

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	すき商工会（法人番号 8350005004508 ） 小林市（地方公共団体コード 452050 ）
実施期間	令和４年４月１日～令和９年３月３１日
目標	経営発達支援事業の目標 ①小規模事業者の経営力強化 ②小規模事業者の新陳代謝の促進 ③地域資源（栗、柚子、米等）を活用した商品の販路開拓
事業内容	I. 経営発達支援事業の内容 ３．地域の経済動向調査に関すること 地域経済分析システム「RE S A S」を活用した経済動向分析や景気動向調査を基に分析を行い、個社支援に活用する ４．需要動向調査に関すること 小規模事業者が保有する商品・サービスに関する需要動向データを収集・整理・分析して提供し、事業計画に反映させる。 ５．経営状況の分析に関すること 経営分析ツール等を活用し、経営課題の把握や今後の経営方針の立案、事業計画書の策定につなげる。 ６．事業計画策定支援に関すること 小規模事業者の競争力の維持・強化を図るためD X推進セミナーや事業計画策定セミナーを実施する。また、補助金申請や金融相談等で経営計画の策定を目指す事業者の事業計画の策定につなげる。 ７事業計画策定後の実施支援に関すること 事業計画を策定した小規模事業者を定期的に巡回訪問することで遂行状況を確認し、新たな問題の解決や変更が必要な場合に伴走しながらフォローアップを行う。 ８．新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること 小林市と連携し、大型商業施設での物産展示即売会の開催や商談会への参加、D X推進に向けた支援を行う。
連絡先	すき商工会 〒886-0111 宮崎県小林市須木中原 1 7 2 8 番地 TEL:0984-48-2459 FAX:0984-48-3271 Email:suki@miya-shoko.or.jp 小林市須木庁舎 地域振興課 〒886-0192 宮崎県小林市須木中原 1 7 5 7 番地 TEL:0984-48-3130 FAX:0984-48-2269 Email:s_sinkou@city.kobayashi.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) - 1. 地域の現状及び課題

①須木地区の現状

(ア) 小林市須木地区の立地・人工等

本商工会の事業区域である須木地区(旧須木村)は小林市の北部に位置し、総面積 243.47 平方キロメートルで小林市のおよそ 43% を占めているが、その総面積の約 90%が林野で占められ、さらに約 90%が国有林である。

平成 18 年 3 月に小林市と合併し須木自治区となった。

令和 3 年 10 月現在の人口規模は下表のとおり。

		小林市全体	須木地区
総人口	総人口(人)	43,151	1,475
	男性(人)	20,115	690
	女性(人)	23,036	795
世帯数(世帯)		19,161	844
高齢化率(%)		37%	45%

交通は、小林市を起点として本県西米良村、椎葉村など九州山地を経て阿蘇につながる国道 265 号線が主要道路である。小林市方面は比較的改良されているが椎葉方面は狭隘な道が多く、道路事情は良いとは言えない。

(イ) 主な産業

主な産業は農林業・畜産業で、平成 22 年には第 1 次産業の就業人口比率が 35.8%と、農林業に従事する人の割合が高かったが、地理的に奥山地であるため林業の総生産の占める割合は少なく、また、その内の大部分は国有林に依存するもので私有林の生産はわずかである。また、基幹産業である農業も家族経営の小規模生産者が多く、総生産額も割合的には少ない。ただし、「米」は非常に高品質で、宮崎県内外からの引き合いが多かったが、生産者の高齢化などに伴い生産量は減少している。

(ウ) 観光

観光面では、強力な集客力をもつ資源は少ないが、須木地区代表的な景勝地として「ままこ滝」がある。また、ままこ滝とこれに通じる小野湖周辺一帯を観光地とした、長さ 155 メートルの大吊橋を目玉としたレジャー施設「すきむらんど」は四季にうつろう自然の眺望が楽しめる。

平成 23 年 1 月策定の小林市観光振興計画によると、平成 21 年度のすきむらんど・ままこ滝は年間 37 千人程度の集客力があつたが、道路事情もあまり良いとは言えず、近隣の「のじりこびあ」「生駒高原」「えびの高原」などと周遊できる位置関係にないため入込客の増加は期待できない。

②須木地区全体の課題

国立社会保障・人口問題研究所の推計では、令和 22 年には、小林市の人口は約 34,000 人に減少する見込みである。減少率から推計すると、須木地区の人口は 1,300 人台になり、その後も減



