

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	三股町商工会（法人番号 1350005003796） 三股町（地方公共団体コード 453412）
実施期間	令和3年4月1日～令和8年3月31日
目標	経営発達支援事業の目標 （1）小規模事業者の持続的発展を目指した経営力の強化 （2）関係機関と連携した事業承継促進 （3）地域資源を活かした販路開拓支援
事業内容	経営発達支援事業の内容 3-1. 地域の経済動向調査に関すること （1）経営支援時の経済動向の活用、情報提供 3-2. 需要動向調査に関すること （1）需要動向調査の実施、小規模事業者への情報提供 （2）商品のブラッシュアップに係る支援 4. 経営状況の分析に関すること （1）経営課題のヒアリング調査、経営分析の実施 （2）専門家及び経営分析ツールの活用 5. 事業計画策定支援に関すること （1）管内事業者に対する事業計画等支援の実施 6. 事業計画策定後の実施支援に関すること （1）事業計画策定後のフォローアップの実施 7. 新たな需要開拓に寄与する事業に関すること （1）商談会・展示会の参加を通じた販路開拓支援 Ⅲ. 地域経済の活性化に資する取組 地域の実情や地域資源を活かした、地域経済の活性化に向けた取組
連絡先	三股町商工会 〒889-1901 宮崎県北諸県郡三股町大字樺山 4421-22 TEL：0986-52-2226 FAX：0986-52-2249 E-mail：mimata@miya-shoko.or.jp 三股町 企画商工課 商工観光係 〒889-1995 宮崎県北諸県郡三股町五本松 1 番地 1 TEL：0986-52-1111 FAX：0986-52-4944 E-mail：syouko-k@town.mimata.lg.jp

(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) 地域の現状及び課題

① 三股町の現状

三股町は宮崎県南部山沿いに位置し、幹線道路国道269号線が町内を南北に走り、県庁所在地の宮崎市と県内2番目に人口の多い都城市(人口16万人)に隣接した人口2万6千人の町である。温暖な気候と豊かな自然に恵まれ、「花と緑と水の町」をキャッチフレーズに町づくりを進めている。平成の市町村合併により近隣の町が都城市、宮崎市、日南市と合併する中、単独町制を選択し、現在に至るまで農林業や商工業などの振興を図りながら町民参加型の「自立と協働で創る元気なまち」を目指し、自主自立の道を歩んできた。



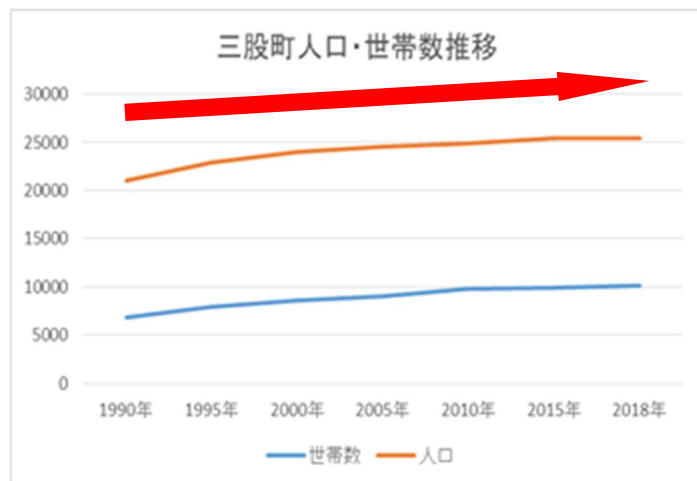
② 三股町の人口等の状況

三股町は都城市中心部への利便性が非常に良いことから、都城市のベッドタウンとして宅地開発が進み、近隣自治体の人口が減少する中、現在も人口の増加は続いている。

高齢化に伴い、生産年齢人口の減少はみられるが、年少人口の増加がみられ子育てに取り組みやすい町であるといえる。しかしながら、都城市中心部に隣接し、利便性の良い西側の地域では都市化が進んでいるものの、三股駅周辺や東側に位置する既存商店街では空洞化や高齢化が進んでおり、人口減少の可能性は避けられない。

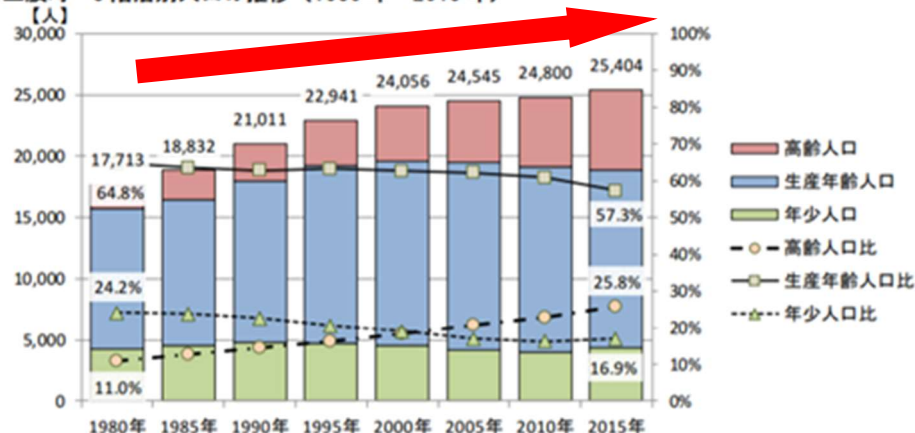
更に、近年は全国的な大規模チェーンの量販店が都城市、三股町に進出し、都城市への消費の流出が大きくなっているだけでなく、町内消費の一部も大規模チェーン量販店に流れている。今後町民の町外就業や若年層の町外流出も懸念される。

(世帯・人)		
	世帯数	人口
1990年	6837	21011
1995年	7990	22941
2000年	8582	24056
2005年	9061	24545
2010年	9796	24842
2015年	9967	25404
2018年	10205	25420



(出典：三股町住民基本台帳)

三股町 3 階層別人口の推移（1980 年～2015 年）



（出展：平成 27 年国勢調査）

③ 三股町の産業

三股町の基幹産業は農業である。農家数及び就業者数は減少傾向ではあるが、認定農業者を中心に農家面積が大きくなっており、経営規模の拡大がみられ大型機械の導入による効率化が図られている。一方で、農業従事者の高齢化や後継者不足が進んでいる。商業は、県外資本の大型店の進出が相次ぎ、事業所数は減少傾向が大きいが、従業者数と年間販売額はほぼ横ばいの状況にある。製造業は事業者数の減少傾向が大きく、従業者数と年間販売額はほぼ横ばいを維持している。

④ 商工業の現状

当会の実態調査によると三股町の施策等により、県内の町村と比較し、商工業者数は、平成 27 年～令和元年の 5 年間で－9 件の減少に抑えられている。

人口の増加による多様なサービスへのニーズからサービス業は増加しているものの、小売業に関しては、消費の流出と大型店が三股町内へ進出していることにより競争が激化。小規模店を中心に減少傾向にあり、非常に厳しい経営環境が続くことが予測される。

