

平成 28 年度 徳之島町・伊仙町・天城町の地域経済動向および需要動向調査

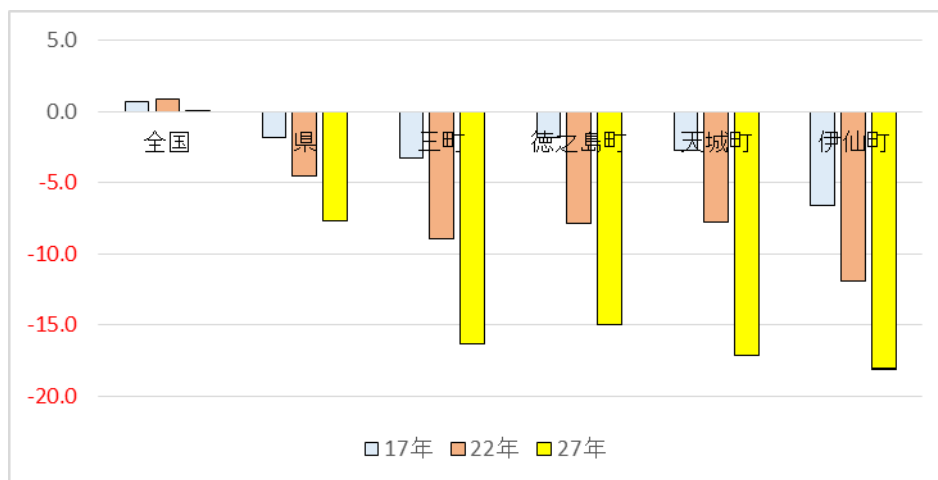
本調査は、徳之島 3 町商工会が（株）東京商工リサーチに委託し、島内の企業への地域経済動向調査結果、および鹿児島県での物産展来場者向けへの需要動向調査結果をまとめたものです。また、それに先立って、徳之島の現状について分析しています。

I 徳之島の現状

1. 人口の推移と徳之島の特徴

(1) 人口の推移

図 1 人口の推移の比較(%)

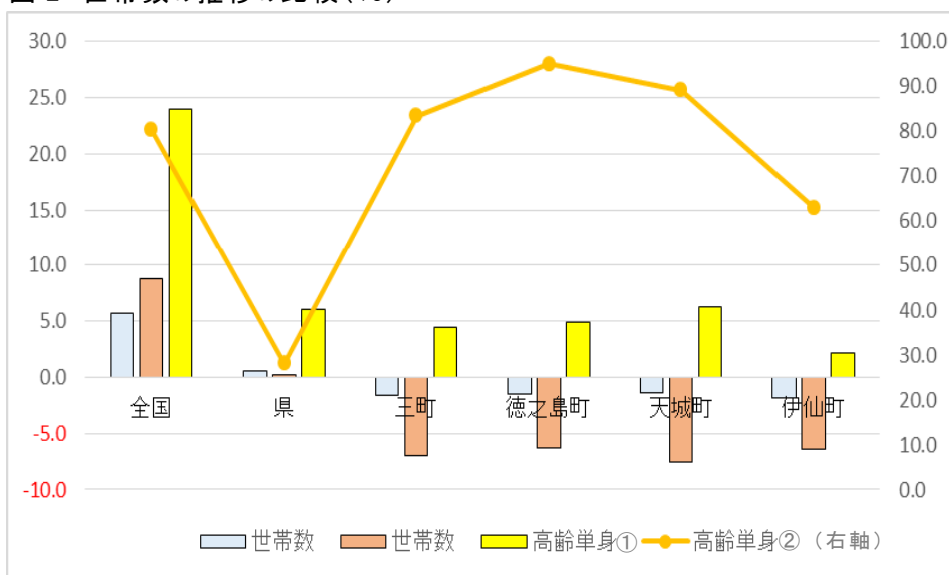


出所：総務省および県データを加工
 ※平成 17 年の全国、鹿児島県、徳之島三町の世帯数を 100 として人口の増減率を推移。

全国では若干のプラスを維持しているが、鹿児島県及び徳之島三町では減少傾向となっている。特に、平成 27 年との比較では減少傾向が顕著で三町合計で 16.4%の減少率を示しており、三町の中では伊仙町の減少率が最も高くなっている。

(2) 世帯数の推移

図 2 世帯数の推移の比較(%)



出所：総務省および県データを加工
 ※平成 12 年の全国、鹿児島県、徳之島三町の世帯数を 100 として人口の増減率を推移。
 ※高齢単身①…平成 22 年増加率 高齢単身②…平成 27 年増加率(右軸)
 ※高齢者世帯…65 歳以上のみで構成するか、またはこれに 18 歳未満の未婚の者が加わった世帯のこと。

三町ではそれぞれ総世帯数の減少が進んでいる。人口推移及び世帯数の推移からは、経済基盤が損なわれつつあることが現れている。しかしながら、高齢単身世帯は増加しており、この層に対する対応が求められている。具体的には、買い物困難、高齢者の自動車利用に対する

事故発生増への対応、高齢者の見守りによる地域コミュニティの維持への協力などが挙げられる。

2. 地域の需要減を補う観光の動向

(1) 観光客の動向

① 奄美地区の宿泊者数

平成 27 年の奄美地区の観光宿泊者数の前年対比増減率は、全国および県の増加率以上の高いものとなっている。

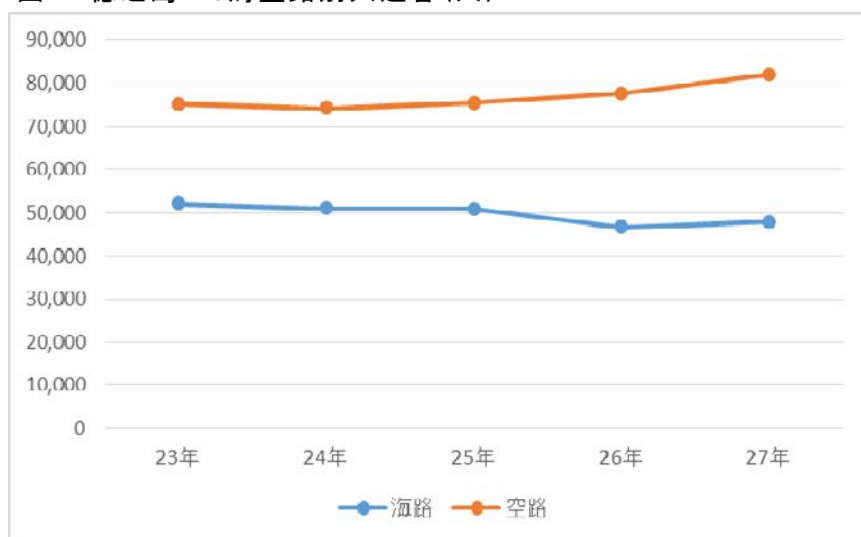
表 1 平成 27 年地区別延べ宿泊者の増減率(平成 26 年対比%)

全国	県(全体)	鹿児島地区	霧島地区	指宿地区	奄美地区	北薩地区	屋久島
6.5	5.8	6.4	-0.2	-4.9	18.1	5.1	-4.8

出所:観光庁「宿泊旅行統計」地区別延べ宿泊者数

② 徳之島への入込

図 3 徳之島への海空路別入込客(人)

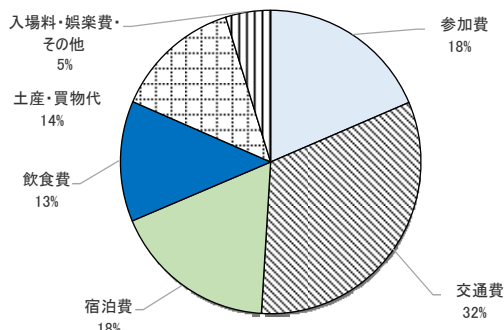


徳之島への海空路別入込数の推移をみると、海路での入込数は減少傾向にあるが、空路での入込数は増加傾向にあり、平成 27 年は前年対比で約 109%となっている。交通費がほぼ同額ながらも、海路が到着までに時間を要するため、海路の利用減少に対して空路の利用増につながっていると考えられる。

出所:奄美群島観光の動向(平成 27 年)

③ 観光客の支出費項目

図 4 観光客の支出品目①

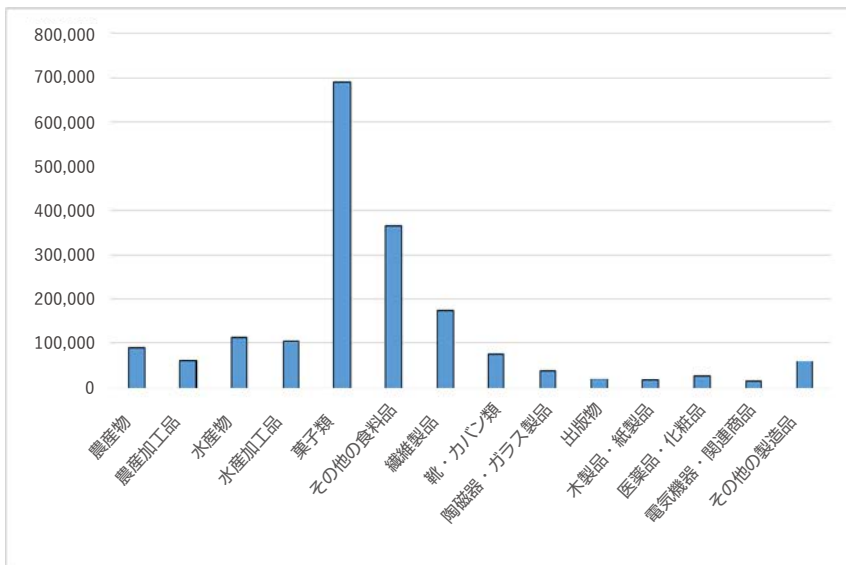


出所:旅行・観光消費動向調査「平成 27 年 1~12 月期(確報)」を基に加工

平成 27 年の旅行・観光消費動向調査によると、観光客の平均的支出は、その多くが交通費やツアー参加における参加費で 50%強を占めているため、宿泊地域での支出は 50%弱に限られる。そのうち、宿泊事業者を除いた観光関連市場分は 32%となり、飲食が占める割合が 13%、土産・買物代が占める割合が 14%となる。

徳之島への来島手段は、図 3 で示すように海路または空路に限定されており、旅費は決して安いものでない。参加費と旅費への支出を減額することができれば、地域における支出が伸びるものと推測されるが、そのためには、アクセスの簡素化等にて個人及び小グループの参加費を低減すること、また旅行会社との連携による旅費の低減化を図る必要がある。

図 5 観光客の支出品目②(円)



また、同調査による観光客の訪問地での支出項目とその支出額をみると、菓子類及びその他の食品の割合が高い。この傾向を踏まえた対策の一例として、菓子等の開発が有効であり、かつ必要と考えられる。

出所：旅行・観光消費動向調査

3. 産業の状況

(1) 全国、県との比較からみた徳之島の産業の特徴

①業種別の特徴

平成 26 年経済センサスからは、「卸売業，小売業」の徳之島三町の割合は、全国、鹿児島県よりも高く、特に天城町では他の 2 町と比較しても高いことがわかる。「建設業」についても、全国を大きく上回り、特に伊仙町と天城町の割合が高い。また、「飲食業・宿泊業」も全国や鹿児島県と比較して高いが、特に徳之島町での割合が高くなっている。「生活関連サービス業，娯楽業」は、各町の割合がそれぞれ全体的に高く、「農林漁業」は、天城町と伊仙町での割合が高い。

一方で、「製造業」は全国や鹿児島県と比較して低く、「学術研究、専門・技術サービス業」、「教育・学習支援業」および「医療・福祉」に関する事業者の割合が低いという傾向がみられる。

この他、「不動産業，物品賃貸業」では三町合計は、鹿児島県を上回るものの全国との比較では低い。ただし、その中において徳之島町の割合は全国よりも高く、それが三町の平均を押し上げて鹿児島県よりも高い結果をもたらしている。

図 6-1 業種割合①

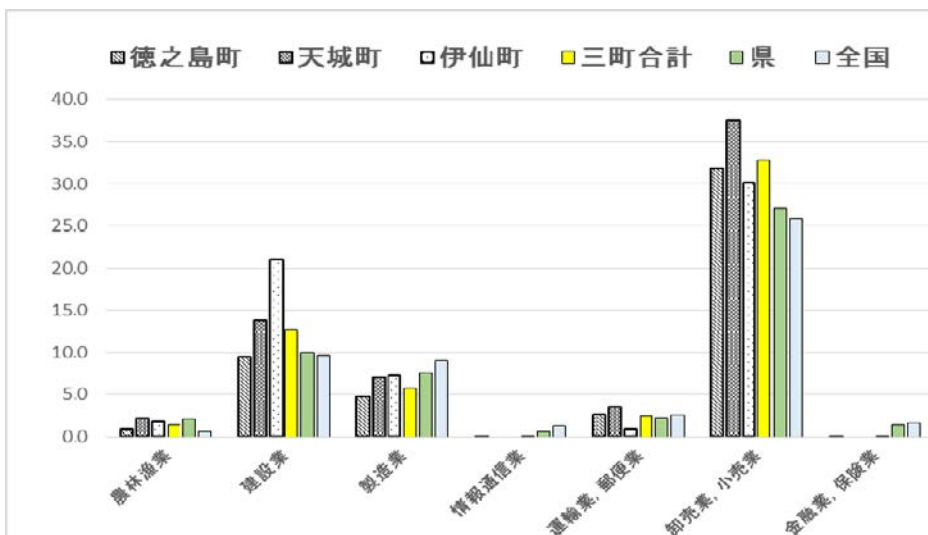
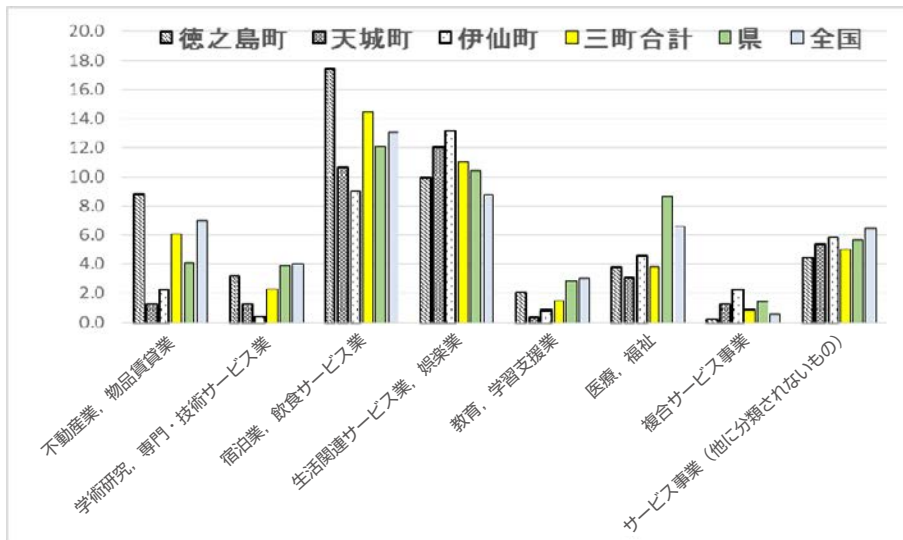


