

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	龍郷町商工会（ 法人番号 2340005004803 ） 龍郷町（ 地方公共団体コード 465275 ）
実施期間	令和3年4月1日～ 令和8年3月31日
目標	『地域資源を生かした産業を創造するまちづくり』 龍郷町の施政方針に基づき、大島紬、黒糖焼酎や特産品等の基幹産業、マリンレジャーや飲食産業等を含む観光産業、創業支援を強化することで、管内全体の経済の活性化を目標とする。関係団体や地域金融機関と緊密に連携して管内小規模事業者の経営の安定化を図っていく。
事業内容	1. 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】 小規模事業者にとって活用頻度の高いと考えられる調査を分析し、HPで公表することで管内事業者に広く周知することで事業計画策定等に反映する。巡回・窓口対応時には個々に応じた内容の調査を活用する。 【3-2. 需要動向調査に関すること】 本町の観光の課題や観光関連の小規模事業者が提供する商品及びサービスの課題を抽出して、小規模事業者の新たな販路開拓や新商品開発に活かせるような消費者ニーズ、需要動向等を把握、情報提供する。 【4. 経営状況の分析に関すること】 本事業のテーマである「観光産業」、「モノづくり」基幹産業、「創業者（3年未満）」の支援を行うため個々の事業者の現状の経営分析を行う。経営分析を行う事業者は、巡回、窓口相談、セミナー参加者から発掘して事業計画の策定に役立てる。 【5. 事業計画策定支援に関すること】 経営セミナーを活用し事業計画の重要性を理解してもらい、課題を掘り起こし、個々の事業計画策定に向けて様々な支援機関と連携して事業計画策定支援を行う。 【6. 事業計画策定後の実施支援に関すること】 巡回計画書を作成してフォローアップを行い、事業計画の進捗状況を確認する。必要な際は、事業計画をズレの要因、修正箇所を検討した上で、再度支援を実施する。 【7. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること】 販路開拓を図る特産品関連、観光関連事業者に対し、BtoC 物産展、BtoB 商談会、ネットショップ開設、ふるさと納税お礼品の活用を図る。 2. 地域経済の活性化に資する取組に関すること 地域資源を生かした産業を創造するまちづくりを進めるべく、行政・民間一体となり、地域活性化事業を行っていく。
連絡先	龍郷町商工会 住所：〒894-0102 鹿児島県大島郡龍郷町瀬留 906 番地 電話：0997-62-2131 FAX：0997-62-2119 Mail：tatugo-s@kashoren.or.jp 龍郷町 住所：〒894-0192 鹿児島県大島郡龍郷町浦 110 番地 電話：0997-69-4512 FAX：0997-62-2535 Mail：kikakukanko@town.tatsugo.lg.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

龍郷町商工会の存在する龍郷町は、鹿児島本土と沖縄本島との中間的な位置にある鹿児島市から南西へ約 380 キロの奄美大島の北部にある。面積は 82.07 km²で点在する 20 の集落で構成されている。隣接には奄美市（旧笠利町、旧名瀬市）であり、国道 58 号線は北部の奄美空港（旧笠利町）～中部の奄美市名瀬を結んでおり、市街地へのアクセスの良さから、ベッドタウンとしてだけでなく、島外からの転居者も多く、人口が減少している市町村が多い中、本町ではほぼ横ばいで推移している。

気候は海洋亜熱帯性気候で、年間平均気温は約 21 度、降水量は年間 3 千ミリに近く、湿度が年平均 75% と高いことが特徴で、この特異な気候により穏やかで美しい景観が育まれ、奄美固有の貴重な“動植物の宝庫”としても恵まれた大自然を有している。

基幹産業として、「大島紬」「黒糖焼酎」「南国果樹」等があり、特に大島紬については代表柄である「龍郷柄」「秋名バラ」は本町が発祥の地と言われる。また、ダイビングやサーフィン等のマリンスポーツも盛んなため、観光にも力を入れている。



なお、令和2年度の町政運営については、第5次龍郷町総合振興計画に基づいて、「歴史と文化をつむぎ 未来へつなぐまちづくり」の実現に向けて、6つのまちづくりを基本政策として、各施策を展開している。

【参考】龍郷町の基本政策『6つのまちづくり』

1. 地域資源を生かした産業を創造するまちづくり

2. 健やかで安心して暮らせる健康・福祉のまちづくり
3. 快適な生活環境でゆとりあるまちづくり
4. 豊かな心を育む教育と歴史と文化が薫るまちづくり
5. 人がふれあい個性が輝く交流・連携のまちづくり
6. 効率的な行財政運営で共に創るまちづくり

【大島紬について】

世界三大織物にも数えられる「大島紬」の代表的な柄である「龍郷柄」、「秋名バラ」発祥の町であり、これまで大島紬のまちとして発展してきた。令和元年度の奄美大島全体の生産反数は3,600反弱にとどまり、戦後の生産反数のピークである29万反（昭和47年）と比較したら僅か1.2%となっている。結果的に厳しいながらも群島の生産する総反数に占める本町の割合は26.8%を占めることから、現在も龍郷町の製造業として伝統産業の維持、地域の活性化にはなくてはならない『モノ』である。

近年は従事者の高齢化もあり、伝統工芸としての技術継承や大島紬離職者の雇用の場の確保が課題となっている。

《資料1：大島紬の生産反数（龍郷町）》

	昭和47年	平成29年	平成30年	令和元年
本町生産反数	7,252	1,331	1,151	982
群島生産反数	297,628	4,402	3,862	3,671
割合 町/群 (%)	2.4	30.2	29.8	26.8

（龍郷町資料）

【黒糖焼酎について】

本町の「長雲山系」や「じょうご」の水は、島内でも屈指の名水として知られている。本町では、その名水を使用して、3社の酒造会社が、「黒糖焼酎」を製造している。なお、黒糖焼酎とは黒糖を主原料とした焼酎である。同じく黒糖を主原料とする蒸留酒では「ラム」があるが、①奄美群島のみで造られていること②コメ麴を使用していること、この2点の違いにより黒糖焼酎となる。大島群島でも、面積・人口の規模からして3社の蔵元が存在することは他地域とは異なり、大島紬と同様に、『モノ』づくりの町、特産品としての価値を高めている。