【町内商工業者の推移】

（単位：社）

業種	平成 27 年		令和元年		増減	
	商工業者数	小規模事業者数	商工業者数	小規模事業者数	商工業者数	小規模事業者数
建設業	182	178	181	177	▲1	▲1
製造業	88	76	84	73	▲4	▲3
卸売業	48	32	47	31	▲1	▲1
小売業	175	141	170	136	▲5	▲5
サービス業	299	267	302	270	3	3
その他	54	35	53	34	▲1	▲1
合計	846	727	837	721	▲9	▲8

（出典：商工会実態調査）

建設業は公共事業の減少や町外事業者の進出などの影響、製造業においては、アジアをはじめとする海外企業が競争力を強めるなど、いずれも競争が激しい。今後とも町内商工業者が生き残っていくためには、事業計画を活用した計画的な経営改善は不可欠となっている。

商工業全体で見ると非常に厳しい状況が続いてはいるが、三股町では、地域産業の育成のため温暖な気候と豊かな自然の作り出す様々な農産物の加工食品の開発に積極的に取り組んでいる。

平成16年12月に九州最南端の「どぶろく特区」の認定を受け、どぶろくを活用したアイス等は内外でも非常に高い評価を受けている。平成24年度から三股町産ごまを新たな特産品にするため「みまたんごま」のブランド名で、商品開発や販路拡大に取り組んでいる。国内に流通するごまの99.9%は外国産で、栽培期間中農薬や化学肥料を使わずに育てたもので、「みまたんごま」はとても希少であり健康志向が根付いている現代社会においては、需要のある特産品である。

また、他にも豊かな自然が作り出すお茶、肉類などの農畜産物を活用した加工品、そして伝統工芸品としての大弓、民族楽器のごったん、手打刃物、陶芸品など芸術性豊かな特産品などがあり、これらの産業の振興には各方面から大きな期待が寄せられている。

観光業は平成27年のデータによると、観光客数は173,495人。近年では、29回の開催を誇る三股を代表するふるさとまつりに加え、町内外からの交流人口を増やす新たなイベント（モノづくりフェア、みまたん霧島パノラマまらそん）をはじめ、三股駅周辺ではにぎわい創出のためのイベント（よかもん朝市、よかよか夜市、キャンドルナイトみまた）、町と観光協会が連携した祭り（早馬まつり、椎八重公園ツツジまつり、上米公園さくらまつり）等の開催、平成28年度からは外国人観光客を呼び込むためのインバウンド事業（外国語標記の観光案内板の設置、長田峡植栽整備、長田・梶山地域でのカップオブジェの設置、多言語観光パンフレットの作成および物産品PR事業の展開等）を実施している。



【どぶろく】



【三股町産 ごま】

⑤ 三股町の課題

【課題①】商工業者の経営力強化

地域内の商工業者の多くが、経験と勘を頼りにした計画性のない経営を行ってきている。経営分析や事業計画の策定を通じた経営力の強化は、町内事業者が厳しい経営環境を生き抜くための重要課題となっている。当会の町内経済の調査、事業者の簡易的経営分析を行い、さらにその強みを伸ばす方法を事業者にフィードバックすることで、小規模事業者ならでの強みを活かし、差別化を図る事業計画の策定支援を行う必要性に迫られている。

【課題②】後継者不足による廃業の増加

帝国データバンクによると宮崎県内の2018年の「休廃業・解散」は303件判明。この数は同年の「倒産」件数（33件）の9.2倍に上る。また全国的には休廃業・解散数は倒産件数の2.9倍となっており、県内の休廃業・解散は倒産に比べて高いといえる。この数値から町内の事業者も高齢化にともない、経営など厳しい状況になっていくと予想される。

宮崎県休廃業・解散件数

	2009年	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	前年比
休廃業	313	252	236	246	264	241	272	255	265	224	(件) 228	(%) 1.8
解散	91	79	75	77	83	78	83	89	65	79	87	10.1
「休廃業・解散」合計	404	331	311	323	347	319	355	344	330	303	315	4.0
倒産(法的整理)	70	53	48	72	34	38	34	32	26	33	25	▲24.2
「休廃業・解散」率	3.27	2.64	2.31	2.31	2.44	2.22	2.41	2.35	2.23	2.04	(%) 2.12	(pt) 0.08
対「倒産」件数 倍率	5.8	6.2	6.5	4.5	10.2	8.4	10.4	10.8	12.7	9.2	(倍) 12.6	(pt) 3.4
従業員数合計	1,566	1,123	1,555	1,474	1,118	1,054	1,058	999	846	1,087	(人) 804	(%) ▲26.0
売上高合計	319	248	206	168	159	172	186	210	149	229	(億円) 139	(%) ▲39.2

[注1]休廃業・解散率＝休廃業・解散件数(2019年)÷2018年12月時点のCOSMOS2収録社数

[注2]従業員数・売上高合計は、休廃業・解散当時に判明した直近の従業員数と売上高を基準としている

※出典：宮崎県「休廃業・解散」動向調査（2019年）による

https://www.tdb.co.jp/report/watching/press/pdf/s200301_88.pdf

魅力的な個店の増加による商業の振興は、地域内の資金循環を生み出す大きな役割を果たすと共に住みやすく、均衡のとれた町土を作り上げるためにも重要なものとなっている。

(2) 小規模事業者に対する中長期的な振興のあり方

① 10年程度の期間を見据えて

町の各種施策により、現在人口は増加しているものの、小規模事業者の後継者不在や未確定の事業者が多く、今後は事業者数が減少していくことが予想される。

小規模事業者の減少を防ぎ、地域雇用の場を確保するため、また、地域経済の循環を維持するためにも、管内事業者の持続的発展と、事業承継支援を推進する。

② 三股町総合計画との連動性・整合性

第五次三股町総合計画の後期基本計画（2015年から2020年）においては下記の3点に重点をおいた取組があげられている。

(ア) 多世代の人々が楽しめる商店街づくり

消費者のニーズの多様化に対応し、商工会とともに地域の特性を活かした街並みづくりや賑わいづくりを進め、地域コミュニティ交流空間として子どもから高齢者まで多様な年代層が集まり、楽しめるような商店街づくりの推進。

(イ) 魅力あるお店づくり

関係団体と連携し、経営指導及び経営相談の機能を強化するとともに、経営基盤の基礎となる金融対策の充実を図る。

また、中小企業大学校等での研修による人材育成支援や活性化事例等の情報の提供及び付加価値を付けた魅力ある商品券の発行等、魅力ある店づくりを進める。

(ウ) 農業と連携した地域資源活用型商品の販売

基幹産業である農業と連携した新商品の開発等、地域資源を活かした取り組みを実施する。

小規模事業者支援に対する商工会のビジョンが町総合計画に掲げる基本方針と、比較的連動しており、町と連携し、小規模事業者支援を実施していく。

■総合計画内での現況

商業振興の取り組みとしては、物産館を併設する産業会館の建設や「みまたんえき」の改修が行われ、町内外への情報発信の場として活用されている。

また、駅西側の駐車場・駐輪場を整備し、コミュニティバス「くいまーる」や、JR九州並びに宮崎交通バスとの交通結節点として、賑わい創出が期待されている。

消費者の立場に立った店舗と街づくり対策としては、プレミアム付商品券を発行し誘客を図るほか、商工会による経営改善普及指導事業(情報化指導)を実施し、魅力ある街づくりに向け取り組んできた。街づくりの環境整備については、商工会とともに地域の特性を活かした街並みづくりや賑わいづくりを進め、地域コミュニティ交流空間として子どもから高齢者まで多様な年代層が集まり、楽しめるような商店街づくりに向け取り組んでいる。

