

BUSINESS REPORT



そうしんビジネスレポート
中小企業動向調査

No. 66
2023.10-2024.3

with チェスト



そうしん地域おこし研究所

BUSINESS REPORT No.66

CONTENTS

■業界最前線	1
かごしまの食と農林水産業の現状と可能性を探る (第23回) 2024年度県当初予算に見る「稼げる」農業	
■三紘会講演会 未来への経営と地域貢献	4
株式会社ユピテル 代表取締役会長兼CEO 安楽 憲彦氏	
■地域おこし最前線 トップに聞く	6
第10回 出水市	
■そうしんSDGsアワード優秀賞!	8
SOKO KAKAKA	
■中小企業動向調査概要	10
■令和6年10－令和5年3月期 中小企業動向調査結果	
全業種	11
製造業	14
卸売業	15
小売業	16
サービス業	17
建設業	18
不動産業	19
■人手不足をはじめとする企業の人材課題解決に 「スキマバイト」の貢献可能性	20



SOSHIN

BUSINESS REPORT

かごしまの食と農林水産業の 現状と可能性を探る

(第23回) 2024年度県当初予算に見る「稼げる」農業

2023年度は、5月に新型コロナウイルス感染症が5類に移行したことで経済活動の回復が進んだものの、不安定化する国際情勢や円安の影響による輸入飼料・肥料・燃油などの農業資材が高騰するなど、県内農業を取り巻く環境は厳しい状況が続いている。こうした中、全国第2位の農業産出額を有し、わが国の食料供給基地として重要な役割を担っている本県農業は、担い手確保や生産基盤の整備、ICT等を活用したスマート農業等の推進、さらには農産物の輸出促進などに一層の取り組みが求められている。24年度県当初予算から、塩田康一知事が重視する農業の「稼ぐ力」向上につながる事業をピックアップした。

01. 農林水産業の「稼ぐ力」を向上 塩田知事が県議会で施政方針

塩田康一知事は2月20日開会した2024年第1回県議会定例会の施政方針および予算説明で「本県の主要な産業においては付加価値の向上が課題である。鹿児島の基幹産業の農林水産業や観光関連産業、技術力の高い製造業等の『稼ぐ力』の向上に取り組み、経済を持続的に発展させることで県民所得の向上を図りたい」と強調した。その中で農林水産業の「稼ぐ力」を引き出すために「担い手の確保・育成を図りつつ、販売量の増加、販売単価の向上、生産コストの低減に取り組むことが必要であり、農林水産業の所得向上につながる」と指摘した。

塩田知事はまた、販売量の増加に向けて必要な施策として、生産施設等の整備による生産基盤の強化や農地の集積・集約化による規模拡大、輸出推進体制の構築による輸出拡大などに取り組むとした。販売単価の向上では、本県農林水産物の認知度を高め、ブランド力の向上を図るための首都圏や海外でのPRなど。生産コストの低減では、作業の効率化・省力化を図るためのスマート機器の導入によるスマート農林水産業の推進などを挙げた。

02. 担い手確保・育成が重要課題 人づくり・地域づくりを推進

近年、わが国の各業界・業種において人手不足が企業経営のボトルネックとなっている。高齢化が進む農業はその典型で、本県農業の持続的な発展と稼ぐ力の向上のためには担い手の確保・育成が最重要課題となっている。

担い手の確保・育成を図るため「かごしまの農業経営・就農支援事業」(3165万円)として、農業経営・就農センターを中心に就農・就業希望者への相談対応や経営継承などの就農支援のほか、農業経営の法人化や経営改革に向けた取り組みなど、経営の発展段階に応じた支援を行う。また、優れた青年農業者を確保・育成するため「農大実践力アップ・教育高度化事業」(820万円)で、教育カリキュラムをさらに高度化するとともに、多様な担い手の確保に向けて社会人等の就農希望者を対象とした実践的な研修を行う。

新規事業の「新たな担い手育成支援事業」(1000万円、3月補正)では、認定農業者等で構成された農業生産組織が地域農業の持続性を確保するため新たな担い手の参画・育成を図る実務指導等の取り組みを支援する。このほか、担い手への農地の集積・集約化を進めるため、将来の農地利用の姿を明確化する地域計画の策定・実行に向けた市町村の取り組みを支援していく。

03. 生産・加工強化で付加価値向上 「かごしま黒豚」維持対策など

稼ぐ力の向上には生産・加工体制の強化や付加価値の向上がポイントとなる。新規事業の「加工・業務用園芸産地確立事業」(626万円)では、野菜等の加工・業務用需要の拡大に対応するため、実需者ニーズに対応した安定生産・省力化に向けた取り組みを支援する。「産地パワーアップ事業」(8億7711万円、一部3月補正)では、地域の営農戦略として定めた「産地パワーアップ計画」に基づき、意欲のある農業者等が高収益作物・栽培体系への転換等を図るための施設整備や農業機械および省エネ機器の導入等を支援する。「畜産クラスター事業」(40億7745万円、一部3月補正)では、地域の畜産クラスター協議会が実施する中心的経営体の収益性向上等を図るため、畜舎や堆肥舎等の整備を支援する。

為替変動や国際情勢によるリスクの多い輸入依存から脱却し、自前の飼料自給率向上を図るため「地域資源フル活用飼料増産対策事業」(5108万円)では、飼料作物の生産拡大や飼料生産組織の育成など自給飼料の増産に向けた取り組みを支援する。また、需要に応じた米生産を推進するため「生産性の高い水田農業確立推進事業」(1025万円)で需給調整の取り組みを支援するとともに、飼料用米や高収益作物等の生産拡大、小麦代替としての米粉用米の生産などを推進し、生産性の高い水田農業の確立を図る。

鹿児島が誇るブランド豚「かごしま黒豚」の生産が減少している中で、新規事業の「『かごしま黒豚』維持緊急対



策事業」(630万円)では、県内の養豚関係機関・団体等との連携を図り、県産黒豚の遺伝資源確保のための体制を整備し、在来種豚の維持・増殖に取り組む。また、2023年産の荒茶生産量が静岡県に肉迫する2位の本県だが、新規事業として『かごしま茶』魅力発信事業」(1786万円)で、県内外におけるPR活動や茶商等による商品開発・販路拡大への支援、観光と連携した体験活動等の機会を提供し、「かごしま茶」の認知度向上、ブランド力向上を図る。

県産農林水産物の付加価値向上を図るため「かごしまの6次産業化推進事業」(3212万円)では、6次産業化事業者等に対し、関係機関・団体と連携しながら研修会の開催、商談会および販売機会の提供等、継続的な支援を行う。『稼ぐ力』を向上するスマート農業導入促進事業」(5834万円、一部3月補正)では、スマート農業の導入・普及を推進するため、農業者の理解促進や指導体制の強化、新技術開発の支援、産地におけるスマート農業活用の実証活動など、現地への実装化に向けた取り組みを支援する。

04. 販路拡大・輸出拡大を積極支援 かごしま茶や和牛輸出に注力

販路拡大・輸出拡大に向けた事業にも注力する。「かごしまの農林水産物輸出促進ビジョン推進事業」(1億6991万円、一部3月補正)は、「鹿児島県農林水産物輸出促進ビジョン」における2025年度の輸出目標額約500億円の実現に向け、アジア、米国、EUなどへの県産農林水産物の輸出拡大を図るため、輸出に意欲的な生産者による輸出産

地形成、海外販路開拓への支援など、海外へのPR・販売促進活動を実施する。

「GFPフラッグシップ輸出産地形成プロジェクト事業」(9000万円、3月補正)は、農水省が推進するGFP(農林水産物・食品輸出プロジェクト)に対応し、官民一体で輸出推進体制を構築するため2023年度設置した「GFP鹿児島」を活用しながら、輸出セミナーの開催等による輸出に意欲的な生産者の拡大・育成、モデル産地における大口輸出に向けた生産方法への転換などに取り組む。安心・安全で良質な県産農畜産物のブランド力を高めるため「かごしまの食販売促進強化事業」(2124万円)は、安定的に生産・出荷できる産地づくりと、県産農畜産物のイメージアップや各品目の特性等に応じた販売促進などを実施する。

2022年に鹿児島で開かれた全国和牛能力共進会で和牛日本一の栄冠に輝いた県産和牛の国内外での販路拡大を図るため、新規事業の「和牛日本一鹿児島PR事業」(6624万円)では、本県を訪れる観光客や首都圏の消費者、仲卸等実需者へのPRを強化するほか、海外への情報発信、輸出拡大に取り組む。

具体的には、人口が多く日本の情報発信の拠点である首都圏をターゲットとして、一流レストランのシェフや食肉仲卸などを対象とした産地視察などの取り組みを強化するほか、新たに販売指定店等におけるフェアを開催することで販売量の増加を図る。また、羽田空港や主要駅等におけるPR広告やSNS等の情報発信を集中的に行い、一般消費者の認知度向上を図る。このほか、高級ホテルにおいてレストランフェアを開催するとともに、トップセールスを行うことでブランド力の向上を図る。海外向けについては引き続き、既に認知度の高いアジア地域への販路拡大に取り組むほか、今後輸出拡大が見込まれるEUや米国において、和牛日本一を前面に打ち出し、食品展示会への出展や商談会の実施などを強化し、さらなる輸出拡大を図っていく。



『写真キャプション』

- 1 全共で日本一に輝いた和牛を国内外へPR強化
- 2 生産が減少傾向のかごしま黒豚の維持を
- 3 農産物の6次化で農家の所得向上を図る
- 4 「かごしま茶」は認知度向上が課題

三絃会 講演会

未来への経営と 地域貢献

当金庫は2023年11月10日、鹿児島市の城山ホテル鹿児島で「三絃会講演会」を開催。電子機器メーカーのユピテル代表取締役会長兼最高経営責任者（CEO）の安楽憲彦氏が「未来への経営と地域貢献」と題して講演しました（以下は講演要旨です）。

ユピテルはドライブレコーダーやホームロボットなどのメーカーとして知られ、最近では自然対話型ロボットのほかインターネット上の仮想空間「メタバース」の開発で業界をけん引しています。東京を本社に静岡のほか鹿児島にも開発製造拠点のグループ会社を有しています。安楽会長は伊佐市出身で、鹿児島県の地域活性化や人材育成にも貢献しています。



講師

株式会社ユピテル 代表取締役会長兼CEO
あんらく のりひこ
安楽 憲彦氏

■講師プロフィール

1947年大口市（現伊佐市）生まれ。77年3月にユピテル工業株式会社（旧ユピテル音楽工業株式会社）に入社。取締役製造部長、取締役購買部長、取締役岡崎工場長を歴任し、99年5月に代表取締役社長に就任。2007年10月に株式会社ユピテルと社名変更。18年4月に代表取締役会長兼最高経営責任者（CEO）に就任した。

01. 社名はギリシャ神話に由来 音楽機器製造からスタート

ユピテルの社名の由来を皆さんによく聞かれます。ギリシャ神話に出てくる、良いところも悪いところも含めて一番偉い神様といわれるゼウスのことで、ローマ神話ではユピテルと呼ばれています。英語読みではジュピター（木星）となります。歴史の長い会社で、今は56期になります。最初は音楽産業からスタートしてユピテル音楽工業という社名で、その後、「音楽」を取ってユピテル工業となり、さらに「工業」も取ってユピテルとなりました。

