

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	さつま町商工会（法人番号 4340005003885） さつま町（地方公共団体コード 463922）
実施期間	2023/04/01 ～ 2028/03/31
目標	経営発達支援事業の目標 (1)地元小規模事業者の経営基盤強化と持続的発展 (2)新規創業者育成支援によるにぎわいの創出 (3)新規事業者との対話と傾聴を通じて、地域資源を活用した特産品の販売拡大事業を通して小規模事業者の力を引き出し、地域全体での持続的発展の取り組みへ繋げる。
事業内容	I. 経営発達支援事業の内容 1. 地域経済動向調査に関すること 国、県、町及び全国連等が収集した地域の経済動向等の情報に加え、独自で収集した景気動向等の情報を分析し、小規模事業者への提供により経営状況の把握や事業計画作成のきっかけとする。 2. 需要動向調査に関すること 地域内消費者の評価や嗜好などの動向を調査分析し、事業主にフィードバックすることで、商品の開発・改良や需要拡大に繋げる。 3. 経営状況の分析に関すること 少人数のセミナーを開催し、自社の強み・弱みなどの気づきを与え定量分析たる「財務分析」と、定性分析たる「非財務分析」の双方を行い経営指導員や経営支援員のスキルアップに活用する。 4. 事業計画の策定支援 経営状況の分析に関することの経営分析を行った全ての事業者を対象として、「DX 推進セミナー」「事業計画策定セミナー・創業セミナー」を開催し確実に事業計画、創業計画書の策定につなげていく。 5. 事業計画策定後の実施支援 自走化を意識した、経営者自身が答えを見出すこと内部的動機づけを行い潜在能力発揮に繋げる。 6. 新たな需要の開拓支援 新たな販路拡大のための DX 推進。IT 活用による営業・販路拡大に向けた展示

	会の参加支援を行う。
連絡先	さつま町商工会 宮之城本所 〒895-1803 鹿児島県 薩摩郡さつま町 宮之城屋地 1531 番地 TEL:0996-53-1141 FAX:0996-52-2487 e-mail:satsuma-s@kashoren.or.jp さつま町 商工観光 PR 課 商工振興係 〒895-1803 鹿児島県 薩摩郡さつま町宮之城屋地 1565 番地 2 TEL:0996-53-1111 FAX:0996-52-3514 e-mail:shoko-shoko@satsuma-net.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

(1) 地域の現状及び課題

①現状

さつま町商工会が立地するさつま町は、鹿児島県の北西部に位置し、鹿児島市から約 40 km のところにあり、周囲を山々に囲まれた盆地で、出水市と薩摩川内市とに接しており、面積は 303.90 km²で鹿児島県の 3.3% を占めている。

平成 17 年 3 月 22 日に旧宮之城町、旧薩摩町及び旧鶴田町の 3 町が合併し新町として誕生した。平成 18 年 4 月に旧宮之城商工会と旧薩摩町商工会と旧鶴田町商工会が合併してさつま町商工会が発足した。

社会基盤は、主要都市へ通じる国道 267 号、328 号、504 号など産業の展開や地域発展のための動脈を担う広域交通基盤が市街地を中心として放射状に整備されている。

北東から南西にかけて南九州一の大河である川内川が貫流し、その流域に農地や市街地、平野が形成され、平野部の周辺は緑豊かな山林の自然環境に囲まれている。

恵まれた自然環境を背景に山間部の豊富な森林資源や川内川の大河がもたらす肥沃な耕地を生かした農林業、観光、レクリエーション資源や歴史・文化遺産を活かしたまちづくりが展開されている。

さつま町の位置



交通関係



・さつま町の人口の推移

さつま町の人口推移の統計によると、本町の人口は年々減少しており、本会の管内である「旧薩摩町」については、減少率が高く、急速に減少が進んでいることがわかる。

年度	旧宮之城町	旧鶴田町	旧薩摩町	さつま町全体
平成 7 年	18,083	5,083	4,975	28,141
平成 12 年	17,770	4,968	4,593	27,331
平成 17 年	16,745	4,745	4,198	25,688
平成 22 年	15,813	4,505	3,791	24,109
平成 27 年	14,958	4,107	3,335	22,400
令和 2 年	13,691	3,640	2,912	20,243
減少率	24.28	28.38	41.46	28.06

※増減率は平成 7 年と比較した割合

・管内の商工業者等の推移

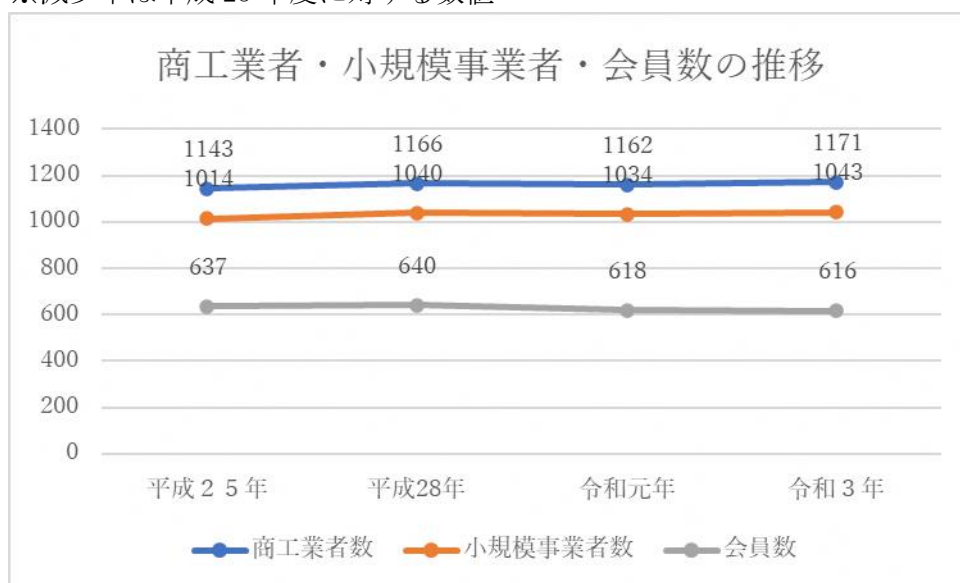
当会の管轄地域は、日特スパークテックWGKを中心とし製造業や近隣市町にある京セラ等への精密機械の部品の製造が中心だったが部品不足等の影響を受けて受注が減少している。そのような中でさつま町は新たな企業の誘致を推進している。また、鹿児島銀行と地域包括連携協定を締結し長期的な視点で商工業の発展を目指している。

