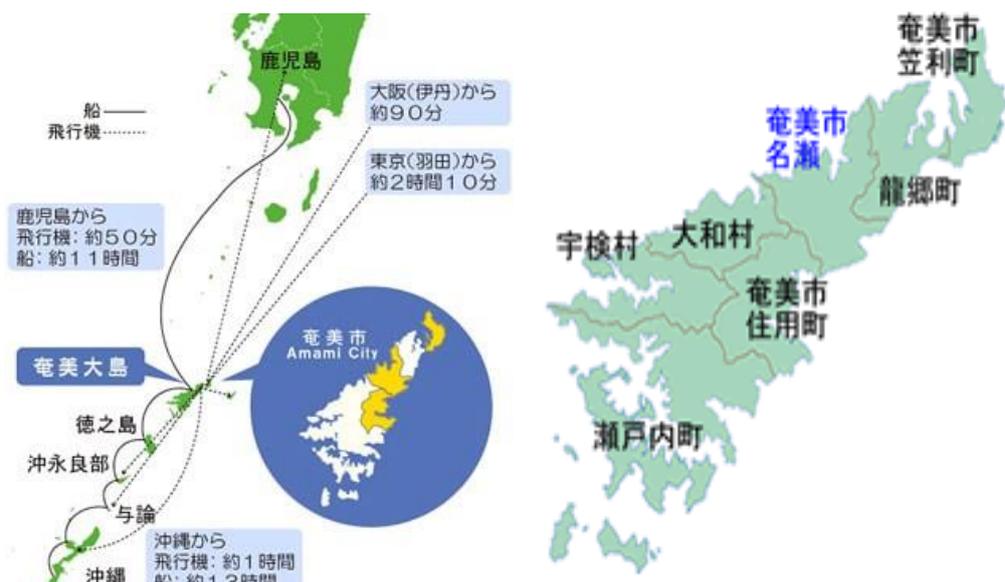


経営発達支援計画の概要

実施者名	奄美大島商工会議所（法人番号6340005004799） 奄美市（地方公共団体コード 462225）
実施期間	令和7年4月1日～令和12年3月31日
目標	<p>経営発達支援事業の目標</p> <p>①世界自然遺産登録による経済効果を島の経済循環に繋げ、「稼ぐ力」を向上させ小規模事業者の自立的な経営力強化による事業継続と付加価値の高い新規事業の創出を図る。</p> <p>②地域資源を最大限活かし、行政や業界組合との幅広い連携を行い、商品開発と販路拡大の支援を実施することで地域の魅力を発信する。</p> <p>③小規模事業者等の経営課題解決への経営力再構築伴走型支援の実施を行うと共に時代に即応したDX推進で地域全体での持続的発展の取組みへ繋げる。</p>
事業内容	<p><b>3. 地域の経済動向調査に関すること</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>管内小規模事業者の景気動向等を調査分析し、結果の公表を行う。</li> <li>国が提供するビッグデータを活用し、経済動向を分析し情報の提供をする。</li> </ul> <p><b>4. 需要動向調査に関すること</b></p> <p>地域の事業者が販売する商品やサービスの今後の需要拡大・販路開拓を目指した商品戦略、サービス戦略のための調査を実施し、検討分析をする。</p> <p><b>5. 経営状況の分析に関すること</b></p> <p>小規模事業者が現状の経営状態を把握するために経営分析を事業者に対して対話と傾聴を重ね伴走型支援のもとに行う。</p> <p><b>6. 事業計画策定支援に関すること</b></p> <p>経営分析・顧客ニーズを基にした事業計画策定支援を行い計画実現に向け専門家派遣支援事業の活用やDXをはじめ各種セミナーを実施し、小規模事業者の競争力の維持・強化を図る支援を行う。</p> <p><b>7. 事業計画策定後の実施支援に関すること</b></p> <p>小規模事業者の自走化に向けて、事業計画の検証や定期的なフォローアップを伴走型支援のもと行う。</p> <p><b>8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること</b></p> <p>展示会、展示即売会・百貨店催事等への出展支援をITやDXを活用し、新たな販路開拓のための支援を行う。</p>
連絡先	<p>奄美大島商工会議所 住所：〒894-0034 鹿児島県奄美市名瀬入舟町 12-6 TEL：0997-52-6111 FAX：0997-54-0934 E-mail:amamicci@amami-cci.or.jp 奄美市 商工観光情報部 商工政策課 住所：〒894-8555 鹿児島県奄美市名瀬幸町 25-8 TEL：0997-52-1111 FAX：0997-52-1359 E-mail:shosui@city.amami.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
<p>1. 目標</p> <p>(1). 地域の現状及び課題</p> <p>①地域の現状</p> <p>奄美市は、平成18年3月に旧名瀬市、笠利町、住用村の1市1町1村が合併し誕生した。1商工会議所、1商工会がある。奄美大島商工会議所の管轄地域については合併前の旧名瀬市を中心に構成されている。</p> <p>地理的には、鹿児島から南へおよそ380キロメートルに位置し、奄美大島の面積は約712平方キロメートルで、全国の離島の中でも沖縄本島、佐渡島に次ぎ3番目に大きな島です。奄美市の面積は約308平方キロメートルで、人口的には島全体の約4割を占め、中核都市としての機能を持つ名瀬地区（旧名瀬市）、緑豊かな森林と清流を持つ住用地区（旧住用村）、広い農地と美しい海岸線を持つ笠利地区（旧笠利町）で構成されている。</p> <p>自然環境・文化においては日本で2番目に大きいマングローブの原生林、国の特別天然記念物アマミノクロウサギなど太古の生命が息づく金作原原生林、奄美十景として知られる夕陽の美しい大浜海浜公園、美しい水平線と亜熱帯の風景を思い起こさせるあやまる岬など多くの自然と景勝地を有しており、令和3年7月26日に「奄美大島・徳之島、沖縄北部及び西表島」が世界自然遺産に登録された。また、古くから伝承された五穀豊穰を祈り、祝う島唄や八月踊りなどの伝統文化も随所に見られます。</p> <p>産業の振興等については、奄美群島の自立的発展、住民の生活の安定及び福祉の向上並びに定住の促進を図ることを目的として、奄美群島の特性に応じた産業の振興又は住民生活の利便性の向上に資する事業を支援するための「奄美群島振興開発特別措置法」の対象地域です。本年3月には同法が2028年度末まで5年間延長されました。移住の促進や沖縄との連携を柱に、人の流れを創出して奄美群島の地域特性に応じた産業振興などを展開し、自立的発展に向けた振興開発を目指します。</p>  <p>The map illustrates the geographical location of Amami City (奄美市) and its constituent municipalities (Amami City, Naminashi, Ryūkyō, Sumiyoshi, and Shūnan). It shows transportation routes from major Japanese cities: Osaka (伊丹) via flight (約90分), Tokyo (羽田) via flight (約2時間10分), Kagoshima (鹿児島) via flight (約50分) and ship (約11時間), and Okinawa (沖縄) via flight (約1時間) and ship (約13時間). The map also labels the constituent municipalities: Amami City (奄美市), Naminashi (奄美市名瀬), Ryūkyō (龍郷町), Sumiyoshi (奄美市住用町), and Shūnan (瀬戸内町).</p>