■総合計画内の課題の解決に向けた取り組み

経営近代化に向けては、商工会と連携し、経営改善普及指導事業などにより、経営の近代化や改善の促進と、商店経営強化に取り組む。

人材や組織の育成強化対策は、町商工会と連携した各団体の育成・強化に取り組んでいる。

消費者の町外流出への防止及び軽減といった目標に対しては、商工会と連携し、地域総合振興事業のほか、「ん」のつく町(※1)をコンセプトに既成商店街の組織力の強化のため、お買い物ラリー等の共同イベント事業に取り組んできた。また、地域資源としての農業と連携した新商品の開発を行い、消費者の購買意欲を促す必要が求められている。

(※1)「ん」のつく町・・・三股町では「三股の・・・」を「三股ん・・・」と言葉遣いするところから、「地域資源∞全国展開プロジェクト」で取組んだ三股町のイメージづくりとして「〇ん」のロゴマークを制作し、商品のパッケージ等に使用するとともに、町長が〇んの町宣言を行った。「〇んのまち」には”ん”のつくまち→「運」のつくまちとして、三股町の特産品を購入すれば、「運」がつく、というキャッチフレーズである。

③ 商工会としての役割

商工会・金融機関・既存企業との連携のもと、研修・相談機会の拡充や情報提供の充実など、指導・支援体制の強化を図り、経営意欲の向上や後継者の育成、地域に密着したサービスやICTを活用したサービスの展開、魅力ある特産品の開発・販売、事業の拡大等を促進する。

三股町と連携し、商店の経営力の強化、人材の育成、地域資源を活かした販路開拓支援を行い、地域経済の活性化を図る。

(3) 経営発達支援事業の目標

本町小規模事業者の10年後のあり方を実現するため、当初5年間の目標を次のとおり設定する。

① 小規模事業者の持続的発展を目指した経営力の強化

支援機関として、小規模事業者に気付きやきっかけを与え、事業者の悩みを気軽に受け付けることが重要である。支援機関である商工会が、様々な悩みを受け付け、時には支援を受けることを強く勧め、必要に応じて、より専門的な機関へと取り次ぐことが重要である。

そうした専門機関と顔が見える関係を構築することの重要性や、相談対応後の積極的なフォローを行い支援していく。小規模事業者が自社の経営状況・課題を把握して、それを反映した事業計画を策定して実行、評価を繰り返す発展的な経営サイクルを確立させることで経営体質を強化し成長を促進する。

② 関係機関と連携した事業承継促進

上記でもあげたように、経営者の高齢化が進み、後継者のいない小規模事業者の廃業が増えている。また、後継者はいるものの親子間の問題等でスムーズに事業承継が進まない事例もある。商工会としては会員向けの調査を実施しているが、管内すべての小規模事業者の後継者情報を把握していないので早急に実態を把握して対応する。支援機関である商工会としては、日頃の巡回、窓口相談対応等で積極的に事業状況等一步踏み込んだヒアリングを行う。後継者不在、スムーズに事業承継が進まない場合は関係機関と連携し、円滑な親族内承継、第三者への事業引継ぎあるいは円滑な廃業を支援する。

③ 地域資源を活かした販路開拓支援

現状食品の展示会等への出展がメインとなっている。販路開拓を行う上で、市場調査や経済動向調査を実施し、食品だけに限らず、大手企業との差別化を図った販路開拓支援を行う。三股町ならではの小規模事業者が持つ地域資源を活かした商品の販路拡大を図ることが理想ではあるが、市場調査結果などに基づき地域外顧客、地域内顧客のニーズの把握を行い、市場に合った販路開拓支援をめざして小規模事業者の持続的発展に繋げる。販路開拓支援ではBtoBの形態での販路を主な目標に掲げ、持続的発展に繋がる支援を行う。BtoCの形態である展示会でもリピーターの獲得に繋がる仕組みづくりを小規模事業者に促し、一過性のある販路ではなく、持続的な販路拡大に繋がることを意識した支援を目標とする。

経営発達支援事業の内容及び実施期間

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 小規模事業者の持続的発展を目指した経営力強化への取組方針

自社の経営力強化に取組む小規模事業者には、経営分析による現状と課題の把握を行い、この課題解決への取組や個社が目指す経営の実現に向けた取組などを内容とする事業計画策定とその実践を継続的に支援する。この取り組みは商工会が中心となり、経営指導員と経営・情報支援員が組織内で情報の共有を行い、支援ノウハウの蓄積を行う。事業者のニーズに合わせた伴走型

支援を実施し、小規模事業者の持続的な発展を支援する。また必要に応じて専門家の活用も行う。

② 関係機関と連携した事業承継の促進への取組方針

管内事業者の実態の把握を実施し、対象となる小規模事業者については、現経営者の意向を確認する。また、日頃の巡回、窓口相談の中でも意向などを確認し、局内で情報共有を行い、親族内後継者がいる場合は、主に、宮崎県事業承継ネットワークのコーディネーターや専門家と連携して承継計画の策定と遂行を支援し、後継者不在の場合は第3者への事業引継ぎあるいは円滑な廃業を支援する。

③ 地域資源を活かした販路開拓支援への取組方針

市場動向、経済状況の把握を確実にし専門家も活用しながら、地域資源を活かした商品の販路拡大に取り組む。小規模事業者の販路拡大支援を行い、持続的発展に向けた取組を行う。

I. 経営発達支援事業の内容

3-1. 地域の経済動向調査に関すること

(1) 現状と課題

本会においては、平成28年度・29年度に伴走型小規模事業者支援推進事業を活用して、年1回外部の調査会社に分析作業等を委託して、地域の小規模事業者の経営状況、経営課題、業種別の景況感などを集計し、グラフ化するなどしてまとめ、それを商工会報誌で公表を行った。

地域の小規模事業者の動向を把握できたことは一定の成果があったと思われるが、調査結果を商工会報誌のみの公表にとどまり、経営計画書作成等の経営支援時に有効に活用できていなかった。

また、本町も例外ではなく、経営者の高齢化が進んでおり、今後廃業する事業者が増加していくと思われ事業承継は喫緊の課題となっている。

今後は、外部調査会社への委託は行わず、回収した調査票を基に経営指導員等が分析を行い、調査で得たデータと関係機関が定期的に公表する景況調査や国が提供するビッグデータを活用し、総合的に分析等を行うなど、地域経済動向調査としてまとめ、地域内商工業者等に広く周知するために商工会ホームページで公表を行うとともに、小規模事業者の経営計画書作成等に反映していく。

