経営発達支援事業の実施期間 (令和3 年 4 月 1 日～ 令和8 年 3 月 31 日)

(2) 経営発達支援事業の内容

3-1. 地域の経済動向調査に関すること

(現状と課題)

地域経済の動向について職員が巡回指導の際に事業主よりヒアリングを行っており、現状や課題、今後の対策等を毎日小規模事業者支援システムに入力しデータベース化している。

巡回時期と地区を職員で分担し、全員が事業所を巡回するように計画しているが、業種によっては訪問しても事業主に会えないケースがあり、不在時に訪問メッセージカードを郵便受けなどに入れているが、その後のフォローが十分出来ていない。

特に当市の基幹産業である水産養殖業に関する地域経済動向調査が弱く、情報収集のための仕組みが構築出来ていない。

また、職員が巡回時に得た景気動向等の情報を事務局内で情報共有する機会が設けておらず、結果、個人での情報利用で留まっており組織として有効活用されていない。

(目標)

表1. 事業内容と各年度における目標回数

事業内容	現状	3 年度	4 年度	5 年度	6 年度
アンケート調査	1	1	1	1	1
スタンプ会情報収集	2	4	4	4	4
水産業地域経済調査	2	4	4	4	4
地域懇談会	2	4	4	4	4

(事業内容)

- ① 職員のスキルや能力で調査事項にばらつきがないようにするため、地域経済動向や事業所の景況調査用の標準化したアンケート用紙を作成し、調査に活用する。

訪問時に事業主が不在の場合は、後日電話又は窓口でのアンケート調査等で情報を収集する。

水産養殖業者については、稚魚の漁（例えばモジャコ漁）や買い付け、餌やり、出荷などの時期、時間帯で事業主に面会できる時間に制約があるので、漁業協同組合からも情報を収集する。

- ② 垂水スタンプ会から3か月に1回加盟店のポイント交換数などの情報を提供してもらい、消費者の購買動向や加盟店の売上状況など地域経済動向調査データと一つとする。

(例) 過去3年間のポイント交換数上位5社の業種やポイント数の推移など

- ③ 「RESAS (地域経済分析システム)」を積極的に活用し、経済動向調査に情報分析を反映させる。

- ④ 鹿児島県内の経済動向については株式会社鹿児島経済研究所発行の月刊誌「KER 経済情報」を活用して情報収集する。

(成果の活用)

上記①～④で収集した情報について毎月１回（原則２５日、２５日が土、日、祝日の場合は翌平日）、職員間の情報交換会にて情報の整理、分析を行い、その結果をまとめ、地域内の小規模事業者巡回指導時に情報を提供すると共に当商工会のHPやインスタグラム、広報を通じて年に４回情報発信を行う。

3-2. 需要動向調査に関すること

（現状と課題）

今まで需要動向に係る調査については、鹿児島県が実施している消費者購買動向調査のデータを分析し、情報を得ていたが、地元消費者の生の声については、収集、分析する仕組みが構築されていない。

また、**当市の基幹産業である水産業、農業及び関連する食品加工業における需要動向**については、漁協などの団体が情報を有しているが、そこから情報を入手するための仕組み、例えば定期的に訪問する又はイベントを通して情報交換を行うなど需要に係る調査等の仕組みが構築されていない。

（事業内容）

- ① 販売する商品又は提供する役務の需要動向について中小機構発行の「中小企業振興」、中小機構ウェブサイト、中小企業ビジネス支援サイト「J-Net 21」、鹿児島県「消費者購買動向調査報告書」、日本経済新聞、業界新聞等から需要動向についての情報を収集する。
- ② 業界情報については、３か月に１回、定期的に垂水市漁協や牛根漁協から情報を収集する。
（収集項目：魚価、餌料の価格、特定魚種の全国の水揚げ量、水産加工品の需要、消費者のニーズなど）
また、漁協主催のイベントに参加するなど組織間交流を深め、旬の情報を入手しやすくする。漁協理事や参事、営業担当部長との情報交換を主に行う。
- ③ 消費者の生の声として当商工会発行の商品券発行事業にて商品券を利用した消費者に対して年に１回（１０月頃）ランダムにアンケート調査を実施し、消費者ニーズの把握、需要動向の一つのデータとして活用する。
- ④ 上記①～③で収集した情報について毎月１回、職員間の情報交換会で情報の整理、分析を行い、その結果をまとめたものを商品開発、新役務のヒントとするための基礎資料として地域内の当該小規模事業者巡回指導時に情報を提供する。

（目標）

表６．事業内容と各年度における目標数

事業内容	現状	２７年度	２８年度	２９年度	３０年度	３１年度
商品券利用者アンケート回収数	０	２００	３００	３００	４００	４００
他団体との情報交換会回数	０	２	４	４	４	４