<人口・年齢構成>

人口的には年々減少しており、また、年齢構成についても高齢者比率が非常に高くなっている。2019年に陸上自衛隊奄美駐屯地が開設し、約350人の自衛隊員が常駐しており一時的に人口が増加しているものの、大学が存在しないこともあり若年層が島を離れる傾向にある。このことは就業人口の減少にもつながっており、早急な解決策の策定が必要となってきた。また、所得的にも格差が大きく、国、県との差が埋まらない現状が続いている。このことも若年層の定住減少につながっているといえる。



注)平成17年以前は旧名瀬市、旧住用村、旧笠利町の人口の計

<域内小規模事業者の現状>

産業全体でもみて商工業者数、小規模事業者数ともに年々減少している。特に小規模事業者においては大半が家族経営であり、高齢化に伴い後継者対策も急務となっている。特に第2次産業については基幹産業の本場奄美大島紬は昭和2年の約36万6,094反をピークに減少に転じ、直近では2,710反。和装需要の低迷といった様々な理由から厳しい現状にある。業界では後継者育成に本腰を入れているものの他の産業へ労働力が移動している。そして、第3次産業の割合は全国、鹿児島県と比較しても高く人口及び交流人口の増減に左右されやすい産業構造になっている。

区分	平成21年	平成24年	平成28年
商工業者数	2206	1898	1859
小規模事業者数	1844	1549	1531

(管内商工業者数等の推移) 経済センサス

業種	小規模事業	商工業者数
農林漁業	15	16
鉱業、採石業		
建設業	113	131
製造業	136	140
電気・ガス・水道	5	8
情報通信業	11	21
運輸業、郵便業	27	36

卸売業、小売業	478	641
金融業、保険業	39	46
不動産業、物品賃	93	102
専門・技術サービ	49	55
宿泊業、飲食業	253	313
生活関連サービス	196	205
教育、学習支援業	26	28
医療、福祉	32	35
複合サービス事業	8	10
サービス業	50	72
合 計	1531	1859

業種別事業者数 経済センサス

<産業>

(ア) 農水産業(一次産業)

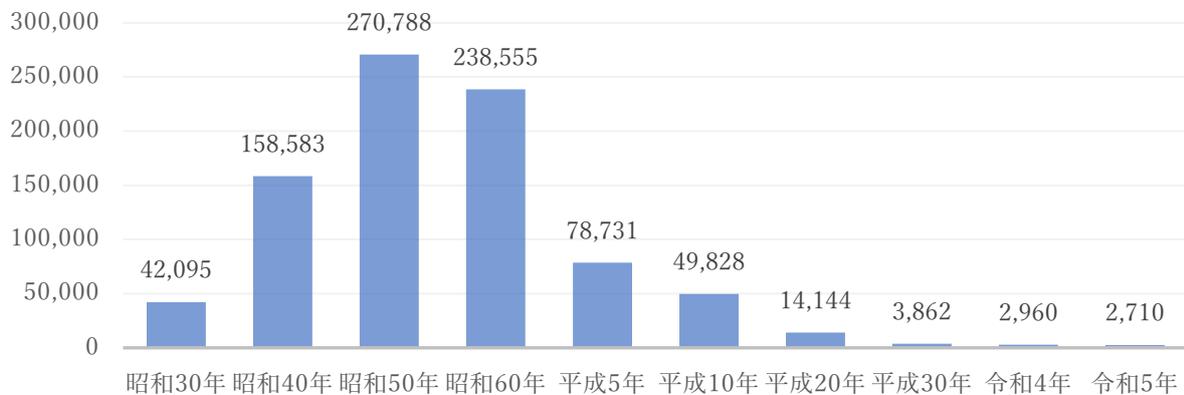
当地域においては、サトウキビを中心として近年タンカン、パッションフルーツ、スモモ、マンゴーなど南国特有の農産物の栽培が盛んで、全国でも 有数の生産量をあげている。これらの農産物は黒糖、ジュース、フルーツソース、ジェラート、ドレッシング、菓子類、調理素材など多くの加工食品、原材料に活用され、奄美大島を代表する観光土産品や飲食店メニュー等として島内外において幅広く販売・提供されている。奄美大島の観光活性化に伴って、これらの農産物を加工販売する特産品製造販売業や調理メニューの素材とする飲食業については、相乗的に販路開拓、需要拡大が十分に見込めるものであり、観光関連産業と 併せて地域経済活性化を図ることが期待できる業種である。ただ、それには地理的及び気候条件により定量、定質の出荷が難しいという問題点も抱えており、輸送体制を含めた改善が必要となっている。