加えて、地域内で廃業者も増加していることから、事業承継に結び付けていくための調査を新たに行い、廃業による地域の活力低下を防ぐことも重要である。

(2) 目標

	現行	R3年度	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度
① 地域経済動向調査回数	未実施	2回	2回	2回	2回	2回
地域経済	未実施	2回	2回	2回	2回	2回

動向調査 の公表回 数						
② 事業承継 調査回数	未実施	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回

(3) 事業内容

① 地域経済に関する調査の実施

地域の経済状況について、巡回時又は地区別会員懇談会、セミナー開催時に経営指導員等がB I Z ミル(※2)の経営状況調査アンケートの項目に沿った調査を行い、全国商工会連合会の中小企業景況調査や国が提供している「RESAS」(地域経済分析システム)の活用も行い、比較分析や関連するデータを付記した地域内経済動向としてまとめる。

(※2) B I Z ミル・・・(株)HALの提供するクラウド型経営支援基幹システムであり、経営分析や事業計画の作成機能があり、小規模事業者支援に有用なツールである。また、経営支援のデータを入力する事で、支援情報やノウハウ等を組織内で共有できる。

(ア) 調査対象

三股町の小規模事業者30事業所

町内の製造業、建設業、小売業・卸売業、飲食・宿泊業、サービス業の事業所をバランスよく選出し調査を実施する。

(業種別内訳…建設業6事業所、製造業：6事業所、小売業・卸売業：6事業所、飲食・宿泊業：6事業所、サービス業：6事業所)

(イ) 調査の時期

半年ごとに年2回

(ウ) 調査項目

営業年数、従業員数、最近の売上状況・利益状況・資金繰り状況、雇用、設備投資状況、経営課題等

(エ) 調査方法

経営指導員等による事業所巡回、地区別会員懇談会やセミナー開催によりアンケート方式にて実施

(オ) 分析方法

収集したデータをB I Z ミルのアンケート集計機能に入力し、ヒアリング項目に沿って分析する。

② 事業承継調査

地域内の廃業が進む中、事業承継に関する実態を把握し、その課題や事業の継続化、相続・事業承継対策について調査を行う。

(ア) 調査回数

年1回実施

(イ) 調査対象

三股町内小規模事業者(製造業、建設業、小売業・卸売業、飲食・宿泊業、サービス業)

(ウ) 調査項目

事業の概要、会社・代表者所有の有形・無形資産、事業継続の有無、後継者の有無、親族や従業員・第三者承継の意向、事業承継にあたっての課題等

(エ) 調査方法

アンケート調査票を郵送もしくはFAXするか、巡回訪問してのヒアリング等により調査を実施し、その結果を経営指導員等がとりまとめる。

(4) 成果の活用

町内の経済動向を把握し、情報提供することで、職員間の地域経済情報（経営状況）の共有はもちろん、新商品販売、経営革新、創業、補助金申請等を目指す小規模事業者の経営計画書や経営改善のための経営状況分析作成において、地域経済動向を把握するための資料や経営相談時の支援情報として活用することができ、また、作成した調査報告書等については、商工会ホームページにて公開し、地域の商工業者への情報提供も行う。

そして、事業承継調査で得た情報は、宮崎県事業承継ネットワークや宮崎県事業引継ぎ支援センターと連携して、個別相談や承継計画の策定や第三者とのマッチングを行う時の支援資料として活用する。

3-2 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

これまでの当商工会における需要動向調査の調査は、町内の小規模事業者から調査依頼のあった商品を外部の調査会社に委託して、主に都市部の消費者ニーズについてのデータ収集を行ってきた。「売れる商品」づくりには買い手のニーズを踏まえたマーケットインの発想が必要不可欠であるということの小規模事業者が認識したことは成果といえる。

しかしながら、現在の方法では都市部の消費者のみのデータ収集しかできず、企業のバイヤーや商圏内消費者のニーズ把握ができない点が課題となっていた。

そのため、バイヤーや商圏内外の消費者のニーズを把握する調査方法を加え、その結果を小規模事業者に還元し、商品のブラッシュアップや経営改善を図る仕組みを構築することが必要である。

(2) 目標

	現行	R3年度	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度
①新商品開発の調査対象事業者数	1社	3社	3社	4社	4社	5社
②試食、アンケート回数	未実施	3回	3回	3回	3回	3回

(3) 事業内容

① 展示会におけるバイヤーに向けたアンケート調査

例年出展している「Food EXPO Kyushu」（福岡市）や「FOOD STYLE」（福岡市）などの展示・商談会にて、バイヤーに試食を伴ったアンケート調査を実施する。

(ア) 対象事業者

野菜、果物、肉類、茶等の地域資源を加工する飲食料製造業者

(イ) 調査項目

味、食感、色、大きさ・形、価格、見た目、容量、パッケージ等

(ウ) サンプル数

来場バイヤー 50人

(エ) 分析方法

経営指導員がアンケート結果を集計・分析する。

② 都市部の一般消費者に向けたアンケート調査

事業者から都市部の需要動向調査の依頼があった場合、調査会社への調査委託や宮崎県のアンテナショップ「新宿みやざき館 KONNE(こんね)」（東京都・新宿サザンテラス内）等での試食を伴ったアンケート調査を行い、都市部の消費者のニーズ把握を行う。

(ア) 対象事業者

野菜、果物、肉類、茶等の地域資源を加工する飲食料品製造業者

- (イ) 調査項目
味、食感、色、大きさ・形、価格、見た目、容量、パッケージ等
- (ウ) サンプル数
一般消費者 50人
- (エ) 分析方法
委託業者がアンケート結果を集計・分析し報告書を作成する。

③ 管内一般消費者に向けたアンケート調査

事業者から管内の需要動向調査の依頼があった場合、商工会に隣接する三股町の物産館「よかもんや」及び毎月第4日曜日に開催される朝市「みまたん駅前よかもん市」や毎年11月に開催される町産業祭「三股町ふるさとまつり」等のイベントの際にテスト販売を実施し、その際に、経営指導員等がアンケート調査を実施する。

- (ア) 対象事業者
野菜、果物、肉類、茶等の地域資源を加工する飲食料品製造業者
- (イ) 調査項目
味、食感、色、大きさ・形、価格、見た目、容量、パッケージ等
- (ウ) サンプル数
一般消費者 50人
- (エ) 分析方法
経営指導員がアンケート結果を集計・分析する。

(4) 成果の活用方法

回収したアンケート調査は、調査会社や専門家と連携して分析し、RESAS（地域経済分析システム）やMiena（商圈分析システム）の関連するデータを付記するなどして報告書を作成する。

また、報告書は、対象の小規模事業者に説明・フィードバックし、マーケットインの考えを浸透させ、今後の商品改良や販路開拓並びに事業計画の策定に活用していく。

そして、調査結果により課題等があれば、専門家を派遣して課題解決を行う。

4. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

これまでの経営分析については、ネットde記帳の代行先、日本政策金融公庫の小規模事業者経営改善資金（マル経融資）融資先、各種補助金の申請先、経営革新計画承認申請先に対して、簡易な財務分析に終始していることが多く、また、分析結果の職員間共有もうまくできておらず課題となっている。