図 6-2 業種割合②



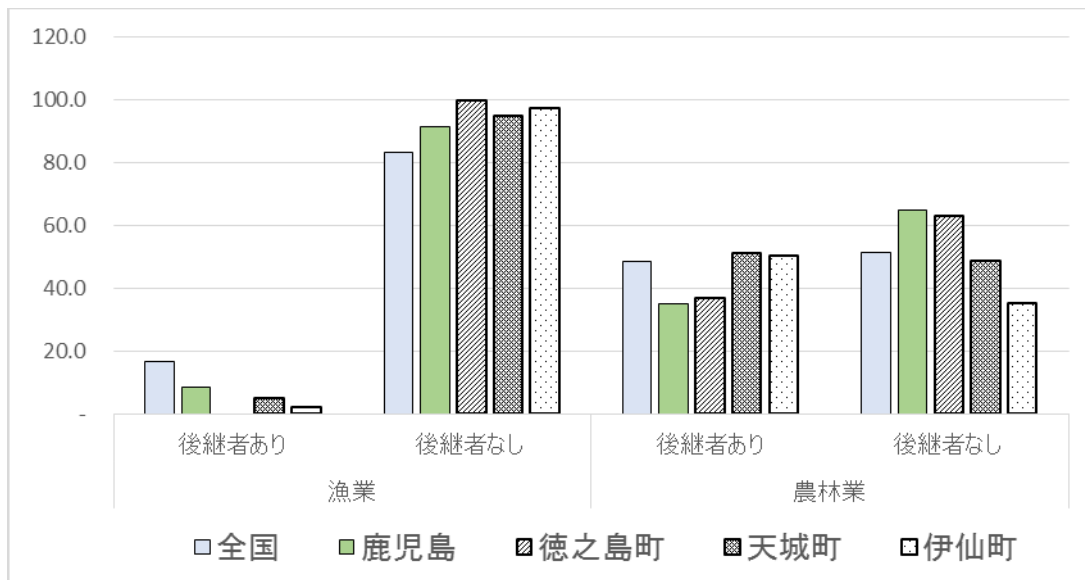
出所：ともに平成 26 年経済センサスを元に加工
 ※このデータは平成 26 年の経済センサスを使用しているため、特に後継者不足による廃業が進む業種の割合は変化しているものと考えられる。その点については留意を必要とする。

②農林漁業にみる持続性

三町の全業種に占める「農林漁業」の事業所数の割合は低いが、全国との比較ではその割合が高く、逆に鹿児島県が低くなっている。

図 7 に示した「農林漁業」における後継者の有無の結果からは、対策が重要な課題となっていることがうかがえる。特に、漁業においては全国平均と比較して「後継者あり」の割合が低く、農林業においては天城町と伊仙町で「後継者あり」が全国を若干上回っているものの、徳之島町では下回っていることから、これらへの対策が急務となっている。

図 7 農林漁業における後継者の有無



出所：平成 26 年経済センサスを基に加工

(2) 今後の産業・商業政策の方向性

今後の産業及び商業への支援においては、業種別の特徴を参考にした支援の実施が求められる。支援においては大きく三つのグループに分けて検討することが必要である。そのグループとは、第一に三町とも全国及び鹿児島県を上回る「卸売業、小売業」と「生活関連サービス業、娯楽業」、

第二に三町合計では全国及び鹿児島県の平均を上回るものの、各町のバラツキが比較的大きい「建設業」と「飲食業・宿泊業」、第三に生活において必要でありながら不足している業種である「医療・福祉」と「教育・学習支援業」に属する事業者である。それぞれに対する適切な支援策の検討が求められる。

経営発達支援計画では、地元購買率は天城町 51.2%、伊仙町 26.2%、徳之島町 78.6%という状況にあり、特に伊仙町は極めて低い状況にあることが指摘されている。これは、徳之島町亀津市街地への消費者流出により、伊仙町における商業・サービス業を中心とした地域小規模事業者の景気動向が非常に厳しいことが原因と推測される。

各町それぞれでバランス良く不足業種を補うことが困難、ないしは合理的でない場合には、他の町で補うこと、また、意図的に不足する業種がある町に訪問を誘導する施策を導入するなど、当該地域での事業者の事業継続を支援すること等の多様な対策が必要と考えられる。さらには、各町それぞれにおける現在のアン・バランスを肯定した上で、三町それぞれの特性に合った業種を抽出するなどして支援を実施することなどが必要となろう。

4. 経営発達支援計画と現状

経営発達支援計画の目標は、小規模事業者の経営力向上と業績拡大に繋げる経営革新、六次産業化及び農商工連携等に関する支援並びに外貨を稼ぐ販路開拓に関する支援を行うことであり、また地域内の開業率を高め雇用創出と就労支援に繋げ、人口減少と少子高齢化の軽減、解消も目的とした創業支援と第二創業（後継者育成）に重点を置いた支援を行うこととされている。

その事業内容は、三町の事業者の取組状況の調査及び検証と課題抽出、さらにはその解決支援や情報提供を通じ、小規模事業者の商品開発とその販路開拓を支援し、同時に県内外における展示会・商談会・物産展等の開催及び出展支援を通じて徳之島の地域資源を活用した商品開発を促進し、加えて徳之島の観光PRと地域活性化を目的としたイベントを実施することによって、徳之島三町の活性化を図ることとされている。

農林漁業では、徳之島は畜産生産額と耕地面積が群島内で最大であり、サトウキビ、バレイショ、ショウガ栽培のほか長命草、紅ふうき茶、マンゴーなど換金性の高い新たな作物の栽培も行なわれている。また、希少な動植物の存在や史跡、島唄、八月踊り、闘牛等の個性的な伝統・文化等に恵まれ、それら地域資源を活かした「徳之島三十三聖地」の設定による観光誘致策も強化されている。入込数の回復傾向もみられ、ただし楽観はできないものの、地域資源を活かした観光誘致策の効果が表れていると評価ができる。その一方で、「3. 産業の状況」で指摘した課題も顕在化しており、経営発達支援計画で挙げられた取組みの促進とその強化、継続的なイベントの開催など、観光客を飽きさせずにリピート化や口コミ客の誘致に結び付ける情報発信が求められる。

以上の現状を踏まえた上で、三町の地域経済動向と経営実態調査、特産品の販売アンケート調査を基として、今後の取組みの方向性検討のための材料とすべく、次章以降でそれぞれの分析結果を掲載する。

II 調査の概要

《目的》

地域経済動向調査、経営実態調査は小規模事業者にとって中長期的な経営計画をたてて行く上で、最も基本的で重要な指標となる。調査を適正に行い結果をきめ細かく提示することにより、小規模事業者が的確に目標を見据えた経営計画策定に活用することを目的とする。

需要動向調査では、小規模事業者の商品または提供するサービスが現在の市場動向、将来的な市場動向に対して成長性・持続性があるかを知ることが重要である。小規模事業者の販売する商品、提供するサービス等について、消費者の需要を見据えた商品・サービス等になりうるものなのか消費者アンケート調査を含めた需要動向調査を行い、調査結果で得られた結果は小規模事業者の商品・サービスの改良や新商品開発、マーケティング等の方向性、課題解決等に活用することを目的とする。

《調査設計》

① 地域経済動向調査

【調査対象】 徳之島町・伊仙町・天城町に本社のある企業 【標本数】 111 件

【調査方法】 アンケート調査（郵送調査） 【調査時期】 平成 28 年 11 月

② 需要動向調査

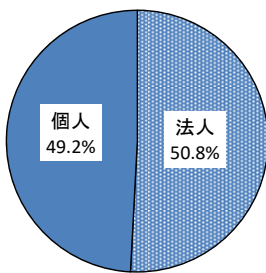
【調査対象】 徳之島フェアおよびまるごとフェアでの購入者 【標本数】 233 件

【調査方法】 アンケート調査（対面） 【調査時期】 平成 28 年 10 月～平成 28 年 11 月

《回答者属性》

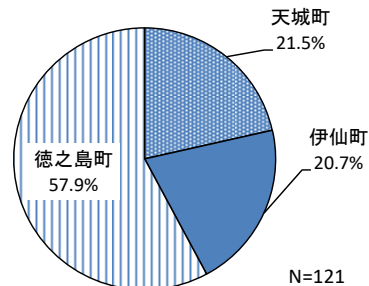
① 地域経済動向調査

◆ 法人種別



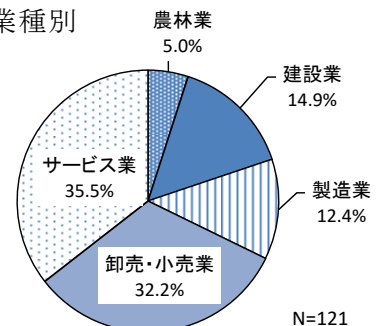
N=120

◆ 本社所在地



N=121

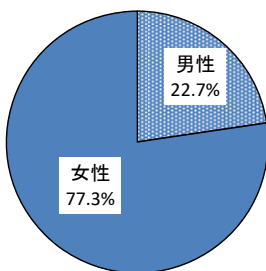
◆ 業種別



N=121

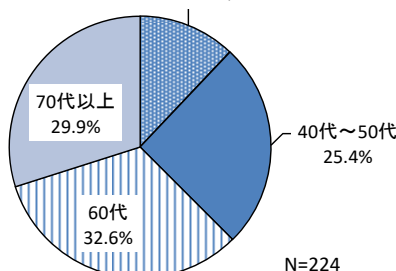
② 需要動向調査

◆ 性別



N=225

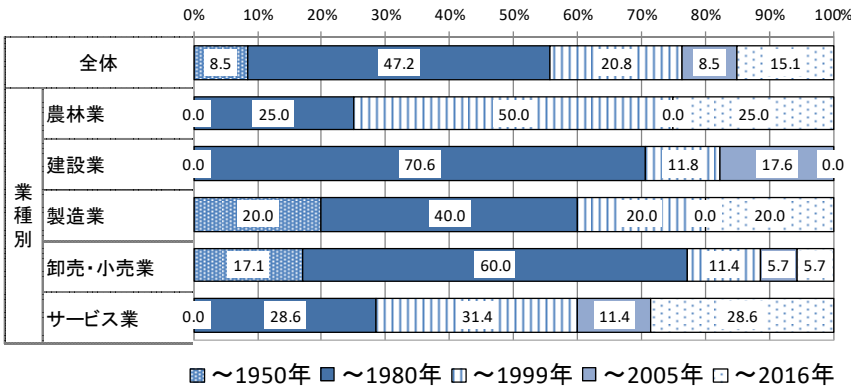
◆ 年代



N=224

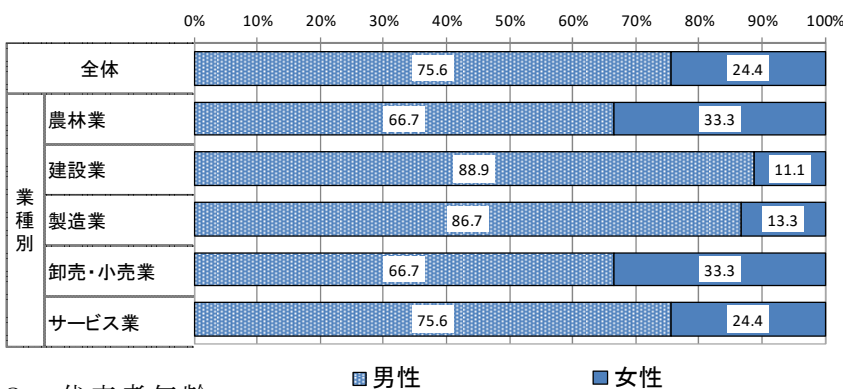
Ⅲ 地域経済動向調査

1. 創業年



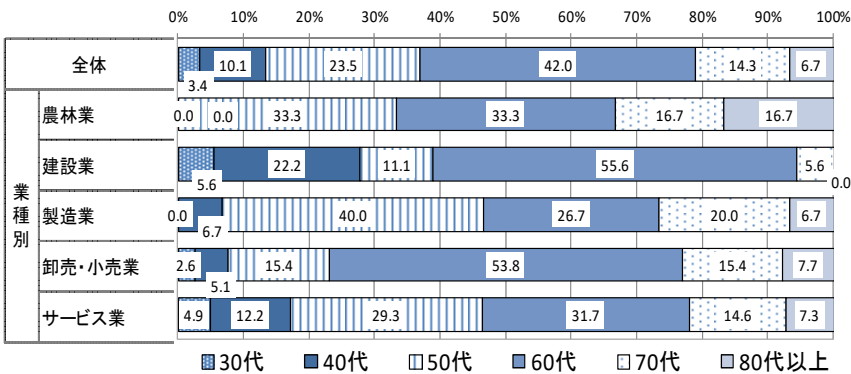
「～1980年」の企業が5割弱を占め最多となった。なお、2000年以降創業の企業は2割程度にとどまっている。業種別においては、製造業、卸売・小売業で、全体と同様の傾向がみられた。

2. 代表者性別



「男性」が8割弱を占めた。いずれの業種においても「男性」が「女性」を大きく上回った。

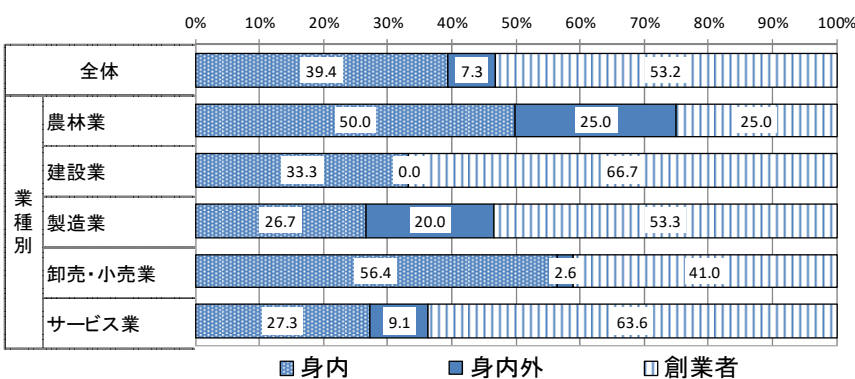
3. 代表者年齢



「60代」が4割以上を占め最多、以下「50代」、「70代」、「40代」と続いた。業種別においては、建設業、卸売・小売業、サービス業で「60代」が最多、農林業で「50代」と「60代」が同率最多、製造業で「50代」が最多であった。