現在はドライブレコーダーが売り上げの主流で、ほかにカーセキュリティやロボットなどいろんなものを作っています。これまでを振り返ると無線関係が非常に多く、携帯電話やコードレス電話など無線を主体とした会社になっていき、次第にカーナビやドライブレコーダーといったものを主流に製造、販売しています。

本社は東京に置いています。ユピテルのグループ会社としては、鹿児島だとユピテル鹿児島があります。グループ従業員は約500人、グループ総売上高は約320億円です。ユピテル自体で240人おり、約半分がエンジニア、技術者です。ソフト開発や機構設計に当たる人員は愛知県岡崎の技術センターにおり、静岡、鹿児島のグループ会社も技術開発を主体とした会社です。営業拠点は札幌、仙台、新潟、埼玉、東京、名古屋、金沢、大阪、高松、福岡、鹿児島にあります。売り上げが伸びているのは東京、大阪、名古屋の3都市でしたが、最近は九州が名古屋の売上を抜き、福岡営業所から九州支社として格上げしました。これから九州は大きく変わっていくだろうと考えています。

02. 顧客中心の市場を創造する 使う人の立場でモノづくり

日本のGDPはかつてアメリカに次いで2位でしたが、中国に抜かれドイツにも抜かれました。本音をいうと日本の技術は相当遅れています。そこで、鹿児島にも技術センターをつくりました。ユピテルグループ全体の人員バランスでは技術が多いのですが、まだまだこれから技術的に成長させていかなければならないということで静岡に研究所をつくりました。静岡も鹿児島も若い人が中心で、これからが非常に楽しみです。

静岡では2022年4月に研究所2号棟がオープンしまし

た。IT、IoT、ICTはもちろん、今後はAIに力を入れていこうということで2019年に研究所1号棟をつくり、2号棟ではAR（拡張現実）やVR（仮想現実）がメインです。そして研究開発の為に5Gのローカル基地局も設置し、静岡の研究所はAIとバーチャル、ARの3つを大きく打ち出して取り組んでいます。ドライブレコーダーを使ってAIで道路補修個所の点検などを行う共同研究も静岡市、法政大学と一緒に進めています。

ユピテルの経営方針は「深い知恵と豊かな感性で顧客中心市場を創造する」です。私が社長に就任した際に決めました。技術が勝手にモノを作っても売れるものではない、顧客の立場を考えないと駄目だといっています。顧客中心市場というのは、お金を出して買って使う人の立場になって作れというわけです。ただ、この経営方針もちょっと古くなったなという気はします。いきなりアメリカのGAFAが出てきて、彼らは感性でモノを作って世界の市場を席卷しています。それまで市場を持っていたわけでもないのに彼らがこれだけ大きい規模の企業になったのを見ると、ユピテルの経営方針も見直す必要があるかなと考えています。

03. ローカルからグローバルへ 地域貢献などで地域に密着

ローカルからグローバルへということで、以前はユピテルでは海外へ出てモノを作って現地で販売し、さらに日本に持ってきて販売するという流れでした。でも、そういう会社は弱いということに気づいて現在、改めています。トヨタやユニクロなども海外で大きな利益を出していますが、その前に日本でしっかりブランド力をつけて国内市場で儲ける仕組みをつくっています。やはり足元をしっかり固めてから出て行ったところをまねしたいと考えています。

その点、地域密着型の経営は絶対に必要です。そのために地域に根付いた営業活動や地域でのブランド力を高めると同時に若い人たち、子どもたちにもユピテルを知ってもらうために地域貢献活動に取り組んでいます。鹿児島では「霧島レイ」というキャラクターを使って霧島の観光振興や、バレーボールVリーグ3部（V3）男子のフラーゴラッド鹿児島を応援しています。静岡では小学生のプログラミング教室などを開催しています。

地域に貢献するには、本社をその地域に持っていくことが一番いいわけです。ユピテルは東京、静岡、鹿児島にいろいろなグループ会社を持っています。静岡に4社、鹿児島に1社置いています。本社をまずその地域につくるとともに地域貢献活動でブランド力を高め、おもしろいものを作っているなど若者や学生に知ってもらい、魅力を感じてもらうことで優秀な人材確保にもつながっています。

ユピテルは技術開発部門の人間が多いので、経営資源として知財をどう蓄えるかにも力を入れています。特許も商標登録も非常にたくさん持っています。それらを資産とし

てどんどん積み上げてきています。さらに得意とする技術を新しい技術でさらに進化させる、イノベーションをどんどんやろうと2019年に掲げました。特にこの中でAIに力を入れてきました。今やバーチャルやARは十分できるようになっているので、あとはAIをどう作りこみ、人に置き換えられる商品開発を行い、付加価値が上がるようなものづくりを目指しています。当社はゲームも作れるのでコンテンツ事業を強化し、AIを使ったエンタメ事業にも力を入れ、継続的にレベルアップを図っていこうと考えています。

04. 会員制度で顧客囲い込み 経営の根幹は継続にあり

15年ほど前、「マイユピテル」という会員制度をスタートさせました。一度ユピテル製品を買ったお客さんを永遠に囲い込もうというわけです。そうすれば新規顧客開拓の労力が減ります。マーケティングに「1:5の法則/5:25の法則」があります。新規顧客を獲得するには既存客の5倍のコストがかかり、顧客離れを5%改善すれば利益が最低でも25%改善するというわけです。マイユピテルの会員数は2023年10月で95万人になります。

経営は、資金と市場をどうつくり、市場に対応できる技術力をどう身に付けるか、この3つをバランスよく回すことで安定します。コロナ禍や円安などさまざまな課題にぶつかった時に何とか乗り切って、次に進んでいける経営力を持った会社にしなければいけません。ユピテルは私が社長に就任する前に会社更生法と和議を経験しています。その中で学んだことは、会社経営というのは最終的には継続だということです。儲かる商品が当たって一点突破で急成長しても、次の商品開発が遅れてしまうと急速に落ちていきます。だから、次のステージを見据えて常に幅広く、さまざまなものを蓄えておくことが大切です。

私が社長になった時に下請けはしないと決めました。よそのブランドを作るとしても10~20%以内に留めてそれ以上は受けないことにしました。自分たちで考えた他社にないものを、ユピテルというブランドを大事にしながら自分たちで売ること軸足を置いています。私はまた、CCC（キャッシュ・コンバージョン・サイクル）を重視しています。仕入れなどで現金を投入してから最終的に販売して現金化されるまでの日数、つまり資金効率が大切です。在庫はそんなに持つべきではないといわれますが、今回のような半導体不足下では在庫を増やさないとモノを作れなくなります。基本は在庫回転率を良くすることです。

会社は継続することができればいろんな技術も導入できるし、地域貢献もできます。大事なのは会社をきっちり継続することだというのが、私の長い経験で得た結論です。会社を継続するためにどうしたらいいかを考えるのが経営の根幹といえます。

地域おこし最前線

トップに 聞く

各市町村の市長や町長へ取材し、魅力を伝える！

第10回

出水市

■所在地

〒899-0292 出水市緑町1番3号

☎0996-63-2111（代表）



■出水市長

椎木 伸一



5万人を切らない人口を維持したい 小規模校も統合せず多様な教育の場

出水市の人口は1950年に最大の7万1893人を記録後、減少傾向となり、2020年の国勢調査で5万1994人、24年3月1日現在で5万1737人となっている。

「国立社会保障・人口問題研究所の予測より減少幅は鈍化していますが、5万人を切らないようにしたいと考えています。少子高齢化の進行で自然減が出生数の倍に上っている現状で、人口減少スピードを抑えるには市外からの定住促進が必要です。大きな企業誘致が難しい中において、子育てのしやすさ、観光交流による関係人口の増加に取り組んでいます」。

椎木市長はマニフェストに「こども・いのち・くらし」の3つの安心を掲げる。中でも「こどもの安心」に向けて教育環境の充実や産前・産後等の支援、子育て支援サービスの充実、2021年のラムサール条約湿地登録を契機とした環境学習や交流事業を通じた郷土愛の醸成などを図り、少子化対策や若者の地元定着を進める。

「市内に小学校13校、中学校7校がありますが、教育の場の多様性を維持するために小規模校であっても統合しない方針を掲げています。大きな学校になじめなかったり、不登校の問題を抱えたりした子どもも自然豊かな地で農業体験や炭焼き、山羊を飼うなど自然と触れ合いながら伸び伸びと学び、成長できます。体験学習では地元住民の協力をもらい、子ども、保護者、学校、地域が一体となった理想的な教育が実現しています。統合するより経費は多少かかりますが、代えられないものがあります。子どもの学びの場の多様化は重要だと思います」。

■市章

合併した1市2町の融和を3本の波で表し、大空を舞うツルの姿が飛躍発展する新市を象徴。濃淡の青2色は澄み切った空と湧き出る水、豊じょうの海をイメージしています。

■市の花 ツツジ

■市の木 イヌマキ

■総面積 329.98km²

■人口と世帯数（令和6年3月1日現在）

男性 24,489人 女性 27,248人

合計 51,737人 世帯数 25,767世帯

■歴史

1889(明治22)年に上・中・下出水村、野田村、高尾野村が発足

1891(明治24)年に上出水村から大川内村が分立

1917(大正6)年に上出水村が町制施行、出水町に

1923(大正12)年に中出水村が町制施行、米ノ津町に

1924(大正13)年に下出水村が三笠村に改称

1932(昭和7)年に高尾野村が町制施行、高尾野町に

1949(昭和24)年に三笠村から江内村が分立

1954(昭和29)年に出水町、米ノ津町が合併、出水市に
同年10月に大川内村が出水市へ編入

1959(昭和34)年に高尾野町と江内村が合併、高尾野町に

1975(昭和50)年に野田村が町制施行、野田町に

2006(平成18)年3月に旧出水市・高尾野町・野田町が合併し出水市として新たにスタート

南九州西回り自動車道開通に期待 全国初の高速道の「道の駅」実現を

八代ー鹿児島間140kmを結ぶ南九州西回り自動車道は74%が開通し、残る水俣ー出水（16.3km）と阿久根ー薩摩川内水引（22.4km）で建設が進む。水俣ー出水間については用地買収が完了し、主要な構造物の整備が進み、米之津川架橋は工事中仮架橋の工事が完了、下部工の工事に着手している。

「水俣ー出水間は国の予算をだいぶ付けてもらい、早ければあと3、4年で開通できるのではと期待しています。南九州西回り自動車道は九州自動車道や東九州自動車道とともに広域的な高速交通ネットワークを形成し、九州の一体的な浮揚・発展に大きく寄与する重要な道路です。開通により観光入込客数の増加や企業誘致などに好影響が期待できます。交流人口増加策とともに、企業誘致については高速道と新幹線の高速交通網が整備され、広くて都市部に比べて安い土地、豊富な水がある本市を国内外にPRしていきます」。

南九州西回り自動車道・出水ー出水北間では、出水市の単独事業として全国初の高速道路上の直接アクセスできる「道の駅」開設計画を進めている。2023年度に詳細設計、土地評価などを行い、既に用地協議に着手。施設の設計、建設、維持管理および運営について官民連携（PPP）手法

で実施するため、24～25年度に事業者選定を行う。

「美山ICから八代以北の九州自動車道・宮原SAまでの130kmの間にトイレ休憩所がなく、建設予定地はちょうど真ん中になります。上下両線から道の駅に入る取付道路（ランプ）のトンネル工事は国に委託施工してもらいます。オープンが水俣一出水間の供用開始と同時に1年以内が目標です。周辺の水俣市、伊佐市、さつま町、長島町との広域連携でいろんな物産を集めて情報発信するほか、川内原発から半径30km圏のUPZ外にあり、大規模災害時の後方支援基地などの防災機能の役割も果たします」。