【南国果樹について】

本町は、南国果樹の栽培も盛んにおこなわれている。以前は、台風や塩害に強い作物、また、焼酎の原料になり得るさとうきびの生産が盛んであった。近年では、利益の確保出来る農作物、ということでマンゴーやたんかん、その他としてドラゴンフルーツの生産量が伸びている。また、地元素材を活用した特産品加工食品の生産も増えてきており、農商工の連携強化、六次産業化がさらに進み、新商品開発、既存商品のブラッシュアップに繋がれば域外への販売促進と経済の活性化が図れる産業である。

《資料 2：果樹生産額》

(平成 30 年)

作目名	面積 (ha)	生産量 (t)	生産額 (千円)
たんかん	27	73	21,027
ぽんかん	2	3	1,269
すもも	3	4	1,536
マンゴー	4	12	33,120
パッションフルーツ	1	6	5,040
その他	6	13	4,800

(龍郷町資料)

たんかん↓



マンゴー↓



【観光について】

本町は奄美大島本島の 2 つの玄関口である奄美空港と名瀬港との間に位置しており、必然的に人口と比較しても人や車の往来が多い町である。特に、交流人口の増加の要因として、奄美大島の世界自然遺産の候補地登録がある。奄美群島を含む「琉球諸島」は、大陸との関係において独特の地史を有し極めて多様で固有性の高い亜熱帯生態系やサンゴ礁生態系を有している点、また優れた陸上、海中景観や絶滅危惧種の生息地となっている点が高く評価され政府の推薦候補地となった。そのような中 LCC (格安航空会社) であるピーチアビエーションが成田便、関西便と就航しており、世界自然遺産登録前にもかかわらず、交流人口の増加に繋がっている。

龍郷町にはサーフィン世界大会が開催された事がある『手広海岸』、エメラルドグリーンの海と白い砂浜で地元のみならず観光客にも人気の『倉崎海岸』、ハート型の岩礁『ハートロック』等の観光資源はあるものの、奄美大島最大の繁華街を持つ奄美市から距離が近い龍郷町にはこれまで宿泊施設も多くは存在しておらず、町内での宿泊、観光客の周遊には結び付けることは出来なかった。しかし、最近では、民泊、簡易宿泊所が増加している。また、大島紬の製造工程である『泥染め』の体験、焼酎工場の見学や奄美郷土料理『鶏飯』に代表される飲食店が TV 取材を受けることも重なって、観光客を周遊させる要因が増えてきている。

《資料3：奄美大島への入込客》 平成27年～令和元年の5年間で125.5%増

年	入域客	群島内移動	入込客	前年比
平成27年	344,055	78,472	422,527	102.2%
平成28年	353,315	78,425	431,740	109.7%
平成29年	389,491	84,213	473,704	111.8%
平成30年	448,436	81,151	529,587	100.1%
令和1年	449,138	81,211	530,349	

(奄美群島観光の動向：大島支庁資料)

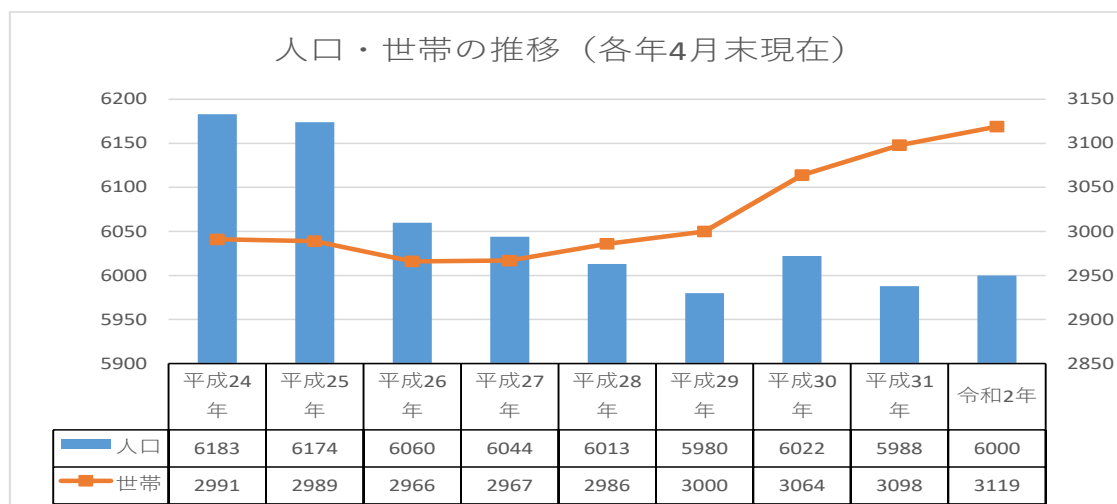
【龍郷町の弱み】

空・海の2つの玄関口の間に位置するため人と車の往来が多く、近隣の市町村に負けない魅力ある観光資源、特産品があるにもかかわらず、情報発信のレベルが高くなく、素材を活用した消費者の取り込みが出来ないでいる。個々の事業者の努力と消費者の求める『コト、モノ』に乖離があり交流人口の増加が最大限に活用されていない。

【龍郷町の強み】

龍郷町において特徴的な点として、人口減少率が非常に少ないことが挙げられる。要因として、地価相場が近隣の奄美市と比較して3分の1ということもあり、新築での移住や島外からの移住が多い。また、学生の定期代が無料などの施策によって子育て世代の奄美市内からの移住もあり、人口減少が緩やかとなっている。

《資料4：龍郷町の人口推移》



(龍郷町資料)

《資料 5: 奄美地域の将来推計人口》

奄美の市町村別将来推計人口(指数は2010年を100とした場合)

