

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	佐土原町商工会（法人番号 7350005001472 ） 宮崎市（地方公共団体コード 452017）
実施期間	令和3年4月1日～令和8年3月31日
目標	<p>第三次宮崎市商業振興計画に基づき、持続的発展による事業者と住民が良好な関係でいる地域づくりで、長く発展する佐土原を目指す。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▶ <u>地域資源活用及び情報発信の強化</u></li> <li>▶ <u>小規模事業者の経営基盤強化及び事業承継の推進</u></li> <li>▶ <u>経営革新等による新たな販路開拓の推進</u></li> </ul>
事業内容	<p><b>1：地域の経済動向調査に関すること</b> 国が提供するビッグデータを活用した経済動向分析と、独自の管内景気動向調査を行い、公表することで小規模事業者の指標とする。</p> <p><b>2：需要動向調査に関すること</b> 新商品開発・改善支援を行い、佐土原の特産品活用や、消費者動向と需要に応えた商品開発を支援する。モニター調査を行い、分析結果によってブラッシュアップと事業計画策定に活用する。</p> <p><b>3：経営状況の分析に関すること</b> 経営分析セミナー等から対象事業者を発掘し、定量分析・定性分析を行い、自社の経営状況把握と事業計画に活用する。</p> <p><b>4：事業計画策定支援に関すること</b> 経営状況の分析を行った事業者を中心に、事業計画を策定する。各種制度も計画策定の契機とし、経営基盤強化と事業承継を推進する。</p> <p><b>5：事業計画策定後の実施支援に関すること</b> 事業計画を策定した事業者に対して、定期的な進捗確認と情報提供でフォローアップする。場合によっては修正を図り、実行を支援する。</p> <p><b>6：新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること</b> 商談会に参加し販路開拓をする。出展にあたっては事前・事後と出展期間の支援を行う。生産体制、商品完成度によっては、商工会で個別商談会等を検討する。また、海外への販路開拓も視野に入れる。</p> <p><b>7：事業の評価及び見直しをするための仕組みに関すること</b> 宮崎市5商工会の経営指導員等・法定経営指導員、宮崎市産業労政課、中小企業診断士、県連経営支援センターによる「宮崎市5商工会経営発達支援事業等協議会」を設置し、年に一度協議会を開催する。</p>
連絡先	<p>佐土原町商工会（宮崎県宮崎市佐土原町下田島 20732-53） 電話 0985-73-2567 fax0985-73-4975 Mail sadowara@miya-shoko.or.jp</p> <p>宮崎市 観光商工部産業政策課（宮崎県宮崎市橘通西 1-1-1） 電話 0985-21-1792 fax0985-28-657 Mail 17syouko@city.miyazaki.miyazaki.jp</p>

(別表1)

経営発達支援計画

経営発達支援事業の目標

1. 目標

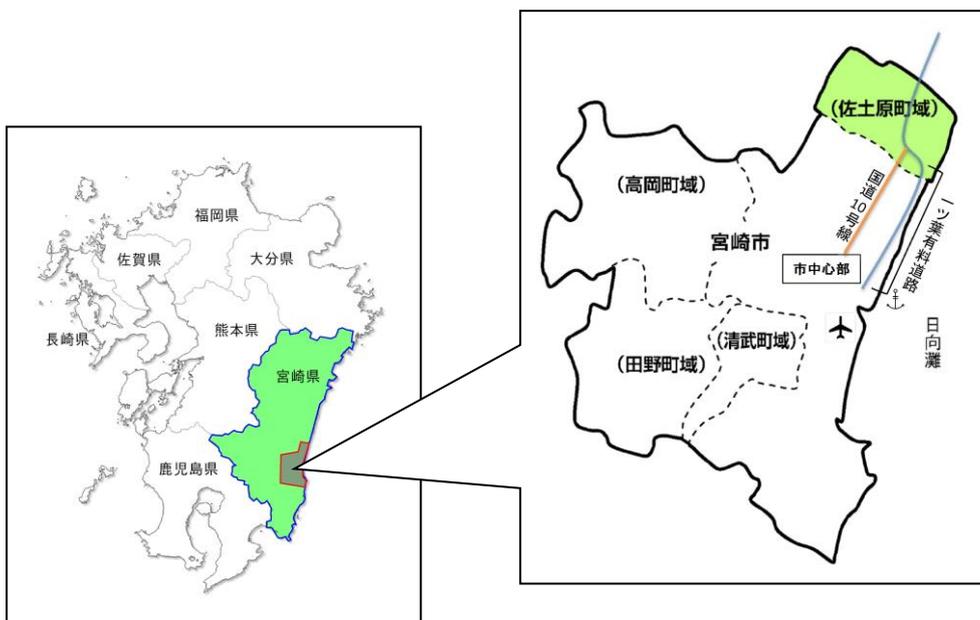
(1) 地域の概要、現状

①立地

当地域（佐土原）は、宮崎市の最北部に位置する。城下町であった地域と新興住宅地が混在する町域であり、宮崎市～宮崎県北部地域・大分県を結ぶ国道10号線沿いに展開していることから宮崎市の北の玄関口と位置付けられる。