国道 504 号線の高規格道路の整備等近隣市町村へのアクセスを容易とする交通網の整備が進み生産地から消費者への出荷ルートが改善され、既存の事業は勿論、新たな産地形成と地元関連業種による創業も期待される。

○商工業者・小規模事業者・会員数の推移 商工会実態調査（全国連版）参照

区分	平成 25 年	平成 28 年	令和元年	令和 3 年	増減率
商工業者数	1,143	1,166	1,162	1,171	2.4
小規模事業者数	1,014	1,040	1,034	1,043	2.8
会員数	637	640	618	616	-3.2

※減少率は平成 25 年度に対する数値



○さつま町総合振興計画

さつま町総合振興計画は「ひと・まち・自然 みんなで紡ぐ さつま町」を基本構想に、「価値ある資源が活かされるまち」を基本目標として、後期基本計画では、「地域の活力につながる商工業のまちづくり」を掲げています。

○さつま町総合振興計画

(1) 消費者ニーズに対応した魅力ある商工業の振興

- ・商工会等の関係機関と連携し、経営診断、指導、助言などの相談支援体制の充実に努め、新規参入創業者を育成するとともに、魅力ある店舗づくりの支援に努めます。

また、各店舗や商工会等が連携し、新型コロナウイルス感染症に配慮した各種イベント、プレミアム商品券の発行、さつま de まちゼミの開催などを活用した商店街の活性化を図ります。

- ・個人商店においては、後継者不足が顕著となっていることから事業承継支援に努めます。

- ・空き店舗バンクの登録を推進し、空き店舗利活用の支援をより充実させ、商店街の空洞化対策に努めます。また、鉄道記念館や店舗等の空きスペースを活用したショップインショップの実施について検討を進めます。

- ・運転免許証の返納や商店等の撤退により、日常生活に必要なものを購入することが困難となった買い物弱者対策に努めます。

(2) 地場産品の高付加価値化と販路拡大

- ・農林水産業、商工業、観光業等が連携した、新たなブランド化・ビジネス化を創出し、地元産品・商品、サービスの消費拡大に向けた取組を進めます。

- ・地場中小企業による地域資源を活用した製品の研究開発を支援するとともに、ふるさと納税の返礼品やイベント等を活用した販路拡大、関係機関・団体と連携したPR活動を推進します。

- ・人口減少により縮小する国内マーケットから海外に販路を見出すため、県や企業等と連携した海外販路開拓に向けた取組を検討します。

(3) 企業支援と雇用の確保

- ・トップセールスをはじめ、県との連携による幅広い企業誘致活動に努めるとともに、企業間の連携を推進するなど既存企業のフォローアップに努め、雇用の拡大と定住人口の維持、町民所得の向上に努めます。

- ・地元企業と連携したインターンシップをはじめとする職業体験やキャリア教育の実践により、働くことの意義や職業観の認識を深め、地元企業への就職率向上に努めます。

- ・新型コロナウイルス感染症による働き方への影響に対応する「テレワーク」や「サテライトオフィス」など、新たな働き方の支援に向けた取組を検討します。

- ・企業・農業者・商工業者と移住希望者をつなぐマッチングサイト等を活用し、移住希望者の働く場の確保に努めるとともに、様々な分野に広がっている労働者不足の解消に向けた取組を進めます。（さつま町総合振興計画より引用）

②課題

・地域内の小規模事業者の現状と課題

時代の移り変わりとともに、さつま町でもコンビニやドラッグストアの台頭、e コマース市場等の急激な拡大による市場構造変化が急速に進んでいます。その事により小規模店舗などでは、既存流通の落ち込みに繋がっています。このような状況は、新型コロナウイルス感染症の影響により更に加速しています。

また、さつま町も例外なく郊外の小売店舗経営者の高齢化、後継者不足、購買者の減少により、経営が困難な店舗が増加しています。このことが、高齢者などの買い物弱者の日常生活に支障をきたすことが懸念され、買い物弱者に対する支援が求められています。

新型コロナウイルス感染症の影響により、飲食業や宿泊業を始めとする様々な業種で影響が広がっています。今後、長期化も懸念されることから、新しい生活様式に対応した取組が求められています。

商店街の活性化や地域に密着したまちづくりを進めることを目的に、町は空き店舗解消に向けた支援（補助金）を行っていますが、店舗の立地・室内の状況等から補助金の活用が進まない現状にあります。また、チャレンジショップの実施についてはコロナ禍もあり継続した取組に繋がっていないため、鉄道記念館や店舗の一部を利用したショップインショップでの利用が期待されています。

・地場産品の高付加価値化と販路拡大

地域資源を利用した新たな商品開発やさつま町ブランドを発信するため、農林業、商工業、観光業等の地域産業が産業の壁を越えた連携した取組が求められています。

そのような中で農林業の付加価値を求める6次産業化に農林業従事者自らが取組むには、高齢化や労働力不足により難しい面があることから、農林業と商工業が連携の取組が必要となっています。

・企業支援と雇用の確保

さつま町も今後、生産年齢人口が老年人口を下回ることが予測されており、より一層の労働者不足が懸念されており、地域経済の活力を維持していくために、若者や高齢者等を含めた地元で働く意欲のある人が安心して働くことが出来る労働環境の整備が求められています。そのような中でも、恵まれた道路環境の強みを活かした新たな企業の誘致や地域内企業の支援、新規産業の創出を通して雇用の拡大を図ることが重要です。

しかし、誘致企業等においても、新型コロナウイルス感染症の影響による休業や減産等が行われており、今後の事業動向や雇用確保への影響が懸念されています。

(2)小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

①10年程度の期間を見据えて

「第2期さつま町まち・ひと・しごと創生総合戦略」によると、さつま町の人口は昭和55年から、昭和60年にかけて老年人口（65歳以上）が年少人口（0～14歳）を上回り早い段階で少子高齢化の進展が始まり、総人口も昭和55年には30,650人から平成27年には22,400人となり、35年間で8,250人、減少率にして26.9%減少しており、令和27年には約13,000人まで減少し昭和55年から6割近く減少するとの推計も出されています。

