

経営発達支援計画の概要

<p>実施者名 (法人番号)</p>	<p>喜界町商工会（法人番号 6340005004923） 喜界町（地方公共団体コード 465291）</p>
<p>実施期間</p>	<p>令和6年4月1日～令和11年3月31日</p>
<p>目標</p>	<p>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)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。</p>
<p>事業内容</p>	<p>I. 経営発達支援事業の内容</p> <p>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。</p> <p>2. 需要動向調査に関すること 観光客等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。</p> <p>3. 経営状況の分析に関すること 経営分析セミナー及び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、当該事業者にフィードバックするとともに経営指導員や経営支援員のスキルアップに活用する。</p> <p>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・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。</p> <p>5. 事業計画策定後の実施支援 自走化を意識したフォローアップを行うことで、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。</p> <p>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。</p>
<p>連絡先</p>	<p>喜界町商工会 〒891-6202 鹿児島県 大島郡喜界町湾 384 番地 1 TEL:0997-65-0169 FAX:0997-65-3269 e-mail:kikai-s@kashoren.or.jp 喜界町役場 企画観光課 〒891-6292 鹿児島県 大島郡喜界町湾 1746 番地 TEL:0997-65-1111 FAX:0997-65-4316 e-mail:kikaku-k@town.kikai.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. 目標

(1)地域の現状及び課題

①現状

喜界町商工会が立地する喜界町は、鹿児島市より南に380 km、奄美市から東へ68 km離れた太平洋と東シナ海のぶつかる東経130度00分の洋上に浮かぶ隆起珊瑚礁の島です。総面積は56.94 km²、周囲48.6 km。島の大半が隆起珊瑚礁で、今でも年間平均2mmずつ隆起し続けている学術的にも貴重な島です。

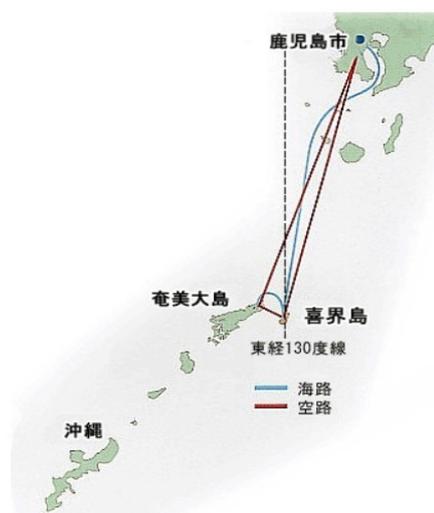
一島一町行政区域の離島で、奄美群島と各主要都市間（県外）をつなぐルートから外れた地域にあり、航空便（48人乗り/1航空機あたり）が1日に鹿児島から朝夕の2便、奄美大島から（36人乗り/1航空機あたり）2便、船についても、鹿児島から週5便であり、人口交流や観光客誘致も費用の面からも難しく輸送コスト負担も大きいため、島内の物価は割高になっている。なお、鹿児島から喜界間については、費用が往復約6万円かかる。

令和4年の喜界島への入込客数は43,772人で対前年5,280人の増となっているが新型コロナウイルス感染症感染拡大以前に比べると約15,000人の減となっている。

喜界島全体



アクセス関係



○喜界町人口の推移

喜界町の人口推移の統計によると、本町の人口減少は歯止めがかからず、平成7年から25年で男性人口が907人減に対して、女性人口が1,732人減と女性人口の減少率が高く、急激に減少が進んでいることがわかる。

年度	男性	女性	総人口
平成7年	4,162	5,106	9,268
平成12年	4,115	4,925	9,040
平成17年	4,002	4,570	8,572
平成22年	3,929	4,240	8,169
平成27年	3,492	3,720	7,212
令和2年	3,255	3,374	6,629
減少率 (%)	21.79	33.92	28.47