市町村名	総人口(人)			65歳以上の人口割合(%)		人口指数	
	2010年	2025年	2040年	2010年	2040年	2025年	2040年
奄美市	46,121	38,223	30,775	25.8	42.4	82.9	66.7
大和村	1,765	1,378	1,070	36.3	48.3	78.1	60.6
宇検村	1,932	1,613	1,350	37.1	45.8	83.5	69.9
瀬戸内町	9,874	7,710	5,990	34.0	49.8	78.1	60.7
龍郷町	6,078	5,902	5,624	29.3	36.1	97.1	92.5
喜界町	8,169	6,900	5,777	32.9	43.1	84.5	70.7
徳之島町	12,090	10,138	8,466	27.2	38.0	83.9	70.0
天城町	6,653	5,531	4,580	31.5	44.5	83.1	68.8
伊仙町	6,844	5,605	4,613	34.9	44.0	81.9	67.4
和泊町	7,114	6,222	5,460	29.2	36.2	87.5	76.8
知名町	6,806	5,868	4,946	29.8	41.0	86.2	72.7
与論町	5,327	4,437	3,628	31.0	48.7	83.3	68.1
奄美計	118,773	99,527	82,279	29.2	42.2	83.8	69.3
県計	1,706,242	1,521,991	1,314,057	26.5	37.5	89.2	77.0

(龍郷町資料)

【商工業の現状】

人口の変動の安定は管内商工業者数にも表れている。令和2年3月31日現在で、管内の商工業者数294名、小規模事業者数271名、会員数156名、加入率53%となっている。

《資料 6 : 商工業者等数値推移》

	H27 年度	H28 年度	H29 年度	H30 年度	R1 年度
商工業者数	294	292	296	291	294
小規模事業者数	272	270	274	269	271
会員数	166	163	166	163	156

(龍郷町商工会資料)

ここで注目すべき点は、人口推移と比例するように5年間の商工業者数は横ばいであり、町外への移転や廃業等を補うだけの新規開業、町外からの移転があったと考えられる。また、本町の小規模事業者の推移として、製造業に廃業の動きが見受けられ、宿泊業、その他業種の新規開業が増加しており、業種構成の変化は注視すべき点である。

《資料 7 : 業種別小規模事業者数》

	合計	建設業	製造業	卸売業	小売業	飲食業	宿泊業	サービス業	その他
H27 年	272	42	48	7	57	19	4	75	20
R1 年	271	43	39	6	58	20	10	68	27
増減	▲1	1	▲9	▲1	1	1	6	▲7	7

(龍郷町商工会資料)

(2) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

① 10年程度の期間を見据えて

LCC の就航に伴い、政府の世界自然遺産推薦候補地となる以前から奄美大島への入込客が年々増加しており、地域経済への波及効果が一部の小規模事業者にはみられるようになった。世界自然遺産登録となれば、日本国内のみならず、海外からのインバウンド客も見込まれているところである。上記の《資料 3：奄美大島への入込客》によると、平成 27 年と令和元年の比較で約 11 万人の交流人口の増加となっている。また、《資料 5：奄美地域の将来推計人口》の本町では、2025 年で人口指数は 97.1%となっており、他地域と比較して高い人口維持力を備えており、龍郷町への人口減少の少ない住みやすい町として注目度は高まっている。そのため、管内の「観光産業」、「基幹産業」、「創業者支援」の 3 つに絞り込んで支援することは地域の活性化に大きく寄与すると考える。

『地域資源を生かした産業を創造するまちづくり』を実現するために、管内小規模事業者の中長期的な「事業計画」策定に基づく持続的発展に繋がるまで一貫して伴走型支援をすることで地域の振興を図っていく。

② 龍郷町総合振興計画との連動制、整合性

龍郷町総合振興計画、基本政策 6 つのまちづくりの一つに『地域資源を生かした産業を創造するまちづくり』が掲げられている。商工業及び特産品の振興について（ア）魅力ある商業環境の形成（イ）経営者への支援及び指導の充実（ウ）伝統工芸産業の振興（エ）地域特産品の販路拡大、また、観光の振興については（ア）個性豊かな観光地づくり（イ）観光客の受け入れ体制の充実（ウ）観光産業の推進が施策として示されていることから連動制、整合性は高い。

③ 商工会としての役割

当商工会は、経営指導員 1 名、経営支援員 1 名、合計 2 名体制の事務局機能である。職員スキルアップはもちろんのこと、行政や日本政策金融公庫・地元金融機関などの関係機関と密接に連携しながら小規模事業者の支援に取り組む。

巡回、窓口相談を通じて地域の小規模事業者からの事業に対する悩み、抱える課題を身近で気軽に相談できる最初の入り口となる役割がある。その後の支援については PDCA を回しながら伴走することによって、経営基盤が整い、経営力を強化することで商工業の振興の面から地域活性化に貢献できると考える。

(3) 経営発達支援事業の目標

① 小規模事業者の経営力強化

顧客ニーズを的確に把握し、各種施策を活用しながら、小規模事業者の経営安定及び経営基盤の強化に繋げていく。

②地域資源を活用した新商品の開発による需要拡大・販路開拓

基幹産業である「大島紬」「黒糖焼酎」「南国果樹」については、新商品開発・既存商品のブラッシュアップに取り組み、管内の経済循環だけでなく、地産外消をさらに推し進める。

③創業支援強化、第二創業、経営革新による商工業の活性化

創業しやすい環境を作ることで、創業者数の増加を図ること、また創業3年未満の商工業者に対しての支援強化と第二創業、経営革新によって管内商工業の活性化を目指す。

④急激な経済活動の変化、多様化する小規模事業者の課題へ対応できる経営支援体制の強化

多様化する支援内容に対応する為、行政及び金融機関、関係団体等との連携強化と職員のスキルアップを促進し、支援情報の共有及び積極的な情報発信を行い、伴走型支援を実施する。

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3年4月1日～ 令和8年3月31日）

(2) 目標の達成に向けた方針

目標達成に向けた具体的な経営発達支援事業については下記の方針で行う。

①小規模事業者の経営力強化

小規模事業者が事業を維持・発展できるよう伴走型支援を積極的に行う。巡回を通じて小規模事業者の現状把握と経営分析実施して課題を明確にする。その解決に向けて経済動向調査、需要動向調査の基礎データをもとに事業計画策定を策定する。その「事業計画」に基づく補助金等の各種支援施策を活用しながら、伴走型のフォローアップを行い長期的な経営力の強化を図る。

②地域資源を活用した新商品の開発による需要拡大・販路開拓

島内の需要動向調査だけでなく、物産展、商談会、各種イベント等への出展支援による広域的な販路開拓を実施する。出展の際は、消費者の需要、バイヤーの需要などアンケート調査を実施してフィードバックを行い、専門家や関係機関と連携しながら、新商品開発および新サービスの提供、既存商品のブラッシュアップを図る。

