

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8年4月1日～ 令和13年3月31日
目標	<p><b>経営発達支援事業の目標</b></p> <p>①龍郷ブランドの確立</p> <p>②地域資源（基幹産業：大島紬・黒糖焼酎）を活用したニーズの発掘と販路拡大（催事等への参加）</p> <p>③経営力再構築伴走支援の継続による事業者資質向上</p> <p>④創業支援強化、事業承継支援強化対策による商工業の活性化</p> <p>⑤DX（デジタル）化推進</p> <p>に取り組むことで管内全体の経済の活性化を目標とする。鹿児島県商工会連合会、関係団体や地元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。</p>
事業内容	<p><b>経営発達支援事業の内容</b></p> <p>3. 地域の経済動向調査に関すること 景況感調査、景気動向調査等の収集及び分析や地域経済分析システムを活用した地域動向調査の結果、公表を行う事で事業計画に必要なデータを事業所へ提供する。</p> <p>4. 需要動向調査に関すること 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、需要動向調査支援を実施し事業所へフィードバックする。</p> <p>5. 経営状況の分析に関すること 確定申告時の財務データや金融支援時に得た情報を「新経営支援システム」を活用し経営分析を実施する。又、セミナー等を通じ経営分析と事業承継診断シートを活用した経営分析を実施する。</p> <p>6. 事業計画の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事業計画策定支援を行う。</p> <p>7. 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。</p> <p>8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること 商談会や展示会への情報提供及び積極的に参加を促す。商品開発やPR、販路開拓のためのDX支援も併せて実施する。</p>
連絡先	<p>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</p> <p>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</p>

(別表1)

経営発達支援計画

経営発達支援事業の目標

1. 経営発達支援事業の目標

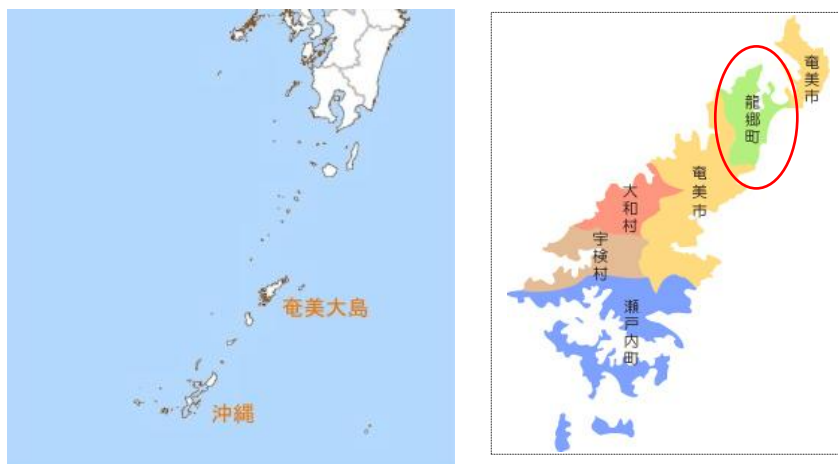
(1) 龍郷町商工会管内の現状と課題

ア 概要

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㎢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、本町では微減にて推移している。

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おり令和3年7月に世界自然遺産に登録された。

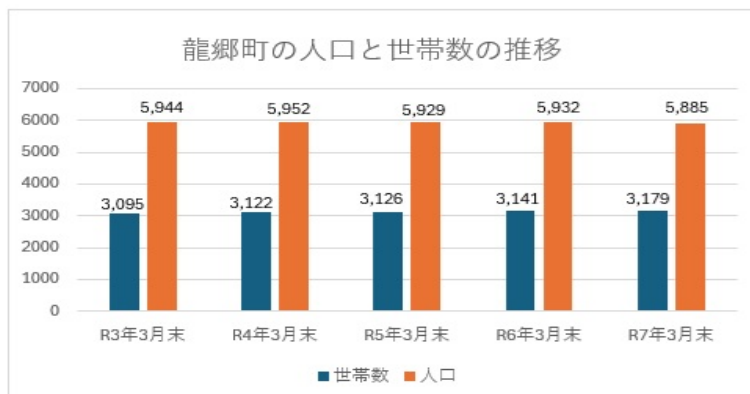
基幹産業として、「大島紬」「黒糖焼酎」等があり、特に大島紬については代表柄である「龍郷柄」「秋名バラ」は本町が発祥の地と言われる。また、ダイビングやサーフィン等のマリンスポーツも盛んなため、観光にも力を入れている。



イ 人口の動き

龍郷町の人口は長期的には減少傾向にあるものの、令和2年には約6,000人いた人口も令和7年10月現在で5,906人と微減にて推移している。又、若年層の高校卒業後に島を離れる傾向が根強い。2060年の龍郷町の将来人口は約4,280人と推計されており現状より27.5%減と予測されることから人口減少対策も必要である。

《資料 1: 龍郷町の人口推移》



(龍郷町資料)

ウ 基幹産業について

【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6年度の奄美大島全体の生産反数は約2,300反にとどまり、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0.8%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39.1%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 2: 大島紬の生産反数》