平成の大合併により、平成18年1月に旧佐土原町・旧田野町・旧高岡町が、平成22年3月に旧清武町が宮崎市へ編入され、1市のなかに5商工会が共存している。

佐土原の面積は56.84平方km(対市比8.8%)、人口は33,060人(令和2年4月)で、宮崎市人口の約8.3%を占めている。



②産業

佐土原は城下町として栄え、佐土原城跡をはじめ文化遺跡や寺社仏閣など、貴重な歴史文化が伝承されている。産業としては、美しい海岸と緑豊かな自然、温暖多照な気候を利用して、農業は稲作を基盤に施設園芸、畜産などを組み合わせた複合経営のほか、うなぎの養殖が盛んである。特に生姜は海岸に隣接した砂地によって良質な生姜が収穫でき、宮崎県内生産量一位、全国でも有数の名産地である。また「佐土原なす」という宮崎伝統野菜がある。このなすは、病弱であることや形が不揃いであることから昭和55年ごろに市場から完全に姿を消し、幻のなすになってしまったが、平成12年にわずかに保管されていた種がわずか4粒の発芽に成功し、現在では少数ながら市場へ復活を遂げている。

この他、江戸時代より鯨を模した献上菓子「くじらようかん」が佐土原の名物の一つで、この「鯨」が縁起物として当地域の象徴ともなっており、関連した商品が開発・販売されている。



『くじらようかん』

江戸時代の佐土原藩島津家時代に始まり日持ちしないことから「菓子の刺身」とも言われる希少な銘菓である。



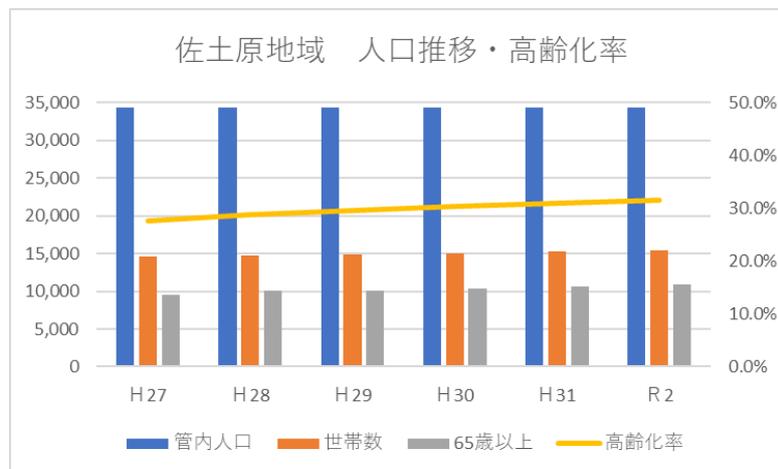
『くじらのぼり』

地域一体となって開発・製作に取り組み、佐土原町域では鯨の形をした「くじらのぼり」が大空を泳ぐ。

2本の国道(10号線・219号線)、特急停車駅(JR日豊本線佐土原駅)があり、東九州自動車道や一ツ葉有料道路、宮崎自動車道、宮崎港や宮崎空港などへの接続に優れている。宮崎市街地まで車で30分、宮崎空港まで車で40分など、交通アクセスが整っていることから、企業誘致や工業団地造成が行われ、頭脳集積産業の拠点施設として整備された「宮崎テクノロジーパーク」にはコンピューター産業などが立地している。この工業団地には工業技術の振興及び中小企業の技術開発や技術力向上を支援する県工業技術センターや県内の食品企業、地域の食品加工グループ等への支援を行う食品の総合試験研究機関として県食品開発センター、中小企業を活性化させるための総合的な支援機関である県産業振興機構などの各種支援施設が多い地域でもある。

#### ④人口

前述のアクセスの良さから、宮崎市のベッドタウンとしての一面もある。地域内の人口推移としては、平成17年度：32,499人(11,222世帯)であり、平成27年4月：34,332人(14,579世帯)へ増加し、令和2年4月：34,330人(15,380世帯)と横ばいに推移しているが、その高齢化率(65歳以上)は27.7%(平成27年)から31.5%(令和2年)に上昇している。また、事業主の高齢による廃業の増加は宮崎県全体でも問題になっている。



【出典：宮崎市人口統計】

### ⑤商工業者数

当地域の特徴として、地区全体における中心商店街や核となる店舗はなく、商業地や店舗が散在している。また食料品中心の中型店も多く出店しているが点在しており、集中した集積地はほとんど無い。