※アンケート回収数は商品券購入者数の１０％～３０％を想定。

4. 経営状況の分析に関すること

（現状と課題）

職員が巡回指導の際に事業主よりヒアリングを行い、現状や気になった点、課題等を小規模事業者支援システムに入力しデータベース化している。

しかし、分析については金融機関からの借入や補助事業申請に係る事業計画策定の際に一部経営状況を分析するに留まり、経営基盤の強化、事業継続のための経営戦略策定等への活用が不十分である。

(事業内容)

- ① 事業者からの融資相談の際に決算書を確認、分析を行い情報収集する。

小規模事業者持続化補助金等の補助金申請における経営計画、事業計画作成支援の際に決算書を確認して内容を分析する。

(主たる分析項目) ・借入金償還期間(年)
・自己資本比率
・売上高経常利益率

算出した数値を日本政策金融公庫発行の「小企業の経営指標」等を利用して同業種の数値と比較分析する。

また、収益性指標である売上高経常利益率が低い場合は原因究明のためにさらに利益を分解して分析する。

水産養殖業者においては、その多くが1年の短期借入で、年1回での返済が主であることから経営状況分析に際しては、魚の生産・出荷量、養殖魚飼料の値動きなど水産業界の今後の見通しや魚価の動向などに注視して資金繰りに支障がないようにする。

- ② 販売する商品又は提供する役務の内容、保有する技術又はノウハウについて職員が巡回指導を行った時にヒアリング及び目視等により情報を収集する。

収集した情報については、経営分析を行う際の資料とする。

情報収集の際は、職員が巡回時又は窓口にて標準化したチェックリストを使用する。

(チェック項目：特許権、商標権、技術情報、店舗レイアウト、品揃え、陳列方法、動線、顧客属性、来店客数、一人あたりの購入単価など)

- ③ 従業員、設備等の経営資源の内容について職員が巡回時にヒアリング、目視等で確認する。

収集した情報については、経営分析を行う際の資料とする。

情報収集の際は、職員が巡回時又は窓口にて標準化したチェックリストを使用する。

水産加工設備の生産量、品質管理の状況、品質を担保するための従業員教育の実施の有無、教育訓練の実施状況、設備価格、性能、耐用年数等は特にチェックする。

(チェック項目：従業員数、年齢、経験年数、保有資格、店舗、生産設備、車両、什器備品)

(財務分析項目) ・売上高対人件比率・設備投資効率

(SWOT分析項目) ・強み、弱み、脅威、機会 等

- ④ 上記①～③で収集した情報については、小規模事業者支援システムにて職員が日々の指導報告を入力する際にこれらの情報も入力、データベース化し、職員間で情報の共有を図ると共に毎月1回(原則25日)実施する職員間の情報交換会にて、課題を抱えている事業所の経営状況の分析結果及び今後の対応について協議する。

また、これらの情報は、当該事業者へのフィードバックし、小規模事業者の経営安定・経営基盤強化の促進、新分野進出等の情報や事業計画の策定等に活用する。

(目標)

表2. 事業内容と各年度における目標数

収集方法	現状	3年度	4年度	5年度	6年度	7年度
巡回訪問回数	859	900	1,000	1,100	1,200	1,200
窓口指導回数	174	200	300	300	300	300

上記の収集の結果目標分析件数

経営分析件数 (内 水産養殖業件数)	—	10 (3)	20 (6)	30 (9)	40 (12)	45 (15)
-----------------------	---	-----------	-----------	-----------	------------	------------

5. 事業計画作成支援に関すること

(現状と課題)

国、県市等の補助事業に係る事業計画策定について経営分析、需要動向、市場調査等の結果を十分に活用、反映した計画が策定できていない。

(事業内容)

- ① 事業計画作成、新事業（創業）・新商品開発等に係るセミナーの開催、個別相談会の実施により事業計画策定を目指す小規模事業者を掘り起こす。

水産養殖業を主体とした水産加工品の開発、販売に係るセミナーを年1回は実施し、水産養殖業から水産加工業への事業展開を推進する。

(ミラサポの活用、よろず支援拠点、エキスパートバンク制度の活用等)

- ② 6次産業化認定申請やものづくり補助金、経営改善計画に係る事業計画で専門知識や知見を要する計画についてはミラサポやよろず支援拠点等の専門家による指導を受ける。

- ③ 事業計画を作成し、補助金を申請、採択された事業所、融資が実行された事業所、経営革新計画又は6次産業化の認定を受けた事業所等に対して進捗状況の確認を行うとともに必要な助言・指導を行う。

補助事業採択後の事業推進状況の確認を毎月1回巡回訪問にて行い、計画通り遂行できるよう支援する。必要に応じてミラサポ、よろず支援拠点、エキスパートバンク制度等を活用する。