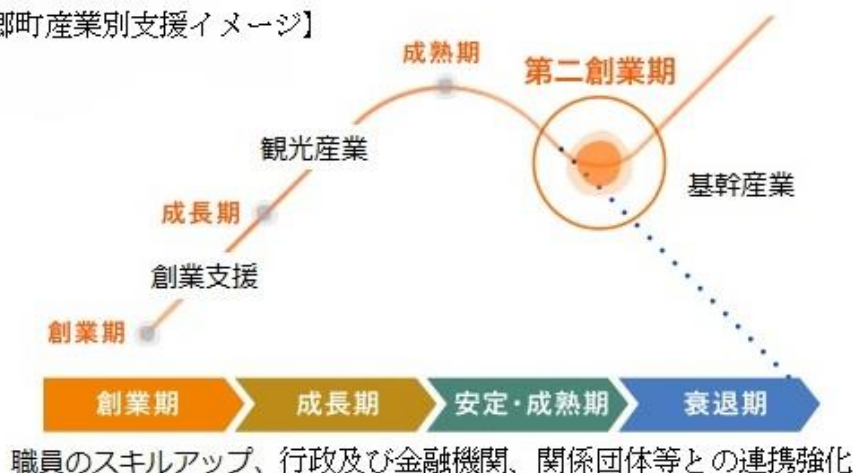
③創業支援強化、第二創業、経営革新による商工業の活性化

龍郷町の業種別小規模事業者数の変化や急激な経済活動の変化に対応した支援を目指す。創業支援については、創業セミナーを開催して、創業期から成長期までの記帳指導をはじめ、資金調達や新たなスタイルでの販路拡大手法等の情報提供と提案を行う。また、既存の小規模事業者についてはセミナーを通じて第二創業、経営革新に向けて提案を行い、あまみ商工会に在籍する広域指導員と連携しながら推進する。

④急激な経済活動の変化、多様化する小規模事業者の課題へ対応できる経営支援体制の強化

伴走型支援を行う上で、経営指導員をはじめとした職員のスキルアップが必要である。その為には各種研修による知識の蓄積はもとより、職員協議会等での他職員が行った先進事例の支援方法の情報収集を行い、管内小規模事業者支援に活用する。職員同士の意見交換や経営支援員等との合同巡回や協力して経営発達支援事業を実施する。これらを行うことで、職員の意識改革が進み、それにより小規模事業者への伴走型支援について商工会が一丸となって行えるものとする。

【龍郷町産業別支援イメージ】



3-1. 地域の経済動向調査に関すること

(1) 現状と課題

各種統計資料であるが、中小企業白書や経済センサス、消費者購買動向調査のような全業種で活用出来るものから、県観光動向調査や宿泊旅行統計調査、また、地域的な状況を表す奄美群島観光の動向等様々である。小規模事業者に必要な調査は、その都度分析活用していたものの、前回の経営発達支援事業では各種統計調査の分析、提供回数を計画して目標設定しており、実際に各種統計調査の分析、公表できたのは1回であった。

(2) 目標

	現状	R3 年度	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度
①RESAS の分析・公表回数	—	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
②景況調査の分析・公表回数	1 回	2 回	2 回	2 回	2 回	2 回
各種統計調査及び情報誌の収集・分析	随時	随時	随時	随時	随時	随時

(3) 事業内容

今期に関しては、全業種で活用出来るものは随時ホームページに掲載を行い閲覧できる状態にしておく。巡回・窓口対応時には個々に応じた内容の調査を活用する。また管内小規模事業者にとって活用頻度の高いと考えられる調査を分析し、ホームページ公表することで管内小規模事業者に広く周知することで事業計画策定等に反映する。

①地域経済分析システム〔RESAS(リーサス)〕

【分析内容】

・観光マップ/国内/目的地分析

経路検索サービスの利用情報を基に、検索回数の多い観光施設等を分析
注目されているスポット把握や消費者の周回ルート予測等に活用する。

・観光マップ/国内/From-To 分析

地域への宿泊者がどの地域から多くいているのか、性別、参加形態別、宿泊日別の延べ宿泊者数等を分析
必要な設備投資やサービス向上のため活用する。

・観光マップ/外国人/外国人訪問分析

国、地域別、訪日目的別の外国人の訪問人数と四半期毎の推移を分析
今後増えていくことが予測される外国人の受け入れ体制整備の検討に活用する。

・まちづくりマップ/From-To 分析

どの地域から来る人が多く滞在しているか平日・休日、男女別、年齢別に分析
物産展、展示会先の選定、出展商品選定等に活用する。

・地域経済循環マップ/支出分析

総支出、民間消費、民間投資、その他支出を分析
地域内のお金の流れ、域外からのお金の流れから管内の市場規模把握に活用する。

②地域の小規模事業者を対象に実態を把握するために独自に景況調査を行う。

巡回時に調査を依頼して後日回収する。(半期1回)の分析を行い、景況調査報告書として商工会報やHPへ公表する。また巡回・窓口時の支援ツールとして活用する。

【調査対象】 調査企業数として、地域の小規模事業者数の5%である15社

【調査項目】 ①売上高②客数③客単価④資金繰り⑤経常利益⑥地域情勢の変化
(自由記述)等をヒアリングする。

3-2. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

小規模事業者の新たな需要拡大に向けた取り組みとして、「新商品開発・新サービス開発」、「新たな提供方法」等があると思われる。これらの取組に際し、本来はマーケティングを行い、適切な市場選択や商品コンセプトを事前に検討する必要がある。しかし、小規模事業者は、人力的な余裕がないこともあり需要動向調査に基づき商品開発を進めている所は少なく、「作りたいものを作る」感覚的な開発が多いと言える。

今後は、需要動向調査を商工会が実施して、小規模事業者が販売する商品や新たに開発したい商品、提供する役務の「顧客特性」や「開拓したい市場」等の適した分類を行い、それにあわせて調査・分析し、情報提供を行う。