また、地域内の商工業者は減少傾向にあり、この10年間で6.6%減少している。

普通会員数の推移を見ると、商工会会員としては、平成22年4月613名から平成31年4月548名に減少（10.6%）している。

#### 【地域内の商工業者推移表】

年 度	建設業	製造業	卸・小売業	サービス業		その他	合 計
				飲食・宿泊	その他サービス		
平成 22	243	125	333	146	247	79	1,173
平成 23	243	124	342	146	250	78	1,183
平成 24	226	113	317	130	288	76	1,150
平成 25	226	112	313	129	294	75	1,149
平成 26	219	96	298	116	296	77	1,102
平成 27	215	99	294	115	296	79	1,094
平成 28	212	100	290	119	293	75	1,089
平成 29	212	99	291	120	297	76	1,095
平成 30	209	98	288	121	298	79	1,093
平成 31	210	99	290	119	299	79	1,096

【出典：宮崎県商工会連合会 商工会実態調査報告書】※4月1日時点での集計

年 度	管内商工業者数 (うち小規模事業者)	普通会員数	組織率
平成 27	1,094 (1,009)	548	50.1%
平成 28	1,089 (1,006)	547	50.2%
平成 29	1,095 (1,011)	544	49.7%
平成 30	1,093 (1,008)	544	49.8%
平成 31	1,096 (1,010)	548	50.0%

【出典：宮崎県商工会連合会 商工会実態調査報告書】※4月1日時点での集計

### ⑥第三次宮崎市商業振興計画における目指すべき将来像と基本方針

第三次宮崎市商業振興計画において、宮崎市商業の目指すべき将来像として「人の絆にあふれ、地域と商業がともに発展するまち」としており、この将来像を実現していくための「基本方針」として以下の4つを設定している。

<基本方針1>

個店の連携と団結による、商店街・商業者団体の基盤強化（組織力）

＜基本方針 2＞

人とのつながりを大切にし、地域コミュニティを担う商業の推進（地域力）

＜基本方針 3＞

時代や環境の変化に柔軟に対応できる、持続可能な商業の推進（持続力）

＜基本方針 4＞

新たな事業にチャレンジし、ヒト・モノ・カネを呼び込む商業の推進（発展力）

## （2）宮崎市及び佐土原町域と商工業者の課題

### ①大型ショッピングモールの出店

「イオンモール宮崎」の開業と増床、地元大型商業施設「宮交シティ」の大規模リニューアル、宮崎駅の大規模再開発プロジェクトによる大型複合商業施設「アミュプラザ宮崎」の開業予定など、近年の宮崎市における人の流れは大きく変化してきている。

大型ショッピングモールは県外・市外からの誘客を見込めることから商業を牽引する施設であるが、利益の多くは県外へ流出してしまうことや、業況によっては地域からの撤退の可能性もあり、大型ショッピングモールの一極集中は防ぐ必要がある。

地域の小規模事業者においては、経営分析を行い、自社の現状を認識したうえで強みを活かし、画一化している大型ショッピングセンターには無いサービスや商品を提供して、固定客など消費者の確保を図ることが課題である。

### ②郊外大型店の増加

食品スーパーやドラッグストアをはじめとする 1,000 m<sup>2</sup>以上の小売店舗だけでも平成 26 年以降 42 店舗以上増加している。車社会である宮崎市では主要道路沿いの大型店舗の利便性が良く、チェーン店の出店により商業集積地が増加しているが、特に対策を行っていない小規模小売店は顧客が流動的になり廃業に追い込まれるケースもある。

地域の小規模事業者においては、廃業を避けて事業を継続していくためにも、経営分析及び事業計画策定を行うなど自社の将来を見据えて経営基盤を強化するとともに、計画的な事業承継を行っていくことが課題である。

### ③消費者の動向の変化

価値観・ライフスタイルの多様化などから、体験を求めた消費活動など物質的ではない部分に需要が高まっている。また、宮崎市における消費活動は安さを追求する傾向が見られるが、その背景には地方経済において景気回復の実感が得にくいことや、ネット通販や大手資本による低価格で高品質な商品が流通していることが挙げられる。

地域の小規模事業者においては、大量生産・大量販売の体制を整えるのが難しいため、細かな消費動向や需要に対応するためにも、地域の経済動向や需要動向調査によるデータを活用し、新商品開発や新たな販路開拓といった経営革新を図ることが課題である。

### ④環境の変動への対応力

佐土原町地域には、大型自動車部品メーカーの本社と工場があり、関連企業も多数立地している。また「宮崎テクニカパーク」をはじめとした工業団地が複数存在する。自動車部品製造業は円高や世界経済の動向など自社でコントロール出来ない外部環境に影響を受けやすく、需要の変動も大きい。