	昭和47年	令和元年	令和6年
龍郷町の生産反数	7,252	982	929
奄美群島の生産反数	297,628	3,671	2,379
割合 町/群 (%)	2.4	26.8	39.1

(本場奄美大島紬協同組合)

【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。

### 【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、令和 3 年の奄美大島世界自然遺産登録も考えられる。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、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名瀬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り、観光客を周遊させる要因が増えてきている。

《資料 4：奄美大島への入込客》 令和 2 年～令和 6 年の 5 年間で 163.6%増

年	入域客	群島内移動	入込客	前年比
令和 2 年	383,953	133,239	517,192	97.5%
令和 3 年	417,340	139,376	556,716	107.6%
令和 4 年	536,220	149,724	685,944	123.2%
令和 5 年	641,575	181,663	823,238	120.0%
令和 6 年	653,195	188,018	841,213	

(奄美群島観光の動向:大島支庁資料)

### 【管内の小規模事業者の現状と課題】

管内の商工業者は、長引く景気の低迷や高齢、事業縮小を理由に廃業に陥る事業所もあるが、世界自然遺産登録を受けてから観光需要は増加している。新型コロナウイルス感染症の影響もあったものの収束後は特に観光、マリンレジャーの開業が増え、飲食、簡易宿などの開業も多く今後競合が懸念される。

卸・小売業においては大型スーパーやドラッグストアなどの進出により地域内には深刻な状況が伺えるものの、観光客をターゲットとした土産物店や飲食店は増加傾向にあり、観光需要にも対応している。観光関連業種に関しては直接的、間接的な業種も多く事業承継はもとより DX を活かした生産性向上、また経営者の資質向上を目的に経営力

再構築伴走支援として経営者が自ら課題に気づき、変革を進める力（自己変革力）を高めるために、支援者が対話と傾聴を通じて事業者と寄り添いながら支援策を講じ経営環境の急激な変化（コロナ、物価高、人手不足、DX など）や経営資源が限られた小規模事業者では、単独での変革が困難であり従来の「教える支援」から「気づきを促す支援」へ転換が必須です。企業と地域が持続的に発展出来るかも課題要因の一つです。

#### 管内の商工業者数及び小規模事業者数、会員数の推移

《資料 5：商工業者等数値推移》

	R2 年度	R3 年度	R4 年度	R5 年度	R6 年度
商工業者数	311	329	337	338	341
小規模事業者数	286	304	312	314	318
会員数	167	179	191	195	192

(龍郷町商工会資料)

#### 業種別小規模事業者数の推移

《資料 6：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
R1 年	271	43	39	6	58	20	10	68	27
R6 年	316	45	49	5	46	32	22	97	20
増減	45	2	10	▲1	▲12	12	12	29	▲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

<地域的な振興のあり方としては以下のようなものが想定される>

##### ①：龍郷ブランドの確立（観光との連携）

10 年後における地域のあるべき姿：龍郷地域の特産品を事業者が連携し独自の地域ブランド（龍郷ブランド）をもって安定販路を確保する。併せて観光については民泊・ガイドと連携しての体験メニューの充実を図り、「泥染め体験（大島紬工程）」「黒糖焼酎と飲食店コラボ」など龍郷ならではの「関係づくり」を実現する。

理由：観光人口の横ばい・伝統産業の右下がりが増大化する中で、現状分析を行うことで消費者ニーズを再度押える必要性あり。

商品のブラッシュアップと高付加価値化が小規模事業者という「ヒト・モノ・カネ・ジョウハウ」が乏しい中で、商工会を交えての連携とストーリー性を醸成するためである。

②：地域資源（基幹産業：大島紬・黒糖焼酎）を活用したニーズの発掘と販路拡大（催事等への参加）

10年後における地域のあるべき姿：現在進行中でもあるが、地域におけるコアな事業でもあるため継続して実施する。

特に基幹産業でもある大島紬・黒糖焼酎等は商品開発については派生した取組についても新たな商材として観光と連携した取組であったり、逡減しつつある島内需要では首都圏を中心とした島外での販路拡大のため催事（物産展・商談会等）への参加事業者への事前事後のフォローアップを行うことで島内発信販路拡大を達成する。

理由：これまで効果的であった本取組を継続的に行うことで内部キャッシュに乏しい地区内小規模事業者の出展費用・旅費を支援することプラス職員も同行することで、催事時支援を行うことの有効性を担保する必要性を感じるため。

③：経営力再構築伴走支援の継続による事業者資質向上

10年後における地域のあるべき姿：商工会の立ち位置としては、事業者への傾聴による主体的な取組等を引き出しブラッシュアップし腹落ちする事業計画策定に資する指導を継続的に実施する。

理由：現在進行中である「経営力再構築伴走支援」についてなぜこのような事業者に必要なことであるかを浸透させ事業者自身の取組で稼げる事業計画策定力が必要であるため。

④：創業支援強化、事業承継支援強化対策による商工業の活性化

10年後における地域のあるべき姿：廃業事業者が引き継げる環境づくりが整備され将来的に廃業が見込まれる事業者（後継者無し）が引き継げるための事前フォローが構築され第3者承継（創業者）も踏まえたシステムの構築を行う。