【小林市の位置】出典：小林市HP



【須木地区の位置】出典：国土地理院HP

少が続く見込みである。人口の減少は、教育(学校の統廃合)、医療・福祉、経済・産業など地域社会全体に大きな影響を及ぼす恐れがある。

(1)-2. 須木地域の商工業の現状及び課題

①現状

元々商工業者は少なく、かつ減少が続いている。小規模事業者自身も高齢化しており、後継者もなく事業の廃業を検討している小規模事業者も少なくない。前述した須木地区の人口減少問題に関連して、少子高齢化の進行や若年労働力の区域外流出は、産業衰退に大きな影響を及ぼしており、かつこの動きに歯止めがかかることは考えにくい。須木地区の人口と小規模事業者数の推移は下表のとおり。

人口と小規模事業者数の推移		H17年度	H27年度	R2年度	増減数
人口(須木地区)		2,266	1,805	1,487	-318
小規模事業者数	農業・林業	14	9	8	-1
	漁業	0	1	1	0
	建設業	21	17	12	-5
	製造業	4	4	11	7
	卸・小売業	29	23	14	-9
	飲食店・宿泊業	10	7	7	0
	サービス業・その他	13	13	13	0
計		91	74	66	-8

(出典:商工会実態調査)

②課題

今後、人口減少が様々な分野で地域社会に大きな影響を及ぼすと予想されており、小林市は令和2年3月に策定した「てなんど小林 総合戦略(令和2年度～令和6年度)」の中で小林市全体の商工業に関連するものとして以下の課題を提起している。(小林市全体の商工業の課題)

【農林畜産業の「稼ぐ力」の向上】

6次産業化や農商工連携等による商品の高付加価値化、販路開拓の推進。

【商工業の「稼ぐ力」の向上】

小林市内における消費拡大の推進、経営の安定化や新規創業、事業承継による担い手の確保。

③須木地域への裨益目標

小林市と連携して経営発達支援事業に取り組むうえで、「須木地域の事業所や業種を維持・存続させること」が須木地域への裨益目標であると考え。今後人口が減少する中で小規模事業者の経営力の基盤強化や転廃業の支援を行うことで、事業者の維持が図られ地域に貢献できると考える。また、栗・柚子・米等の地域資源を活用した商品開発や販路開拓を行うことで、小規模事業者や地域生産農家の所得向上が図られるほか、須木地域のPRにも貢献出来、須木地域に貢献できると考える。

(2) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

①10年程度の期間を見据えて

人口減少は歯止めがかからないものであると考え、その減少スピードを抑制する取組みを行うことを前提とする。須木地区は人口減少や少子高齢化による産業の衰退が避けられない状況にあ

る。地域コミュニティの維持のためには小規模事業者の存在が必要不可欠であり、経営発達支援を通じた小規模事業者の維持により、須木地区が買い物弱者となる状況を防ぐことがすき商工会の社会的使命であると考ええる。

②小林市総合計画との連動性・整合性

過疎地域の持続的発展の支援に関する特別措置法(令和3年法律第19号)に基づく、「小林市過疎地域持続的発展計画(令和3年度～令和7年度)」によれば、栗・柚子・米等の地域資源を活用した、高付加価値商品のブランド化やその販路開拓に向けた事業展開の必要性が謳われているほか、産業の振興についての須木区域の対策として、若者の就業機会創出を図るため、幅広い業種に対する創業・新分野進出意欲の喚起や経営安定化のための環境整備支援の取り組みが行われる。

③すき商工会としての役割

○廃業を検討している事業者の経営統合・事業承継を行い、業種単位（日本標準産業分類の中・小分類）の減少を防ぐ取り組みを行うなど、小規模事業者の基盤を残しつつ地域コミュニティを維持する。○須木地区で生産される特産品（栗・柚子）を通して、須木地区の知名度を向上させ、事業者の所得を向上させることにより、個々の小規模事業者の経営基盤の強化による維持発展を実現する。

（３）経営発達支援事業の目標

①小規模事業者の経営力強化

小規模事業者は勘や経験則に基づく経営をしているところが多く、人口減少などに伴う地域の需要減退などに対応しきれずに衰退している現状がある。そのため、自社の現状を正しく把握して計画的な経営を継続することの重要性を認識させながら実行させることを継続的に支援することで小規模事業者の経営力を強化する。

②小規模事業者の新陳代謝の促進

経営者の高齢化や後継者がいないなどの事由で廃業せざるを得ない事業者が増加している。小規模事業者の維持を図るために、以下の3つの取組を通じて事業者の減少に歯止めをかける。

