

第2次名護市中小企業・小規模企業振興ビジョン

令和4年3月

名 護 市

第2次名護市中小企業・小規模企業振興ビジョン

目 次

序章 振興ビジョンの概要

- 1. 振興ビジョン策定にあたって 2
- 2. 振興ビジョン策定の前提条件 5

第1章 名護市の現状

- 1. 名護市の人口動向 8
- 2. 名護市の中小企業の現状 16
- 3. 沖縄県買物動向調査 30
- 4. 名護市の支援実績 34

第2章 企業アンケート調査

- 1. 企業アンケート調査の概要 38
- 2. 企業アンケート集計結果 39

第3章 産業関係団体等ヒアリング調査結果の整理

- 1. 調査の目的 60
- 2. 産業関係団体等ヒアリング内容の概要 60

第4章 中小企業・小規模企業振興ビジョンの実施状況

- 1. 基本目標1：地域の資源を生かす 68
- 2. 基本目標2：つながりをつくる 68
- 3. 基本目標3：人や組織を育てる 69
- 4. 基本目標4：活力の基盤を築く 70
- 5. 基本目標5：情報発信の体制・仕組みを整える 70

第5章 中小企業・小規模企業が抱える現状と課題

1. 中小企業・小規模企業に関する現状認識	72
2. 課題の整理	74
1) 人材不足の解消	74
2) 様々な経営課題の解決	74
3) 魅力的な商品・サービスの開発等による収益力の向上	75
4) 市場開拓力の向上	75
5) 市内産業の域内循環率の向上	75
6) 円滑な事業承継	76
7) DX の導入促進	76

第6章 中小企業・小規模企業の振興に向けた展開方針

1. 中小企業・小規模企業の振興の基本理念	78
2. 中小企業・小規模企業の振興に向けた具体施策	78
目標1：経営基盤の安定化の支援	78
目標2：人材の確保・育成	80
目標3：企業の競争力の強化	82
目標4：新たな稼ぎ手の確保・育成	84
目標5：関係人口の創出	87

第7章 振興ビジョンの進捗管理

1. 進捗管理指標設定の設定方針	90
2. 具体的な進捗管理指標	90
3. 関係団体等の役割	92
4. 本振興ビジョンの推進体制	94
5. 本振興ビジョンの進捗管理体制	95

参考資料

参考資料1. フォローアップ調査の結果	97
参考資料2. 事例調査【沖縄市創業支援拠点「Startup Lab Lagoon」】	111
参考資料3. 第2次名護市中小企業・小規模振興ビジョン策定委員会名簿	117

序章 振興ビジョンの概要

1. 振興ビジョン策定にあたって
2. 振興ビジョン策定の前提条件

序章 振興ビジョンの概要

1. 振興ビジョン策定にあたって

1) 振興ビジョン策定の目的

「あけみおのまち」名護市は、沖縄本島北部地域の中核都市であり、市内には農業、林業、水産業、建設業、製造業、サービス業等、あらゆる産業が立地している。また、名護市における中小企業・小規模企業の活動は、観光、製造販売、サービスの提供、ものづくりなどを通し、地域の活性化や雇用の確保・創出に大きく貢献し、市民生活の安定と向上、地域経済の発展に重要な役割を果たしてきた。

名護市では中小企業・小規模企業を地域経済の重要な役割を担っているとの認識に基づき、平成 25(2013)年度に「名護市中小企業・小規模企業振興基本条例」の制定、平成 26(2014)年度に「名護市中小企業・小規模企業振興ビジョン」を策定し、地域経済の再生と雇用の創出に向けて取り組んできた。

その一方で、計画策定から 5 年余が経過し、ますます激化する市場競争、ライフスタイルの多様化、働き方改革の推進等、当初の計画では想定していなかった新たな外部環境の変化により、地域の中小企業・小規模企業はとても厳しい状況に置かれている。さらに、新型コロナウイルス感染症拡大をはじめとした新たな課題への対応、目まぐるしく変化する社会・経済環境の変化を踏まえるとともに、地域の企業の発展による地域経済の好循環の実現を目指し、中小企業・小規模企業に係る基本的な方針、具体的な施策等を取りまとめた第 2 次名護市中小企業・小規模企業振興ビジョン（以下、「振興ビジョン」という。）を策定する。

図一名護市中小企業・小規模企業振興基本条例の構成

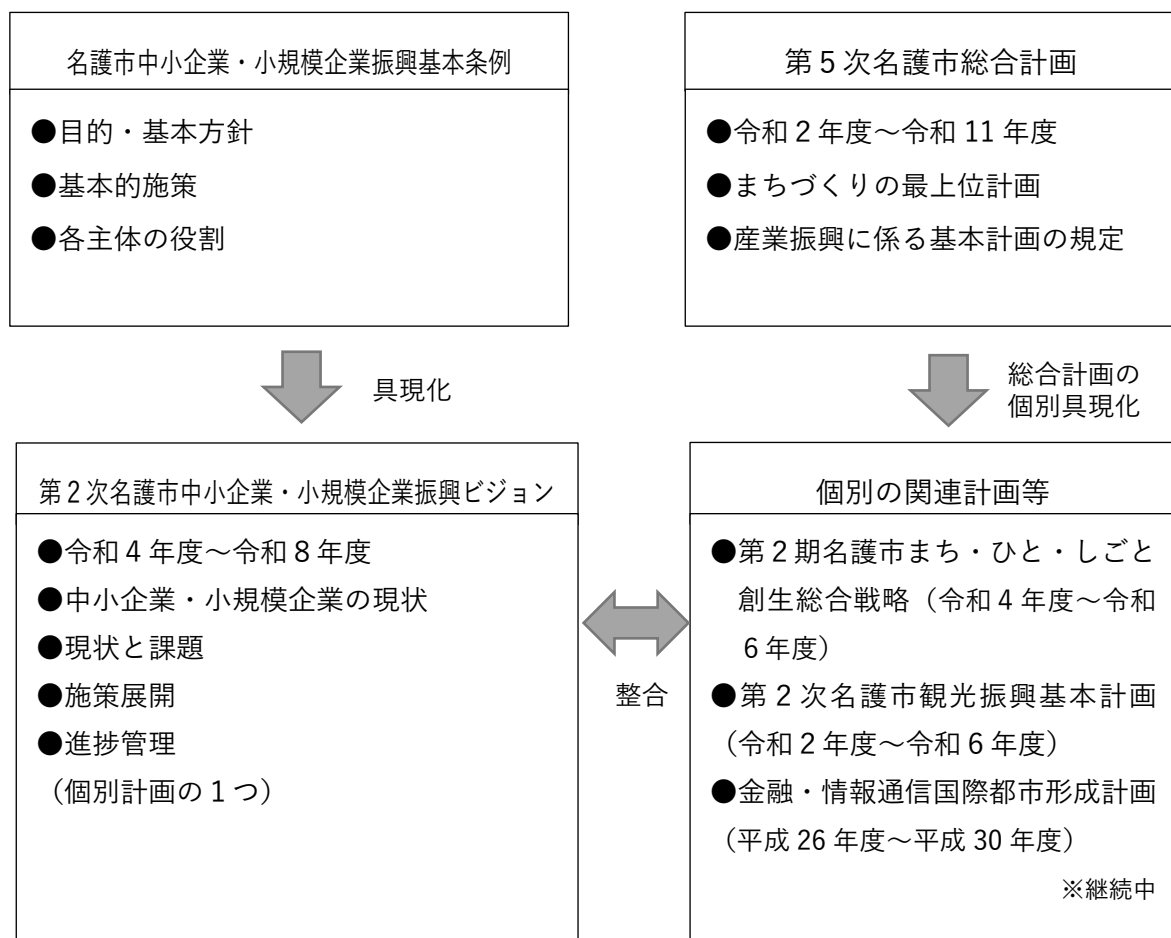
区分	内容
目的 (第1条)	・名護市の中小企業・小規模企業の振興に関する基本的な事項を規定 ・中小企業・小規模企業の基盤強化と健全な発展を促進し、産業及び地域社会の発展に寄与
定義 (第2条)	中小企業者・小規模企業者：中小企業支援法の規定に基づく者で、市内に事務所又は事業所を有するもの 中小企業団体：中小企業団体の組織に関する法律の規定に基づく者で、商工会、商店街振興組合及びこれらに準ずる団体で市長が特に認めるもののうち、市内に事務所又は事業所を有するもの 大企業：中小企業者・小規模企業者以外の事業者で、市内に事務所又は事業所を有するもの 商店街：小売業、飲食業及びサービス業を営む店舗が集積している地域 商店会：商店街にあって、主として小売業又はサービス業を営む者で構成され、これらの事業者の事業の健全な発展及び商店街の振興に寄与することを目的として組織された団体
基本方針 (第3条)	・中小企業者・小規模企業者の自らの創意工夫及び自主的な努力を尊重 ・国、県その他の関係機関との連携を図り、協力を得ながら、地域特性に応じた施策を実施 ・市、中小企業者・小規模企業者、中小企業団体、大企業者及び市民が協働して推進
基本的施策 (第4条)	(1) 経営の革新及び創業の促進 (2) 経営基盤の強化 (3) 資金調達の円滑化 (4) 人材の確保と育成 (5) 商店街の振興 (6) 観光サービスの発展 (7) 地域資源の利活用による産業の発展及び創出 (8) 農業、漁業その他の産業との連携促進
市の責務 (第5条)	・社会経済情勢の変化に対応した施策、適切な措置 ・中小企業者・小規模企業者の受注機会の増大に努める
中小企業者・小規模企業者の役割 (第6条)	・経営革新、経営基盤の強化、従業員の福利の向上及び企業人材の育成に積極的に取り組む ・市産品の利活用及び中小企業団体への加入に努める ・地域社会を構成する一員としての社会的責任を果たす ・暮らしやすい地域社会の実現に努める
商店街で事業を営む者の役割 (第7条)	・商店会への加入に努める ・商店街の振興に関する事業を実施するときは、応分の負担及び協力に努める
大企業の役割 (第8条)	・大企業者と中小企業者・小規模企業者がともに地域社会の発展に重要な役割を果たしていることを認識し、地域経済の振興に努める ・市産品の利活用及び中小企業団体への加入に努める
中小企業団体の役割 (第9条)	・市が行う中小企業・小規模企業の振興に関する施策の実施への協力に努める
市民の理解と協力 (第10条)	・中小企業者・小規模企業者の振興が市民生活の向上のための重要性を理解する ・市産品及び市内で提供される商業サービスを利用するよう努める
中小企業・小規模企業の振興に関する施策の公表 (第11条)	・中小企業・小規模企業の振興に関する主たる施策の実施状況の公表に努める
意見の反映等 (第12条)	・中小企業・小規模企業の振興の施策の策定にあたっては、中小企業者・小規模企業者その他関係者に対し、情報及び意見の交換の促進を図る

2) 振興ビジョンの位置づけ

第2次名護市中小企業・小規模企業振興ビジョンは、「名護市中小企業・小規模企業振興基本条例」の具現化を目指すと同時に、「第5次名護市総合計画」のうち中小企業・小規模企業の振興に特化した個別計画としての性格を有する。

あわせて、「第2期名護市まち・ひと・しごと創生総合戦略」や「第2次名護市観光振興基本計画」等の経済・産業振興に係る個別計画との整合を図る。

図－名護市中小企業・小規模企業振興ビジョンの位置づけ



3) 中小企業者・小規模企業者の範囲

中小企業者・小規模企業者の定義は、「中小企業支援法」第2条において、下表のとおり規定している。

本振興ビジョンが対象とする「中小企業者・小規模企業者」の範囲を、中小企業基本法の規定に基づくものとする。

表一中小企業基本法における「中小企業者」の範囲規定

業種分類	下記のいずれかを満たすこと	
	資本金の額又は 出資の総額	常時使用する 従業員の数
製造業その他の業種（卸売業、サービス業、小売業を除く）	3億円以下	300人以下
卸売業	1億円以下	100人以下
小売業	5千万円以下	50人以下
サービス業	5千万円以下	100人以下

表一中小企業基本法における「小規模企業者」の範囲規定

業種分類	常時使用する従業員の数
その他	20人以下
商業・サービス業	5人以下

4) 計画期間

令和4年度から令和8年度までのおおむね5年間を計画期間とする。

2. 振興ビジョン策定の前提条件

1) 行政・企業・市民が連携・協力しながら進める振興ビジョン

「名護市中小企業・小規模企業振興基本条例」は、市が果たすべき責務（第5条）や、企業等の役割（第6条、第7条、第8条、第9条）に加え、市民の理解と協力（第10条）についても規定されている。

本振興ビジョンは、同条例の規定に基づき、中小企業・小規模企業の発展に向けて、行政・企業・市民が連携・協力しながら推進していくことを基本とする。

2) 社会の潮流

名護市の中小企業・小規模企業の事業活動は、今後の社会潮流に大きく左右されると考えられる。

中小企業・小規模企業の事業活動に影響を与えると考えられる社会潮流の内容は以下の通りであり、本振興ビジョンは市内の中小企業・小規模企業がこうした時代に対応していくことを前提に策定する。

図－中小企業・小規模企業を取り巻く社会潮流

人口減少・少子高齢化の急速な進行	・出生数の低下、長寿命化による高齢化の進行による少子超高齢社会の到来、人口減少時代に突入 ・若年層の減少による消費低迷、経済規模の縮小、労働力人口の不足等の懸念 ・働き手の確保と担い手の育成
第4次産業革命による技術革新の進展	・ICT（情報通信技術）の飛躍的な進展 ・ビックデータ、AI（人工知能）、IoT、ロボット等を駆使した技術革新の急速な進展（Society5.0）、DX推進ガイドライン ・人々の日常生活や暮らし方の変化や技術革新への対応
国際化の進展による地域経済の変化	・地球規模でのサプライチェーンの形成など、貿易自由化が急速に進展 ・農産物の輸出入や流通拡大など経済のグローバル化の進展 ・都市間、国際間の交流と競争の激化、「ひと」を惹きつけるための魅力・磁力の向上 ・世界自然遺産への登録、増加するインバウンドへの対応
ライフスタイルや価値観の多様化	・人々のライフスタイルや価値観の多様化 ・物理的な「モノ」消費から、体験や経験に価値を見出す「コト」消費指向への転換 ・多様なライフスタイルを前提とした商品・サービスの提供
働き手・働き方の多様化	・女性やシニア世代等の就業人口の増加 ・テレワークの促進、フリーランスや副業の推進 ・多様なプレーヤーが有機的に結びつき、分業と協業でイノベーションを起こすエコシステムの形成
環境問題とエネルギー問題の深刻化	・地球温暖化、エネルギーの大量消費等、環境問題やエネルギー問題が深刻化 ・環境負荷の低減、再生可能エネルギーの利活用等が課題 ・環境負荷の少ない経済活動、脱炭素化が重要
SDGsの推進	・働きがいも経済成長も（目標8） ・産業と技術革新の基盤をつくろう（目標9） ・つくる責任、つかう責任（目標12） 等
新型コロナウイルス感染症拡大による経済的な影響	・中小企業の財務基盤と新型コロナウイルス感染症の影響を踏まえた経営戦略 ・事業継続力と競争力を高めるデジタル化 ・消費者の意識変化と小規模事業者の底力

第1章 名護市の現状

1. 名護市の人口動向
2. 名護市の中小企業の現状
3. 沖縄県買物動向調査
4. 名護市の支援実績

第1章 名護市の現状

1. 名護市の人口動向

1) 人口・世帯数の推移

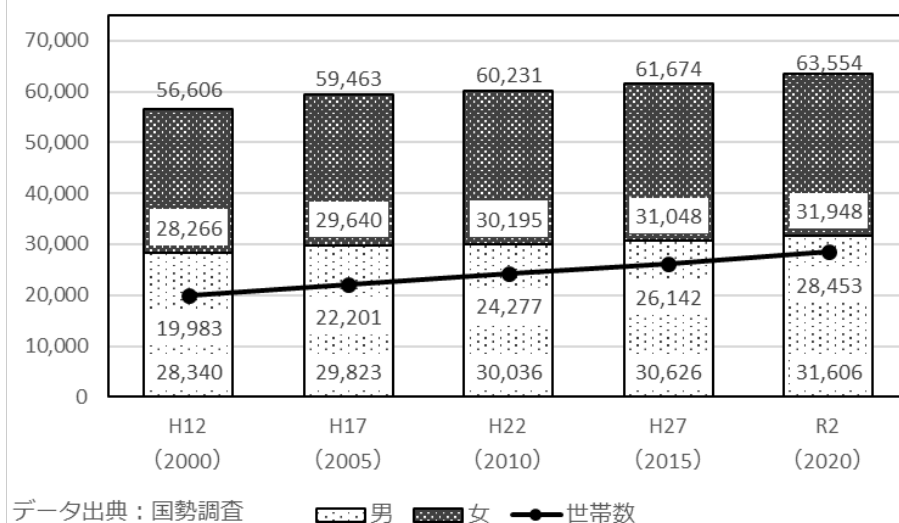
令和2(2020)年の国勢調査によると名護市の人口は63,554人、世帯数は28,453世帯となっている。過去20年間の推移をみると、人口はおよそ6,948人、世帯数は8,470世帯の増加となっている。

表一名護市の人口・世帯数の推移

	平成12 (2000)年	平成17 (2015)年	平成22 (2010)年	平成27 (2015)年	令和2 (2020)年
総人口	56,606	59,463	60,231	61,674	63,554
男	28,340	29,823	30,036	30,626	31,606
女	28,266	29,640	30,195	31,048	31,948
世帯数	19,983	22,201	24,277	26,142	28,453

データ出典：国勢調査

図一名護市の人口・世帯数の推移

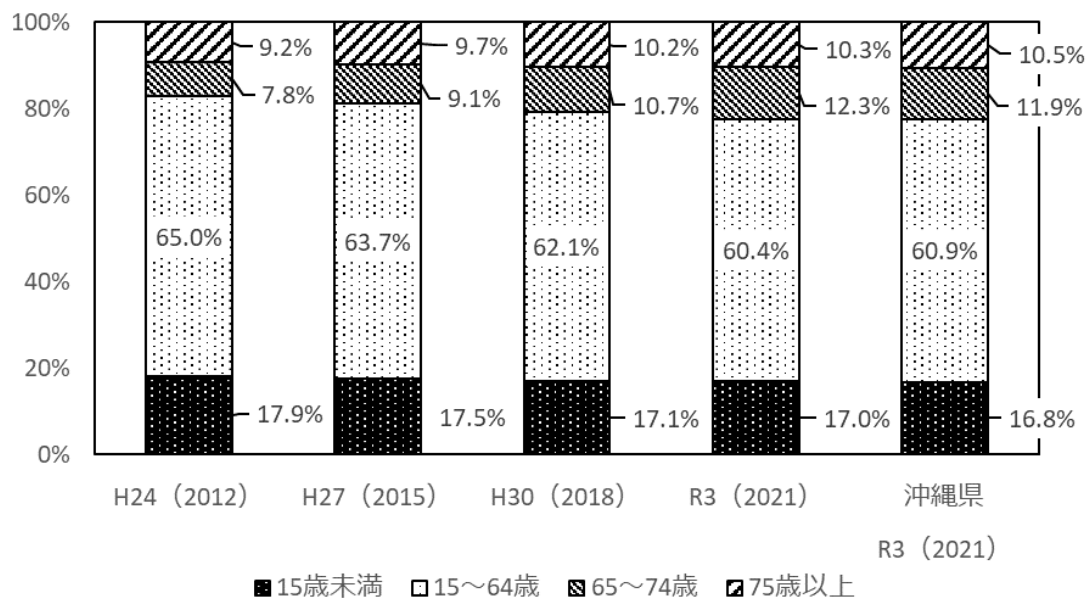


2) 年齢別人口構造

令和 3 (2021)年住民基本台帳における名護市の年齢 4 階層別人口構成比は、15 歳未満が 17.0%、15～64 歳未満が 60.4%、65～74 歳未満が 12.3%、75 歳以上が 10.3% となっており、沖縄県とほぼ同等の状況である。

平成 24(2012)年からの推移をみると、15 歳未満の人口比率は横ばいだが、15～64 歳未満の人口比率が 5%減少している一方で 65 歳以上の人口比率が 5%増加している。

図一年齢 4 階層別構成比



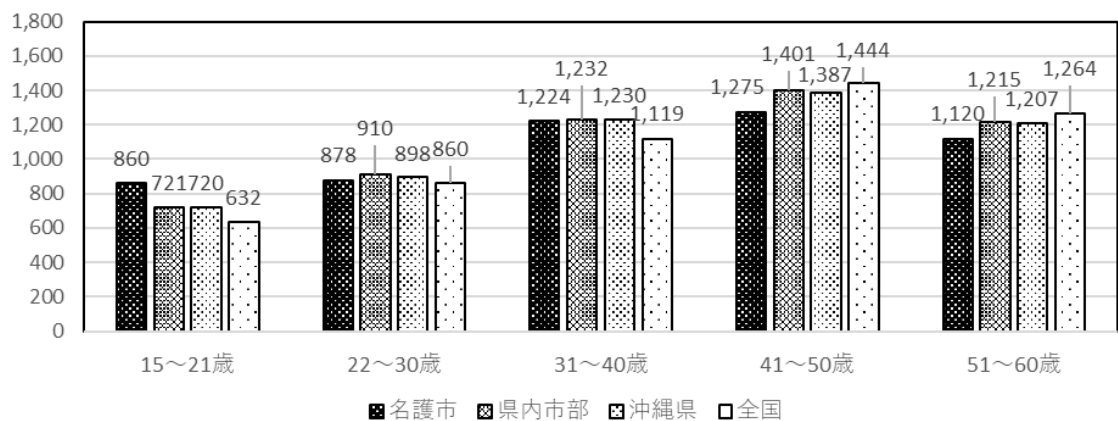
データ出典：住民基本台帳

3) 人口1万人当たりの人口の状況

令和2(2020)年国勢調査の15～21歳の人口1万人当たりの各年代の人数を見ると、名護市は860人と県内市部や沖縄県、全国の値よりも高くなっている。しかし、22～30歳では沖縄県、全国とは同等ではあるが、県内市部に比べ低くなり、41～50歳、51～60歳では、県内市部、沖縄県、全国よりも低くなっている。

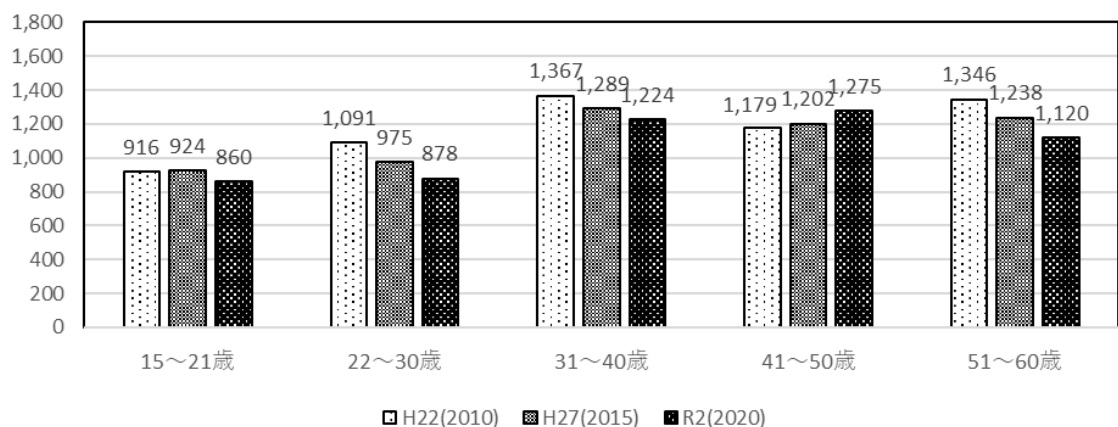
名護市の平成22(2010)年以降の推移とみると、41～50歳では増加しているものの、それ以外の年代では減少傾向となっている。平成22(2010)年と令和2(2020)年と比較すると22～30歳で213人の減少となり、就職時期の若年層の定住化が進んでいない状況がうかがえる。

図一令和2(2022)年人口1万人当たりの各年代の人数
(名護市・沖縄県市部・沖縄県・全国比較)



データ出典：令和2(2022)年国勢調査

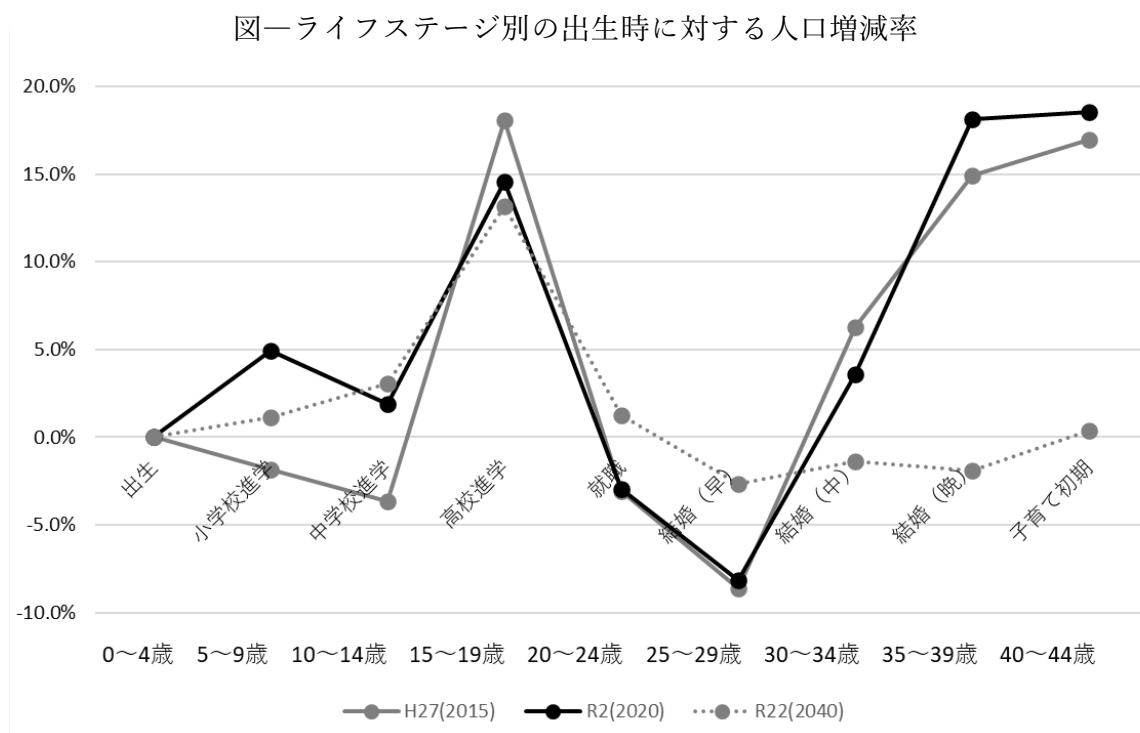
図一人口1万人当たりの各年代の人数(名護市推移)



データ出典：国勢調査

4) ライフステージ別の人口増減率

ライフステージ別でみると、出生時以降、若干の増減を繰り返し高校進学時に人口増となっている。これは、高等専門学校（在籍者数およそ 800 名）や名桜大学（在籍者数およそ 2,000 人）の影響が大きいと考える。その後は就職時期～結婚早期の時期に減少し、結婚中期～子育て期に増加に転じている。しかし、令和 22(2040)年の将来人口推計では就職時期以降の人口回復が弱いと推計されている。（※令和 22(2040)年の将来人口推計は平成 27(2015)年統計による推計値）



データ出典：令和 2 (2020)年国勢調査

5) 人口ピラミッド

名護市の将来人口推計に基づいた年齢階層別構成をみると、今後さらに 15～64 歳人口の構成比が減少し、75 歳以上人口の構成比が増加する見込となっている。

人口ピラミッドで比較してみると、特に 35～49 歳の働き盛りの人口が男女ともに減少傾向にある。

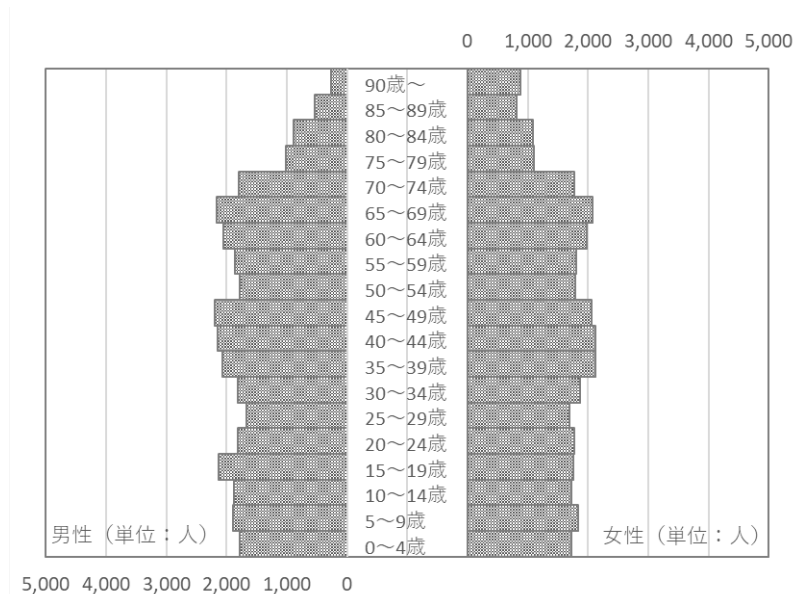
表一人口推計（年齢 4 階層別構成比）

	人口		構成比		令和22- 令和3年差
	令和3 (2021)年	令和22 (2040)年	令和3 (2021)年	令和22 (2040)年	
15歳未満	10,826	9,923	17.0%	15.8%	-1.1%
15～64歳	38,519	33,740	60.4%	53.9%	-6.6%
65～74歳	7,807	7,568	12.3%	12.1%	-0.2%
75歳以上	6,572	11,407	10.3%	18.2%	7.9%
合計	63,724	62,638			