これにより小規模事業者の新たな需要拡大に向けた新商品開発や既存商品のブラッシュアップ、新規販路開拓、事業計画策定支援等における基礎情報として活用できる。

(2) 目標

	現状	R3 年度	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度
①観光関連需要動向調査事業者数	0 社	5 社	5 社	10 社	10 社	10 社
①観光関連需要動向調査の分析、提供回数	0 回	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
②物産展・展示会需要動向調査事業者数	8 社	11 社	11 社	11 社	11 社	11 社
②物産展・展示会需要動向調査の分析、提供回数	2 回	3 回	3 回	3 回	3 回	3 回

(3) 事業内容

①観光関連産業における需要動向調査

観光地である特徴を活かして、島外観光客を調査対象としたアンケート調査を年1回8月に実施し、本町の観光の課題や観光関連の小規模事業者(宿泊業、飲食業、土産品店等)が提供する商品及びサービスの課題を抽出して、小規模事業者の新たな販路開拓や新商品開発に活かせるような消費者ニーズ、需要動向等を把握、情報提供する。

「観光関連産業における需要動向調査」の内容は以下のとおり

【調査対象】管内の飲食店・宿泊施設・土産品店

【調査項目】○飲食業

・飲食予算、食事の質量、当店を選んだ理由等

○宿泊業

・宿泊予算、飲食予算、食事の質量、当店を選んだ理由等

○土産品小売業

・土産予算、土産品の購入条件、誰に対しての購入、お土産に買う食べ物は？(和菓子、洋菓子、海産物)、伝統工芸品についてのイメージ(欲しい？高価？必要？等)、どのようなお土産を望むか、お土産購入時に重視することは？等

○統一調査項目

・観光目的、同伴者、交通手段、観光地の魅力、観光地の不満不足等

【調査手法】飲食店・宿泊施設・土産品店にて事業所が実施。アンケート調査

内容も業種毎にアンケート回収500枚数を目標とする。

②新商品開発に伴う物産展・展示会来場者へのアンケート調査

県商工会連合会が毎年実施している「商工会まるごと特産品フェア」と、龍郷町が姉妹都市締結をしている、熊本県菊池市にて開催されている「菊池市奄美物産フェア」にて、島外への「新たな展示会」に出展時に来場者へアンケート調査を行う。

経営指導員等が同行して

「物産展・展示会における需要動向調査」の内容は以下のとおり

【調査対象】物産展来場者。出展事業者1社につき、50件程度。

【調査項目】・興味のある商品、年齢、性別等の属性、第一印象(商品を見て感じたこと)、好意度/魅力度、目新しさ(斬新さ)、購入意向(買ってみたいと思うか)等 ※物産展、展示会ごとに調査項目を事業者と検討する。

【調査手法】店頭・出展ブースにてヒアリングを中心に調査票に回答してもらう。

これらのアンケート調査実施後、商工会と出展事業者にて分析を行い、分析結果を共有することで、需要性の高い新商品開発、既存商品ブラッシュアップに繋げる。

4. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

記帳・税務・金融指導等という従来の業務のほか、近年は県、国の補助金等の申請時に必要書類とされており、財務諸表を入手する機会は増えている。

経営状況の分析を行う支援は、必要に迫られた場合だけでなく定期的に行いモニタリングする必要がある。その為には集中的に支援する事業者を事業者の理解を得たうえで選定を行い、少なくとも半期毎の経営分析を実施する必要があるが、一過性の経営分析になっており支援不足となっている。

(2) 目標

	現状	R3 年度	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度
経営状況分析件数	10 件	15 件	15 件	15 件	15 件	15 件
観光産業事業者	4 件	9 件	9 件	9 件	9 件	9 件
モノづくり事業者	3 件	3 件	3 件	3 件	3 件	3 件
創業（3 年未満）	3 件	3 件	3 件	3 件	3 件	3 件

(3) 事業内容

本事業のテーマである「観光産業」、「モノづくり」基幹産業、「創業者」の支援を行うには個々の事業者の現状の経営分析を行う必要がある。経営分析を行う事業者は、巡回、窓口相談、セミナー参加者から発掘することとし、合わせて 15 社選定して経営分析を行う。

【分析項目】

- ・売上高総利益率（収益性）
- ・売上高経常利益率（収益性）
- ・総資本経常利益率（収益性）
- ・総資本回転率（効率性）
- ・対前年売上増加率（成長性）
- ・自己資本増加率（成長性）
- ・自己資本比率（安全性）
- ・流動比率（安全性）
- ・状況調査、小規模事業者へヒアリング（SWOT 分析）

【分析手法】

- ・（独）中小企業基盤整備企業「経営自己診断システム」
- ・経済産業省「ローカルベンチマーク」を活用し経営指導員等が分析を行う。

(4) 分析結果の活用

- ・分析結果については経営指導員等が巡回・窓口指導時に活用して当該事業者の事業計画策定を図っていく。
- ・経営指導員、経営支援員で情報を共有し、連携して小規模事業者を支援する。

5. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

事業計画の策定を支援する機会は、金融相談や補助金活用をきっかけとした殆どであった。小規模事業者が持続的な経営を行うには今後の事業計画を策定し、経営に対する目標を明確にする必要がある。

(2) 目標

	現状	R3 年度	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度
経営セミナー参加人数	14 名	25 名	25 名	25 名	25 名	25 名
事業計画策定	8 名	15 名	15 名	15 名	15 名	15 名
創業・第二創業・経営革新	6 名	10 名	10 名	10 名	10 名	10 名
事業計画策定件数	9 件	15 件	15 件	15 件	15 件	15 件
管内小規模事業者	7 件	12 件	12 件	12 件	12 件	12 件
創業・第二創業・経営革新	2 件	3 件	3 件	3 件	3 件	3 件

(3) 事業内容

地域の経済動向調査・需要動向調査によって個々の事業者の取り巻く環境を認識し、経営状況分析を行うことで自らの現状を認識する。現状の理解の次に有るのは事業計画を策定し、実施することである。経営セミナーを活用し事業計画の重要性を理解して課題を掘り起こし、個々の事業計画策定の支援を行っていく。

①経営セミナーへの参加促進

上記において経営状況分析を行う事業者を中心に、それぞれの経営状況に基づき2種類の経営セミナー（本商工会主催もしくは広域指導協議会等主催）への参加を促進し、その立場での事業計画策定へ繋げていく。