特に、当市の基幹産業である水産養殖業における経営革新計画、6次産業化認定支援については垂水市漁業協同組合及び牛根漁業協同組合と連携、情報の共有を図りながら進める。水産加工食品に係る新商品開発計画については必要に応じて鹿児島大学水産学部の研究室や県、市の行政機関との連携を図り、推進する。

また、大野原地区等で生産される農産物の6次産業化認定支援に係る事業計画策定については大野原地区等の生産農家の方々や大隅加工技術センターと連携する。

- ④ 事業計画に基づく事業展開に対して資金の確保や企業間取引のマッチングが必要な場合は金融機関をはじめとする関係機関と連携して対応する。

金利や融資制度情報については、巡回訪問時や商工会発行の広報誌、ホームページ等を利用して情報提供する。

- ⑤ 事業化に向けてのノウハウや技術など個別の課題解決については個別相談会の開催や専門家派遣により対応する。

鹿児島大学水産学部教授、準教授等の研究者からの指導体制も構築する。

(ミラサポの活用、よろず支援拠点、エキスパートバンク制度の活用等)

(2) 目標

表3. 事業内容と各年度における目標数

事業内容	現状	3年度	4年度	5年度	6年度	7年度
セミナー開催	2	3	4	4	5	5
事業計画書策定 件数 (内 水産関係)	7	15 (4)	17 (5)	20 (6)	21 (8)	22 (10)

※目標件数については、毎年の計画見直しの際に件数も含めて修正する。

6. 事業計画策定後の実施支援に関すること

(現状と課題)

事業計画策定後や創業後の支援として売上拡大、販路開拓、資金繰り等多面的に支援できる体制が十分構築できていない。商工会に不足する専門性、ノウハウ、技術、機能については、他の関係機関・諸団体との連携・協調を図り、補てんする必要がある。

(事業内容)

- ① 事業計画策定後や創業後のフォローアップとして毎月1回～2回事業所を巡回訪問し、進捗状況を確認する。進捗状況の確認には、事業計画に工程表がある場合はそれを活用し、特に文言のみの場合は、指導員が工程表を作成し、進捗確認用として活用する。
2年目以降は、事業目標の達成に向けて事業計画の見直し、修正、実行、評価のサイクルを用いた継続的支援を行い、売上の拡大、利益向上、正規雇用の創出が実現するように巡回指導する。
- ② 進捗状況の確認の結果、計画遂行における課題、問題点が見つかった場合は、必要に応じてミラサポの活用、よろず支援拠点、エキスパートバンク制度の活用等により課題解決のための支援を行う。
2年目以降は、事業計画の課題、問題点解決に活用できる補助金があるかを確認し、有効な補助金があれば申請のための事業計画を策定支援する。
- ③ 積極的に事業展開を行う小規模事業者に対して「小規模事業者経営発達支援融資制度」を活用し資金繰り面での支援を行う。
- ④ 事業が軌道に乗るまでは重点支援事業所として商工会独自の支援リストに登録し、職員間でどのような支援が必要かを毎月1回(原則毎月25日)実施する職員間の情報交換会の中で共有する。
重点支援事業所リストは情報交換会終了後、その都度、支援内容、支援状況、支援結果等を更新する。

(目標)

表5. 各年度におけるフォローアップ目標件数

事業内容	現状	3年度	4年度	5年度	6年度	7年度
事業計画策定に係るフォローアップ件数	7	15	17	20	21	22
創業に係るフォローアップ件数	3	4	5	5	6	6

※事業計画を策定支援したすべての事業者をフォローアップする
※目標件数については、毎年の計画見直しの際に件数も含めて修正する。

7. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること

(現状と課題)

小規模事業者が新たな需要の開拓を進めるうえで、全国的に商品はもとより事業者及び新商品開発されたバックグラウンドなどを含めて認知度を上げることが肝要であり、新規顧客の開拓、販路拡大をすすめていくためには、関係機関、団体との連携、協調を図り、地域全体としての取り組みを底上げしていく必要がある。

(事業内容)

- ① 小規模事業者が開発した商品又は新たに提供するサービスについて当商工会が発行する広報誌（年3回）、毎月発行の市の広報誌「たるみず」にて商品、サービス情報を掲載する。併せて当商工会ホームページ、市ホームページに情報を掲載し、需要の開拓を図る。

また、ふるさと名物応援事業を活用し、新開発商品の販売促進、販路開拓を支援し需要開拓につなげる。

さらに、新商品情報、企業情報、観光情報などを垂水市在住又は出身若しくはゆかりのある人たちによるブログやツイッター、フェイスブックなどのSNSによる情報発信を活用する。