ひき継いだ創業者・事業承継者（後継者）へは集中支援を行い、売上・利益確保を目指す。

理由：地域の優良企業を承継という手段で存続・発展させることは、地域生活コミュニティの活性化（小企振計画第Ⅲ期）にも繋がるものである。

早め早めの事業承継計画策定支援（引継ぎ支援センター等専門家とも連携）を行う仕組みが不可欠であると同時に商工会への加入も必須条件として、承継後も切れ目のない支援をする必要がある。

⑤：DX（デジタル）化推進

10年後における地域のあるべき姿：2029年問題があるが10年後はそれが1巡している。デジタル化に対応できる人材が多くなり、デジタル化のプラットフォームの構築（受発注・決済・会計・在庫等）整備されリードタイムも20%短縮を目指す。

生産性も向上することで事業の利益も 10%増加達成を目標とする。

理由：今後の事業運営は少人数での運営が基準になりつつある。人力を掛けるのは、生産性の高い部門に特化しないと利益の底上げは厳しいため。

＊龍郷町総合振興計画との連動性、整合性

龍郷町総合振興計画の中で「商工業の活性化を図ることで、町民の生活が便利で満足度が高く、にぎわいにあふれるまちを目指す」として地域商業の活性化、伝統工芸・製造産業の振興、地域特産品の販路拡大促進並びに観光資源の活用による地域外マーケットへの販売戦略が目的となっている。

龍郷町商工会においては、前述の地域の状況や現状、課題を踏まえて商工業及び観光業の振興方針ならびに基本事業の趣旨に則り、小規模事業者の経営力向上、販路開拓等を継続して支援することとし、以下の目標を設定して管内小規模事業者の発達支援を目指します。

(3) 経営発達支援事業の目標

① 龍郷ブランドの確立

支援計画の認定期間 (5年間)

目標

KGI：知財相談会対象事業者の発掘 20 者 (年 4 者)

体験メニュー造成による売上 20%アップ

粗利率をあげるため (価格転嫁対策) 指導により転嫁漏れがないよう加えて付加価値創造による粗利率を現行より 10%アップ

KPI：知的財産取得 10 件 (年 2 件) 体験メニュー造成 10 者 (年 2 者)

設定した理由：KGI は知的財産保全と利益率アップを確実に図り売上指標ではなく利益獲得に特化した事業者への転換を図るため。

KPI 龍郷ブランドを目指すにあたり事業者が広く発信周知することは、模倣品リスクが伴うものであり、保全対策として必要。

②地域資源 (基幹産業：大島紬・黒糖焼酎) を活用したニーズの発掘と販路拡大 (催事等への参加)

支援計画の認定期間 (5年間)

目標

KGI：島外出展事業者数 35 者、物産展売上目標 750 万円 (1 日 1 者当たり 5 万円)

商談会成約 30 者 (1 回 1 者当たり 3 者)

KPI：かご市商品出展 5 者 (年 1 者・試験販売含む)、物産展 (年 2 回)・商談会出展 (年 1 回) 案内回数・事前告知・名刺交換など

設定した理由：KGI を物産展・商談に絞ったのは、経営指導員として伴走支援を行う (事前事後フォローも含む) にあたり継続支援での成果を図る指標として

成果を図るに適しているため。KPIは鹿児島県商工会連合会が運営する「かご市」は、アンテナショップとして消費者の動向を見極めるに有効な場所であり現行出展者は少ないが確実に増やし新製品等のブラッシュアップに繋げる。事業者が広く商品を発信することで知的財産権の保全するためとであり物産展等の回数については、経営指導員一人地区として対応できる回数であるため

③経営力再構築伴走支援の継続による事業者資質向上  
支援計画の認定期間（5年間）

目標：

KGI：事業計画書策定事業者数 50 者（年間 10 者）

KPI：セミナーの参加者 80 者（年間 16 者）

設定した理由：継続事業ではあるが、事業者の伴走支援に不可欠でもある売上・利益増加に繋がる事業計画書策定は、経営者としては必須であり、売上・利益・生産性向上に資する取組を支援するため。

④創業支援強化、事業承継支援強化対策による商工業の活性化  
支援計画の認定期間（5年間）

目標：

KGI：事業承継完了 10 者（年間 2 者）、創業支援者 10 者（年間 2 者）

KPI：事業承継診断 15 者（年間 3 者）、事業承継計画書策定 10 者（年間 2 者）

創業研修終了 10 者（年間 2 者）

設定した理由

事業承継完了者数と創業支援者数は、本事業の最終指標であり、その過程に至る診断・計画策定はその経過可視化であり創業についても創業者に対して個別・集団で広域指導員と連携して実施することでより効果的な取組となり K P I 指標として実施成果を検証できるため。

⑤DX（デジタル）化推進

支援計画の認定期間（5年間）

目標：

KGI：オンライン対応事業者 25 者（年間 5 者）、キャッシュレス対応事業者 25 者（年間 5 者）、SNS 活用による情報発信事業者 50 者（年間 10 者）