※減少率は平成7年と比較した割合

○喜界町内の商工業者・小規模事業者・会員数の推移

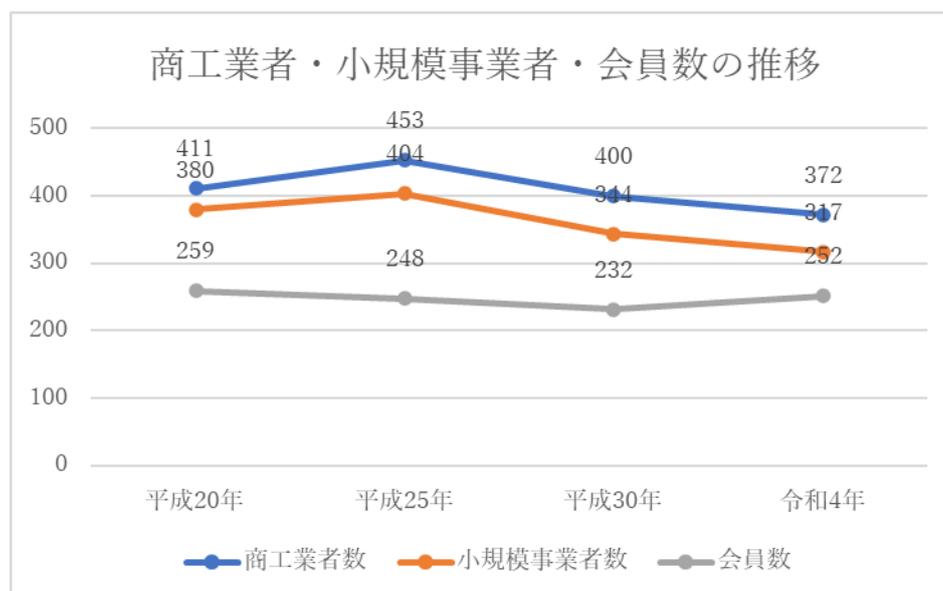
商工会実態調査（全国連版）参照

区分	平成20年	平成25年	平成30年	令和4年	減少率 (%)
商工業者数	411	453	400	372	9.4
小規模事業者数	380	404	344	317	16.5
会員数	259	248	232	252	2.7

※減少率は平成20年と比較した数値

当会の管轄地域は喜界島全域であり、基幹産業である農業のさとうきびを利用した製造業が37者。それらを卸・小売する業者が107者ともっとも多く、次いで宿泊・飲食サービス業が72者と多い。

変動・推移をみると最も減少しているのは建設業で25者減。次いで卸・小売で15者減となっている。原因としては、建設業においては従業員の高齢化・人材不足。卸・小売は、新型コロナウイルス感染症感染拡大による観光客の減少による影響が大きい。



○喜界町総合振興計画

喜界町総合振興計画では、「心豊かで活力に満ちたうるおいあるまち」を基本理念として施設整備や生活環境の向上に努め。第6次喜界町総合振興計画では、「子や孫の世代が住んでよかったと思える元気な島」を将来像に位置付け、「町民一人ひとりが健康で輝くまちづくり」、「安心・安全で美しいまちづくり」、「賑わいのある活気あふれる島づくり」、「島で育むきらりと輝く人づくり」、「未来へ繋ぐ地域づくり」という5つの基本理念を掲げています。

○喜界町総合振興計画

(商工業 観光の振興 特産品の開発・推進 について)

(1)商工業の振興

(計画目標)

商工会 会員数の増加

(施策の方向)

仕事の創出として、若い世代が安心して働ける場の創出をするため、企業誘致や積極的に夢にチャレンジできるように創業、企業活性化等による就業機会創出への取組ならびに商店街の空き店舗等を活用し、住民が新たなサービス業等を起こすことを支援していくとともに地域に密着した地場産業を育成します。

今後、人と人とのつながりを大切にし、にぎやかで交流あるまちづくりの推進や組織強化を図り基盤強化を図ります。

(2)観光の振興

(計画目標)