地域の小規模事業者においては、下請け依存から脱却を目指し、独自技術の開発や生産性向

上を図ること及び、多品種少量生産への対応等の小規模事業者の強みを活かした新たな販路開拓など、需要の維持・拡大を図ることが課題である。

### (3) 小規模事業者に対する長期的な振興の在り方

宮崎市商業振興計画の4つの基本指針である「組織力・地域力・持続力・発展力」と地域の商工業に関する課題は、相互に関係しあっている。これら課題とそれぞれの内部環境における課題を念頭に地域事業者は自社の経営基盤を固め、消費者の年齢の動き、嗜好や生活様式の多様化にあわせた需要喚起をし、応えていくことができる事業者が長期的な振興につながる。

また地域全体の経済を活性するためには地域そのものの魅力アップにつながる商業を育てることが必要である。

そのため、本会では、概ね10年程度の期間を見据えた小規模事業者に対する長期的な振興のあり方を以下のとおりとする。

#### ①コミュニティと魅力ある価値が創出されている地域

固定客の獲得・確保のため、地域が一体となったマーケティングを進めるとともに、豊富な観光資源や農産品などを生かし、佐土原の付加価値（ブランド力）を高めることで、稼ぐ力のある地域産業が育まれる地域を目指す。本会としては、域内だけでなく市外・県外へ地域資源の発信、それら資源を活用した事業者の商品やサービスの品質向上支援と魅力発信をしていく。

#### ②時代の変化に対応できる地域産業の強化

外部環境変化による廃業を防ぎ、小規模事業者の売上を維持・増加させていくため、本会としては、事業者自身の現状把握の支援を行い、強みを活かした事業計画策定等によるどんぶり勘定脱却を支援していく。また、高齢化による廃業も増加していることから、事業の磨き上げや知的財産の引継ぎ、第三者承継等、計画的な事業承継を支援し、地域の商工業を継続させていく。

#### ③地域へヒト・モノ・カネを呼び込む商工業への発展

域内の消費拡大だけでなく、外からの流れを獲得することで佐土原そのものの経済規模を成長させるため、本会としては、創業や経営革新等で新たな需要の獲得を支援し、様々な角度から販路拡大を支援していく。また、「さどわらブランド」の推進を行うことで、ヒト・モノ・カネを呼び込みやすくする環境を整備していく。

### (4) 経営発達支援事業の目標

#### 〈基本方針〉

地域の小規模事業者にとって相談しやすい支援機関である商工会が、積極的に地域事業者へのコンタクトや巡回によって、経営相談・提案を行い、事業者ごとの課題を明確にしてその解決と持続的な経営を支援する。持続的・経営発達を見込む事業者に対しては従来の支援だけでなく、伴走型支援を実施することで、地域の魅力アップ、事業承継・新規創業の活発化、ブランド力アップ等に繋げ、住民と事業者が良好な関係でいる地域づくりを行い、長く発展していく佐土原を目指す。

**①地域力に関する目標 ▶ 地域資源活用及び情報発信の強化**

地域の魅力発信強化を目指す。小規模事業者と大型店舗の共生・差別化により、地域資源活用や商工業の活性化による地域の魅力アップをしていく。地域の魅力による交流人口（にぎわい）を創出するため、経済動向・消費動向を調査・分析し、需要をとらえた指導・支援を行う。地域資源を活かした商品やサービスで、地域の付加価値を高める事業を行っていく。

**②持続力に関する目標 ▶ 小規模事業者の経営基盤強化及び事業承継の推進**

外部・内部環境を把握し、事業者ごとに適正な事業計画のもと持続的発展を目指す。そのために地域内事業者の経営基盤の強化・底上げに資するセミナーや伴走型支援を行っていく。

主に、成長可能性のある事業者、事業承継など磨き上げの必要がある事業者を想定し、本経営発達支援計画の前半期間に巡回・セミナー等で掘り起し、長期的な支援を行う。財務諸表の読み方、整備等によって自社の財務状況を把握することで、どんぶり勘定ではない適切な資金繰りを行い、実現可能な事業計画の作成と実践を支援する。加えて事業承継やM&Aによる事業継続を支援し、地域の就労・買い物・生活サービス・経済を支える地域事業者の持続的発展と地域経済活性化を目指す。

**③発展力に関する目標 ▶ 経営革新等による新たな販路開拓の推進**

地域外からの経済効果獲得を目指す。そのために新規創業や第二創業、経営革新、販路拡大事業等を推進する。地域事業者増加のために自治体と連携した施策で佐土原での創業を促す。また、経営革新等は、新たな需要の取り込み、域外からのヒト・モノ・カネの流れを獲得できる可能性がある。その可能性を高めていくためにも、専門家、支援機関、金融機関、行政等関係機関との連携により様々な事業展開にも対応できるようにする。