KPI：キャッシュレス比率 20%アップ

設定した理由

管内小規模事業者のDX化は後進であり、5年間のスパンで見た時のKGIは最低限の数字である。2029年のデジタル化世代雇用に対応するため。

## 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8年4月1日～ 令和13年3月31日）

(2) 目標の達成に向けた方針

### ①：龍郷ブランドの確立

達成方針1：知的財産の保全強化とブランド確立

知財相談会対象事業者を発掘し、商標取得まで導けるよう模倣品リスクを低減し、龍郷ブランドの確立を目指して事業者が安心して情報発信できる環境を整備する。

達成方針2：体験メニュー造成による収益構造改善

体験型サービスの開発・導入を支援し、売上目標に事業者の新たな収益源を確立するとともに、価格転嫁漏れを防ぐ指導により粗利率を改善し、さらに成功事例を共有して地域全体で収益性の高いビジネスモデルを展開する。

### ②：地域資源（基幹産業：大島紬・黒糖焼酎）を活用したニーズの発掘と販路拡大（催事等への参加）

達成方針1：ニーズの発掘（アンテナショップ等の活用）

県内商工会アンテナショップである「かご市」にてテストマーケティング・店頭販売等の実施。

設定した理由：鹿児島市中心に立地し、インバウンド層を含む一般消費者の声収集、専門家の評価（ブラッシュアップ収集）に適しておりニーズの発掘に繋げる。

達成方針2：販路拡大（催事等出展）

物産展は2回（鹿児島県商工会連合会主催物産展、独自物産展へ出展）

商談会は1回（県外）

設定した理由：減少を続ける島内販路では無く島外への新たな販路を見出すため地域から遠距離にある地域での商談会・物産展は商品を知ってもらう機会になると同時に販路の分散化を図ることでリスクの回避とリピーターに繋げる。

### ③：経営力再構築伴走支援の継続による事業者資質向上

達成方針1：経営計画策定

専門家・経営指導員が連携し研修会を実施し、「経営力再構築伴走支援」の実践としてワークショップで実践し事業者が本質的な課題を自身で認識し自ら行動を引き出す力の習得を目的とする。

経営計画策定研修会を年2回実施しスキルアップを図る。

#### ④：創業支援強化、事業承継支援強化対策による商工業の活性化

##### 達成方針1：事業承継計画策定

65歳以上の経営者に対しての事業承継診断を行い、専門家を招聘し個別講習会を実施し引き継ぎスケジュールリングを作成。後継者候補も交え計画作成会議を実施。専門性が高い内容であり税理士等専門家を活用する。

設定した理由：後継者ありの事業者は承継を安易に考えているが、スケジュールリングを経営者層で共有することでその後の第2創業にあたって早期の金融支援にも繋がるため。

##### 達成方針2：第三者承継マッチング

龍郷町商工会・日本政策金融公庫（金融）と連携し、マッチングに向けた事業説明会後継者公募については、公庫のネットワークを活用し広く周知するとともに、買収予定者の資金調達支援も行うことで成約率の向上に繋がる。

##### 達成方針3：創業計画策定支援

本町は大島郡内でも人口減少が続く中で増加（横ばい）の特異な地域ではあるものの従来のスタイルの事業運営では成り立たず廃業にいたる事業者が一定数あるので新規創業者支援として従来の金融等だけの支援ではなく、経営にあたって経営（販路開拓含む）・金融・税務等トータルの知識を得るための研修会を広域指導センターを活用して行い新規創業者の経営スキル取得に繋げる。

#### ⑤：DX（デジタル）化推進

##### 達成方針1：デジタル導入支援

本町内の小規模事業者はデジタル化が後進的であり、キャッシュレス等の導入にも消極的。顧客ロスに繋がっているため設備の導入推進を行う。

##### 達成方針2：情報発信力の強化と普及

SNS活用研修やワークショップを開催し、地域ブランドや商品を広く発信できるよう、コンテンツ作成支援・広告活用のノウハウを提供する。

## 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

現状として地域経済分析システムの RESAS 等のデータを活用し定期公表も年 1 回程度に留まっており変化の速い経済情勢に対応したタイムリーな情報提供が難しく事業者や関係機関への還元が限定的である。

課題として、景況感や需要動向については事業者からの情報にて把握しているものの、定期的な公開に至っていない。また積み上げたデータ（ビッグデータ）の分析活用ができていない。

#### (2) 目標

	現行	R8 年度	R9 年度	R10 年度	R11 年度	R12 年度
①景況感調査（四半期アンケート）	1 回	4 回	4 回	4 回	4 回	4 回
②RESAS の公表回数	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
③各種統計調査及び情報誌の収集・分析	5 回	7 回	7 回	7 回	7 回	7 回

#### (3) 事業内容

##### ①景況感調査（4 半期アンケート）

奄美大島本島内（奄美大島商工会議所、あまみ商工会、瀬戸内町商工会、宇検村商工会、龍郷町商工会管内事業所）の小規模事業者が置かれている経営環境等を定期的に調査し地域経済の現状や変化を把握すると共に調査結果を基に企業支援等に役立て四半期ごとに情報の収集を行い事業所へフィードバックする。