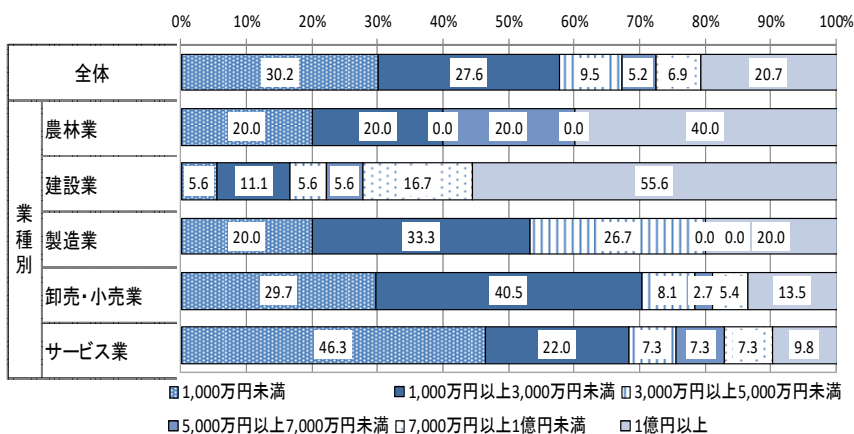
※20代以下の代表者は回答がなかったため、集計対象から除外。

4. 前代表者との関係



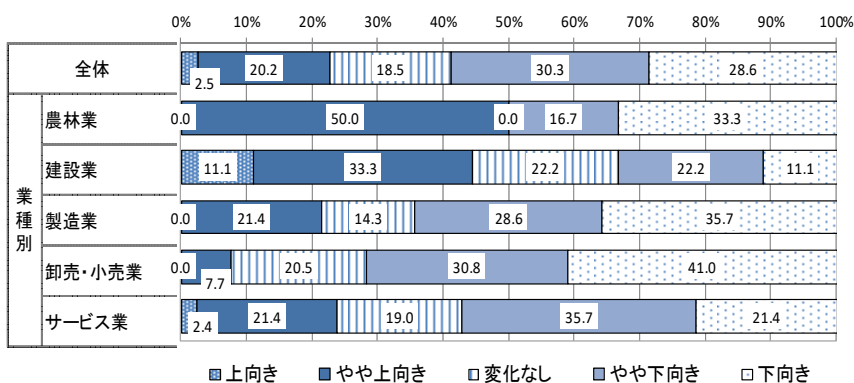
「創業者」が5割以上を占め最多、「身内」が4割弱であった。業種別においては、卸売・小売業以外で「創業者」が最多となった。卸売・小売業では「身内」が最多となった。

5. 前期売上高



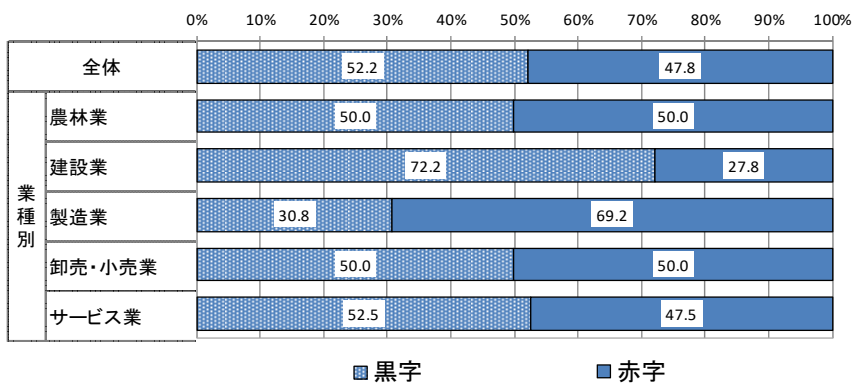
「1,000万円未満」が3割台で最多、次いで「1,000万円以上3,000万円未満」が2割台となった。業種別においては、建設業で半数が、農林業で4割が「1億円以上」であったが、製造業、卸売・小売業、サービス業では3,000万円未満が半数を占めた。

6. 近年の売上状況



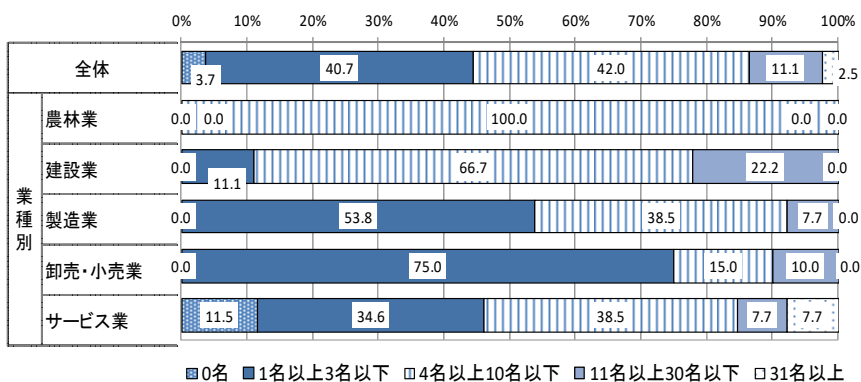
「やや下向き」が3割で最多、次いで「下向き」が3割弱と、過半数が下向きと回答した。業種別においても、建設業以外の4業種で下向き回答が過半数を占めた。

7. 近年の利益状況



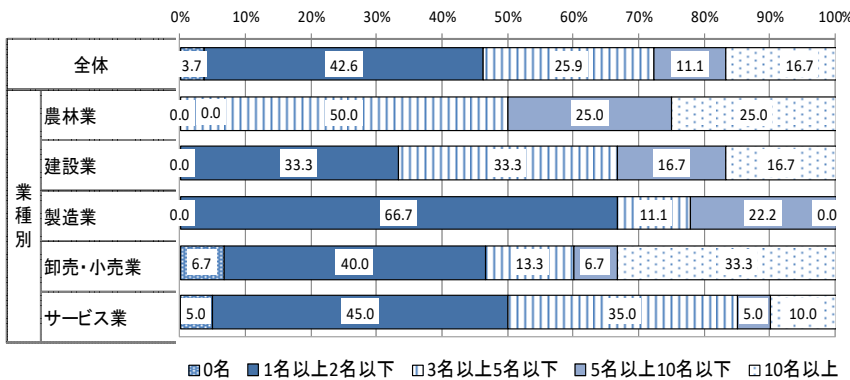
「黒字」が5割強、「赤字」が5割弱と回答が二分した。業種別においては、建設業で「黒字」が7割を超えたが、製造業では3割台にとどまった。

8. 常用雇用者の人数



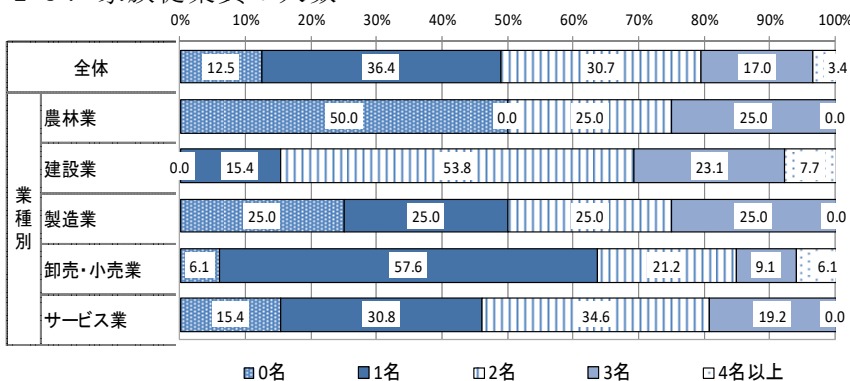
「4名以上10名以下」が最多、次いで「1名以上3名以下」となり、1名～10名で全体の8割以上を占めた。業種別においては、建設業で「4名以上10名以下」が多く、製造業、卸売・小売業で「1名以上3名以下」が多い。

9. パートの人数



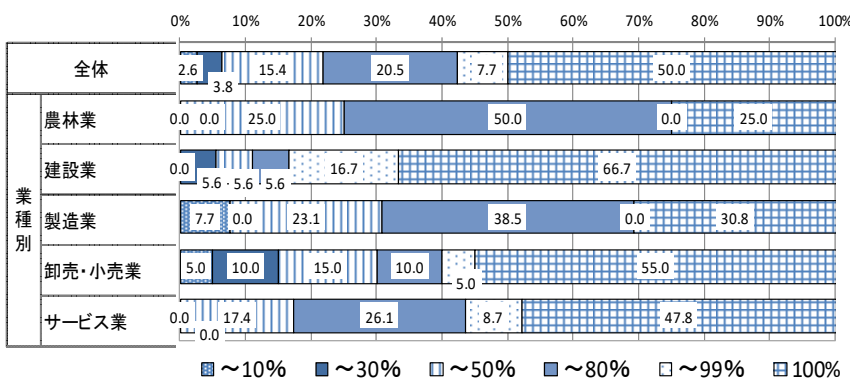
「1名以上2名以下」が4割台で最多、「3名以上5名以下」が2割台で続いた。業種別においては、製造業で「1名以上2名以下」が6割台で多く、建設業とサービス業で「1名以上2名以下」と「3名以上5名以下」が同水準となっている。

10. 家族従業員の人数



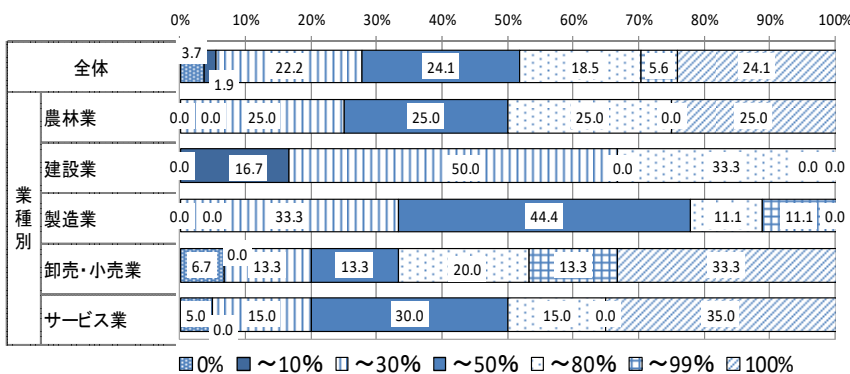
「1名」が最多、次いで「2名」となり、2名までで8割弱を占めた。業種別においても、1名～2名が多い傾向にある。

11. 常用雇用者比率



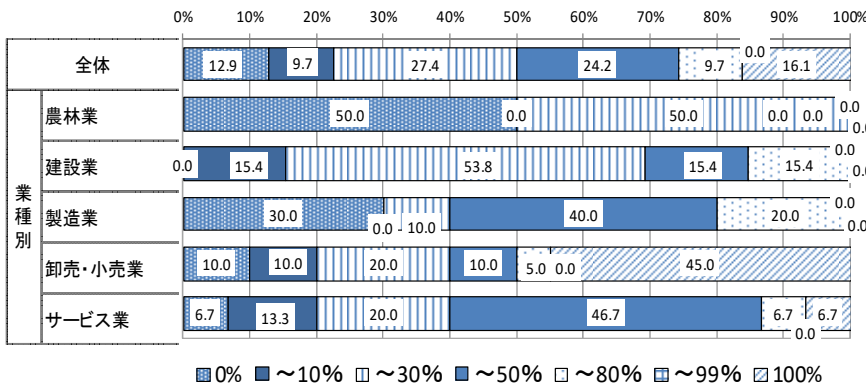
「100%」が5割で最多となった。業種別においては、建設業、卸売・小売業、サービス業で「100%」の回答割合が高い。

12. パート比率



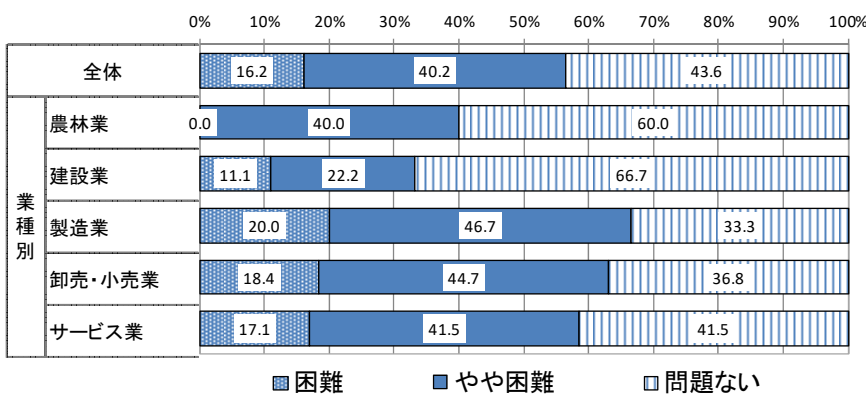
「～50%」と「100%」が同率で最多、以下「～30%」、「～80%」となった。パートが過半数を占めている企業が5割弱となった。業種別においては、建設業でパート比率が低い傾向にある。

1.3. 家族社員比率



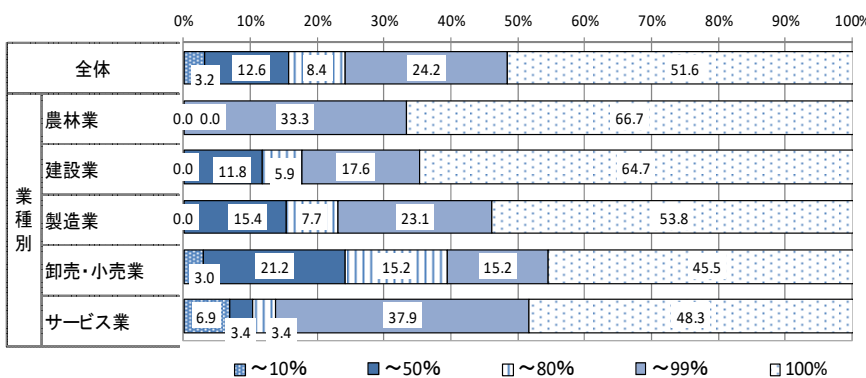
「~30%」が最多、次いで「~50%」となった。10%以下は2割台にとどまり、家族社員比率は全体的に高い傾向にある。業種別においては、農林業、製造業で「0%」が高い。