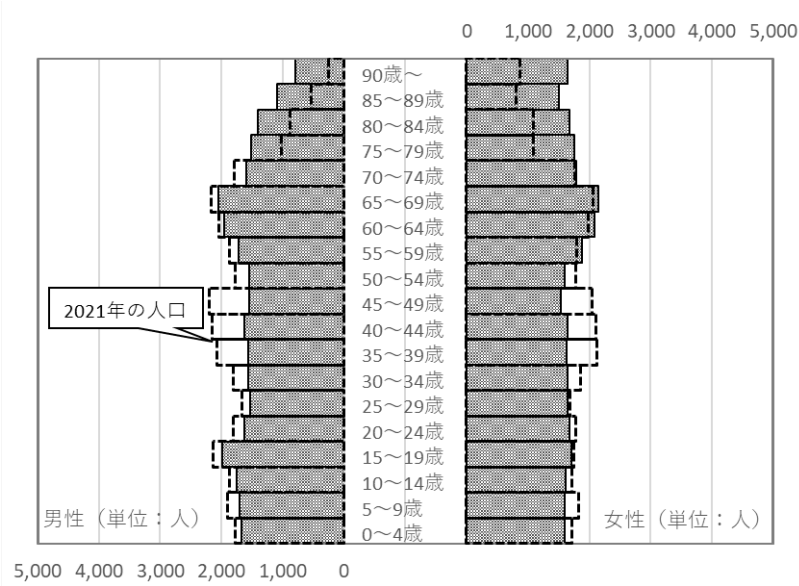
データ出典：住民基本台帳（令和3(2021)年）

国立社会保障・人口問題研究所（平成30年3月公表） 令和22(2040)年

図一人口ピラミッド令和 3(2021)年



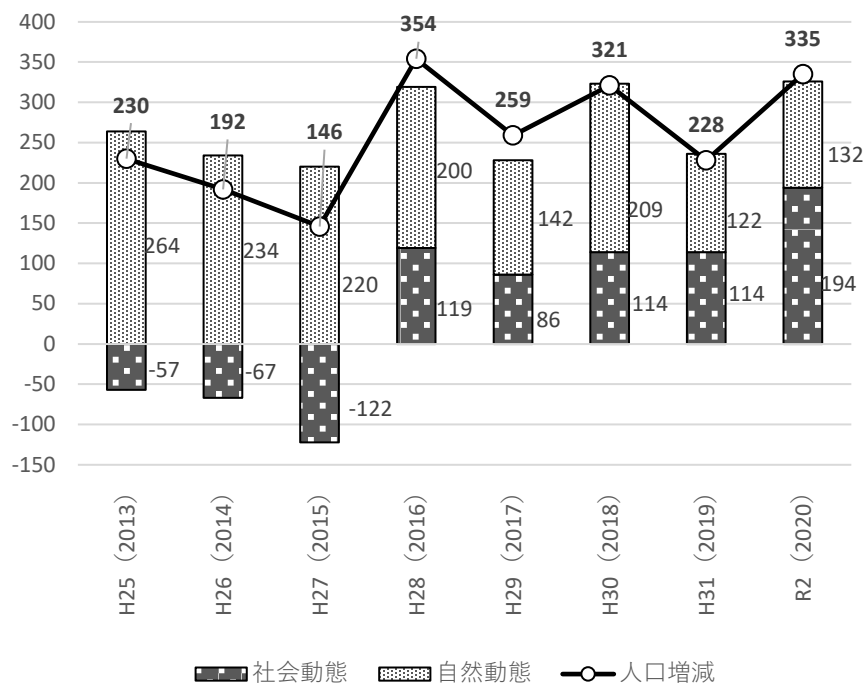
図一人口ピラミッド令和 22(2024)年 (将来推計)



6) 自然増減・社会増減の推移

平成 25(2013)年からの自然・社会増減の推移をみると、平成 27(2015)年までは自然増が社会減を補う形で人口は増加を続けているが、平成 28(2016)年からは社会動態も増加に転じて人口増加となっている。

図一人口（自然・社会）増減

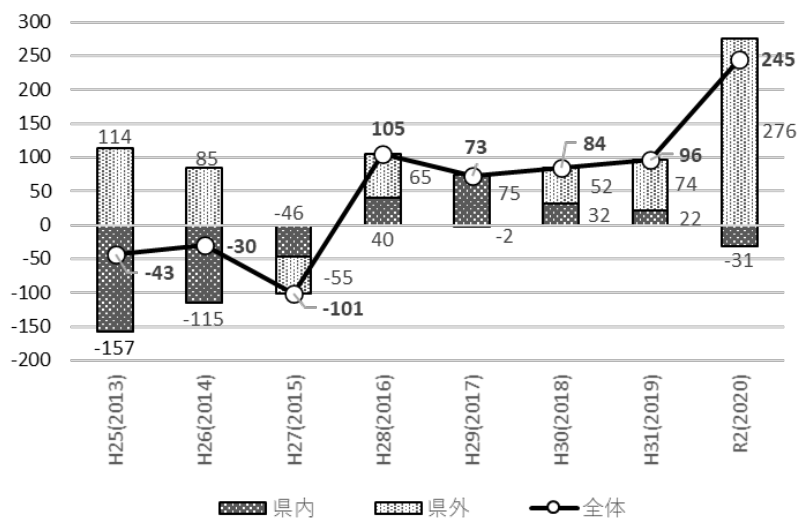


データ出典：住民基本台帳（各年とも1月1日～12月31日）

7) 国内における転入数・転出数の上位地域

国内における転入・転出の推移をみると、県外からの転入が多かったものの平成26(2014)年までは県内への転出数がその数を上回り社会減となっている。平成27(2015)年からは、県内への転出が緩やかになり社会増に転じており、令和2(2020)年には県外からの転入数が大幅に増加している。

図一転入・転出先数（国内）の推移



データ出典：住民基本台帳（各年とも1月1日～12月31日）

表一転入・転出先（国内）上位3市町村の推移

転入者	県内						県外					
	第1位		第2位		第3位		第1位		第2位		第3位	
	市町村名	人数	市町村名	人数	市町村名	人数	都道府県名	人数	都道府県名	人数	都道府県名	人数
平成25(2013)年	那覇市	319	本部町	167	沖縄市	160	東京都	137	神奈川県	100	大阪府	71
平成26(2014)年	那覇市	326	沖縄市	174	本部町	170	東京都	166	神奈川県	114	大阪府	85
平成27(2015)年	那覇市	328	沖縄市	174	本部町	157	東京都	144	神奈川県	131	大阪府	79
平成28(2016)年	那覇市	306	本部町	190	沖縄市	177	東京都	146	神奈川県	119	愛知県	76
平成29(2017)年	那覇市	327	本部町	188	沖縄市	182	東京都	187	神奈川県	116	愛知県	84
平成30(2018)年	那覇市	345	本部町	206	沖縄市	162	東京都	177	大阪府	121	神奈川県	119
平成31(2019)年	那覇市	357	南風原町	45	大宜味村	34	東京都	220	愛知県	91	宮崎県	24
令和2(2020)年	那覇市	330	浦添市	140	沖縄市	125	東京都	234	愛知県	120	福岡県	83

転出者	第1位		第2位		第3位		第1位		第2位		第3位	
	市町村名	人数	市町村名	人数	市町村名	人数	都道府県名	人数	都道府県名	人数	都道府県名	人数
	市町村名	人数	市町村名	人数	市町村名	人数	都道府県名	人数	都道府県名	人数	都道府県名	人数
平成25(2013)年	那覇市	380	沖縄市	219	うるま市	196	東京都	157	愛知県	84	神奈川県	78
平成26(2014)年	那覇市	377	沖縄市	198	うるま市	186	東京都	157	神奈川県	103	埼玉県	79
平成27(2015)年	那覇市	375	沖縄市	217	うるま市	182	東京都	161	神奈川県	139	愛知県	95
平成28(2016)年	那覇市	371	沖縄市	240	宜野湾市	168	東京都	186	福岡県	93	大阪府	90
平成29(2017)年	那覇市	341	沖縄市	212	うるま市	183	東京都	203	神奈川県	135	愛知県	81
平成30(2018)年	那覇市	391	宜野湾市	170	石垣市	55	東京都	194	福岡県	82	千葉県	71
平成31(2019)年	豊見城市	60	西原町	47	石垣市	43	東京都	197	福岡県	95	千葉県	82
令和2(2020)年	本部町	130	恩納村	49	石垣市	38	東京都	190	福岡県	89	兵庫県	38

8) 就業者の流入数・流出数の上位地域

平成 27(2015)年国勢調査における名護市の就業者の流出及び流入人口の状況を見ると、市外への流出人口は 3,913 人、市内への流入は 6,239 人となっている。

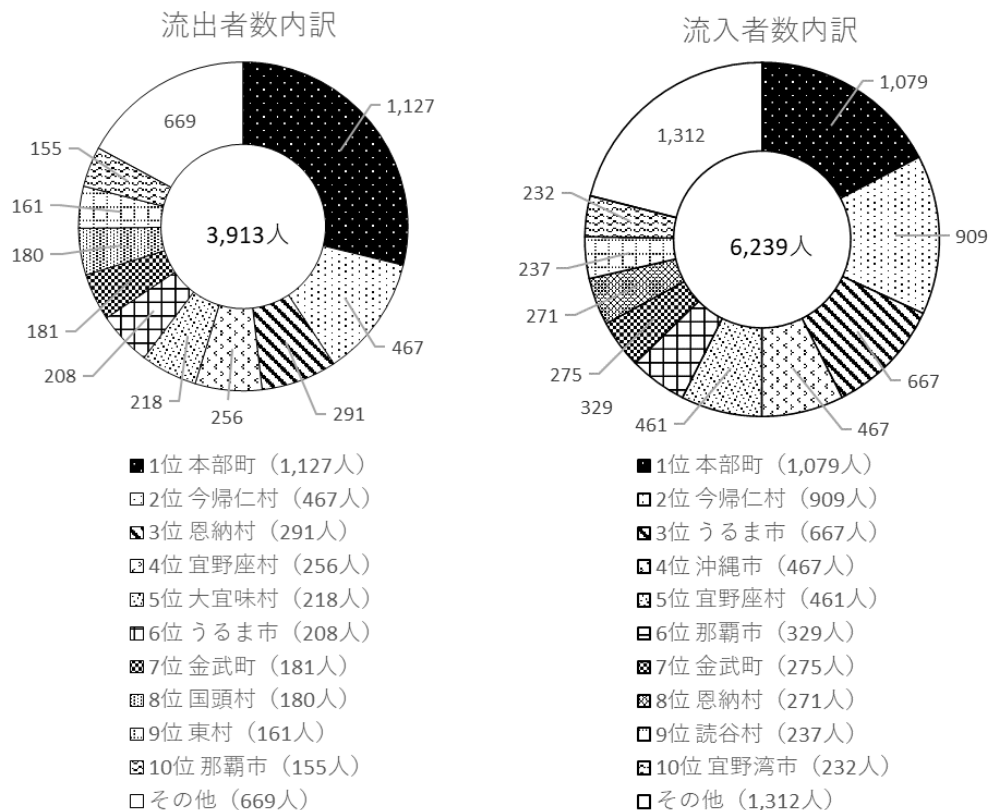
平成 7(1995)年からの推移をみると、流出人口は 1,352 人増、流入人口は 1,951 人増加となっている。流出入先としては、本部町・今帰仁村が上位となっている。

表一 流動人口の状況

	常住地による就業者数	流出		従業地による就業者数	流入		従/常就業者比率
		就業者数	流出率		就業者数	流入率	
		人	%		人	%	
平成7(1995)年	22,986	2,561	11.1%	24,713	4,288	17.4%	107.5%
平成12(2000)年	24,066	2,844	11.8%	26,676	5,454	20.4%	110.8%
平成17(2005)年	23,925	3,389	14.2%	26,640	6,104	22.9%	111.3%
平成22(2010)年	24,142	3,706	15.4%	26,977	6,065	22.5%	111.7%
平成27(2015)年	25,651	3,913	15.3%	28,080	6,239	22.2%	109.5%

データ出典：平成27(2015)年国勢調査

図一 流出者数・流入者数の内訳 平成 27(2015)年



2. 名護市の中小企業の現状

1) 産業構造と特性

①事業所数・従業者数の状況

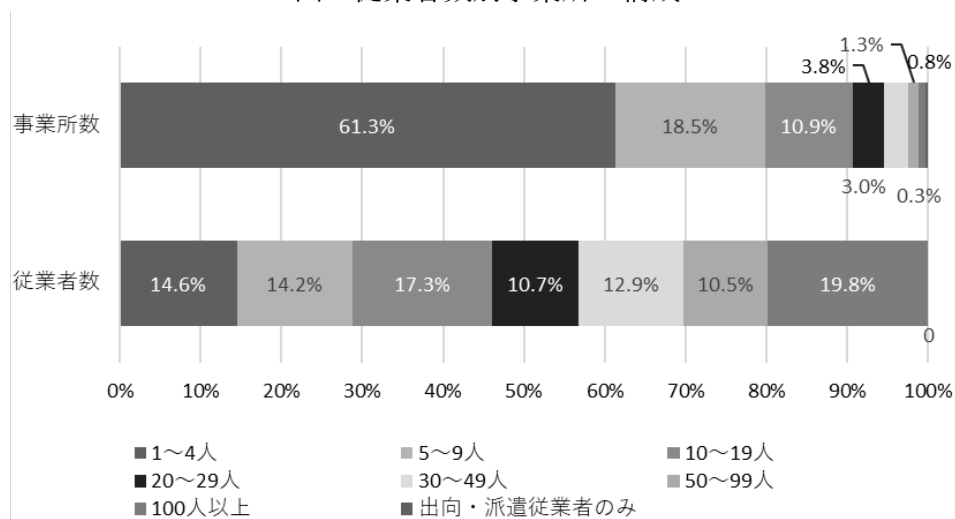
平成 28(2016)年の経済センサスによる名護市の事業所（公務を除く）を従業員規模別にみると、およそ 9 割が 20 人以下の事業所となっており、5 人以下の事業所も 7 割弱となっている。

表一事業所・従業者数の状況

	事業所数		従業者数	
	実数 (力所)	割合 (%)	実数 (力所)	割合 (%)
全産業（公務を除く）	2,874	100.0%	24,455	100.0%
1～4人	1,761	61.3%	3,568	14.6%
5～9人	533	18.5%	3,465	14.2%
10～19人	313	10.9%	4,231	17.3%
20～29人	110	3.8%	2,618	10.7%
30～49人	86	3.0%	3,158	12.9%
50～99人	38	1.3%	2,568	10.5%
100人以上	24	0.8%	4,847	19.8%
出向・派遣従業者のみ	9	0.3%	***	***
（再掲）5人以下	1,934	67.3%	4,433	18.1%
（再掲）20人以下	2,629	91.5%	11,704	47.9%

データ出典：平成28(2016)年経済センサス

図一従業員数別事業所の構成



②産業分類別の事業所の推移

平成 28(2016)年における事業所の業種（公務を除く）を見ると、「卸売業・小売業」が 735 事業所で 25.6%と高く、次いで「宿泊業・飲食サービス業」が 650 事業所（22.6%）となっており、この 2 業種で約半数を占めている。

平成 21(2009)年からの増減をみると、全体では 36 事業所の減少となっている。業種別で傾向をみると「医療・福祉」が 66 事業所、「宿泊業・飲食サービス業」が 38 事業所の増加となっている一方、「卸売業・小売業」が 80 事業所の減少となっている。

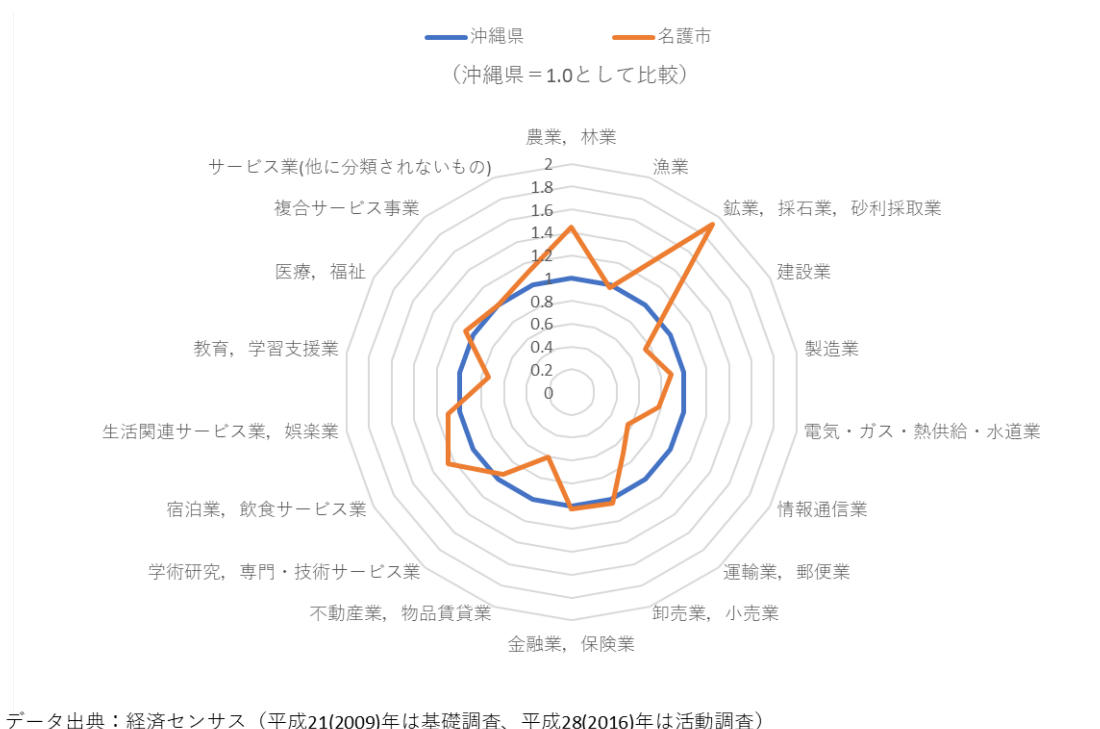
沖縄県との産業分類の比率をみると、「宿泊業・飲食サービス業」のうち「飲食サービス業（表中 M2）」の割合が 5%高くなっている。

表一産業分類別の事業所数の推移

	平成21 (2009)年		平成28 (2016)年		【参考】沖縄県 比率（平成28）	平成28- 平成21年
	事業所数	割合	事業所数	割合	割合	事業所数
全産業（公務を除く）	2,910	100%	2,874	100%	100%	△ 36
第1次産業	31	1.1%	25	0.9%	0.6%	△ 6
農業，林業	27	0.9%	24	0.8%	0.6%	△ 3
漁業	4	0.1%	1	0.0%	0.0%	△ 3
第2次産業	286	9.8%	267	9.3%	11.5%	△ 19
鉱業，採石業，砂利採取業	3	0.1%	3	0.1%	0.1%	0
建設業	164	5.6%	143	5.0%	6.7%	△ 21
製造業	119	4.1%	121	4.2%	4.8%	2
第3次産業	2,593	89.1%	2,582	89.8%	87.9%	△ 11
電気・ガス・熱供給・水道業	1	0.0%	1	0.0%	0.0%	0
情報通信業	26	0.9%	17	0.6%	1.0%	△ 9
運輸業，郵便業	51	1.8%	42	1.5%	2.1%	△ 9
卸売業，小売業	815	28.0%	735	25.6%	24.6%	△ 80
金融業，保険業	40	1.4%	40	1.4%	1.4%	0
不動産業，物品賃貸業	171	5.9%	142	4.9%	8.2%	△ 29
学術研究，専門・技術サービス業	110	3.8%	109	3.8%	4.0%	△ 1
宿泊業，飲食サービス業	612	21.0%	650	22.6%	18.1%	38
M1 宿泊業	29	1.0%	33	1.1%	1.6%	4
M2 飲食店，持帰り・配達飲食サービス業	583	20.0%	617	21.5%	16.5%	34
生活関連サービス業，娯楽業	291	10.0%	294	10.2%	9.3%	3
教育，学習支援業	72	2.5%	94	3.3%	4.4%	22
O1 学校教育	6	0.2%	8	0.3%	0.3%	2
O2 その他の教育，学習支援業	66	2.3%	86	3.0%	4.2%	20
医療，福祉	180	6.2%	246	8.6%	7.9%	66
複合サービス事業	16	0.5%	15	0.5%	0.5%	△ 1
Q1 郵便局	9	0.3%	10	0.3%	0.3%	1
Q2 協同組合	7	0.2%	5	0.2%	0.2%	△ 2
サービス業(他に分類されないもの)	208	7.1%	197	6.9%	6.1%	△ 11

データ出典：経済センサス（平成21(2009)年は基礎調査、平成28(2016)年は活動調査）

(参考) 図一産業別分類事業所の割合を沖縄県の値を 1.0 として増減を比較



③産業分類別の従業者数の推移

平成 28(2016)年における事業所の状況を従業者数別にみると、「卸売業、小売業」が 5,357 人、「医療、福祉」が 4,725 人、「宿泊業、飲食サービス業」が 4,319 人となっており、この 3 業種で全体の約 6 割となっている。

平成 21(2009)年からの増減をみると、全体では 1,738 人増加となっており、業種別にみると、「医療、福祉」で 1,013 人、「卸売業、小売業」で 325 人、「宿泊業、飲食サービス業」で 259 人の増加となっており、逆に、「製造業」で 350 人、「運輸業、郵便業」で 243 人の減少となっている。

平成 28(2016)年における「医療、福祉」の事業所数は 246 事業所 (8.6%)、従業者数 4,725 人となり、1 事業所あたりの従業者数が多い特徴となっている。

平成 21(2009)年と平成 28(2016)年を比較すると、「製造業」、「運輸業、郵便業」で、1 事業所当たりの従業者数減少している状況がみられる。

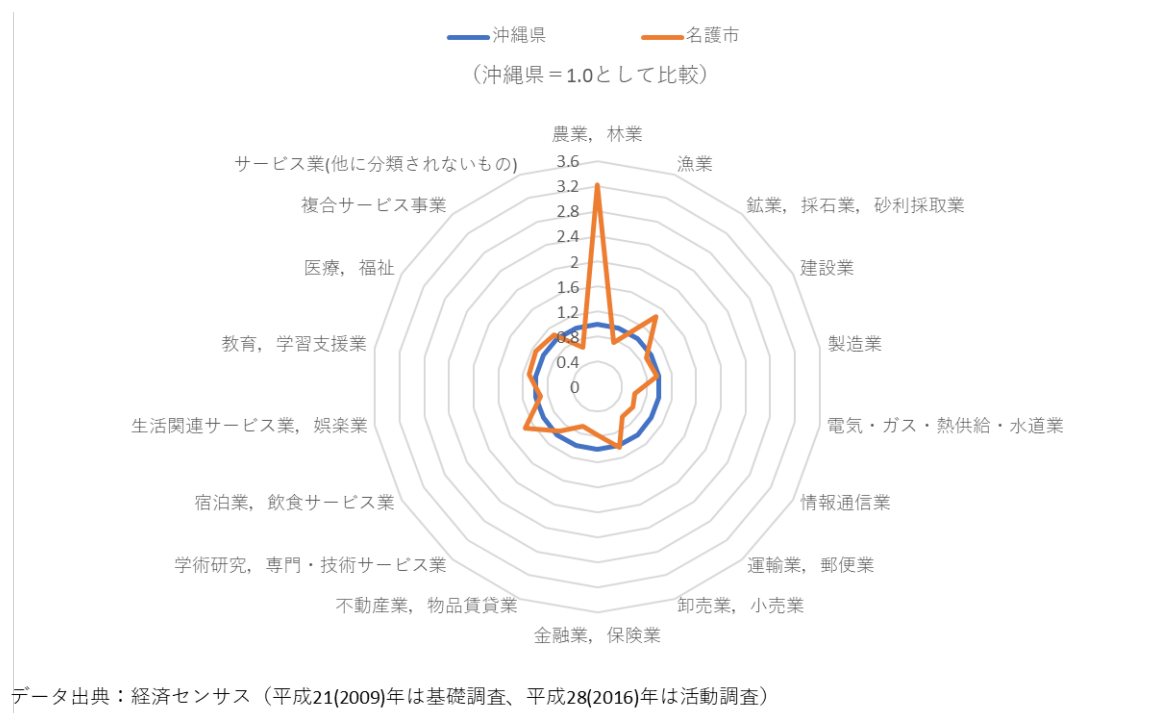
沖縄県との従業員比率をみると、「宿泊業・飲食サービス業」が 4.5% 高くなっている。

表一産業分類別の従業者数の推移

	平成21 (2009)年		平成28 (2016)年		【参考】沖縄県 比率（平成28）	平成28- 平成21年
	従業者数	割合	従業者数	割合	割合	従業者数
全産業（公務を除く）	22,717	100%	24,455	100%	100%	1,738
第1次産業	301	1.3%	471	1.9%	0.6%	170
農業，林業	289	1.3%	464	1.9%	0.6%	175
漁業	12	0.1%	7	0.0%	0.0%	△ 5
第2次産業	3,470	15.3%	3,019	12.3%	13.3%	△ 451
鉱業，採石業，砂利採取業	18	0.1%	19	0.1%	0.1%	1
建設業	1,695	7.5%	1,593	6.5%	7.2%	△ 102
製造業	1,757	7.7%	1,407	5.8%	6.0%	△ 350
第3次産業	18,946	83.4%	20,965	85.7%	86.1%	2,019
電気・ガス・熱供給・水道業	50	0.2%	51	0.2%	0.3%	1
情報通信業	220	1.0%	353	1.4%	2.2%	133
運輸業，郵便業	996	4.4%	753	3.1%	5.0%	△ 243
卸売業，小売業	5,032	22.2%	5,357	21.9%	21.3%	325
金融業，保険業	514	2.3%	433	1.8%	2.3%	△ 81
不動産業，物品賃貸業	504	2.2%	517	2.1%	3.1%	13
学術研究，専門・技術サービス業	592	2.6%	721	2.9%	3.2%	129
宿泊業，飲食サービス業	4,060	17.9%	4,319	17.7%	13.2%	259
M1 宿泊業	1,308	5.8%	1,253	5.1%	2.8%	△ 55
M2 飲食店，持帰り・配達飲食サービス業	2,752	12.1%	3,066	12.5%	10.4%	314
生活関連サービス業，娯楽業	1,169	5.1%	1,107	4.5%	4.9%	△ 62
教育，学習支援業	643	2.8%	850	3.5%	3.1%	207
O1 学校教育	387	1.7%	515	2.1%	1.3%	128
O2 その他の教育，学習支援業	256	1.1%	335	1.4%	1.8%	79
医療，福祉	3,712	16.3%	4,725	19.3%	17.0%	1,013
複合サービス事業	147	0.6%	277	1.1%	1.1%	130
Q1 郵便局	55	0.2%	214	0.9%	0.6%	159
Q2 協同組合	92	0.4%	63	0.3%	0.4%	△ 29
サービス業(他に分類されないもの)	1,307	5.8%	1,502	6.1%	9.3%	195

データ出典：経済センサス（平成21(2009)年は基礎調査、平成28(2016)年は活動調査）

(参考) 図一産業別分類従業者の割合を沖縄県の値を 1.0 として増減を比較

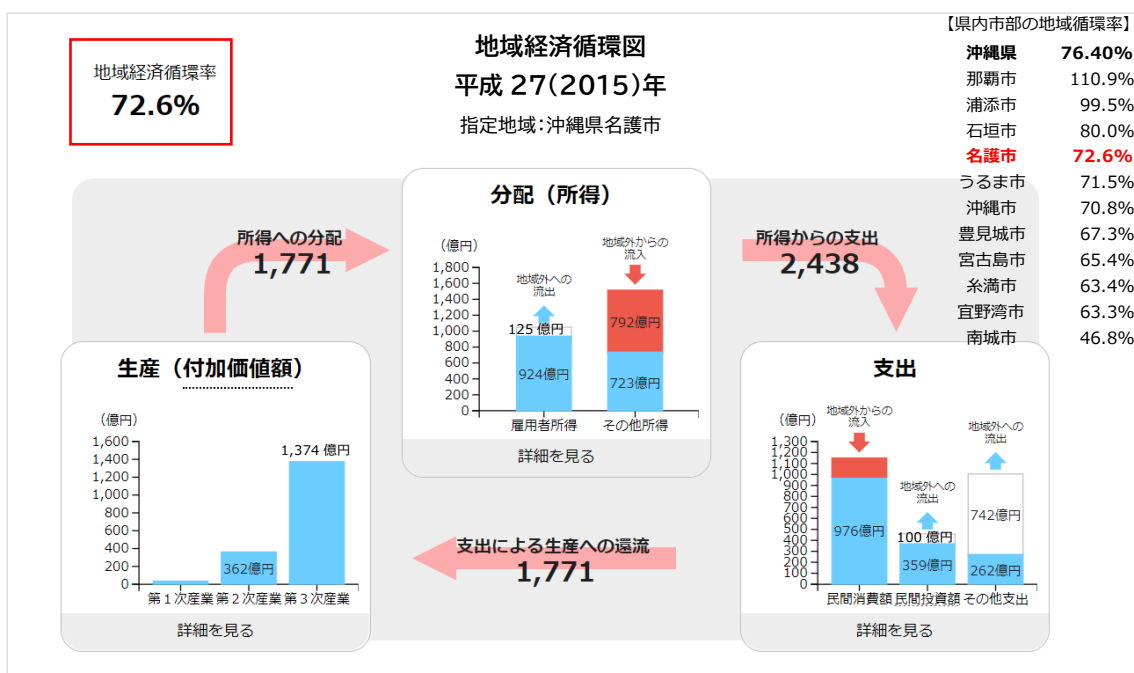


2) 地域の経済構造

①地域における経済循環

市内事業所がうみだした付加価値がどの程度市内を循環（地域のお金の流れ）しているかをみると、平成 27（2015）年の名護市内における地域経済循環率は 72.6% であり、27.4% が市外に流出している状況となっている。

他の市部と比較すると、那覇市が 110.9%、浦添市で 99.5%、石垣市で 80.0% と名護市よりも高い値となっている。



データ出典：RESAS 地域経済分析システム

【その他所得】財産所得、企業所得、交付税、社会保障給付、補助金等、雇用者所得以外の所得

【民間投資額】企業の設備投資等

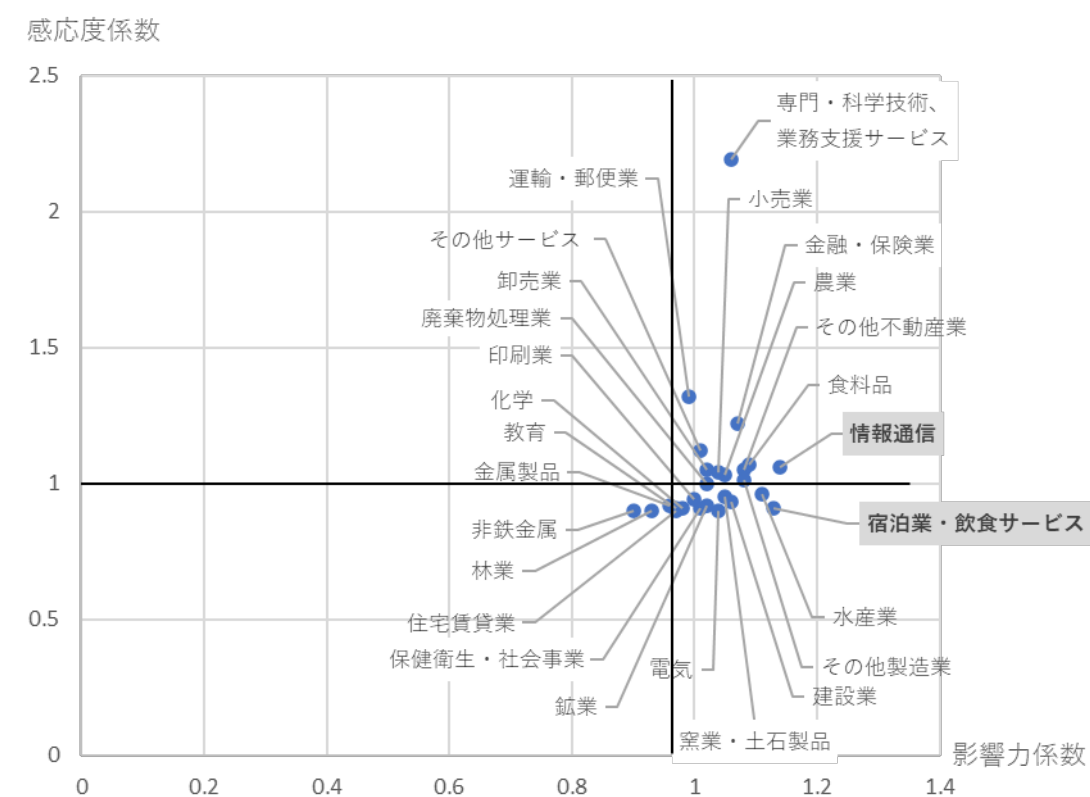
【その他支出】政府支出、地域内産業の移輸出入収支額等

②地域内で影響力のある産業分野

市内の各産業が他の産業にどれだけの影響を与えているか（影響力係数）と、他の産業からどれだけ影響を受けているか（感応度係数）をみると、名護市で双方の値が高い（重要度の高い）産業は、「情報通信」、「宿泊業・飲食サービス業」等となっている。