- ② 当商工会主催による商談会の開催、全国商工会連合会主催の物産展、県商工会連合会主催の特産品フェア、かごしま特産品市場への出品、関西や関東在住の郷土出身者主催によるイベント（例えば関西ファンデー）に出店するなど新たな需要の開拓を図る。(BtoC)

- ③ 国、県の補助事業を活用して海外展開支援事業に取り組み、海外展開の戦略策定や海外展示会の開催等の実現に向けて支援し、海外の需要開拓を図る。(BtoB)

特に鹿児島県産の農水産物は鹿児島ブランドとして定着しているので、2年目までに当市の水産物を活用した水産加工品を売り出すための仕組みを垂水市漁協や牛根漁協と連携して構築し、3年目以降は海外での展示会開催に向けて取り組む。

さらにこれをきっかけとして水産加工品と併せて農産加工品、焼酎、温泉水そして垂水市の観光誘致を目的として5年目までに海外へ売り込む。

- ④ 市のふるさと納税の対象商品として取り上げてもらい、知名度アップを図る。(BtoC)
六次産業化認定事業所が製造、販売する商品については、垂水市漁協、牛根漁協、大野原地区等の関係団体、組織と連携し、国内での販路開拓、海外への販路開拓を行う。

- ⑤ 鹿児島大学水産学部の研究室から水産加工に関する研究シーズに係る情報を入手し、加工技術にかかる情報交換や産学共同研究等による新商品開発で需要の開拓を図る。

- ⑥ 金融機関主催の商談会への参加、企業間取引マッチングを活用する。(BtoB)
鹿児島県特産品協会主催の「かごしまの新特産品コンクール」に新商品を出品し、バイヤーや専門家からのアドバイスを基に商品をブラッシュアップするとともに需要を開拓する。

上記①～⑥の事業に取り組み、6次産業化商品に対する需要開拓の結果、小規模事業者の売上アップと利益向上、雇用の創出が期待でき、それらの商品の取扱や飲食店での利用によって小売業、飲食業などの他業種の小規模事業者へその効果が波及するよう支援する。

(2) 目標

表 7. 各年度における商談会開催目標数

項目	現状	3 年度	4 年度	5 年度	6 年度	7 年度
商工会主催 商談会開催回数	0	1	1	1	1	1
他団体主催商談 会参加回数	2	3	4	4	5	5
商談会参加事業 者数	7	10	12	15	17	20
成約件数	0	5	7	10	15	20

※成約件数は 1 小規模事業者が販売先 1 社と契約したときに 1 件とカウントする。

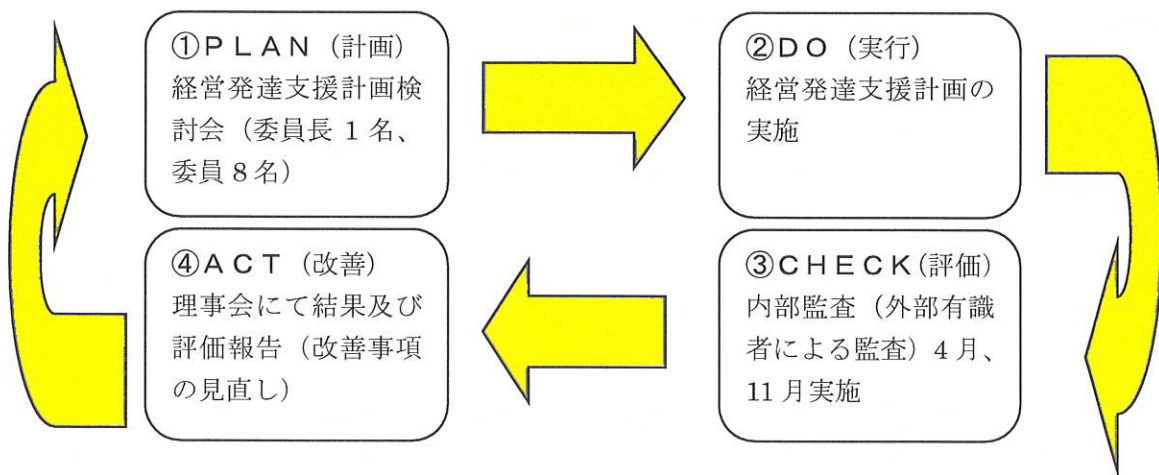
8. 事業の評価及び見直しをするための仕組みに関すること

経営発達支援計画の策定は、地域、団体、事業者、行政などの各プレイヤーが相互に関わることで事業効果をモニタリングしながら、常に検証、評価、改善を行っていくプロセスへとシフトするための仕組みづくりであると言える。