(イ) 製造業(二次産業)

・大島紬

基幹産業として奄美大島経済の牽引役となっていた大島紬ではあるが、近年は着物離れ及び消費者ニーズの多様化もあり、本場奄美大島紬の検査反数は2710反(前年比250反減)で減産。各工程の職人の高齢化に、後継者育成が追い付かない業界の人材不足が深刻で厳しい状況。こうした大島紬の現状を踏まえ、当所では2016年度から中小企業庁の「JAPANブランド育成支援事業」の補助事業に申請採択され、海外進出や新商品開発などで新たな需要の掘り起こしを行政や紬業界と連携し3年間図ると共に、若手織元(2代目、3代目)の育成にも注力しました。販路開拓に手応えとその可能性を体感、現在は補助事業外で継続した取り組みを支援している。

## 本場奄美大島紬生産状況



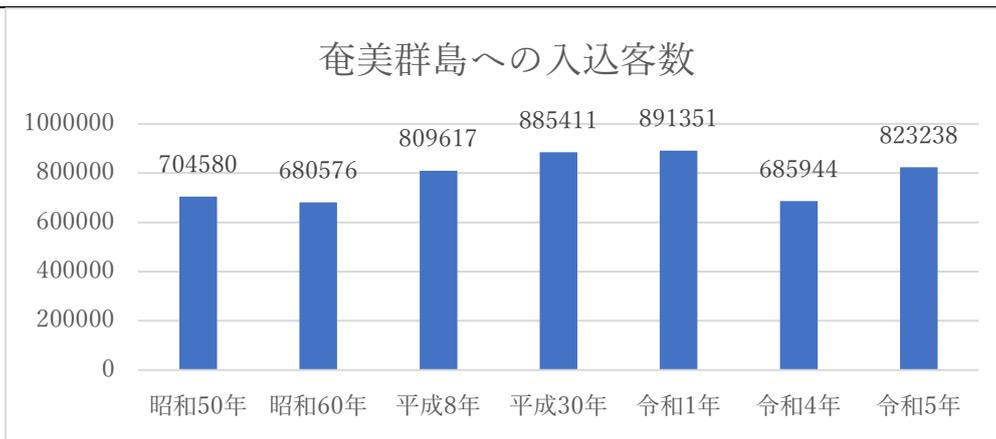
(本場奄美大島紬協同組合)

### ・黒糖焼酎

奄美群島でしか生産が許可されていない黒糖焼酎は、地域特有の魅力と伝統を守った焼酎であり、地域経済にとって重要な産業の一つです。奄美の特産品としての地位を確立しました。一方、少子高齢化やライフスタイルの変化に伴い、飲酒人口の減少が進んでいます。消費構造の変化により国内市場は飽和状態に近づいており、業界の将来には新たな戦略が求められています。奄美群島という唯一の産地で生まれる黒糖焼酎は、地域の伝統と文化を後世に伝えることが大切です。関係団体と連携しながら、黒糖焼酎の今後の発展と将来を見据えて人材の確保に注力していくことが求められています。

### (ウ) 観光業・サービス業(第三次産業)

平成15年、世界自然遺産の候補地として選定されて以降、国内外から注目され奄美群島の入込客は、増加傾向に転じ更に平成26年7月のLCC(格安航空会社)就航や奄美群島振興交付金、奄美・沖縄連携交流促進事業を活用した航空、航路運賃の軽減により、入込客数及び入域客数ともに令和元年には過去最高を記録しました。その後は世界自然遺産への登録と交流人口の更なる拡大に期待が高まる中、令和2年、新型コロナウイルス感染症の影響により一時的に大幅減少、その後、令和3年7月に念願の世界自然遺産に登録されるもののコロナ禍、行動制限等が行われていたことで、その効果を十分に感じる事が出来ませんでした。しかし、令和5年は令和元年と比較して約9割まで回復している。豊かな自然と個性的な伝統・文化といった魅力ある観光資源を有効に活用し、国内外からの各種スポーツ合宿、教育旅行の誘致、この地域ならではの体験・滞在型観光プログラムづくりを促進し、魅力と個性あふれる観光地づくりを更に進める必要がある。



(奄美群島の概況)