・管内小規模事業者を対象とする事業計画策定支援セミナー

経営の持続的発展を目的とし、個社の事業計画を策定することの重要性への認識を高めていく。合わせて小規模事業者持続化補助金やものづくり補助金等、経営を持続的発展的に行っていくための補助金の活用を対象とした事業計画の策定への相談会も行っていく。

・創業・第二創業・経営革新を対象とする事業計画策定セミナー

創業前、創業後3年未満の事業者や経営革新（新事業）を検討している事業者を対象に、新たな事業の取り組みに対する事業計画の策定を目指す。

②事業計画策定支援

経営分析を実施した観光・モノづくり事業者や上記セミナー参加者（管内小規模事業者、補助金活用を検討する事業者）を中心に、連携する支援機関とともに事業計画の策定支援を行う。また、創業・第二創業・経営革新を検討する事業者については別メニューにより、目的に沿った事業計画の策定を支援していく。

- ・管内小規模事業者に対する事業計画策定支援
- ・創業・第二創業・経営革新支援に係る事業計画策定支援

6. 事業計画策定支援後の実施支援に関すること

（1）現状と課題

前回については、日々の相談業務に追われることも多く、事業計画策定支援を実施した 13 事業者に対してのフォローアップ件数 26 件で、四半期ごとのフォローアップを掲げていたが目標未達となった。結果として、事業計画進捗が遅れてしまい、小規模事業者の持続的な経営を伴走型での支援が十分にできていたとは言えない。

（2）事業内容

①事業計画を策定した事業者に対し、巡回計画書を作成して四半期に 1 回の巡回を実施することで事業計画の進捗状況を確認する。必要な際は、事業計画を広域指導員、専門家等を交えて見直し、ズレの要因、修正箇所を検討した上で、再度支援を実施する。また、小規模事業者持続化補助金等の採択者について、中間・最終と 2 度の進捗状況確認を行い、事業の早期完了を指導、販路開拓・売上増加を図る。

②創業・第二創業・経営革新等新たな事業の取組みを目的とした事業計画策定事業者については、四半期に 1 回、計画の進行状況を確認する。また、進捗の状況によってはフォローアップ回数を増やして支援を行っていく。

③事業計画の実行時に資金調達が必要であれば、各融資制度、各補助金等の活用を提案して事業計画の推進を支援する。

（3）目標

	現状	R3 年度	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度
事業計画策定支援後フォローアップ件数	26 件	60 件	60 件	60 件	60 件	60 件
管内 小規模事業者	20 件	48 件	48 件	48 件	48 件	48 件
創業・第二創業・経営革新	6 件	12 件	12 件	12 件	12 件	12 件
売上増加事業者数	-	5 件	5 件	5 件	5 件	5 件
利益率 3%増加事業者数	-	5 件	5 件	5 件	5 件	5 件

（管内小規模事業者 12 事業者×4 回＝48 回 創業 3 事業者×4 回＝12 回）

7. 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

飲食・宿泊業を中心とする観光産業、大島紬や黒糖焼酎に代表される地域資源活用製造業の一部事業者は個々で観光 PR 事業（奄美大島観光協会や奄美群島広域事務組合主催）や物産展への出展を行っている。また、該当する事業者に対し、全国商工会連合会や鹿児島県商工会連合会の開催する物産展や商談会等の情報提供、出展支援を行ってきた。現在、急激に経済活動の変化が見られているが、これまでの需要開拓に加えて、多様化する消費者行動に対応した「離島にいたがらの新たな需要開拓」を検討し、事業計画を策定のうえ実行する時期である。

(2) 支援に対する考え方

鹿児島県商工会連合会が主催する BtoC 物産展と行政と連携した熊本県菊池市での BtoC 物産展のみならず、新たに BtoB 商談会へ出展支援を行い、安定した継続取引先の確保を図るため支援する。

(3) 目標

支援内容	現状	R3 年度	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度
① BtoC 物産展 (2 回) ※バイヤー招聘あり	8 社	11 社	11 社	11 社	11 社	11 社
成約件数/1 社	1 社	2 社	2 社	2 社	2 社	2 社
① BtoB 商談会 (1 回)	-	3 社	3 社	3 社	3 社	3 社
成約件数/1 社	-	3 社	3 社	3 社	3 社	3 社
②かご市出展事業者数	7 社	10 社	10 社	10 社	10 社	10 社
出展商品総数	12	18	22	26	28	30
③HP、ネット SP、 ネット予約システム開設数	-	3 社	3 社	3 社	3 社	3 社
④ふるさと納税出品事業者数	30 社	35 社	40 社	40 社	45 社	45 社
ふるさと納税取扱商品数	142 品	150 品	155 品	160 品	165 品	170 品

(4) 事業内容

域外への販路開拓を図るモノづくり事業者、特産品関連事業者と観光関連事業者に対し、下記の 4 点の事業について支援を行う。

①展示会、商談会に対する販路拡大支援

現状の情報提供を拡充し、前回より進めてきた各種物産展、商談会に今後も積極的に出展する。BtoC の物産展に加えて、県外の BtoB の商談会に出展し、職員も同行して消費者、バイヤーに対して需要動向のアンケート調査を実施する。

【参考】

- A. 「商工会こだわりの逸品フェア」(BtoC) は、秋に年 1 回 3 日間開催され、奄美群島の各商工会の特産品関連事業者が約 30 ブース出展する。県内外から約 20,000 名が来場する物産展であり、商工会から 3 事業者を出展支援して新たな需要開拓を図る。
- B. 「菊池市奄美物産フェア」(BtoC) は、本町と姉妹盟約を結んでいる熊本県菊池市にて冬に年 1 回 2 日間開催される。菊池市内より約 2,500 人が来場する物産フェアであり、商工会から 5 事業者を出展支援して新たな需要開拓を図る。
- C. 「フードスタイル in 福岡」(BtoB) は、秋に年 1 回 2 日間開催され、食に関連する事業者が約 500 社出展する。バイヤー、ホテル関係者、飲食店オーナー等が全国から約 15,000 名が来場する商談会であり、本町から 3 事業者の出展に対して来場者の招待方法、展示方法、商談相手へのアプローチ方法、事後フォロー方法などを支援して商談成立を図る。