今後は、分析先として前述の小規模事業者の他、需要動向調査支援先も加え、非財務分析の他に経済動向調査での分析結果も活用しながら、事業者自らが経営課題の発見や経営目標との差異などを把握し、事業計画策定や事業承継対策につながるよう支援を行っていく必要がある。

(2) 目標

	現行	R3年度	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度
②経営分析件数	44件	60件	60件	60件	60件	60件

(3) 事業内容

① 対象者

ネットde記帳の代行先、日本政策金融公庫の小規模事業者経営改善資金（マル経融資）融資先、各種補助金の申請先、経営革新計画承認申請先や各種セミナー参加者の中で規模拡大など経営に意欲的な小規模事業者を60事業所選定。なお、各事業所には、経営分析の意義や必要性を説明し実施。

② 分析項目

定量分析を目的とした「財務分析」と、定性分析を目的とした「非財務分析」の双方を行う
《財務分析》売上高増加率、営業利益率、労働生産性、EBITDA有利子負債倍率（健全性）、
営業運転資本回転期間（効率性）、自己資本比率（安全性）等
《非財務分析》経営者への着目、関係者への着目、事業への着目、内部管理体制への着目や
SWOT分析（強み、弱み、脅威、機会）等

③ 分析手法

クラウド型経営支援ツール「BIZミル」や経済産業省の「ローカルベンチマーク」、中小企業基盤整備機構の「経営自己診断システム」を活用し、経営指導員等が分析を行う。また、景況調査や需要動向調査並びに「業種別審査辞典」を活用しての比較分析を行う。

（４）成果の活用

BIZミルを活用し、「ローカルベンチマーク」や「経営分析調査分析表」を作成し、結果を経営指導員等が巡回等で当該小規模事業者にはフィードバックし、事業者は定量・定性的に自社の問題点や強み等を認識し、次の事業計画書策定につなげていく。

また、今後は、事業者自らが経営分析を行って、経営状態や今後の経営方針を判断・策定するよう指導を行う。

そして、BIZミルを活用することで、経営分析データがデータベース化され職員間で共有できるようになるため、担当職員だけでなく、他の職員も類似の経営支援に活用できるようにする。

５．事業計画策定支援に関すること

（１）現状と課題

これまで、事業計画の策定に関して支援実績はあるものの、小規模事業者持続化補助金等の補助金申請時や各種融資、創業支援の施策を受ける際の必要書類として、当該小規模事業者等より提出を求められ作成支援を行うなど、一過性のものが多く、中長期経営計画の策定まで踏み込んでこなかった。

小規模事業者が事業の持続的発展を目指すうえで事業計画策定は不可欠であり、事業計画の必要性を事業主自らがしっかり認識し、事業計画書を策定できるよう支援を行っていく。

（２）支援に対する考え方

小規模事業者や創業者に対し、事業計画策定の重要性や策定方法を漠然と伝えるだけでは実現可能性の高い事業計画策定につながらないため、「事業計画策定セミナー」や「創業セミナー」を開催し、事業者本人がなぜ事業計画が必要なのかを認識してもらい、経営分析に基づいた経営方針や目標設定による事業計画の策定ができるよう支援を行っていく。

また、事業承継調査により、支援が必要な事業所は、宮崎県事業承継ネットワークや宮崎県事業引継ぎ支援センターと連携して、「事業見える化計画」、「事業承継計画」の策定が行えるよう支援をしていく。

（３）目標

	現行	R 3 年度	R 4 年度	R 5 年度	R 6 年度	R 7 年度
① 事業計画策定セミナー開催	未実施	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
② 創業セミナー開催	未実施	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
③ 事業計画策定事業件数 （創業・事業承継者含）	1 5 件	2 0 件	3 0 件	3 5 件	4 0 件	4 5 件

(4) 事業内容

経営分析の結果、抽出された課題の解決に向けた支援により効果的な事業計画策定を行うことで持続的発展につなげる事業を展開する。

具体的な支援手段としては下記のとおりである。

なお、支援対象としては、経営分析を実施した小規模事業者及び事業承継を計画している小規模事業者等とする。

① 事業計画策定セミナーの開催

経営分析を行った小規模事業者を対象に、事業計画書の重要性や事業計画策定方法について解説するセミナーを開催し、「地域の経済動向調査」、「経営状況の分析」及び「需要動向調査」結果を踏まえ、経営方針や目標設定によるより実効性のある事業計画の策定支援をしていく。

(ア) 対象者：自社の経営状況について把握したい小規模事業者、事業計画書策定を見据えた小規模事業者や事業承継を計画している小規模事業者

(イ) 募集方法：セミナー案内チラシを作成し、巡回時に配布・案内。商工会HPで案内。

(ウ) 開催回数：年間1回

(エ) カリキュラム：i. 事業計画とは、ii. なぜ事業計画の作成が必要なのか、iii. 事業計画書のポイント、iv. 事業計画を作成してみる他

(オ) 講師：宮崎県よろず支援拠点コーディネーター

(カ) 参加者数：15名程度

(キ) 手法等：経営指導員や外部専門家、宮崎県事業承継ネットワークのコーディネーターによる伴走型の支援を行い、確実に事業計画書の策定を行う。

② 創業セミナーの開催

本町は、平成27年10月に「産業競争力強化法」に基づく認定を受けており、本会主催の創業セミナーを「特定支援事業」と定めていることから、行政と密に連携した支援体制の構築を図り、「創業セミナー」を開催し、創業者の計画策定支援を行い、開業者を増やしていく。

(ア) 対象者：三股町内で創業希望する個人等

(イ) 募集方法：三股町広報誌・回覧板、商工会会報誌、商工会HP、パンフレットで案内。

(ウ) 開催回数：年間1回

(エ) カリキュラム：i. 経営の基礎、ii. 創業のための法律知識、iii. 創業時の資金調達方法、iv. 会計・財務管理の基礎知識、v. マーケティング、vi. 人事及び税務申告、vii. ビジネスプラン作成他

(オ) 講師：宮崎県よろず支援拠点コーディネーター

(カ) 参加者数：15名程度

(キ) 手法等：経営指導員や外部専門家による伴走型の支援を行い、RESAS（地域経済分析システム）やMi e N a（商圏分析システム）も活用しながら、実行性の高い事業計画書の策定を行う。

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

事業計画策定後のフォローアップについて実施はしているが、経営課題が生じた際に不定期に実施しているのが現状で、支援件数についても目標値を下回る状況にあることから、事業計画が計画通りに進捗した事業者が少ないのが現状である。

このようなことから、事業計画策定後は、定期的な巡回によるフォローアップを行い、PDCAサイクルを意識した的確な伴走型支援につなげる仕組み作りが課題となっている。

(2) 支援に対する考え方

事業計画策定を行った全ての事業所に対してフォローアップを行い、策定した事業計画の実現性の向

上を目指す。

フォローアップの頻度は、四半期に1回のペースで行うことを原則とするが、事業計画の進捗状況等により、訪問回数を増やして集中的に支援すべき事業者と、ある程度訪問回数を減らしても支障ない事業者を判断した上で、フォローアップ頻度を設定していく。