## ②地域の課題

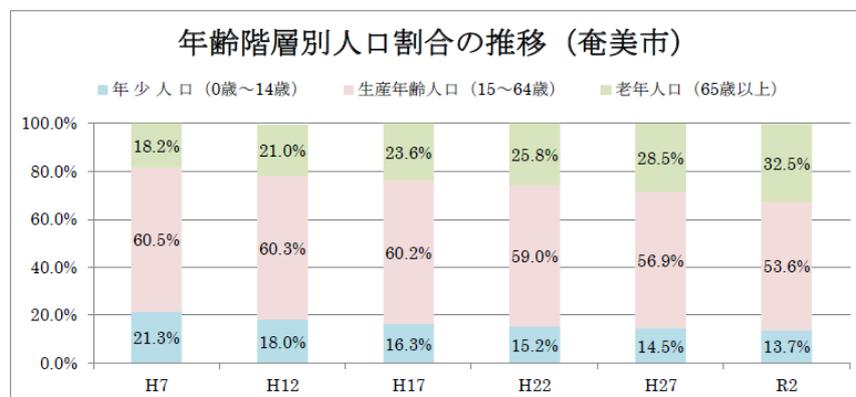
奄美市は、上述のとおり、一次産業は、地理的及び気候条件により定量、定質の出荷が難しいという問題点を抱えており、二次産業の大島紬と黒糖焼酎は、近年は消費者ニーズの多様化もあり、減少状態が続いている。職人の高齢化に、後継者育成が追い付かない等業界の人材不足も深刻で厳しい状況。三次産業の観光・サービス業は、令和3年に世界自然遺産に登録したこともあり、豊かな自然と個性的な伝統・文化といった魅力ある観光資源を有効に活用し、国内外からの観光客が見込まれる。しかし、情報の発信手段や人手不足による問題がある。

### (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

奄美市が抱える最重要課題である「人口減少」について令和2年の人口は、15歳未満人口は、5,685人、15～64歳人口は22,168人、65歳以上人口は13,441人です。15～64歳人口の割合は56.9%から53.6%に低下しています。65歳以上の人口の割合は、28.5%から32.5%に上昇しています。

若い世代の人口減少が顕著に表れており、今後10年もこのままでは高齢化が進み就業人口の減少に歯止めがかからない状況。人口減少による後継者のいない事業所の廃業や人手不足による機会の損失を回避するためにも新規創業者とのマッチングや事業承継とDXを活用した新たなビジネスモデルへの移行を推し進めていく必要がある。



注)年齢不詳の割合を除いているため、合計は100%にならない場合があります。

<奄美市総合計画との連動性・整合性>

奄美市総合計画「未来の奄美市づくり計画」令和6年3月作成 本計画部分抜粋

「自然・人・文化が紡ぐ しあわせの島」を目指すために作成された15年間を期間とした長期計画の中で、①「経済活動の活発化」 給与環境の改善・向上のためには、活発な経済活動により、奄美市内の企業や事業者の成長・発展が必要であるため、国内外からより多くの収入を得ることや、より多くの人々に奄美大島に来てもらうため、様々な情報発信の充実が課題。また、そういった島外から獲得した資金がより多く地域の中でまわる仕組みづくりや、人材不足を補い生産効率を向上させるデジタル技術の導入も必要。

②「チャレンジできる環境」 自分で仕事を創り出す「起業」も 広がりつつあります。奄美市でも、一人ひとりの個性が生き、いろいろな働き方を実現するため、若者のチャレンジや新たなサービスづくりに向けた起業などを受入れ、応援する地域の雰囲気づくりが必要。

この課題に対して奄美市だけでなく各企業や商工会議所を含む各団体として取り組むこととなっている。

<奄美大島商工会議所としての役割>

奄美大島商工会議所としての役割は、奄美市総合計画の主旨を踏まえて地域経済力の向上を支援するために、各種講演会開催や専門家派遣制度等を活用した個別支援の実施。事業承継・創業支援による働く場の確保。観光客等の増加にむけた情報発信や人手不足を補うためのDXを促進。また、各種課題の解決に向け地域経済を支える小規模事業者に対して、経営力伴走型支援を行う。

(3) 経営発達支援事業の目標

奄美大島商工会議所として管内の現状・課題・奄美市総合計画の主旨を踏まえて、奄美市、各支援機関と連携しつつ、小規模事業者の持続的発展を促し、地域経済の振興を図るため、以下の項目を目標とする。

① 世界自然遺産登録による経済効果を島の経済循環に繋げ、「稼ぐ力」を向上させ小規模事業者の自立的な経営力強化による事業継続と付加価値の高い新規事業の創出を図る。

② 地域資源を最大限活かし、行政や業界組合との幅広い連携を行い、商品開発と販路拡大の支援を実施することで地域の魅力を発信する。

③ 小規模事業者等の経営課題解決への経営力再構築伴走型支援の実施を行うと共に時代に即応したDX推進地域全体での持続的発展の取組みへ繋げる。

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7年 4月 1日～ 令和12年 3月 31日)

(2) 目標の達成に向けた方針

① 世界自然遺産登録による経済効果を島の経済循環に繋げ、「稼ぐ力」を向上させ小規模事業者の自立的な経営力強化による事業継続と付加価値の高い新規事業の創出を図る。

世界自然遺産に登録したことで、域外からの交流人口を増加させ、域外から資金を稼ぎ、稼いだ資金を循環させ 更に稼いだ資金を域内で循環させ、地域経済を強くし、地域に仕事をつくり、地域への人の流れをつくることで、人口の増加や小規模事業者の自立的な経営力強化による事業継続と付加価値の高い新規事業の創出を図る。