1.4. 資金繰り



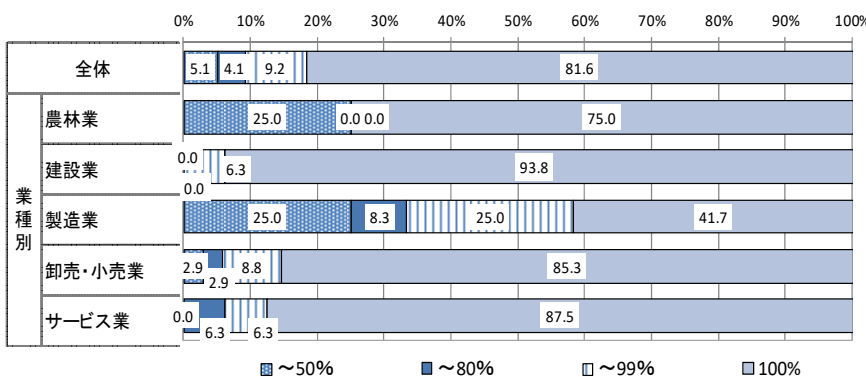
「問題ない」と「やや困難」がともに4割台で、回答を分けた。業種別においては、農林業、建設業は「問題ない」の回答比率が高く、製造業、卸売・小売業、サービス業で、「やや困難」の回答割合が高い。

1.5. 島内・鹿児島県内仕入比率



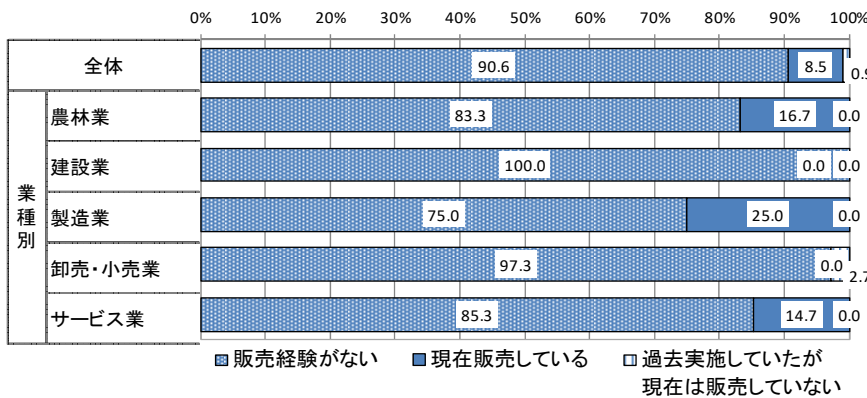
「100%」が5割強を占め最多、次いで「~99%」が2割台となり、島内・鹿児島県内の仕入比率が高いことが伺える。業種別においては、卸売・小売業では50%以下が2割を占めたが、それ以外は島内・鹿児島県内からの仕入が大半を占めている。

1.6. 島内・鹿児島県内販売比率



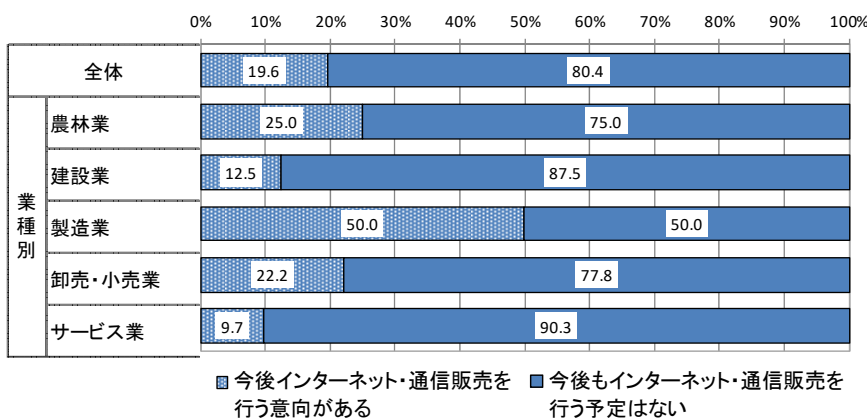
「100%」が8割を占め、ほとんどが島内・鹿児島県内での販売である。なお、「0%」との回答は1件もなかった。業種別においては、製造業で鹿児島県外比率が高い傾向にある。

17. インターネット・通信販売



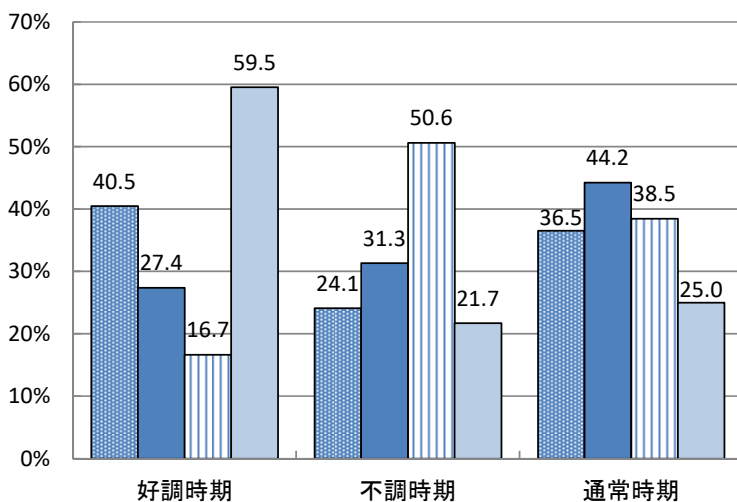
「販売経験がない」が9割で、ほとんどの企業で実績がない。業種別においては、製造業では「現在販売している」が唯一2割を超えたが、それ以外ではわずかにとどまっている。

18. 今後のインターネット販売・通信販売意向



「今後もインターネット・通信販売を行う予定はない」が8割を占めた。業種別においては、製造業で「今後インターネット・通信販売を行う意向がある」と「今後もインターネット・通信販売を行う予定はない」で回答を分けたが、それ以外の業種では積極的な意向はみられない。

19. 季節変動

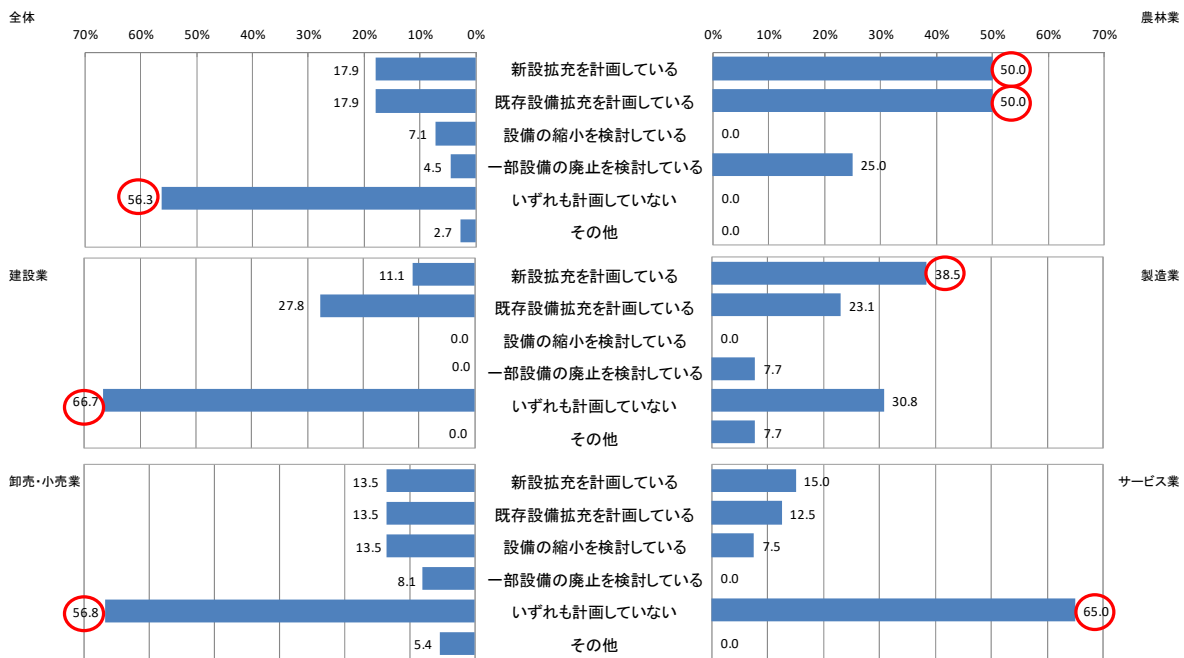


- 春
- 夏
- 秋
- 冬

好調時期は「冬」が6割弱で最多、不調時期は「秋」が5割強で最多、通常時期は「夏」が4割台で最多となった。

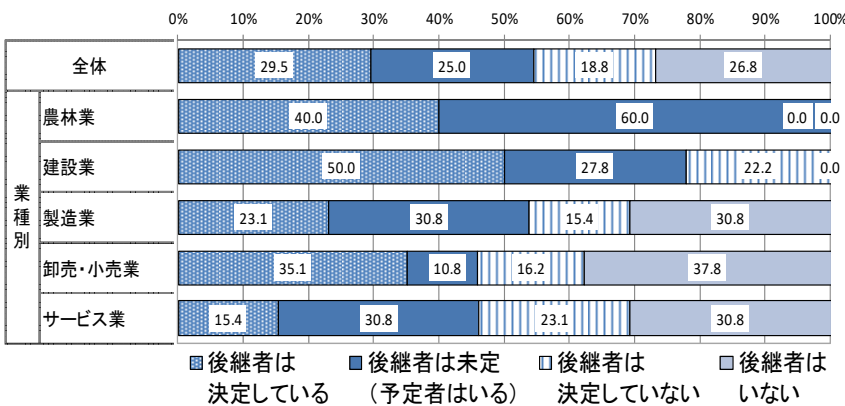
業種別においては、建設業で秋と冬が好調とする回答が多く、春～夏にかけては不調とされた。卸売・小売業では春、夏、冬が好調で、秋が不調とされた。サービス業では春と冬が好調で、秋が不調とされた。製造業は秋が不調との回答が多いが、その他の時期は大きな特徴はみられない。

2.0. 設備拡充および縮小計画



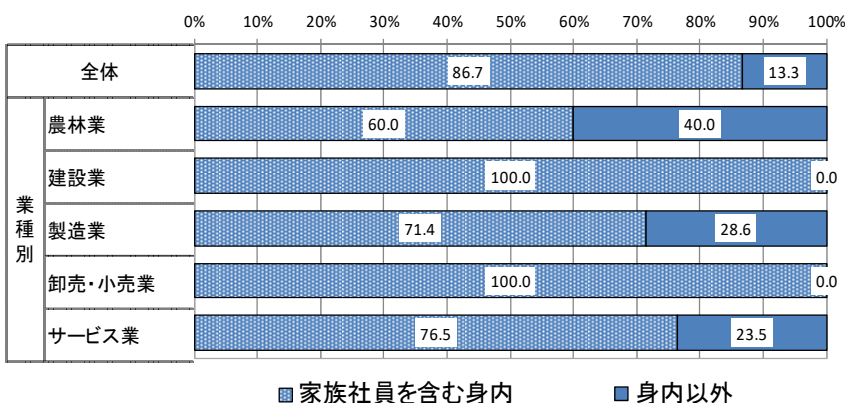
「いずれも計画していない」が5割以上で最多、次いで「新設拡充を計画している」と「既存設備拡充を計画している」が同率で続いた。業種別においては、農林業では「新設拡充を計画している」と「既存設備拡充を計画している」がともに5割で同率最多、製造業で「新設拡充を計画している」が「いずれも計画していない」を上回ったが、それ以外の業種では「いずれも計画していない」が最多で、建設業、サービス業では6割を超えた。

2.1. 後継者の有無



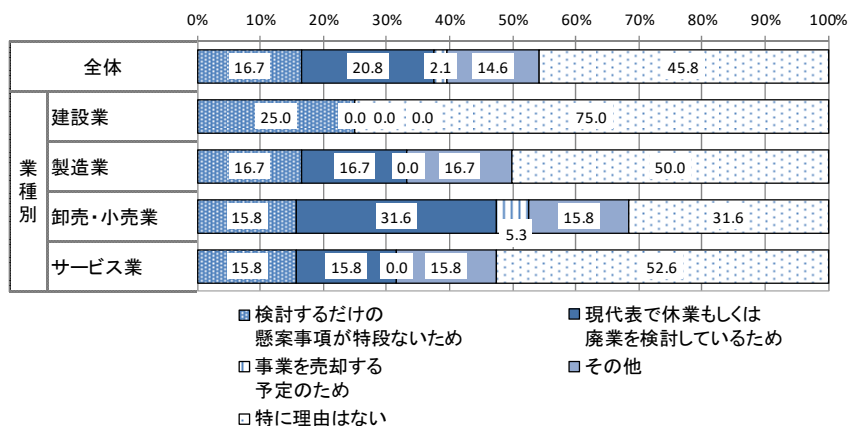
すべての選択肢にほぼ同水準の回答があった。業種別においては、農林業、建設業では後継者の候補がいるケースが多く、製造業、卸売・小売業、サービス業では後継者がいないケースが多い。