これら産業が地域をけん引し、発展することで市内経済全体の活性化が図られることが期待される。

図一産業別・感応度係数×影響力係数度



データ出典：RESAS 地域経済分析システム

※「公務」「水道業」は、公共性が高いため省略

【影響力係数】当該産業に対する新たな需要が、全産業（調達先）に与える影響の強さ

【感応度係数】全産業に対する新たな需要による当該産業が受ける影響の強さ

③産業大分類別に見た付加価値額

平成 28(2016)年における名護市の 1 事業所あたりの付加価値額は 3,125 万円/所であり、沖縄県平均 (3,415 万円/所) に比べ約 8 %低くなっている。

業種別にみると、「複合サービス事業」、「金融業・保険業」、「製造業」、「医療・福祉」の順で付加価値額が高くなっている。

沖縄県と比較すると、「教育・学習支援業」、「製造業」などが高くなっている。

表一産業分類別・1 事業所あたりの付加価値額

	名護市 (万円/所)	沖縄県 (万円/所)	名護市/沖縄県
全産業（公務を除く）	3,125	3,415	0.92
農業，林業	2,572	2,033	1.27
漁業			
鉱業，採石業，砂利採取業	4,393	16,147	0.27
建設業	4,107	4,240	0.97
製造業	6,725	4,502	1.49
電気・ガス・熱供給・水道業	X	123,532	－
情報通信業	X	11,441	－
運輸業，郵便業	5,880	7,782	0.76
卸売業，小売業	2,912	3,068	0.95
金融業，保険業	7,707	14,946	0.52
不動産業，物品賃貸業	1,249	1,469	0.85
学術研究，専門・技術サービス業	3,121	2,814	1.11
宿泊業，飲食サービス業	1,596	1,356	1.18
生活関連サービス業，娯楽業	1,010	1,172	0.86
教育，学習支援業	4,439	1,920	2.31
O1 学校教育	36,129	21,049	1.72
O2 その他の教育，学習支援業	817	667	1.22
医療，福祉	6,711	6,959	0.96
複合サービス事業	9,486	8,453	1.12
Q1 郵便局	11,151	8,351	1.34
Q2 協同組合	6,490	8,601	0.75
サービス業(他に分類されないもの)	2,040	4,840	0.42

X…数字が秘匿されているもの データ出典：平成28(2016)年経済センサス

【付加価値額】企業の生産活動によって新たに生み出された価値のこと（経済活動の成果）

付加価値額 = 売上高 - 費用総額 + 給与総額 + 租税公課

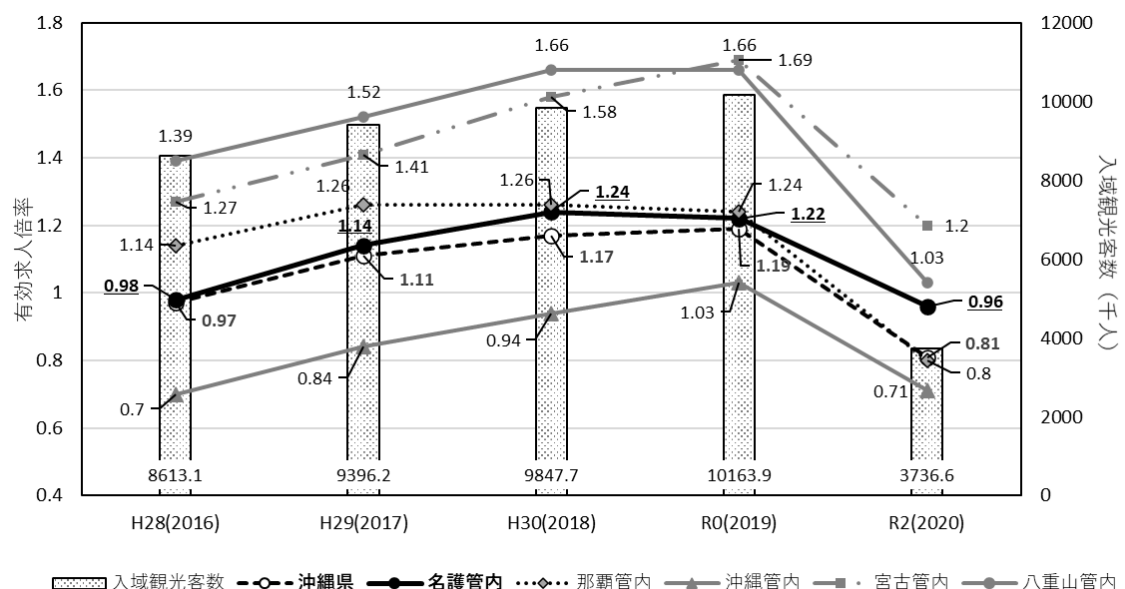
3) 労働力の状況

①有効求人倍率

令和2(2020)年の有効求人倍率をみると、沖縄県では0.81倍、名護管内では0.96倍となっている。平成28(2016)年からの推移をみると、平成30(2018)年まで増加傾向にあったが、その後減少に転じている。

新型コロナウイルス感染症拡大の影響で令和元(2019)年から求人倍率が下がり、令和2(2020)年で有効求人倍率が1.0を下回っている(求職者数の方が多い)状況となっている。しなしながら、新型コロナウイルス感染症が落ち着いて経済が再開していくと以前の状況になる可能性が高いと考えられる。

図一有効求人倍率の推移(新規学卒除き パートタイムを含む)・入域観光客数



データ出典：労働市場の動き(労働局)／沖縄県入域観光客統計概況

②産業別新規求人数（令和2（2020）年度：沖縄県）

令和2（2020）年の産業別新規求人数をみると、「P 医療福祉」が32,581人（33.1％）と最も多く、次いで「I 卸売業・小売業」（8,913人、9.1％）、「R サービス業」（8,608人、8.8％）、「D 建設業」（7,610人、7.7％）となっている。

表一産業別新規求人数

	A・B 農林 漁業	C 鉱業 採石業	D 建設業	E 製造業	F 電気 ガス 熱供給	G 情報 通信業	H 運輸業 郵便業	I 卸売業 小売業	J 金融 保険業	K 不動産 業、物品 賃貸業
平成27年度	678	17	5,511	3,595	160	10,383	4,197	15,775	1,093	3,014
平成28年度	713	27	6,042	4,254	78	4,820	4,603	16,869	1,100	3,222
平成29年度	769	51	7,572	4,402	84	8,850	4,711	17,734	1,248	4,141
平成30年度	622	49	7,994	4,897	134	9,368	5,412	18,722	1,126	4,305
令和元年度	479	21	8,386	4,463	124	9,361	5,621	17,480	1,095	3,440
令和2年度	477	42	7,610	2,995	104	5,945	4,229	8,913	683	2,057
R1産業別構成比	0.3%	0.0%	6.0%	3.2%	0.1%	6.7%	4.0%	12.5%	0.8%	2.5%
R2産業別構成比	0.5%	0.0%	7.7%	3.0%	0.1%	6.0%	4.3%	9.1%	0.7%	2.1%
対前年度増減率	-0.4	100.0	-9.3	-32.9	-16.1	-36.5	-24.8	-49.0	-37.6	-40.2
対平成27年度増減率	-29.6	147.1	38.1	-16.7	-35.0	-42.7	0.8	-43.5	-37.5	-31.8

	L 学術研 究、専門 技術サー	M 宿泊業 飲食 サービス	N 生活関連 サービ ス、娯楽	O 教育学習 支援業	P 医療福祉	Q 複合サー ビス業	R サービス 業	S・T 公務 その他	全産業
平成27年度	3,608	11,753	5,660	2,154	27,473	434	15,272	6,234	117,011
平成28年度	3,952	13,265	6,332	2,300	29,759	423	16,487	6,763	121,009
平成29年度	4,418	14,862	6,501	2,618	34,018	547	16,397	6,829	135,752
平成30年度	4,631	15,712	5,959	2,510	35,036	486	15,626	7,630	140,219
令和元年度	3,971	16,403	5,705	2,721	37,571	449	14,575	7,646	139,511
令和2年度	2,937	7,319	3,343	2,414	32,581	523	8,608	7,534	98,314
R1産業別構成比	2.8%	11.8%	4.1%	2.0%	26.9%	0.3%	10.4%	5.5%	100.0%
R2産業別構成比	3.0%	7.4%	3.4%	2.5%	33.1%	0.5%	8.8%	7.7%	100.0%
対前年度増減率	-26.0	-55.4	-41.4	-11.3	-13.3	16.5	-40.9	-1.5	-29.5
対平成27年度増減率	-18.6	-37.7	-40.9	12.1	18.6	20.5	-43.6	20.9	-16.0

資料：沖縄労働局

③労働力・就業人口及び完全失業率等の状況

平成 27(2015)年国勢調査における名護市の労働力人口は 27,025 人、就業人口は 25,651 人、完全失業者率は 5.1%となっている。

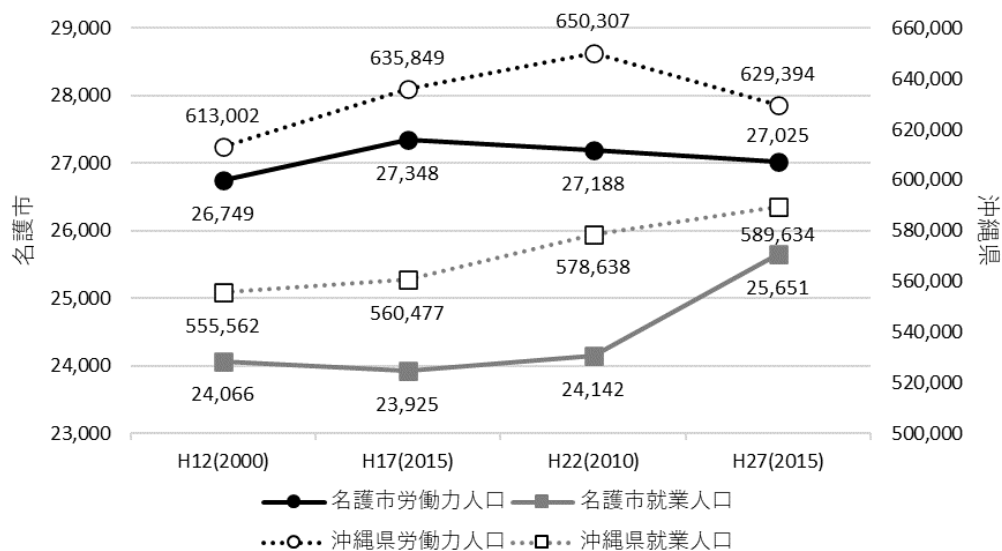
平成 12(2000)年からの推移をみると、労働力人口は平成 17(2005)年をピークに減少傾向に転じている。

表一労働力人口・就業人口等の推移

	名護市				沖縄県			
	平成12 (2000)年	平成17 (2005)年	平成22 (2010)年	平成27 (2015)年	平成12 (2000)年	平成17 (2005)年	平成22 (2010)年	平成27 (2015)年
15歳以上人口 (A)	45,018	48,369	48,359	50,063	1,044,383	1,106,943	1,138,467	1,170,446
趨勢比%	-	107.4%	107.4%	111.2%	-	106.0%	109.0%	112.1%
労働力人口 (B)	26,749	27,348	27,188	27,025	613,002	635,849	650,307	629,394
労働力率(%) B/A	59.4%	56.5%	56.2%	54.0%	58.7%	57.4%	57.1%	53.8%
就業人口 (C)	24,066	23,925	24,142	25,651	555,562	560,477	578,638	589,634
就業者率(%) C/B	90.0%	87.5%	88.8%	94.9%	90.6%	88.1%	89.0%	93.7%
完全失業者 (D)	2,683	3,423	3,046	1,374	57,440	75,372	71,669	39,760
完全失業者率(%) D/B	10.0%	12.5%	11.2%	5.1%	9.4%	11.9%	11.0%	6.3%

データ出典：国勢調査

図一労働力人口・就業人口の推移



【参考】表一労働力人口・就業人口・29歳以下の就業人口等（県内市部）

			名護市	うるま市	沖縄市	宜野湾市	浦添市	那覇市	豊見城市
15歳以上人口 (A)			50,063	97,493	113,017	77,540	92,102	263,690	48,421
労働力人口 (B)			27,025	49,206	53,861	40,438	48,949	136,531	26,436
労働力率(%) B/A			54.0%	50.5%	47.7%	52.2%	53.1%	51.8%	54.6%
就業人口 (C)			25,651	45,519	49,997	37,853	46,104	127,621	25,085
就業者率(%) C/B			94.9%	92.5%	92.8%	93.6%	94.2%	93.5%	94.9%
完全失業者 (D)			1,374	3,687	3,864	2,585	2,845	8,910	1,351
完全失業者率(%) D/B			5.1%	7.5%	7.2%	6.4%	5.8%	6.5%	5.1%
	29歳以下の就業人口 (E)		4,444	8,246	8,749	6,927	7,587	21,185	4,080
	完全失業者 (F)		339	1031	1106	757	786	2142	378
	完全失業率 F/E		7.6%	12.5%	12.6%	10.9%	10.4%	10.1%	9.3%
	完全失業者に占める 29歳以下の割合 F/D		24.7%	28.0%	28.6%	29.3%	27.6%	24.0%	28.0%

			糸満市	南城市	宮古島市	石垣市	県内市部	沖縄県
15歳以上人口 (A)			47,601	34,910	42,350	38,669	905,856	1,170,446
労働力人口 (B)			28,270	19,903	24,612	23,832	479,063	629,394
労働力率(%) B/A			59.4%	57.0%	58.1%	61.6%	52.9%	53.8%
就業人口 (C)			26,320	18,617	23,297	22,711	448,775	589,634
就業者率(%) C/B			93.1%	93.5%	94.7%	95.3%	93.7%	93.7%
完全失業者 (D)			1,950	1,286	1,315	1,121	30,288	39,760
完全失業者率(%) D/B			6.9%	6.5%	5.3%	4.7%	6.3%	6.3%
	29歳以下の就業人口 (E)		4,758	3,181	2,323	2,998	74,478	98,027
	完全失業者 (F)		542	329	239	245	7894	10606
	完全失業率 F/E		11.4%	10.3%	10.3%	8.2%	10.6%	10.8%
	完全失業者に占める 29歳以下の割合 F/D		27.8%	25.6%	18.2%	21.9%	26.1%	26.7%

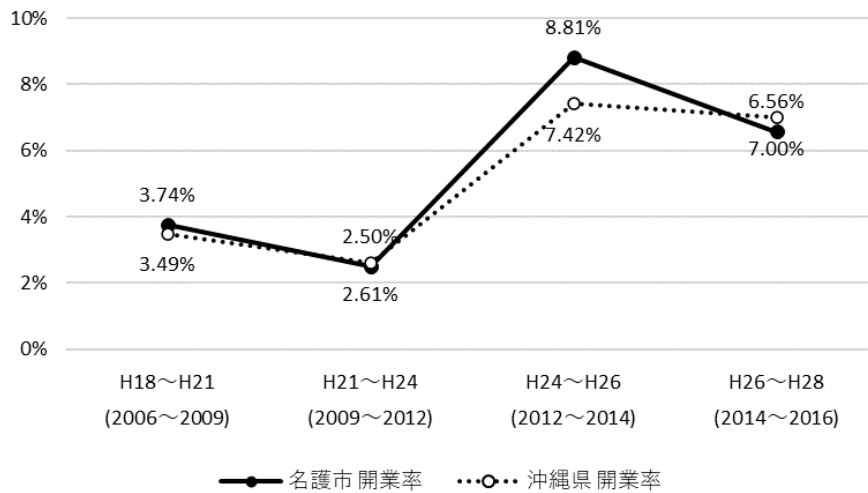
データ出典：平成27(2015)年国勢調査

4) 開業率・廃業率

名護市の企業の開業比率をみると、平成 21(2009)～平成 24(2012)年には減少傾向にあったが、平成 24(2012)～平成 26(2014)年に急増し、平成 26(2014)～平成 28(2016)年には 6.56%となっている。

沖縄県の値と比較すると平成 24(2012)～平成 26(2014)年は沖縄県よりも開業比率は高くなっているが、その他の年は沖縄県とほぼ同等値となっている。

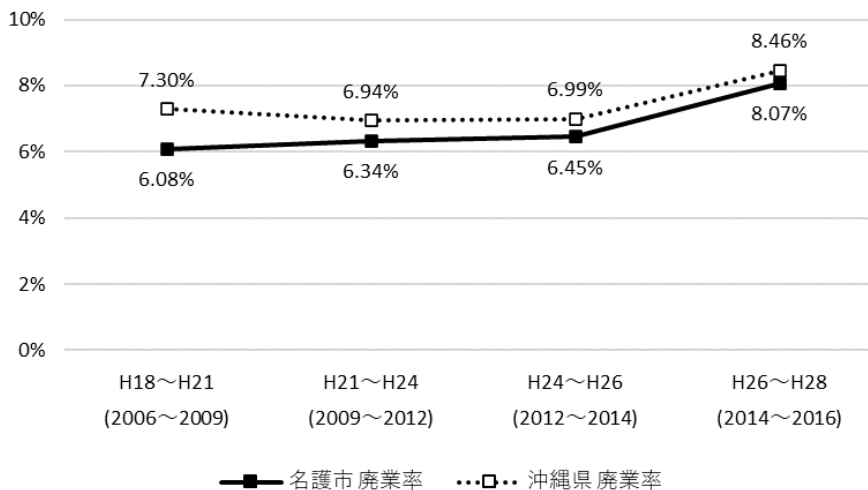
図一開業率



名護市の企業の廃業比率をみると、平成 18(2006)～平成 20(2014)年にはおよそ 6%で推移しているが、平成 26(2014)～平成 28(2016)年には 8.07%と増加している。

沖縄県の値をみると同様の推移傾向にあるが、名護市よりも廃業比率が若干高くなっている。

図一廃業率



5) 事業所の開設時期

平成 28(2016)年時点で、名護市の事業所の開設時期をみると平成 7 (1995) ～平成 16 (2004) 年に開設された事業所が 23.5%と最も多く、続いて昭和 59 (1984) 年以前が 19.3%、平成 22 (2010) ～平成 26 (2014) 年が 18.4%と続いており、沖縄県も同様の傾向となっている。

表一開設時期別事業所の数

	沖縄県		名護市	
総数	64,285	100%	2,874	100%
昭和59 (1984) 年以前	12,008	18.7%	555	19.3%
昭和60 (1985) ～平成 6 (1994) 年	10,482	16.3%	447	15.6%
平成 7 (1995) ～平成16 (2004) 年	14,980	23.3%	674	23.5%
平成17 (2005) ～平成21 (2009) 年	10,776	16.8%	465	16.2%
平成22 (2010) ～平成26 (2014) 年	11,248	17.5%	528	18.4%
平成27 (2015) 年	2,128	3.3%	92	3.2%
平成28 (2016) 年	1,100	1.7%	63	2.2%
不詳	1,563	2.4%	50	1.7%

データ出典：平成 28(2016)年経済センサス

3. 沖縄県買物動向調査

1) 地元購買率

名護市在住者の地元購買率は、すべての商品で 70.0%以上となっており、「飲食料品」、「日用品」、「実用衣料品」などの最寄性の高い商品ほど地元購買率が高くなる傾向にある。

また、いずれの品目においても、名護市の地元購買率は北部地区、市部、県全体の値より高くなっている。

表一 地元購買率

品目	名護市	北部地区	市部	県全体
飲食料品（一般食料品・生鮮食料品など）	94.9	71.1	85.8	81.2
日用品（日用雑貨・化粧品・医薬品など）	95.9	64.0	84.0	79.0
実用衣料品（下着・肌着・靴下など）	92.7	51.0	78.0	69.0
ファッション衣料品（外出着など）	74.8	40.9	70.3	61.6
身回品（くつ・かばん・時計・めがね・服飾品など）	77.8	42.5	72.2	63.4
文化品（スポーツレジャー用品・書籍・CD・文具など）	88.7	49.9	75.5	67.2
家具・家電（家具・室内装飾品・家電製品など）	83.2	46.2	72.2	63.7
贈答品（お中元・年末用品・記念品など）	91.4	57.3	79.5	72.7

資料：沖縄県買物動向調査（平成 30(2018)年度）

2) 主に買い物をする店舗の種類

北部地区在住者が主に買い物をする店舗の種類をみると、いずれの商品においても「スーパーマーケット」や「ショッピングセンター・百貨店」、「専門チェーン店」が主となっており、「一般のお店・個人商店」とする回答は 10%未満にとどまっている。

飲食料品

店舗の種類	北部	中部	南部	市部
ショッピングセンター・百貨店	24.2	32.3	21.9	24.2
スーパーマーケット	57.8	60	64.6	62.8
専門チェーン店	2.3	1.2	1.3	1.6
コンビニエンスストア	4.4	3.5	4	4.2
一般のお店・個人商店	8.0	1.7	6.3	5.3
無店舗販売（通信販売等）	3.4	1.3	1.8	1.8

日用品

店舗の種類	北部	中部	南部	市部
ショッピングセンター・百貨店	37.7	45.4	33.2	35.0
スーパーマーケット	26.3	29.9	39.0	35.3
専門チェーン店	26.6	20.9	17.3	20.5
コンビニエンスストア	1.1	1.3	2.5	2.7
一般のお店・個人商店	5.2	0.9	4.9	3.8
無店舗販売（通信販売等）	3.1	1.6	3.1	2.6

実用衣料品

店舗の種類	北部	中部	南部	市部
ショッピングセンター・百貨店	69.5	74.2	65.4	63.9
スーパーマーケット	11.7	12.1	13.7	14.3
専門チェーン店	10.4	9.5	13.5	14.4
コンビニエンスストア	0.3	0.3	0.8	1.1
一般のお店・個人商店	2.3	1.4	2.5	2.5
無店舗販売（通信販売等）	5.8	2.5	4.2	3.9

ファッション衣料品

店舗の種類	北部	中部	南部	市部
ショッピングセンター・百貨店	69.7	74.8	72.6	67.7
スーパーマーケット	5.3	5.0	5.9	6.7
専門チェーン店	16.0	13.2	14.1	16.6
コンビニエンスストア	0.2	0.5	0.4	0.9
一般のお店・個人商店	2.1	2.7	2.4	3.1
無店舗販売（通信販売等）	6.7	3.8	4.6	5.0

身回品

店舗の種類	北部	中部	南部	市部
ショッピングセンター・百貨店	64.1	70.8	66.9	62.4
スーパーマーケット	4.3	4.8	5.9	6.4
専門チェーン店	23.3	19.1	21.0	23.7
コンビニエンスストア	0.4	0.6	0.4	1.0
一般のお店・個人商店	1.8	1.6	1.9	2.4
無店舗販売（通信販売等）	6.1	3.2	3.9	4.1

文化品

店舗の種類	北部	中部	南部	市部
ショッピングセンター・百貨店	53.0	55.9	55.6	50.8
スーパーマーケット	5.1	5.1	5.8	6.4
専門チェーン店	33.9	33.5	31.1	34.5
コンビニエンスストア	0.6	0.7	0.8	1.3
一般のお店・個人商店	2.5	1.6	2.3	2.7
無店舗販売（通信販売等）	4.9	3.2	4.4	4.3

家具・家電

店舗の種類	北部	中部	南部	市部
ショッピングセンター・百貨店	38.3	46.3	44.0	39.3
スーパーマーケット	3.1	4.1	4.7	5.0
専門チェーン店	50.0	45.5	45.2	48.9
コンビニエンスストア	0.4	0.8	0.8	1.3
一般のお店・個人商店	3.2	1.6	2.4	2.4
無店舗販売（通信販売等）	5.1	1.8	2.9	3.0

贈答品

店舗の種類	北部	中部	南部	市部
ショッピングセンター・百貨店	56.6	61.8	56.2	54.6
スーパーマーケット	24.8	28.4	31.4	31.3
専門チェーン店	6.1	5.0	5.3	6.4
コンビニエンスストア	0.2	0.4	0.4	0.8
一般のお店・個人商店	4.4	1.4	2.1	2.4
無店舗販売（通信販売等）	7.9	3.0	4.7	4.6

資料：沖縄県買物動向調査（平成 30(2018)年度）

3）大規模小売店舗の利用状況

北部地区在住者による県内の大規模小売店舗の利用状況をみると、3 か月に 1 回以上利用している割合（利用率）は、「イオン名護ショッピングセンター」が 80.0%で最も高く、多くの方が日常的に利用している様子がうかがえる。以下、「イオンモール沖縄ライカム」（36.8%）、「サンエー具志川メインシティ」（31.0%）と続いている。

	イオン名護 ショッピング センター	サンエー具 志川メイン シティ	イオン具志 川ショッピ ングセン ター	イオンモー ル沖縄ライ カム	サンエー那 覇メインプ レイス
ほとんど毎日	4.1	0.1	0.1	0.2	0.2
週に 2 ～ 3 回	13.5	0.6	0.4	0.2	0.2
週に 1 回	26.1	2.1	1.4	2.3	0.2
月に 1 回	24.2	12.3	8.0	15.0	5.9
3 か月に 1 回	12.1	15.9	13.8	19.0	18.5
上記未満（なし含む）	20.0	69.0	76.3	63.2	74.9
利用率	80.0	31.0	23.7	36.8	25.1

資料：沖縄県買物動向調査（平成 30(2018)年度）

4) 地元商店街の利用頻度

北部地区在住者の地元商店街の利用状況をみると、3か月に1回以上利用している割合（利用率）は57.0%、「ほとんど利用しない」が43.0%となっている。

地元商店街利用頻度

	北部	中部	南部	市部
ほとんど毎日	9.6	5.4	6.9	6.6
週に2～3回	15.9	11.4	15.7	14.7
週に1回	11.5	5.7	10.0	9.2
月に1回	15.5	3.0	4.8	5.1
3か月に1回	4.4	1.9	4.1	3.5
ほとんど利用しない	43.0	72.6	58.5	60.9
利用率	57.0	27.4	41.5	39.1

資料：沖縄県買物動向調査（平成30(2018)年度）

5) インターネット通販・無店舗販売の利用状況

北部地区在住者のインターネット通販・無店舗販売の利用状況をみると、半年に1回以上利用している割合（利用率）は「インターネット通販」が43.9%と最も高く、次いで「生協や農協の共同購入」(27.0%)、「カタログ通販」(21.0%)となっている。

インターネット通販の利用

	北部	中部	南部	市部
週1回以上	3.7	3.3	3.9	4.0
月1回以上	19.6	16.4	17.5	16.9
半年1回以上	20.6	18.4	17.5	17.3
利用なし	56.1	61.9	61.1	61.8
利用率	43.9	38.1	38.9	38.2

テレビ・ラジオ通販の利用

	北部	中部	南部	市部
週1回以上	0.1	0.3	0.3	0.3
月1回以上	1.1	1.2	0.9	1.1
半年1回以上	8.0	5.9	5.0	5.4
利用なし	90.9	92.6	93.8	93.2
利用率	9.1	7.4	6.2	6.8

カタログ通販

	北部	中部	南部	市部
週1回以上	0.4	0.6	0.4	0.5
月1回以上	4.1	1.6	1.4	2.3
半年1回以上	16.5	10.5	11.1	11.2
利用なし	79.0	87.3	87.1	86.1
利用率	21.0	12.7	12.9	13.9

新聞や雑誌などの広告販売

	北部	中部	南部	市部
週1回以上	0.4	0.5	0.6	0.6
月1回以上	0.8	0.8	0.6	0.6
半年1回以上	4.4	3.6	4.6	4.3
利用なし	94.4	95.0	94.3	94.6
利用率	5.6	5.0	5.7	5.4

生協や農協の共同購入

	北部	中部	南部	市部
週 1 回以上	16.3	8.7	9.8	8.4
月 1 回以上	6.1	3.2	4.0	3.5
半年 1 回以上	4.7	3.7	5.7	5.0
利用なし	73.0	84.3	80.6	83.1
利用率	27.0	15.7	19.4	16.9

資料：沖縄県買物動向調査（平成 30(2018)年度）

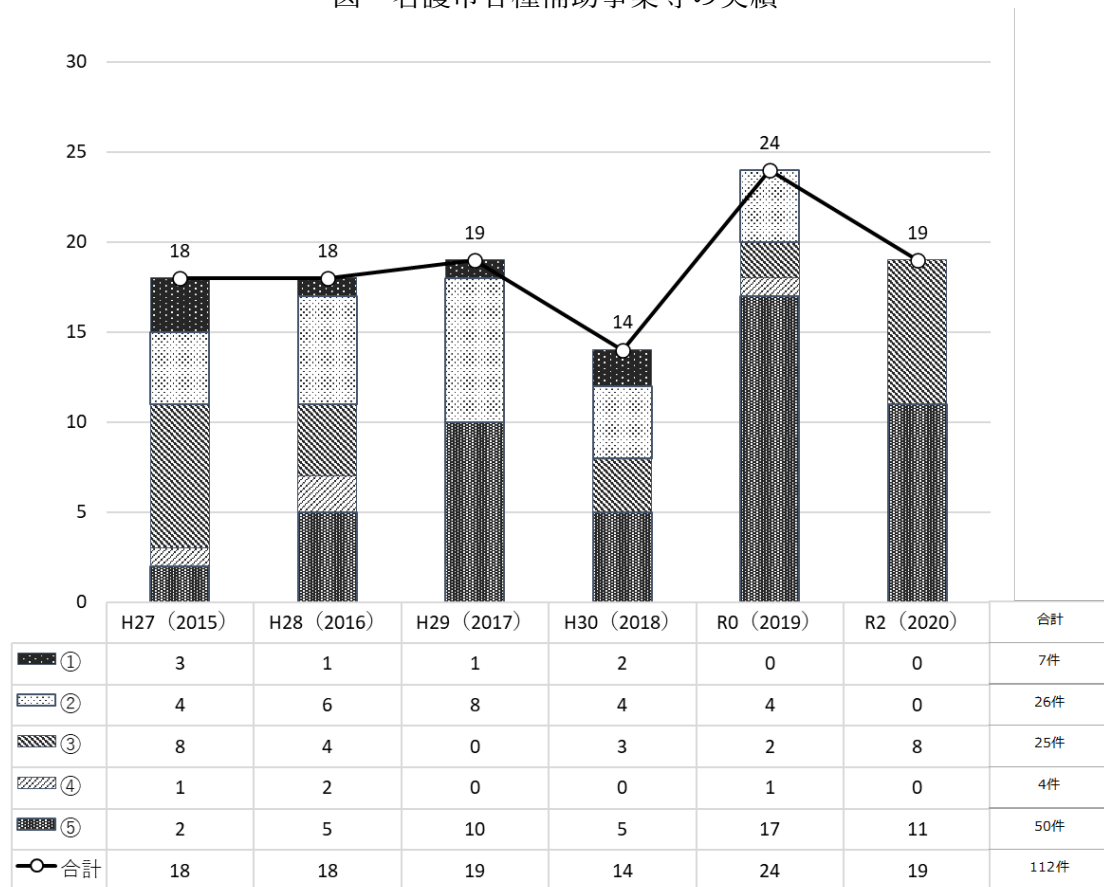
4. 名護市の支援実績

平成 27(2017)年から実施された名護市中小企業・小規模企業振興事業補助金の利用状況をみると、毎年 20 件前後の助成が行われており、累計で 112 件の助成決定となっている。

最も利用の多い支援策は「⑤名護市店舗等改装支援事業補助金」で 50 件、「②名護市販路拡大出展支援事業」で 26 件、「③名護市新規創業雇用支援事業補助金」で 25 件と続いている。

そのほか、小規模事業者(従業員 20 人以下の企業)への貸付(名護市小口資金融資)を行っているが、平成 27(2017)年から令和 2(2020)年の実績は、相談が 1 件あったものの融資実行には至っていない状況となっている。