調査対象：製造業、建設業、卸小売業、宿泊・飲食業、サービス業

（各業種 5 ～ 10 社程度）

調査項目：経営状況、資金繰り、設備投資、DX、人材確保、価格転嫁など

手法：オンラインフォーム（Google Forms 等）

回収率向上のため、電話フォローと商工会窓口での回収を実施

目的：短期的な業況変化を把握し、資金繰り・価格転嫁・人材確保など支援策を迅速に設計する。

##### ②地域経済分析システム〔RESAS(リーサス)〕を活用した地域動向調査

###### 【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きているのか、性別、参加形態別、宿泊日別の延べ宿泊者数等を分析し必要な設備投資やサービス向上のため活用する。

・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。

③各種景気動向調査の収集および分析

小規模事業者に提供する基本的な経済状況の情報提供として本事業を行う。収集する資料としては、日本政策金融公庫、中小企業動向調査、全国商工会連合会、中小企業景況調査を活用収集して分析調査結果を当会 HP で掲載し情報提供を行う。

(4) 調査成果の活用

- ・情報収集、調査した結果は当会 HP に掲載及び公式 LINE に配信し、管内事業者等に周知する。
- ・経営指導員等が巡回・窓口指導の際の参考資料として活用する。

4. 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

	現行	R8 年度	R9 年度	R10 年度	R11 年度	R12 年度
①観光関連需要動向調査事業者数	50 者	50 者	50 者	50 者	50 者	50 者
①観光関連需要動向調査の分析、提供回数	1 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	5 者	5 者	5 者	5 者	5 者	5 者
②物産展・展示会需要動向調査の分析、提供回数	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回	1 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9月から行なう事を目途に年内実施し、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、本店を選んだ理由 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(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

オンラインフォーム(Google Forms等)

内容も業種毎にアンケート回収20枚を目標とする。

## 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「商工会こだわりの逸品フェア」や、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」等にて、島外への「新たな展示会」において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・商談会参加の一般消費者、バイヤー

【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。

【調査分析方法及び活用】 専門家及び職員で分析し当事者へ説明します。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。

## 5. 経営状況の分析に関すること

### (1) 現状と課題

現状として記帳・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ことが課題である。

### (2) 目標

支援内容		現行	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度	R12年度
① 経営分析件数		5件	10件	10件	10件	10件	10件
②経営力再構築伴走支援セミナー	回数	1回	1回	1回	1回	1回	1回
	参加事業者数	5者	8者	8者	8者	8者	8者
③事業承継分析（事業所）		1者	3者	3者	3者	3者	3者

### (3) 事業内容

#### ①巡回・窓口指導等にて収集した経営分析の実施

##### 【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】

「新経営支援システム」の活用。経営指導員による状況調査や小規模事業者への聞き取りにより「SWOT」分析を行う。「新経営システム」では「財務諸表」が作成されるため上記分析について行いやすいが、その他の事業所では貸借対照表等のデータがない場合も多い為、作成できる範囲で分析を行い小規模事業者の支援を行う。データの積み上げが、精度の高い分析に繋がるので経営指導員等は小規模事業者から得たデータは着実に拾い上げる。

#### ②経営力再構築伴走支援セミナー（経営分析セミナー等）の実施

経営力再構築伴走支援セミナーを開催し、経営者が自社の本質的課題に気づき、納得感を持って改善に取り組めることを目的に支援者は寄り添い型の支援を実践できるようになり、企業の持続的成長を後押しする力を身につけます。さらに、地域全体で伴走支援の質が向上し、中小企業の事業承継、新規事業、販路拡大などに直結する成果が期待されます。これにより、企業の競争力強化と地域経済の活性化が同時に実現されることを期待します。

目的：参加者が自社データを用いて財務・非財務を可視化し、強み・課題・機会を自ら発見。分析の意義と具体的活用法を体験し、個別支援につなげる入口を形成する。

募集方法：チラシ・ホームページ・SNS告知、巡回・窓口相談時の個別案内  
関係機関（金融機関・支援機関）との連携紹介

開催回数：年1回（定員8者程度）

#### ③事業承継分析の実施

小規模事業者においては親族内承継が中心だが、経営者の高齢化や後継者不在のケースも多く従業員承継や第三者承継（M&A）の可能性も含めて検討する必要がある。

目的：巡回・窓口相談の中から「事業承継診断シート」を活用し事業承継における経営者の悩みなどヒアリングを行い、なかでも専門性の必要な高度な案件に関しては鹿児島県事業引継支援センターや鹿児島県事業承継専門員に依頼し、事業所の悩み解決に早急に対応する。

#### （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。

## 6. 事業計画策定支援に関すること

### (1) 現状と課題

これまで事業計画策定支援は経営分析を基に小規模事業者を支援してきましたが、体系的な仕組みは整っておらず、創業・事業承継・新事業展開も個別対応にとどまっています。そのため事業計画の重要性が十分に浸透しておらず、セミナー内容や支援手法の見直し、体系的な仕組みづくりによって小規模事業者が主体的に取り組める環境を整えることが課題だと考えます。