(3) 目標

	現行	R 3 年度	R 4 年度	R 5 年度	R 6 年度	R 7 年度
フォローアップ対象事業者数(創業・事業承継者含)	1 5 件	2 0 件	3 0 件	3 5 件	4 0 件	4 5 件
頻度(創業・事業承継者含) *延回数	6 4 回	8 0 回	1 2 0 回	1 4 0 回	1 6 0 回	1 8 0 回
売上増加事業者数	—	7 社	1 0 社	1 2 社	1 3 社	1 5 社

(4) 事業内容

① 定期的なフォローアップの実施

事業計画を策定した小規模事業者に対して、原則四半期に1回巡回訪問及び窓口相談を行い、策定した事業計画の進捗状況について確認を行う。

なお、進捗が遅れている事業者、創業間もない事業者や地域資源活用事業者については、訪問頻度を高め、ヒアリングを行い、事業計画との間にズレが発生している場合は当該ズレの発生要因及び今後の対応方策を検討の上、計画の修正支援を行い、必要に応じて専門家派遣や他の支援機関との連携により、課題解決に向けた取り組みを臨機応変に対応していく。

② 金融機関等との連携

事業計画の実行段階での資金調達の必要が生じた場合には、日本政策金融公庫と連携し、小規模事業者経営発達支援融資制度等を活用する他、地域の銀行・信用金庫等と連携し、県や町の制度融資等も活用し円滑な資金繰り支援に取り組む。

③ 施策情報等の提供

国・県・町等の補助金・助成金等の支援策や各種セミナーの紹介を商工会ホームページに掲載するとともに、チラシを作成し巡回指導時に配布することで情報提供を行う。

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

これまで実施しているものの、展示会出展の事前・事後のフォローが不十分であったため、改善した上で実施する。宮崎県中小企業団体中央会が開催する「みやぎきの食品産業マッチング会」、宮銀行などの商談会等への小規模事業者の参加を会報等への掲載、宮崎県商工会連合会が県商工政策課からの情報提供を行う県連お知らせサービス等を通じて情報提供は実施しているが、参加企業、問合せなどが少なく効果的なPRや販路開拓ができていないのが現状である。このことは、小規模事業者が新たな販路開拓や自社商品のPRを行いたいとは考えているものの、商工会の支援が情報提供だけに留まっているという状況もある。短期的には小規模事業者の売上及び利益の増加、中・長期的に三股町の地域資源を活かした販路開拓支援という目標を達成するために、地域内における新たな需要の開拓と地域外への販路開拓支援をどのように、効果的かつ実効性のあるものにしていくかが課題となっている。

(2) 支援に対する考え方

商工会が自前で展示会等を開催するのは困難なため、都市部で開催される既存の展示会への出展を目指す。出展にあたっては、経営指導員等が事前・事後の出展支援を行うとともに、出展期間中には、陳列、接客など、きめ細かな伴走支援を行う。

(3) 目標

	現行	R 3 年度	R 4 年度	R 5 年度	R 6 年度	R 7 年度
展示会・商談会出 展事業者数	2 社	3 社	3 社	4 社	4 社	5 社
成約件数/社	5 件	7 件	9 件	10 件	10 件	12 件
展示卸売会出展事 業者数	56 件	56 件	56 件	56 件	56 件	56 件
売上額/社	16 万円	16 万円	16 万円	17 万円	17 万円	17 万円

(4) 事業内容

事業計画を策定した事業者で、商品の開発に取り組む小規模事業者については、商品のブラッシュアップを行い、想定するターゲット、県内外商圏に応じた展示会・商談会への出展を支援することで新たな販路開拓、継続的な新商品開発に繋げる。

① 事業者のニーズに合わせた商談会・展示会の出展支援（B t o B）

当会ではこれまで、首都圏（東京・福岡等）での商談会・展示会への出展支援を実施している。近年は毎年10月に福岡市の「福岡国際センター」で開催される展示商談会「フードエキスポ九州」への出展支援を行っている。福岡県という九州内で宮崎県とも地理的にも比較的近いこと、また小売・中食・外食業界の販路拡大を目的とした九州を代表する展示商談会で、約260社との商談が可能であるという点が魅力的であるため近年はこの商談会への出展支援を行っている。この他にも事業者が希望する販路に向けた商談会に参加していく。

② 宮崎県商工会連合会が主催する商談会への出展支援（B t o B）

宮崎県商工会連合会が主催する「みやざき地場産品商談会」への出展支援を行う。「みやざき地場産品商談会」は、首都圏の百貨店や通信販売会社のバイヤー約4社を招いて行う宮崎県内の食品関連事業者を対象にした事前マッチングによる個別商談会であり、個別商談である為成約率が高いことが特徴として挙げられる。

また、宮崎県商工会連合会の主催であり、参加事業者へのフォローも手厚いことなどから、商談会への参加経験が少ない事業者にとっても参加しやすい商談会である。

③ 宮崎空港ビル(株)との個別求評会への参加支援（B t o B）

昨年度、宮崎県商工会連合会と宮崎空港ビル（株）が「特産品の販路開拓に関する連携協定」を締結し、個別商談会の共同開催など販路開拓事業に取り組んでいることから、開催が予定されている「宮崎空港ビル(株)との個別求評会（仮）」への参加支援を行う。

年間330万人が利用する宮崎空港との取引獲得により、大きな需要開拓が見込める。

また、宮崎空港との取引実績は大きな信用となることから、更なる県内外への販路開拓へとつながる事が期待されるので、本町事業者の積極的な参加を促す。

④ みまたん駅前よかもん朝市（※3）への出店支援（B t o C）

伴走型支援により、新商品等を開発した事業者に対して、商工会に隣接する物産館前の広場にて定期的に開催される「みまたん駅前よかもん朝市」への出店を勧め、消費者の反応を見る機会を創出する。

（※3）みまたん駅前よかもん朝市・・・毎月第4日曜日に「物産館よかもんや」前で行われている朝市。令和元年12月で150回の開催回数を誇る。出展社数は20社、来場者数は100～300名の来場者数を誇る。

⑤ ふるさとまつり（※4）への出展支援（B t o C）

既存出展事業所に加え、伴走型支援により、新商品等を開発した事業者に対して、三股町で年1回開催される「ふるさとまつり」への出店を勧める。このまつりは町内だけでなく、県外からの消費者も訪れるまつりとなっており、消費者の反応を見る機会を創出する。

(※4) ふるさとまつり・・・11月の第2土・日に町民一丸となつてつくりあげる町最大のイベント。伝統芸能、出店、子ども広場など様々なコーナーがあり、温かい鍋の販売や大抽選会も行われる。出展者数は36社（令和元年度）、来場者数は約50,000名。