図一名護市各種補助事業等の実績



【各補助金・奨励金等の内容と補助率】

助成金名	内容	補助率
① 名護市地域資源活用支援事業補助金	市内の地域資源を活用した商品開発や販路開拓を行う際の費用を一部助成。	【事業規模】 補助対象経費が 40 万円以上となる事業 【補助額】 補助対象経費の 2/3 【補助上限額】 40 万円
② 名護市販路拡大出展支援事業	県内外で開催される物産展など販促イベント等へ出展する際の出展費の一部助成。	【補助額】 補助対象経費の 2/3 【補助上限額】 10 万円
③ 名護市新規創業雇用支援事業補助金	市内で新たな起業と雇用を創出する新規創業間もない(申請時に 3 年以内) 中小企業者・小規模企業者に対し、対象雇用者に対する賃金費用の一部を助成。	【対象雇用者】 6 ヶ月の雇用期間があり、基本給が対象期間中の最低賃金額(時間額) 以上であること 【補助額】 対象となる雇用者 1 人につき 15 万円以内 (1 社につき 2 名まで)
④ 名護市若年者継続雇用奨励金	市内の事業者が若年者(45 歳未満)を厚労省の事業においてトライアル雇用後に 6 ヶ月以上の常用雇用をした場合の奨励金。	【対象雇用者】 平成 28 年 1 月 1 日以降にトライアル雇用事業において試行的に雇用された者 【補助額】 対象労働者 1 人につき 15 万円
⑤ 名護市店舗等改装支援事業補助金	市内において新規に創業する者及び既存で営業している事業者が店舗改装工事を行う際に改装費用の一部を助成。	【事業規模】 補助対象経費が 50 万円以上となる事業 【補助額】 補助対象経費の 1/2 【補助上限額】 新規創業者 75 万円 既存事業者 50 万円

【中小企業融資支援】

制度名称	貸付対象	その他
名護市小口資金融資	1 年以上同一事業を営んでいる小規模事業者(従業員 20 人以下の企業)への貸付 【使途】 ① 運転資金 ② 設備資金 ③ 運転設備資金 ④ 転業資金(一般貸付のみ) 【融資額】 500 万円以内 【返済期間】 5 年以内 (据置期間 6 ヶ月以内を含む)	【担保】 一般貸付：原則、無担保 特別小口貸付：無担保 【保証人】 一般貸付：原則、無担保(原則として、法人の代表者を除いては、保証人を徴求しない) 特別小口貸付：不要

第2章 企業アンケート調査

1. 企業アンケート調査の概要
2. 企業アンケート集計結果

第2章 企業アンケート調査

1. 企業アンケート調査の概要

1) 目的

名護市内の中小企業者・小規模企業者の実態等を把握し、今後の名護市における中小企業・小規模企業の振興策の在り方等を検討する際の資料とするため、「第2次名護市中小企業・小規模企業振興ビジョン策定に向けた企業アンケート調査」を実施した。

2) 実施概要

本アンケート調査は、下記の要領で実施した。

表－企業アンケート実施概要

項 目	内 容
調査対象	令和3(2021)年9月時点でiタウンページに掲載されている名護市内に立地する全ての企業(2,057事業所)
調査方法	・上記の調査対象者に対し、郵送による配布 ・郵便による回収またはWebを活用した回答
調査期間	令和3(2021)年10月4日～10月25日
回収数	510事業所(有効回収率:25.5%)(宛先不明:55件)
設問項目	・企業概要について ・売上・利益の状況について ・資金繰りについて ・経営課題について ・人材確保・育成について ・事業承継について ・コロナショックについて ・災害発生時の備えについて ・デジタル化の状況について ・SDGs(エスディーゼーズ)の認知度等について ・名護市中小企業・小規模企業振興事業補助金について ・名護市に期待する中小企業・小規模企業振興施策

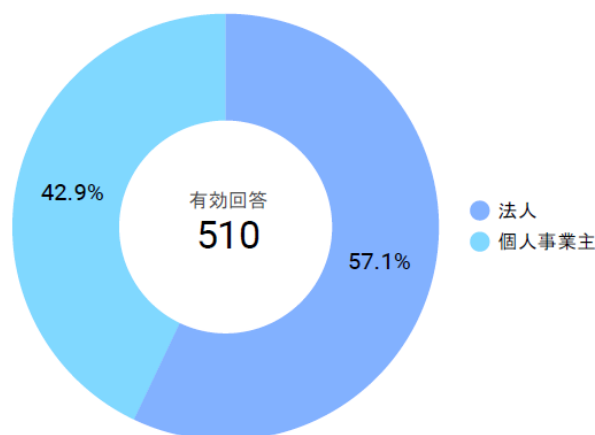
2. 企業アンケート集計結果

1) 企業概要について

問1 貴事業所の事業形態は何ですか。(〇は1つ)

1. 個人事業主	2. 法人
----------	-------

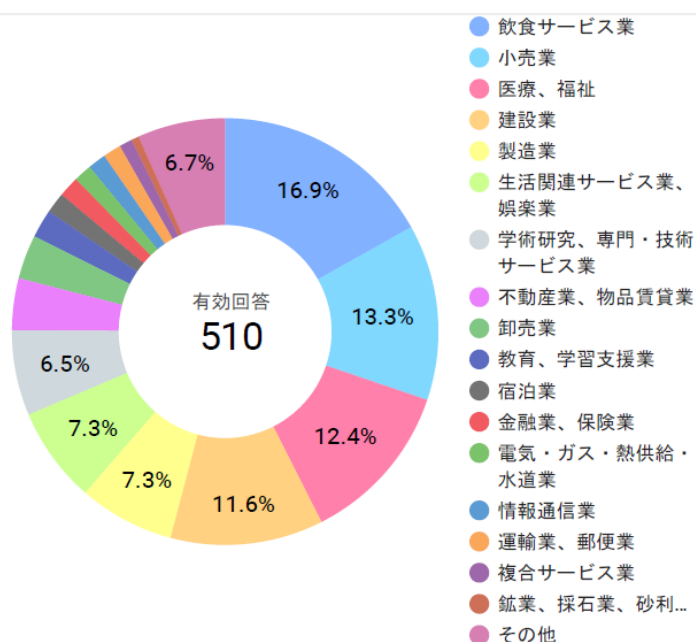
回答頂いた企業の事業形態の内訳は、「2. 法人」が57.1%、「1. 個人事業主」が42.9%となり、「2. 法人」の占める割合がやや多くなっている。



問2 貴事業所の業種は、次のどれに該当しますか。(主たる事業(最も売り上げが高い事業))(〇は1つ)

1. 農業、林業、漁業	2. 鉱業、採石業、砂利採取業	3. 建設業
4. 製造業	5. 電気・ガス・熱供給・水道業	6. 情報通信業
7. 運輸業、郵便業	8. 卸売業	9. 小売業
10. 金融業、保険業	11. 不動産業、物品賃貸業	12. 学術研究、専門・技術サービス業
13. 宿泊業	14. 飲食サービス業	15. 生活関連サービス業、娯楽業
16. 教育、学習支援業	17. 医療、福祉	18. 複合サービス業
19. その他 ()		

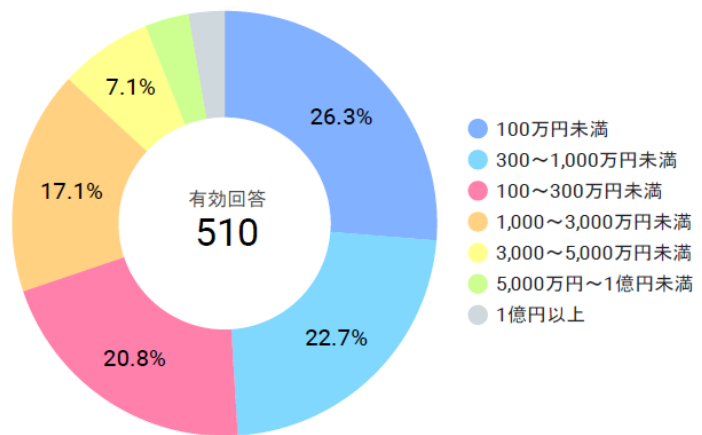
回答頂いた企業の業種の内訳は、「14. 飲食サービス業」が16.9%、「9. 小売業」が13.3%、「17. 医療、福祉」が12.4%、「3. 建設業」が11.6%となっている。



問3 貴事業所の資本金をお選びください。(○は1つ)

- | | | |
|--------------------|--------------------|------------------|
| 1. 100万円未満 | 2. 100～300万円未満 | 3. 300～1,000万円未満 |
| 4. 1,000～3,000万円未満 | 5. 3,000～5,000万円未満 | 6. 5,000万円～1億円未満 |
| 7. 1億円以上 | | |

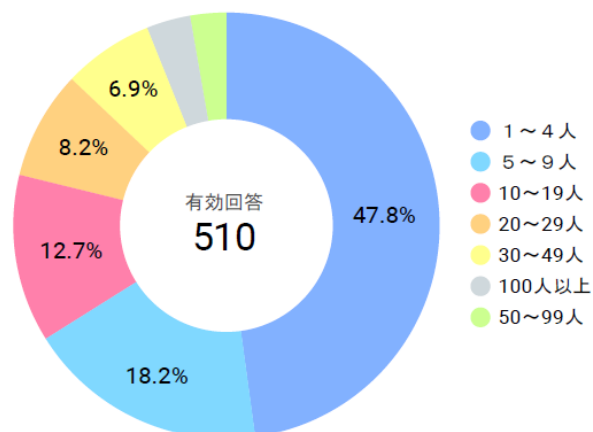
回答頂いた企業の資本金についてみると、「1. 100万円未満」が26.3%、「3. 300～1,000万円未満」が22.7%、「2. 100～300万円未満」が20.8%、「4. 1,000～3,000万円未満」が17.1%となっている。



問4 貴事業所の従業者数をお選びください。(○は1つ)

- | | | | |
|-----------|-----------|-----------|-----------|
| 1. 1～4人 | 2. 5～9人 | 3. 10～19人 | 4. 20～29人 |
| 5. 30～49人 | 6. 50～99人 | 7. 100人以上 | |

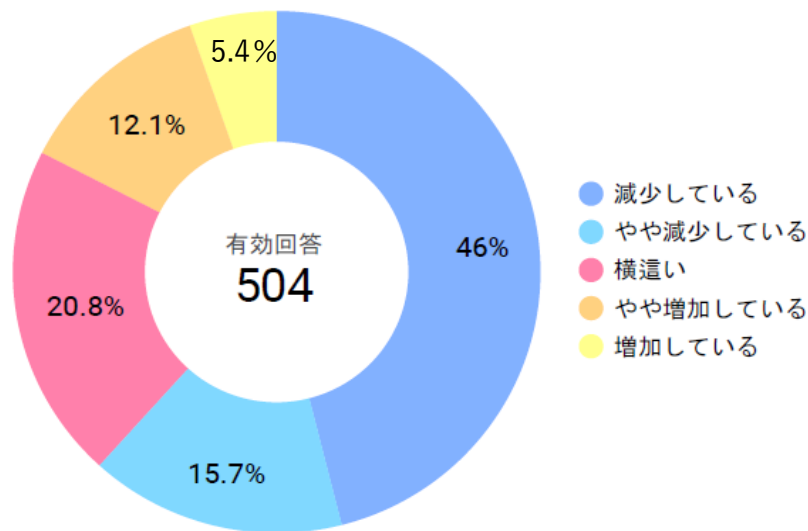
回答頂いた企業の従業者数についてみると、小規模企業に該当する「1. 1～4人」が47.8%と最も多い。以下「2. 5～9人」(18.2%)、「3. 10～19人」(12.7%)、「4. 20～29人」(8.2%)となっている。



2) 売上・利益の状況について

問5 直近3年の売上の傾向についてお答えください。(○は1つ)

1. 増加している⇒問6-1へ	2. やや増加している⇒問6-1へ
3. 横這い⇒問7へ	
4. やや減少している⇒問6-2へ	5. 減少している⇒問6-2へ

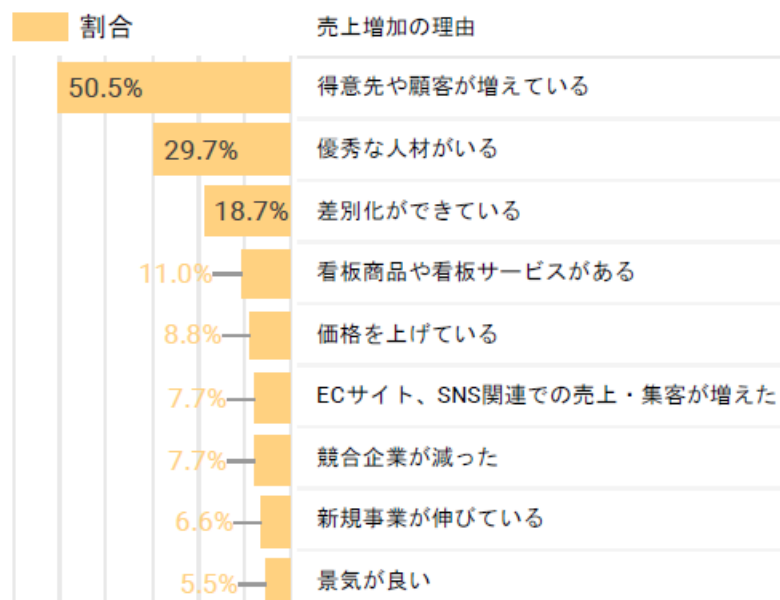


業況について、『増加』（「1. 増加している」(5.4%) + 「2. やや増加している」(12.1%))は17.5%、「3. 横這い」は20.8%、『減少』（「4. やや減少している」(15.7%) + 「5. 減少している」(46.0%))は61.7%となっており、6割を超える企業が直近3年の売上が減少していると回答している。

問5で「1. 増加している」、「2. やや増加している」と回答した方のみ回答

問6-1 売上高が増加している理由についてお答えください。(〇はいくつでも)

- | | |
|-------------------|---------------------------|
| 1. 看板商品や看板サービスがある | 2. 差別化ができています |
| 3. 得意先や顧客が増えている | 4. 新規事業が伸びている |
| 5. 優秀な人材がいる | 6. ECサイト、SNS関連での売上・集客が増えた |
| 7. 景気が良い | 8. 価格を上げている |
| 9. 競合企業が減った | 10. その他（ ） |

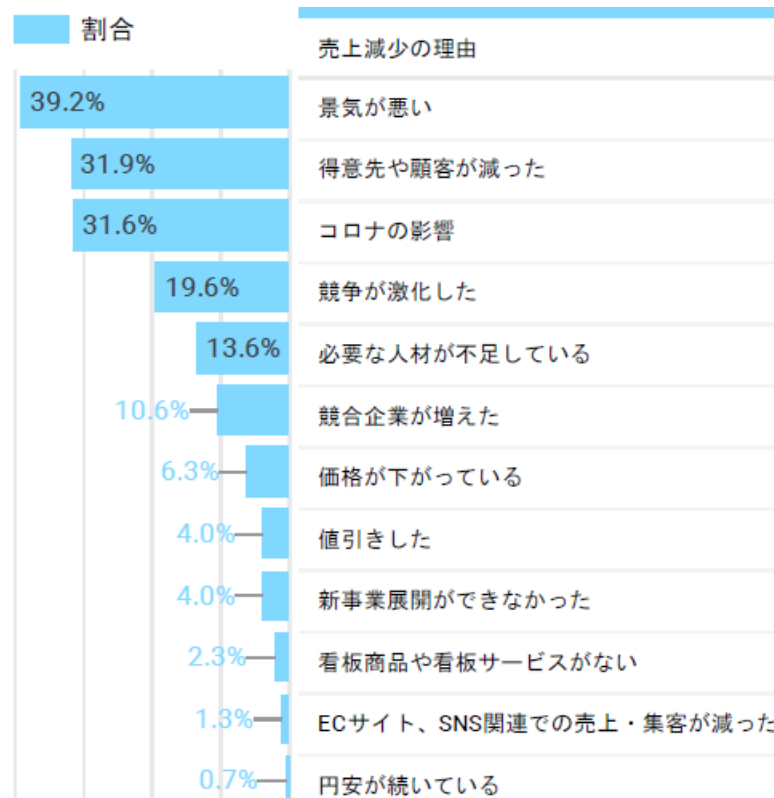


問5で売上高が『増加』している企業にその理由をうかがったところ、「3. 得意先や顧客が増えている」が50.5%と最も高く、次いで「5. 優秀な人材がいる」(29.7%)、「2. 差別化ができています」(18.7%)となっている。他企業との差別化等により得意先や顧客の獲得が売上高増加の主要因として推測される。

問5で「4. やや減少している」、「5. 減少している」と回答した方のみ回答

問6-2 売上高が減少している理由についてお答えください。(〇はいくつでも)

- | | |
|-------------------|-----------------------------|
| 1. 看板商品や看板サービスがない | 2. 競争が激化した |
| 3. 得意先や顧客が減った | 4. 新事業展開ができなかった |
| 5. 必要な人材が不足している | 6. EC サイト、SNS 関連での売上・集客が減った |
| 7. 景気が悪い | 8. 値引きした |
| 9. 価格が下がっている | 10. 円安が続いている |
| 11. 競合企業が増えた | 12. その他() |



問5で売上高が『減少』している企業にその理由をうかがったところ、「7. 景気が悪い」が39.2%と高く、次いで「3. 得意先や顧客が減った」(31.9%)、「コロナの影響(その他に記入)」(31.6%)、「2. 競争が激化した」(19.6%)、「5. 必要な人材が不足している」(13.6%)となっている。

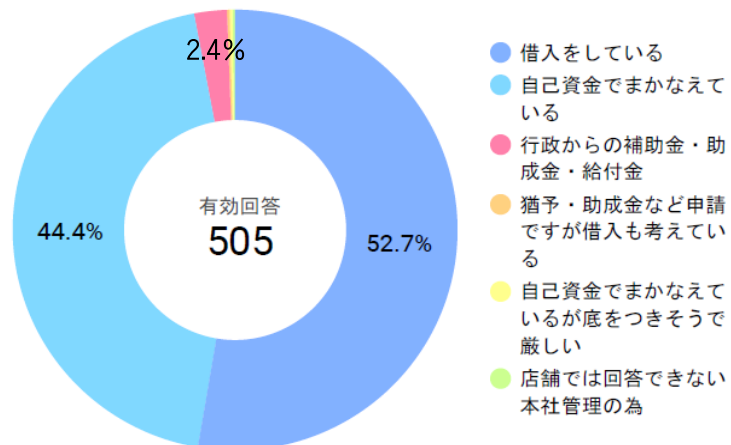
新型コロナウイルス感染症拡大の影響による景気の悪化、顧客の減少が売上高減少の主要因として推測される。その一方で、人材不足による売上高の減少との回答も一定程度みられる。

3) 資金繰りについて

問7 現在の資金繰りについてお答えください。(〇は1つ)

1. 自己資金でまかなえている	2. 借入をしている⇒問7-1、問7-2へ
3. その他（	）

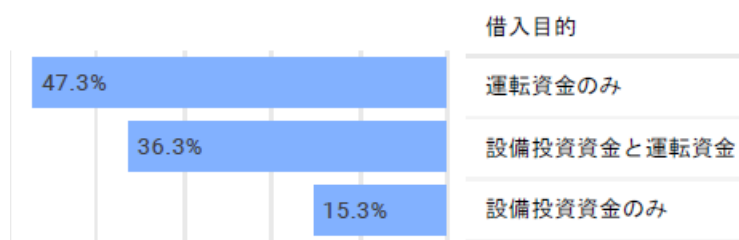
現在の資金繰りについて、「2. 借入をしている」が52.7%、「1. 自己資金でまかなえている」が44.4%となり、自己資金でまかなえている企業は4割強となっている。



問7で「2. 借入をしている」と回答した方のみ回答

問7-1 借入の目的は何ですか。(〇は1つ)

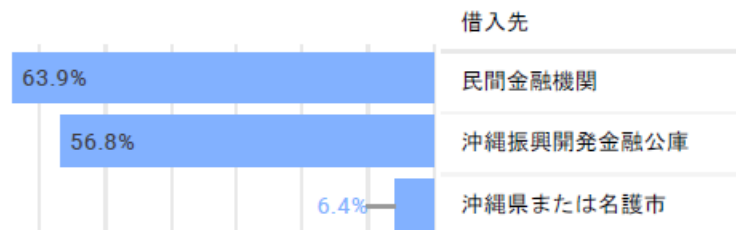
1. 設備投資資金のみ	2. 運転資金のみ
3. 設備投資資金と運転資金	4. その他（



問7で「2. 借入をしている」と回答した企業にその目的をうかがったところ、「2. 運転資金のみ」が47.3%、「3. 設備投資資金と運転資金」が36.3%、「1. 設備投資資金のみ」が15.3%となり、現在、借入をしている企業の83.6%が『運転資金』の借入を行っていることになる。

問7で「2. 借入をしている」と回答した方のみ回答
問7-2 借入先はどちらですか。(〇はいくつでも)

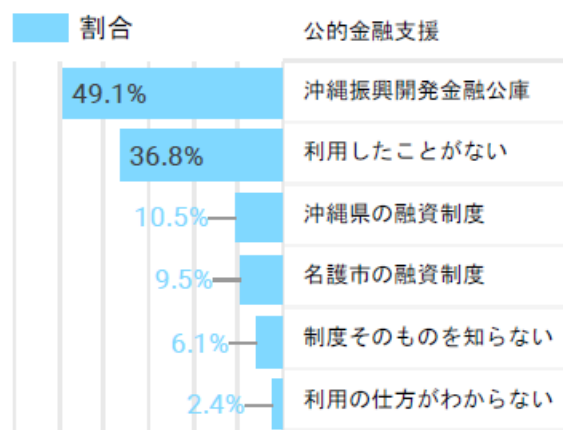
1. 民間金融機関	2. 沖縄振興開発金融公庫	3. 沖縄県または名護市
4. その他 ()		



借入先については、「1. 民間金融機関」が63.9%、「2. 沖縄振興開発金融公庫」が56.8%、「3. 沖縄県または名護市」が6.4%となっている。

問8 貴事業所でこれまでに利用したことがある公的金融支援(融資制度等)を選んでください。(〇はいくつでも)

1. 沖縄振興開発金融公庫	2. 名護市の融資制度	3. 沖縄県の融資制度
4. 利用の仕方がわからない	5. 利用したことがない	6. 制度そのものを知らない



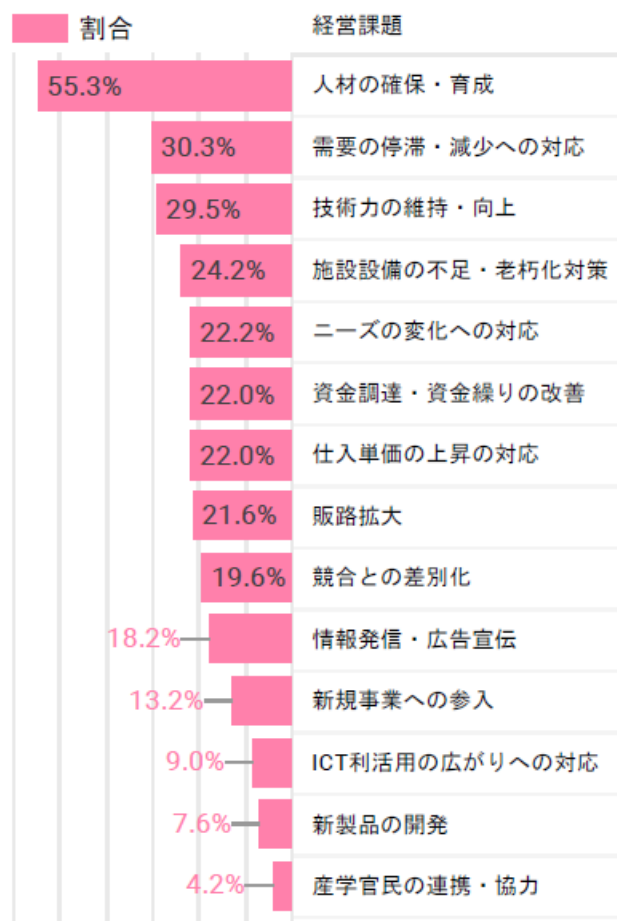
これまでに利用経験がある公的金融支援については、「1. 沖縄振興開発金融公庫」が49.1%と最も高く、「3. 沖縄県の融資制度」が10.5%、「2. 名護市の融資制度」が9.5%となっている一方で、「5. 利用したことがない」が36.8%を占める。

また、「6. 制度そのものを知らない」(6.1%)や「4. 利用の仕方がわからない」(2.4%)という回答もみられ、制度のさらなる周知や利用に向けた支援が必要な企業もみられる。

4) 経営課題について

問9 貴事業所の経営課題は何ですか。以下より近い内容を選択してください。(〇は5つまで)

1. 資金調達・資金繰りの改善	2. 販路拡大
3. 需要の停滞・減少への対応	4. 新製品の開発
5. 新規事業への参入	6. 競合との差別化
7. ニーズの変化への対応	8. 人材の確保・育成
9. 仕入単価の上昇の対応	10. 技術力の維持・向上
11. ICT 利活用の広がりへの対応	12. 施設設備の不足・老朽化対策
13. 情報発信・広告宣伝	14. 産学官民の連携・協力
15. その他 ()	



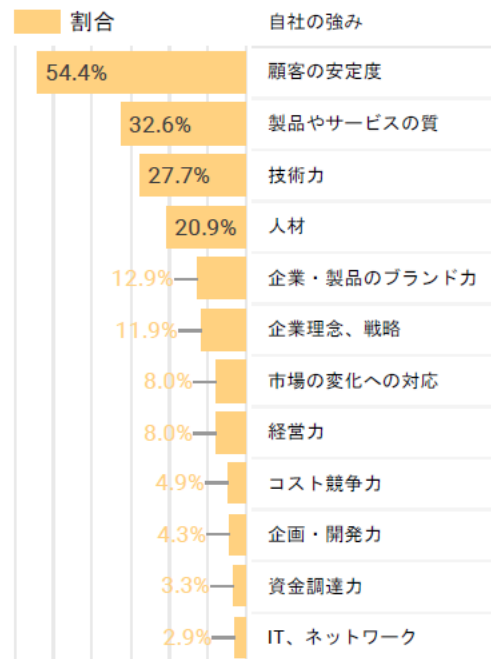
経営課題としては、「8. 人材の確保・育成」が55.3%で最も高く、次いで「3. 需要の停滞・減少への対応」が30.3%、「10. 技術力の維持・向上」が29.5%となっている。

また、他の選択肢についても2割程度の回答がみられ、個々の企業の実情によって経営課題が多岐にわたっている様子がうかがえる。

問 10 貴事業所の強みについてお聞かせください。(〇は3つまで)

1. 顧客の安定度	2. 製品やサービスの質	3. 企業・製品のブランド力
4. 技術力	5. 企画・開発力	6. 経営力
7. 広報宣伝力	8. コスト競争力	9. 人材
10. 市場の変化への対応	11. IT、ネットワーク	12. 資金調達力
13. 企業理念、戦略	14. その他（ ）	

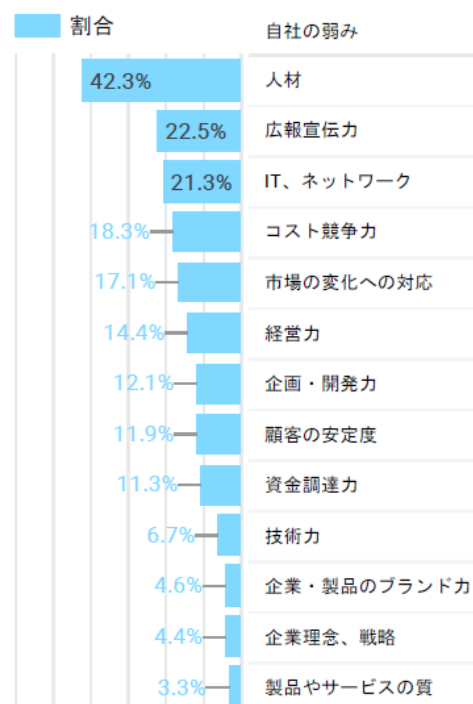
強みについては、「1. 顧客の安定度」が54.4%で最も高く、次いで「2. 製品やサービスの質」(32.6%)、「4. 技術力」(27.7%)となっている。



問 11 貴事業所の弱みについてお聞かせください。(〇は3つまで)

1. 顧客の安定度	2. 製品やサービスの質	3. 企業・製品のブランド力
4. 技術力	5. 企画・開発力	6. 経営力
7. 広報宣伝力	8. コスト競争力	9. 人材
10. 市場の変化への対応	11. IT、ネットワーク	12. 資金調達力
13. 企業理念、戦略	14. その他（ ）	

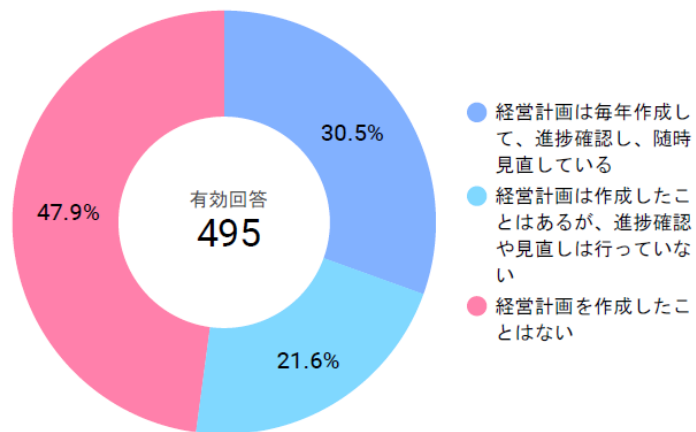
弱みについては、「9. 人材」が42.3%と最も高く、次いで「7. 広報宣伝力」(22.5%)、「11. IT、ネットワーク」(21.3%)と続いている。



問 12 経営計画の作成状況についてお聞かせください。(○は1つ)

1. 経営計画は毎年作成して、進捗確認し、随時見直している
2. 経営計画は作成したことはあるが、進捗確認や見直しは行っていない
3. 経営計画を作成したことはない

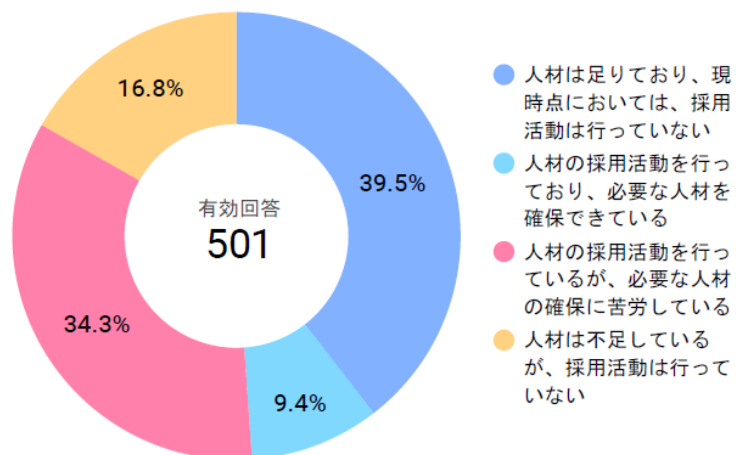
「3. 経営計画を作成したことはない」が47.9%で最も高く、次いで「1. 経営計画は毎年作成して、進捗確認し、随時見直している」(30.5%)、「2. 経営計画は作成したことはあるが、進捗確認や見直しは行っていない」(21.6%)と続いている。



5) 人材確保・育成について

問 13 貴事業所の人材の採用状況についてお聞かせください。(○は1つ)