このため、計画 (Plan)、実行 (Do)、評価 (Check)、改善 (Act) の各過程においては、こうした仕組みづくりの重要性を強調し、地域の各プレイヤーが計画の遂行にどのような形で関わるができるか積極的な議論を進める。

また、評価 (Check) にあたっては、実施した計画の量的な要素を測定するのではなく、結果の実施によって得られた成果を測定する成果指標 (アウトカム指標) を原則とし、目標を明確化することで、目標の共有化と成果を重視した取組の展開を狙う。

地域、団体、事業者、行政などが役割と目標を自覚した上で協働し、柔軟な発想と強い結びつきによって多面的に課題解決に取り組むことで、計画推進のマネジメントを強化していくものとする。



①PLAN (計画)

経営発達支援計画検討会にて支援計画を策定する。

経営発達支援計画検討会の委員長は商工会長、委員は副会長及び商業部会、建設部会、観光部会の各部会長が指名した者と事務局長、経営指導員とする。

②DO (実行)

職員は計画に基づき経営発達支援事業を実施する。

③CHECK（評価）

事業の成果や評価について4月と11月の年2回、外部有識者（株式会社 鹿児島経済研究所 研究員、市商工担当課長及び担当職員）による内部監査（事業監査）を行う。

計画に基づき実施されているか、実施の効果がみられるかなどの有効性を評価する。

目標件数、回数の実施状況の確認とイベント、農水産物マーケット、ガーデニング等の実施により入込客数が増えているかを市水産商工観光課の調査結果を比較して効果を確認する。

⑤ACT（改善）

上記③で評価した後、経営指導員は理事会にて外部有識者の評価結果を報告し、改善、見直し事項があれば提案する。

提案事項が理事会で承認された場合、①の検討会にて計画を見直し、②実行に移し、PDCAサイクルを回し、経営発達支援計画の継続的改善を図る。

なお、事業成果、評価、見直し結果については商工会ホームページに掲載及び商工会事務所で閲覧できるように閲覧用ファイルを作成し、資料や議事録などの関係書類を整備する。

【成果目標】

取り組む項目		数値目標／年間	5年後（累計）	5年後の目標
6次産業化認定支援		2件	10件	計画初年度と比べ、支援先の売上、利益が伸びていること
経営革新計画策定・申請支援		2件	10件	
補助金申請支援	持続化補助金	15件	75件	
	ものづくり補助金	1件	5件	
	創業補助金	2件	10件	
ファーマーズマーケット、フィッシャーマンズマーケットの開催		6回	30回	交流人口・定住人口が計画初年度と比べて増加していること
ガーデニングコンテスト		2回	10回	
グルメイベントの実施		1回	5回	

9. 経営指導員等の資質向上等に関すること

県商工会連合会が実施する経営指導員向け研修をはじめ、本事業に資するような支援ノウハウや、専門的知識等が習得可能な研修へ積極的に参加するとともに、職員同士で必要に応じて支援ノウハウを高められるような自主勉強会を定期的の実施することにより、支援ノウハウや専門的知識等の共有による職員相互の資質向上に努める。

また、若手経営指導員については、経営革新支援など専門性の高い支援案件を中心にベテランの経営指導員や広域担当経営指導員とチームを組んで取り組むことにより、指導助言内容や情報収集手法を学び、OJTによる伴走型の支援ノウハウの早期習得に努める。

①鹿児島県商工会連合会の研修体系（経営指導員・経営支援員研修会）に参加し、小規模事業者の経営や支援制度、売上拡大、経営強化等に関する支援ノウハウ等を習得する。

②中小企業大学校の実施する支援機関担当者向け研修および九州経済産業局、中小企業基盤整備機構、かごしま産業支援センターが実施する経営セミナー等に経営指導員が参加し、小規模事業者の業績向上につながる支援能力の習得、向上を図る。

③肝属地域内の商工会議所・商工会の経営指導員および職員を対象とした研修会に参加し経営支

援ノウハウの修得、支援能力の向上を図る。

④全国商工会連合会が行っている経営指導員WEB研修を経営指導員・経営支援員が積極的に受講し、小規模事業者の経営支援能力向上を図る。

⑤組織内では実務面での経営支援能力向上に繋がるよう自主研修会（毎月）及び経験年数を考慮した連携による経営支援を行い、小規模事業者の経営状況、直面している経営支援課題等について情報の共有を図るとともに、小規模事業者の経営状況に関する情報収集を含めた組織全体の小規模事業者支援能力の底上げを図る。

⑥エキスパートバンク制度、ミラサポの専門家派遣の際に、専門家に同行し、指導スキルを学ぶと共に専門家との人脈を広げ知識の習得に努める。

⑦ 農水産物の加工品の製造について、食品の安全性や衛生管理に関する認証（ISO22000、HACCP等）に必要な知識の習得のためにかごしま産業支援センターや鹿児島TLOが主催するセミナーを受講してスキルアップを図る。