入込客数 66,000人(過去5か年間の平均入込客数から20%増)

(施策の方向)

観光振興計画を基本とした、本町ならではの特色のある地域資源を活用したアカデミックな観光や農業など一次産業と地域の食をつなぐ観光の文脈づくりを基に自然資源の保全・活用と歴史や文化、景観を活かした広域的なエコツーリズム、さらに地域住民が島の魅力を伝える仕組みづくりと人材育成を図りながら地域の気候・風土・文化を継承するオンリーワンのまちづくりを促進し、交流人口の増加を図ります。

(3)特産品の開発・推進

(計画目標)

島内農産物活用加工品数の増

(施策の方向)

先祖から受け継がれた本町の宝である白ゴマ、柑橘類、そら豆などの農産物を活用した加工品の開発・販路開拓の支援を行い、喜界島オンリーワンとしてブランド化を図ります。

(喜界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

・商工業の振興

長引く景気低迷や多様化する商工業環境変化ならびにコロナウイルス感染症拡大の影響のなかで、地域経済の自立的な発展や時代の変化に的確に対応できる活力ある商工業の振興ならびに商工業経営基盤の強化を図るため、連携・協力が不可欠であります。

・観光の振興

今もなお隆起しつづけるサンゴ礁の島、そして、手つかずのまま残る美しい自然など、喜界島そのものがミュージアムです。そのため、既存観光資源を最大限に活かし、文化・歴史・地域産業などに重点をおいたツーリズムの展開や併せて先人から引き継がれた「喜界島」に自らが誇りに持ち、“愛される島”“心を癒す島”を目指し、地域の特性が感じられる観光地の推進が必要不可欠であります。

・特産品の開発・推進

農産物加工センターが平成 18 年度より開所し、加工事業者・一般町民を問わず施設利用者が増加、地域の宝である「白ゴマ」、「柑橘類」、「そら豆」を活用した加工品が開発され、近年は多くの加工品が作られています。しかし、施設・機器の老朽化や施設利用者が多く、施設の予約が取れない状況であるため、分散化が必要であります。

(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 期喜界町まち・ひと・しごと創生総合戦略」によると、喜界町の人口は、年少人口（0 歳～14 歳）は昭和 45（1970）年の 4,036 人、生産年齢人口（15 歳～64 歳）は昭和 45（1970）年の 6,798 人をピークに減少傾向に転じており、令和 42（2060）年には総人口の約半数が老年人口になることが見込まれています。そのため、生産年齢人口の約 1 人が 1 人の老年人口を支えることになる推計が出されています。

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で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喜界町総合振興計画後期基本計画との連動性・整合性

当会は、喜界町の総合振興計画に基づき、喜界町と連携しながら、企業誘致や積極的に夢にチャレンジできるように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、特に新規創業者には、商店街の空き店舗等を活用し、住民が新たなサービス業を起こすことを支援していくとともに地域に密着した地場産業を育成します。更に、金融面に関しては、日本政策金融公庫鹿児島支店、鹿児島県信用保証協会及び喜界町内の金融機関と連携をとり新規創業者及び事業承継者の支援、並びに地域経済の振興を図る。あわせて、地域資源を活用した加工品の開発・販路拡大を図る。

これらは、先述の喜界町総合振興計画と整合するものである。

③商工会の役割

喜界町商工会は、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) 経営発達支援事業の目標

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6年 4月 1日～令和11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、湾・赤連商店街及びよろこび通り会エリアに人・モノの往来を活性化させることで、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。

人口減少社会において、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の関すること

(1) 現状と課題

[現状]

喜界町版景況調査を実施

当会は、地域全体（奄美群島）及び喜界島の経済動向・景況調査、業種ごとの小規模企業景気動向調査を平成26年度まで実施したが、それ以降の調査は存在せず、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、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ため、改めて実施する。「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6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度
① 地域の経済動向分析の公表回数	HP掲載	0回	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	0回	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10社