2.2. 後継者について



「家族社員を含む身内」が8割以上を占めた。業種別においては、農林業で「身内以外」が4割となったが、その他の業種は身内への継承が多い傾向にある。

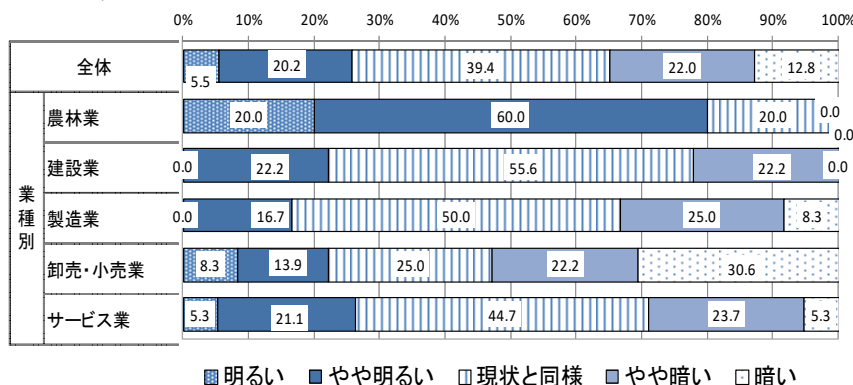
2.3. 後継者を現時点で検討していない理由



※農林業は回答なし

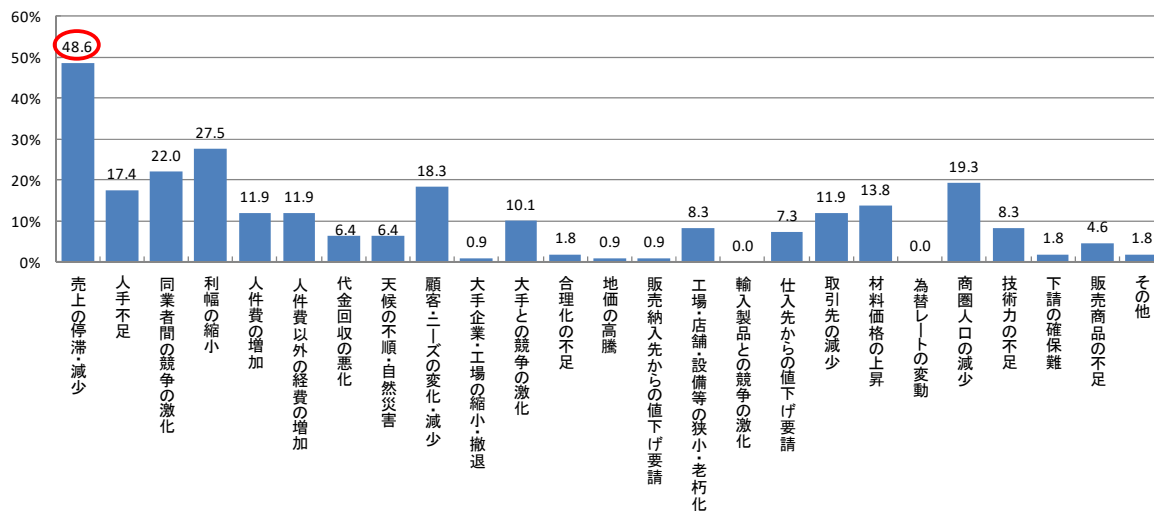
「特に理由はない」が4割以上を占め最多となった。業種別においては、卸売・小売業で「現代表で休業もしくは廃業を検討しているため」と「特に理由はない」がともに3割強で同率最多となった。

2.4. 見通し



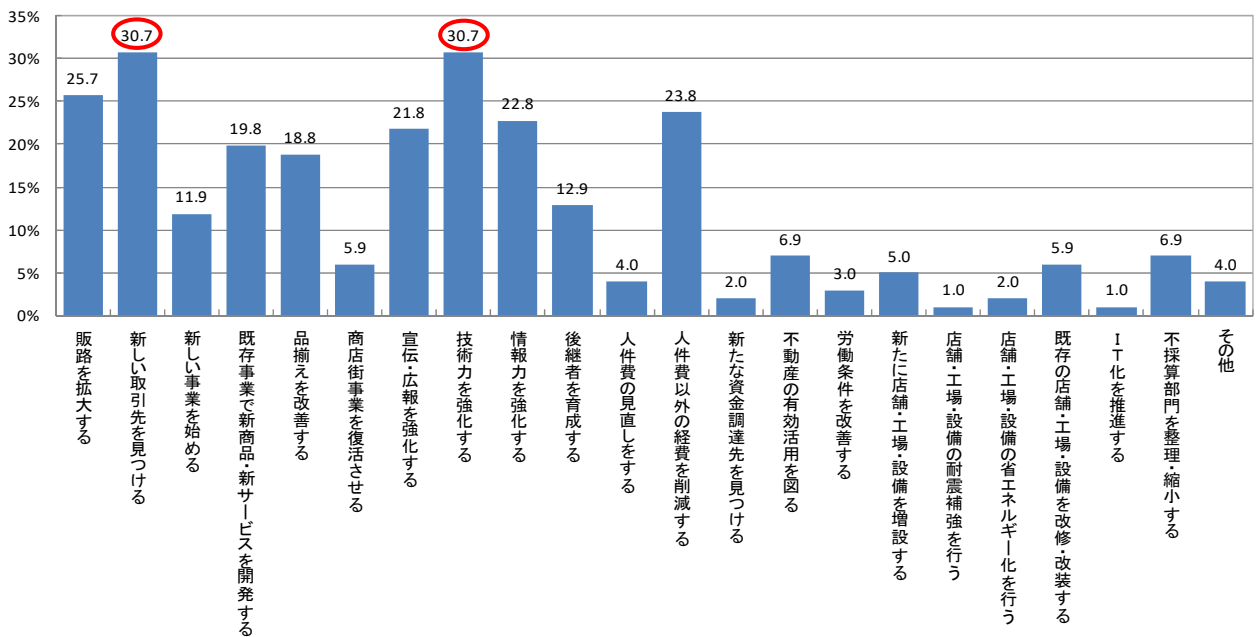
「現状と同様」が4割弱で最多、「やや暗い」と「やや明るい」がともに2割台が続いた。業種別においては、農林業で「やや明るい」が6割を占め、明るい見通しの一方、卸売・小売業では「暗い」が3割で暗い見通しが過半数となっている。

2.5. 経営課題



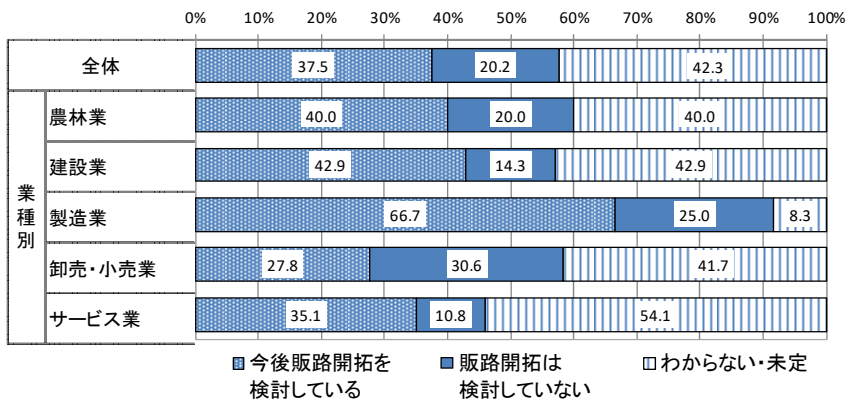
「売上の停滞・減少」が5割弱で最多、以下「利幅の縮小」、「同業者間の競争の激化」、「商圏人口の減少」、「顧客・ニーズの変化・減少」と続いた。業種別においては、製造業、卸売・小売業、サービス業で「売上の停滞・減少」が最多で、卸売・小売業では7割弱と、他業種と比較して回答割合が高かった。その他業種は、建設業では「利幅の縮小」が最多、「人件費以外の経費の増加」が続き、農林業では、「天候の不順・自然災害」が最多、ついで「人手不足」が続いた。

2.6. 今後の経営上の取り組み



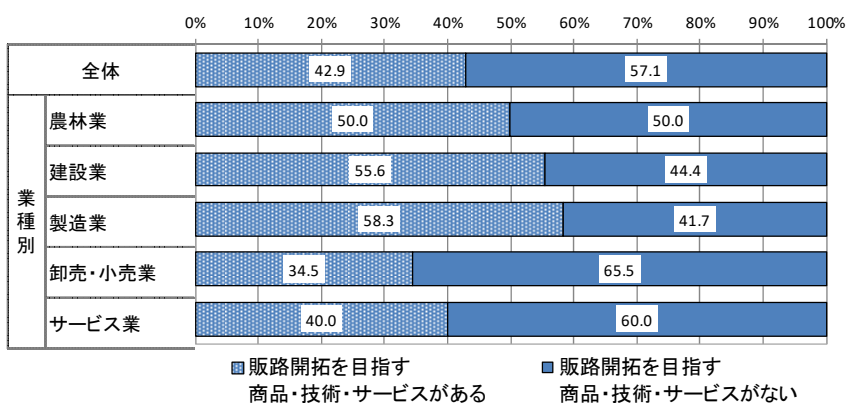
「新しい取引先を見つける」と「技術力を強化する」がともに3割強で同率最多、以下「販路を拡大する」「人件費以外の経費を削減する」となった。業種別においては、農林業で「情報力を強化する」、建設業で「技術力を強化する」、卸売・小売業で「新しい取引先を見つける」、サービス業では「新しい取引先を見つける」がそれぞれ最多となり、製造業では「販路を拡大する」と「既存事業で新商品・新サービスを開発する」が同率最多となった。

2.7. 販路開拓の意志



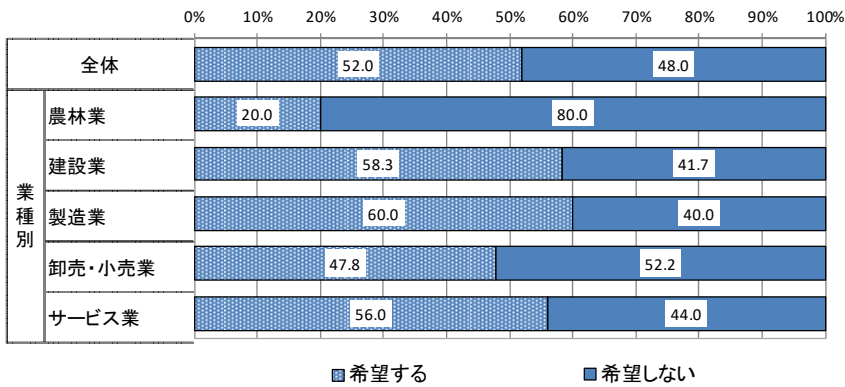
「わからない・未定」が4割で最多、次いで「今後販路開拓を検討している」となった。業種別においては、製造業で「今後販路開拓を検討している」が6割以上を占めたのに対し、卸売・小売業は3割以下にとどまった。

2.8. 販路開拓意向のある商材の有無



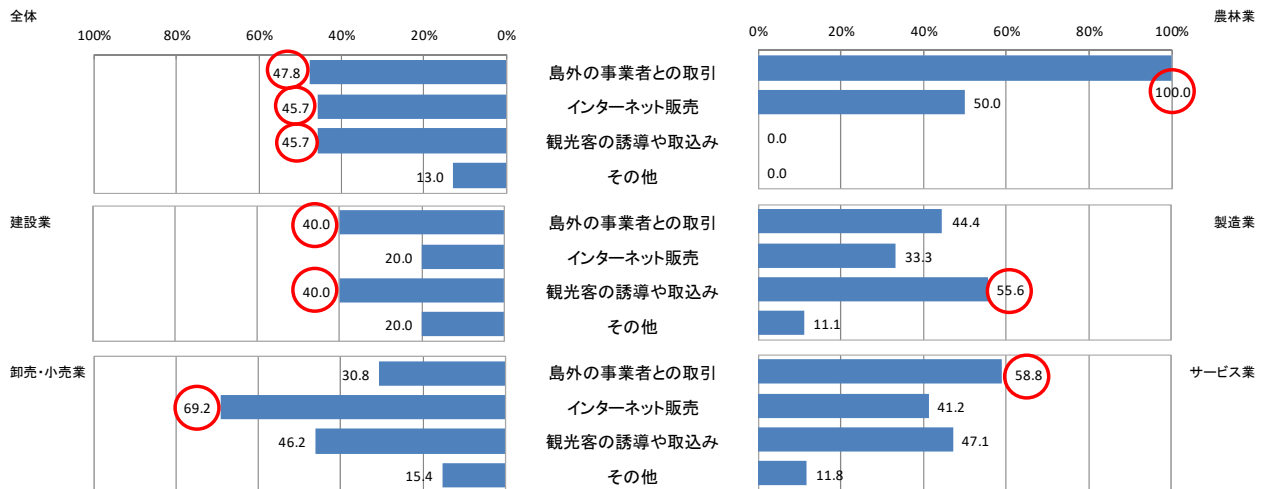
「販路開拓を目指す商品・技術・サービスがない」が6割弱を占めた。業種別においては、卸売・小売業、サービス業で「販路開拓を目指す商品・技術・サービスがある」が4割以下と他業種と比べ、低い。

29. 商品・技術・サービスの開発支援について



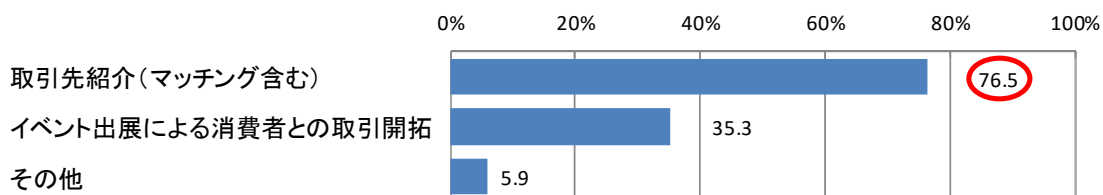
「希望する」と「希望しない」で回答が二分された。業種別においては、農林業で「希望しない」が8割と突出している。製造業では「希望する」が6割であった。

30. 希望する販路開拓方法



「島外の事業者との取引」「インターネット販売」「観光客の誘導や取込み」がほぼ同率で回答を分け、全体としてはこれら3項目に大きな差はみられない。業種別においては、農林業、サービス業で「島外の事業者との取引」、製造業で「観光客の誘導や取込み」、卸売・小売業で「インターネット販売」の回答割合が高い。

31. 島外の事業者との取引で希望するもの



「取引先紹介(マッチング含む)」が7割以上を占め、最多であった。業種別においても、「取引先紹介(マッチング含む)」の回答割合が高く、農林業および卸売・小売業で100%、サービス業で8割弱であった。

《考察》

1. 三町の事業者の経営状況

(1) 業歴

業種別に事業年数をみると、農林業、建設業、製造業、卸売・小売業では比較的長い業歴の企業が多く、特に建設業、製造業、卸売・小売業の3業種では創業35年以上が6割を占めてい

る。一方で、サービス業は2000年以降創業が4割を占め、比較的新しい企業が多い。

(2) 経営者の高齢化

三町においても、全国と同様に経営者の高齢化が進んでおり、事業継承に対する支援が不可欠であるが、農林業、製造業、サービス業では身内以外の継承が比較的高い割合でみられ、この点は今後の支援における参考となる。

2. 経営状況

(1) 売上高や近年の売上状況からの特徴

売上高が5,000万円未満の事業者が7割弱を占めており、卸売・小売業、サービス業、製造業（ともに7割台～8割台）は全体を超えた。農林業および建設業は1億円以上の事業者が4割台～5割台程度あり、当該2業種が三町の中心産業となる。