- （ア）円滑な転廃業の支援
- （イ）事業承継の支援
- （ウ）新規創業の促進

③地域資源(栗、柚子、米等)を活用した商品の販路開拓

須木地区は、昔から「栗」「柚子」「米」という資源を持っており、そのブランド化に向けて取り組んでいる。これまで行政、生産者及び地元加工業者などが一丸となって物産展示即売会等の取組を行い、販路を開拓してきた。本事業についても物産展示即売会を継続的に実施しすきブランドに向けた取組みをけん引する。

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4年4月1日 ～ 令和9年3月31日）

(2) 目標の達成に向けた方針

①小規模事業者の経営力強化

自社の経営力強化に取り組む小規模事業者に対して、経営分析による現状と課題の把握を行い、課題解決への取り組みや個社が目指す経営の実現に向けた取り組みを盛り込んだ事業計画策定とその実践を継続的に支援するPDCAサイクルを確立させる。

また、蓄積された支援ノウハウについては、定期的に職員間で情報共有し、経営支援力の向上も図っていく。

②小規模事業者の新陳代謝の促進

小規模事業者数は年々減少傾向にあり、それを少しでも食い止めるために創業者を増やす支援の必要性に迫られている。そのため、本会では、新規開業を志している方や開業して間もない方を対象に、事業経営における基礎知識や新規開業時の具体的な事業計画・資金計画の立て方を身につけていただくことを目的として、経営指導員等による個別支援を行っていく。

また、高齢化・後継者不足による廃業に関しては、宮崎県事業承継・引継ぎ支援センター等関連機関と連携して事業承継計画策定を行う支援を積極的に実施し、円滑な事業承継を図っていく。

③地域資源(栗、柚子、米)を活用した商品の販路開拓

年に2～3回開催する、物産展示即売会や商談会を活用し、小規模事業者（食品製造業者を中心に）が持つ商品のブランド化、新商品の開発を支援し、高付加価値化に向けて取り組んでいく。

3. 地域の経済動向調査に関すること

(1) 現状と課題

①現状

小規模事業者が経営を維持発展させていくには、地域の経済動向など経営環境に関する情報を収集分析して経営判断に活用する必要があるが、小規模事業者の多くは情報の収集・分析・活用に関心が薄い。

②課題

平成28年度～令和2年度の5年間に亘って全国商工会連合会より委託を受けた、中小企業景況調査では調査を行ったものの、調査データの比較分析、フィードバックが十分に行われなかった。

(2) 目標

	周知方法	現行	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度
①地域の経済動向分析の公表回数/回	HP掲載 管内事業者配布	HP掲載	1回	1回	1回	1回	1回

②景気動向分析 の公表回数/回	管内事業 者に配布	HP 掲載	2 回	2 回	2 回	2 回	2 回
--------------------	--------------	-------	-----	-----	-----	-----	-----

(3) 事業内容

①地域の経済動向分析（国が提供するビッグデータの活用）

当地域において真に稼げる産業や事業者に対し、限られたマンパワーや政策資源を集中投下し、効率的な経済活性化を目指すため、経営指導員等が「RE S A S」（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1回管内事業者配布し、またHPに公表する。

【分析手法】経営指導員等が「RE S A S」（地域経済分析システム）を活用し、地域の経済動向分析を行う。

【分析項目】 ・「地域経済循環マップ・生産分析」
→須木地域および小林市が何で稼いでいるか等を分析する。
・「まちづくりマップ・From-to 分析」
→須木地域および小林市の人の動き等を分析する。
・「産業構造マップ」
→須木地域および小林市の産業の現状等を分析する。
⇒上記の分析を総合的に分析し、事業計画策定支援等に反映する。

②景気動向分析

管内の景気動向等についてより詳細な実態を把握するため、全国商工会連合会が行う「小規模企業景気動向調査」の設問を活用し管内小規模事業者の景気動向等について、年2回調査・分析を行う。

【調査手法】経営指導員等が巡回訪問や電話・FAX等により調査を行い、分析を行う。

【調査対象】管内小規模事業者60社（製造業、建設業、卸売業、小売業、サービス業等）から各年度12社をピックアップ

【調査項目】売上額、仕入価格、経常利益、資金繰り、雇用、設備投資 等

(4) 調査結果の活用

- 調査結果は経営分析や事業計画策定支援時に活用し、同時にすき商工会HPを通して管内小規模事業者が随時閲覧可能にする。
- 経営指導員等が巡回指導を行う際の参考資料とする。