（製造業2社、建設業2社、小売業2社、サービス業4社の10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

当会のホームページに掲載し、管内事業者に周知することで、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おらず、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については、現状、各事業者の自助努力に留まっている。商工会としての経営指導上においては、業界動向など2次データ（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、「白ゴマ・黒糖・そら豆」を活用した特産品の開発を予定していた。しかし、現状特産品の開発に至っておらず、各事業者で把握したものは全てにおいて調査項目が不足しており、分析内容が不十分となっている。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改善したうえで実施する。

(2) 目標

	現行	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度
①新商品開発の 調査対象事業者数	0者	3者	3者	3者	3者	3者
②調査人数(サンプル数)	0人	30人	30人	30人	30人	30人

(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、特産品の「白ゴマ・黒糖・そら豆」を活用する管内製造業3店を対象とする。具体的には、町内観光客向けお土産店で、試食及び来場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】

(情報収集) 観光客向けお土産店で来店客に開発中の特産品を試食してもらい、従業員等が聞き取りの上、アンケート票へ記入する。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日間

【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3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。また、既存商品のブラッシュアップや経営分析に活用する。

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、金融支援の活用に留まり、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6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度
①セミナー開催件数	0回	2回	2回	2回	2回	2回
②少人数セミナー開催件数	0回	1回	1回	1回	1回	1回
③経営分析事業者数	3者	10者	10者	10者	10者	10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、需要動向調査の対象事業者の中から、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。

非財務分析はSWOT分析のフレームで整理する。

更に、専門的な分野については、中小企業診断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、事業計画の策定等に活用する。

さらに、商工会職員間でも内部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、事業者が将来あるべき姿を明確にできるように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6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度
①DX推進セミナー	0回	1回	1回	1回	1回	1回
②事業計画策定創業セミナー	0回	2回	2回	2回	2回	2回
事業計画策定事業者数	0者	5者	5者	5者	5者	5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。

【支援対象】経営分析をおこなった全ての事業者を対象。

【募集方法】広報チラシ等による案内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1回開催し、各年で以下のようなテーマで開催する。

- ・DX総論、DX関連技術（クラウドサービス、AI等）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】7者予定

② 事業計画策定、創業セミナーの開催

経営分析を行った事業者が事業計画策定を能動的に取り組むためのセミナーと、島内新規創業者が実現可能な創業計画書を作成できるようセミナーを開催する。

【支援対象】島内新規創業者及び経営分析を行った事業者を対象とする。

【募集方法】 広報チラシ等による案内と併せて職員が直接事業者へ連絡をおこなう。

【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。

【参加人数】 7者予定

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]

フォローアップの頻度に集中的支援に片寄りがあり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発的動機づけを行い、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6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度
フォローアップ対象事業者数	0者	5者	5者	5者	5者	5者
頻度(延回数)	0回	14回	14回	14回	14回	14回
売上増加事業者	0者	2者	2者	2者	2者	2者
利益率3%以上増加の事業者数	0者	0者	0者	1者	1者	1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5者のうち、2者を四半期に一度、他の3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2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、商圏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、展示会は県内・県外で開催される既存の展示会への管内の特産品販売事業者を重点的に支援し出展を目指す。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。

DX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、IT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IT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6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10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	2者	2者	2者	2者	2者
売上額/者	5万	5万	5万	5万	5万	5万
②商工会こだわりの逸品フェアin東京シティアイ等商談会参加事業者数	0者	2者	2者	2者	2者	2者
成約件数/者	0社	1件	1件	1件	1件	1件
③SNS活用事業者	0者	2者	2者	2者	2者	2者
売上増加率/者	0%	3%	3%	3%	3%	3%
④ECサイト利用事業者	0者	2者	2者	2者	2者	2者
売上増加率/者	0%	3%	3%	3%	3%	3%
⑤ネットショップの関係者数	0者	2者	2者	2者	2者	2者
売上増加率/者	0%	3%	3%	3%	3%	3%