伴走型にて支援した事業者や商品は、展示会や商談会、外部への情報発信にて販路開拓を支援する。国内だけでなく海外展開も見据えた販路開拓事業に寄与していく。

また、同じく地域外からの経済効果獲得のために、地域事業者の登録商品を増やすことで「さどわらブランド」を推進する。

## 2. 経営発達支援事業の実施期間、目標の達成方針

(1) 経営発達支援事業の実施期間（令和3年4月1日～令和8年3月31日）

(2) 目標の達成に向けた方針

### ①地域力《地域資源活用及び情報発信の強化》に関する目標の達成方針

「佐土原」そのものの魅力を強化・発信するにあたっては、経済動向と消費動向の調査・分析を行い、適したブランディング戦略を構築する。特に、「地域の概要」で取り上げたような佐土原の地域資源と事業者の商品・技術を生かしたブランディング戦略を構築し、佐土原のイメージアップにつなげる。そのためには事業者の強みを発掘、明確化しブラッシュアップする必要がある。そしてブラッシュアップした商品やサービス、加えて経済動向調査結果や支援内容等は必要に応じて、オンライン媒体で発信、各種メディア等へ情報提供を行っていく。「③発展力」での「さどわらブランド推進」にもつながる部分である。

### ②持続力《小規模事業者の経営基盤強化及び事業承継の推進》に関する目標の達成方針

経営安定と持続的発展に必要な事業計画の策定支援を行う。金融機関、各支援機関との連携、積極的な活用をしていき、事業計画の着実な実行と、臨機応変な対応ができるようにしていくことで、環境変化による事業縮小や廃業を防ぐ。

また、高齢化率上昇による廃業を緩和するため、事業承継を支援する。宮崎県事業承継ネットワークとも連携し、スムーズな事業承継やM&Aを実現するための事業磨き上げを行う。相談会の実施、事業承継補助金の施策も活用し、地域の知的財産と事業を引き継いでいく。

従来の巡回や経営相談以外にも、各種事業計画策定セミナーや販促セミナー、施策活用によって、伴走型支援先を掘り起こしていく。経営分析・需要動向調査・事業計画策定によって、各事業者にあった経営基盤を構築支援する。

### ③発展力《経営革新等による新たな販路開拓の推進》に関する目標の達成方針

これまでも宮崎市やよろず支援拠点と連携し新規創業の機運の醸成を行ってきたが、新規創業後のフォローアップにも注力し長期的な支援のもと佐土原に根付いた経営を実現させる。創業スクールによる新規創業者がおおむね1～2年で軌道に乗るよう、定期的な指導・支援を行う。

また、新規創業者だけでなく、既存事業者へも商談会等の販路拡大支援を行い、売上増加を目指す。市内・県内だけでなく県外への販路拡大によって外貨獲得になり、地域資源・雇用等の活性化を目指す。前期経営発達支援事業にて、福岡や東京の都市部商談会へ参加してきたが、今期は海外への販路開拓も視野に入れ、みやPEC推進機構といった支援機関と連携して台湾や香港、東南アジアの販路拡大が可能な事業者の支援も行っていく。

また、ヒト・モノ・カネを地域に呼び込みやすい環境にするため、各支援を行っている商品とサービスを「さどわらブランド」として推進する。統一ロゴを使用しているが、ロゴ使用の備品や装飾によりイメージを固め、知名度向上につなげる。

### 3-1. 地域の経済動向調査に関すること

#### (1) 現状と課題

【現状】小規模企業景気動向調査を月に一度実施しているが、分析結果は全国連とりまとめであり、全国規模である。

【課題】現状では、自治体ごとや佐土原地域の分析や比較ができていない。また、前回の経営発達支援事業のなかで経済動向調査は行ったものの、十分な分析にまでは至っていなかった。ビッグデータ等も活用した実用性のある分析が必要である。

#### (2) 目標

	R 3年度	R 4年度	R 5年度	R 6年度	R 7年度
① 地域経済動向分析公表回数	1回	1回	1回	1回	1回
② 景気動向分析公表回数	3回	3回	3回	3回	3回

#### (3) 事業内容

##### ①国が提供するビッグデータの活用

経営発達が期待できる産業や事業者に対し、マンパワーや政策資源等を集中投下し、効率的な経済活性化を目指すため、経営指導員等が「RESAS」（地域経済分析システム）を活用した地域の経済動向分析を行い、年に1回公表する。また、新型コロナウイルス感染症が地域経済に与える影響を把握するために、「V-RESAS」を活用し、同じく分析結果を公表する。

##### 【分析手法】

##### RESAS

- ◎地域経済循環マップ・生産分析      なにで稼いでいるか等を分析。
- ◎まちづくりマップ・From-to 分析      人の動き等を分析。
- ◎産業構造マップ      産業の現状等を分析。

##### V-RESAS

- ◎消費      決済データから見る消費動向等を分析。
- ◎飲食      飲食店情報の閲覧数等を分析。
- ◎興味・関心      キーワードの検索人数等を分析。