### (2) 支援に対する考え方

小規模事業者に対しては、事業計画策定の意義を漠然と伝えるだけでは行動や意識の変化につながらず「事業計画策定セミナー」のカリキュラムを工夫し、経営分析を行った事業者のうち年間8割程度が事業計画を策定できることを目指す。また、持続化補助金等の申請を契機に、実現可能性の高い事業者を選定して計画策定へとつなげる。事業計画策定の前段階としてDXセミナーを実施し、競争力の維持・強化を図り事業計画策定支援は単なる知識提供ではなく、事業者の行動変容を促すことが重要であり、以下の方針に基づき体系的に支援を行います。

### (3) 目標

支援内容		現行	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度	R12年度
事業計画策定事業者数		5件	8件	8件	8件	8件	8件
①事業計画策定セミナー	回数	1回	1回	1回	1回	1回	1回
	事業者数	5者	10者	10者	10者	10者	10者
②創業・事業承継支援セミナー	回数	1回	2回	2回	2回	2回	2回
	事業者数	3者	5者	5者	5者	5者	5者
③DX推進セミナー	回数	1回	1回	1回	1回	1回	1回
	事業者数	7者	10者	10者	10者	10者	10者

### (4) 事業内容

#### ①事業計画策定セミナーの開催

事業計画策定は金融指導や補助金申請に不可欠であり、現実的で実行可能な計画が求められます。そこで経営分析を行う者を対象に経営力再構築伴走支援セミナーを実施し、小規模事業者の資質向上と自己変革力を高めます。さらに、この取組を通じて事業計画の重要性を理解し、創業・事業承継・新事業展開に向けた持続的な経営改善を支援する体制を構築します。

具体的手法

対象：経営分析を実施した小規模事業者

実施方法：少人数制、担当制による経営指導員の伴走支援、外部専門家の活用など  
成果指標：事業計画策定件数、補助金申請件数、計画実行率

### ②創業・事業承継支援セミナーの開催

創業希望者や後継者に対し、事業構想の具体化と事業計画策定を支援し、地域内での持続可能な事業継続を促進します。特に地域の若手経営者やIUターン者を中心に、経営者・後継者を対象とした創業・事業承継セミナーを開催する。

具体的手法

内容：目的意識を明確にビジョンミッションの設定。資金計画・販路戦略の策定など

実施方法：創業・承継計画書の作成支援、金融機関等との連携

成果指標：創業件数、承継計画策定件数、資金調達成功件数

### ③DX推進セミナーの開催

DXに対する理解不足という課題を解決し、業務効率化と販路拡大を図ることで、新事業展開の基盤を整備する。DXに関する意識の醸成や基礎知識を習得し、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。

具体的手法

セミナー内容：AI活用事例、SNS活用、ECサイト構築など

実施方法：公募型、年1回開催、IT専門家による個別支援を希望者に実施

成果指標：参加者数、ITツール導入件数、Webサイト開設件数

## 7. 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

事業計画策定後のフォローアップは一部で実施しているものの、実施頻度・方法が統一されておらず、担当者や時期により訪問・面談・評価などが不定期となり、目標に掲げた数字とは大きくかけ離れ四半期ごとのフォローアップも目標未達となった。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支援が十分にできていたとは言えない。

### (2) 支援に対する考え方

事業計画策定後の実施支援は、事業者からの相談があった場合のみ対応しておりフォローアップが不十分であった。進捗・リスク・リソース状況に応じて巡回訪問等にて伴走型支援を行う。

### (3) 目標

支援内容	現行	R8 年度	R9 年度	R10 年度	R11 年度	R12 年度
フォローアップ対象事業者数	—	10 者	10 者	10 者	10 者	10 者
頻度（延回数）／1 事業者	—	@ 4 回	@ 4 回	@ 4 回	@ 4 回	@ 4 回
売上増加事業者数	—	8 者	8 者	8 者	8 者	8 者
利益率 3% 増加事業者数	—	5 者	5 者	5 者	5 者	5 者

@ 4 回については支援先事業者に応じて増減はある。

事業者によっては柔軟に対応する。

### (4) 事業内容

- ・事業計画を策定した事業者に対し、フォローアップの為の計画的な巡回指導を行う。また、小規模事業者持続化補助金等の採択者については、中間（数回程度）・最終（数回程度）と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。
- ・創業・事業承継支援セミナー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、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。
- ・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。

## 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

全国商工会連合会や鹿児島県商工会連合会等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。また龍郷町と共同にて展示会出展も行ったものの展示会出展を単発で終わらせてしまう傾向が強く今後単発で終わらせる事無く、事前・事後の販路戦略と顧客獲得計画を専門家派遣や経営セミナーを実施する事で課題解決を目指す。

### (2) 支援に対する方針

離島というハンディを抱える中で、やる気のある小規模事業者が島外での物産展・商談会に参加するための事前研修会(売り場作り・FCP シート作成等)・事後フォロー(結果についての検証・商品のブラッシュアップ等)・アンケート調査等の結果を活かしたフォローアップ・生産性向上への取組(事業計画書策定支援・資金調達等)など事業の継続拡大に繋がる支援を経営力再構築伴走支援で事業者主体が取り組んでいけるように導く。