②かごしま特産品市場 (BtoC) を活用した新商品出展支援

鹿児島県商工会連合会が運営するアンテナショップを活用する。経営指導員がアンテナショップにて研修を行う際に、出展事業者の商品についてヒアリングを実施して、消費者の声を事業者へフィードバックすることで、新商品の出展・ブラッシュアップを図る。

③ホームページ開設、ネットショップ・ネット予約システムの開設支援

創業者についてグーペ等を使用した無料ホームページの開設支援を実施する。

ネットショップについては、対面販売や電話注文が主である特産品関連の小規模事業所に対して、ネットショップ開設の支援を行う。

ネット予約システムについては、飲食・宿泊業や体験プログラム等を提供する観光関連の小規模事業者に対して、予約システムの構築を支援する。(世界自然遺産登録への受け入れ体制の多言語化を含む)

※グーペとは全国商工会連合会と提携した事業者向け HP 作成ツール

④ふるさと納税の寄付者に対するお礼品の活用

行政担当者と連携して、特産品小規模事業者の商品をふるさと納税のお礼品とすることを支援して、地域産品の販路拡大へ活用を行っていく。

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

(1) 現状と課題

事業の評価及び見直しに関して、地元金融機関、行政とは担当者間では共有していたが、理事会には内容報告のみとなっていまい、評価・見直しが適切に行われてい

なかった。今後は「評価委員会」を年1回開催して評価・検証・見直しを行う。

(2) 事業内容

- ・事業の実施状況を定量的に把握するために、「基幹システム」(企業情報や支援カルテが集約されている)活用して、実施状況調査ファイルへ入力する。
また、普段から職員2名は情報を共有できるため、行政担当者とのミーティングを四半期に1回は開催して実施状況と情報共有を図る。
- ・外部有識者を地元金融機関代表者や中小企業診断士等に委嘱する。
事業の実施状況を理事会と併設して外部有識者、行政担当者を交えた上で「評価委員会」を開催して報告、評価・検証・見直しを行い、承認を受ける。(年1回)
- ・検証、見直しの承認を受けたあと、地域の小規模事業者が閲覧できるように
当会ホームページ及び会報へ掲載し事務所にも常時備えつけておく。

9. 経営指導員等の資質向上に関すること

(1) 現状と課題

これまで経営指導員・経営支援員は、各種研修会等に参加してそれぞれ支援能力の強化を図ってきたが、業務が分担されていることもあり、学んできた内容と事業者の支援策についての共有化が進んでいなかった。急激な経済活動の変化、多様化する小規模事業者の課題へ対応し、経営の発達に資する支援を行うためには、経営指導員・経営支援員等の情報、知識、支援策の共有化を進め、今以上に資質向上に努める。

(2) 事業内容

【組織外研修】

- ・鹿児島県商工会連合会主催の支援担当者研修会に参加することで、専門的かつ幅広い知識の習得に努め、支援担当者としての能力強化を図っていく。
- ・奄美大島地域の商工団体の職員を対象とした経営支援研究会に参加することで、管内の小規模事業者の利益確保に資する支援ノウハウを習得する。
- ・中小企業大学校の実施する支援担当者研修会に参加することで、高度な専門知識を習得する。

【組織内研修】

- ・小規模事業者の相談内容(ヒアリング、計画策定、助言等)に対し、経営指導員と経営支援員がチームとなり、支援内容を検討、実行、検証することにより組織の支援能力の向上及び組織内での情報の共有化に努める。

- ・ 中小企業診断士や税理士等の有資格者の助言を受けて、各自の支援内容の検証を行い経営支援能力の向上に役立てる。
- ・ 組織全体としてレベルアップを図るため、経営指導員のみならずその他の職員を含めた支援能力の向上と支援ノウハウ及び小規模事業者の経営分析結果等について、現在の職員が人事異動等でいなくなった場合も、組織の財産として残していけるよう、既存の小規模支援システム（カルテ入力）を利用しデータベース化し、個々の職員に帰属するのではなく組織として共有する仕組みを構築する。

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

（1）現状と課題

他の支援機関には、商工会とは異なる事業者支援のノウハウ、メニューや施策、補助金等があるが、本来連携が密にとれていれば、双方の提案でより効果的で厚い支援ができるにもかかわらず、連携不足によって支援内容が限定的になっている。

（2）事業内容

地域の小規模事業者に対する支援力を強化するために地域の経済動向や需要動向、事業計画策定に関して他の支援機関との連携・情報交換を密にすることで各支援機関が持つ支援策を把握することで事業者への提案力・支援力の向上に努める。

- ・ 管内での1商工団体、1金融機関である奄美信用組合竜郷支店とは密接した関係性にある。定期的な情報交換を行うことで小規模事業者に対する需要動向や支援ノウハウ、各種分析結果を踏まえて情報を共有することにより、小規模事業者の資金繰りの円滑化並びに設備投資等に係る前向きかつ健全な支援に繋がる。
- ・ 近隣商工団体（本会含め4商工会1商工会議所）の支援担当者会議への参加を年1回行い、支援ノウハウや成功事例の把握、また小規模事業者の分析結果等が個々の経営指導員等に属人的に集積しないよう、他地域でのモデルとなる支援情報を交換、本地区への支援体制の強化を図る。
- ・ 鹿児島県よろず支援センター、地元金融機関等との情報共有、連携を強化して支援メニュー等を広く把握することで、小規模事業者にとって、効果的で厚い支援を実施する。

1 1. 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

市町村合併の道を選択せず現在に至っている本町では、地域独自の様々な取り組みを実施する必要がある。人口 6000 人規模でコンパクトでありながら、自主的かつ自立的なまちづくりの為に、お互いの信頼関係のもとで役割と責任を分担しながら、商工会と行政、民間企業、住民の一体となった取り組みを推進する。

(2) 事業内容

・ たつごうみらい会議（年 5 回）

平成 30 年 7 月に発足された会議で、行政、地域おこし協力隊、民間企業（福祉、特産品、基幹産業、デザイナー等）、商工会、高校生が加わっている。

現状の 9 回は、次期龍郷町総合振興計画についての議論がなされた。全国画一的な行政主導の政策ではなく、地域のことは地域で解決する時代。「住みたいまち たつごう」の実現を目標として掲げ、地域経済の活性化に向けた会議を重ねていく。