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

①現状

須木地区の小規模事業者は需要動向に関する情報を独自に収集して、整理・分析・活用する余裕もなく関心も薄い事業者が存在する一方、販路の拡大を目指す意欲のある事業者は、情報収集を独自で行い、商品開発・サービス向上につなげている傾向がある。

②課題

小規模事業者のさらなる収益の獲得と目標に踏まえ、持続的な経営を行うためにも、その保有する商品・サービスが消費者等に受け入れられ得るものなのか客観的なデータに基づく経営判断ができるよう継続的に支援する必要がある。

(2) 目標

	現行	令和 4年度	令和 5年度	令和 6年度	令和 7年度	令和 8年度
すきブランドに取り組む食料品製造事業者	3者	3者	3者	3者	3者	3者

(3) 事業内容

①商品需要調査

小規模事業者が保有する商品・サービスをピックアップして、その商品・サービスに関して公表されている需要動向等のデータを収集・整理・分析して提供し、商品・サービスのブラッシュアップや新商品開発につなげる。

【調査対象者】すきブランドに取り組む食料品製造事業者

【調査手法】

《情報収集》

以下の資料等を利用して経営指導員が収集・整理する。

- ・ J R S : 経営情報サービス (業界動向・市場規模・動向・商圈等)
- ・ 市場情報評価ナビ (商圈・消費購買力・市場規模等)
- ・ 日経テレコン (売れ筋情報・市場情報・新商品情報等)
- ・ 業種別審査辞典 (業界動向・市場規模・動向等)

《情報分析》収集した情報を経営指導員等が分析を行い、事業者に資料の提供と説明を行う形でフィードバックする。

【調査項目】

業界動向・市場規模・動向・商圈・消費購買力・市場規模・売れ筋情報・新商品情報等

(4) 調査結果の活用方法

収集・整理した情報は小規模事業者に提供し、経営指導員とともに商品サービスの改善あるいは新商品・新サービスの開発を検討して事業計画に織り込む。経営指導員とともに取り組むことで、需要動向情報を活用した商品の改良や新商品開発に取り組むことが売上や利益にどのような影響を与えるのかについての理解を促す。

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

①現状

自社の強みや弱みなどについての自覚はあると思われるが、財務は税理士任せという事業所も多く、小規模事業者の多くが経営分析の必要性について関心が薄い。また、すき商工会でも経営支援補助金の申請時や、金融支援時等必要に迫られて実施している状況である。

②課題

小規模事業者の経営基盤の強化、持続的発展を支援していくためには、経営状況の分析の必要性、有効性を理解させる取り組みが必要である。

(2) 目標

	現行	令和 4年度	令和 5年度	令和 6年度	令和 7年度	令和 8年度
① セミナー開催 回数	0	1回	1回	1回	1回	1回
② セミナー参加 者数	0	8者	8者	8者	8者	8者
③ 経営分析事業 者数	7者	8者	8者	8者	8者	8者

(3) 事業内容

①経営分析セミナーの開催

セミナーの開催を通じて、経営分析によって自社の経営課題等を把握し、事業計画の策定等への活用について理解を深めるとともに、対象事業者の掘り起こしを行う。

【募集方法】チラシを作成し、広く周知、巡回・窓口相談時に案内。

【開催回数・参加者数】

1年度あたり1回開催する。

②経営分析の内容

【対象者】すきブランドに取り組む事業者（食料品製造業者）や意欲的で販路拡大の可能性の高い8事業者を選定する。

【分析項目】

定量分析たる「財務分析」と、定性分析たる「非財務分析」の双方を行う

《財務分析》直近3期分の収益性、生産性、安全性および成長性の分析等

《非財務分析》事業者の内部環境における強み、弱み、事業者を取り巻く外部環境の脅威、機会を整理する。

【分析手法】

クラウド型経営支援ツール「B I Z ミル」経済産業省の「ローカルベンチマーク」、等のソフトを活用し、経営指導員等が分析を行う。

(4) 分析結果の活用

○分析結果は、当該事業者にフィードバックし、事業計画の策定等に活用する。

○分析結果は、データベース化し内部共有することで、経営指導員等のスキルアップに活用する等

6. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

①現状

事業計画の策定支援は、融資や補助金申請等に際して金融機関や補助事業者から求められる事業計画書の作成支援など対症療法的な支援に終わっている。

②課題

強い小規模事業者を育成するためには、地域経済の動向や自社の経営状況などに関する客観的なデータに基づく戦略的・計画的な経営が求められるが、実践している管内小規模事業者は少ないと思われる。事業計画策定の重要性を浸透させる継続的な取り組みが必要である。