人口減少と少子高齢化が進み、地域内の消費需要の落ち込みが予想される中、今後10年を見据え、これまでの町内のみの消費需要の推進から町外への消費需要の推進が必要となってくる。具体的にはホームページやインターネットショップなどITを活用したネット販売や、ふるさと納税などの比較的取り組みやすい制度の利用の推進などの取組支援強化が必要とな

ってくる。

町外へ販売するための、地域の歴史や自然を活かした観光資源や農産資源を活かした特産品の開発支援が必要となってくる。

②さつま町総合振興計画後期基本計画との連動性・整合性

当会は、さつま町の総合振興計画後期基本計画に基づき、さつま町と連携しながら、管内小規模事業者や新規創業者・後継者のためのセミナーを開催し、経営基盤の強化、新規創業者の掘り起こしを図り、特に新規創業者へは空き店舗利活用や魅力ある店舗づくりの支援に努める。更に、金融面に関しては、日本政策金融公庫川内支店、鹿児島県信用保証協会及びさつま町内の金融機関と連携をとり創業者及び事業承継者の支援、並びの地域経済の振興を図る。

これらは、先述のさつま町総合振興計画後期基本計画と整合するものである。

③商工会としての役割

さつま町商工会は、平成18年4月に旧宮之城商工会と旧鶴田町商工会と旧薩摩町商工会が合併して誕生した。当商工会は、地域総合経済団体として経営改善普及事業及び地域総合振興事業を中心に、長年にわたり地域と小規模事業者に寄り添い支援を実施してきた。今後も変化する社会情勢や小規模事業者のニーズを的確に捉え、各種機関と連携しながら小規模事業者の持続的発展に繋がる伴走型支援を行うと共に、地域資源を利用した特産品の開発・販路拡大や交流人口増加の為の取組を通じた地域経済の活性化を目指す。

(3)経営発達支援計画の目標

上記の「地域内の小規模事業者の現状と課題」及び「小規模事業者に対する長期的な振興のあり方」を踏まえ、以下の事項を重点施策として、商工会会員、非会員を問わず地域の小規模事業者の支援を実施する。これらの課題に向けた目標は以下の通りである。

①地元小規模事業者の経営基盤強化と持続的発展

②新規創業者育成支援によるにぎわいの創出

③小規模事業者との対話と傾聴を通じて、地域資源を活用した特産品の販路拡大事業を通して小規模事業者の力を引き出し、地域全体での持続的発展の取組へ繋げる。

経営発達支援事業の内容及び実施期間

2. 経営発達支援事業の実施期間、目標の達成方針

(1) 経営発達支援事業の実施期間（ 令和5年 4月 1日～ 令和10年 3月31日）

(2) 目標の達成に向けた方針

①地元小規模事業者の経営基盤強化と持続的発展

小規模事業者自身が、地域や企業の資源などの強みを活かした綿密な事業計画作成を商工会の経営指導員が支援することで、後継者育成・事業承継も含めた支援を行う。また、事業計画作成支援を行う中で事業者との対話と傾聴を通じて経営の本質的な課題を事業者自らが認識することに重点を置き、本質的課題を反映させた事業計画策定の支援を行う。

また、将来的な自走化を目指し、多様な課題解決ツールの活用提案を行いながら、事業者が深い納得感と当事者意識を持ち、自らが事業計画を実行していくための支援を行う。

②新規創業者育成支援によるにぎわいの創出

行政・関係機関・団体と連携し、創業セミナーなどを開催し、融資や補助金など創業支援策を周知活用させながら、起業意欲の醸成を図り、遊休不動産である商店街の空き店舗活用など、通り会エリアに人・モノの往来を活発化させることで、にぎわいの創出を推進する。

③小規模事業者との対話と傾聴を通じて、地域資源を活用した特産品の販路拡大事業を通して小規模事業者の力を引き出し、地域全体での持続的発展の取組へ繋げる。

人口減少社会の力を引き出し、地域経済の維持、持続的発展に取り組む上で、地域を支える個々の小規模事業者への経営課題の設定から課題解決の伴走において、経営者や従業員との対話を通じて潜在力を引き出すことにより、個社にとどまらず地域全体で課題に向き合い、自己変革していく機運を醸成する。

地域資源を活用した特産品開発を行い、展示会、商談会等での販路拡大を支援する。小規模事業者の課題である需要の掘りおこし、顧客ニーズに合った商品・サービスを提供、情報発信する機会を設定し、ビジネスマッチングを支援することで持続的発展の取組へ繋げる。

I. 経営発達支援事業の内容

3. 地域の経済動向調査に関すること

(1) 現状と課題

[現状]

さつま町版景況調査を実施

当会は、旧宮之城町・旧鶴田町・旧薩摩町の小規模事業者を対象に景況調査を平成30年度に伴走型小規模事業者支援事業で実施した。しかしながら、これ以降の景況調査は存在せず、データも古くなり、経営指導員や経営支援員等の巡回や窓口指導を通じ、得られる情報に依存した状態である。

[課題]

前述のとおり、過去の実施したもののデータが古くなり活用されておらず、最新の地域経済動向や消費動向を提供できていない。創業者や新規店舗出店など参考になるような専門的な情報提供がなされていない。「対話と傾聴」を通じて経営の本質的な課題の把握に繋げる。

(2) 目標

	公表 方法	現行	令和 5年度	令和 6年度	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度
① 地域の経済動向 分析の公表回数	HP 掲載	—	1回	1回	1回	1回	1回
② 景気動向分析の 公表回数	HP 掲載	—	1回	1回	1回	1回	1回

(3) 事業内容

①地域の経済動向分析（国が提供するビッグデータの活用）

当地域において真に稼げる産業や事業者に対し、限られたマンパワーや政策資源を集中投下し、効率的な経済活性化を目指すため、経営指導員等が「RESAS」（地域経済分析システム）を活用した地域の経済動向分析を行い、年1回公表する。