②地域資源を最大限活かし、行政や業界組合との幅広い連携を行い、商品開発と販路拡大の支援を実施することで地域の魅力を発信する。

奄美市の地域資源は、地理的条件等により課題が多く、商品開発と販路拡大が十分にできていない。その課題解決に向けて各種調査を行いその結果を事業者にフィードバックさせることで事業者が現状を正しく認識することで、課題に向き合うことができるようになる。それにより、地域資源を活かした新商品の販路拡大をDX推進して、行政や業界組合とも連携して支援していく。

③小規模事業者等の経営課題解決への経営力再構築伴走型支援の実施を行うこと共に時代に即応したDX推進で地域全体での持続的発展の取組みへ繋げる。

ほぼ9割が小規模事業者の奄美市であるので、小規模事業者の経営課題解決へむけて、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ように支援することで、経営力が強化される。「経済活動の活発化」により「働く環境」や様々なことに「チャレンジできる環境」を創れるように時代に即応したDXを推進し、地域の持続的発展へ繋げる。

**3. 地域の経済動向調査に関すること**

(1) 現状と課題

「現状」 これまでは、年に一度会員企業を中心とした実態調査を実施してきた。その他に巡回訪問・窓口相談の際に事業者に対してヒヤリングを行ってきた。しかし、ビッグデータ等を活用した専門的な分析が不足している。

「課題」 従来の調査に関しても回収率が悪くビッグデータ等も殆ど活用しておらず専門的な分析が不足しているので、回収率の強化や専門的分析も利用し、改善した上で実施する。

(2) 目標

内 容	現行	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度	令和 11年度
①管内小規模事業者の景気 動向調査結果公表回数	1回	1回	1回	1回	1回	1回
②各種統計調査による地域 の経済の分析・公表回数	—	1回	1回	1回	1回	1回

### (3) 事業内容

#### ① 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、独自に管内小規模事業者の景気動向について、年1回調査・分析を行う。

【調査手法】調査票を巡回等により、配布し回答依頼を行う。経営指導員等が回収したデータを整理し、外部専門家等と連携し分析を行う。

【調査対象】管内小規模事業者100社（建設業30件、製造業20件、小売業30件、サービス業20件）

【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、業況感等

#### ② 地域の経済動向分析（国が提供するビッグデータの活用）

当地域の事業者に対し、政策資源の積極的活用を促進し、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】経営指導員等が「RESAS」（地域経済分析システム）を活用し、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」→何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、事業計画策定支援等に反映する。

#### (4) 調査結果の活用方法

- ・調査した結果はホームページに掲載し、広く管轄内事業者等に周知する。
- ・経営指導員等が支援・指導を行う参考資料とする。

## 4. 需要動向調査に関すること

### (1) 現状と課題

[現状] 消費者やバイヤーに対して調査を行う予定だったが新型コロナウイルス感染症等の影響により計画を十分に実施できなかった。

[課題] バイヤーの意見を調査し、事業者にフィードバックすることで、商品開発や自社商品・特産品のブラッシュアップに取り組む際に気づきを与え、消費者ニーズを満たす商品開発等に繋げられるよう、調査項目をしっかりと検討しデータを取る必要がある。

### (2) 目標

内容	現行	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度
① バイヤー等調査	—	2回	2回	2回	2回	2回
② 対象事業者数	—	5者	5者	5者	5者	5者

### (3) 事業内容

バイヤー等による試食評価会の実施

事業者が提供している商品に対しての試食評価会を実施し、下記調査項目に、専門家・経営指導員等が支援・助言を行い、売れる商品づくりにつなげる。

【対象事業者】 商品開発に意欲的な食品製造業者等

【調査項目】 参加事業所から一品出品してもらい、「価格、味、量、見た目（パッケージ等）、購買意欲」について調査する。

【手段・方法】 試食評価会においてバイヤー等に出品された商品を試食してもらい、調査票を記入してもらい回収する。

【分析方法】 調査項目別に集計し結果報告書を作成する。

【調査結果の活用方法】 結果報告書により、経営指導員等と専門家の意見を交えながら小規模事業者にフィードバックし、売れる商品づくりやターゲット層の把握等につなげることで、商品開発と販路拡大の支援をする。

## 5. 経営状況の分析に関すること

### (1) 現状と課題

「現状」小規模事業者への経営分析は、これまで、主に財務諸表の経営指標に基づき融資や各種認定申請・補助事業申請支援の一環としての活用に留まり、具体的な経営戦略に十分に反映できていなかった。

「課題」今後は、事業所の財務状況の分析に加え、商品や営業上等の課題改善の方向性、経営方針や事業承継を含めた今後の希望を「対話と傾聴」を通じて経営の本質的課題の把握に努める。

### (2) 目標

内 容	現行	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度	令和 11年度
経営分析事業者数	9者	60者	60者	60者	60者	60者

### (3) 事業内容

#### ①経営分析を行う事業者の発掘

現状、融資相談者等の対象者のみが経営分析が必要になり実施していたが、巡回相談・窓口相談等を通じて企業情報の収集を図りながら、「経営状況の把握と分析」についての重要性を認識してもらい、経営状況を対話と傾聴を通じて経営分析を進める。更に需要動向調査対象事業者についても、当該調査の分析結果を事業計画に反映させる。

#### ②経営分析の内容

【対象者】 ①で発掘した事業者の中で、今後の経営課題が明確かつ改善を希望する事業者を選定。

【分析項目】 定量分析の「財務分析」と、定性分析の「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・傾聴を通じて、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)
<ul style="list-style-type: none"> <li>・商品、製品、サービス・技術、ノウハウ等の知的財産</li> <li>・仕入先、取引先</li> <li>・人材、組織</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・商圏内の人口、人流</li> <li>・競合</li> <li>・業界動向</li> </ul>