(2) 近年の売上状況にみられる特徴

「やや下向き」「下向き」といった、経営に関して懸念のある回答が全体では6割弱であった。業種別では製造業、卸売・小売業、サービス業で業種平均を上回っており、これらの業種に対する支援の必要性が高い。資金繰りについても、「困難」「やや困難」といった下向き回答は、全体で4割弱となったが、こちらも農林業、建設業以外では業種平均を上回り、資金状況が脆弱な事業者が多いと判断される。一方で、「新設拡充を計画している」「既存設備拡充を計画している」といった前向きな設備投資回答は、全体で3割台にとどまったが、農林業や製造業では積極的な回答が多い。

3. 経営課題

(1) 将来の見通し

全体で「明るい・やや明るい」が2割台に対して、「暗い・やや暗い」が3割台と、将来に不安を持つ事業者が多い。業種別では、農林業では「明るい・やや明るい」が高いが、製造業および卸売・小売業では「暗い・やや明るい」の方が高く、厳しく捉えている事業者が多い。

(2) 経営課題

「売上の停滞・減少」「利幅の縮小」はいずれの業種においても高く、支援において優先度の高い項目と考えられる。製造業と卸売・小売業では、「大手との競争の激化」、サービス業では「商圏人口の減少」「同業者間の競争の激化」が上位項目となっている。

①全体		②農林業		③建設業		④製造業					
1	売上の停滞・減少	48.6	1	天候の不順・自然災害	80.0	1	利幅の縮小	50.0	1	売上の停滞・減少	50.0
2	利幅の縮小	27.5	2	人手不足	60.0	2	人件費以外の経費の増加	38.9	2	利幅の縮小	38.9
3	同業者間の競争の激化	22.0	3	売上の停滞・減少	20.0	3	売上の停滞・減少	27.8	3	顧客・ニーズの変化・減少	27.8
			3	人件費の増加	20.0	3	材料価格の上昇	27.8	3	大手との競争の激化	27.8
			3	人件費以外の経費の増加	20.0	⑤卸売・小売業		⑥サービス業			
			3	合理化の不足	20.0	1	売上の停滞・減少	67.6	1	売上の停滞・減少	38.9
			3	材料価格の上昇	20.0	2	利幅の縮小	29.7	2	商圏人口の減少	27.8
			3	技術力の不足	20.0	3	顧客・ニーズの変化・減少	27.0	3	同業者間の競争の激化	25.0
						3	大手との競争の激化	27.0	3	利幅の縮小	25.0

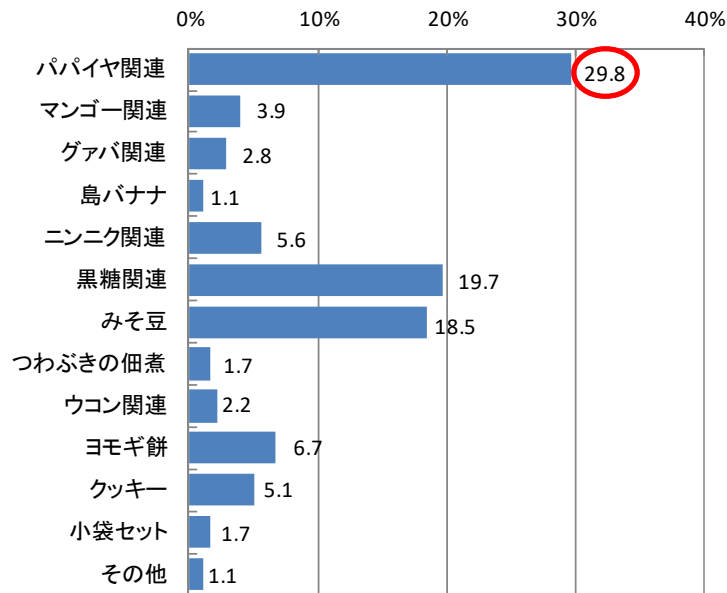
(3) 今後の取り組み

農林業は具体的に1歩踏み込んだ回答が多いが、その他の4業種では「新しい取引先を見つける」「技術力を強化する」「販路を拡大する」といった回答が上位項目となった。

①全体		②農林業		④製造業		⑤卸売・小売業					
1	新しい取引先を見つける	30.7	1	情報力を強化する	80.0	1	販路を拡大する	46.2	1	品揃えを改善する	40.0
1	技術力を強化する	30.7	2	既存事業で新商品・新サービスを開発する	40.0	1	既存事業で新商品・新サービスを開発する	46.2	2	販路を拡大する	25.7
2	販路を拡大する	25.7	2	宣伝・広報を強化する	40.0	2	技術力を強化する	30.8	2	新しい取引先を見つける	25.7
3	人件費以外の経費を削減する	23.8	2	技術力を強化する	40.0	3	新しい取引先を見つける	23.1	2	人件費以外の経費を削減する	25.7
			2	後継者を育成する	40.0	3	新しい事業を始める	23.1	3	宣伝・広報を強化する	22.9
			2	人件費以外の経費を削減する	40.0	⑥サービス業					
			③建設業		⑥サービス業						
			1	技術力を強化する	66.7	1	新しい取引先を見つける	46.2			
			2	人件費以外の経費を削減する	33.3	2	技術力を強化する	46.2			
			3	新しい取引先を見つける	27.8	3	販路を拡大する	30.8			
			3	情報力を強化する	27.8	3	宣伝・広報を強化する	23.1			