ツルと武家屋敷群生かし交流人口増 肥薩おれんじ鉄道の活用と利用促進

2021年11月、「出水ツルの越冬地」としてラムサール条約湿地に登録。22年11月にはラムサール条約湿地自治体の認証を受け、出水市のブランド化や世界への情報発信に取り組んでいる。

「ラムサール条約に登録したのは、単に観光客の数を追うのではなく適正な数で環境を守っていく狙いからです。市内の小中学生を対象としたツルガイド博士の検定制度も設けています。環境の保全や学習、観光振興に加え、入域規制により鳥インフルエンザの防疫対策にもなっています。荒崎地区はツルだけでなく日本の約600種の野鳥のうち約300種を見ることができ、海外でも有名です。台湾の野鳥保育協会とは連携協定を結び、会員の現地電子メーカーが視察に訪れるなど野鳥の取り持つ縁で交流も始まっています」。

出水麓武家屋敷群は20年8月の日本遺産認定に伴う規制緩和に伴い、22年6月の「RITA出水麓宮路邸」に続き、23年6月に「土持邸」「加藤邸」と保存地区内に武家屋敷を活用した3棟の宿泊施設が開業したほか、レストラン等もオープンしている。

「出水麓の武家屋敷群は国の重要伝統的建造物群保存地区としてホテルやレストランなどを開設できませんでしたが、日本遺産認定を機に、規制を緩和しました。環境省や市の補助で武家屋敷が民活により次々と宿泊施設やレストランなどに活用され、交流人口拡大にもつながっています」。

第三セクターの肥薩おれんじ鉄道は今年、開業20周年を迎えた。通学利用減などが続く中、出水市では大産業祭、中の市（そば市）、オールドカーフェスティバル等のイベントで臨時列車の運行や利用特典の付与など利用促進に取り組んでいる。

「市内に野田、高尾野、西出水、出水、米ノ津の5駅があり、高校生が通学に使っているほか、かんきつ類などの貨物輸送手段として重要なインフラです。2024年度は阿久根市、薩摩川内市とともに沿線3市で任意の協議会をつくって利用促進や財源確保に向けて積極的に推進していくことにしています」。

日本有数の養鶏を生かした食 自然と歴史のSDGs未来都市

出水市の農業生産額の8割は畜産が占め、畜産のうちの7割が鶏。同市は2019、20年の市町村別農業産出額（鶏卵部門）で日本一となるなど、日本有数の鶏卵や鶏肉の生産地である。ほかにかんきつ類の栽培も盛ん。

「干拓地を中心に水田も広く、米との二毛作でジャガイモやブロッコリー、ソラマメなどを栽培しています。東京では出水産ソラマメはブランド化されています。農林水産物等のブランド化を目的に出水ラムサールブランドPRロゴを作成し、『ツルといきる、未来につなぐ』を合言葉に本市の特産品を全国へPRしています」。

出水市は2023年5月、SDGsの理念に沿ったまちづくりを進める自治体として国が選定する「SDGs未来都市」に認定された。

「ツルと歴史の町としてブラッシュアップし、次世代に引き継いでいく取り組みが評価されました。SDGs未来都市計画では、2030年の出水のあるべき姿として、『世界に誇れる豊かな自然、未来へ紡ぐいにしへのまち』の継承により、地域の経済、社会、環境の3側面での持続可能なまちづくりを目指しています」。

SDGsの一環として2023年5月、自治体新電力を手がけるパシフィックパワー（東京）などと共同で地域エネルギー会社「いずみみらい」を設立。24年2月には竹材から飼料・肥料を製造する大和フロンティア（都城市）と包括連携協定を締結した。

「いずみみらいでは公共施設の屋根に設置した太陽光パネルで発電した電気を売電し、昨年10月から公共施設に電気を供給しています。2024年度以降は収益で公共施設のLED化、省エネ化の設備投資を進めていきます」「高齢化などによる担い手不足で増えている放置竹林対策として、大和フロンティアの4トン車が入るところを無償で伐採してもらうことにしています。竹はバイオ発電燃料のほか、さつま町にある工場で竹パウダーになり、牛の飼料や肥料として有効活用されます」。

出水市の 名産と観光スポット

出水市は、日本で初めてラムサール条約湿地自治体に認証され、豊かな自然環境で生産・製造された農林水産物や加工品等があります。年間を通してさまざまなかんきつ類が楽しめ、八代海でとれるノリはふるさと納税返礼品としても人気です。また、鶏肉と鶏卵の日本有数の生産地であり、ご当地グルメ「いずみ親子ステーキごはん」は満足すること間違いなし。観光スポットは、毎年1万羽以上のツルが渡来する日本一のツルの越冬地。早朝の一斉飛び立ちや優雅に大空をはばたく姿は幻想的です。また、「出水麓武家屋敷群」は石垣や武家門など約400年前の面影を多く残し、武家屋敷をリノベーションしたホテル、レストランも好評です。その他、越冬するツルや世界のツルなどを学べる「ツル博物館クレインパークいずみ」、日本一の大鈴がある「箱崎八幡神社」、遊歩道や展望台であじさいや紅葉を楽しめる「東雲の里」、出水平野を一望でき春には桜も楽しめる「東光山公園」なども魅力です。



そうしんSDGsアワード優秀賞！ SOKO KAKAKA

そうしんSDGsアワードとは

鹿児島相互信用金庫はSDGs（持続可能な開発目標）の優れた取り組みを表彰し、さらなる取り組みの支援と県内中小企業へのSDGs普及促進を図るため令和3年度に続き「令和4年度そうしんSDGsアワード」を開催した。2022年10月行われた最終選考会では、そうしん営業店が推薦した50件のうち書類選考を通過した8社・団体が活動内容を披露。選考委員（委員9人、委員長=津曲貞利・日本ガス社長）による審査の結果、SOKO KAKAKAが優秀賞を受賞した。

SOKO KAKAKA

川内川と隈之城川が合流する河川敷の隣接地に立地する約260㎡の空き倉庫跡をリノベーションした施設にスイーツ、喫茶、服飾・アクセサリー、花などの6店舗がテナントとして出店している。川内川を生かして利用客と出店者、利用客同士の会話や交流で豊かな時間を提供するとともに、スタートアップや地域振興、豊かで住みよいまちづくりにつなげようと「川る・交わる・変わる」から「SOKO KAKAKA」とした。1997年から薩摩川内市東小路町でワインとイタリア料理の店を営む友ダンジェロ有限会社の田尾友輔社長が2021年2月に開設し、プロデューサーとして企画・運営に当たっている。



SOKO KAKAKA :
薩摩川内市西開間町22-15
(☎080-3956-1925)



SOKO KAKAKA
田尾友輔プロデューサー

「令和4年度そうしんSDGsアワード」でSOKO KAKAKAが優秀賞を受賞しました。市内中心部を流れる川内川河畔に立地する空き倉庫を活用してコーヒーやスイーツ、雑貨などの6店舗が入居。利用客と出店者が出会い、交流できる“私設の公民館”としての役割を果たすとともに、出店者には起業や事業拡大のチャレンジの場となり、川内川を生かしたまちづくりの拠点になっています。SOKO KAKAKAプロデューサーで施設を運営する友ダンジェロの田尾友輔社長（33）に開設のきっかけや事業内容、今後の展開などをお聞きしました。

ランドスケープ設計の経験生かし 川内川に人々が日常集まる景観を

－SOKO KAKAKA開設につながる田尾社長の経歴をお聞かせください。

松陽高校美術科から多摩美術大学環境デザイン学科に進み、大学卒業後は2013年に全国各地のオフィスビル建設や公共事業、再開発事業などを手がける東京の日建設計に入社。ランドスケープ設計部でオフィスビル周りの公共空間などの設計に携わりました。



店内風景

実は学生時代の2011年、東日本大震災の津波で流された町の都市計画を提案する機会があり、見た目や経済合理性ではなく安全・安心、防災、人々の暮らしに重きを置いた建築のあるべき姿を学びました。そんな思いから2017年、東京のUDSという会社に転職しました。ホテルや商業施設、公共施設など事業の企画立案から設計、建築、さらに運営まで一貫して行うまちづくり会社です。その会社がたまたま故郷の薩摩川内市でスマートハウス実証実験事業を展開していて、転職と同時にUターン。UDS社員として4年間、スマートハウス運営に携わり、市民を集めたまちづくりの対話の場を仕事の一環として設けたりしました。

SOKO KAKAKAを運営する友ダンジェロという会社は1997年に父が立ち上げ、同じ店名でワインとイタリア料理のレストランを経営しています。UDSでの経験をベースに2021年に独立し、父親から友ダンジェロ代表を引き継ぎ、会社の中に新たにまちづくり部門を設け、SOKO KAKAKA運営などまちづくりに取り組んでいます。

—SOKO KAKAKA開設のきっかけは何だったのですか。

私がUターンする前の2015年から川内川河川敷でリバーフロントマルシェが年1回開催されていました。地元の若手農家が集まって農産物を直売する市民主体のイベントです。第4回の2018年から私も加わったのですが、当時は財政的に行き詰まっていて農産物主体では持続するのが不可能な状況でした。そこで、コンセプトを年1回でもいいから川内川に足を運んでもらうためのマルシェに変えました。一級河川の川内川が街の中心部を流れているという特性に着目し、大学生や観光客など多くの人が集う京都の鴨川のような風景をつくれなかと考えたのです。

ただ年1回のマルシェでは日常的に川に人が集う風景は定着しません。毎日でも来るきっかけがないと難しいなと思い悩んでいたタイミングで、築30年の地元高校漕艇部の艇庫が河川改修に伴って近くに機能移転する話を聞きつけ、この倉庫を市から賃借して常設のイベントスペースとして活用しようと考えたのです。早速、クラウドファンディングを実施したところ170万円が集まりました。この資金でテーブルや椅子をそろえ、照明設備や消防設備を整備して2021年2月、毎週日曜日だけオープンするイベントスペースのSOKO KAKAKAがオープンしました。

イベントスペースから常設店舗に 本気度の高いテナント入居者集合

—2022年11月にイベントスペースからテナント常設店にリニューアルしました。

私が東京暮らしで楽しかったのは、下町とか沿線各駅にそれぞれ特徴があり、その地で商売している方との出会いでした。川内にUターンして出会いの機会が減ったと感じていたため、出会える場をつくらうと考えたのがこの施設です。オープンすると各メディアに取り上げてもらい、次第に出店者にフォーカスが当たり始め、思い描いていた以上の効果が生まれ始めました。



店内風景

冷暖房のない倉庫跡は夏暑く、冬寒くて来場者の滞在時間短縮や出店者の売り上げ減や出店者の集客努力などにも熱量差が出てきました。そこで、継続させるにはこれらを解決しなければならないと冷暖房設備を整え、週1日だけのイベントスペースから月曜定休の常設店のテナント施設として再スタートしました。リニューアルには地元の未利用竹材を使った遮熱性と耐久性に優れたセルロースナノファイバー塗料を企業から無償で提供してもらい、屋根と外壁を塗りました。

—常設のテナント施設にしたことでどんな変化があったのですか。

本気で改装する覚悟を決めたら、本気で何かを始めたい入居者が集まりました。当初7店舗で始まり、うち6店舗が現在も継続出店しています。常設店に加え、1日貸しからのレ

ンタルスペースも設けています。レンタル区画は多い時で1日に3、4店舗入っている日もあり、施設のにぎわいづくりにつながっています。レンタルの出店件数は毎月累計でいたい60店ほどになります。