1. 人材は足りており、現時点においては、採用活動は行っていない
2. 人材の採用活動を行っており、必要な人材を確保できている
3. 人材の採用活動を行っているが、必要な人材の確保に苦労している
4. 人材は不足しているが、採用活動は行っていない

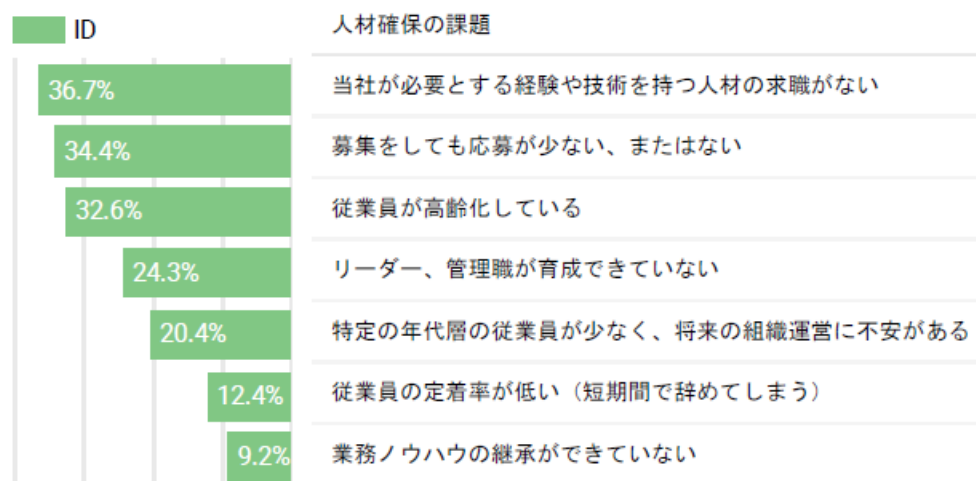


「1. 人材は足りており、現時点においては、採用活動は行っていない」(39.5%)、
「3. 人材の採用活動を行っているが、必要な人材の確保に苦労している」(34.3%)が
それぞれ4割程度を占め高い。以下、「4. 人材は不足しているが、採用活動は行っ
ていない」(16.8%)、「2. 人材の採用活動を行っており、必要な人材を確保できている」
(9.4%)と続いている。

半数(51.1%)の企業で『必要な人材が不足している状況』(「3. 人材の採用活動
を行っているが、必要な人材の確保に苦労している」(34.3%) + 「4. 人材は不足してい
るが、採用活動は行っていない」(16.8%))と回答している。

問 14 貴事業所の人材確保に関する課題はありますか。(〇は3つまで)

- | | |
|---------------------------------|--|
| 1. 募集をしても応募が少ない、またはない | |
| 2. 当社が必要とする経験や技術を持つ人材の求職がない | |
| 3. 従業員の定着率が低い(短期間で辞めてしまう) | |
| 4. 特定の年代層の従業員が少なく、将来の組織運営に不安がある | |
| 5. リーダー、管理職が育成できていない | |
| 6. 従業員が高齢化している | |
| 7. 業務ノウハウの継承ができていない | |
| 8. その他() | |

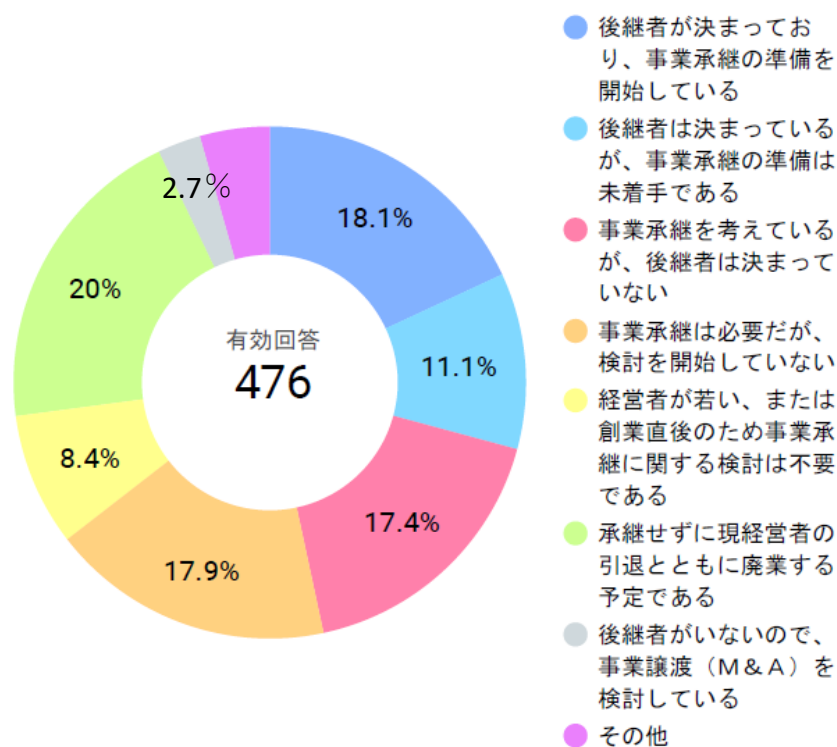


人材確保に関する課題としては、「2. 当社が必要とする経験や技術を持つ人材の求
職がない」(36.7%)、「1. 募集をしても応募が少ない、またはない」(34.4%)、「6.
従業員が高齢化している」(32.6%)がそれぞれ3～4割を占め高い。

6) 事業承継について

問 15 貴事業所の状況について最も当てはまるものをお答えください。(○は1つ)

- | |
|--------------------------------------|
| 1. 後継者が決まっております、事業承継の準備を開始している |
| 2. 後継者は決まっているが、事業承継の準備は未着手である |
| 3. 事業承継を考えているが、後継者は決まっていない |
| 4. 事業承継は必要だが、検討を開始していない |
| 5. 経営者が若い、または創業直後のため事業承継に関する検討は不要である |
| 6. 承継せずに現経営者の引退とともに廃業する予定である |
| 7. 後継者がいないので、事業譲渡（M&A）を検討している |
| 8. その他（ ） |



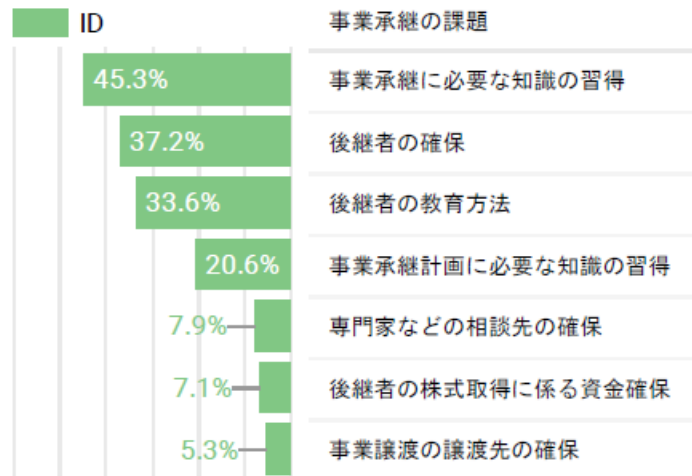
事業承継については、「6. 承継せずに現経営者の引退とともに廃業する予定である」(20.0%)、「1. 後継者が決まっております、事業承継の準備を開始している」(18.1%)、「4. 事業承継は必要だが、検討を開始していない」(17.9%)、「3. 事業承継を考えているが、後継者は決まっていない」(17.4%) がそれぞれ 2 割程度を占めている。

問 16 貴事業所が事業承継に取り組むにあたっての課題は何ですか。(〇は3つまで)

- | | |
|--------------------|--------------------|
| 1. 後継者の確保 | 2. 後継者の教育方法 |
| 3. 事業承継に必要な知識の習得 | 4. 後継者の株式取得に係る資金確保 |
| 5. 事業承継計画に必要な知識の習得 | 6. 専門家などの相談先の確保 |
| 7. 事業譲渡の譲渡先の確保 | 8. その他（ ） |

事業承継に取り組むにあたっての課題は、「3. 事業承継に必要な知識の習得」が45.3%で高く、次いで「1. 後継者の確保」(37.2%)、「2. 後継者の教育方法」(33.6%)となっている。

事業承継や事業承継計画に必要な知識の習得を課題として回答している企業が多いことから、事業承継に関する様々な知識習得の支援が求められる。

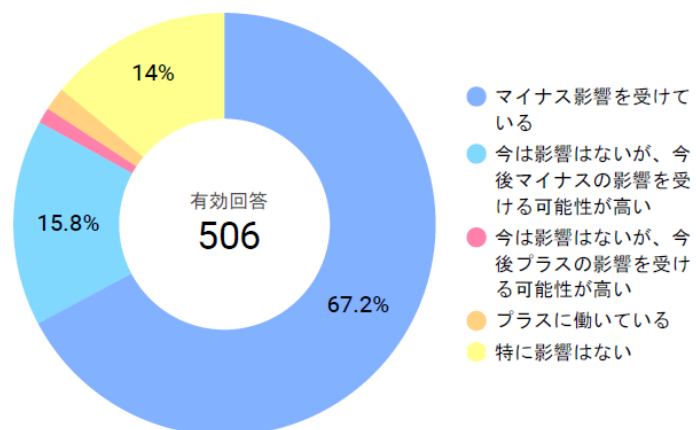


7) コロナショックについて

問 17 新型コロナウイルス感染症の拡大によって、貴事業所の業績に与えた影響についてお答えください。(〇は1つ)

- | |
|---------------------------------|
| 1. マイナス影響を受けている |
| 2. 今は影響はないが、今後マイナスの影響を受ける可能性が高い |
| 3. 今は影響はないが、今後プラスの影響を受ける可能性が高い |
| 4. プラスに働いている |
| 5. 特に影響はない |

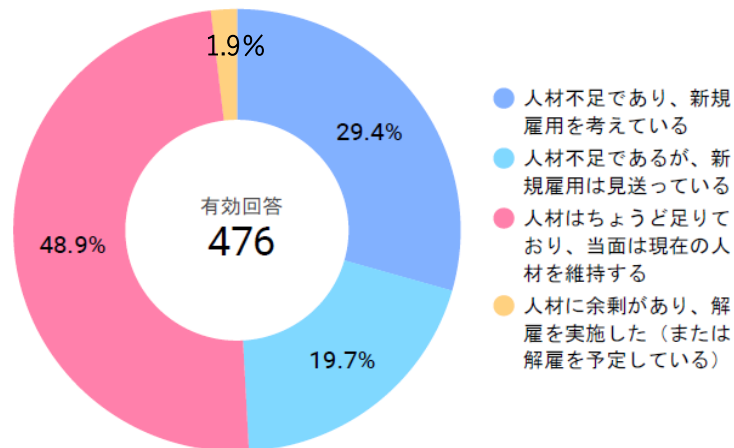
新型コロナウイルス感染症の拡大による影響については、「1. マイナス影響を受けている」が67.2%を占め最も高く、以下「2. 今は影響はないが、今後マイナスの影響を受ける可能性が高い」(15.8%)となっている。その一方で「5. 特に影響はない」とする回答が14.0%みられる。



問 18 コロナ禍は雇用状況に影響を与えていますか。(〇は1つ)

1. 人材不足であり、新規雇用を考えている
2. 人材不足であるが、新規雇用は見送っている
3. 人材はちょうど足りており、当面は現在の人材を維持する
4. 人材に余剰があり、解雇を実施した（または解雇を予定している）

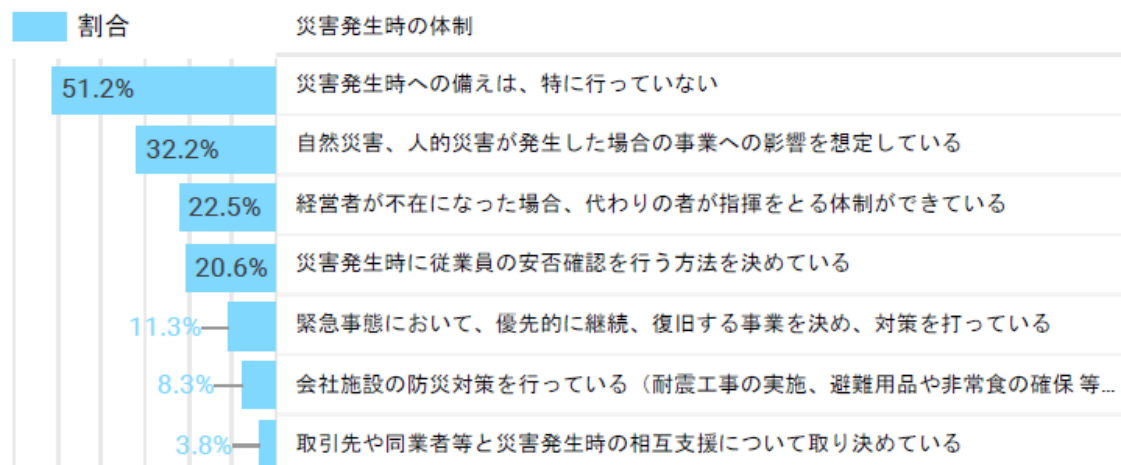
コロナ禍における雇用状況については、「3. 人材はちょうど足りており、当面は現在の人材を維持する」が48.9%と最も高く、次いで「1. 人材不足であり、新規雇用を考えている」(29.4%)、「2. 人材不足であるが、新規雇用は見送っている」(19.7%)となっている。



8) 災害発生時の備えについて

問 19 貴事業所における災害発生時に備えた体制についてお答えください。(〇はいくつでも)

1. 自然災害、人的災害が発生した場合の事業への影響を想定している
2. 緊急事態において、優先的に継続、復旧する事業を決め、対策を打っている
3. 経営者が不在になった場合、代わりの者が指揮をとる体制ができている
4. 取引先や同業者等と災害発生時の相互支援について取り決めている
5. 災害発生時に従業員の安否確認を行う方法を決めている
6. 会社施設の防災対策を行っている（耐震工事の実施、避難用品や非常食の確保 等）
7. 災害発生時への備えは、特に行っていない
8. その他（ ）

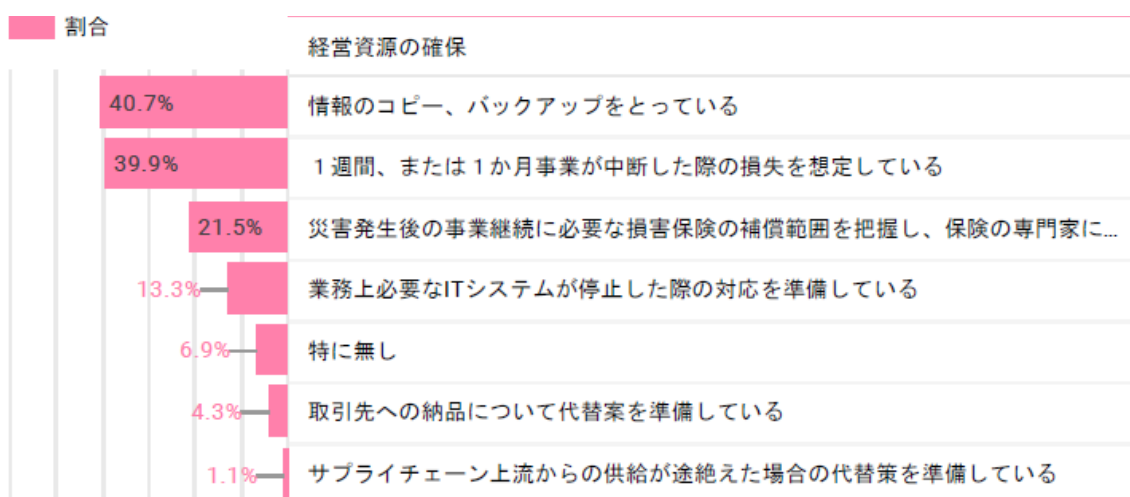


災害発生時の備えについては、「7. 災害発生時への備えは、特に行っていない」が51.2%と最も高く、半数の企業で災害発生時の対策が未対応であると回答している。

災害発生時に備えている内容としては、「1. 自然災害、人的災害が発生した場合の事業への影響を想定している」が32.2%で高く、以下「3. 経営者が不在になった場合、代わりの者が指揮をとる体制ができている」(22.5%)、「5. 災害発生時に従業員の安否確認を行う方法を決めている」(20.6%)と続いている。

問 20 貴事業所における災害発生時に備えた経営資源の確保についてお答えください。
(○はいくつでも)

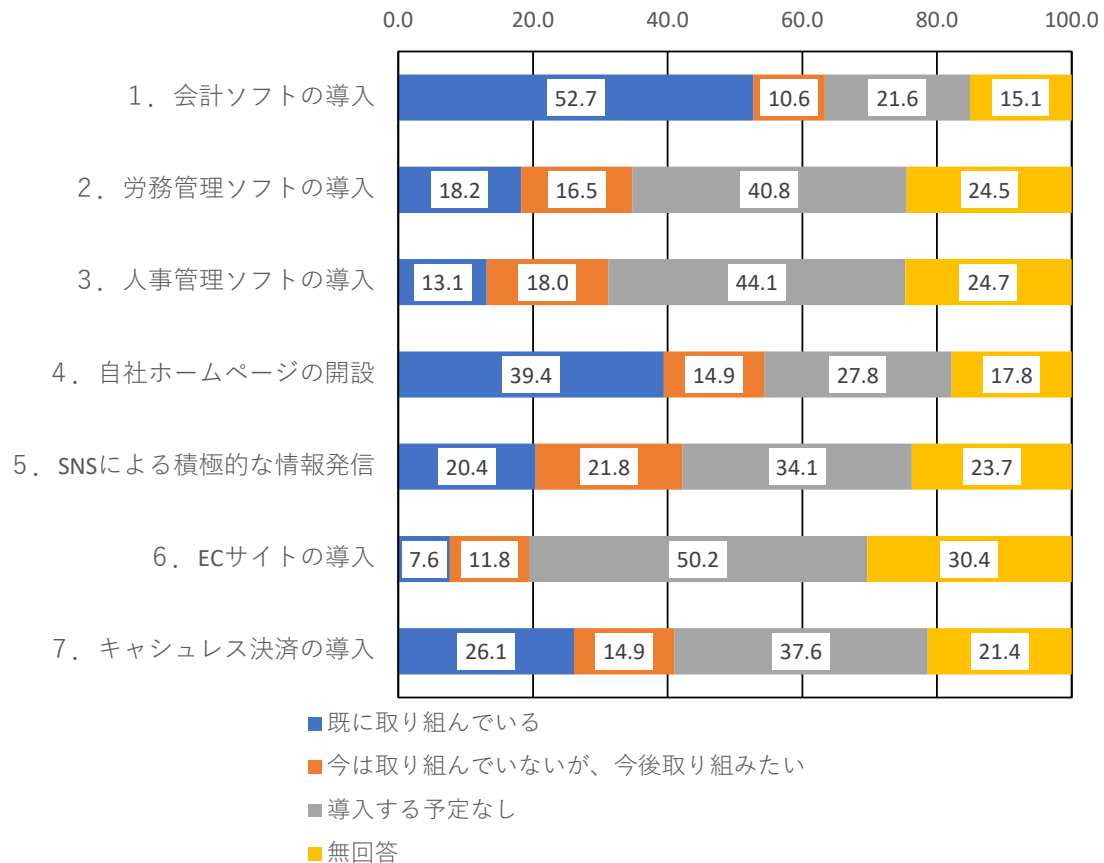
- | | |
|----|---|
| 1. | 1週間、または1か月事業が中断した際の損失を想定している |
| 2. | サプライチェーン上流からの供給が途絶えた場合の代替策を準備している |
| 3. | 取引先への納品について代替案を準備している |
| 4. | 情報のコピー、バックアップをとっている |
| 5. | 業務上必要なITシステムが停止した際の対応を準備している |
| 6. | 災害発生後の事業継続に必要な損害保険の補償範囲を把握し、保険の専門家に相談している |
| 7. | その他（ ） |



災害発生時に備えた経営資源の確保については、「4. 情報のコピー、バックアップをとっている」(40.7%) 及び「1. 1週間、または1か月事業が中断した際の損失を想定している」(39.9%) がそれぞれ約4割みられ高くなっている。次いで、「6. 災害発生後の事業継続に必要な損害保険の補償範囲を把握し、保険の専門家に相談している」(21.5%)、「5. 業務上必要なITシステムが停止した際の対応を準備している」(13.3%)となっている。

9) デジタル化の状況について

問 21 貴事業所ですでに取り組んでいる、または、今後取り組みたいデジタル化の内容は何ですか。



「既に取り組んでいる」デジタル化の内容としては、『会計ソフト』が52.7%で最も高く、次いで『自社ホームページの開設』(39.4%)となっている。

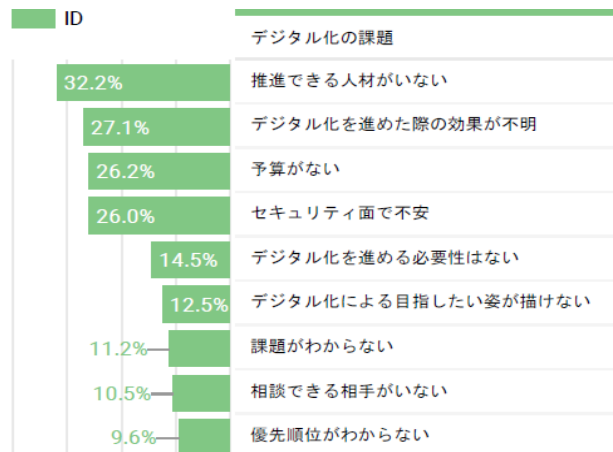
「今は取り組んでいないが、今後取り組みたい」ものとしては、『SNSによる積極的な情報発信』(21.8%)、『人事管理ソフトの導入』(18.0%)、『労務管理ソフトの導入』(16.5%)、『自社ホームページの開設』(14.9%)、『キャッシュレス決済の導入』(14.9%)となっている。

一方で「導入する予定なし」のものとしては、『ECサイトの導入』(50.2%)、『人事管理ソフトの導入』(44.1%)、『労務管理ソフトの導入』(40.8%)となっている。

問 22 貴事業所でデジタル化を進める上での課題は何ですか。(〇は3つまで)

- | | |
|---------------------|------------------------|
| 1. 推進できる人材がいない | 2. 予算がない |
| 3. 相談できる相手がいない | 4. 優先順位がわからない |
| 5. デジタル化を進めた際の効果が不明 | 6. セキュリティ面で不安 |
| 7. デジタル化を進める必要性はない | 8. デジタル化による目指したい姿が描けない |
| 9. 課題がわからない | 10. その他 () |

デジタル化を進める上での課題としては、「1. 推進できる人材がいない」が 32.2%で高く、次いで「5. デジタル化を進めた際の効果が不明」(27.1%)、「2. 予算がない」(26.2%)、「6. セキュリティ面で不安」(26.0%)となっている。

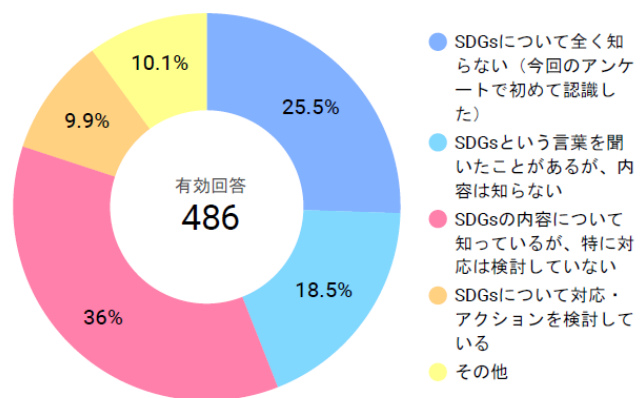


10) SDGs (エスディージーズ) の認知度等について

問 23 貴事業所における SDGsの認知度・対応状況について、最も適当なものをお答えください。(〇は1つ)

- | |
|---------------------------------------|
| 1. SDGs について全く知らない (今回のアンケートで初めて認識した) |
| 2. SDGs という言葉を聞いたことがあるが、内容は知らない |
| 3. SDGs の内容について知っているが、特に対応は検討していない |
| 4. SDGs について対応・アクションを検討している |
| 5. SDGs について既に対応・アクションを行っている |
| 6. その他 () |

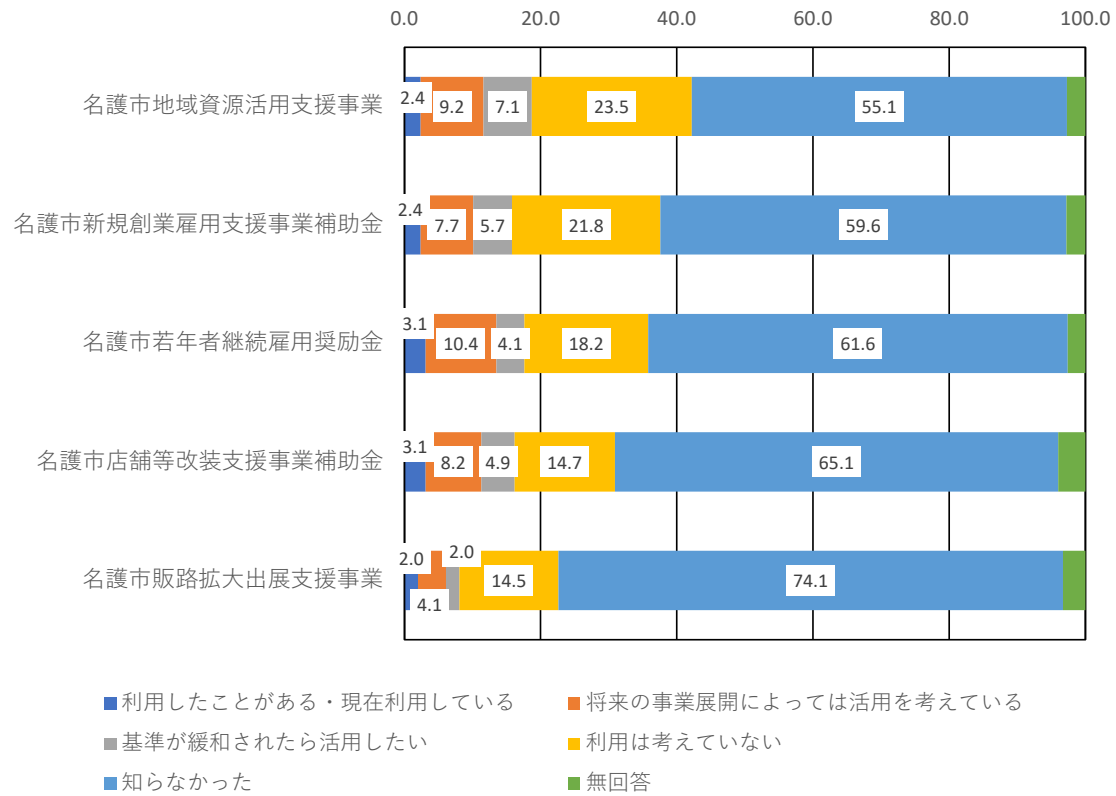
SDGs については、「3. SDGs の内容について知っているが、特に対応は検討していない」が 36.0%と高く、以下「1. SDGs について全く知らない(今回のアンケートで初めて認識した)」(25.5%)、「2. SDGs という言葉を聞いたことがあるが、内容は知らない」(18.5%)、「4. SDGs について対応・アクションを検討している」(9.9%)、「5. SDGs について既に対応・アクションを行っている」(10.1%)と続いている。



SDGs については、『知らない』(「1. SDGs について全く知らない」+「2. SDGs という言葉を聞いたことがあるが、内容は知らない」) 全く知らない。内容を知らないが 44.0%を占めており、その普及に向けては周知を図る必要がある。

11) 名護市中小企業・小規模企業振興事業補助金について

問 24 名護市中小企業・小規模企業振興事業補助金について、最も当てはまるものをお答えください。

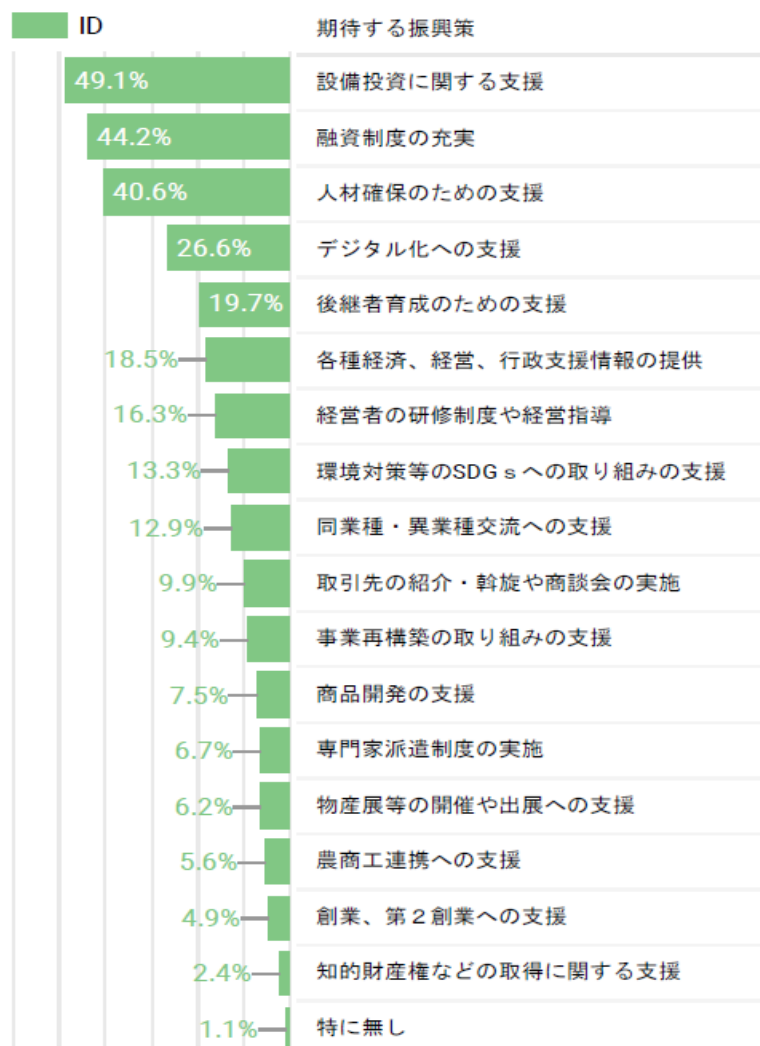


中小企業・小規模企業を対象に名護市が行っているいずれの補助金についても「知らなかった」とする回答の割合が高く、その割合は半数以上を占め、補助金制度自体の周知が課題である。

12) 名護市に期待する中小企業・小規模企業振興施策

問 25 名護市が実施する中小企業・小規模企業振興策について、あなたが期待する振興策を重要度が高いものから5つ選んでください。(○は5つまで)

1. 融資制度の充実	2. 経営者の研修制度や経営指導
3. 人材確保のための支援	4. 後継者育成のための支援
5. 設備投資に関する支援	6. 取引先の紹介・斡旋や商談会の実施
7. 同業種・異業種交流への支援	8. 創業、第2創業への支援
9. 知的財産権などの取得に関する支援	10. デジタル化への支援
11. 物産展等の開催や出展への支援	12. 専門家派遣制度の実施
13. 商品開発の支援	14. 農商工連携への支援
15. 環境対策等のSDGsへの取り組みの支援	16. 各種経済、経営、行政支援情報の提供
17. 事業再構築の取り組みの支援	18. その他()



名護市に期待する振興策としては、「5. 設備投資に関する支援」(49.1%) 及び「1. 融資制度の充実」(44.2%)、「3. 人材確保のための支援」(40.6%) が4割以上を占め高く、「10. デジタル化への支援」についても26.6%と高い。