(2) 支援に対する考え方

小規模事業者に対し、事業計画策定の意義や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る訳ではないため、「事業計画策定セミナー」のカリキュラムを工夫する。経営分析を行った事業者の7割程度／年の事業計画策定を目指す。

また、持続化補助金の申請等を契機として経営計画の策定を目指す事業者の中から、実現可能性の高いものを選定し、事業計画の策定につなげていく。創業者については創業計画の策定等の支援を行う、

事業計画の策定前段階においてD Xに向けたセミナーを行い、小規模事業者の競争力の維持・強化を図る。

(3) 目標

	現行	令和 4年度	令和 5年度	令和 6年度	令和 7年度	令和 8年度
①D X推進セミナーの開催回数	未実施	1回	1回	1回	1回	1回
②事業計画策定セミナーの開催回数	0	1回	1回	1回	1回	1回
③事業計画策定事業者数	6者	6者	6者	6者	6者	6者
④創業計画策定事業者数	0者	1者	1者	1者	1者	1者

(4) 事業内容

①D X推進セミナーの開催

小規模事業者がD Xに向けてI Tツールの導入やW e bサイト構築等の取り組みを推進することが理想的であるが、個社の事業のどの点がI Tに置き換えられるのか等の気づきを与え、定着化を図られることを目標としてセミナーを開催する。

【支援対象】管内地域の小規模事業者

【募集方法】チラシを作成し、広く周知、巡回・窓口相談時に案内。

【講師】I Tに関する専門家等

【回数】1年度あたり1回開催する。

【カリキュラム】

- ・D X総論、D X関連技術（クラウドサービス、A I等）や具体的な活用事例
- ・クラウド型顧客管理ツールの紹介、S N Sを活用した情報発信
- ・E Cサイトの利用方法等

【参加者数】5人程度を想定。

②事業計画策定セミナーの開催

【支援対象】経営分析支援を行った事業者。

【募集方法】チラシを作成し、広く周知、巡回・窓口相談時に案内。

【講師】中小企業診断士等

【回数】1年度あたり1回開催する。

【カリキュラム】連携支援機関の専門家と協議する。

【参加者数】5人程度を想定。

7. 事業計画策定後の実施支援に関すること

(1) 現状と課題

①現状

事業計画の策定支援を行った事業者は金融・補助金申請など断片的なものが多く、策定後の実施し支援は十分に行えてはいない。

②課題

小規模事業者自身で事業計画を策定し、進捗状況を確認でき、事業計画の見直しまでできるようになることが今後の課題である。

(2) 支援に対する考え方

事業計画を策定した全ての事業者を対象とするが、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、ある程度順調と判断し訪問回数を減らしても支障ない事業者を見極めた上で、フォローアップ頻度を設定する。

(3) 目標

	現行	令和 4年度	令和 5年度	令和 6年度	令和 7年度	令和 8年度
①フォローアップ対象事業者数	6者	7者	7者	7者	7者	7者
②頻度（延回数）	18回	36回	36回	36回	36回	36回
③売上増加事業者数	0者	2者	2者	2者	2者	2者
④利益率3%増加事業者数	0者	2者	2者	2者	2者	2者

(4) 事業内容

事業計画を策定した事業者を対象として、経営指導員が巡回訪問等を実施し、策定した計画が着実に実行されているか定期的かつ継続的にフォローアップを行う。

その頻度については、事業計画策定7者のうち、3者は2か月に1回、3者は四半期に一度のフォローアップを行う。また、創業計画策定事業者は2か月に1回のフォローアップを行う。ただし、事業者からの申出等により、臨機応変に対応する。

進捗状況が思わしくなく、事業計画との間にズレが生じていると判断する場合には、外部専門家などを派遣し、今後の対応方策を検討の上、フォローアップ頻度の変更等を行う。

8. 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

①現状

平成28年度から令和2年度にかけて宮崎市内や都城市内の大手SCで物産展示即売会を開催してきた。前期計画に掲げていた「すきブランド」の確立や地域資源である栗、柚子等を活用した特産品開発はおおむね達成できた。