IV 需要動向調査

1. 購入した商品



※購入した商品について単一回答、もしくは同種を複数回答した 178 件の回答を集計。

※パパイヤ関連…パパイヤ漬、乾燥パパイヤ、キムチパパイヤ

※マンゴー関連…マンゴー羊羹

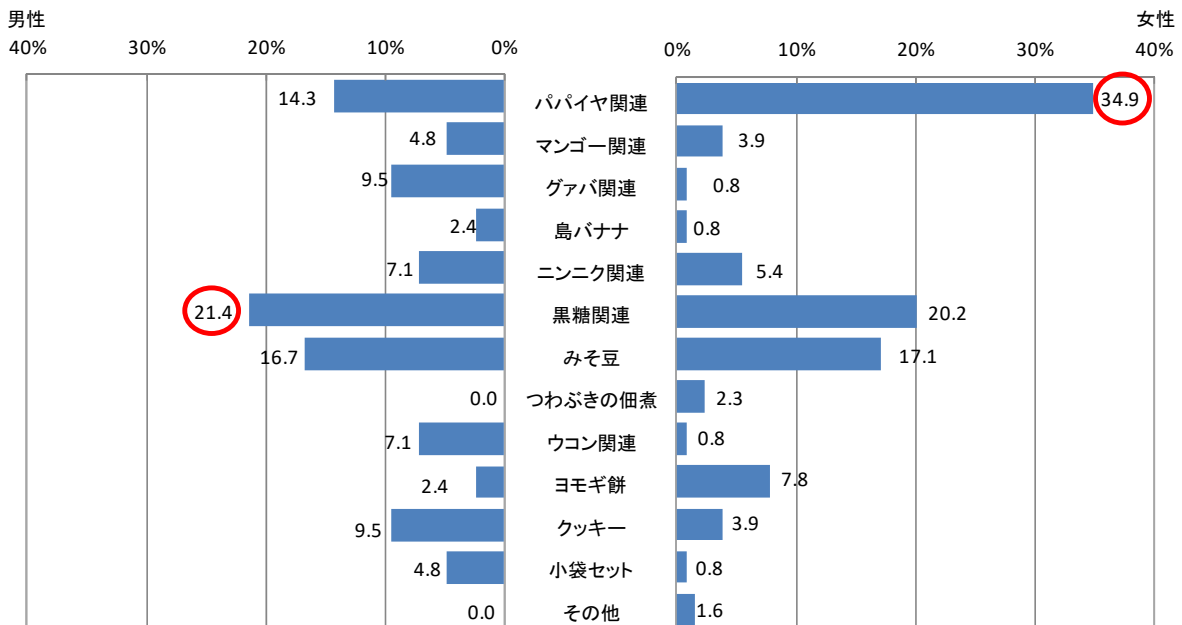
※グアバ関連…グアバ茶、グアバジュース

※ニンニク関連…にんにくラー油みそ、ニンニク漬

※黒糖関連…黒糖、黒糖ザラメ、ザラメ、黒糖まめ、がじゃ豆

※ウコン関連…サンコンウコン、ウコン

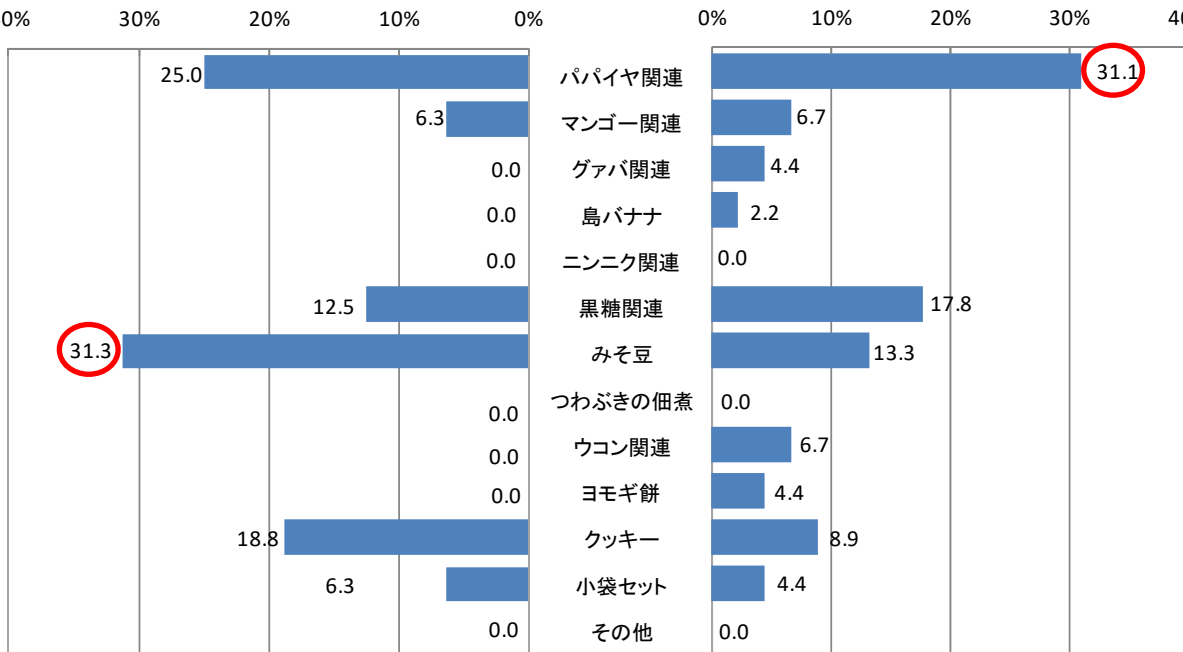
《性別》



《年代》

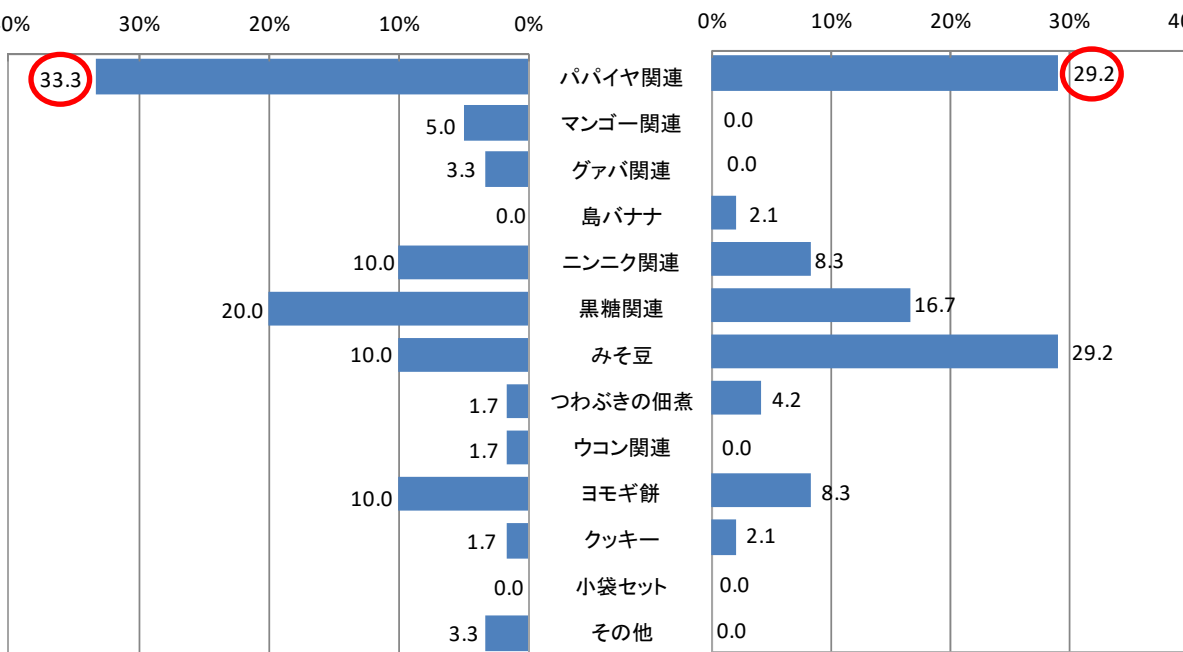
10～30代

40～50代



60代

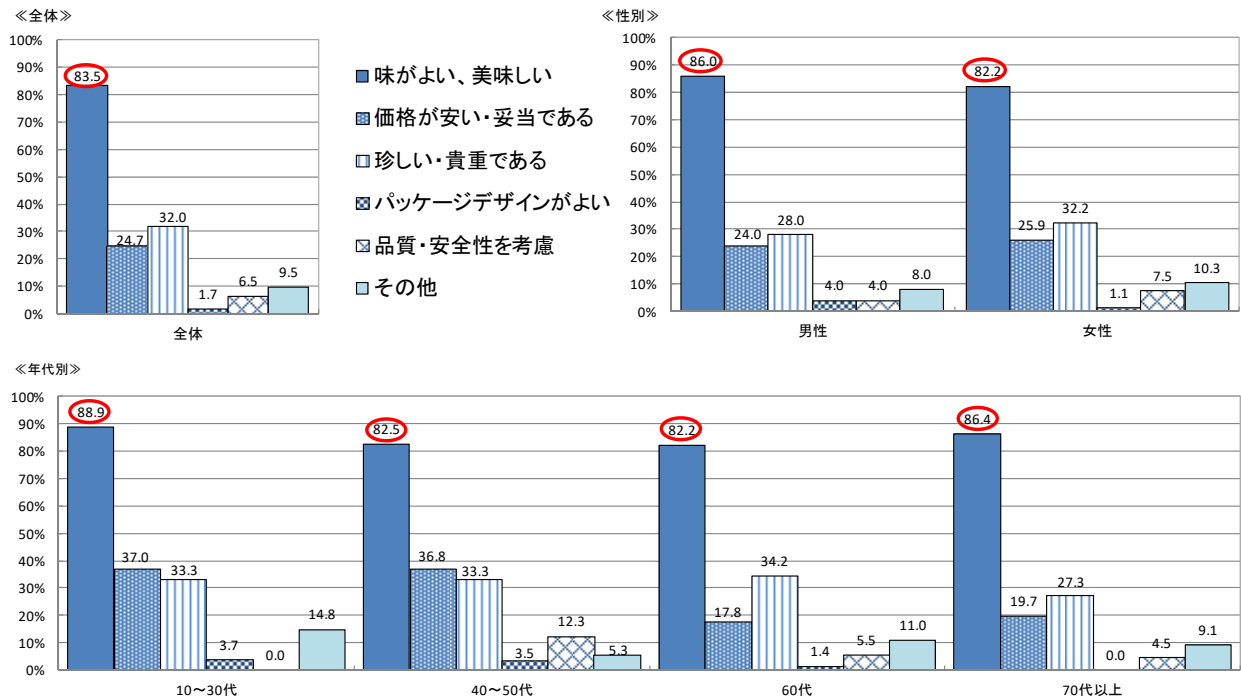
70代以上



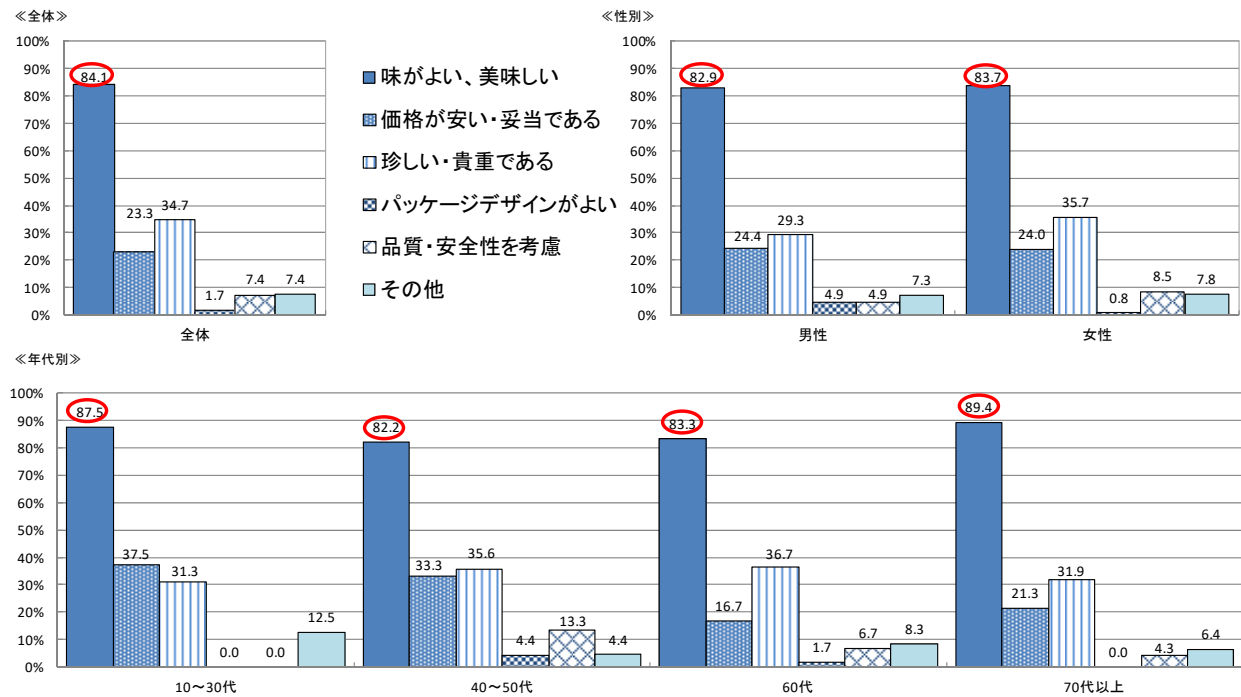
「パパイヤ関連」が全体の3割弱で最多、以下「黒糖関連」、「みそ豆」と続いた。全体的に乾燥パパイヤとパパイヤ漬をセットで購入しているケースが多かった。性別では、女性は「パパイヤ関連」が3割台で最多、男性は「黒糖関連」が2割台で最多であった。年代別では、10～30代は、「みそ豆」が最多、40～50代、60代、70代以上は「パパイヤ関連」が最多であった。

2. 商品を購入した理由

◆回答総数別: 231件



◆商品回答別: 176件

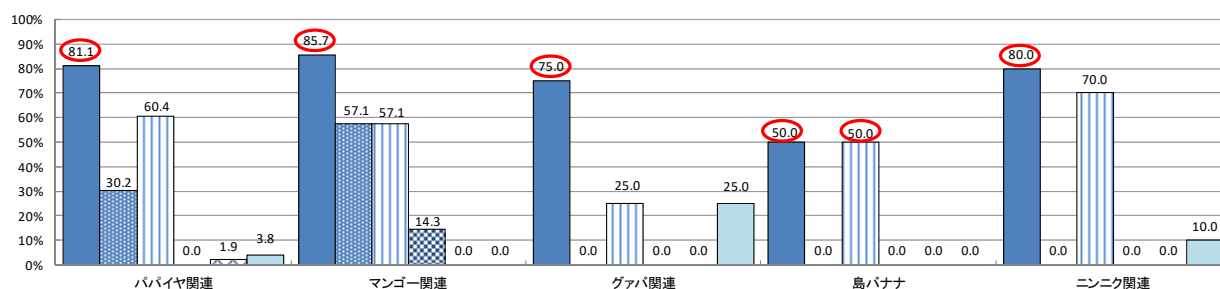


回答総数別※1、商品回答別※2のいずれにおいても、「味がよい、美味しい」が8割以上で最多であった。性別、年代別においても同様に、特に大きな差はみられない。

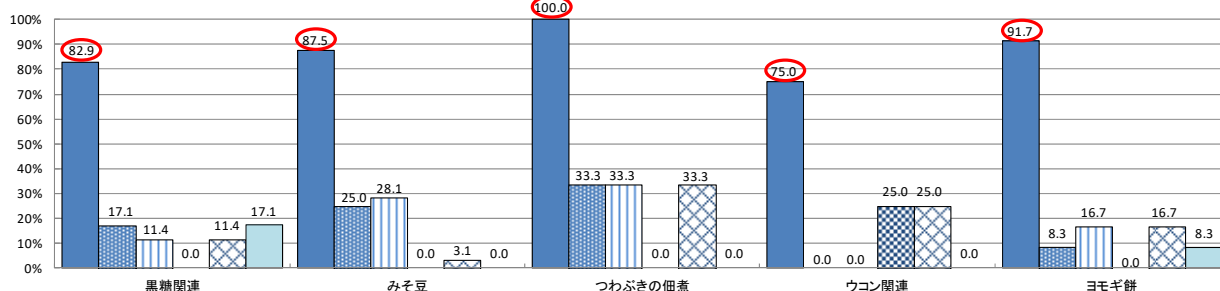
※1 回答総数別…本設問について回答した全件

※2 商品回答別…購入した商品について単一回答、もしくは同種商品回答にて「1. 購入した商品」で集計しているもの。

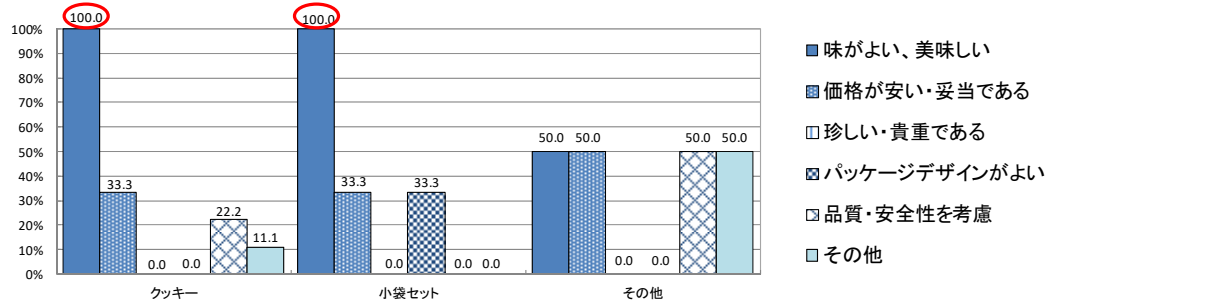
《商品回答別：総数176件①》



《商品回答別：総数176件②》



《商品回答別：総数176件③》



回答商品別にみた場合でも、「味がよい、美味しい」が大半を占めた。島バナナは、「味がよい、美味しい」と「珍しい・貴重である」が同率となった。各商品別のその他の回答は、下記の通り。

◆パパイヤ関連…お土産用（女性/60代）

◆グァバ関連…健康的（男性/60代）

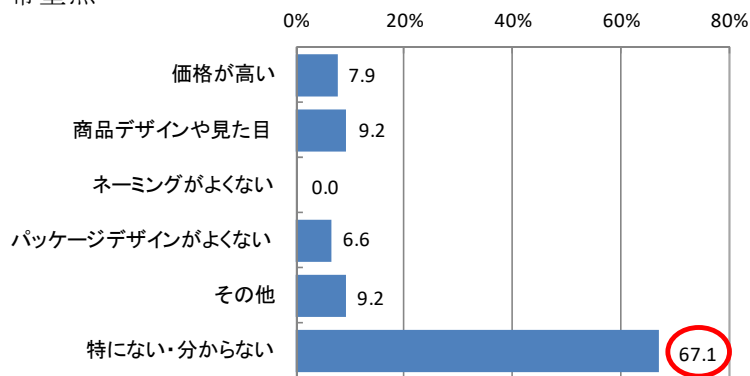
◆ニンニク関連…栄養がありそう（女性/70代以上）

◆黒糖関連…出身地で懐かしかった（女性/20代）、出身地である（女性/60代）、いつも使っている（女性/70代以上）、やわらかい（男性/60代）、気になっていた（女性）、豆がすき（男性/50代）

◆ヨモギ餅…なつかしい（女性/70代以上）

◆クッキー…子どもが欲しがった（女性/30代）

3. 商品の改善希望点

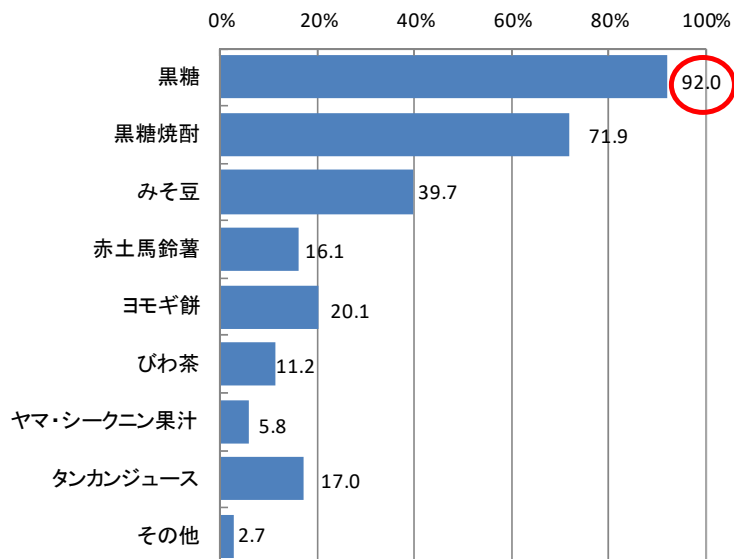


※「特にない・分からない」が大多数を占めているため、全体集計のみ掲載。

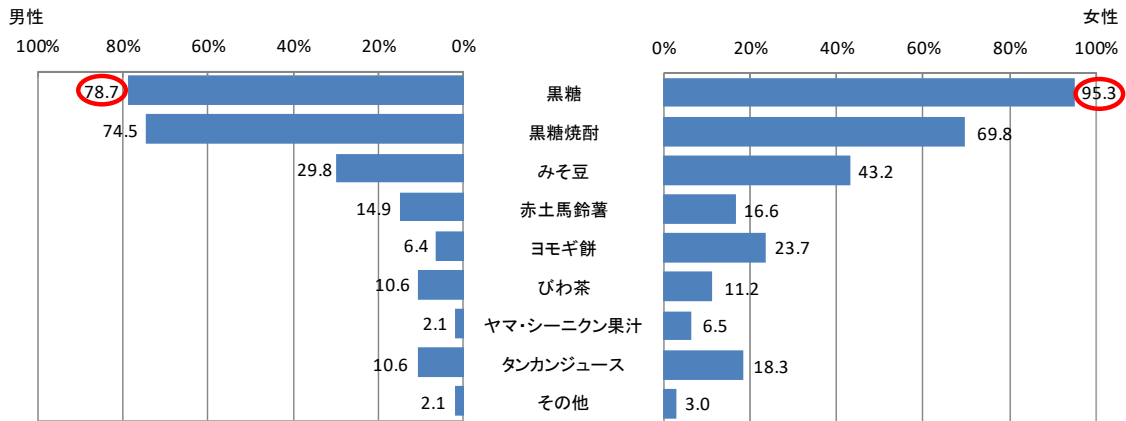
「特にない・分からない」が7割弱を占め、最多となった。各商品別の回答は以下の通り。

		合計	価格が高い	商品デザインや見た目	ネーミングがよくない	パッケージデザインがよくない	その他	特にない・分からない
商品別	パパイヤ関連	7	1	0	0	2	2	2
			14.3	0.0	0.0	28.6	28.6	28.6
	マンゴー関連	3	0	0	0	1	0	2
			0.0	0.0	0.0	33.3	0.0	66.7
	グアバ関連	0	0	0	0	0	0	0
			0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	1.0
	島バナナ	1	0	0	0	0	0	1
			0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
	ニンニク関連	0	0	0	0	0	0	0
			0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	1.0
	黒糖関連	20	2	3	0	1	1	13
			10.0	15.0	0.0	5.0	5.0	65.0
	ピーナッツ味噌	0	0	0	0	0	0	0
			0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	1.0
	みそ豆	11	0	1	0	0	1	9
		0.0	9.1	0.0	0.0	9.1	81.8	
つわぶきの佃煮	0	0	0	0	0	0	0	
		0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	1.0	
ウコン関連	0	0	0	0	0	0	0	
		0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	1.0	
ヨモギ餅	4	0	1	0	0	1	2	
		0.0	25.0	0.0	0.0	25.0	50.0	
クッキー	4	1	0	0	0	0	3	
		25.0	0.0	0.0	0.0	0.0	75.0	
小袋セット	1	0	0	0	0	0	1	
		0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	
その他	0	0	0	0	0	0	0	
		0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	1.0	