第3章 産業関係団体等ヒアリング調査結果の整理

1. 調査の目的
2. 産業関係団体等ヒアリング内容の概要

第3章 産業関係団体等ヒアリング調査結果の整理

1. 調査の目的

名護市内の中小企業者・小規模企業者の実態等を把握し、今後の名護市における中小企業・小規模企業の振興策の在り方等を検討する際の資料とするため、産業関係団体等に対しヒアリング調査を実施した。

2. 産業関係団体等ヒアリング内容の概要

項目	内容
事業環境	・フランチャイズ店が少なく、小規模な個性のある企業が多い ・小規模店舗が多い分、少量で面白い商材・食材を仕入れて提供している企業が見られる ・飲食以外にも建設業が多い印象がある。建設業については一人親方が多く経理の部分は法人化されているところと比べ、月次の試算表の作成等ができていないなど弱い印象はある ・生産性の向上、経営の多角化が課題 ・市営市場のチャレンジショップへの入居に関する問い合わせが多い ・コロナで売り上げが落ち込んだ数字を取り戻すためのセミナーなどが必要になるのではないか ・ウィズコロナ、アフターコロナにおいては、働く人を増やす一方で、事業者側は省力化・効率化投資等による生産性向上の取り組みが必要になると感じる ・中小企業・小規模企業は内部蓄積が進んでおらず、事業者単独での生産性向上の取り組みはハードルが高い。事業者単独・または事業者間連携での取り組みに対し、行政からの補助金等の支援が望まれる ・名護市の立地特性上、どうしても物流に割増し運賃が載ってきてしまう。大企業であれば、大量に仕入れることで輸送コストを削減するといった取り組みが可能となるが、中小企業・小規模企業だとそういった取り組みが難しい ・名護市には主に本部港と那覇市を拠点に物が運ばれてくるが、例えば近い本部港を活用したら補助があるといった仕組みも考えられないか
経営状況	・中小企業・小規模企業においては、経理や労務については経営者が担うケースが多い ・各種労働環境を取り巻く法制度について、主に大企業で発生した問題を元に基準等々が定められてきている。それを一律に同基準で中小企

	業に網掛けをしていることで、事務負担が多くのかかっている（通常の経理処理、勤怠管理、給与計算のほか、労務書類の維持管理、有給消化義務、育休・病休対応等々） ・シフト等で業務を進めている企業などは、従業員が働きやすい環境を整えるとなると、そこを補うための人員を確保する必要がでてくるギリギリの営業利益で事業をしているところは、さらに人員を確保するとなると営業利益の確保が難しくなる ・激しい時代の潮流の中で、経営に関しても長期的な視点だけでなく、今回のコロナのように想定外の判断等も迫られるケースが多々ある ・法制度を施行するにも本当に、中小企業・小規模企業で対応が可能なものなのかも判断して施行して欲しい
起業・創業	・地域活力を向上させるためにも、起業支援も重要だと感じる ・起業をするまでの相談窓口がなく、知り合いの紹介でご縁ができた社労士事務所、税理士事務所の方が多方面で相談、支援をしていただいた。起業に関する相談窓口があると助かる ・商工会は創業しないと入れないということなので、名護市の商工関連部署に、立地の話や飲食店の分布など、親身になって話を聞いてくれるところがあれば助かる ・「起業情報（飲食店オープンしました!）」みたいなものがあるといいのではないか。街中にそのような情報があると市民としてもうれしいのではないか ・金融機関には飲食業で創業の相談は多い。その際、思いはあるが、ペーパーベースに落とし込みができない状況の方も多々いる
商品開発・販路拡大	・特産品の販売促進・認知拡大を目的に名護市特産品認証制度（くるくくるナゴ Story）を実施 ・コロナの影響でこれまで、BtoB へ卸していた商品の売上が見込めなくなったため、BtoC 向けの商品開発が必要である ・EC サイトへの支援も必要であるが、まだ抵抗を感じている事業者は多いと思う。初動のためのトライヤー的な支援もいいと思う。コロナ前後の売り上げ分析についても支援が必要な事業者もいると思う ・コロナ禍でもふるさと納税はずっと右肩あがり伸びている。市外の方々が様々な商品を見てくれている。ふるさと納税で商品が売れる仕組みづくりも必要 ・コロナの影響で受注先が減少している今、ふるさと納税の返礼品については、コロナ禍でも注文があったためとても助かった ・商品開発に関する支援は、伴走型の専門家による支援が必要 ・名護市にオリオンビール工場があるのにも関わらず、他地域の地域資

	源を活用したオリオンビール商品（クラフトビール）が多く出ている事が残念な気持ちになる。名護市内にもいい地域資源が多くあるので、もっと力を入れてもいいのではないか
人材確保	・ハローワークに求人を出しても応募が来ない。情報誌やインターネットを活用した民間の採用ツールを活用しようと思うと、費用が掛かってしまうので、頻繁に活用するのは、中小企業だと体力的に厳しい ・仕事の依頼が来たとしても、人材がいないと仕事を断らざるをえない状況になる ・技術者の高齢化が進んでおり、若い就業者の確保が課題 ・国内のワーキングホリデーの取り組みなどもあるようで、そういった制度の活用もいいのではないか ・伝統工芸や手工芸については、何年間か見習い期間があるのでその間、例えば給与の半分を補助するといった仕組みができないか。幾分でもいいので、その見習い期間（約3年）に補助ができれば、技術を磨く時間にもっと時間を割く等の対応も可能となる ・スタッフの資格取得費用については、負担が大きいため支援があると助かる ・中途採用関連の助成金はあるが、新卒に対応した助成金がないので、そのような制度があると助かる ・企業誘致を積極的に行うことはいいが、地元の企業含めた雇用確保のバランスを取ることが重要
人材育成	・専門家派遣のメニュー（EC/接客/英語での接客/労務等々）を充実させ、各企業が取り組んでいるサービスをブラッシュアップする仕組みがあるといい ・接客の専門家を呼んで、自社にあった接客の仕方・陳列の仕方等について講習を行ったことがある。一般的な接客手法を学ぶのではなく、その店舗にあった接客方法について学んだ方が実践で使えるし、成果がでる。例えば2～3回、数か月スパンのスケジュールで実施し、しっかりと実践に落とし込んでいく仕組みがあるといい ・雇用した従業員の中にはゼロから育成（お客様に挨拶をするといった基本的なコミュニケーション）する必要もあるため、そこにかかなりの労力が必要となる
キャリア教育	・学生と企業のマッチングのための見学ツアーや会社説明の動画配信、企業説明会等を行っている ・産業祭り等の職業体験ブースで様々な職業紹介を行っている ・市内企業と学校が連携し、職業体験や企業見学、就業支援講座等を行っている

	・引き続き、小中学校や高等学校との連携による市内事業所の PR、多様な職業に関する情報提供が必要
事業承継	・事業承継に関する意識が低いのではないか。法人だと次の代はどうするのか等話題に上りやすいが、個人事業主だと、そこまでには至らないケースがほとんどの印象がある ・事業承継は課題となっているが、金融機関が仲介に入ると手数料の負担が大きいため、独自で後継者の確保を模索している ・事業承継は全県的な課題である。2000 年以降、倒産件数は低く押さえられているが、休廃業・解散件数は上昇傾向にある。地域に必要な事業が廃業により失われると地域の活力が低下してしまうので、事業承継と真剣に向き合わなければならない ・後継者がいない企業も多く、その場合には代表の意向を確認しながら第 3 者に事業譲渡を進めたりしている ・企業によっては、相続などで株主が分散し、事業に関わらない方に株が移譲されているケースもあり、手続きが煩雑になることもある ・事業承継については、事例等について紹介（周知）すると伝わりやすかったり、自分事として捉えやすくなったり、もう少し前向きに取り組む方も増えるのではないかな
デジタル化	・北部地域は、個人事業者が多い（小規模零細企業が多い）。コロナ禍で、全国的には DX が進展したとの話もあるが、北部地域では、肌感として変化は感じられない ・デジタル化に対する動きは遅いと思うが、零細事業所だと、その必要性が低い場合もある ・SNS を活用した集客講座等はあるけれどもいいのではないかな ・現金決済が主要となっており、キャッシュレス決済が進んでいない ・オンラインで受発注をしているため、デジタル化はされている部分もあるが、取引先によってシステムが異なるため、自社の経理システムに連携させる際にはどうしてもアナログな対応になってしまう ・ネット販売については、専門部署を立ち上げる必要がため取り組めていない ・インターネットバンクは開設しているが、まだまだ窓口で手続きを行う方も多い。企業の構成員が高齢化している企業では、インターネットバンキングの利用者は少ない
情報発信	・各種団体との密な情報共有と子どもでも分かる情報提供が必要 ・企業の方々は、日常的に市役所に行く機会はほとんどない。各種団体に加入していない企業の方々もいるので、企業の方々が普段どこに足を運ぶのか等を考慮する方が効果的ではないかな

	・市役所等から提供される情報については、一般の方が見て内容がすっと入ってくる情報にはなっていない。情報発信の際にも工夫が必要
設備投資	・設備購入等の投資費用については、負担が大きいのので支援があると助かる ・車いすの利用者が多く福祉車両の購入を検討したことがあるが、社会福祉法人向けの補助等は手厚いが、合同会社では利用できる補助事業がない ・設備投資に関する国の助成金はあるが、規模が大きな会社でないと活用できないものや、申請にかなり労力を要するものがほとんどのため、小規模な事業者や高額でなくても活用できる助成金があると助かる
市内企業の連携	・マルチメディア館に入居している事業所間の連携、協業などもあまりみられないが、情報通信に関わる事業所が多く入居しているので、そのあたりはもっと活かす方法があるとよいのではないかと
インボイス制度について	・インボイス制度については、税務署に登録が必要になるもので、飲食店や会社間の取引がある企業では取り組みに注意が必要
振興ビジョンについて	・『名護市中小企業・小規模企業振興基本条例』の制定の際には、地域の関係者等が積極的に関わっていたが、その後計画がどのように動いているのか全く分からない状況である ・市役所だけでなく、各種団体にしっかりと市の施策・助成情報を共有することが重要 ・金融懇談会を年に2回ほど実施しているが、行政と金融機関との顔合わせのような場となっているため、行政がどのような分野の企業を誘致したいのか、それに伴いどのような支援策・助成金を持っているか等については、共有はできていない状況である ・中小企業・小規模企業に寄り添った事業を展開、連携を強化するためにも、名護市、商工会と経営者の話し合いの場を定期的に持ち、出来ることと出来ないことを整理・共有する必要があるかと思う ・商工会と名護市の事業で類似の事業もあるので、効率化やそれぞれの強みを活かした役割分担等を行い、出来ることから進めていければいいのではないかと
観光振興に関すること	・修学旅行だけでなく、スポーツ合宿の誘致が必要 ・北部広域と連携した観光PRが必要
その他	・全国の様々な金融機関と連携し、会員企業をマッチングさせるサービスを展開している。(各金融機関は、各顧客の課題と支援をマッチングさせるコーディネートを行う)

【ヒアリング実施機関等】

（機関・組織等）※順不同

名護社交飲食業組合 / 北部電気工事業協同組合 / 名護市観光協会 / 名護市商工会 /
沖縄振興開発金融公庫 北部支店 / 特定非営利活動法人 NDA / 沖縄税理士会 名護支部
/ 中小企業家同友会 北部支部 / 琉球銀行 名護支店 / 沖縄銀行 名護支店・大宮支店

（事業者）※順不同

（同）anoano / （株）嘉例設計 / （株）グラスアート藍 / （株）崎浜商店 / シーサイドカフェ /
タイ食堂チャバー / （株）ティーダワークス / （有）渡具知 / （有）ヤマシン

第4章 中小企業・小規模企業振興ビジョンの実施状況

1. 基本目標1：地域の資源を生かす
2. 基本目標2：つながりをつくる
3. 基本目標3：人や組織を育てる
4. 基本目標4：活力の基盤を築く
5. 基本目標5：情報発信の体制・仕組みを整える

第4章 中小企業・小規模企業振興ビジョンの実施状況

名護市における中小企業・小規模企業振興施策は、現行の「名護市中小企業・小規模企業振興ビジョン」に基づいて推進されてきた。

同振興ビジョンは、「豊かな自然環境のもと、人と地域資源を生かしたものづくり・ひとづくり・まちづくり」を基本理念に掲げ、「地域の資源を生かす」、「つながりをつくる」、「人や組織を育てる」、「活力の基盤を築く」、「情報発信の体制・仕組みを整える」の5つの基本目標のもと、これらに対応する27施策が位置づけられている。

【基本理念】 豊かな自然環境のもと、人と地域資源を生かした ものづくり・ひとづくり・まちづくり ～住んでよし、営んでよし、訪れてよし～	
---	--

1. 基本目標1：地域の資源を生かす

取り組み内容（施策）	実施した施策
1-1：ものづくり産業への支援強化	・特産品開発支援事業の実施 ・やんばる工芸フェアの開催 ・工芸体験施設マップの作成 ・市内特産品の詰め合わせセットの作成 ・なごアグリパーク加工研究室を活用した県立農業大学校による試作品の製作
1-2：活用可能な資源の開発及び発掘	・観光パンフレット制作 ・特産品開発支援事業の実施 ・なごアグリパーク加工研究室の活用促進
1-3：地域資源を生かした観光の資源	・観光パンフレット制作 ・多言語案内看板の設置 ・名護さくらガイドの育成
1-4：地産地消の推進	・市内小中学校の学校給食での名護産食材利用 ・県産品月間と連携した広報 ・ビジネスマッチング会の開催 ・セレクトショップの設置
1-5：名護ブランドの創設	・名護市特産品認証制度「くくるナゴStory」の創設 ・地域商業グロウアップ支援事業の実施

2. 基本目標2：つながりをつくる

取り組み内容（施策）	実施した施策
2-1：多様な主体の連携（農商工連携、産学官連携 等）	・ビジネスマッチング会の開催 ・なごアグリパーク加工研究室を活用した県立農業大学校による試作品の製作
2-2：交流機会や拠点の活用による連携強化	・リゾートウェディング協会と連携した商談会の開催

	・食品表示の勉強会等の開催 ・各種イベントを活用した生産者と消費者の交流促進 ・新規就農者と指導農業士及び農業委員との交流会を実施
2－3：戦略的連携の強化	・創業者に対する包括的な支援計画 ・農業制度資金や補助制度に関する相談対応
2－4：地域間連携（北部広域、都市と農村 等）	・やんばる産業まつりの開催 ・沖縄県主催の企業誘致イベント（東京・大阪で開催）における宜野座村との共同出展 ・市制 50 周年記念事業による浦添市と共同で商品開発 ・名護市、恩納村、読谷村と連携した経産省ふるさと名物応援宣言
2－5：販路開拓への支援	・県内外で開催される物産展に市内事業者が出展する際の費用の一部を補助 ・EC サイト構築等に関する国の助成金の紹介 ・専門家による商品表示や HACCP に関するワークショップの開催
2－6：観光振興による交流人口の拡大	・名護市観光協会のコーディネート機能の強化 ・観光宣伝ツールの製作 ・プロモーション活動 ・日本ハムファイターズ応援ツアー（名護デー）での名護市特産品の販売 ・各種イベントまつりにおいて名護市特産品の販売

3. 基本目標 3：人や組織を育てる

取り組み内容（施策）	実施した施策
3－1：キャリア教育・職業教育の推進	・ジョブシャドウイング・職場体験を中心としたキャリア教育の実施 ・高校生や大学生を対象とした特区企業の企業見学ツアーの実施 ・求職者・就業者向けの研修・セミナーの実施
3－2：各事業所におけるスキルアップ研修の支援	・特産品開発支援事業の実施
3－3：商工会、業界団体等の強化及び活性化	・商工会活動に対し補助金を交付
3－4：新規就農者の育成	・農業次世代人材事業の実施 ・農業の担い手への農地の集約支援
3－5：新規起業・新規事業参入の支援、企業誘致等の推進	・沖縄県の企業誘致セミナー（東京・大阪）への参加や日経 Xtec イベントに参加 ・インキュベーションマネージャーによるインキュベート施設入居希望者に対する支援
3－6：企業の経営体質の強化	・名護市若年者継続雇用奨励金 ・名護市新規創業雇用支援事業補助金 ・HACCP に関するワークショップの開催

4. 基本目標4：活力の基盤を築く

取り組み内容（施策）	実施した施策
4－1：稼げる産業の推進	・商品開発やプロモーション活動等の販路拡大支援の実施 ・農山漁村振興事業の実施
4－2：融資制度の利用促進	・名護市小口資金融資制度の周知 ・セーフティネット保証制度に関する相談窓口の設置
4－3：就業環境の整備促進	・社会保険の加入促進や就労する従業員の雇用条件の充実を図る制度の導入促進 ・子育て世代が働きやすい就労環境づくりの促進 ・従業員の退職金制度の整備・導入促進
4－4：商業の活性化	・店舗改装補助金の実施 ・チャレンジショップの提供
4－5：新商品の研究・開発・販売への支援	・市制 50 周年記念事業による浦添市と共同で商品開発 ・名護市、恩納村、読谷村と連携した経産省ふるさと名物応援宣言 ・なごアグリパークインキュベーション室の活用促進による6次産業化への支援 ・農山漁村振興事業の実施

5. 基本目標5：情報発信の体制・仕組みを整える

取り組み内容（施策）	実施した施策
5－1：中小企業・小規模企業等の支援情報の一元化	・国・県等の制度や支援策を市民のひろばやホームページで周知 ・インキュベーションマネージャーによるインキュベーション施設入居希望者に対する支援
5－2：市内事業者に関する効果的な情報発信	・市民のひろばのコーナー「キラリ」で市内事業者の紹介 ・セーフティネット保証制度に関する相談窓口の設置
5－3：特産品に関する情報発信	・日本ハムファイターズ応援ツアー（名護デー）での名護市特産品の販売 ・各種イベントまつりにおいて名護市特産品の販売 ・ふるさと名物応援事業補助金を活用 ・フラワーフェスティバルの開催 ・二見情話大会のイベント開催 ・なごアグリパークのHP等で随時発信
5－4：地域観光情報の発信	・観光パンフレット、市広報誌、SNS等を活用した地域観光情報の発信 ・広報誌や電光掲示板を活用した地域観光情報の発信
5－5：各種事例の紹介	・市民のひろばのコーナー「キラリ」で市内事業者の紹介

第5章 中小企業・小規模企業が抱える現状と課題

1. 中小企業・小規模企業に関する現状認識
2. 課題の整理

第5章 中小企業・小規模企業が抱える現状と課題

1. 中小企業・小規模企業に関する現状認識

		プラス要因
		強み
内部環境	ひと	・総人口は緩やかに増加 ・社会動態、自然動態がともにプラス。特に県外からの転入者が多い ・10代後半の年齢層が多い
	産業構造	・医療・福祉業、製造業、建設業の付加価値額の高さ ・就業人口の増加 ・地域特性を生かした6次産業が盛ん ・市でありながら農産物も豊富で、観光のみならず農産業の特性が活かすことができる ・地域資源を生かした飲食店や小売店が立地
	産業資源	・経済金融活性化特別地区に指定 ・沖縄本島北部地域の交通の要衝 ・北部地域の世界自然遺産への登録 ・北部テーマパークの開園予定
	企業	・地域けん引企業として、カヌチャベイリゾート、前田産業、屋部土建が認定 ・沖縄県を代表する企業の一つであるオリオンビール工場が立地 ・6次産業化への取り組みや多様な販路開拓を実施している事業者有り ・学校や企業、行政が連携したキャリア教育等の推進
		機会
外部環境	政治・政策	・政府の地方創生戦略（まち・ひと・しごと創生総合戦略）の策定 ・生産性向上・デジタル化・働き方改革による地方活性化の可能性 ・政府のインバウンド戦略「明日の日本を支える観光ビジョン」の策定 ・ふるさと納税の進展による新たな財源の獲得
	経済状況 社会変化	・SDGs（持続可能な開発目標）、ESG（環境・社会・ガバナンス）の広がり ・沖縄県への訪日外国人観光客の増加 ・ワーケーションの促進 ・グローバル化による海外市場の開拓 ・働き方、価値観の多様化によるワークシフト（副業解禁、Uターン、Iターン） ・頻発する自然災害に対応するための防災・減災対策の充実
	技術革新	・先端ICT技術の発達及び普及「DX推進ガイドライン」の策定 ・キャッシュレス決済の普及

		マイナス要因
		弱み
内部環境	ひと	・平成 17(2005)年と平成 27(2015)年を比較すると 35～49 歳人口の減少 ・75 歳以上高齢者人口の増加 ・生産年齢人口（15～64 歳未満）が減少 ・必要な人材確保が難しい
	産業構造	・生活関連サービス業・娯楽業、不動産業・物品賃貸業、宿泊業・飲食サービス業、卸売業・小売業の付加価値額の低さ ・小規模・零細な企業が多い ・中心市街地の衰退 ・地域循環率が低い経済形態となっている
	産業資源	・市域内の観光資源の連携が不十分 ・地域内で生産されている農産物、特産品等の販路開拓が不十分
	企業	・事業承継が進んでいない ・事業承継に関する意識が弱い ・ICT の活用が不十分 ・アフターコロナを見据えた新たな収益の柱が必要
		脅威
外部環境	政治・政策	・高齢化の進展による社会保障費負担の増加 ・人口減による税収減少
	経済状況 社会変化	・道路や水道等の社会インフラの維持困難 ・経済のグローバル化による海外企業との競争 ・アフターコロナ・ウィズコロナ時代の経済社会の変化への対応 ・都市部への企業、人口、情報の集中 ・次世代の担い手不足 ・高齢化の進展
	技術革新	・先端技術導入への障壁（知識、情報、人、資金）

2. 課題の整理

1) 人材不足の解消

企業アンケート調査結果をみると、市内の中小企業・小規模企業の多くは「人材の確保・育成」を経営課題とし、事業所の弱みとしては「人材」が挙げられている。産業関係団体等ヒアリング等では、雇用条件でより有利な傾向が強い県外企業の市内進出によって、かねてより市内で事業活動を行っている企業での人材確保が難しいといった声もあった。

人材不足は、ビジネス機会の損失を招き、収益低下に直結するほか、技術やノウハウの継承といった中長期的な企業経営にも重大な影響を及ぼすことになる。

新型コロナウイルス感染症拡大の影響によって低迷した有効求人倍率は、新型コロナウイルス感染症拡大が落ち着き経済活動の再開によって回復が予想される。しかし、労働力人口は減少傾向にあることから、今後は、企業によって必要な人材を充足することが困難となり、収益の低下や廃業の危機に陥る状況も想定されることから、中小企業・小規模企業にとって優秀な人材の確保・育成は最重要課題といえる。加えて、従業員の定着率の向上、シニア世代等が企業で活躍できる環境の整備、副業機会の拡充等を進め、人材不足の解消に向けた取り組みも求められる。

2) 様々な経営課題の解決

市内の中小企業者・小規模企業者の中には、自らの経営状況がきちんと把握されておらず、資金調達の際に不便をきたしている現状もみられる。また、原材料価格高騰による利益幅の減少、競争が激化する中でいかに働き方改革をしながら雇用を確保していくかといった日々のマネジメントの他、新型コロナウイルス感染症対策等の想定外の新たな外部環境への対応等、企業経営の中では様々な課題が発生し、その内容は業種や企業規模によってさまざまである。

経営上のあらゆる悩みの相談窓口として、沖縄県よろず支援拠点が設置されており、本市においても「よろず支援拠点相談会」が毎週開催されているが、周知が不十分な状況も見受けられる。

このため、沖縄県よろず支援拠点の周知等によって、中小企業・小規模企業が困りごとや経営課題に直面した際に、具体的な解決方法やその事例等について情報の入手または相談できる環境づくりをすることで、経営課題の解決につなげる必要がある。

3) 魅力的な商品・サービスの開発等による収益力の向上

競争力がある多くの企業は、商品・サービスの差別化によって有利に取引を展開し、得意先や顧客の獲得につなげている。

しかし、競争が激化したことで、サービス提供先や顧客が減少し、売上の減少を招いており、今後はより魅力的な商品・サービスの開発・提供が求められている。さらに、我が国においては労働力人口の減少は避けられない課題であり、その傾向は本市においても例外ではなく、このような状況を見据えた作業効率の向上が課題となる。

また、原材料価格が高騰する社会情勢の中で、中小企業・小規模企業が利益幅を増加させるためには、複数の企業での共同購入や作業工程の見直しによる経費節減等の手法が考えられる。

このため、付加価値の増加や魅力的な商品・サービスの開発、ICTの活用、作業工程の見直し等による効率的な企業経営を促進するとともに、共同購入等、地域の中小企業・小規模企業の連携による収益力向上に向けた取り組みが必要である。

4) 市場開拓力の向上

中小企業・小規模企業は域内で顧客を確保していることが特徴であり、その特徴が故、得意先、顧客の減少に悩む企業が多くみられる。しかし、国全体で人口減少が進んでおり、本市においても近い将来、人口は減少に転じることが予測されているため、域内市場が拡大する可能性は低いといえる。

このため、中小企業・小規模企業が収益を確保しつづけるためには、付加価値の高い商品・サービスの開発と併せ、域外での顧客獲得に向け、ICTを活用した販売をはじめ、新たな販売方法の開発、営業力の強化を図る必要がある。

市場や販路の開拓については、行政や様々な支援機関による多様な支援策が講じられていることから、これらを活用した積極的な対応が期待される。さらに、名護市特産物認定制度「くるナゴ Story」や、ふるさと納税制度を活用した名護市や商品のイメージ向上、名護市のファン獲得に向けた関係人口増加に向けた様々な取り組みを図る必要がある。

5) 市内産業の域内循環率の向上

地域経済分析システムによると、平成 27 (2015) 年の名護市内における地域経済循環率（地域のお金の流れ）は 72.6%である。これは、市内事業所がうみだした付加価値の 27.4%が市外に流出している状況であり、地域全体の活力低下につながる状況といえる。

このため、市内企業同士のマッチングや、取引の拡大をはじめとした域内調達率の向上に資する様々な支援、地域をけん引するリーディング産業の成長支援等、域内で様々な取引の拡大につなげていく仕組みが必要である。

6) 円滑な事業承継

企業アンケート調査結果をみると、約半数の企業が「事業承継を考えているが後継者がいない」、「事業承継は必要だが、検討を開始していない」などの回答が多く寄せられた。産業関係団体等ヒアリングでは、事業者が事業承継に関する手続き全般に関わる内容を十分に理解していないために、事業承継がなかなか進まないといった実情がうかがえた。このように中小企業等では、事業承継に関する様々な課題を抱えていることから、円滑な事業承継の促進に向け、周知や対応策の検討及び実行が必要である。

我が国の産業を支える中小企業等の廃業は、地域経済の低迷や雇用喪失につながることから、昨今、事業承継については国全体の大きな課題となっており、円滑な事業承継の促進に向け各種支援事業が創設されている。このような動きを踏まえ、本市の中小企業・小規模企業においても企業努力を促すとともに、金融機関、取引先企業、支援機関等の支援を得ながら、後継者の確保・育成、M&A 等に向けた対策を進める必要がある。

7) DX の導入促進

DX(デジタルトランスフォーメーション)とは、業務の単なるデジタル化ではなく、最新の IT 技術を活用することで、組織のあり方や枠組みを新しく作り直し変革していくという意味で使われており、特にビジネスにおいて重要視されている。

しかし、我が国のほとんどの企業では DX が進んでいないのが現状である。このため、経済産業省はこのまま DX が進まなければ「令和 7(2025)年以降、最大で年間 12 兆円の経済損失が生じる可能性がある」と警告し、平成 30(2018)年には「DX 推進ガイドライン」を公表している。

企業アンケートによると、市内企業でのデジタル化については低調となっているが、新型コロナウイルス感染症拡大により社会は大きく変容しつつあり、多くの企業が変革を求められている。

第6章 中小企業・小規模企業の振興に向けた展開方針

1. 中小企業・小規模企業の振興の基本理念
2. 中小企業・小規模企業の振興に向けた具体施策

第6章 中小企業・小規模企業の振興に向けた展開方針

1. 中小企業・小規模企業の振興の基本理念

中小企業・小規模企業が輝き、躍動する名護市 ～地域資源を活かし、パートナーシップで取り組むV字戦略～

豊かな自然環境の調和のもと、地域の人材と資源の活用による多様なパートナーシップを図ることで、地域経済の好循環を生み出し、中小企業・小規模企業が躍動する名護市を目指す。

これからも北部の中核として成長していくために、本市で事業活動を行っている中小企業・小規模企業の意欲的で創造的な活動を支える基盤づくりを進めることで、地域経済の持続可能な発展を図る。

2. 中小企業・小規模企業の振興に向けた具体施策

目標1：経営基盤の安定化の支援

1) 経営相談の充実

中小企業・小規模企業が抱える様々な経営課題の解決に向け、商工会、金融機関、沖縄県よろず支援拠点等と連携し、各種相談、照会、あっせん等、各企業の経営課題に応じた対応を行う。

併せて、経営全般に関わる各種セミナー、講習会等の開催による経営スキル向上の支援を行うとともに、税制改正をはじめとした中小企業・小規模企業に関わる法制度改正、経営やビジネスに係る情報提供を行う。

【具体的な施策】

	取り組み内容	担当課	関係機関
1-1	・セーフティネット保証制度に関する相談窓口の設置	商工・企業誘致課	商工会
1-2	・商工会、金融機関、沖縄県よろず支援拠点等の関係機関との連携による経営等に関わる相談体制の充実	商工・企業誘致課	商工会
1-3	・経営全般及び分野別講習会、セミナー等の開催による経営スキル向上に向けた支援	商工・企業誘致課	商工会

1 - 4	・各種相談等への対応	商工・企業誘致課	商工会
-------	------------	----------	-----

2) ICT の活用促進

ICTの活用は、生産コストの削減、経営の効率化、省力化による人材の有効活用、新たな販路開拓等、企業経営に様々なメリットをもたらすことが考えられる。さらに、本市では情報通信関連企業の誘致を積極的に行っていることから、国のICT導入支援制度の活用、市内ICT企業とのマッチングを通じたICT導入の促進を図るとともに、企業のDX導入を促す。

【具体的な施策】

	取り組み内容	担当課	関係機関
2 - 1	・国等の支援策の活用促進による中小企業・小規模企業におけるICT導入の支援	商工・企業誘致課	商工会
2 - 2	・ICTの導入事例、ICT活用による経営改善、売上向上等に関するセミナー等の開催	商工・企業誘致課	商工会

3) 安定した資金調達

設備投資や運転資金等、中小企業・小規模企業が企業経営に必要な資金を安定的に調達できるよう、金融機関や支援機関等との連携、市融資制度の適正な運用を図り、資金調達や公的優遇制度、融資制度等に係る情報提供を行う。

また、公的融資制度の周知等による企業の設備投資を支援し、競争力の強化や付加価値の向上を促す。

さらに、新型コロナウイルス感染症の影響が長期化していることから、アフターコロナ・ウィズコロナ時代の経済社会の変化への対応に向け、思い切った事業転換等の事業再構築に意欲を有する中小企業・小規模企業の挑戦を支援する。

【具体的な施策】

	取り組み内容	担当課	関係機関
3 - 1	・金融機関や沖縄信用保証協会との連携による安定した資金調達の支援及び情報提供	商工・企業誘致課	商工会
3 - 2	・事業転換等への支援	商工・企業誘致課	商工会

目標 2：人材の確保・育成

1) 人材の確保

中小企業・小規模企業における人材確保を支援するとともに、引き続き、NDAやハローワークと連携し、求職者・就業者向けの研修・セミナーを実施し、企業集積施設進出企業の人材育成や雇用創出を図る。また、同施設入居企業を対象とした高校生・大学生向け企業見学ツアーの実施、「市民のひろば」等を活用し、市内の中小企業・小規模企業の魅力や可能性をPRし、人材確保につながるよう支援する。