レンタル区画

利用客は30~40代の主婦層が多く、土・日になると目の前の河川敷に公園があるので子ども連れの家族にも多く利用してもらっています。数多くのメディアにも取り上げてもらい、薩摩川内市市民だけでなく県内各地から来られます。

—田尾さんと出店者との関係づくりで工夫しているところは何か。

最初の1年間は持続可能な小売業を模索しながら毎月1回ミーティングを行ってきましたが、最低1年間は続いた人たちのなかで、次は自分で考えて動いてほしいと今はそれぞれに任せています。イベントも特にこちらから仕掛けることはなくなりましたが、レンタルの出店者同士がつながって月に1、2回ほど貸し切りでイベントをしてくれています。こうした自発的な動きをサポートする立場に私は徹するようにしています。

無料のコーヒー屋台で住民と対話 中心市街地のまちづくりに生かす

—SOKO KAKAKAとまちづくりにおける田尾社長の今後の取り組みをお聞かせください。

テナント入居者、地元住民、行政、金融機関、民間企業などSOKO KAKAKAに関わる人たちと連携しながら、創業の機運づくり、遊休資産の利活用、UIターンコミュニティ、まちづくりプレー



無料のコーヒー屋台

ヤーの育成、空き家・店舗の利活用、事業者育成、関係人口創出などに取り組み、地域の未来の風景をつくっていかねばと考えています。ここから企業が育っていくのも楽しみです。

まちづくりでは、薩摩川内市は今年で合併20周年になりますが、友ダンジェロとして中心市街地の活性化と旧4町の経済活性化事業に携わっています。この1年、薩摩川内市の活性化に取り組んできた結論として、原点に戻って住民の話を聞いた方がいいということになりました。そこで、小さなりヤカーを使った移動式の屋台を私とボランティアで月1回市街地に繰り出し、無料のコーヒーを提供しながらまちづくりについて対話する取り組みを今年3月から始めました。このほか、宮崎県えびの市、伊佐市、湧水町、それに薩摩川内市を流れる川内川流域の自治体連携事業に携わっています。こうした活動を通じて、まちづくりに関わる人材を地元で育成することが大切だと痛感しています。

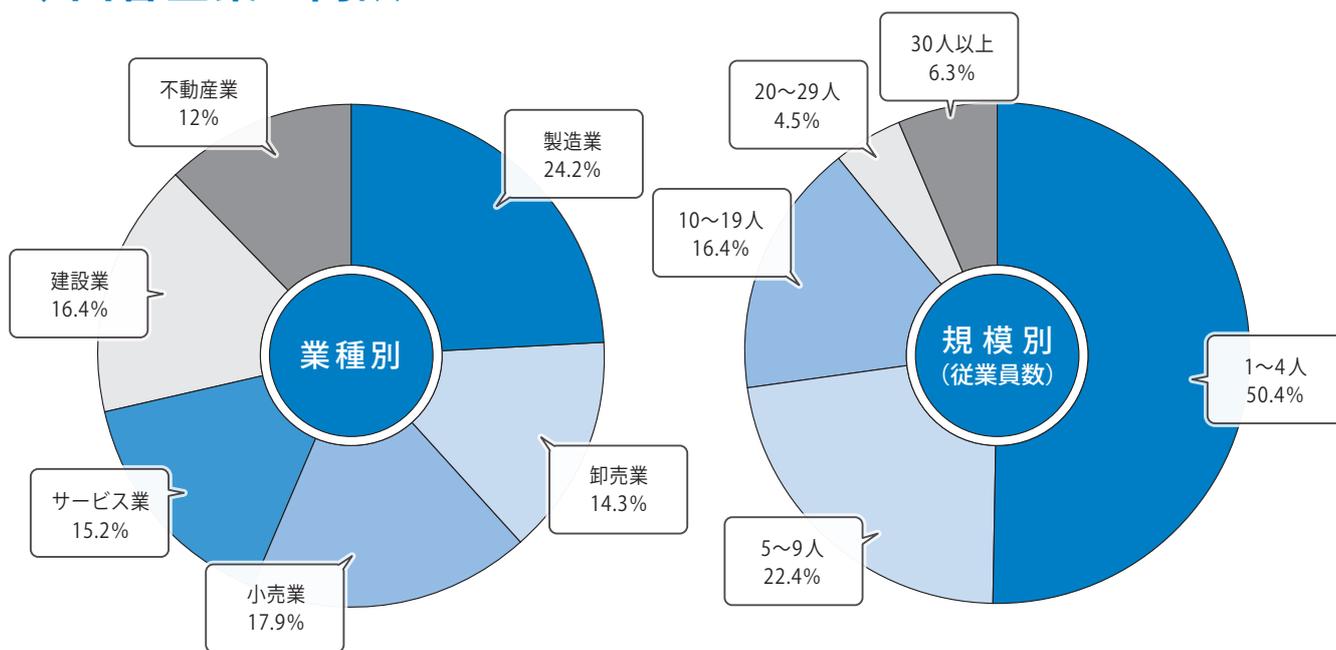
令和5年
10月期
—
令和6年
3月期

中小企業動向調査概要

◆調査の要領

- 調査対象の選定 鹿児島県内に本店を置く、鹿児島、鹿児島相互、奄美大島信用金庫のお取引先
- 調査の方法 営業係による聴取・回収、または窓口での聴取
- 調査内容 売上、収益、価格、設備、借入等について実数ではなく、経営者の感覚や判断を聴取
- 調査期間 令和5年10月上旬ならびに令和6年3月上旬の2回
- 調査票の回収状況 令和5年12月期335件、令和6年3月期335件

◆回答企業の内訳 (基準日:令和6年3月期)



◆景気動向判断指数について

この調査では、景気判断の基準として「D I」(Diffusion Indexの略、景気動向指数)による分析方法を用いています。「D I」とは「増加」(または「上昇」、「過剰」など)したと答えた企業割合から「減少」(または「下降」、「不足」など)したと答えた企業割合を差し引いた数値のことで、不変部分を除き「増加」したとする企業と「減少」したとする企業のどちらの力が強いかを時系列的に比べる方法です。

全業種

All types of business

業種全体で景況感D Iは好調、 今後の堅調な推移を期待(総評)

令和5年10月～12月期（以下「令和5年12月期」という）、および令和6年1～3月期（以下「令和6年3月期」という）の業況感は、業種全体で回復基調という結果になった。

令和6年3月期における業種全体の業況判断D Iは、15.8（令和5年9月期▲1.8）となり、前期比で17.6ポイント改善した。全体としての業況感D Iが、二期連続のプラス水準となったのは、令和元年9月期～12月期以降、約4年ぶりとなる。

新型コロナの影響を受けにくい建設業や不動産業は、コロナ禍においても順調に推移しており、製造業・サービス業もその他の業種に先行して業況感がプラス値まで回復していたが、令和6年3月期において、全業種の景況感がプラス値となった。これは平成30年12月期以来5年ぶりである。

売上額D Iは、令和5年12月期に同年9月期に比べて13.3ポイント高まり21.8、さらに令和6年3月期には7.5ポイント高まり29.3と上昇基調、見通しにおいても同程度を維持する見込みである。また収益D Iについても、同年9月期に再度マイナスに転じて▲1.5を示したが、同年12月期には6.0と再びプラス値となり、令和6年3月期には15.2と上昇基調、見通しにおいても同程度を維持する見込みである。そのほかのD Iも令和6年3月期と同程度の見込みであり、堅調に推移するものと期待される。

景況天気図

業種名	令和4年			令和5年				令和6年	見通し
	4～6月	7～9月	10～12月	1～3月	4～6月	7～9月	10～12月	1～3月	4～6月
全体 335(100%)									
製造業 81(24.2%)									
卸売業 48(14.3%)									
小売業 60(17.9%)									
サービス業 51(15.2%)									
建設業 55(16.4%)									
不動産業 40(12.0%)									

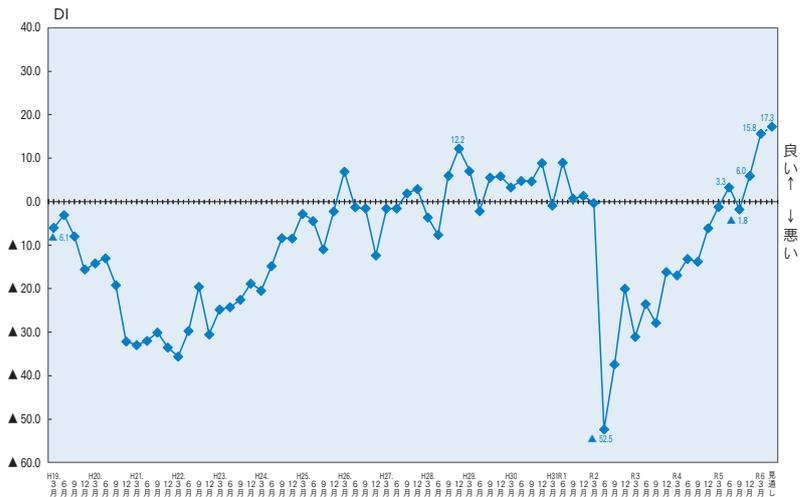


『業況』

業況感DI大きく改善、二期連続のプラス圏

業況感DIは、令和5年12月期に6.0（対令和5年9月期より7.8ポイント上昇）、令和6年3月期に15.8（対令和5年12月期より9.8ポイント上昇）と大きく改善した。

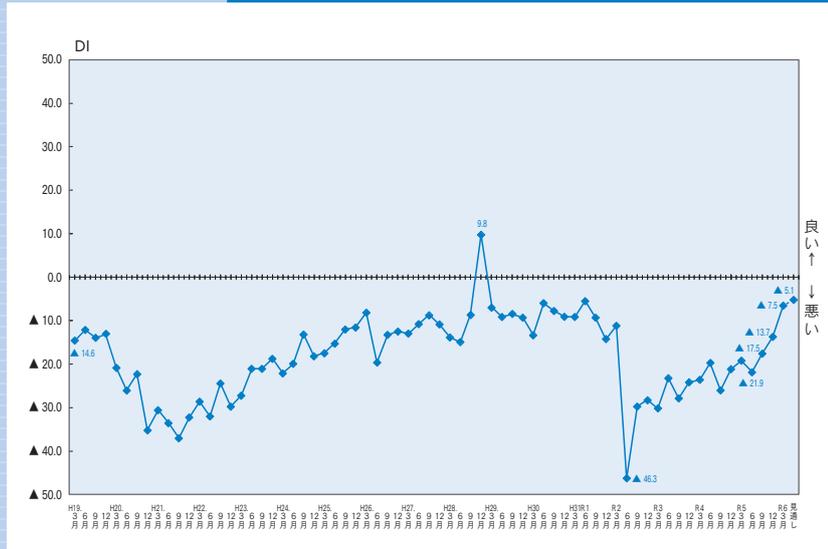
来期も同水準で推移する見込みであり、今後の堅調な推移を期待したい。



『資金繰り』 大きく改善、続伸に期待

資金繰りDIは、令和5年12月期に▲13.7（対令和5年9月期より3.8ポイント上昇）、令和6年3月期に▲7.5（対令和5年12月期より6.2ポイント上昇）と大きく改善した。