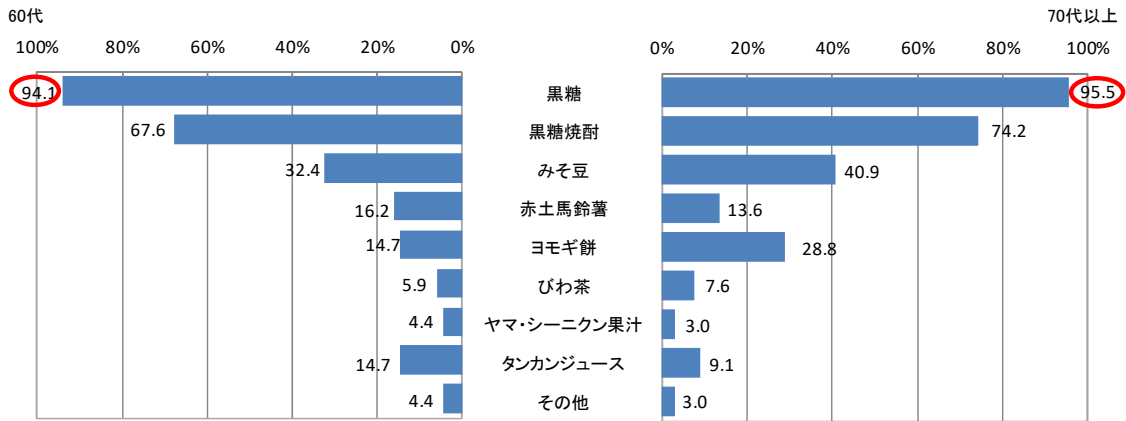
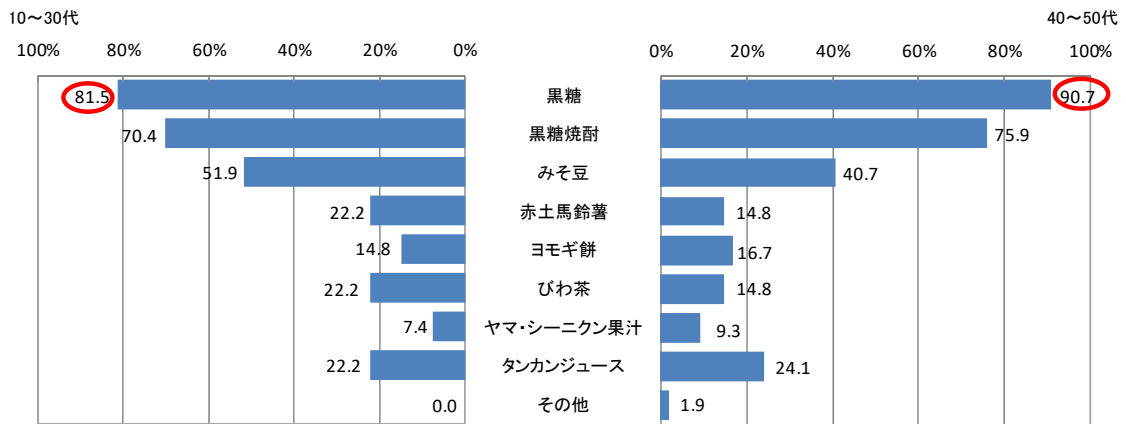
4. 知っている徳之島の特産品



《性別》

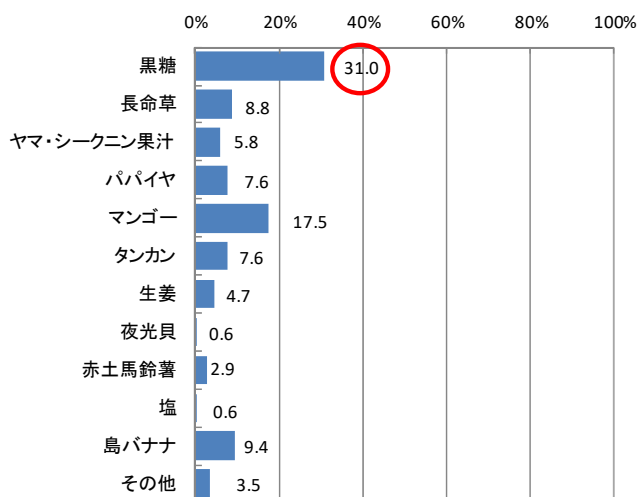


《年代》



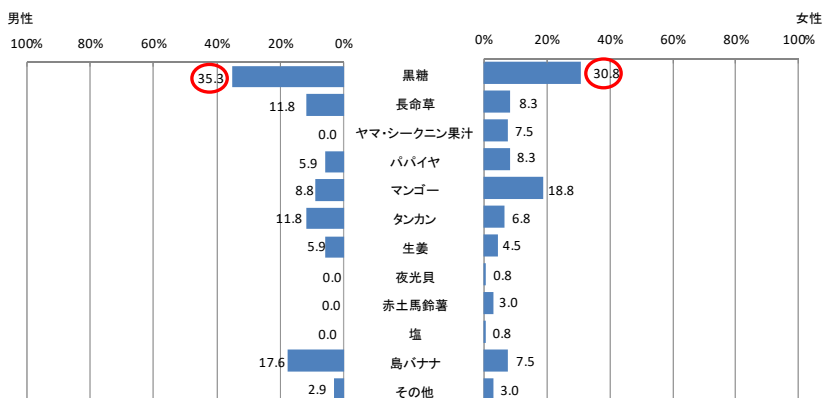
「黒糖」が9割台で最多、「黒糖焼酎」が7割台、「みそ豆」が3割台で続いた。性別においても、男女ともに「黒糖」が最多で、女性では9割以上を占めた。「黒糖焼酎」は男性で7割台、「女性」でも7割弱の回答があった。「みそ豆」は女性で4割となったが、男性では3割以下にとどまった。年代別においても、いずれも「黒糖」が最多で、「黒糖焼酎」、「みそ豆」と続いた。

5. 購入を検討する徳之島の特産品（A群）

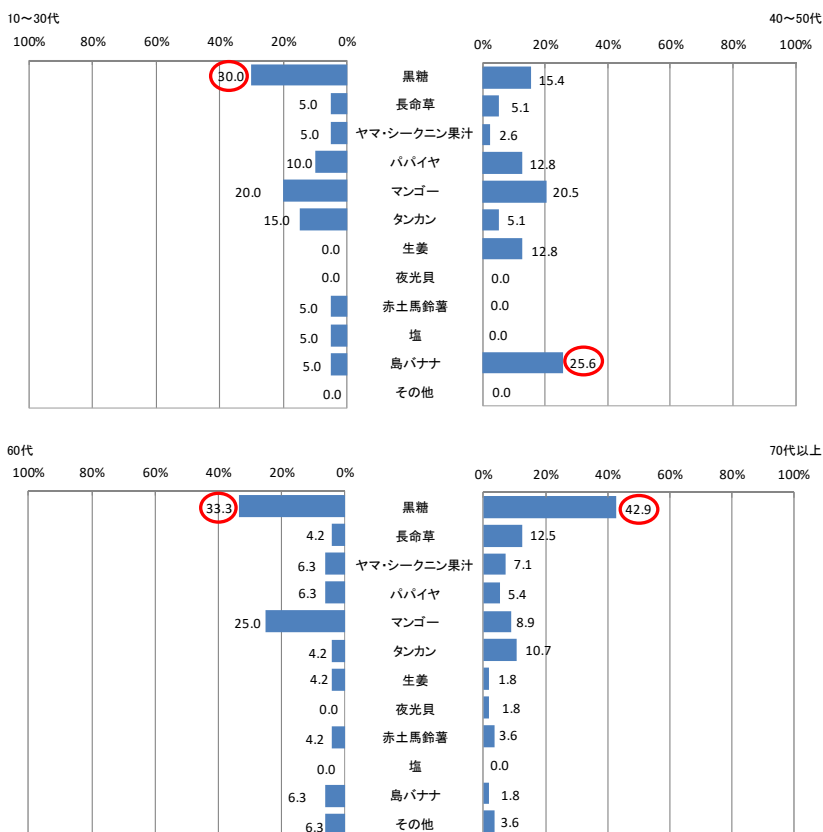


「黒糖」が3割台で最多、以下「マンゴー」、「島バナナ」、「長命草」と続いた。性別においては、男女ともに「黒糖」が最多となった。その他の特徴としては、女性は「マンゴー」が、男性は「島バナナ」の回答が高い。年代別においては、40～50代で「島バナナ」が最多となったが、それ以外では「黒糖」が最多であった。

《性別》



《年代》



6. 購入を検討する徳之島の商品（B群）

		合計	クッキー	アイス	ゼリー	饅頭	パイ	チョコ	ドレッシング	調味料
全体		166	13	30	15	8	3	4	9	9
		100.0	7.8	18.1	9.0	4.8	1.8	2.4	5.4	5.4
性別	男性	32	2	9	1	1	0	0	2	1
		100.0	6.3	28.1	3.1	3.1	0.0	0.0	6.3	3.1
性別	女性	130	11	21	14	7	2	4	7	8
		100.0	8.5	16.2	10.8	5.4	1.5	3.1	5.4	6.2
年代	10～30代	18	2	5	3	0	1	0	0	1
		100.0	11.1	27.8	16.7	0.0	5.6	0.0	0.0	5.6
	40～50代	41	4	9	3	1	1	0	3	2
		100.0	9.8	22.0	7.3	2.4	2.4	0.0	7.3	4.9
年代	60代	49	3	8	5	2	1	2	5	2
		100.0	6.1	16.3	10.2	4.1	2.0	4.1	10.2	4.1
年代	70代以上	51	4	6	3	5	0	1	1	4
		100.0	7.8	11.8	5.9	9.8	0.0	2.0	2.0	7.8
特産品：A群	黒糖	48	9	9	0	6	1	4	1	3
		100.0	18.8	18.8	0.0	12.5	2.1	8.3	2.1	6.3
	長命草	12	0	3	1	0	0	0	2	0
		100.0	0.0	25.0	8.3	0.0	0.0	0.0	16.7	0.0
	ヤマ・シークニン果汁	9	0	0	3	0	0	0	1	2
		100.0	0.0	0.0	33.3	0.0	0.0	0.0	11.1	22.2
	パパイヤ	12	1	0	1	0	0	0	0	1
		100.0	8.3	0.0	8.3	0.0	0.0	0.0	0.0	8.3
	マンゴー	25	1	6	5	0	2	0	2	0
		100.0	4.0	24.0	20.0	0.0	8.0	0.0	8.0	0.0
	タンカン	10	0	2	2	0	0	0	1	0
		100.0	0.0	20.0	20.0	0.0	0.0	0.0	10.0	0.0
	生姜	8	1	0	0	0	0	0	2	1
	100.0	12.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	25.0	12.5	
赤土馬鈴薯	5	0	0	0	0	0	0	0	1	
	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	20.0	
塩	1	0	1	0	0	0	0	0	0	
	100.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
島バナナ	13	0	7	0	0	0	0	0	0	
	100.0	0.0	53.8	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
その他	5	0	0	1	0	0	0	0	1	
	100.0	0.0	0.0	20.0	0.0	0.0	0.0	0.0	20.0	

		佃煮	ジャム	お茶	ジュース	缶詰商品	スープ	カレー	味噌	その他
全体		10	5	10	14	4	2	7	8	15
		6.0	3.0	6.0	8.4	2.4	1.2	4.2	4.8	9.0
性別	男性	0	1	3	4	1	1	3	1	2
		0.0	3.1	9.4	12.5	3.1	3.1	9.4	3.1	6.3
性別	女性	10	4	7	10	3	1	3	7	11
		7.7	3.1	5.4	7.7	2.3	0.8	2.3	5.4	8.5
年代	10～30代	1	0	0	2	0	0	1	1	1
		5.6	0.0	0.0	11.1	0.0	0.0	5.6	5.6	5.6
	40～50代	4	3	0	2	3	2	2	1	1
		9.8	7.3	0.0	4.9	7.3	4.9	4.9	2.4	2.4
年代	60代	1	0	5	3	0	0	2	5	5
		2.0	0.0	10.2	6.1	0.0	0.0	4.1	10.2	10.2
年代	70代以上	4	2	3	6	1	0	2	1	8
		7.8	3.9	5.9	11.8	2.0	0.0	3.9	2.0	15.7
特産品：A群	黒糖	3	0	6	1	1	0	0	1	3
		6.3	0.0	12.5	2.1	2.1	0.0	0.0	2.1	6.3
	長命草	1	0	3	0	0	1	0	1	0
		8.3	0.0	25.0	0.0	0.0	8.3	0.0	8.3	0.0
	ヤマ・シークニン果汁	1	0	0	1	1	0	0	0	0
		11.1	0.0	0.0	11.1	11.1	0.0	0.0	0.0	0.0
	パパイヤ	2	2	0	0	0	1	3	0	1
		16.7	16.7	0.0	0.0	0.0	8.3	25.0	0.0	8.3
	マンゴー	0	1	0	6	0	0	1	0	1
		0.0	4.0	0.0	24.0	0.0	0.0	4.0	0.0	4.0
	タンカン	0	0	0	3	0	0	2	0	0
		0.0	0.0	0.0	30.0	0.0	0.0	20.0	0.0	0.0
	生姜	1	1	1	0	1	0	0	0	0
	12.5	12.5	12.5	0.0	12.5	0.0	0.0	0.0	0.0	
赤土馬鈴薯	0	0	0	0	0	0	0	1	3	
	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	20.0	60.0	
塩	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
島バナナ	1	1	0	0	0	0	0	1	3	
	7.7	7.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	7.7	23.1	
その他	0	0	0	0	0	0	0	1	2	
	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	20.0	40.0	

「アイス」が2割弱で最多となったが、それ以外については大きな差はみられない。特産品（A群）別では、黒糖のクッキー、黒糖のアイス、黒糖の饅頭、黒糖のお茶、マンゴーのアイス、マンゴーのゼリー、マンゴーのジュース、島バナナのアイスで5件以上の回答があった。