小中学校において、コミュニティ・スクールの強みを活かし地元企業等と連携したジョブシャドウイング・職場体験・職業人講話等を始めたとした多様なキャリア教育を実施し、将来を担う子どもたちの職業観・社会観の育成に寄与する。

【具体的な施策】

	取り組み内容	担当課	関係機関
1-1	・NDAやハローワークとの連携による求職者・就業者向け研修・セミナーの実施	商工・企業誘致課	NDA
1-2	・コミュニティ・スクールを活かしたキャリア教育の実施	学校教育課 商工・企業誘致課	—
1-3	・企業集積施設入居企業を対象とした高校生・大学生向け企業見学ツアーの実施	商工・企業誘致課	NDA

NDAとは：「特定非営利活動法人NDA」（Nago Development Authority：名護経済特区開発機構）の略であり、金融（経済金融活性化）・情報特区の推進を担う組織として、設立された団体。

特区施設の管理、企業誘致活動及び企業支援活動による人材育成業務等を実施。

2) 人材の教育・育成

市内の中小企業・小規模企業のさらなる経営力向上を図るため、事業者が従業員の成長と能力開発に積極的に取り組めるよう、各種研修講座や学びなおし（リスキリング）等に関する情報・機会提供等によって人材育成を支援する。

また、企業経営者が就労者に対し、積極的に資格取得を促す方策についても検討する。

【具体的な施策】

	取り組み内容	担当課	関係機関
2－1	・国・県、業界団体等が実施する各種研修講座等に関する情報提供	商工・企業誘致課	商工会
2－2	・社会ニーズに応じた各種講座の開催	商工・企業誘致課	商工会 NDA

3) 雇用環境の整備と新しい働き方の定着の促進

市内企業に対し社会保険への加入促進や退職金制度の周知等を行い、市内企業に従業する者の就業環境の整備を促すとともに定着率の向上に資する支援や健康経営を促進する。

また、労働力の確保に向け、多様な立場・境遇にある方が希望する職に就き、企業においては必要な人材の確保につながるよう、新しい働き方に関する周知を図る。

【具体的な施策】

	取り組み内容	担当課	関係機関
3－1	・雇用環境の充実を図る制度への加入促進	商工・企業誘致課	商工会
3－2	・中小企業・小規模企業に勤務する従業員の退職金制度の周知	商工・企業誘致課	商工会
3－3	・雇用定着に係る支援の実施	商工・企業誘致課	－

目標 3：企業の競争力の強化

1) 商品・サービスの魅力向上と開発力の向上

本市で生産された農産物等をはじめ、地域資源の発掘及び活用による本市の特性を生かした魅力ある製品・商品開発及び商品改良に対する支援を行う。

また、地域資源を生かした6次産業化の取り組みを支援する。

【具体的な施策】

	取り組み内容	担当課	関係機関
1－1	・商品開発に係る支援の実施	商工・企業誘致課	－
1－2	・地域資源を生かした6次産業化の支援	園芸畜産課	－

2) 販路拡大に向けた支援

新たな顧客や販路開拓を支援するため、物産展・展示会等の販路拡大プロモーションを実施するとともに、ECサイトの構築をはじめとした販売方法の見直し、魅力ある商品・サービスの販売力、展開力の向上に向けた支援を行う。

「名護」らしい特産品を名護市特産物認定制度「くくるナゴStory」として認証し、県内外に幅広くPRして販路開拓、ふるさと納税を活用した販路拡大への支援を行う。

【具体的な施策】

	取り組み内容	担当課	関係機関
2－1	・販路拡大に係る支援の実施	商工・企業誘致課	商工会
2－2	・ECサイト構築等に関する各種支援	商工・企業誘致課	商工会
2－3	・販路拡大プロモーションの実施	商工・企業誘致課	商工会
2－4	・名護市特産物認定制度「くくるナゴStory」の周知	商工・企業誘致課	商工会
2－5	・ふるさと納税を活用した販路拡大の支援	商工・企業誘致課	商工会

3) 情報発信

様々な媒体を活用し、本市で事業活動を行っている企業に関する情報発信を行うとともに、特産品や飲食店等の本市の地域経済の活性化に資する情報発信の体制・仕組みを整える。

【具体的な施策】

	取り組み内容	担当課	関係機関
3-1	・名護市に関する総合サイトの設置による特産品に関する情報発信	商工・企業誘致課	商工会
3-2	・名護市広報誌等での市内企業に関する情報発信	商工・企業誘致課	－

4) 商業者への支援

名護市営市場を核とした中心市街地活性化に向けた各種支援を行うとともに、各地域の核となる施設を中心とした地域活性化の支援を行う。また、既存店舗の改装支援等による商環境の向上支援を行う。

【具体的な施策】

	取り組み内容	担当課	関係機関
4-1	・名護市営市場を活用したイベントの開催	商工・企業誘致課	商工会
4-2	・中心市街地活性化に向けた活動への支援	商工・企業誘致課	商工会
4-3	・各地域の核となる施設を中心とした地域活性化への支援	商工・企業誘致課	商工会
4-4	・店舗等改装に係る支援の実施	商工・企業誘致課	－

目標４：新たな稼ぎ手の確保・育成

１）事業承継の支援

金融機関、商工会、産業支援機関等と連携し、事業承継を検討している企業に対し、相談、情報提供、支援事業の活用等を促すとともに、事業承継の成功事例や新たな取り組み事例等の周知を行う等、円滑な事業承継に向けた支援を行う。

【具体的な施策】

	取り組み内容	担当課	関係機関
１－１	・事業承継に係る相談窓口の周知	商工・企業誘致課	商工会

２）企業誘致の推進

経済金融活性化特区制度をはじめ、各種制度の活用を促進するとともに、商工会やNDAと連携した企業誘致を進め、企業集積施設への入居率向上を図る。また、入居企業の市内への定着を図るとともに、市内企業とのビジネスマッチングの促進等を図る。

【具体的な施策】

	取り組み内容	担当課	関係機関
２－１	・商工会やNDAとの連携による企業誘致活動の展開	商工・企業誘致課	商工会 NDA
２－２	・沖縄県等が主催する企業誘致イベントへの参加	商工・企業誘致課	NDA
２－３	・企業集積施設入居希望者に対する支援	商工・企業誘致課	商工会 NDA

３）起業・第二創業の促進

新たな事業やビジネスを行いたい市民等に対し、名護市創業支援等事業計画に基づく創業支援事業をはじめ、インキュベーションマネージャー（創業アドバイザー）を中心に開業前から事業が軌道に乗るまで必要な支援を行とともに、名護市産業支援センターや名護市マルチメディア館、名護市営市場等のインキュベート施設の提供による起業支援を行う。

また、既存企業における業態転換や新事業・新分野への進出（第二創業）を支援し、新たな事業の発展を促す。

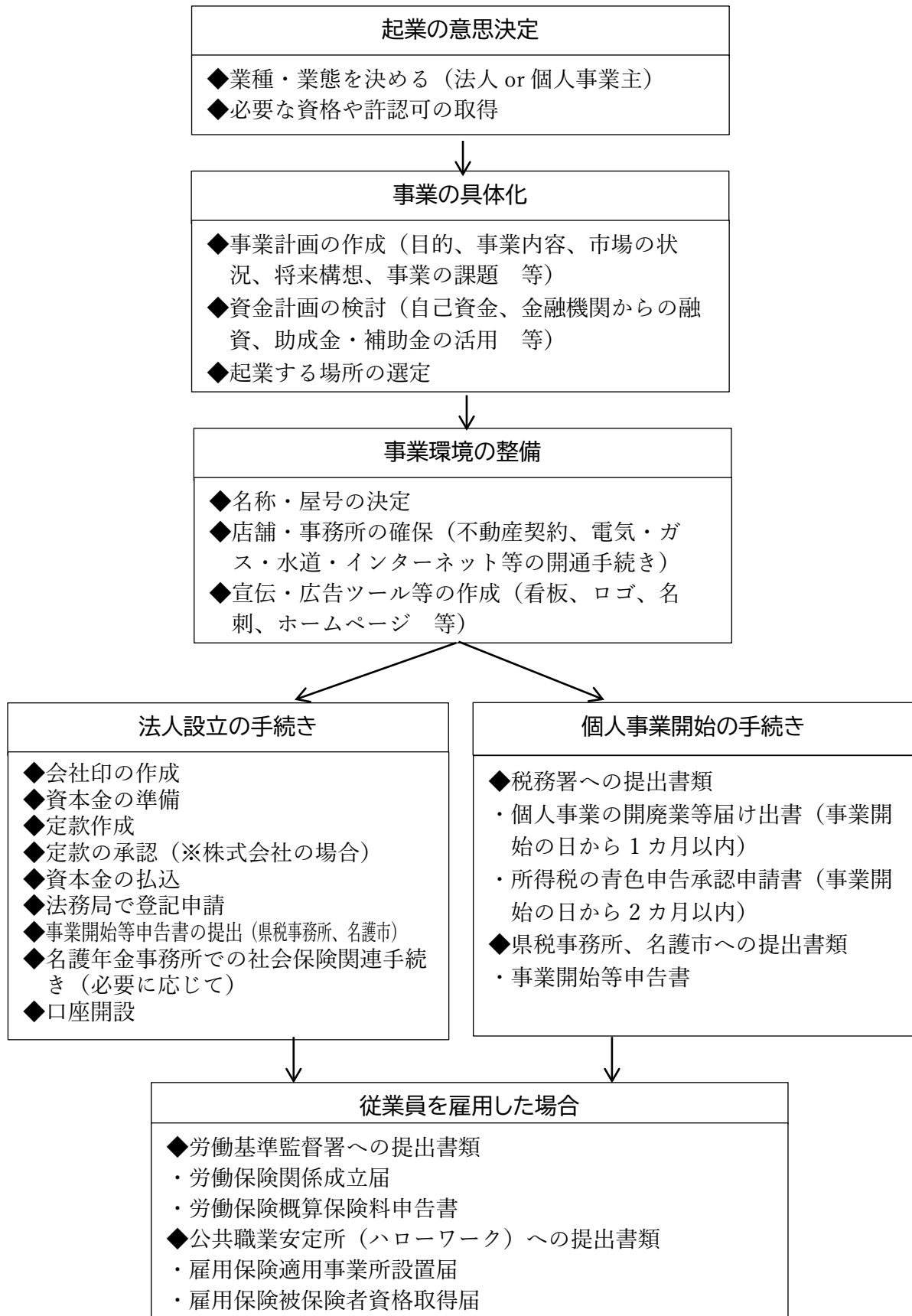
【具体的な施策】

	取り組み内容	担当課	関係機関
3-1	・商工会等創業支援機関との連携による 創業者に対する包括的な支援	商工・企業誘致課	商工会
3-2	・第二創業に係る相談、支援策に関する 情報提供	商工・企業誘致課	商工会
3-3	・インキュベート施設の提供	商工・企業誘致課	－
3-4	・インキュベーションマネージャー（創 業アドバイザー）による創業に係る各 種支援・アドバイスの実施	商工・企業誘致課	商工会

表－創業関連施設の一覧

施設名称 (所在地)	機能または施設内容	対応内容
名護市商工会 (名護市大中1-19-24)	創業に関する相談窓口	インキュベーションマネージャーによる起業・新事業創出を支援
名護市産業支援センター (名護市大中1-19-24)	インキュベートルーム：8室	起業のための低賃料のオフィススペースと設備等の提供
名護市マルチメディア館 (名護市豊原224-3)	インキュベートブース：31室	起業のための低賃料のオフィススペースと設備等の提供
名護市営市場 (名護市城1-4-11)	チャレンジショップ：2店舗	創業を目指している者又は事業開始から間もない者で、チャレンジショップ退去後、名護市内で開業、起業の意志がある者に対する低賃料での店舗の提供
なごアグリパーク (名護市名護4607-1)	加工支援施設 インキュベート室：2室	加工支援施設：6次産業化を目指す農家が加工品を開発し試作品などをつくることのできる インキュベート室：実際に6次産業化に取り組んでいる農業者が自立するために事業を行うことのできる

図一創業までの流れ（例）



目標 5：関係人口の創出

1) ワークেশョンの推進

地方創生においては、「関係人口の創出」は観光に限らず、ビジネスを目的とした来訪者もターゲットとしている。コロナ禍によって加速されたリモートワークの環境整備は、IT関連企業等を中心にワークেশョン需要を下支えしてきている。休暇+ビジネスといった比較的短期間での滞在から、二拠点（多拠点）生活までの多様なワークেশョンニーズを受け止め、快適な利用を促す施設・情報整備を行う。

【具体的な施策】

	取り組み内容	担当課	関係機関
1-1	・市内コワーキングスペースの連携（施設間・利用者間）促進	商工・企業誘致課	－
1-2	・名護市ワークেশョン拠点施設（仮称）の整備及びみらい館と連携した利用企業誘致の促進	観光課	－

2) 新たな関係人口の創出に向けた支援

名護市では、国内4か所の自治体、海外2か所の自治体等と友好都市を締結しており、双方のイベント等を活用し、人的交流や物産交流に取り組んでいる。また、近年はともに地域のために汗をかき知恵を絞る協働のプロセスこそが、本市との関係値を引き上げ、第二のふるさととして想いを寄せる関係人口の増加につながると考えられている。

引き続き友好都市との様々な交流に取り組むとともに、友好都市にとどまらず、地域課題の解決に向けた地元企業との協業をはじめ、地域行事・イベントへの技術・ノウハウの提供を意図したビジネス・協業の機会創出を図る。

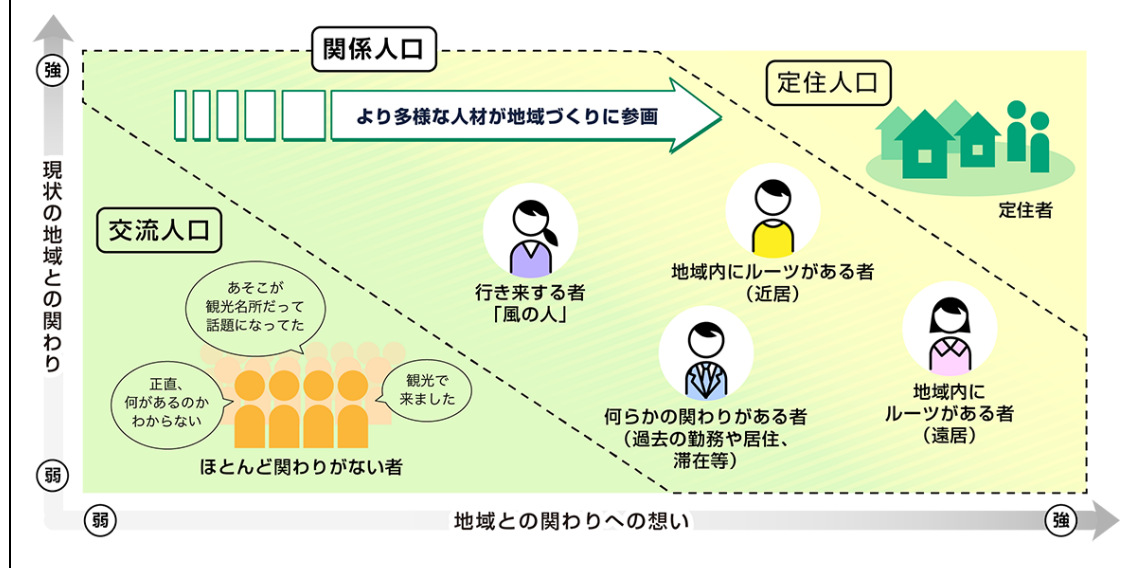
【具体的な施策】

	取り組み内容	担当課	関係機関
2-1	・市内事業者の交流機会の創出	商工・企業誘致課	NDA
2-2	・地域団体（自治会・市民団体・NPO等）活動へ協力・支援	商工・企業誘致課 観光課	－
2-3	・第2次名護市観光振興基本計画の推進による関係人口の創出	観光課	－

関係人口とは

「関係人口」とは、移住した「定住人口」でもなく、観光に来た「交流人口」でもない、地域と多様に関わる人々を指す言葉である。

地方圏は、人口減少・高齢化により、地域づくりの担い手不足という課題に直面しているが、地域によっては若者を中心に、変化を生み出す人材が地域に入り始めており、「関係人口」と呼ばれる地域外の人材が地域づくりの担い手となることが期待されている。



出典：関係人口ポータルサイト（総務省）より

< 名護市の友好都市 >

- ▶ 北海道滝川市 1990 年(平成 2 年)7 月 1 日締結
- ▶ 大阪府枚方市 1997 年(平成 9 年)7 月 31 日締結
- ▶ 岩手県八幡平市 2007 年(平成 19 年)1 月 27 日締結
- ▶ 群馬県館林市 2009 年(平成 21 年)4 月 25 日締結
- ▶ アメリカ合衆国ハワイ州ヒロ 1986 年(昭和 61 年)6 月 13 日締結
- ▶ ブラジル連邦共和国ロンドリーナ市 1998 年(平成 10 年)8 月 11 日締結

出典：名護市ホームページ

第7章 振興ビジョンの進捗管理

1. 進捗管理指標設定の設定方針
2. 具体的な進捗管理指標
3. 関係団体等の役割
4. 本振興ビジョンの推進体制
5. 本振興ビジョンの進捗管理体制

第7章 振興ビジョンの進捗管理

1. 進捗管理指標設定の設定方針

本振興ビジョンをより実効性の高いものとするため、進捗状況や成果を測るための具体的な指標を「進捗管理指標」として設定する。

設定した進捗管理指標は、絶えずその進捗状況を把握し、成果を見極めながら、より効果の高い施策を推進できるよう、見直しや改善を図る。

2. 具体的な進捗管理指標

(1)「目標1：経営基盤の安定化の支援」に係る進捗管理指標

進捗管理指標名	現状値 (令和2(2020)年度)	目標値 (令和7(2025)年度)
事業計画策定の支援	241件／年	100件／年※
各種講習会、セミナー等の開催回数	2件／年	2件／年
沖縄県よろず支援拠点での相談事業者数	50件／年	50件／年

※令和2(2022)年度は新型コロナウイルス感染症拡大により件数が極端に増加したため、平成27(2015)年度～令和元(2019)年度平均により算出。

(2)「目標2：人材の確保・育成」に係る進捗管理指標

進捗管理指標名	現状値 (令和2(2020)年度)	目標値 (令和7(2025)年度)
金融・IT人材育成講座の参加者数	394人／年	668人／年
ハローワークとの連携により、特区へ就職した人数	51人／年	51人／年

(3)「目標3：企業の競争力の強化」に係る進捗管理指標

進捗管理指標名	現状値 (令和2(2020)年度)	目標値 (令和7(2025)年度)
名護市地域資源活用支援事業の採択件数	0件／年	3件／年
市の事業を活用して開発したふるさと納税登録商品に対する寄付額	1万円／年	25万円／年
認証制度登録商品（累計）	76品	86品
販路拡大プロモーション回数	5回／年	5回／年
名護市販路拡大出展支援事業の採択件数	0件／年	4件／年
名護市営市場を活用したイベントの開催数	5回／年	6回／年
名護市店舗等改装支援事業補助金の採択件数	11件／年	10件／年

(4)「目標4：新たな稼ぎ手の確保・育成」に係る進捗管理指標

進捗管理指標名	現状値 (令和2(2020)年度)	目標値 (令和7(2025)年度)
名護市営市場及び名護市産業支援センターの入居率	92.59％／年	95.0％／年
名護市営市場及び名護市産業支援センター入居企業雇用者数	328人	348人
市内創業者数 (累計)	205件	380件

(5)「目標5：関係人口の創出」に係る進捗管理指標

進捗管理指標名	現状値 (令和元(2019)年度)	目標値 (令和6(2024)年度)
市内宿泊施設入込客数	1,281,083人	1,366,000人

3. 関係団体等の役割

(1) 市の責務

名護市は、本振興ビジョンに位置付けられた施策を着実に実施するため、必要な制度の整備や予算措置を行うとともに、中小企業・小規模企業、商工支援団体、金融機関、教育機関、市民、国、県、その他の関係機関と連携・協力し、各種取り組みを推進する。

(2) 中小企業・小規模企業の努力

中小企業・小規模企業は、自主的な努力による経営改善や産学官連携による技術力の高度化等によって、経営基盤の強化に努めるとともに、自然環境との調和を図りながら、事業活動に努めていくことが求められる。

また、地域の雇用と経済を支える中小企業・小規模企業には、自社の利益追求にとどまらず、事業活動を通じて地域社会及び市民生活の向上、持続的な発展に貢献していくことが期待される。

(3) 商工会

商工会は、中小企業・小規模企業の最も身近な経営相談窓口・経営支援機関として大きな役割を担い、中小企業・小規模企業の自主努力及び創意工夫による取り組みを支援していくとともに、本振興ビジョンの推進や関係団体の連携・協力を一層強化し、本市全体の経済を振興していく役割が期待される。

(4) 特定非営利活動法人NDA

NDAは経済金融活性化特別地区への企業誘致をはじめとする、名護市情報通信・金融特区関連事業の推進に取り組む。さらに、入居企業を中心に人材育成事業や入居企業の市内事業者とのマッチング等への支援を行うことで、本市の情報通信・金融業の活力向上を支援する。

(5) 大企業の役割

大企業には、自社事業の発展によって雇用の維持・拡大、投資の継続等を行うことで、市内経済の発展に貢献するといった役割に加え、本市の中小企業振興施策への協力、中小企業・小規模企業の成長につながる取引の拡大や中小企業・小規模企業の自助努力を支える様々な連携・協力が期待される。

（６）金融機関の役割

金融機関は、円滑な資金の供給や経営相談等による中小企業・小規模企業への支援のほか、独自のネットワークを大いに活用した取引企業の紹介やマッチング、販路開拓支援等により、中小企業・小規模企業の成長・発展への貢献が期待される。

（７）教育機関の協力

大学及び高等専修学校等は、市内の中小企業・小規模企業で活躍できる専門的な技術や能力を備えた人材を育成するとともに、産学官の連携等によって新たな産業技術の開発と中小企業・小規模企業の技術力向上等に貢献することが期待される。

地域の次世代を担う人材を育成する小学校、中学校、高校等の学校では、中小企業・小規模企業と連携・協力し、職場体験活動やその他の職業に関する理解を深める学習を実施していくことが期待される。

（８）市民の理解と協力

市民は、本市の経済発展や市民生活に不可欠な市内の中小企業・小規模企業の役割を認識し、市内中小企業・小規模企業の商品・サービスの購入を通して、地域経済の活性化につながることを理解の上、協力することが期待される。

【用語解説】

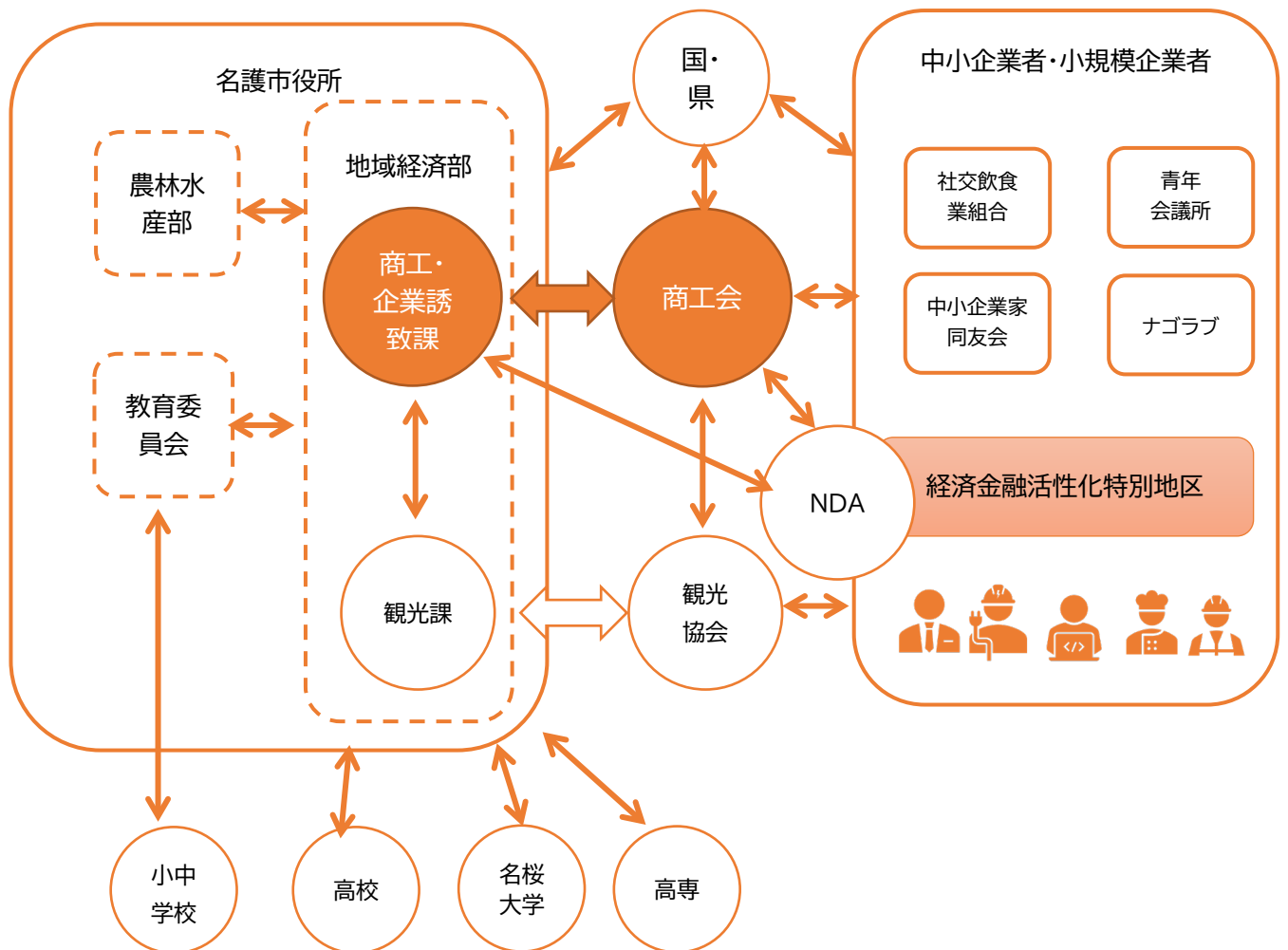
特定非営利活動法人NDA（Nago Development Authority：名護経済特区開発機構）：

沖縄県北部地域に在住する人々に対し、名護市の国際情報通信・金融特区構想に基づく国内外の情報通信・金融関連企業の誘致・集積等の活動により、地域の経済活動を活性化し、職業能力の開発ならびに雇用機会の拡充を支援するなど、北部地域の経済振興さらには沖縄県、わが国の経済活性化に寄与することを目的に設立されたNPO法人である。

4. 本振興ビジョンの推進体制

本振興ビジョンに基づいた施策を推進する目的は、本市の中小企業・小規模企業の発展による地域経済の好循環の実現である。そのためには、地域の事業者の支援団体である名護市商工会をはじめ、各業界団体等との役割分担を行い、連携を強化する必要がある。

図－中小企業・小規模企業の振興に向けた関係図

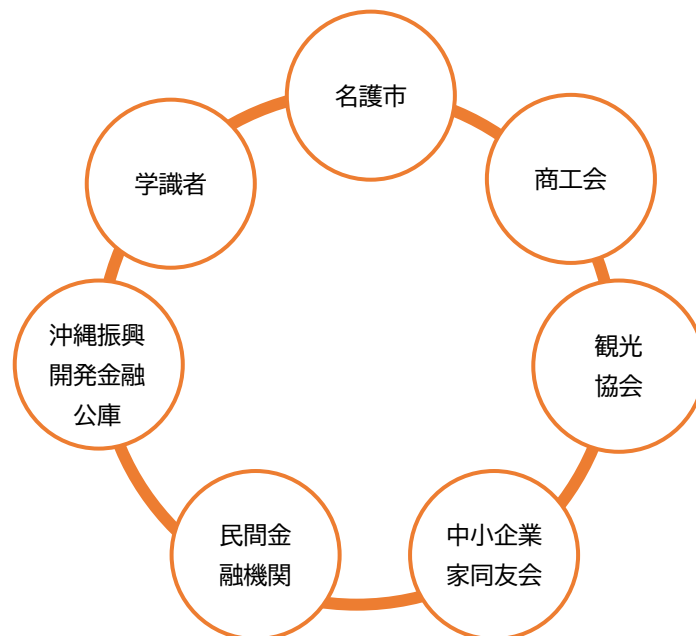


5. 本振興ビジョンの進捗管理体制

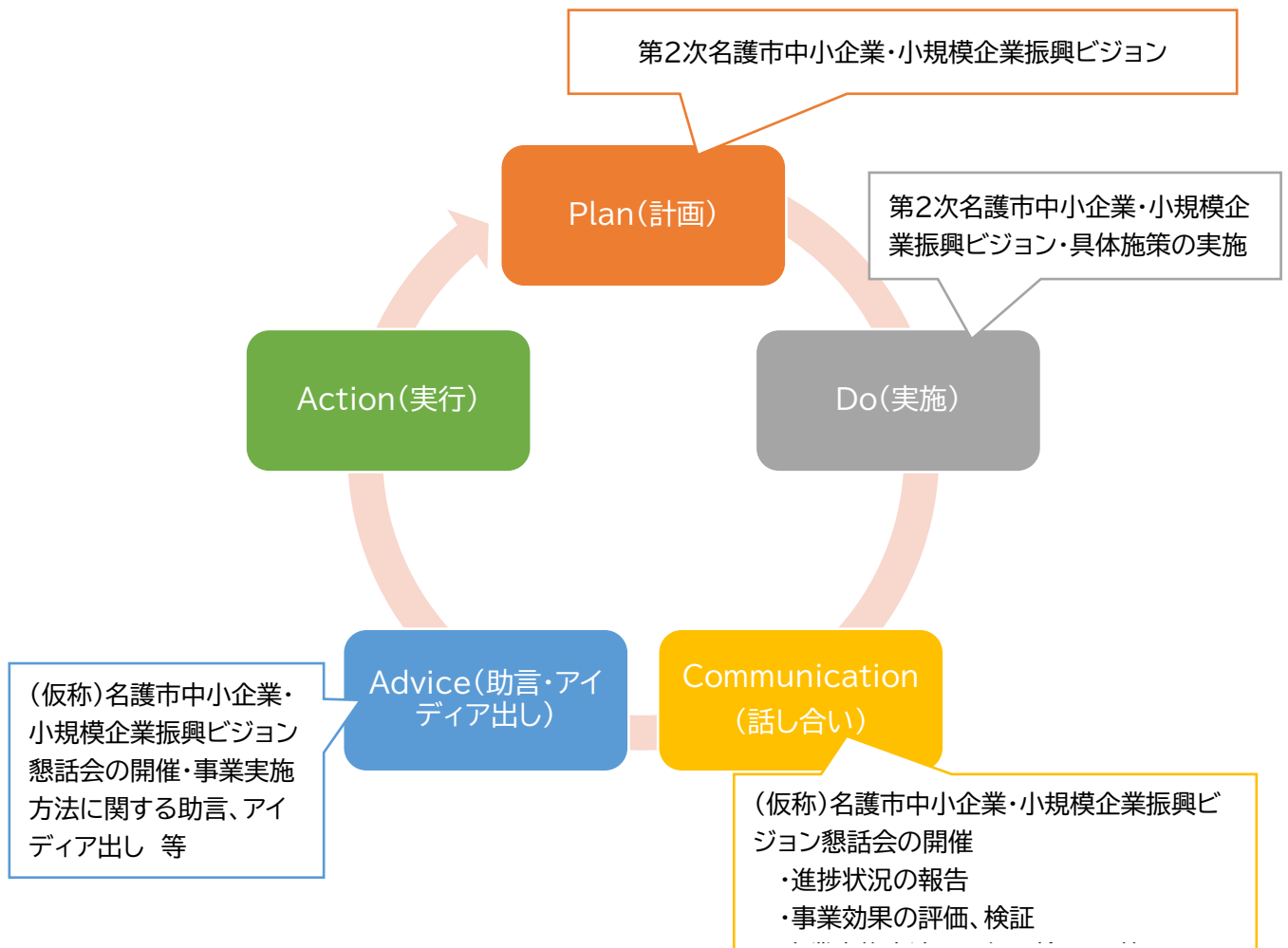
名護市、学識者、各種金融機関、関係機関等で構成する「(仮称) 名護市中小企業・小規模企業振興ビジョン懇話会」によるPlan（計画）、Do（実施）、Communication（話し合い）、Advice（助言・アイディア出し）、Action（実行）のPDCAAサイクルに基づく進捗管理を行う。