(4)事業内容

①県内展示会出展事業（B to C）

想定される展示会として、商工会連合会が主催する「商工会こだわりの逸品フェア」において管内の特産品販売事業者の出展支援を行う。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10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2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県外商談会参加事業（B to B）

想定される商談会として、東京都の東京シティアイにて開催される商談展示会イベント「商工会こだわりの逸品フェア」in東京シティアイに参加し、喜界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、多くのバイヤー等に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、毎年管内の特産品販売事業者2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。

③SNS活用

現状の管内特産品販売事業者の顧客の課題が近隣の商圈に限られていることであるため、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、拡散力とスピード感のある情報を多くの消費者に発信させ宣伝効果を向上させるための支援を2事業者に行う。

④ECサイト利用（B to C）

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、管内特産品販売事業者2者の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（B to C）

管内特産品販売事業者2者の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、評価内容が活かしきれていない。

[課題]

外部有識者である中小企業診断士及び喜界町役場企画観光課の担当者との「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）、喜界町役場企画観光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に対する企業への役割や期待の増加、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】

一般職員を含む全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）へ対象年度に派遣する。

【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、一般職員を含む全職員の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、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。

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、得意とする分野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。

11. 1. 他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・喜界町・喜界島観光物産協会・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きているが、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きているが、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奄美大島地区商工会・商工会議所職員研修の開催

奄美大島地域広域指導協議会が主体となり開催される「奄美大島地区商工会・商工会議所職員研修」へ毎年1回参加。

各商工会議所、各商工会地区、経営指導員が参加する講習会に参加し、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行い「新たな気づき」に繋げ、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

日本政策金融公庫鹿児島支店と連携し、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1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中小企業基盤整備機構、鹿児島県よろず支援拠点との情報交換

中小企業基盤整備機構、鹿児島県よろず支援拠点、喜界町商工会が喜界島に集まり講習会・相談会開催の都度、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毎年1回実施し、専門家の視点やスキル（指導方法）等の学び得た情報を会員事業者へ還元する。

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]

喜界町は、ごまの生産が盛んで、白ゴマの生産量は、全国上位にランクされておりさとうきび畑や畑も多く、黒糖・そら豆も産地である。地域経済活性化の方向性を踏まえ、「喜界町商工会」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、喜界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

喜界町、喜界町観光物産協会、喜界町商工会で、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、喜界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「喜界産学金官地域ラウンドテーブル」の開催（年3回）