【調査手法】経営指導員が「RESAS」（地域経済分析システム）を活用した地域の経済動向分析を行う。

【調査項目】「地域経済循環マップ・生産分析」→なんで稼いでいるか等を分析

「まちづくりマップ・From-to分析」→人の動き等を分析

「産業構造マップ」→産業の現状等を分析

⇒上記の分析を総合的に分析し、事業計画策定等に反映させる。

②景気動向分析

管内の景気動向等についてより詳細な実態を把握するため、全国商工会連合会が行う「小規模企業景気動向調査」に独自の調査項目を追加し、管内小規模事業者の景気動向等について、年1回調査・分析を行う。

【調査手法】経営指導員等の巡回・窓口相談時に調査票への記入

経営指導員等が収集したデータを整理し、外部専門家と連携し分析を行う

【調査対象】管内小規模事業者15社

（製造業4社、建設業2社、小売業3社、サービス業6社の15社）

【調査項目】売上額、仕入価格、経常利益、資金繰り、雇用、設備投資 等

管内の企業に対する商工会独自景況調査

商工会にて管内の企業の実態を調査・分析・情報提供する事により、経営指導員等からの指導や各企業における経営戦略策定の参考とすることを目的として実施する。

(4) 調査結果の活用

当会の会報誌およびホームページに掲載し、企業が独自の事業活動の参考材料とする。

当会の全職員で共有化を図り、巡回や窓口相談時に活用することで、経営状況の把握や事業計画の作成を促すきっかけとする。

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

[現状]

特定の商品等の需要動向調査は実施していないが、各小規模事業者における地域内消費者のニーズに基づいた具体的な需要動向の把握を現状、各事業者の自助努力に留まり、商工会としての経営指導上においては、業界動向やインターネット上での閲覧可能情報にて、相談時に対応してきた。

[課題]

当地域の特産品となる、「黒毛和牛・筍」を活用した「さつま町黒毛和牛たけのこ丼」を開発し地域の特産品として販売してきた。しかし、全てにおいて調査項目が不足しており、分析内容が不十分なため、新商品の開発のため、今後は積極的に消費者の需要動向に基づいた販路開拓の支援を行っていき、競合事業者と比較してより充実した商品・サービスの提供及び開発に繋がるものとなるよう、需要動向を的確に把握するため、小規模事業者と協議の上、個社支援上参考となる需要動向調査を行う。

(2) 目標

	現行	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度
① 新商品調査対象事業者数	—	3者	3者	3者	3者	3者

(3) 事業内容

①新商品開発の調査

特産品を活用した新商品を開発するため、管内飲食店3店において特産品の「黒毛和牛・筍」を活用した新商品を開発する。具体的には、管内飲食店3店において、試食及び来店者アンケートを実施し、調査結果を分析したうえで当該3店にフィードバックすることで、新商品開発に資する。

また、当該調査の分析結果を事業計画に反映する。

【調査手法】

(情報調査) 地産地消を推進し、更に売れる商品づくりに繋げるために飲食店に来店された方に試食・アンケートを実施する。その調査結果を分析し、3店舗の事業主にフィードバックする。

(情報分析) 調査結果は、販路開拓等の専門家の意見を聞きつつ、経営指導員等が分析を行う。

【サンプル数】 来店客数 10人×3店舗

【調査項目】 ①味、②甘さ、③硬さ、④色、⑤大きさ、⑥価格、⑦見た目、⑧パッケージ等

【調査結果の活用】 調査結果は、経営指導員が当該飲食店に直接説明する形でフィードバックし更なる改良等を行う。

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

[現状]

管内の小規模事業者の持続的発展に向けた経営分析等の提供は、財務分析・経営指標は金融支援の活用に残り、具体的なサービス戦略・商品開発・販路開拓に活用されていない。

【課題】

上記の現状から、小規模事業者の個社の経営相談に十分対応できていないことが課題として挙げられ、高度・専門的な課題等については、知識不足を補うため、外部専門家と連携した個別指導のサポート体制を構築し、そのフォローアップも含め伴走型支援を行う必要がある。また、今後は、具体的な経営戦略・商品開発・販路開拓に活用していくため、経営指導員等の巡回訪問による個別指導を中心に、「利益率の改善」といった財務データから見えてくる表面的な課題のみに着目していたため、さらに「対話と傾聴」を通じて経営の本質的課題の把握に繋げる。窓口相談を通じて経営分析及び分析結果の提供を行うための改善が必要となる。

(2) 目標

	現行	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度
①セミナー開催件数	2回	2回	2回	2回	2回	2回
②少人数セミナー参加事業者数	—	5者	5者	5者	5者	5者
③経営分析事業者数	17者	30者	30者	30者	30者	30者

(3) 事業内容

①経営分析を行う事業者の発掘（経営分析セミナーの開催）

セミナーの開催を通じて、経営分析によって自社の強み・弱みなどの気づきを与えることで、自社の経営課題等を把握し、事業計画の策定等への活用について理解を深めるとともに、対象事業者の掘り起こしを行う。

【募集方法】チラシを作成し、ホームページで広く周知、巡回・窓口相談時に案内

②専門家を活用した少人数セミナーによる経営状況の把握（後継者育成を含む）

従来から実施している外部講師を招いた個別相談会では、参加事業者の数にこだわり共通テーマを模索することで、自社の経営状況を分析する等深堀を行う内容ではなく、漠然とした内容になるという課題があった。

今後は、自社の経営状況及び知的資産の把握方法を習得させる事を目的としてテーマを絞り、より実践的に自社の現状・課題と向き合えるよう少人数（3名～5名）でのセミナーを多数回実施する。このことで、参加事業者の課題解決を促進させるとともに、参加事業者同士の繋がりを深めることも出来る。

③経営分析の内容

【対象者】セミナー参加者や巡回・窓口相談の中から、意欲的で販路拡大の可能性の高い小規模事業者を選定する。

【分析項目】定量分析たる「財務分析」と、定性分析たる「非財務分析」の双方を行う

《財務分析》直近3期分の収益性、生産性、安全性および成長性の分析

《非財務分析》下記項目について、対話を通じて、事業者の内部環境における強み、弱み、事業者を取り巻く外部環境の脅威、機会を整理する。

(内部環境)	(外部環境)
・商品、製品、サービス ・仕入先、取引先 ・人材、組織	・技術、ノウハウ等の知的財産 ・デジタル化、IT 活用の状況 ・事業計画の策定・運用状況 ・商圏内の人口、人流 ・競合 ・業界動向