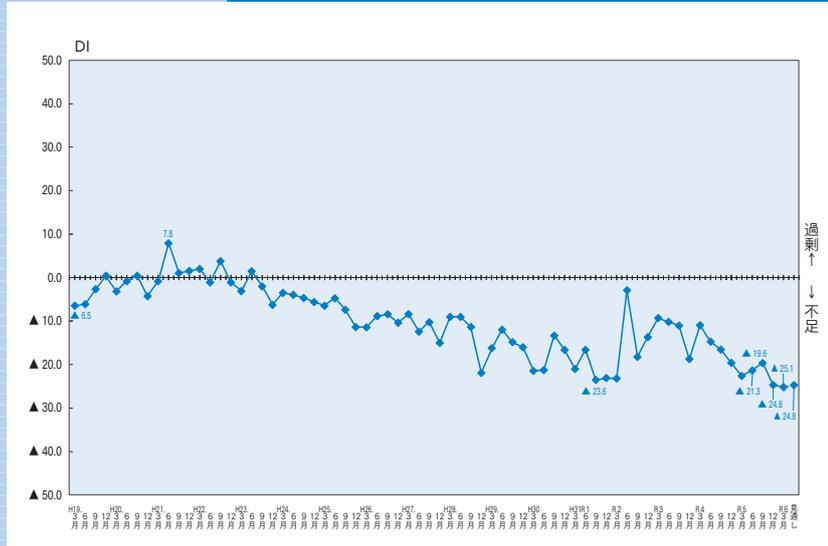
次期も改善傾向となる見通し。令和5年6月期より改善傾向が続いており、次期以降も続伸となるか期待したい。



『雇用』 業況感の上昇に雇用が 追い付かず不足感強まる

雇用DIは、令和5年12月期に▲24.8（対令和5年9月期より▲5.2ポイント減少）、令和6年3月期に▲25.1（対令和5年12月期より▲0.3ポイント減少）と減少傾向である。業況感の上昇に雇用が追い付かず不足感が強まっているようだ。

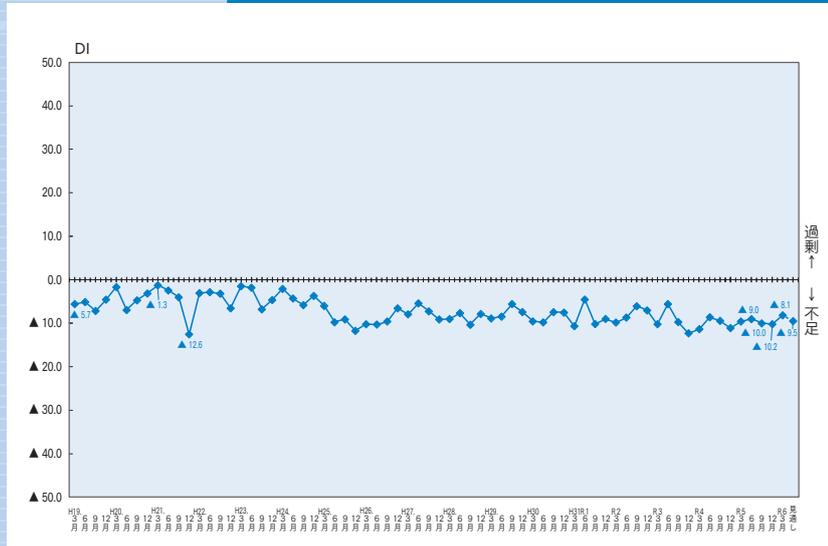
次期も同水準での推移で、近々では不足感の解消には至らないものと見込まれる。



『設備』 不足感がやや改善

設備状況DIは、令和5年12月期に▲10.2（対令和5年9月期より▲0.2ポイント減少）、令和6年3月期に▲8.1（対令和5年12月期より2.1ポイント上昇）と不足感がやや改善して着地した。

次期は不足感が悪化する予想となっていることから、引き続き注視したい。

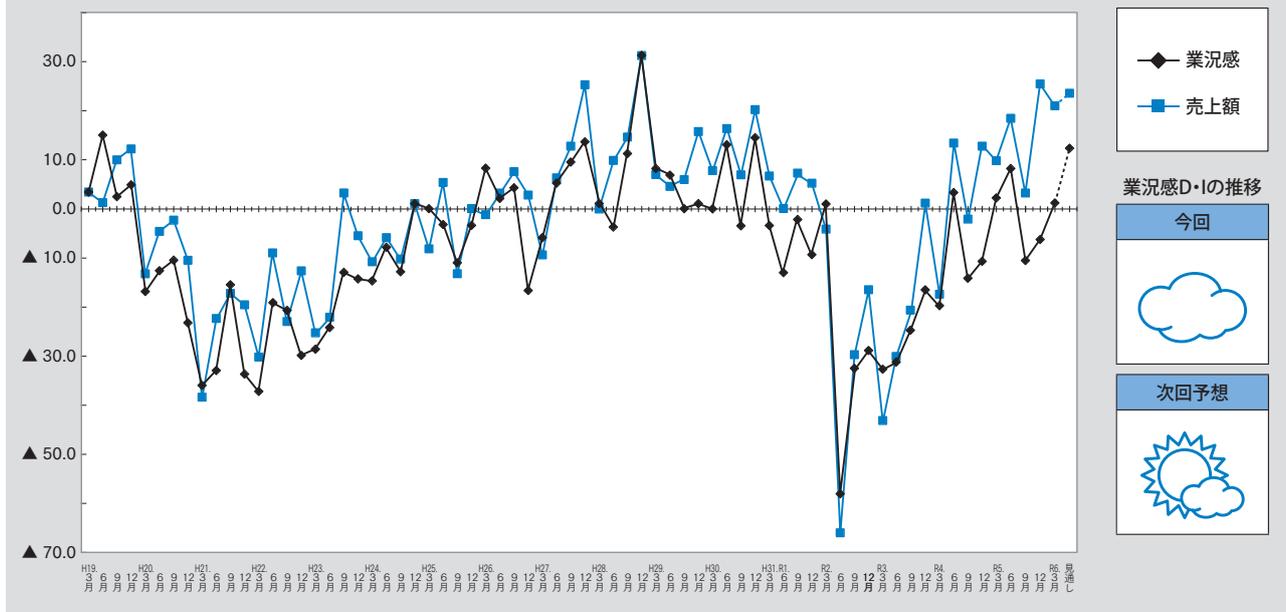


製造業

Manufacturing

業況感D I 改善し プラス圏へ

D・I 推移グラフ(製造業)



1 今期 (令和5年10-12月期・令和6年1-3月期)

業況感D Iは、令和5年12月期に▲6.1(前期比4.4ポイント改善)、令和6年3月期に1.2(前期比7.3ポイント改善)とプラス値となった。

項目別では、収益D Iが令和5年12月期に2.0(前期比9.4ポイント改善)とプラス値になり、令和6年3月期も8.6(前期比6.6ポイント改善)とプラス値を維持した。そのほかの項目については、令和5年12月期と比較して、令和6年3月期は若干悪化したもののプラス値を維持している。

2 来期の予想 (令和6年4-6月期)

来期の業況感D Iは12.3とD I値プラス水準を維持しながら上昇する見込みであり、売上額・販売価格D Iも上昇する見込みである。原材料価格D Iについては、引き続き減少基調である。

DI値の推移 (過去1年と3カ月後の予想)

	R5. 3月期	R5. 6月期	R5. 9月期	R5. 12月期	R6. 3月期	来期 見通し
業況感	2.2	8.2	▲10.5	▲6.1	1.2	12.3
売上額	9.8	18.4	3.2	25.3	21.0	23.5
収益	▲2.2	3.1	▲7.4	2.0	8.6	8.6
販売価格	35.9	37.8	29.5	46.5	23.5	32.1
原材料価格	66.3	69.4	57.9	67.7	56.8	48.1
在庫	3.3	3.1	1.1	9.1	3.7	0.0
資金繰り	▲17.4	▲18.4	▲24.2	▲15.2	▲16.0	▲11.1
人手	▲22.8	▲19.4	▲13.7	▲26.3	▲21.0	▲18.5
設備状況	▲10.9	▲14.3	▲13.7	▲14.1	▲11.1	▲12.3

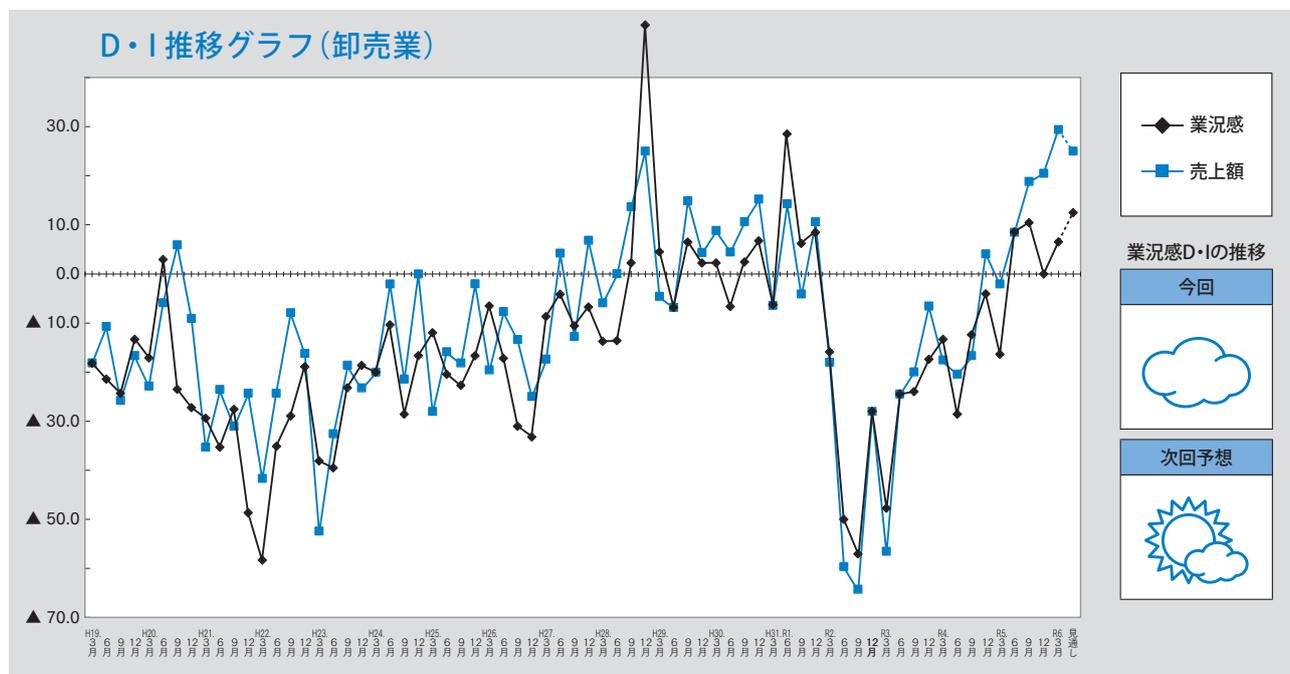
業況調査メモ

曾於市に本社を置くマトヤ技研は、オンリーワン・ナンバーワンの食肉処理機械の開発・製造・販売・施工で業績を伸ばしている。わが国の畜産基地である鹿児島・宮崎両県の食肉処理現場の悩みをヒントにさまざまな製品を開発し、政府のものづくり日本大賞を2度も受賞している。これら省力機械は、以前は省人化が背景だったが、最近は労働環境を改善して従業員を辞めさせないために導入するケースが多いという。ここ数年は個々の機械だけでなく食肉プラント施工でも実績を重ねる。同社は、独自の製品開発、他社製品に勝る品質、販売力、メンテナンス対応力を企業発展のポイントに置いている。