上記を総合的に分析し、事業計画策定支援等に反映する。

##### ②管内景気動向を調査・分析

管内の詳細な実態把握のため、毎月行っている全国連景気動向調査の項目を整理し、管内小規模事業者の景気動向について実態に即し年3回調査を行う。

【調査対象】管内小規模事業者延べ100社/年（製造業、建設業、卸売業、小売業、サービス業から20社ずつ）

【調査項目】売上額、仕入額、採算性、資金繰り、業界の業況、雇用、設備投資など

【調査手法】FAX、定期郵送または職員の巡回等

【分析手法】経営指導員等が外部専門家と連携し分析を行う。

#### (4) 成果の活用

情報収集・調査し、分析した結果はホームページに掲載し公表する。

管内事業者の外部環境分析や、巡回指導・経営相談の際の参考資料とする。

### 3-2. 需要動向調査に関すること

#### (1) 現状と課題

【現状】前期の経営発達支援事業で実施。

【課題】フィードバック後の十分なブラッシュアップに至れなかった事業者もいるため、商品の具体的改善策を提案していく。前期経営発達支援事業ではブラッシュアップを希望する事業者が少なかったため、商品の掘り起しにも注力する。

#### (2) 目標

	R 3年度	R 4年度	R 5年度	R 6年度	R 7年度
①新商品開発・改善支援事業者数	3社	6社	6社	9社	9社
②需要動向調査対象事業者数	3社	3社	3社	3社	3社

#### (3) 事業内容

①事業計画策定支援事業者を中心に支援が必要な事業者の選定や、計画の中で強みになりうる商品等の掘り起しを行い、専門家とも連携しながら新商品開発・改善支援を実施する。指導員1人あたり1社以上の支援を目標とし、2年目以降は1人あたりの支援事業者数を増やしていく。

②①で支援した事業者を中心に、開発・改善した商品やこだわり商品、佐土原の特産品を使用した商品をモニター調査、調査結果を分析し、フィードバックを行い、商品のブラッシュアップを行う。また事業計画策定においてブラッシュアップの内容と販売計画を反映させる。専門家と連携し需要動向調査と分析、フォローを行うことでより効果的な成果を得られるようにする。

【支援・調査項目】味、内容量、見た目、価格、パッケージ、購入頻度、購入目的 等

【分析手段・手法】モニター100名にサンプルを送付し、アンケートを回収。項目ごとに評価傾向を分析し、商品のターゲット需要を明確化する。

【調査・分析結果の活用】分析結果は担当指導員や専門家と共に事業者に対し個別フィードバック後、商品等をブラッシュアップし、販路拡大につなげる。また、支援内容や結果を周知することで他の小規模事業者にも商品改善の重要性をアピールする。

### 4. 経営状況の分析に関すること

#### (1) 現状と課題

【現状】前期経営発達支援事業にて実施。

【課題】日々の帳簿管理等の指導、決算・確定申告における指導、金融相談における指導はしているが、高度・専門的知識が不足している。わかりやすい内容でより多くの事業者の経営分析支援をしていく必要がある。

#### (2) 目標

	R 3年度	R 4年度	R 5年度	R 6年度	R 7年度
①セミナー開催件数	3回	3回	4回	4回	5回
②分析件数	12件	24件	36件	48件	60件

②計画初年度は対象事業者発掘として経営指導員1人あたり4件の分析を実施し、12件/年(1人あたり4件)分析件数を増加させ、1年間で1人あたり最大20件を継続的に指導で

きるとすると、5年間で延べ180件の経営分析を行う。

### (3) 事業内容

①経営分析を行う事業者発掘のため、経営分析セミナーまたは各種セミナーを開催する。また従来の窓口相談、巡回相談時に経営分析が必要である事業者や、従来の税務指導先に対して継続支援を行う。また、持続化補助金等の申請希望者に対しても経営分析を行う。

#### ②経営分析の内容

【対象者】セミナー参加者、補助金等申請希望者、帳簿管理・決算・確定申告の指導先、金融相談先から意欲的で販路拡大の可能性が高い事業者を選定する。

【分析項目】定量分析の財務分析、定性分析のSWOT分析の双方を行う。

財務分析…売上高、経常利益、損益分岐点、粗利率、資金繰り等

SWOT分析…強み、弱み、脅威、機会等

【分析手法】経済産業省の「ローカルベンチマーク」、中小機構の「経営計画つくるくん」等のソフトを活用し、分析を行う。

### (4) 分析結果の活用

分析結果は当該事業者にはフィードバックし、事業計画策定等に活用する。また、分析方法、ポイントもフィードバックすることで事業者自ら経営分析を行えるように支援する。分析結果はデータベース化するなど、内部共有することで管内事業者の実態把握と経営指導員等のスキルアップに活用する。