・ 龍郷町商工会プレミアム商品券発行事業

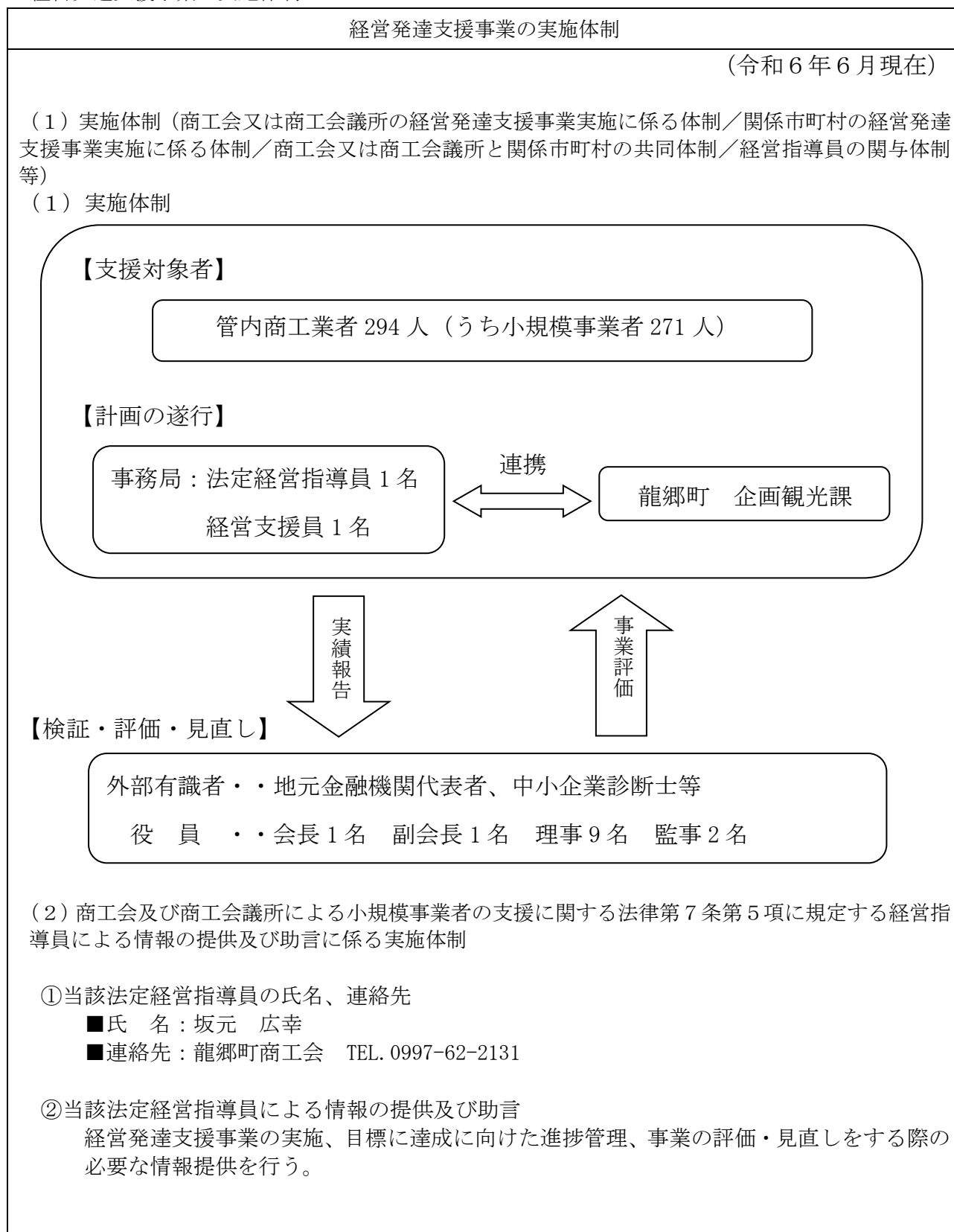
平成 25 年度より龍郷町プレミアム商品券（プレミアム率 10%）で商工会が発行している。発売からすぐに完売して、「地域内消費の喚起と商工業者の売上確保」に寄与している。地域住民、管内事業者にとって定着した事業であり本年以降も継続する。

・ 観光部会を中心とした修学旅行の誘致

教育民泊の観点から奄美大島観光協会及び商工会の観光部会で誘致に向けた取り組みを実施している。中学生を対象とした修学旅行で本町の文化、生活を体験できるプログラムを用意して、専門家の指導のもと実現へ向けて活動している。修学旅行の誘致で観光関連の宿泊業、民泊、飲食等への波及効果を図り地域経済の活性化に取り組む。なお、学校関係者は修学旅行の行先を 2 年前に選定を行うため目標は令和 4 年度からとした。

(別表2)

経営発達支援事業の実施体制



(3) 商工会／商工会議所、関係市町村連絡先

①龍郷町商工会

住 所 〒894-0102 鹿児島県大島郡龍郷町瀬留 906

電 話 0997-62-2131 FAX 0997-62-2119

H P <http://tatugo.kashoren.or.jp>

メール tatugo-s@kashoren.or.jp

②龍郷町 企画観光課

住 所 〒894-0192 鹿児島県大島郡龍郷町浦 110 番地

電 話 0997-69-4512 (直通) FAX 0997-62-2535

H P <https://www.town.tatsugo.lg.jp/>

メール kikakukanko@town.tatsugo.lg.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)

	R3 年度	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度
必要な資金の額	4,950	4,950	4,950	4,950	4,950
3-1. 地域の経済動向調査に関すること	100	100	100	100	100
3-2. 需要動向調査に関すること	100	100	100	100	100
4. 経営状況の分析に関すること	100	100	100	100	100
5. 事業計画策定支援に関すること	400	400	400	400	400
6. 事業計画策定支援後の実施支援に関すること	250	250	250	250	250
7. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500
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	100	100	100	100	100
9. 経営指導員等の資質向上に関すること	300	300	300	300	300
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	100	100	100	100	100
11. 地域経済の活性化に資する取組に関すること	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000

(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
国、県、町補助金及び会費、手数料等自己財源をもって本事業費に充当する。

(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
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