【分析方法】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分析のフォームで整理し、必要に応じてその他の経営分析手法を取り入れて整理する。

#### (4) 分析結果の活用

分析結果は、当該事業者にフィードバックし、自立的な経営力強化による事業継続が図れるように支援する。

分析結果は、データベース化し内部共有することで、経営指導員等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〕小規模事業者への事業計画策定支援は、各種補助事業申請の際に事業者からの要望に応じてのみ作成支援しているのが殆どである。

〔課題〕これまで実施しているものの、事業計画策定の意義や重要性の理解が浸透していないため、セミナー等を開催する等十分に検討の上で実施する。

#### (2) 支援に対する考え方

小規模事業者に対し、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訳ではないため、「事業計画策定セミナー」等を開催し、経営分析を行った事業者の中から事業計画策定を目指す。また、持続化補助金等の申請を契機として経営計画の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、事業計画の策定につなげていく。

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、小規模事業者の時代に即応したDX推進で地域全体での持続的発展の取組みへ繋げる。

事業者自ら経営分析を行い、自社の強み・弱みなどの気づき本質的課題や現状を正しく認識、納得した上で、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

内 容	現行	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度	令和 11年度
①DX推進セミナー	—	1回	1回	1回	1回	1回
②事業計画策定セミナー	—	1回	1回	1回	1回	1回
事業計画策定事業者数	15者	15者	15者	15者	15者	15者
創業計画策定事業者数	3者	5者	5者	5者	5者	5者
事業承継策定事業者数	—	2者	2者	2者	2者	2者

#### (4) 事業内容

##### ①「DX推進セミナー開催」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に、セミナーを開催する。

【支援対象】DXの取組に意欲があり成長が見込める事業者

【募集方法】毎月2回以上配信のメールマガジンで案内するほか、ホームページ・SNSで広く募集する。

【講師】DXの取組に精通する中小企業診断士やITコンサルタント等

【回数】年1回

【参加者数】10者

【カリキュラム】

- ・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

## ②「事業計画策定セミナー」の開催

【支援対象】経営分析を行った事業者、事業計画策定に意欲のある事業者、需要動向調査事業者

【募集方法】毎月2回以上配信のメールマガジンで案内するほか、ホームページ・SNSで広く募集する。

【講師】中小企業診断士やコンサルタント等

【回数】年1回

【参加者数】15者

【カリキュラム】計画策定の必要性、経営戦略策定

【支援手法】事業計画策定セミナーの受講者に対し、経営指導員等が外部専門家も交えて確実に事業計画の策定に繋げていく。

## ③創業計画策定支援

創業セミナーを奄美市や商工会、金融機関と連携して毎年開催しており、今後も継続して開催し、その参加者や創業融資の相談者等を中心に創業計画策定支援を行う。

【支援対象】セミナー参加者の創業予定者や創業後2年以内の事業者、

【募集方法】ホームページ・SNSで広く募集する。

【講師】中小企業診断士やコンサルタント、金融機関、よろず支援拠点等

【回数】年1回（講座数 約10講）

【参加者数】30者

【カリキュラム】

- ・経営の基本と創業戦略・SNSの有効活用・マーケティングと販売戦略・効果的な資金調達
- ・資金計画と損益計画・ビジネスプラン策定

## ④事業承継計画策定支援

【支援対象】事業承継を必要としている事業者

【募集方法】鹿児島県事業承継・引継ぎ支援センターの「事業承継診断票」の調査依頼時やアンケート調査等で事業承継を実際に考えている事業者を選定し支援を行う。

【支援内容】鹿児島県事業承継・引継ぎ支援センターと連携し、専門家派遣制度等を活用しながら、中長期的な事業計画策定を支援する。

## 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] 金融支援実行時や補助金申請時に作成した事業計画については、進捗状況や補助事業終了後の事業化状況等を確認し、支援を行っている。

[課題] これまでは、不定期で事業者からの相談に応じて対応していたが、定期的な巡回指導でしっかりと進捗状況等を見極める必要がある。

### (2) 支援に対する考え方

小規模事業者の自走化に向けて経営者自身が本当の経営課題は何かということに向き合い、気づき、経営者と従業員が共通認識のもと作業を行い、現場レベルで当事者意識を持って取り組むことなど、計画の進捗状況の確認やフォローアップを通じて、経営者が自分たちの進むべき方向に腹落ちできるように促し、潜在力の発揮に繋げる。

事業計画の進捗状況や事業者の課題等により、事業計画書を策定した全ての事業者を対象とする。その状況を見極めながら、定期的な巡回指導でしっかりと進捗状況等を見極める必要がある。

### (3) 目標

内 容	現行	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度	令和 11年度
① 事業計画フォローアップ対象事業者数	15者	18者	18者	18者	18者	18者
頻度（延回数）	—	90回	90回	90回	90回	90回
売上増加事業者数	—	3者	3者	3者	3者	3者
利益率3%以上増加の事業者数	—	3者	3者	3者	3者	3者
② 創業者フォローアップ事業者数	3者	5者	5者	5者	5者	5者
③ 事業承継フォローアップ事業者数	—	2者	2者	3者	3者	3者
頻度（延回数）	—	2者	2者	3者	3者	3者