業種：食品加工、観光サービス、伝統工芸、地域資源活用型製造業など

対象者：DX未導入だが販路拡大意欲が高い小規模事業者

・販路開拓支援：首都圏・オンライン展示会への出展を推進し、事前準備（商品選定・価格戦略・販促資料）→出展中（陳列・接客）→事後（商談フォロー・受注管理）まで伴走。

・DX推進：SNS発信・ECサイト構築・顧客管理（CRM）を段階別に支援。必要に応じてIT専門家派遣を実施。

### （3）目標

支援内容	現行	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度	R12年度
① 展示会参加・開催（県外、県内）						
展示会参加回数	2回	2回	2回	2回	2回	2回
展示会出展事業者数	5者	5者	5者	5者	5者	5者
1社/日辺りの売上目標額	5万円	5万円	5万円	5万円	5万円	5万円
② 展示会参加・開催（県外、県内）						
商談会参加回数	—	1回	1回	1回	1回	1回
商談会参加事業者数	—	2者	2者	2者	2者	2者
1社辺りの成約件数目標	—	3件	3件	3件	3件	3件
③ 商談会・物産展等専門家派遣若しくはセミナー開催（オンライン含）						
派遣事業者数（集団含）	2者	5者	5者	5者	5者	5者
④ DX活用セミナーの実施						
参加事業者数	—	10者	10者	10者	10者	10者

### （4）事業内容

#### ①②展示会、商談会開催における販路拡大支援

全国商工会連合会や鹿児島県商工会連合会、関係支援機関などが開催する商談会や展示会の情報を入手し支援事業者に情報の提供を行う。

BtoCの物産展に加えて、県外のBtoBの商談会に出展し、事前準備や出展後のフォローアップを行う。物産展出展者5者、1日5万円の売上目標

- ・事前準備：ターゲット市場分析、商品選定、価格戦略、販促資料作成
- ・出展中：陳列・接客・商談サポート、SNSでリアルタイム発信
- ・事後フォロー：商談記録管理、受注対応、次回展示会戦略策定
- ・オンライン販路：ECサイト構築、SEO対策、SNS広告運用

#### 【想定される展示会など】

○「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新たな需要開拓を図る。

○「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、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。

### ③商談会・物産展参加事業者への専門家派遣(セミナー)指導

管内小規模事業者においては商談会・物産展等への参加に慣れていない事業者が多く、参加に辺り戦略や販売ツール目的を持って準備力を高め、出展中や出展後においては商談フォローや改善点の抽出や成果検証を行い、販路拡大やブランド力強化による事業の持続的成長につなげるため専門家による指導(セミナー)を実施する事で参画効果を高めます。

### ④DX活用セミナーの開催

DX活用の目的としてデジタル技術を使って業務効率化・顧客体験向上・新しいビジネスモデルの創出を実現し、企業の競争力と持続的成長を高めることです。

小規模事業者のDX活用に役立つ情報や知識を提供し問題解決が困難な場合には専門家派遣等を介し課題解決に努めます。

## 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

現在「評価委員会」を年1回開催しているものの具体的な評価・検証・見直しを行っていない。今後は広域的な支援体制を踏まえ複数商工会や関係機関との情報共有・改善提案を行うことも課題である。

#### (2) 事業内容

##### 1. 定量的把握

・KPI設定：事業計画策定件数、販路開拓支援件数、セミナー参加者数、EC導入件数、知財相談件数など数値目標を設定。

・データ収集：フォローアップシート・会員アンケート・実績報告を統合し、ダッシュボードで可視化。

##### 2. 評価手法

・「評価委員会」を設置し、構成員に地元金融機関、町担当者、商工会役員を含める。

・半期ごとに進捗確認、毎年度1回以上の総合評価を実施。

・評価は5段階評価+改善提案方式で、次年度支援計画に反映。

### 3. 評価・見直しの頻度

- ・年1回以上の総合評価＋半期レビュー。
- ・必要に応じて臨時委員会を開催し、地域の産業ビジョンにおける重点課題（DX推進、販路開拓、知財活用）を議論。

### 4. 結果の公表方法

- ・評価結果はHP・会報に掲載し、地域事業者が常時閲覧可能な状態を確保。
- ・広域連携先（近隣商工会・関係機関）にも共有し、改善策を協働で検討。

### 5. 広域的支援体制の活用

- ・複数商工会、商工会議所と情報共有し、共通課題（販路開拓・DX・人材育成等）に対する合同研修・専門家派遣を検討。
- ・評価委員会で他の支援機関等の事例を取り入れ、地域間の成功事例を水平展開。

## 10. 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情報共有がなかなか進んでいなかった。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、経営指導員・経営支援員等が自らの資質向上に努め、情報・知識・支援策を磨き続けることは、小規模事業者の持続的発展のみならず、地域経済全体の活性化に直結する。今後も不断の努力をもって、事業者の成長を支える役割を果たしていく必要がある。