## 5. 事業計画策定支援に関すること

### (1) 現状と課題

【現状】前期経営発達支援事業にて実施。セミナーはマンネリ化しないようにテーマを変更している。セミナー以外では、経営力向上計画や補助金申請等で必要に応じて策定支援を行う。

【課題】事業計画の重要性が伝わりにくい。セミナー参加者が少ない時もあり、思うように事業者を掘り起こせていないので、参加率を上げるための工夫が必要である。

### (2) 支援に対する考え方

小規模事業者に対し、事業計画の重要性を漠然と述べても、実質的な行動や意識変化を促せないため、4. 経営状況の分析で分析を行った事業者を対象に8割程度の事業計画策定を目指す。併せて、持続化補助金申請や国の認定制度（経営力向上計画等）を契機に、事業計画策定につなげる。計画をもとに経営することで場当たりのではない、経営基盤を構築する。

### (3) 目標

	R3年度	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度
事業計画策定件数	10件	20件	30件	40件	50件

### (4) 事業内容

【支援対象】経営分析を行った事業者（持続化補助金申請事業者、認定制度利用者等）

【手段・手法】補助金等の申請書作成者、事業計画策定セミナー受講者に対し、経営指導員等が相談を受けながら作成する。専門家等も交え、確実な事業計画策定に繋げていく。

## 6. 事業計画策定後の実施支援に関すること

### (1) 現状と課題

【現状】巡回と窓口相談にて実施している。

【課題】実施しているものの事業計画内容の確認頻度が不定期であったり、確認内容が不十分である。

### (2) 支援に対する考え方

事業計画を策定した事業者に対して、進捗状況等に応じ、巡回・窓口相談や制度活用など集中的にフォローを行う事業者の抽出や、相談回数調整を行っても支障なく順調に実行できている事業者を判断し、適切な頻度でフォローアップを行う。

### (3) 目標

	R3年度	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度
フォローアップ対象事業者	10件	20件	30件	40件	50件
延べ回数	60回	100回	140回	180回	220回
売上増加対象事業者数	5件	10件	17件	23件	28件

### (4) 支援内容

事業計画初年度は2か月に一度の頻度で進捗状況の確認とフォローアップを行う。前年度支援を行った事業者に対しては四半期に一度の頻度とするが、進捗状況や集中的支援が必要と判断した場合は頻度を増やし、臨機応変に対応する。

手段としては、巡回訪問、窓口相談等により、進捗確認と情報提供を行い、確実な実行と売上アップを目指す。確認内容をむらなく行うため、確認事項を設定し、計画と進捗状況にずれが生じている場合は、ずれが生じた原因を探し、計画内容に関連する各種制度・施策活用、専門家派遣等で修正を図り、場合によっては計画内容を見直すなどして対応する。

## 7. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること

### (1) 現状と課題

【現状】前期経営発達支援事業にて実施。大型ショッピングモールでの展示会の実施や、都市部での展示商談会への参加により販路開拓を支援している。

【課題】参加事業者に対する事前・事後のフォロー内容を充実させるため、明文化するなどした改善を行う。

### (2) 支援に対する考え方

既存販路のみでは、人口減少、消費者需要の多様化などから、売上は減少に転じてしまう。そこで県内外へ販路開拓するため、多くのバイヤーが訪れる商談会に参加する。商談会出展にあたっては経営指導員等が事前・事後の支援を行い、出展期間は、バイヤーや他事業者と商談に持ち込むための陳列の工夫、接客など、商工会が伴走支援を行う。また、商談会後のバイヤーへのフォローアップの方法なども支援する。商工会単独での商談会開催は困難ではあるが、事業者の生産体制、商品の完成度などによっては、商工会でバイヤーを招聘し、商品開発に関する助言や、個別商談会等の実施も検討する。

また、県内外に限らず、台湾や東南アジアをはじめとした海外への販路開拓も視野に入れる。

佐土原は、生姜や「佐土原なす」といった特産品もあることから、商談会参加に際して併せてPRをすることで、商談会出展事業者以外にも、佐土原のブランド力向上にも寄与させる。

### (3) 目標

	R 3年度	R 4年度	R 5年度	R 6年度	R 7年度
展示・商談会参加事業者数	8社	8社	10社	10社	12社
成約件数/社	2社	2社	3社	3社	4社

### (4) 事業内容

需要動向調査等など、経営発達支援事業にて支援した事業者を中心に、新たな需要の開拓を支援していく。想定している商談会は、以下である。

- ・FoodStyle(福岡)
- ・FoodEXPO(福岡)
- ・全国食の逸品 EXPO(東京)
- ・通販食品展示会(東京)
- ・フードストアソリューションズフェア(大阪)
- ・FOODEXJAPAN(大阪)