### (4) 事業内容

事業計画を策定した事業者を対象として、経営指導員等が巡回訪問を行い、策定した計画が着実に実行されているか定期的（年5回程度）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、スケジュールを組み計画的に行うものとするが、事業者からの申し出等により、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、外部専門家などの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]これまで、鹿児島県商工会議所連合会主催の大阪で開催する「KITTE大阪」物産展への出店をはじめ県内外で開催される特産品フェアや百貨店催事等のイベントへの出展の斡旋や、鹿児島県特産品協会が主催する新特産品コンクールへの参加について支援を行ってきた。また、自社ホームページ作成など、エキスパートバンクの指導を入口としたIT事業者や鹿児島県よろず支援拠点と連携して開催している定期相談会への参加を勧め、SNSによる情報発信の指導などを行っている。

[課題]これまで実施しているものの、ホームページやSNS利用に留まっているためITを活用したDXに向けた取り組みが進んでおらず、今後、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、取組みを支援していく必要がある。

## (2) 支援に対する考え方

経営状況の分析、事業計画策定支援を行った意欲ある製造業を重点的に支援する。引き続き「KITTE大阪」物産展への出店、首都圏や各地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あった支援を行う。

## (3) 目標

内 容	現行	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度	令和 11年度
①「KITTE大阪」出店事業者	6者	7者	7者	7者	7者	7者
売上増加率(10%) /者	—	7者	7者	7者	7者	7者
新規取引先開拓数	—	3者	3者	3者	3者	3者
②SNS活用事業者	—	3者	3者	3者	3者	3者
売上増加率(10%) /者	—	2者	2者	2者	2者	2者
新規取引先開拓数	—	2者	2者	2者	2者	2者
③ECサイト利用事業者数	—	3者	3者	3者	3者	3者
売上増加率(10%) /者	—	3者	3者	3者	3者	3者
④既存商談会出展者	—	2者	2者	2者	3者	3者
売上増加率(10%) /者	—	1者	1者	1者	2者	2者
成約件数	—	1者	1者	1者	2者	2者
新規取引先開拓数	—	1者	1者	1者	2者	2者

## (4) 事業内容

### ① KITTE 大阪物産展 (BtoC)

鹿児島県商工会議所連合会主催の「KITTE 大阪物産展」に管内食品製造業者を参加させる。参加させるだけでなく売上を伸ばした商品や人気の高い商品の傾向や特徴を分析し、出店者にフィードバックを行い商品の改善につなげるよう支援を行う。

## ② SNS活用

管内事業者の新規の取引先を増やす、また島外からの顧客を取り込むためにSNSを活用し宣伝効果を向上させるための支援を行う。

## ③ ECサイト利用 (B to C)

食品製造業及び小売業の事業者へ、「ショッピングモール」の活用を専門家の意見やよろず支援相談会にて相談の上、効果的な商品紹介のリード文、写真撮影、商品構成などの伴走支援を専門家とともに行う。

## ④ 既存商談会への出店 (B to B)

日本政策金融公庫が主催する「アグリフードEXPO」など、食品製造業者を中心とした事業者を百貨店等のバイヤーが参加する展示商談会に参加させる。また、商談会でのプレゼンテーションが効果的になるように事前研修を行うとともに、事後には、名刺交換をした商談相手へのアプローチ支援など、商談成立に向けた実効性のある支援を行う。

## 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〕これまで年1回、専務理事、経営指導員等により内部検討会を実施し、外部有識者による評価委員会へ報告・評価・検討・見直しを行い、結果を三役会等に報告してきた。

〔課題〕評価委員会の報告・評価・検討・見直し内容については、地域の小規模事業者等が常に閲覧可能な状態とはされていなかったため、改善した上で進めていく。

### (2) 事業内容

奄美市商工政策課課長、外部有識者（中小企業診断士等の発達支援計画に対して助言ができる者）、専務理事、法定経営指導員をメンバーとして、年1回、事業の実施状況、成果の評価、見直し案の提示を行う。評価、見直しは、当初目標に対する実施状況、達成率を明記し、直面した課題とその対応を検討の上行う。

評価結果は、役員会にフィードバックした上で、次年度の事業実施方針等

評価結果は、役員会にフィードバックした上で、次年度の事業実施方針等に反映させるとともに、HPに掲載することで、地域の小規模事業者等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〕各種研修会の参加を始め、中小企業大学の基礎研修にも経営支援員のうちに積極的に受講させる他、旅費負担の伴わないオンライン研修の参加等、経営指導員を始めとする職員のスキルアップ、支援力向上を図ってきた。資質向上において全体としての内部研修会は不定期で実施しており、計画的な取り組みではなかった。昨年度よりスーパーバイザー事業も取り入れ、組織として全体的に支援能力の向上を図る意識はあるが、個々の支援能力に頼る状況である。

〔課題〕支援に関する必要なノウハウが、経験年数等の違いにより経営指導員、支援員内でも違いがある。職員が総合的に支援能力を向上するよう引続きスーパーバイザー事業等を活用し、OJT及びOFFJTに経営指導員のみならず一般職員も含め積極的に参加し、支援能力の向上に共通意識をもって取り組む必要がある。

### (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】

経営指導員等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議所連合会主催の各種研修会に参加するほか、鹿児島県や鹿児島県産業支援センター等の支援機関主催の研修会に対し、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】**

各種支援機関が実施する「事業計画策定セミナー」への参加を優先的に実施する。

**【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、経営指導員等及び一般職員の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、電子決裁システム等のITツール、オンライン会議対応、ペーパーレスによる業務デジタル化、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