10. 他の支援機関との連携を通じた支援ノウハウ等の情報交換に関すること

支援ノウハウ等の情報交換に関する会議・研修等

研修会等（名称）	実施機関
支援機関担当者向け「専門研修」	中小企業大学校
経営指導員研修会・経営支援員研修会	鹿児島県商工会連合会
経営説明会・セミナー等	九州経済産業局、鹿児島県、 中小企業基盤整備機構、 鹿児島県産業支援センター (株)鹿児島TLO
肝属地域商工会・商工会議所経営指導員・職員研修	肝属地域広域指導協議会
経営指導員・経営支援員 自主研修会	垂水市商工会

11. 地域経済の活性化に資する取組に関すること

少子高齢化による人口減少、大都市圏への人口流出による労働力人口の減少など、地方を取り巻く環境は年々厳しくなっている。

そのような中で、地方を活性化するためには、観光関連事業、施設などの充実による交流人口の増加もさることながら、住みやすい、働きやすいまちづくりを通して定住人口を増加させることが肝要であると考えます。

魅力あるまちづくりやイベントの開催等による交流人口及び定住人口の増加と雇用創出を目的として地域資源を活用したオリジナル商品の開発、製造、販売、情報発信が重要である。

そこで、地域経済活性化を実現するために、当商工会では他機関と連携して以下のにぎわい創出のための地域振興事業を展開する。

【連携して取り組む地域振興事業】

- ・ ファーマーズマーケット、フィッシャーメンズマーケットの開催
- ・ 温泉地再生のためのイングリッシュガーデンコンテストの開催
- ・ 垂水グルメコンテストの開催

① ファーマーズマーケット・フィッシャーメンズマーケットの開催

垂水市漁協、牛根漁協及び大野地区等の協力を得て、農家や漁師の所得向上と地域住民の消費行動の促進を目的として大きさ、色、形等が規格に合わないとして選別された規格外の野菜や市場に出してもさほど値がつかない魚、鮮度維持が困難で市場に流通されない魚などを販売する機会を創出する。

ターゲットは地元住民及び近隣市町村の住民とし、2カ月に1回、商店街の空き店舗を利用して販売する。

また、1次産業従事者の中から6次産業化に取り組む事業者の掘り起しも行い、新商品開発、販路開拓を支援する。

② 温泉地再生のためのイングリッシュガーデンコンテストの開催

垂水市はかつて霧島、指宿と並ぶ温泉地としてたくさんの客で賑わっていたが、現在はその面影もなく数か所の温泉施設が営業している状況である。

そこで、昔の賑わいを取り戻すべく温泉施設はもとより、個人の庭先や店舗の店先又は駐車場等をイングリッシュガーデン（自然や風景を活かした庭）にすることにより、地域住民や観光客へ自然のあたたかさや優しさによる癒しとおもてなしの空間を提供し、ここに住んで良かった、ここに住みたい若しくはもう一度遊びに来たいと思っただけのようなまちづくりを実現する。

具体的には、イングリッシュガーデン普及のために観光協会と連携して年2回（6月と11月）イングリッシュガーデンコンテストを開催し、美しい景観と癒しの空間を演出しているところを表彰するなど、地域をあげて自然豊かなまちづくりに取り組む。

③ 垂水グルメコンテスト

漁協、大野原地区と連携して年1回～2回グルメコンテストを行うことにより農水産物の生産地、生産者情報、農水産加工品の活用法などの情報を発信するとともにこれらの消費拡大につなげる。

また、垂水高校の生徒や地元婦人会の方々、地元飲食店などアマチュアからプロまで個人、団体問わずコンテスト参加者を広く募集し、参加してもらうことで、参加者が当市にて飲食店を開業するきっかけになったり、新メニューの浸透度合いが早まり、顧客開拓につながるなど創業促進、既存飲食店の売上アップなどの効果が期待できる。

垂水市商工会

- ・ファーマーズマーケット・フィッシャーメンズマーケットの企画・運営
- ・グルメコンテスト主催、他コンテストへの出店
- ・新商品開発支援
- ・イングリッシュガーデニングコンテストの開催