卸売業

Wholesale trade

業況感D I プラス圏を堅持



1 今期 (令和5年10-12月期・令和6年1-3月期)

業況感D Iは、令和5年12月期に前期比10.4ポイント悪化し0.0となったものの、令和6年3月期に前期比で6.3ポイント改善し6.3となり、プラス圏で推移した。

売上額・販売価格・仕入価格D Iも令和5年12月期・令和6年3月期ともにD I値が上昇している。在庫D Iについては令和5年12月期に不足感が増したものの、令和6年3月期には再び過剰感を示した。一方で人手の不足感は続いている。

2 来期の予想 (令和6年4-6月期)

来期の業況感D Iは12.5と上昇基調の予想となっている。販売価格・仕入価格D Iは低下見込みであり、人手D Iは引き続き不足感が続く見込みである。

DI値の推移 (過去1年と3カ月後の予想)

	R 5. 3月期	R 5. 6月期	R 5. 9月期	R 5. 12月期	R 6. 3月期	来期 見通し
業況感	▲ 16.3	8.5	10.4	0.0	6.3	12.5
売上額	▲ 2.0	8.5	18.8	20.4	29.2	25.0
収益	▲ 20.4	▲ 2.1	18.8	20.4	14.6	14.6
販売価格	42.9	44.7	31.3	36.7	39.6	25.0
仕入価格	63.3	61.7	47.9	53.1	56.3	39.6
在庫	2.0	4.3	0.0	▲ 8.2	8.3	8.3
資金繰り	▲ 30.6	▲ 40.4	▲ 20.8	▲ 16.3	▲ 8.3	▲ 2.1
人手	▲ 20.4	▲ 17.0	▲ 22.9	▲ 20.4	▲ 20.8	▲ 20.8
設備状況	▲ 10.6	▲ 2.1	▲ 8.3	▲ 8.2	▲ 8.3	▲ 6.3

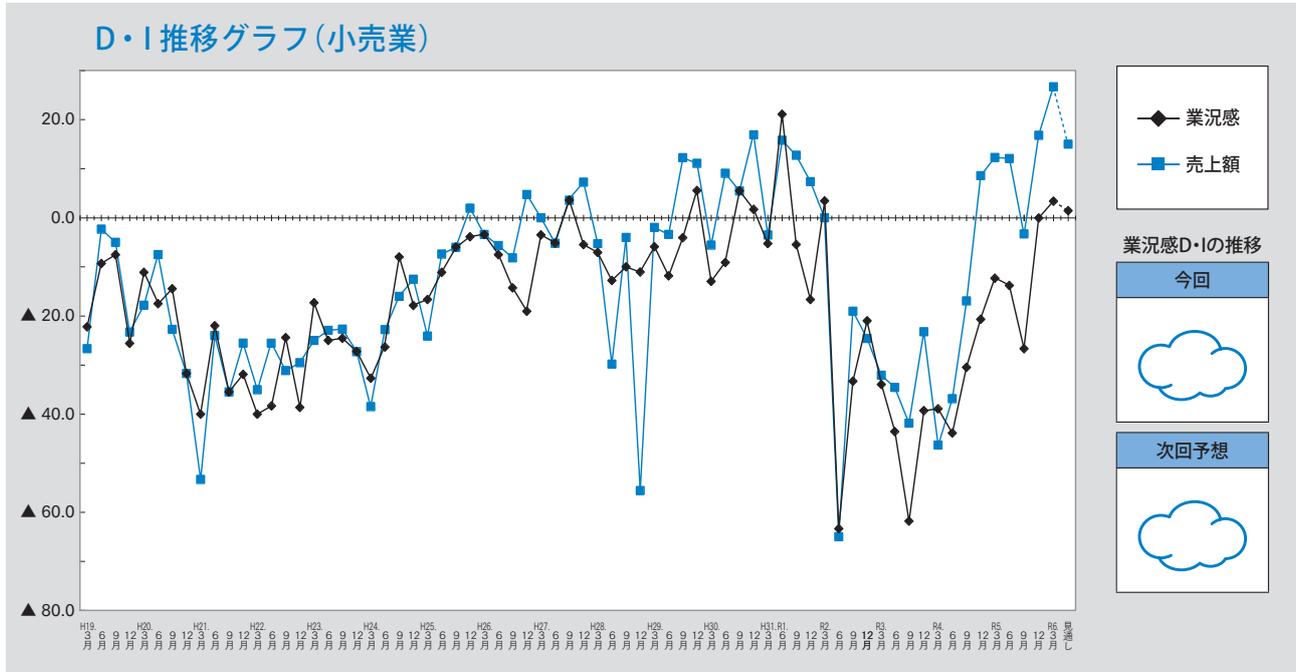
業況調査メモ

錦江湾奥でブリ養殖から加工、国内外への販売を手がけるグローバル・オーシャン・ワークスグループ(本社・垂水市)。売り上げの7割になる輸出の9割をアメリカが占め、量販店や和食レストラン、すし店などに販売されている。販売力の源となったのが、半世紀以上の歴史を持つアメリカの水産卸会社を2016年に買収したこと。現在、支店網を拡大中で、今後はアメリカ市場へのブリ食文化の普及拡大に注力していく。県産品の輸出に当たっては、輸出先の小売業や消費市場に販売網を持つ現地の卸商社や代理店との連携が大切だといえる。

小売業

Retail trade

業況感D Iが プラス圏へ回復



1 今期 (令和5年10-12月期・令和6年1-3月期)

業況感D Iは、令和5年12月期に0.0（前期比26.7ポイント改善）と令和2年3月期以来にマイナスから脱し、令和6年3月期に3.3（前期比3.3ポイント改善）と上昇基調となった。売上額D Iも令和5年12月期に16.7（前期比20.0ポイント改善）とプラス値に転じて、令和6年3月期に26.7（前期比10.0ポイント改善）と上昇基調、収益D Iも令和6年3月期に13.3（令和5年9月期比35.0ポイント改善）とプラス値に転じた。一方で在庫D Iは、令和6年3月期に1.7と適正值に近づいた。

2 来期の予想 (令和6年4-6月期)

来期の業況感D Iは、1.7の予想であり、プラス値ではあるものの令和6年3月期比で1.6ポイントの悪化が見込まれている。業況感D Iのプラス値堅持を期待したい。販売価格・仕入価格D Iは低下見込みであり、在庫D Iは不足感が強まる見込みとなっている。

DI値の推移 (過去1年と3カ月後の予想)

	R 5. 3月期	R 5. 6月期	R 5. 9月期	R 5. 12月期	R 6. 3月期	来期 見通し
業況感	▲ 12.3	▲ 13.8	▲ 26.7	0.0	3.3	1.7
売上額	12.3	12.1	▲ 3.3	16.7	26.7	15.0
収益	▲ 3.5	0.0	▲ 21.7	▲ 3.3	13.3	11.7
販売価格	40.4	55.2	36.7	35.0	40.0	21.7
仕入価格	70.2	69.0	53.3	61.7	50.0	38.3
在庫	5.3	0.0	1.7	11.7	1.7	▲ 3.3
資金繰り	▲ 36.8	▲ 31.0	▲ 33.3	▲ 25.0	▲ 16.7	▲ 16.7
人手	▲ 10.5	▲ 25.9	▲ 16.7	▲ 13.3	▲ 21.7	▲ 20.0
設備状況	▲ 1.8	▲ 5.2	▲ 5.0	▲ 6.7	▲ 3.3	▲ 8.3

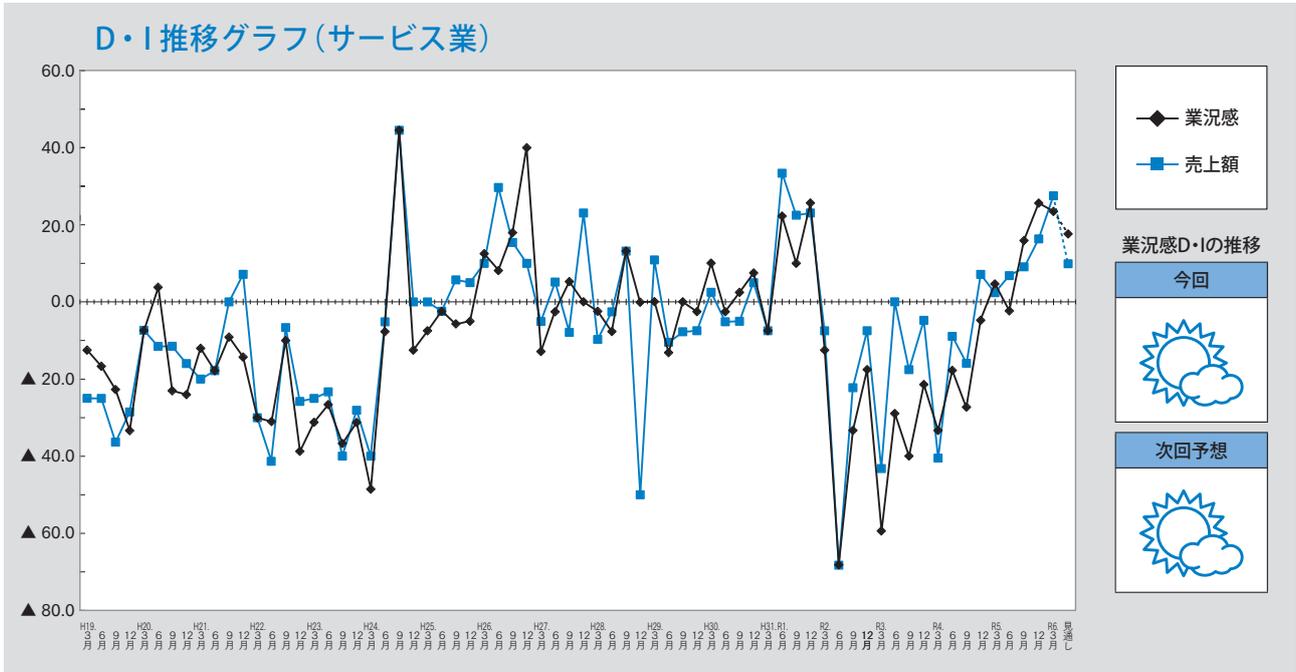
業況調査メモ

今や社会インフラとしての役割を果たしているコンビニエンスストアだが、県内ではローソン、ファミリーマート、セブンイレブンの3強がしのぎを削り、最近では閉店するケースも珍しくない。コンビニ業界で2月、KDDIがローソンに株式公開買い付け（TOB）を実施すると発表し話題となった。今後はKDDIと三菱商事の共同経営となり、同業他社だけでなく、コロナ禍で急拡大したネット通販との小売り競争での勝ち残りを目指す。コンビニは消費者ニーズの変化を先取りしたさまざまなサービスを導入しながら進化し続けてきた。通信会社とタッグを組むことでどんな進化を見せるのか注目される。

サービス業

Service industry

業況感・売上額D Iともに プラス圏を堅持



1 今期 (令和5年10-12月期・令和6年1-3月期)