海外への販路拡大に関しては、一般社団法人みやPEC推進機構と連携して進めていく。なお、情勢や事業者の状況をみて参加する商談会は都度選定する等対応していく。

主に想定しているのは食品系の商談会であり、本計画で支援した商品や自社商品を持つ事業者に対し、販路開拓したい地域や業界に合った商談会を案内し、事前準備や、事後のバイヤーとの接触について支援する。需要動向調査の内容を踏まえた商品改善や専門家とともに商談についてレクチャーする等実効性のある支援を行う。

## 8. 事業の評価及び見直しをするための仕組みに関すること

### (1) 現状と課題

【現状】前期経営発達支援事業では、「経営発達支援事業評価委員会」を県連に設置し、外部専門家らによって評価を受け、または宮崎市内の5商工会（以下「宮崎市5商工会」）で「宮崎市5商工会経営発達支援事業等協議会」を設置し宮崎市担当者と外部専門家で評価会を行った。

【課題】宮崎市内の5商工会による評価会は、事前評価方法を決めていなかった等改善点があるため、評価の基準、方法を明確化して行う。

### (2) 事業内容

理事会での報告・評価に加え、宮崎市5商工会の経営指導員等・法定経営指導員、宮崎市産業政策課職員（商業振興係長等）、外部有識者として中小企業診断士、オブザーバーとして県連経営支援センターらをメンバーとする「宮崎市5商工会経営発達支援事業等協議会」を設置し、年に一度協議会を実施する。協議会事務局は宮崎市5商工会にて年度により担当を決め、進捗状況や成果について評価を行う。

当協議会での評価結果は理事会に報告したうえで、事業実施方針に反映させる。また、HP等で公開し、地域小規模事業者が閲覧できるようにする。

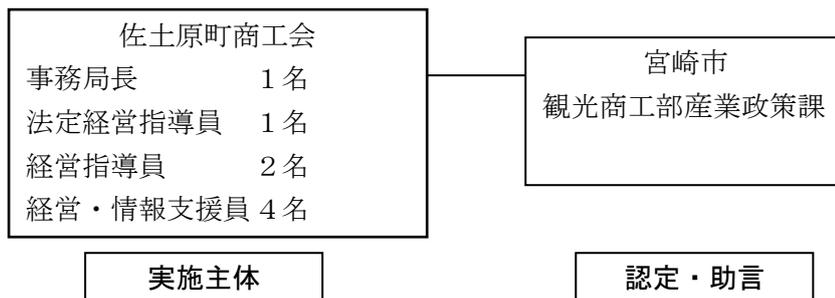
(別表2)

経営発達支援事業の実施体制

経営発達支援事業の実施体制

(令和6年6月現在)

(1) 実施体制(商工会又は商工会議所の経営発達支援事業実施に係る体制/関係市町村の経営発達支援事業実施に係る体制/商工会又は商工会議所と関係市町村の共同体制/経営指導員の関与体制等)



(2) 商工会及び商工会議所による小規模事業者の支援に関する法律第7条第5項に規定する経営指導員による情報の提供及び助言に係る実施体制

①当該経営指導員の氏名、連絡先

氏名：西村 廣美

連絡先：佐土原町商工会 TEL0985-73-2567

②当該経営指導員による情報の提供及び助言(手段、頻度等)

経営発達支援事業の実施と、実施に関する指導及び助言、目標達成に向けた進捗管理、事業の評価・見直しに必要な情報の提供を行う。

(3) 商工会/商工会議所、関係市町村連絡先

①商工会/商工会議所

佐土原町商工会

〒880-0211

宮崎県宮崎市佐土原町下田島 20732-53

TEL 0985-73-2567 fax 0985-73-4975 mail sadowara@miya-shoko.or.jp

②関係市町村

宮崎市 観光商工部産業政策課

〒880-8505

宮崎県宮崎市橋通西1丁目1-1

TEL 0985-21-1792 fax 0985-28-6572 mail 17syouko@city.miyazaki.miyazaki.jp

(別表3)

経営発達支援事業の実施に必要な資金の額及びその調達方法

(単位 千円)

	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度
必要な資金の額	5,780	5,780	8,060	8,060	8,160
専門家派遣費	200	200	230	230	230
委託費	750	750	750	750	750
セミナー開催費	150	150	200	200	250
広報費	350	350	450	450	500
商談会出展費	4,300	4,300	6,400	6,400	6,400
協議会運営費	30	30	30	30	30

(備考) 必要な資金の額については、見込み額を記載すること。

調達方法
会費、手数料収入、宮崎県補助金、宮崎市補助金、伴走型補助金

(備考) 調達方法については、想定される調達方法を記載すること。

(別表4)

経営発達支援計画を共同して作成する商工会又は商工会議所及び関係市町村以外の者を連携して経営発達支援事業を実施する者とする場合の連携に関する事項

連携して事業を実施する者の氏名又は名称及び住所 並びに法人にあっては、その代表者の氏名
連携して実施する事業の内容
連携して事業を実施する者の役割
連携体制図等