大野地区

- ・ファーマーズマーケット運営協力
- ・農産物加工品の新商品開発
- ・グルメコンテスト協力

垂水市観光協会

- ・千本イチョウ祭の運営
- ・イングリッシュガーデニングコンテストの運営協力

垂水市漁業協同組合

- ・垂水グルメコンテスト運営、協力
- ・グルメグランプリ出店者募集、参加
- ・水産物加工品の新商品開発
- ・フィッシャーメンズマーケット運営協力

牛根漁業協同組合

- ・グルメコンテスト出店者募集、参加
- ・水産物加工品の新商品開発
- ・フィッシャーメンズマーケットの運営協力

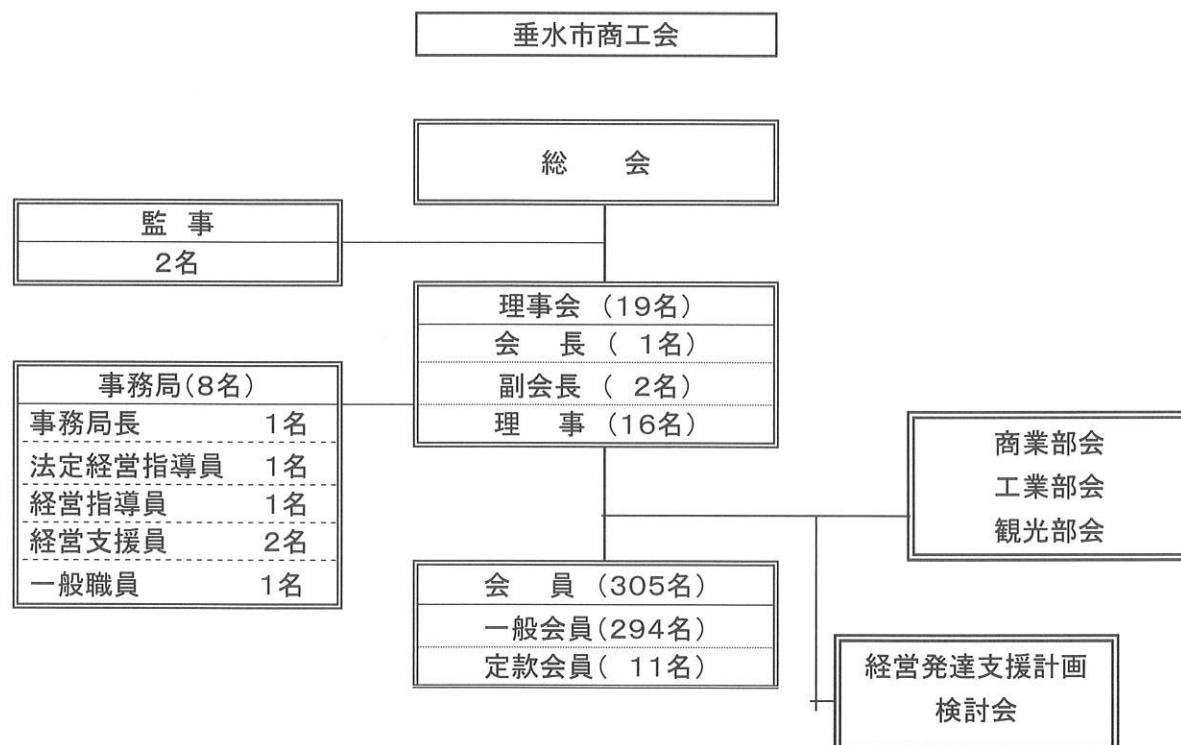
(別表 2)

経営発達支援事業の実施体制

経営発達支援事業の実施体制

(令和 6 年 4 月現在)

(1) 実施体制(商工会又は商工会議所の経営発達支援事業実施に係る体制/関係市町村の経営発達支援事業実施に係る体制/商工会又は商工会議所と関係市町村の共同体制/経営指導員の関与体制等)



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

①当該経営指導員の氏名、連絡先

■氏 名:内園 直孝

■連絡先:垂水市商工会 TEL0994-32-0225

②当該経営指導員による情報の提供及び助言(手段、頻度等)

経営発達支援事業の実施・実施に係る指導及び助言、目標達成に向けた進捗管理、事業の評価・見直しをする際の必用な情報の提供等を行う。

(役 割) 小規模事業者の事業の発展に資するものとして、特に重点的に実施する事業について計画を策定し、実行後、理事会での見直しの結果を基に計画をさらに練り直し、継続的に改善する。

(3) 商工会／商工会議所、関係市町村連絡先

①商工会／商工会議所

〒891-2125

鹿児島県垂水市旭町32-2

垂水市商工会

TEL. 0994-32-0225 / FAX. 0994-32-0295

E-mail: tarumizu-s@kashoren.or.jp

②関係市町村

〒891-2192

鹿児島県垂水市上町114番地

垂水市役所 水産商工観光課

TEL. 0994-32-1486 / FAX. 0994-32-6625

t_shoukou@po.city.tarumizu.kagoshima.jp

(別表3)

経営発達支援事業の実施に必要な資金の額及びその調達方法

(単位 千円)