(5) 支援対象

需要動向調査等を通じて事業計画書策定の支援を実施した小規模事業者で、地域資源（野菜、果物、肉類等）の加工品を製造する食料品製造業者を支援対象とする。

(6) 支援内容

① 事前支援

参加する事業者には、専門家の協力を得ながら商品パッケージ・出展ブース・パンフレット等について事前指導を実施する。また、展示会出展に際して、FCPシートの提出が必須となるため、経営指導員が関与し作成する。

② 商談会等会場での支援

経営指導員が商談会等に同行し、ディスプレイの支援、バイヤー等からの意見収集、さらにバイヤーとの今後の商談を円滑に実施するための連絡調整等の現地支援を実施する。

③ 事後支援

商談会等終了後も経営指導員の巡回等によるフォローアップを実施する。商談後に成約に向けサンプルの送付などを依頼されるケースがある。現状としてサンプルを送付するだけにとどまり、成約まで至らないケースが多くある。事業者から積極的にバイヤーに連絡が取れるようフォローを行い、バイヤーからの意見等をもとにした商品の改良など、成約獲得に向けた取組を支援する。

(7) 期待される効果

展示会・商談会・物産展等への出展支援により、都市部のバイヤーや消費者と直に触れ合う機会を経験でき、そのときに得ることができた様々な意見を取り入れることにより、今よりも付加価値の高い商品やサービスの提供につながる効果がある。

また、出展に際して専門家や経営指導員より支援を受けることで、ブース作成やバイヤーとの交渉方法など出展に関するノウハウの定着につながることから、小規模事業者の積極的な販路開拓に弾みがつくことが期待できる。

Ⅱ．経営発達支援事業の円滑な実施に向けた支援力向上のための取組

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

平成30年度までは、宮崎県商工会連合会が設置する経営発達事業外部評価委員会で評価を受けていたが、令和元年度以降当商工会に経営発達支援協議会を設置し、評価・検証及び改善策について助言を受けている。今後PDCAサイクルを適切に回す新たな仕組みの構築が必要になっている。

(2) 事業内容

以下の方法で評価・検証を行う。

① 経営発達支援事業等協議会の実施

② 三股町企画商工課長補佐、法定経営指導員、外部有識者（中小企業診断士）をメンバーとする「経営発達支援事業等協議会」を年1回開催する。

【報告～評価までの流れ】

(ア) 本会は事業の実施状況、達成度、成果を取りまとめた報告書を「経営発達支援事業等協議会の実施」に提出

(イ) 「経営発達支援事業等協議会の実施」は報告書をもとに、事業評価・チェックを行った後、

改善すべき事項がある場合は、本会に対してアドバイス・助言を行う。

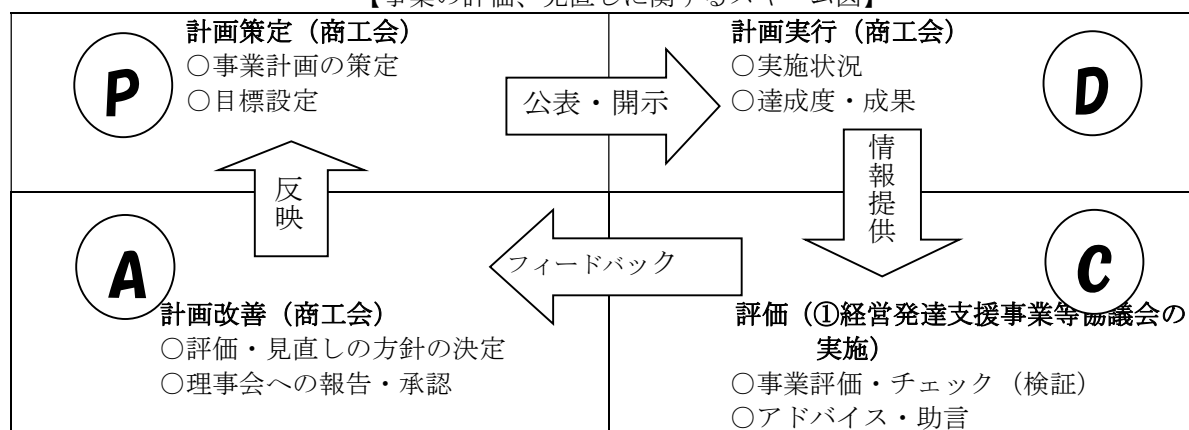
③ 商工会理事会への報告

本会は、経営発達支援事業等協議会の実施の評価・助言を受けて、計画の見直し方針を理事会に報告し承認を得る。

④ 評価・見直し結果の公表

評価委員会による評価及び見直し結果は、商工会における理事会にフィードバックした上で、事業実施方針等に反映させるとともに、商工会ホームページ (<https://r.goope.jp/45mimata>) に掲載して周知するとともに、商工会事務所に常備し、地域の小規模事業者が閲覧できる状態とする。

【事業の評価、見直しに関するスキーム図】



9. 経営指導員等の資質向上等に関すること

(1) 現状と課題

宮崎県商工会連合会等が主催する経営指導員等を対象とした研修に積極的に参加し、資質の向上に努めている。テーマについても消費税軽減税率制度やキャッシュレス還元事業、小規模支援法改正等幅広く、個々の支援内容・課題に合わせた研修を受講している。

研修等への参加で経営支援スキルの向上を図っているが、研修後は復命書を回覧するだけに留まっており、職員全体の支援スキルの向上へは結びついていない状況にあり、研修で学んだ支援ノウハウや知識を共有できる体制・仕組みを構築することが課題となっている。

また、職員間のミーティングも連絡報告事項がある場合のみ都度開催するに留まっており、属人的な支援体制にならないように、組織として経営支援の取り組みや支援ノウハウの蓄積が可能となる支援体制を構築することも課題となっている。

(2) 事業内容

他の支援機関等の事例研修会などに積極的に参加して支援スキルの向上を目指して学習する。

① 研修会への計画的参加によるノウハウ習得

外部機関の研修を受講する機会がほとんどなく、より専門的且つ高度な知識・ノウハウを身に着ける機会が少ないため、今後は従来どおり宮崎県商工会連合会が主催する職員向け研修への参画と、中小企業大学校や中小企業基盤整備機構が開催する専門研修に経営指導員・経営情報支援員が年1回以上参加することで、小規模事業者の抱える課題への対応力を身につけ、支援におけるスキルアップを図る。

また、外部専門家による専門家派遣事業を行う場合は、当商工会の経営指導員が同席することを必須とし、専門家の指導の様子を参考にして経営支援能力のレベルアップを図っていく。

② 職員間の定期的ミーティングの開催

全職員によるミーティングを毎月1回開催し、経営発達支援計画に関する取り組み・進捗状況について情報を共有し組織全体で取り組み体制を構築する。

③ 支援データ等の共有化

個々の職員が保有する支援ノウハウや経営分析結果等について共有フォルダを作成しデータベース化し、職員全員がいつでも共有できる体制を構築する。

また導入している BIZ ミルシステムを支援先の経営状況分析や事業計画策定に活用し、全職員の共有化を図るようにする。

10 . 他の支援機関との連携を通じた支援ノウハウ等の情報交換に関すること

本会では、これまでも都北地区の6商工会で組織される職員連絡会議に年2回参加し、職員同士の小規模事業者に対する支援ノウハウの蓄積を行ってきたが、支援内容が高度化する中、更なる支援ノウハウ習得の必要性が出てきている。