【分析手法】事業者の状況や局面に合わせて、経済産業省の「ローカルベンチマーク」、「経営デザインシート」、中小機構の「経営計画つくるくん」等のソフトを活用し、経営指導員等が分析を行う。

更に、専門的な分野については、中小企業診断士や税理士などの意見を仰ぐ。

(4) 分析結果の活用

財務分析結果は、レーダーチャートで3期分の財務分析の推移の説明や財務指標についても、解りづらい経営指標の用語解説を行いながら実施する。

また、SWOT 分析結果は、強み、機会を最大化し、事業の課題解決に向けた具体的な提案を行う。なお、分析結果は、必ず当該事業者へフィードバックし、さらに、商工会職員間でも共有化するためにデータベース化し、経営指導員や経営支援員のスキルアップに活用する。

6. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

[現状]

これまでの小規模事業者に対する事業計画策定と実施支援は、持続化補助金などの補助金活用時や創業計画書、経営改善計画等の作成における金融支援等の機会を通じて実施するなど、受動的な取組に留まっている。

[課題]

小規模事業者は経営者自らが事業計画を作成する時間やスキルを有していない企業が少なくない。また、事業計画書策定の意義や重要性の理解が浸透していない状況でもある。そのため、事業者が経営課題を解決するための効果的な「事業計画」「創業計画書」の策定支援を実施する必要があり、セミナーの開催方法の見直しを含め、実現可能な事業計画策定の支援として実施する必要がある。

(2) 支援に対する考え方

管内の会員及び非会員の小規模事業者に対して、事業計画策定の意義や重要性を漠然と述べても、実質的な行動や意識変化を促せるわけではないため、「事業計画策定セミナー」等において、カリキュラムを工夫するなどして、具体的な取組について紹介することで、5. 経営状況の分析に関することで経営分析を行った事業者の5割程度/年の事業計画策定を目指す。

また、持続化補助金の申請等を契機として、経営計画策定を目指す事業者の中から、実現可能性の高いものを選定し、事業計画の策定に繋げていく。

事業計画の策定前段階においてDXに向けたセミナーを行い、小規模事業者の競争力の維持・強化を目指す。

経営状況の分析に関することでは実施する経営分析セミナーを通じて、自ら経営分析を行い、事業者が自社の強み・弱みなどの気づきを得、現状を正しく確認した上で、分析に基づき、事業者が当事者意識を持って課題に向き合い、事業計画策定に能動的に取り組むため、対話と傾聴を通じて最適な意思決定のサポートを行う。

(3) 目標

	現行	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度
① DX推進セミナー	—	3回	3回	3回	3回	3回
② 事業計画策定セミナー	1回	3回	3回	3回	3回	3回
事業計画策定事業者数	—	15者	15者	15者	15者	15者

(4) 事業内容

①「DX推進セミナー開催・IT専門家派遣」の開催

DXに関する意識の醸成や基礎知識を習得するため、また実際にDXに向けたITツールの導入やWebサイト構築等の取組を推進していくためのセミナーを開催する。

【募集方法】経営状況の分析に関することの経営分析をおこなった全ての事業者を対象とし、その他、会報誌や折込チラシ等による広報と併せて職員が直接事業者へ連絡をおこなう。

【回数・カリキュラム】

毎年3回開催し、各年で以下のようなテーマで開催する。

- ・DX関連技術や具体的な活用事例
- ・クラウド型顧客管理ツールの紹介
- ・SNSを活用した情報発信方法
- ・ECサイトの利用方法等

また、セミナーを受講した事業者の中から取り組み意欲の高い事業者に対しては、経営指導員等による相談対応・経営指導を行う中で必要に応じてIT専門家派遣を実施する。

【参加人数】

各回 15者予定

② 事業計画策定、創業セミナーの開催

【支援対象】

経営分析を行った事業者を対象とし、募集方法・回数・参加人数はDXセミナーと同様。

【支援手法】

セミナーの受講者に対し、経営指導員等が担当制で張り付き、外部専門家も交えて確実に事業計画、創業計画書の策定につなげていく。

7. 事業計画策定後の実施支援に関すること

(1) 現状と課題

〔現状〕

これまで事業計画策定後の実施支援フォローについては、マル経融資や持続化補助金等の事業期間が終了すれば、そこで終了するケースが殆どである。中長期的な計画を立てながら、継続的なフォローができていないのが現状である。

〔課題〕

PDCAサイクルを回すことの難しい小規模事業者の中長期に渡るフォローアップができていなかったため、定期的な巡回による小規模事業者の事業計画の進捗度合いを把握する。

(2) 支援に対する考え方

自走化を意識し、経営者自身が「答え」を見いだすこと、対話を通じてよく考えること、経営者と従業員と一緒に作業を行うことで現場レベルで当事者意識を持って取組むことなど、計画の進捗フォローアップを通じて経営者への内部的動機づけを行い、潜在能力の発揮に繋げる。

事業計画を策定した全ての事業者を対象とするが、事業計画の進捗状況や事業者の課題等により、訪問回数を増やして集中的に支援すべき事業者と、ある程度順調と判断し訪問回数を減らしても支障のない事業者を見極めた上で、フォローアップを行う。

(3) 目標

	現行	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度
フォローアップ対象事業者数	—	15者	15者	15者	15者	15者
頻度(延回数)	—	40回	40回	40回	40回	40回
売上増加事業者	—	5者	5者	5者	5者	5者
利益率3%以上増加の事業者数	—	5者	5者	5者	5者	5者

(4) 事業内容

事業計画を策定した事業者を対象として、経営指導員が独自様式のフォローアップシートを用いて巡回訪問等を実施し、策定した計画が着実に実行されているか定期的かつ継続的にフォローアップを行う。

その頻度については、事業計画策定15者のうち、5者を四半期に一度、他の10者については年2回とする。ただし、事業者からの申出等により、臨機応変に対応する。

なお、進捗状況が思わしくなく、事業計画との間にズレが生じていると判断する場合には、他地区等の経営指導員等や外部専門家など第三者の視点を必ず投入し、当該ズレの発生要因及び今後の対応方策を検討の上、フォローアップ頻度の変更等を行う。