	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度
必要な資金の額					
講習会開催費 (事業計画・創業支援)	300	400	400	500	500
商談会開催費	300	400	400	400	400
にぎわい創出 事業開催費	200	300	300	400	400

(備考) 必要な資金の額については、見込み額を記載すること。

調達方法

講習会開催費は一部県補助金から充当する。

商談会開催費は自己財源から負担するが、市へ補助金の増額を要請する。

にぎわい創出事業費は地域振興事業費の総合振興費から支出するが、商工会の自己財源から負担する。

(備考) 調達方法については、想定される調達方法を記載すること。

(別表 4)

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

連携して事業を実施する者の氏名又は名称及び住所 並びに法人にあっては、その代表者の氏名	
◎垂水市漁業協同組合	鹿児島県垂水市海潟 6 4 3 - 6 電話 0994-32-1165 FAX0994-32-3209 代表理事組合長 岩切 隆美
◎牛根漁協協同組合	鹿児島県垂水市牛根 9 - 4 電話 0994-32-1389 FAX0994-32-2914 代表理事組合長 田村 眞一
◎大野原地区	鹿児島県垂水市海潟 3 2 3 7 電話 0994-32-6321 FAX0994-32-6321 大野原青年部長 宮下 直弥
◎垂水市観光協会	鹿児島県垂水市本町 14-2 電話 0994-32-8839 FAX0994-45-6240 会長 竹之内 信一
連携して実施する事業の内容	
・ファーマーズマーケット・フィッシャーマンズマーケットの開催 ・温泉地再生のためのイングリッシュガーデンコンテストの開催 ・垂水グルメコンテスト	
連携して事業を実施する者の役割	
①垂水市漁業協同組合（役割） 垂水漁協組合員の経営革新、6次産業化に係る意欲等について当商工会に情報を提供してもらう。取組意欲ある組合員に対しては、漁協と連携してセミナーの開催、個別相談会を実施する。設備投資等の資金調達についても漁協と協調して支援する。 また、新商品開発に係る需要動向等の情報、販路、販売先についての情報を提供してもらい、商談会の開催又は他が主催する商談会に参加する。 地域振興事業については、垂水漁協と連携してフィッシャーマンズマーケットの出店者募集、グルメイベントの企画、運営、広報を行い、集客力の向上を目指す。 さらに、当商工会も昨年、地域内資金循環等新事業開発検討事業にて考案した新ご当地グルメを出品し、イベントを盛り上げる。 ②牛根漁業協同組合（役割） 牛根漁協組合員の経営革新、6次産業化に係る意欲等について当商工会に情報を提供してもらう。取組意欲ある組合員に対しては、漁協と連携してセミナーの開催、個別相談会を実施する。設備投資等の資金調達についても漁協と協調して支援する。 また、新商品開発に係る需要動向等の情報、販路、販売先についての情報を提供してもらい、商談会の開催又は他が主催する商談会に参加する。	

地域振興事業については、牛根漁協と連携してフィッシャーマンズマーケットの出店者募集、イベントの企画、運営、広報を行い、集客力の向上を目指す。

③大野原地区（役割）

大野原地区は標高約550mの場所にあり、大正3年の桜島大爆発で被害にあった桜島や垂水市水之上集落から移住してきた人たちが開拓した地域である。

サツマイモやニンジン、大根などの野菜の生産農家が多く、中でもサツマイモを軒下につるして少し乾燥させた「つらさげイモ」は糖度が高く、県外でも人気のあるイモである。ファーマーズマーケットの際の農産物の提供と農産物に係る6次産業化、新商品開発、販路開拓等について情報の共有化及び連携を図る。

④垂水市観光協会（役割）

物産展、商談会の開催及び商品開発における消費者ニーズの情報収集先として連携することによって、当市オリジナルのご当地商品の開発を行う。

また、温泉地、観光ルートや観光スポット周辺におけるイングリッシュガーデン普及推進に係る情報提供及びコンテスト開催の協力をいただく。

・（連携する効果）

本事業をこれら機関と連携して推進することにより、農水産関係の1次産業従事者が6次産業化へ取り組む際の支援及び新商品の開発・改良による経営発達支援を円滑に行うことができる。

商工会単体でのイベントよりもこれら各種団体との連携により、集客力の高いイベントが開催できる。さらに、農水産物を活用したグルメイベントやファーマーズマーケット、フィッシャーマンズマーケットを実施することにより、全国に向けて観光資源を含む地域資源を広くアピールできる。

そして、温泉施設を中心にまち全体にイングリッシュガーデンを普及させることで魅力あるまちづくりが実現でき、交流人口・定住人口の増加により、地域内に資金が循環し、業種を問わず、小規模事業者全体の底上げや雇用増進にも寄与し、地域活性化の効果も大いに期待できるものとする。

連携体制図等