### (2) 事業内容

#### ①経営指導員・経営支援員等における資質向上

##### ア 各種研修会の参加

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。

##### イ 経改事業におけるリスクマネジメント

共済推進業務(商工貯蓄共済制度、全国商工会福祉共済制度)については、事業継続力強化支援(リスクマネジメント)の考え方等を経営指導員が、共済制度等の正確な制度説明を経営支援員等が行うなど分業化することで小規模事業者へその必要性と加入推進を行い、併せて職員の資質向上にも繋げる。

##### ウ OJT 制度の導入

商工会連合会のOJT制度の導入を行う事で支援経験の豊富な経営指導員OBと一般職員等がチームを組成し、ペア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。

- エ 奄美大島地域の「経営指導員研修会」への参加  
奄美大島地域（奄美大島商工会議所、奄美大島地域商工会経営指導員）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。
- オ 支援機関担当者向け専門研修への参加  
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。
- カ 職員向け DX 推進セミナーへの参加  
職員においては、事業所の DX 推進に対応するため、職員自身の IT スキル強化が求められる。そのため、DX 推進セミナーへの参加を通じ、RPA・クラウド会計・EC・SNS などの IT ツール活用支援力を高める必要がある。

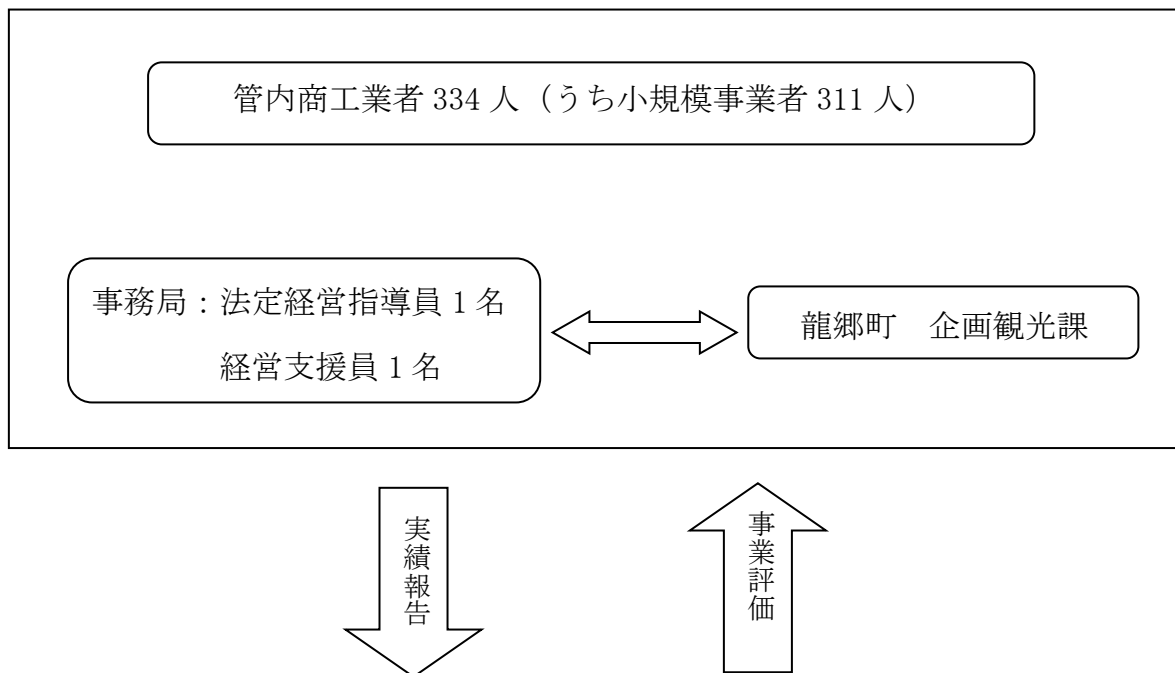
(別表2)

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7年11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)



【検証・評価・見直し】

経営発達支援事業評価委員会

- ・外部有識者(奄美信用組合竜郷支店)
- ・龍郷町担当課(企画観光課)
- ・龍郷町商工会役員(会長・副会長・理事・監事)

(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係る実施体制

① 当該法定経営指導員の氏名、連絡先

■ 氏名: 坂元 広幸

■ 連絡先: 龍郷町商工会 TEL. 0997-62-2131

② 当該法定経営指導員による情報の提供及び助言

経営発達支援事業の実施、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要な情報提供を行う。

③広域経営指導員の当否

申請書に記載の経営指導員 坂元広幸は、施行規則第7条第2項に規定する広域経営指導員に該当しない。

(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](mailto: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](mailto: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)

	R8 年度	R9 年度	R10 年度	R11 年度	R12 年度
必要な資金の額	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000
1. 経営改善普及指導事業費	4,500	4,500	4,500	4,500	4,500
2. 地域総合振興事業費	200	200	200	200	200
3. 一般管理費	300	300	300	300	300

(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
下記①～④をもって本事業費に充当する。 ①国、県、町補助金 ②商工会費、手数料、受託料、使用料、雑収入 ③助成金 ④支援事業者負担金

(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。