8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること

(1) 現状と課題

[現状]

県内外で開催される商談会や展示会等への事業者の参加を支援している。商談会は、新型コロナウイルス感染症感染拡大以前は、毎年4者の支援を行っていた。昨年度の展示会では、2者の支援を実施したが、出展後の商談成立状況等を確認するのみで、その後のフォローが不十分であった。

また、地域内の小規模事業者の多くはオンラインによる販路開拓等の関心があるものの、「高齢化」、「知識不足」、「人材不足」等の理由により、ITを活用した販路開拓等のDXに向けた取組が進んでおらず、商圈が近隣の限られた範囲にとどまっている。

[課題]

これまで出展支援等を実施しているものの、展示会出展の事前・事後のフォローが不十分であったため、改善した上で実施する。また、今後は、新たな販路の開拓にはDX推進が必要であるということを理解・認識してもらい、取組を支援していく必要がある。

(2) 支援に対する考え方

商工会独自で展示会等を開催するのは困難なため、展示会は主に県内で開催される既存の展示会への出展を目指す。出展にあたっては、経営指導員等が事前・事後の出展支援を行うとともに、出展期間中には、陳列、接客など、きめ細かな伴走型支援を行う。

D Xに向けた取組として、データに基づく顧客管理や販売促進、SNS情報発信、ECサイトの利用等、I T活用による営業・販路開拓に関するセミナー開催や相談対応を行い、理解度を高めた上で、導入にあたっては必要に応じてI T専門家派遣等を実施するなど事業者の段階に合った支援を行う。

(3) 目標

	現行	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度
① 商工会こだわりの逸品フェア等展示会出展事業者数	2 者	3 者	3 者	3 者	3 者	3 者
売上額/者	5 万	1 0 万	1 0 万	1 0 万	1 0 万	1 0 万
② やさしい市等の商談会参加事業者数	—	3 者	3 者	3 者	3 者	3 者
成約件数/者	—	3 件	3 件	3 件	3 件	3 件
③ SNS活用事業者	—	5 者	5 者	5 者	5 者	5 者
売上増加率/者	—	5 %	5 %	5 %	5 %	5 %
④ ECサイト利用事業者	—	5 者	5 者	5 者	5 者	5 者
売上増加率/者	—	5 %	5 %	5 %	5 %	5 %
⑤ ネットショップの関係者数	—	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者
売上増加率/者	—	5 %	5 %	5 %	5 %	5 %

(4) 事業内容

①展示会出展事業（B to C）

商工会連合会が主催する「商工会こだわりの逸品フェア」において3ブースを借り上げ、事業計画を策定した事業者を優先的に出展し、新たな需要の開拓を支援する。

【参考】

「商工会こだわりの逸品フェア」とは、県内の地域特産品を販売する展示会・商談会で、今年で9回目を迎え、周知度の高い特産品フェアである。場所も県内でJR 乗降客、観光客のもっとも多い鹿児島中央駅前のアミュ広場で開催され、来場者も3 日間で約15,000 人と大変賑わうイベントである。昨年度は、管内の特産品販売事業者2事業者が出展し、商品の問い合わせや販売に繋がる等の一定の成果をあげることができた。今回は昨年度出展していない新たな3 事業者の出展支援を行い、小規模事業者の新たな需要開拓を図っていく。

②商談会参加事業（B to B）

大阪府堺市にて開催される商談展示会イベント「やさしい市」に参加し、さつま町商工会管内の多くの特産品の販路を開拓することが目的である。アクセスの利便性や近年の交流人口の増加から、本イベントに参加する効果は期待でき、多くの同業他社にPR し、販路を開拓する良き機会となる。当イベントは、来場者が約14,000 人訪れており、毎年3 事業者の出展支援を行うことで、効果的な商談会参加を目指す。また、現状では、開催時期が合わずに出展ができていない東京都で開催される商談会についても事業者の要望や開催時期等を見極めて出展を目指す。

③ SNS活用

現状の顧客が近隣の商圈に限られていることから、より遠方の顧客の取込のため、取り組みやすいSNSを活用し、宣伝効果を向上させるための支援を行う。

④ ECサイト利用（BtoC）

全国連が運営するECサイト「ニッポンセレクト.com」の活用を促し、商品紹介や掲載ノウハウ等の支援を適所で実施しながら効果的な情報発信を行い、商品の知名度向上を狙う。支援事業者の既存商品及び新商品の販売促進、販路開拓等の伴走支援を行うことで、需要の開拓を図る。

⑤ 自社HPによるネットショップ開設（BtoC）

ネットショップの立ち上げから、商品構成、ページ構成、PR方法等WEB専門会社やITベンダーの専門家等と連携し、セミナー開催や立ち上げ後の専門家派遣を行い継続した支援を行う。

Ⅱ. 経営発達支援事業の円滑な実施に向けた支援力向上のための取組

9. 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

（1）現状と課題

〔現状〕

外部評価委員会を設置し、事業の評価、見直しについて意見を頂いているが、評価内容が活かされていない。

〔課題〕

外部有識者である中小企業診断士や税理士及びさつま町商工観光PR課の担当者との「事業評価委員会」を開催し、HPや会報誌等に評価内容等を掲載し、周知していくことが課題である。

（2）事業内容

① 年1回、外部有識者（中小企業診断士など）、さつま町商工観光PR課担当者及び法定経営指導員等で構成する「事業評価委員会」を開催し、経営発達支援事業の進捗状況について評価を行う。

② 事業評価委員会の評価結果については、三役会へ報告し、事業実施方針等に反映させるとともに、「HP及び会報誌等へ掲載すること」や「事務所への常時備え付け」を行い、地域の小規模事業者が常に閲覧可能な状態とする。

10. 経営指導員等の資質向上等に関すること

（1）現状と課題

〔現状〕

小規模事業者の取り巻く環境の変化は更に激しいものとなっている。企業に関わる様々なステークホルダーの価値観の変化や社会課題解決への企業への役割期待増大、慢性的な国内人手不足の深刻化、コロナ禍による非接触型の対応等、経営課題が多様化してきている。