オンラインによる経営指導方法 等

**【コミュニケーション能力向上セミナー】**

鹿児島県商工会議所連合会主催の各種研修会等支援機関の研修会において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受講することにより、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、その後に続く課題を明確にし、その解決方法についてPDCAサイクルを適切にまわせるようになることを目的とする。

②OJT制度の導入

スーパーバイザー事業を導入し、経験の豊富な専門家と支援経験の浅い経営指導員等を中心とした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研修会資料の全職員への共有を図り、場合によってはミーティングを開催し、意見交換を図る。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1回、年間12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

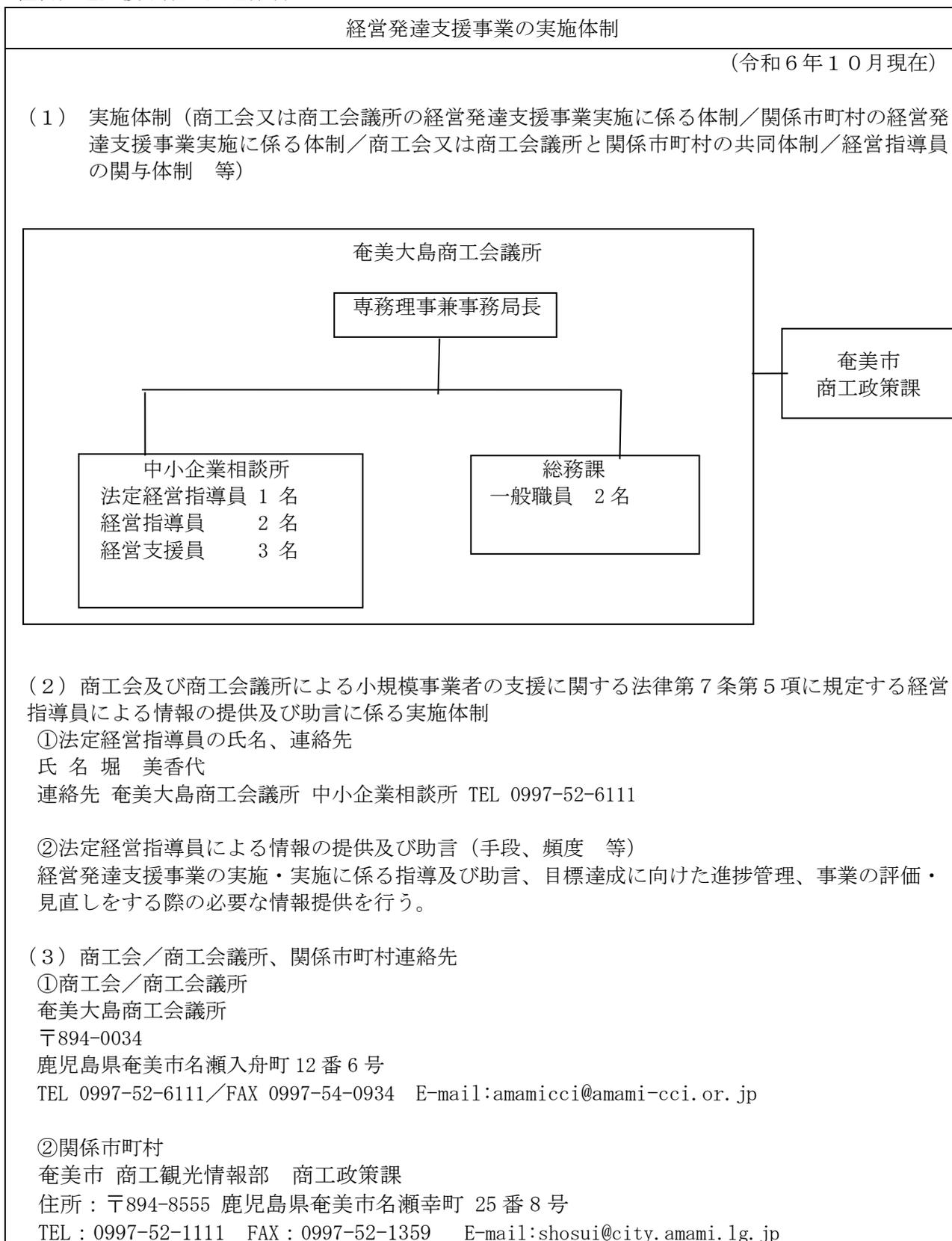
経営指導員等が、TOASに巡回・窓口指導の指導実績や財務情報、各種経営分析のデータ入力を適時・適切に行い、支援中の小規模事業者の状況等を職員が相互共有することで、支援ノウハウを蓄積し、組織内で共有することで支援能力の向上を図る。

⑤ 新たな事業の分野の開拓に寄与する情報等の収集

小規模事業者に対して効果的かつ適切な指導を行うために必要な知識や小規模事業者の持続的発展を支える伴走者としての役割を果たせるように、技術の向上、新たな事業の分野の開拓等に寄与する情報の提供ができるよう、A I、F i n T e c h等の新たな技術情報の収集やマーケティング調査手法の習得と知識の更新に努めていくために、経営指導員等のみならず一般職員も積極的に研修会に参加し知識の習得に努める。

(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)

	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度
必要な資金の額	1600	1600	1600	1600	1600
・事業計画策定 セミナー費	300	300	300	300	300
・DX推進セミナー 開催費	300	300	300	300	300
・新たな需要開 拓に寄与する 事業に関する こと	1000	1000	1000	1000	1000

(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
鹿児島県補助金、日本商工会議所委託金、自己財源ほか

(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。