業況感D Iは、令和5年12月期に25.6（前期比9.7ポイント改善）、令和6年3月期に23.5（前期比2.1ポイント悪化）とプラス値を堅持した。

売上額・収益D Iも令和5年12月期・令和6年3月期ともにD I値が改善している。資金繰りD Iは令和6年3月期に0.0（前期比7.0ポイント改善）とプラス値となったが、人手D Iは依然として不足感が強い。

2 来期の予想 (令和6年4-6月期)

来期の業況感D Iは、17.6とやや悪化予想であるものの、依然としてプラス値を維持する予想である。その他D Iについても同様に、プラス値は維持する見込みである。

依然として、人手の不足感が強く、設備不足とあわせて人手の確保が課題である。

DI値の推移 (過去1年と3カ月後の予想)

	R 5. 3月期	R 5. 6月期	R 5. 9月期	R 5. 12月期	R 6. 3月期	来期 見通し
業況感	4.7	▲ 2.3	15.9	25.6	23.5	17.6
売上額	2.3	6.8	9.1	16.3	27.5	9.8
収益	▲ 7.0	▲ 2.3	▲ 4.5	7.0	19.6	9.8
料金価格	25.6	18.2	13.6	11.6	29.4	27.5
材料価格	55.8	47.7	47.7	53.5	43.1	33.3
在庫	-	-	-	-	-	-
資金繰り	▲ 11.6	▲ 11.4	▲ 4.5	▲ 7.0	0.0	0.0
人手	▲ 20.9	▲ 27.3	▲ 25.0	▲ 37.2	▲ 25.5	▲ 27.5
設備状況	▲ 18.6	▲ 4.5	▲ 9.1	▲ 4.7	▲ 9.8	▲ 11.8

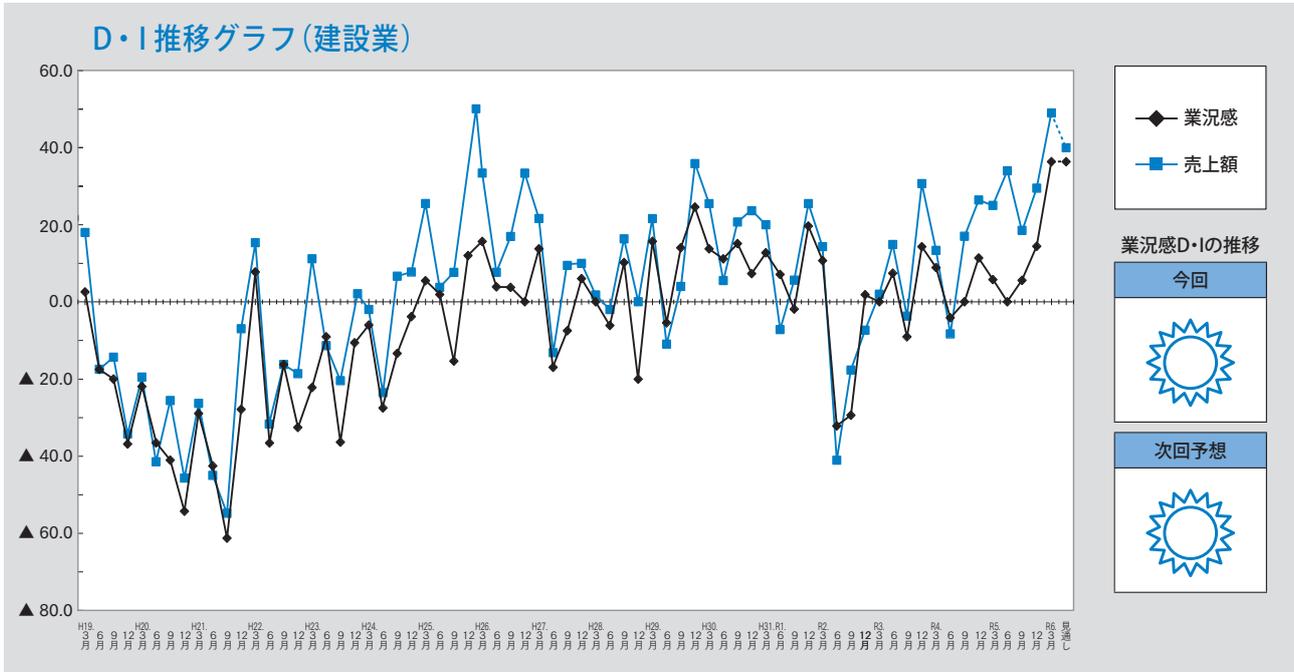
業況調査メモ

JR鹿児島中央駅東口前で2020年末まで営業、惜しまれながら“閉村”した「かごつまふるさと屋台村」。その後を引き継いで、21年4月に駅前の一番街入り口の再開発事業で建設された鹿児島中央タワーのライカ1920の1階に7店舗でオープンしたほか、鹿児島中央ターミナルビル地階にも18店舗が営業、県外からの観光・ビジネス客や地元客に好評だ。今年2月には騎射場電停前に「南国かごしま屋台村 キシャバノ横丁」（8店舗）がオープンした。博多の屋台文化は有名だが、鹿児島もこれら屋台村が鹿児島の食と焼酎を介した県内外の人との交流や情報発信の場として定着することが期待される。

建設業

Construction industry

業況感・売上額 D I ともに続伸



1 今期 (令和5年10-12月期・令和6年1-3月期)

コロナ禍においても底堅い業況感を示している建設業であるが、令和5年12月期に14.8（前期比9.2ポイント改善）、令和6年3月期に36.4（前期比21.6ポイント改善）と続伸した。また、売上額、収益、請負価格ともに上昇した。一方で、人手D Iは依然として低水準で推移しており、他業種と比較して不足感は強い。

2 来期の予想 (令和6年4-6月期)

来期の業況感D Iは、令和6年3月期と同水準程度と予想されるが、人手D Iも同水準で低調予想であることから、工事の増加とともに人手不足は依然として続いていくものと予想する。

DI値の推移 (過去1年と3カ月後の予想)

	R 5. 3月期	R 5. 6月期	R 5. 9月期	R 5. 12月期	R 6. 3月期	来期見通し
業況感	5.8	0.0	5.6	14.8	36.4	36.4
売上額	25.0	28.3	18.5	29.6	49.1	40.0
収益	3.8	7.5	5.6	5.6	23.6	12.7
請負価格	28.8	34.0	29.6	29.6	38.2	29.1
材料価格	75.0	69.8	72.2	72.2	69.1	61.8
在庫	▲ 5.8	▲ 11.3	0.0	0.0	▲ 3.6	▲ 5.5
資金繰り	▲ 7.7	▲ 26.4	▲ 9.3	▲ 13.0	▲ 7.3	▲ 5.5
人手	▲ 46.2	▲ 24.5	▲ 31.5	▲ 37.0	▲ 50.9	▲ 50.9
設備状況	▲ 7.7	▲ 13.2	▲ 11.1	▲ 13.0	▲ 7.3	▲ 7.3

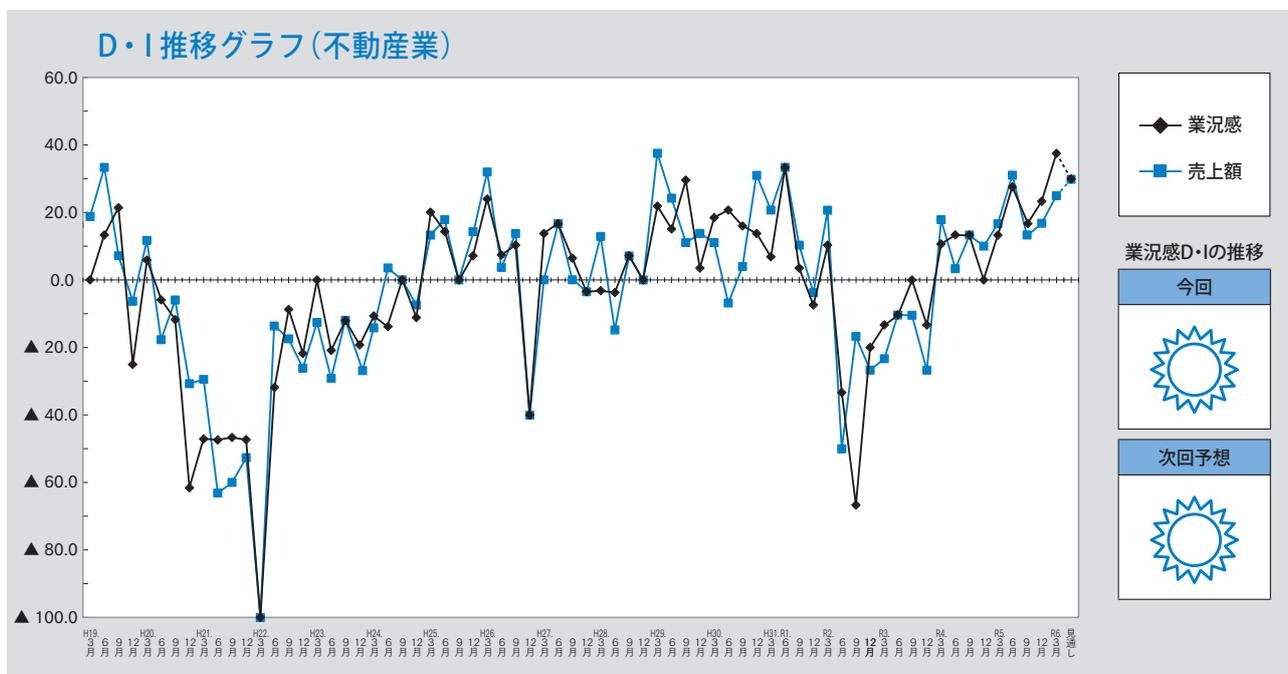
業況調査メモ

今年の元旦、震度7の強い揺れが能登半島を襲い、輪島市などでは古い家屋の倒壊が相次いだ。専門家は家屋倒壊の要因の一つとして耐震不足を挙げている。国交省が2月公表した都道府県別耐震化率では、2018年時点で鹿児島県は82.3%で、石川県の82%とあまり変わらない。建築基準法は1981年、それまでの震度5程度で大きな損傷を受けない「旧耐震」基準から、震度6程度でも耐えられる「新耐震」に改正され、95年の阪神・淡路大震災を受けて2000年には金物を使った接合部の固定などで強化するよう改められた。耐震等級最高ランク「3」の新築住宅、耐震リフォームの需要の増加が見込まれる。

不動産業

Real estate industry

業況感・売上額 D I ともに続伸



1 今期 (令和5年10-12月期・令和6年1-3月期)

令和5年12月期は業況感D Iが令和5年9月期から6.6ポイント上昇し23.3、さらに令和6年3月期には14.2ポイント上昇し37.5と続伸した。売上額D Iや収益D Iも同様に令和6年3月期にかけて上昇した。また、依然として人手の不足感は他の業種と比べ強く、資金繰りについてはプラスのD I値で推移している。

2 来期の予想 (令和6年4-6月期)

来期の業況感D Iは、令和6年3月期と比べて▲7.5ポイント減少の30.0と予想されるが、依然として高い水準を維持する見込み。その他D Iも同水準での推移予想。

DI値の推移 (過去1年と3カ月後の予想)