〔課題〕

経営指導員及び経営支援員の有する支援能力の向上や支援ノウハウの共有化を行い、職員全員の資質向上を図り、組織全体の支援能力向上を目指す。コロナ禍においては、ITを活用しパソコンでのZOOM相談やチャットやメールでの対応を強化し、地域に根差した支援基幹として、能力を発揮し、事業者の発展に寄与していく必要がある。

(2) 事業内容

①外部講習会等の積極的活用

【経営支援能力向上セミナー】

経営指導員及び一般職員の支援能力の一層の向上のため、中小企業庁が主催する「経営指導員研修」及び鹿児島県商工会連合会主催の「経営支援能力向上セミナー」に対し、計画的に経営指導員等を派遣する。

【事業計画策定セミナー】

当会では、事業計画策定が必要となる補助金申請等の支援機会増加を踏まえ、職員の支援能力の一層の向上を図る必要があるため、経営指導員、経営支援員毎に実施される研修以外に、経営指導員は、（独）中小企業基盤整備機構中小企業大学校等が主催する専門研修（事業計画策定セミナー、事業継続力強化計画策定セミナー等）へ派遣する。

【DX推進に向けたセミナー】

喫緊の課題である地域の事業者のDX推進への対応にあたっては、経営指導員及び一般職員のITスキルを向上させ、ニーズに合わせた相談・指導を可能にするため、下記のようなDX推進取組に係る相談・指導能力の向上のためのセミナーについても積極的に参加する。

＜DXに向けたIT・デジタル化の取組＞

ア) 事業者にとって内向け（業務効率化等）の取組

RPAシステム、クラウド会計ソフト、電子マネー商取引システム等のITツール、テレワークの導入、補助金の電子申請、情報セキュリティ対策等

イ) 事業者にとって外向け（需要開拓等）の取組

ホームページ等を活用した自社PR・情報発信方法、ECサイト構築・運用オンライン展示会、SNSを活用した広報、モバイルオーダーシステム等

ウ) その他取組

オンライン経営指導の方法等

【コミュニケーション能力向上セミナー】

対話力向上等のコミュニケーション能力を高める研修を実施することにより、支援の基本姿勢（対話と傾聴）の習得・向上をはかり、事業者との対話を通じた信頼の醸成、本質的課題の掘り下げの実践につなげる。

【小規模事業者課題設定力向上研修】

課題設定に焦点を当て、そのポイントと手順を習得することで、その後に続く課題解決をスムーズに行うことを目的とする。

②OJT制度の導入

支援経験の豊富な経営指導員と一般職員とがチームを組成し、巡回指導や窓口相談の機会を活用したOJTを積極的に実施し、組織全体としての支援能力の向上を図る。

③職員間の定期ミーティングの開催

経営指導員研修会等へ出席した経営指導員が順番で講師を務め、IT等の活用方法や具体的なツール等についての紹介、経営支援の基礎から話の引出し術に至るまで、定期的なミーティング（月2回、年間24回）を開催し意見交換等を行うことで、職員の支援能力の向上を図る。

④データベース化

担当経営指導員等が基幹システムや経営支援システム上のデータ入力を適時・適切に行い、支援中の小規模事業者の状況等を職員全員が相互共有できるようにすることで、担当外の職員でも一定レベル以上の対応ができるようにするとともに、支援ノウハウを蓄積し組織内で共有することで支援能力の向上を図る。

1 1. 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

(1) 現状と課題

[現状]

鹿児島県・さつま町・町内金融機関等と連携を図りながら、地域振興や地域経済の発展に取り組んでいるが、支援ノウハウ等の情報交換や連携が上手に取れているかは不透明である。

[課題]

上記のとおり、地域振興や地域経済の発展に取り組んでいるが、支援ノウハウ等の情報交換や連携が他の支援機関と効率的にできていないことが課題である。

(2) 事業内容

① 地域中小企業支援事業セミナーの開催

出水商工会議所、阿久根商工会議所、川内商工会議所、北薩地域広域指導協議会が主体となり開催される「地域中小企業支援事業セミナー」へ毎年1回参加。

各商工会議所、各商工会地区、経営指導員及び事業者が参加する講習会。近隣市町村の景気動向及び制度変更、支援ノウハウについても情報交換を実施する。

研修会で得た情報を事業主に還元し、最新の融資制度や円滑な融資実行に活用してもらい、地域の活性化に繋げていく。

② 日本政策金融公庫との情報交換

日本政策金融公庫川内支店と連携し、迅速な融資の対応と資金需要の喚起のために、「一日公庫」融資相談会を毎年2回開催し、相談会終了後に、公庫担当者と融資案件や景気動向について情報交換会を開催している。融資実行における課題解決方法やマル経融資の迅速化のために、支援ノウハウを提供していただき、事業主の支援に役立てる。

③ 中小企業支援に関する合同会議への出席（年2回）

国、鹿児島県、中小企業基盤整備機構、（公社）鹿児島県工業倶楽部、（公財）かごしま産業支援センター、金融機関、商工会議所、商工会等が参加し、最新の中小企業、小規模事業者施策の概要についての施策紹介や各支援機関からの事業説明、先進的な取組について情報交換を実施する。

Ⅲ. 地域経済の活性化に資する取組

1 2. 地域経済の活性化に資する取組に関すること

(1) 現状と課題

[現状]

さつま町は、子牛の生産が盛んで、子牛の取引価格は全国上位にランクされており竹林も多く早掘りだけのこの産地である。地域経済活性化の方向性を踏まえ、「さつま町商工会」が主体として取り組んでいる既存行事やイベントを利用し、集客力の向上及び魅力的なイベントとなるよう検討している。

〔課題〕

特産品の販売、商工会こだわり逸品フェア、さつま町フェア等において特産品の販売や新商品の地域ブランド化を図れておらず、各イベントを広く町内外に広報し、町外からの交流人口を増やすとともに地区外からの資金循環を行い、地域経済の活性化を行っていくことが課題である。