また、評価に際しては、本振興ビジョンの主な支援対象者である中小企業者・小規模企業者に意見を求める等、外部の視点を取り入れながら実施し、プランの効果的な推進に努める。

図ー（仮称）名護市中小企業・小規模企業振興ビジョン懇話会の構成員



図－PDCAAサイクルのイメージ図



参考資料：1. フォローアップ調査の結果

1) 名護市新規創業雇用支援事業

(1) 事業の概要

市内で新たな起業と雇用を創出する新規創業間もない中小企業者・小規模企業者に対し、対象雇用者に対する賃金費用の一部を助成する。

(2) 調査結果の概要

過年度までに本事業を活用した事業者に対しアンケート調査を行ったところ、6件(46.2%)の回答があった。

利用者の多い業種としては、情報通信産業及び医療・福祉となっており、同事業を活用した従業員の定着率は約半分である。

さらに、回答のあった2事業者に対しヒアリング調査を行い、本事業の利用や改善点等について確認したところ、申請書類や手続きの煩雑さ、申請から受給期間については特に改善してほしい点はないということであった。事業自体への改善要望としては、利用人数の上限の見直しや市外在住者にも適応できると助かる等の意見があった。

本事業に対する評価としては、創業時の資金繰りが厳しい時期に人件費の軽減につながるとても良い事業であるとの評価であった。

(3) アンケート調査結果

アンケート発送件数：13件、回収件数：6件、有効回収率：46.2%

問1 貴事業所の業種は、次のどれに該当しますか。

業種	件数
6. 情報通信業	3
12. 学術研究、専門・技術サービス業	1
17. 医療、福祉	3

問2 本事業を知るきっかけはなんですか。

選択肢	件数
1. 名護市のホームページ	3
2. 名護市広報「市民のひろば」	0
3. 商工会からの情報	3
4. 知人・友人からの紹介	0
5. その他	0

問3-1 現在の雇用状況

選択肢	件数
1. 在職中	7
2. 離職	6

問3-2 「2. 離職」の場合その理由は何ですか。

選択肢	件数
1. 契約期間満了	0
2. 定年退職	2
3. 正当な理由のある自己都合退職	4
4. 正当な理由のない自己都合退職	0
5. 解雇	0

問3-3 「1. 在職中」の場合。対象者は社内でどのような人材に育っていますか。

選択肢	件数
1. 業務を安心して任せられる人材に育っている	5
2. 社内で重要な戦力となっている	3
3. 社内のムードメーカー的な人材に育っている	3
4. リーダー格となり、後輩を指導している	3
5. 経営者をサポートする右腕的人材に育っている	2
6. その他	2

問4 本事業を活用した目的は何ですか。

選択肢	件数
1. 優秀な人材の確保	3
2. 異業種からの人材の確保	0
3. 中間管理職の確保	0
4. 人材基盤の強化	3
5. 人件費の負担軽減	6
6. 企業のイメージアップ	0
7. 人材教育コストの確保	3
8. その他	0

問5 同事業の活用はどのような効果につながりましたか。

選択肢	件数
1. 事業をスタートしたばかりだったので、人件費の負担軽減につながった	5
2. 異業種からの人材採用に取り組むきっかけとなった	1
3. 定着に不安のある労働者の積極的な採用につながった	1
4. その他（ ）	1
5. 特になし	0

2) 名護市若年者継続雇用奨励金

(1) 事業の概要

市内の事業者が若年者を厚労省の事業においてトライアル雇用後に6ヵ月以上の常用雇用をした場合の奨励金を支給する。

(2) 調査結果の概要

過年度までに本事業を活用した事業者に対しアンケート調査を行ったところ、2件(100.0%)の回答があった。

さらに、回答のあった1事業者に対しヒアリング調査を行い、本事業の利用や改善点等について確認したところ、申請書類や手続きの煩雑さ、申請から受給期間については特に改善してほしい点はないということであった。事業自体への改善要望としては、利用人数や利用回数の見直し、市外在住者にも適応できると助かる等の意見があった。

本事業に対する評価としては、定着に不安のある労働者の積極的な採用につながるとも良い事業であるとの評価であった。

(3) アンケート調査結果

アンケート発送件数：2件、回収件数：2件、有効回収率：100.0%

※本事業を活用した事業者のうち、1社は市外に移転していたため、本調査の対象外とした。

問1 貴事業所の業種は、次のどれに該当しますか。

業種	件数
6. 情報通信業	1
19. 各種学校	1

問2 本事業を知るきっかけはなんですか。

選択肢	件数
1. 名護市のホームページ	1
2. 名護市広報「市民のひろば」	0
3. 商工会からの情報	1
4. 知人・友人からの紹介	0
5. その他	0

問3-1 現在の雇用状況

選択肢	件数
1. 在職中	2
2. 離職	0

問3-3 「1. 在職中」の場合。対象者は社内でどのような人材に育っていますか。

選択肢	件数
1. 業務を安心して任せられる人材に育っている	1
2. 社内で重要な戦力となっている	1
3. 社内のムードメーカー的な人材に育っている	0
4. リーダー格となり、後輩を指導している	0
5. 経営者をサポートする右腕的人材に育っている	0
6. その他	0

問4 本事業を活用した目的は何ですか。

選択肢	件数
1. 優秀な人材の確保	2
2. 異業種からの人材の確保	0
3. 中間管理職の確保	1
4. 人材基盤の強化	1
5. 人件費の負担軽減	0
6. 企業のイメージアップ	0
7. 人材教育コストの確保	0
8. その他	0

問5 同事業の活用はどのような効果につながりましたか。

選択肢	件数
1. 事業をスタートしたばかりだったので、人件費の負担軽減につながった	0
2. 異業種からの人材採用に取り組むきっかけとなった	0
3. 定着に不安のある労働者の積極的な採用につながった	2
4. その他（ ）	1
5. 特になし	0

自由記入

せっかくの支援事業・奨励金施策ですが、スタートから4年ほど経過して初めて知りました。毎年、それなりに新規雇用を行っていますが、本奨励金は1事業者の利用は1回限りとなっているところにも疑問を感じました。

3) 名護市店舗等改装支援事業補助金

(1) 事業の概要

市内において新規に創業する者及び既存で営業している事業者が店舗改装工事を行う際に改装費用を一部助成する事業である。

(2) 調査結果の概要

過年度までに本事業を活用した事業者に対しアンケート調査を行ったところ、50 件中、5 件が宛先不明、13 件（26.0%）の回答となった。

さらに、回答のあった 2 事業者に対しヒアリング調査を行い、本事業の利用や改善点等について確認した。

事業自体への改善要望としては、実際に内装改築を行う際にどこの業者に相談した方がよいのかわからなかったため、店舗改装に対応できる業者のリストや相談窓口があれば助かる等の意見があった。また、助成金の対象として店舗だけでなく、事務所も含めた方がよいのではないかという提案や、補助金公募時期がよくわからないため、店舗改装を行うタイミングと補助金が活用できるタイミングが合うのか不安だったとの声もあった。

本事業を活用したことで売上増加やお客様の満足度向上につながった等の評価を得ている。

(3) アンケート調査結果

アンケート発送件数：50 件、回収件数：13 件、宛先不明：5 件、有効回収率：26.0%

問1 改装を行った店舗に関する情報

業種	件数
飲食業	7
小売業	2
設計・監理業務	1
総合ビルメンテナンス業	1
不動産	1
食品加工	1

問2 本事業を活用されたのはいつですか。

選択肢	件数
1. 平成 27 年度	0
2. 平成 28 年度	1
3. 平成 29 年度	1
4. 平成 30 年度	0
5. 令和元年度	5
6. 令和 2 年度	6

問3 本事業を知るきっかけはなんですか。

選択肢	件数
1. 名護市のホームページ	4
2. 名護市広報「市民のひろば」	0
3. 商工会からの情報	5
4. 知人・友人からの紹介	5
5. その他	1

問4 当該事業を活用して実施した内容

選択肢	件数
1. 屋根の修復(張替・防水など)	2
2. 床材・内装・天井の張替、内装塗装	11
3. 床・壁・窓・天井などの断熱	2
4. 外壁の塗り直し	4
5. 扉の交換	2
6. 窓ガラス・サッシ交換	0
7. 店舗間仕切り	4
8. 看板・日よけの修復や設置費	3
9. 厨房の設置費や改修費	1
10. 給排水・衛生(換気を含む)設備に係る設置費	4
11. 給湯設備に係る設置費	0
12. 電気・ガスに係る設置費	2
13. 空調器関係の係る設置費	1
14. 客用洗面・水回り、トイレ改修費	4
15. その他	1

問5 当事業を活用した主な目的は何ですか。

選択肢	件数
1. 店舗をリニューアルし、イメージアップを図るため	6
2. 市内からの移転に伴う店舗・事業所の整備のため	3
3. 市外からの移転に伴う店舗・事業所の整備のため	0
4. 新しいサービスを提供するため	6
5. 設備を新しくし、お客様の利便性を高めるため	5
6. 設備を新しくし、従業員の使い勝手を良くするため	2
7. 別の業態への事業転換を行うため	0
8. 感染症対策の充実を図るため	1
9. その他	1

問6 当事業を活用した店舗の営業状況はどのようになっていますか。

選択肢	件数
1. 営業中	9
2. コロナの影響で一時休業中	4
3. コロナ以外の理由で一時休業中	0
4. 閉店	0

問7 当事業を活用した店舗の売り上げ状況

選択肢	件数
1. 好転	7
2. 横這い	4
3. 悪化	2

問8 当事業の活用後、来店されるお客様の満足度は向上したと思いますか。

選択肢	件数
1. 満足度は上がった	10
2. あまり変わらない	3
3. 満足度は下がった	0

問9 当事業の実施によって得られた効果は何ですか。

選択肢	件数
1. 来店者が増えた	3
2. 店舗のイメージアップにつながった	7
3. 新たなサービスの提供を行うことができた	6
4. 新たな事業の展開につながった	1
5. 安心・安全なサービスの提供につながった	2
6. その他	0

問10 当事業を活用する際に、あったらよかったと思う支援は何ですか。

選択肢	件数
1. 専門業者の紹介	3
2. 具体的な施工内容に関する助言	4
3. 店舗デザインに関する助言	4
4. その他	0

自由記入

毎年度の支援事業の決定が未確定で、情報を得たくても、都度ホームページを確認して下さいとの案内で、利用できるか不安でした。
改装のタイミングによっては、活用できない方も多くいらっしゃると思うので、事業者が必要とするタイミングで活用・相談できるともっと良いと思いました。
今後、店舗を使ってオンラインの料理教室などをやっていきたい。そのための設備資金が補助されると嬉しい。HP リニューアル、フライヤー制作、編集ソフト、講師料等
いろいろな手続きなど、大変なところはありましたが、教えて頂き大変助かりました。

4) 名護市販路拡大出展支援事業

(1) 事業の概要

県内外および海外で開催される物産展など販促イベント等へ出展する際の出展費の一部を助成する事業である。

(2) 調査結果の概要

過年度までに本事業を活用した事業者に対しアンケート調査を行ったところ、26 件中、7 件 (26.9%) の回答となった。

さらに、回答のあった 2 事業者に対しヒアリング調査を行い、本事業利用や改善点等について確認したところ、申請書類や手続きの煩雑さ、申請から受給期間については特に改善してほしい点はないということであった。

事業自体への改善要望としては、出展イベントと併せた商談会等がセッティングできると助かるや、コロナ禍にあっては対面販売のみでは限界があるので、インターネットを活用した販路開拓をはじめ時代のニーズに応じた事業内容に見直ししていただければ助かる等の意見があった。

本事業を活用し、新たな販路開拓や自社のブランド力向上に資する事業活動につながった等の声が多く、高評価であった。

(3) アンケート調査結果

アンケート発送件数：26 件、回収件数：7 件、有効回収率：26.9 %

問1 本事業を活用し、出展を行ったイベントに関する情報をご記入ください。

開催地域	件数
関東	5
北海道	1
大阪	1
名護市	1
県内	1

問2 本事業を活用し出展を行ったイベント参加者の対象についてお聞かせください。

選択肢	件数
1. 企業向け (国内 B to B)	2
2. 企業向け (国外 B to B)	0
3. 一般市民向け (国内 B to C)	6
4. 一般市民向け (国外 B to C)	0

問3 本事業を活用された年度はいつですか。

選択肢	件数
1. 平成 27 年度	0
2. 平成 28 年度	1
3. 平成 29 年度	3
4. 平成 30 年度	1
5. 令和元年度	3
6. 令和 2 年度	0

問4 本事業を知るきっかけはなんですか。

選択肢	件数
1. 名護市のホームページ	4
2. 名護市広報「市民のひろば」	1
3. 商工会からの情報	3
4. 知人・友人からの紹介	0
5. その他	1

問5 当該事業を活用して実施した内容

選択肢	件数
1. 出展費	3
2. 会場設営費	0
3. 商品搬送等経費	2
4. 交通費及び宿泊費	4
5. パンフレット等の制作費	2
6. その他	0

問6 当事業を活用後の売り上げ状況

選択肢	件数
1. 好転	6
2. 横這い	1
3. 悪化	0

問7 当事業を活用してよかった点は何ですか。

選択肢	件数
1. 商品が売り上げ増加につながった	4
2. イベント開催地で自社の認知度があがった	4
3. 新たな販路拡大につながった	2
4. 新たな商談につながった	3
5. 同業者との交流につながった	4
6. その他	0

問8 当事業を活用する際に、専門家による支援が必要だと思うものは何ですか。

選択肢	件数
1. 現地での商品の販売方法に関する助言	0
2. 当日、必要な販促ツールに関する助言	1
3. 現地での商談に関する支援	2
4. 市場調査に関する支援	3
5. 同業者との交流促進に関する支援	1
6. パッケージデザインに関する助言	0
7. ネット販売に関する助言	2
8. SNS の活用方法に関する助言	4
9. その他	0

自由記入

イベント出展＋商談がセッティングされると事業を活用する事業者が増えると思う。 例) イベント翌日などに相手方との事業者との商談会を行う等
コロナの影響で多方面に地殻変動が生じた。当該事業対象の展示会は、2020 年度よりネット方式に変更に伝播効果に疑義があり、弊社は 2020 年以降の展示会に出展していない。販促においては、従来は代理店が新規顧客を足で稼いでいたが、2020 年以降はそれが満足にできなくなり、インターネットを使った新規顧客の掘り起こしとある程度の確度の高まった顧客に代理店が訪問する方法に変更した。 インターネットを使った顧客の掘り起こしのため、弊社では大手ネット企業に弊社 HP の SEO アップをお願いしている。一部の代理店では、Marketing Automation Tool を導入し、確度の高い顧客の絞り込みに利用している。当該事業資金をこのような IT 関連投資にも適用できるようにすれば時代にマッチした支援事業になると思う。
名護市としての「ブランド」化を求めたい。特産品と観光の連携を
自社の認知度やブランド力を広げるためにも、多くのイベントに参加したいが、予算の関係上どうしても難しい状況がありますが、本事業のおかげでイベントに参加でき

るきっかけになった。本事業がなければ参加が難しかっただけに、とても有意義であった。

名護市産の商品を他県で販売できるのは、とても嬉しい。何等かの支援があれば出展しやすいので、今後も活用して名護市の商品をたくさん販売したい。

平成 27 年度事業を活用させていただき、ありがとうございました。

この事業は現在も実施されているのでしょうか？平成 27 年度より何の情報もないので、名護市内にて出展できるプログラムを出して欲しいです。

5) 名護市地域資源活用支援事業

(1) 事業の概要

市内の地域資源を活用した商品の開発や、これら商品の販路開拓を行う際の費用を一部助成する事業である。

(2) 調査の概要

過年度までに本補助事業を活用した事業者数が7社と少なく、対象となった商品が特産品や体験等、それぞれ提供サービス形態が大きく異なっていたこと等から、アンケート調査を実施せず、2社に対しヒアリング調査を行った。

①申請から交付までの期間

②助成金の煩雑さ

- ・国の補助金等も活用した経験があるため、市の申請については問題なく対応できた
- ・国の補助金等については、数年置きに事業成果を求められ補助金交付後も事務負担が大きいことが多いが、名護市は1度の完了報告で済んだ。

③本事業に対する改善要望

- ・コロナがなければ、この補助金きっかけにインバウンド向けの誘客に向けて動いていたと思う。
- ・商品開発については、1年目にテストマーケティングから試作品作成、2年目にテスト販売し改良を加えて、3年目にブランドを固めていく形をとるので、最低でも3年は必要。商品改良でも最低1年でも厳しいので複数年で活用できる補助金があると助かる。
- ・利用した補助金については、申し込みから事業完了まで実質、数か月しかない状況なのでそのあたりは見直していただきたい。
- ・1社1回のみの利用ではなく、複数回活用できるとありがたい。

参考資料：2. 事例調査【沖縄市創業支援拠点「Startup Lab Lagoon」】

沖縄市では、創業・起業総合支援事業の拠点として、中心市街地に「Startup Lab Lagoon（スタートアップラボ ラグーン）」を設置し、創業希望者へのワンストップ相談や ICT 人材育成事業等を行っている。

（１）市が委託している Lagoon の事業

- ・創業支援、ICT 人材育成、コワーキングスペース、シェアオフィス、セミナー・イベント等の実施、メディアミックスによる情報発信
- ・創業支援については、産業競争力強化法に基づくワンストップ相談窓口としての位置づけで設置（無料）
- ・ICT 人材育成はプログラミングスクール年 3～4 回開催受講生は 15 名程。現在コロナの影響で開校が難しく、受講生は伸び悩んでいる。
- ・セミナー・イベントについては、自主開催や持ち込み企画等で 3 日に 1 回程度何かしらのイベントを実施している
- ・Lagoon の取り組みが商店街に波及する形で、認知度向上から利用者増加、起業誘致、集積といったサイクルするロジックで取り組んでいる

（２）Lagoon のスタートアップ・企業誘致等の仕組み

- ・創業時、行政や金融機関、士業、投資家などつながるエコシステムがまだ不足していると感じ、どうにかしたいという想いで活動しており、企業家でありながら、支援者になる形で現在取り組んでいる
- ・企業相談について、スモールビジネスについては地域と連携しながら、地域の金融機関や専門家等に繋げたりしている。4 回相談を受けると特定創業証明書の発行を行う
- ・証明書を取得すると、公庫の融資要件が緩和されたり、法人だと、会社設立時の登記免許税が半額 7.5 万円に減額となったりする
- ・Lagoon では拾いきれない若年層やシニア世代が参画できるよう、寄付を財源に『はなわらび』を展開し、プログラミングスクール等を開催している。

（参考： <https://www.city.okinawa.okinawa.jp/sp/userfiles/oki040/files/syoumeisyokouhu1.pdf>）

- ・沖縄県では、飲食店を開業される方が多いが、飲食店は初期のイニシャルコストが高く開業したはいいが、自転車操業になってしまったりするケースがある。そのため実際に事業が可能なのか体験してもらうため、シェアキッチンに入ってもらい保健所の申請から販売、事業計画を立てる等をしてもらっている。
- ・中にはスキルも経験も商品もいいが、資金だけがないという方もおり、そういったケ

ースではクラウドファンディングを立ち上げたりして資金調達の一部を確保する等の取り組みも行っている。これまでクラウドファンディングで1,400万円くらい資金調達を行ってきた。

(3) シェアオフィス2Fについて

- ・成長と挑戦を愉しむコラボティブスペースで、Microsoft base 沖縄 DX 発信基地となっており、月々登記費用込みで、25,000 円で賃貸している
- ・1 席からでも沖縄進出が可能であり、県外企業から好評をいただいております現在 23 社契約している。今後は 2F のシェアオフィス空間だけでなく、商店街全体リブライディングを用意している
- ・安い人材にアクセスしたいまたは、施設使用料が安価でずっとこの場所にとどまるといった企業に関しては、今後戦略的にはとっていくべきではないかと感じている。
- ・今後、いかに付加価値を高め生産性所得をあげていくかが目標になってくるので、基本的には BPO やコールセンターはお断りしている。

(4) 人材について

- ・2 カ月半 200 時間でオンラインプログラミングについて学んでもらっても、すぐに企業が採用できる人材に育っているかといったらそうではない
- ・いかにコミュニティアクセスしてもらい、もしくは自分が少しだけできる作業を、対価をもらいながら経験を積んでもらうようにしている。講座を行った後のアウトプットまでの差を埋めるためのセミナーを実施している。
- ・名護市は、名桜大学や沖縄高専などが立地しているので、そういった学生が参加できるような育成プログラムを実施するといいいのかもしれない。また、企業も寄付講座を持ってもらえるはずである。
- ・企業も講座の中からはいい人材がいれば採用につながるだろうし、好循環がうまれるのではないかと。

(5) その他

- ・当初の市の事業としては、創業支援ということで箱を作ることがメインだったが、それを飛び越える形で活動をしてもらっている
- ・なぜ人材が必要なのか、企業が必要な人材はどういった人材なのかを明確にし、人材育成講座を実施している。企業は、それを目的に来る企業やコミュニティがあるからということである企業となっている

- ・進出してくる企業は、既存事業で成り立たなくなってくるので、新規事業を開拓したいと思い来る企業がサテライトオフィスを借りて事業チャレンジを行っている。それが新しい企業誘致の形にあっているのかと感じている
- ・スタートアップ企業については、エンジニア不足で一本釣りが頻繁に行われている。エンジニアについては、ネット環境があればどこでも仕事ができる職業なので、QOLが高ければ名護市でも確保は可能かと思う。
- ・県外の高専では、在学中にアルバイトでスタートアップの事業を受託しているケースも多い。アウトプットの場所として高専を活用できれば、企業にとっても魅力になるのではないかな。
- ・沖縄県の課題としてVC^{※1}が無い。名護市には金融特区があるので、キャピタルの拠点を誘致してそこで、資金調達をフックに誘致する手法もありなのかもしれない。
- ・名護市内には、ココノバ等若い方を中心にエンジニア等が集まる拠点もできているし、多くのIT系の有名な方がいる。そういった事からも名護の可能性は大きいと感じている。
- ・沖縄市もそうだが、いかに外の方が挑戦しやすいようにするかがポイントになるのではないかな。
- ・沖縄市周辺の自治体に聞いた際、創業相談については商工会を案内するところが多かった。しかし、商工会についてはアイデアベースでの取り組みには対応していない。アイデアベースから支援する体制を作ることによって、若者が挑戦しやすくなる。
- ・なかには、企業務めしているが、アイデアがあって土・日起業したい。しかし資金も少ししかないといった相談もくると聞いている。そういったアイデアを事業化するまで一緒に考えてもらえるという場を提供することが求められているのではないかな。

※1 ベンチャーキャピタル：ハイリターンを狙ったアグレッシブな投資を行う投資会社のこと。主に高い成長率を有する未上場企業に対して投資を行い、資金を投下する。経営コンサルティングなどを提供し、投資先企業の価値向上を図る企業も存在する。

【別紙】

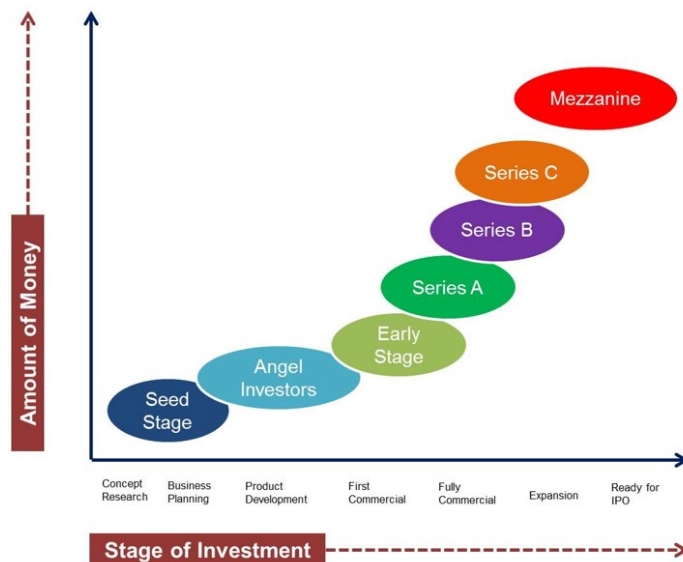
① スタートアップとスモールビジネスの違い

StartupとSmall Businessの違い

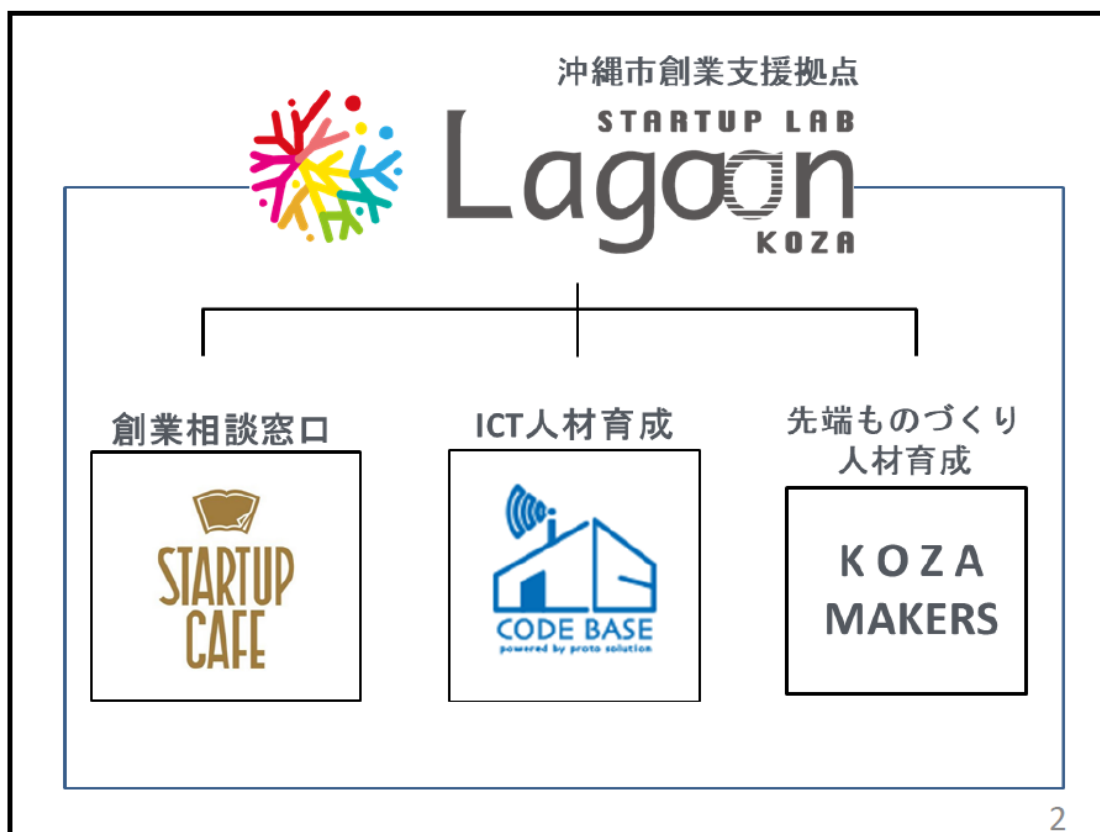
	Startup	Small Business
成長方法	Jカーブを描く 成功したら、巨額のリターンを 短期間で生むことができる	線形的に成長 そこそこのリターンを 着実に得ることができる
市場環境	市場が存在することが確認されていない 不確実な環境の下で競争が行われ タイミングが非常に重要である	既に市場が存在することが 証明されている 市場環境の変化は少ない
スケール	初期は少数だが、一気に 多くの人に届けることができる	少数から徐々に増やすことができる 少数のままで運用できる
関わる ステークホルダー	ベンチャーキャピタリストや エンジェル投資家	自己資金、銀行
インセンティブ	上場やバイアウト（買収）による ストックオプション、キャピタルゲイン	安定的に出せる給料
対応可能市場	労働力の調達・サービスの消費が あらゆる場所で行われる	労働力の調達・サービスの消費 が行われる場所は限定される
イノベーション 手法	既存市場を再定義するような 破壊的イノベーション	既存市場をベースにした 持続的イノベーション

出典：田所雅之・著『起業の科学』

② イメージ図



- ・スタートアップとは会社を立ち上げると同時に、出口戦略をきちんと描いて事業を始める。例えばゴールが、上場やバイアウトをすることを目的に、外部から資金調達を行い、それぞれのステークホルダーのために短期間に成長させるやり方となる。
- ・Lagoon では、起業支援の中でもシードと呼ばれるアイディアの発想から芽がでるまでの支援に取り組んでいる。本当に市場に出しても事業ができるのかを検証する事がサポートできる範囲となっている。



創業相談窓口

- ・コンシェルジュが常駐し、創業希望者の相談に対応。
- ・金融機関や関係機関への仲介を実施。
- ・沖縄金融公庫、琉球銀行、沖縄銀行、コザ信用金庫と創業支援に関する連携協定を締結。
- ・「スタートアップ」※型企業の発掘と成長支援を実施。
※未開拓の領域にテクノロジー等を駆使して切り込み、急速に事業を拡大させる起業形態をとる企業のこと

ICT人材育成

- ・プログラミングやWeb制作等のICTスキル教育を実施。
- ・市内IT企業等へのマッチング等を実施。
- ・在宅を含むリモートワークが広がっており、子育てや介護等の制約がある状況でも就業の選択肢を創出。






プログラミング
スクール

いよいよスタート！！

3

先端ものづくり人材育成

コザ メーカーズ

KOZA MAKERS

- ・3Dプリンター、レーザーカッター等のデジタル工作機械を配備したスペースを整備。
- ・プロトタイプ製造、少ロット生産までを想定したモノづくりのスタートアップ支援。
- ・近隣クリエイターの活用による新商品の制作にもつながる。



4



プログラミングスクールをはじめとし
起業家マインドを育む各種セミナー等を開催し
スタートアップコミュニティの形成をめざす。



施設利用者の来訪



周辺へ新店舗が開店



起業相談等を通じた
新事業の展開



まちのにぎわい創出

5

参考資料：３．第２次名護市中小企業・小規模振興ビジョン
策定委員会名簿

No.	所属	役職	氏名
1	名桜大学	教 授	宮 平 栄 治
2	名護市商工会	会 長 (副会長)	山 端 康 成 (渡嘉敷 真吾)
3	名護市観光協会	副理事長	崎 浜 秀 一
4	沖縄県中小企業家同友会 北部支部	支部長	宇 根 真 一
5	沖縄振興開発金融公庫 北部支店	支店長	中 村 あ や の
6	名護市企画部	部 長	棚 橋 邦 晃
7	名護市地域経済部	部 長	平 得 薫

第2次名護市中小企業・小規模企業振興ビジョン

令和4年3月

発行：名護市 地域経済部 商工・企業誘致課