	R 5. 3月期	R 5. 6月期	R 5. 9月期	R 5. 12月期	R 6. 3月期	来期 見通し
業況感	13.3	27.6	16.7	23.3	37.5	30.0
売上額	16.7	31.0	13.3	16.7	25.0	30.0
収益	0.0	37.9	16.7	13.3	15.0	20.0
販売価格	30.0	24.1	30.0	36.7	27.5	25.0
仕入価格	20.0	20.7	30.0	33.3	22.5	27.5
在庫	6.7	▲ 13.8	3.3	3.3	0.0	2.5
資金繰り	▲ 3.3	6.9	6.7	6.7	15.0	15.0
人手	▲ 10.0	▲ 10.3	▲ 10.0	▲ 10.0	▲ 7.5	▲ 10.0
設備状況	-	-	-	-	-	-

業況調査メモ

JR九州は駅や鉄道の活用プロジェクトとして2022年度から「にぎわいパートナー」を公募、認定している。鹿児島市の工務店ベガハウスのグループ会社「IFOO」はパートナーとして、今年3月開業したJR霧島神宮駅の地元杉材を使った新駅舎建設に携わったほか、駅舎近くの石蔵をリニューアルした飲食店開設などに取り組んだ。昨年12月JR谷山駅の隣接地に地域交流センター「La Plus (ラプラス)」を開設した社会福祉法人慶生会も今年1月、パートナーに認定された。センターは障害者の就労支援を兼ねてベーカリーやクラフトビール工房などを備える。駅を拠点にした魅力ある街づくりが注目される。

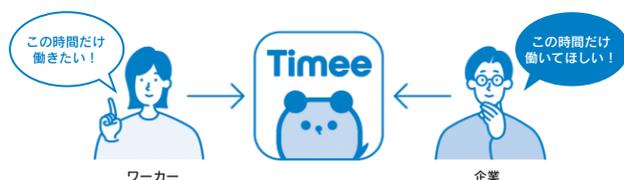
人手不足をはじめとする企業の人材課題解決に「スキマバイト」の貢献可能性

「働きたい時間」と「働いて欲しい時間」のマッチング

鹿児島相互信用金庫のビジネスパートナーである株式会社タイミーは、「働きたい時間」と「働いて欲しい時間」をマッチングするスキマバイトサービス「タイミー」を展開する会社です。タイミーの働き手は、働きたい案件に申し込むだけで、履歴書や面接無しですぐに働くことができ、勤務終了後すぐにお金を受け取れます。反対に事業者は、求めるスキルや、来てほしい時間を最短1時間から設定するだけで、条件にあった働き手と自動的にマッチングできます。2018年のサービス開始から着実に利用者数を伸ばし、現在は700万人の働き手の方々と98,000社の事業者様、230,000拠点の事業所様にご利用いただいています。

従来の「求人サイト」でも「派遣」でもない

「働きたい時間」と「働いてほしい時間」をマッチングするスキマバイトサービス

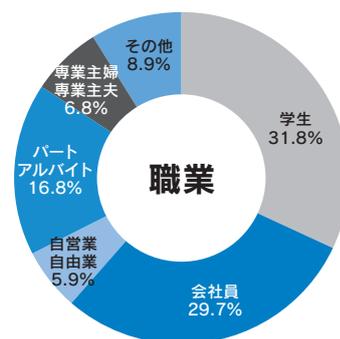
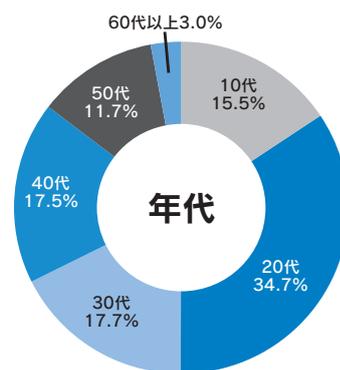
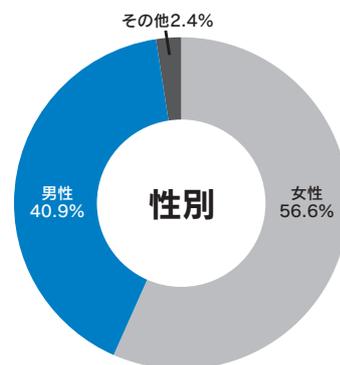


スキマバイト利用拡大の背景 ——個人、事業者双方の観点から

ここまでタイミーのようなスキマバイトサービスの利用が伸びている背景には、少子高齢化による労働人口の減少、国内の深刻な人手不足が存在します。求人広告を掲載しても応募がない。派遣会社に派遣を依頼しても人手が集まらない。これらは、あらゆる産業に普遍的な課題です。この状況は鹿児島県内においても著しく、帝国データバンクが実施した「人手不足に対する鹿児島県内企業の動向調査(※1)」によると、正社員の人手不足企業の割合は50.5%。非正社員では34.2%が人手不足で、全国の30.7%を上回っています。

また、スキマバイトサービスの利用拡大の背景には働き手側の需要の変化も。副業解禁や働き方改革による残業時間短縮の流れは、会社員の副業としてのスキマバイト利用の増加に影響しています。一社での終身雇用の時代から、働き方の多様化の時代を迎えた今、企業にも雇用や求人の方の在り方の見直しが求められているのです。

年代、職業問わず幅広い属性が利用

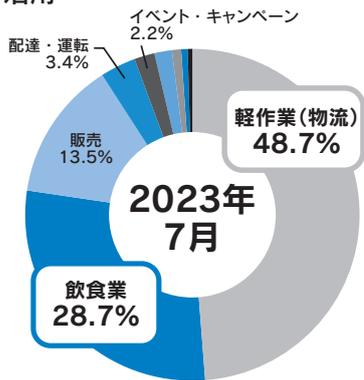


タイミーの働き手の属性割合 職業別では会社員が3割程度と、多くを占めている

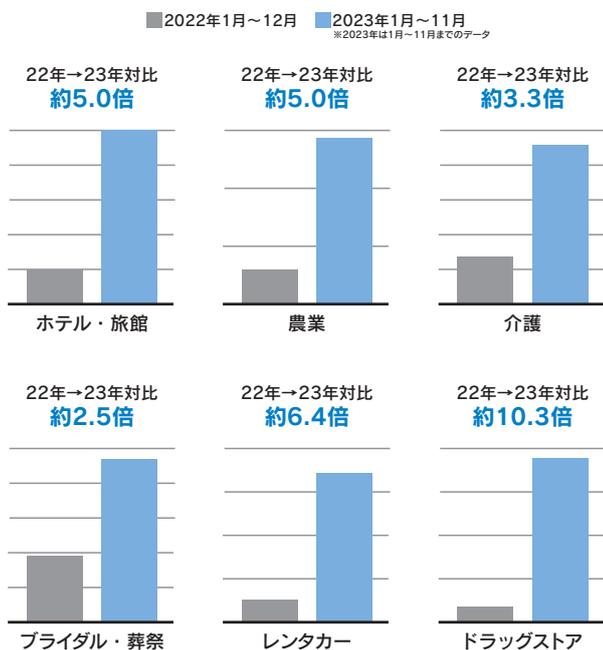
2023年、鹿児島県内のスキマバイト利用者数は前年比約2.4倍に

スキマバイトサービスを利用する企業の業種は多岐に渡ります。飲食業、物流業、小売業を始めとして、最近では宿泊業（ホテル・旅館）、農業、介護業等々の新規業界の事業者の導入も進んでいます。

物流業や飲食業をはじめとして、多種多様な業界の事業者様が活用



業種別(職業別)募集人数推移【新規業界】

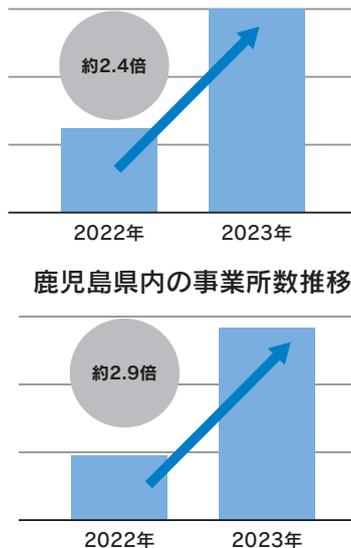


全国47都道府県でご利用いただけるタイミーは、鹿児島県内でも利用が進んでおり、2023年の働き手の数は前年比約2.4倍、事業所の数は約2.9倍に伸ばしました。

惣菜等の食品製造を行う株式会社アトスフーズでは、焼き芋製造の工程で発生する、芋の形状選別、カット作業の補助、焼成といった業務をタイミーの働き手に任せています。また、霧島市内にラーメン店「鹿児島ラーメン みよし家」を展開する有限会社鹿児島ラーメンでは、配膳や下膳、清掃といった業務をタイミーの働き手に切り出しています。さらに、タイミーの利用は県内唯一の百貨店「山形屋」でも。学生制服の採寸の日に合わせて、事前研修の募集を行ったうえで採寸の業務をタイミーの働き手に任せました。

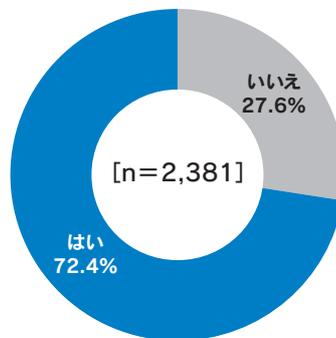
このように、初めての人でもできるような業務を切り出し、スキマバイトの働き手に任せることは、単なる人手の充足だけでなく、正規スタッフが本来の業務に集中できるようになり残業時間を削減するといった効果も見込めるのです。また、3人に2人がリピーターとして同一企業で働く傾向にあるため、業務内容の説明コストも抑えられ、勤務回数に応じて任せる業務の幅を広げることが可能です。

鹿児島県内のワーカー*数推移 *タイミーの働き手のこと



さらに、タイミーの場合はずっとここで働いて欲しいと感じた働き手を引き抜くことが可能で、その際の手数料や報告義務は一切ありません。タイミーが2023年12月に実施した調査(※2)において、全体の7割以上が「タイミーを通じて良い職場と出会えたら、そのままその職場に長期就業したい」と回答しており、働き手の側にもスキマバイトを通じた長期的な就業への意向があることが判明しています。短時間だけ働くいわゆる「お試し」的な働き方が、事業者と働き手双方の相性や適性を測る機会となるのです。

タイミーを通して良い職場と出会えたら、長期就業したいと思いますか/思ったことはありますか？



株式会社タイミー 九州広域グループ グループマネージャーの豊福氏は、「鹿児島県内では小売業を中心に、物流・飲食・宿泊・製造業等の幅広い企業様にタイミーをご活用いただいております。各地域や業界に特化した担当者によるサポート体制を整えておりますので、人材課題にお困りの際は安心してご相談ください。これからも鹿児島県のより多くの企業様と働き手の方々に理想のマッチングをご提供できるよう尽力してまいります」と話します。

(※1) 帝国データバンク「特別企画: 人手不足に対する鹿児島県内企業の動向調査」
https://www.tdb.co.jp/report/watching/press/pdf/s230501_89.pdf
 (※2) 株式会社タイミー「タイミー、スキマバイトを通じた長期採用に関する実態調査を実施 ——スキマバイト利用者の7割以上、事業者の9割以上が長期での就業/採用を望む結果に」
<https://corp.timee.co.jp/news/detail-2320/>



鹿児島相互信用金庫は持続可能な開発目標 (SDGs) を支援しています。

そうしんビジネスレポート

中小企業動向調査 No.66 令和6年4月
編集・発行 そうしん地域おこし研究所
〒890-0062
鹿児島市与次郎一丁目6番30号
TEL.099-259-5222
FAX.099-259-5227

本誌は情報提供のみを目的としたものであります。投資、施策実施等に関する最終決定はご自身の判断でなされるようにお願いします。