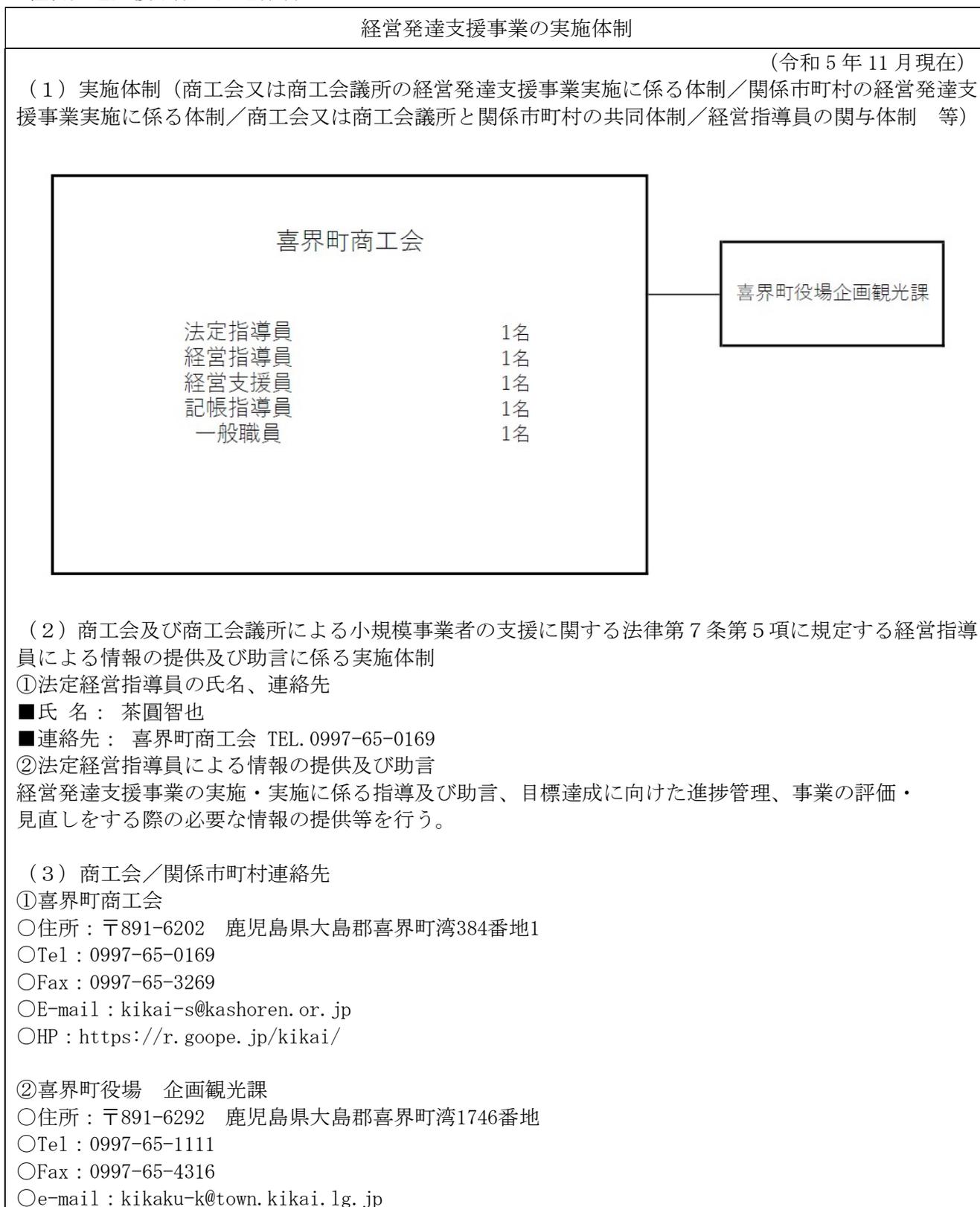
喜界町、喜界町観光特産品協会、商工会で「喜界産学金官地域ラウンドテーブル」を年3回開催し、事業の支援対象である「観光、特産品」を中心とした交流人口及び資金循環を図れる方向性について検討する。

②既存のイベント喜界町主催の「夏まつり」鹿児島県商工会連合会主催の「商工会こだわりの逸品フェア」等の実施の際に、地元特産品のPR、消費拡大を地域住民に訴求することを目的とした新しいプログラムを組み込む各事業者が出展し、消費者アンケート等を行い商品のブラッシュアップを図る。

③喜界町、喜界島観光物産協会が協力して単年度で行われる観光振興イベント（豪華クルーズ客船のオプションツアーや、喜界島マラソン等）との連携、「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



(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)

	6年度	7年度	8年度	9年度	10年度
必要な資金の額	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
● 経営改善普及事業指導事業費	500	500	500	500	500
・ 事業費	100	100	100	100	100
・ 講習会開催費	300	300	300	300	300
・ 創業・経営革新支援事業費	100	100	100	100	100
● 地域総合振興事業費	200	200	200	200	200
・ 総合振興費	100	100	100	100	100
・ 観光振興費	100	100	100	100	100
● 一般管理費	300	300	300	300	300
・ 旅費	200	200	200	200	200
・ 事務費	100	100	100	100	100

(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 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。