(2) 事業内容

さつま町、さつま町観光特産品協会、さつま町商工会で、今後の地域経済活性化の方向性を検討する。そこで地域経済活性化の方向性を踏まえ下記に記載した商工会が主体として取り組んでいる既存行事やイベントを利用し、集客力の向上及び魅力的なイベントとなるよう検討する。その実施を行うことで、観光振興と地域経済活性化につなげていく。

また特産品販売、商工会こだわり逸品フェア、さつま町フェア等において特産品の販売や新商品の地域ブランド化を図る。各イベントは広く町内外に広報し、町外からの交流人口を増やすとともに地区外からの資金循環を行い、地域経済の活性化を行っていく。

①「さつま町地域経済活性化委員会」の開催（年2回）

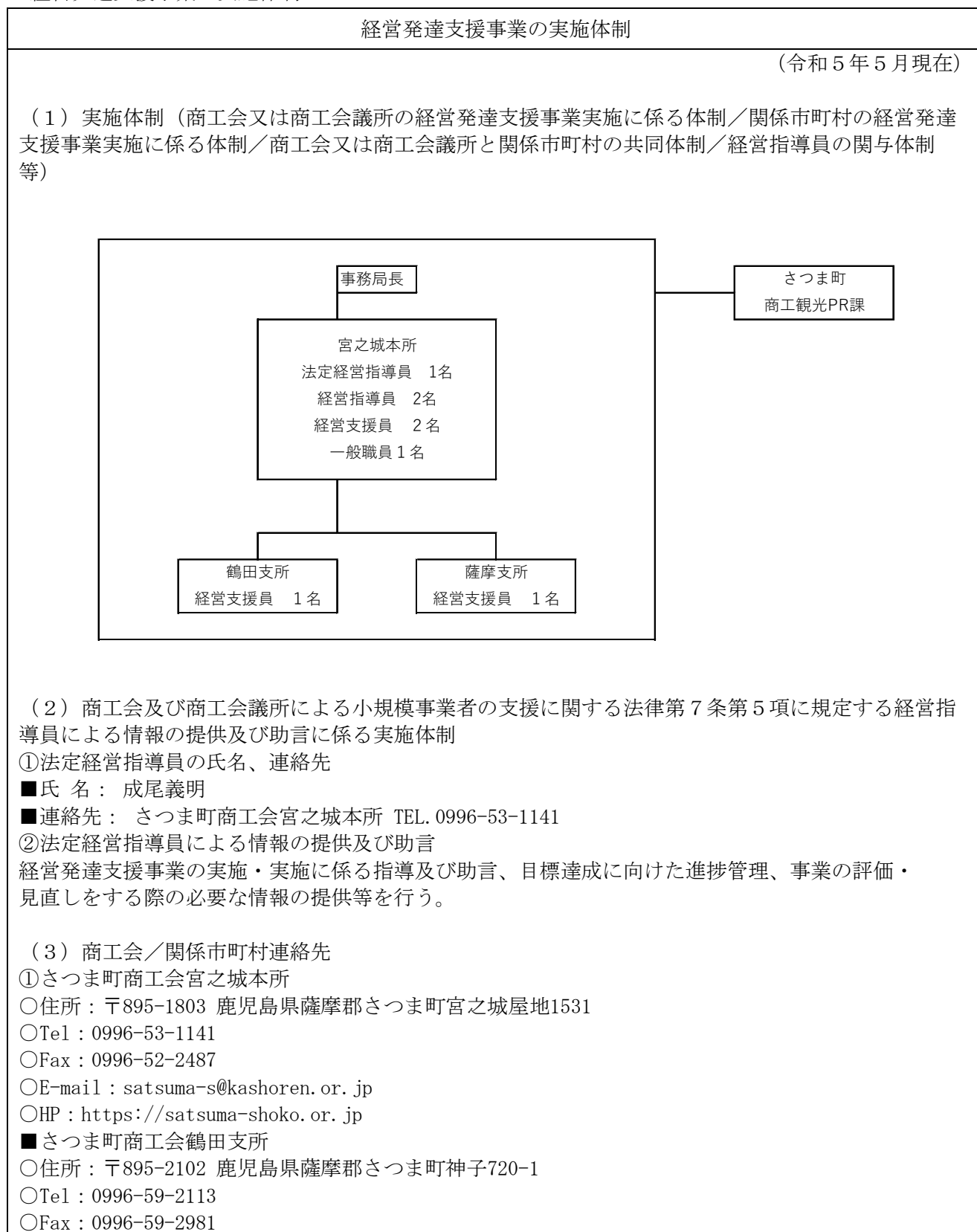
さつま町、さつま町観光特産品協会、商工会で「さつま町地域経済活性化委員会」を年2回実施。本委員会において、事業の支援対象である「観光、特産品」を中心とした交流人口及び資金循環を図れる方向性について検討する。

②地域ブランド「薩摩のさつま」の認証支援を行うなかで、地域特産品のPR、消費拡大を目的とした物産展及び特産品フェアの開催と参加を行う。

③さつま町夏祭り、初市、暮市などのイベントにおいて「観光、特産品」のPR及び知名度向上を図る。

(別表2)

経営発達支援事業の実施体制



■ さつま町商工会薩摩支所

○住所：〒895-2201 鹿児島県薩摩郡さつま町求名12753-1

○Tel：0996-57-1121

○Fax：0996-57-1530

② さつま町役場 商工観光PR課商工振興係

○住所：〒895-1803 鹿児島県薩摩郡さつま町宮之城屋地1565番地2

○Tel：0996-53-1111

○Fax：0996-52-3514

○e-mail：shoko-shoko@satsuma-net.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)

	5 年度	6 年度	7 年度	8 年度	9 年度
必要な資金の額	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000
● 経営改善普及事業指導事業費	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
・ 事業費	100	100	100	100	100
・ 講習会開催費	500	500	500	500	500
・ 創業・経営革新支援事業費	400	400	400	400	400
● 地域総合振興事業費	600	600	600	600	600
・ 総合振興費	300	300	300	300	300
・ 観光振興費	300	300	300	300	300
● 一般管理費	400	400	400	400	400
・ 旅費	200	200	200	200	200
・ 事務費	200	200	200	200	200

(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
会費収入、国補助金、県補助金、町補助金、手数料収入等

(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
連携して実施する事業の内容
連携して事業を実施する者の役割
連携体制図等