そんな中、行政機関、金融機関及び他の支援機関との連携については、個別の支援案件において、必要に応じて情報収集や情報交換を実施しているに留まっている。現在行政機関及び金融機関の実務担当者との協議を行う場が年1回と少ないことが課題となっている。

(2) 事業内容

① 都北地区商工会職員連絡協議会「経営支援会議」への出席(年1回)

宮崎県都北地区6商工会の経営指導員等が集まり、支援事例、支援ノウハウ等小規模事業者の支援ニーズに応えるべく意見交換、情報の提供等行う「経営支援会議」へ出席する。参加する職員が同じブロックの地域経済や各産業の動向に関する情報交換・収集を行うとともに、若手職員の支援ノウハウを蓄積する機会としても役立てる。

② 金融機関等との意見交換会の開催(年1回)

地元金融機関や日本政策金融公庫宮崎支店及び行政機関と連携して年1回勉強会を開催し、各種融資制度や小規模事業者の資金需要動向等について情報交換を行う意見交換会を開催する。

他支援機関との会議を通して商工会職員の経営支援力が高まり、商工会全体の経営指導力が向上することで小規模事業者の業績向上に結び付くことが期待できる。

Ⅲ. 地域経済の活性化に資する取組

(1) 現状と課題

当地域においては、イベントとして秋に、「ふるさとまつり」などがある。

しかしながら、これらは、祭りイベントとして毎年実施しているものの、短期的なにぎわい創出に留まり、地域の特色や地域資源の活用・PRとして十分に活用できているとは言えない。

また、町の定住施策により、町内人口は、ほぼ横ばいとなっているものの、定住人口を維持、拡大していくための住民満足度の向上に向けた商業・サービス業者の取り組みは十分なものとは言いがたい。このように三股町の課題である定住人口の増加と共に、交流人口の増加を促進するため、地域小規模事業者による経済の活性化への取り組みについて地域の実情や資源に応じた取り組みを実施する必要がある。

加えて、行政と意見交換を行う機会を設けることで、商工業者の現状、要望を伝え施策に反映していくことが必要である。

(2) 事業内容

① 人材育成事業

三股町内の中小企業者が経営者、管理者、後継者等の資質向上、人材育成を図ることを目的として、宮崎県及び中小企業事業団等が開催する研修に派遣する場合に、商工会の自主税源でその受講料等の助成を行っている。

人材教育に一部の費用を助成することで、事業者、従業員への資質向上が図られ、職場定着、しいては人材の地元定着につながっている。また行政に対して当制度について情報提供を行うことで地域の商工業者への周知及び商工会の会員加入促進にも役立っている。今後も引き続き助成を行い地域経済の活性化に取り組んでいく。

② 地域特産品(ブランド商品)の開発

三股町には農畜産物利用地域活性化推進協議会(※5)があり、商工会はその会員としてさまざまな活動に関わっている。その1つが三股町地産地消料理コンクールであり、商工会も審査員として毎年参加している。コンクールに出品されたメニューを地元飲食店が活用することで、地元特産物のPRにつながっている。今後も町との企画に積極的に関わることで三股町の特産品の開発にも携わっていく。

(※5) 農畜産物利用活性化推進協議会・・・三股町の豊かな自然、風土を活かした農畜物及び水産物を通じて地産地消の推進はもとより、農業と地域住民の関わり合いによる地域経済の発展に結びつけるための事業を展開する団体。

③ クーポン付もろかた弁フォトカレンダーの作成



【写真：もろかた弁フォトカレンダー（令和元年度版）】

「クーポン付もろかた弁フォトカレンダー事業」とは、クーポンによる町内事業者の活性化および方言である「もろかた弁」の魅力発信を目的に三股町商工会商業部会(※6)が平成29年度から実施している事業である。毎年商工会及び周辺施設において無料で配布しており、町内外からも問い合わせがあり好評である。

クーポン及び広告は主に町内の商工業者より募集し、飲食店・小売店に関わらず様々な業種の事業者からご提供いただいている。昨年度はクーポン広告・掲載事業者63事業者中33事業者がクーポン掲載事業者であった(業種内訳：飲食業12社、小売業10社、製造業5社、サービス業6社)

クーポンはカレンダー1冊につき計96枚掲載されており(1枚/2か月あたり16枚掲載)多くの方にご利用いただいている。

事業者によっては売上減少が見込まれる又は販促イベントを開催する月にクーポンを掲載し、消費喚起につなげている。

(※6) 三股町商工会商業部会・・・クーポンの積極的な活用を推進し、町内事業者の認知度向上及び地域経済の活性化を図っていく。商工会では業種ごとに設置されている部会の1つ。主に部会員構成は主に小売業、製造業等。

④ 「三股町商工会オリジナル商品券」の利用促進



【写真：オリジナル商品券（見本）】

「三股町商工会オリジナル商品券」は平成11年12月より商工会独自で発行している商品券で、三股町の購買力流出防止対策の一環として作成された。

当商品券の取り扱い店舗は主に町内の商工事業者で、自治会のイベント・催事や個人のお返し等で購入されており、町内消費者に広く利用されている。商品券購入による町内事業所での利用促進により地域経済の活性化を担っている。

(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 4 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)		
宮崎県商工会連合会 法定経営指導員 1 名	三股町商工会 法定経営指導員 2 名 経営・情報支援員 3 名	三股町 観光商工課 課長 1 名 課長補佐 1 名 係長 1 名
(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：木下雄太		
■連絡先：三股町商工会 TEL. 0986-52-2226		
■氏名：阪元洋介		
■連絡先：宮崎県商工会連合会 TEL. 0985-86-6004		
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・実施に係る 指導及び助言、目標達成に向けた進捗管理、事業の評価・見直しをする際の必要な 情報の提供等を行う。		
(3) 商工会、関係市町村連絡先		
①商工会		
〒889-1901		
宮崎県北諸県郡三股町大字樺山 4421-22		
三股町商工会		
TEL : 0986-52-2226 / FAX : 0986-52-2249		
E-mail : mimata@miya-shoko.or.jp		
②関係市町村		
〒889-1995		
宮崎県北諸県郡三股町五本松 1 番地 1		
三股町企画商工課商工観光係		
TEL : 0986-52-1111 / FAX : 0984-52-4944		
E-mail : syouko-k@town.mimata.lg.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	3,350	3,350	4,850	4,850	4,850
・地域の経済動向調査に関する事業費	100	100	100	100	100
・事業計画の策定支援に関する事業費	50	50	50	50	50
・需要動向の調査に関する事業費	1,000	1,000	2,000	2,000	2,000
・新たな需要の開拓に寄与する事業に関する事業費	1,500	1,500	2,000	2,000	2,000
・地域経済活性化事業費	500	500	500	500	500
・ソフトウェア・サービス費	200	200	200	200	200

(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
会費収入、手数料収入、国補助金、宮崎県補助金、三股町補助金等

(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