②課題

BtoCでの需要開拓・販路開拓は実現できたが、BtoBでの需要開拓・販路開拓の取り組みを進めることはできなかった。

加えて、今後、新たな販路の開拓にはDX推進が必要であるということを理解・認識してもらい、取り組みを支援していく必要がある

(2) 支援に対する考え方

これまで行ってきた物産展示即売会は本計画でも実施していく。また、DXに向けた取組として、データに基づく顧客管理や販売促進、SNS情報発信、ECサイトの利用等、IT活用による営業・販路開拓に関するセミナー開催や相談対応を行い、理解度を高めた上で、導入にあたっては必要に応じてIT専門家派遣等を実施するなど事業者の段階に合った支援を行う。

(3) 目標

	現行	令和 4年度	令和 5年度	令和 6年度	令和 7年度	令和 8年度
①展示会出展事業者 数 (BtoC)	8 者	7 者	7 者	7 者	7 者	7 者
売上額/者	60 万 円	10 万円	10 万円	10 万円	10 万円	10 万円
②商談会参加事業者 数 (BtoB)	0	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者
成約件数/者	0	1 件	1 件	1 件	1 件	1 件
③SNS活用事業者 売上増加率/者	0	10 %	10 %	10 %	10 %	10 %
④ECサイト利用事 業者数	0	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者
売上増加率/者	0	10 %	10 %	10 %	10 %	10 %
⑤ネットショップの 開設者数	0	1 者	1 者	1 者	1 者	1 者
売上増加率/者	0	10 %	10 %	10 %	10 %	10 %

(4) 事業内容

①展示会出展事業 (BtoC)

《須木栗フェア》の開催

毎年開催している事業で、須木地域の特産品である栗の収穫時期（9～10月）に合わせ、宮崎市内と都城市内にあるイオンショッピングセンターの食品売場にて「須木栗フェア」を開催する（2～3回）。開催1回あたり3～4日間を予定。1回あたりの来場客は約5,000人、売上高は200万円を超える。

【支援対象者】すきブランドに取組む食料品製造業者8社程度

【支援方法】

出展事業者のブースを設置し、展示レイアウト等の事前指導、顧客の評価・反応を分析した上での商品改良検討などの事後指導を実施する。出展にあたって、すき物産協会と連携し、POPの作成や、商品ラベルの作成支援を行うほか、小林市須木支所と連携し、販売サポート等人的支援を行う。

②商談会参加事業 (BtoB)

《みやざき地場産品商談会》の参加

宮崎県商工会連合会が主催して宮崎市内で開催される商談会で、東京都等から5社程度のバイヤーが参加している。近隣の宮崎市で開催され、完全予約制の個別商談であるため、商談会参加経験の乏しい小規模事業者も参加しやすい

【支援対象者】すきブランドに取組む食料品製造業者2社程度

【支援方法】

事前にFCPシートの提出が必要となるため、経営指導員等が作成支援して参加する。事後にはバイヤーによる評価シートが宮崎県商工会連合会から提供されるため、事業者とともに評価の分析を行い、商品改良の参考とする。

《FOOD STYLE」出展支援》

(株)イノベントが主催する商談会で、九州では、福岡市で毎年開催されている。例年2日間開催され、九州を中心として約570社が出展する。また、約13,000名ほどのバイヤーが来場する大規模な商談会で、新規取引先の開拓に非常に有用であると考え

【支援対象者】すきブランドに取組む食料品製造業者2社程度

【支援方法】

商工会が出店者数に応じたブースを借上げ、バイヤーへのアンケート調査等の支援を実施する。また、商談会での効果的なブース設営・商品陳列・プレゼンテーション手法等を研修して商談会に臨む。商談会終了後は、アンケート調査結果の分析と事業者へのフィードバック、サンプル提供した商談相手へのアプローチ支援など、商談の成立に向けた実効性の高い支援を実施する。

③SNS活用

現状の顧客が近隣の商圈に限られていることから、より遠方の顧客の取込のため、取り組みやすいSNSを活用し、宣伝効果を向上させるための支援を行う。

④ECサイト利用(BtoC)

すきブランド協議会が運営するショッピングサイト等の提案を行いながら、効果的な商品紹介のリード文・写真撮影、商品構成等の伴走支援を行う。

⑤ネットショップ開設(BtoC)

ネットショップの立ち上げから、商品構成、ページ構成、PR方法等WEB専門会社やITベンダーの専門家等と連携し、セミナー開催や立ち上げ後の専門家派遣を行い継続した支援を行う。

9. 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

①現状

令和2年度より、小林市須木支所地域振興課商工担当職員、宮崎県商工会連合会経営支援センター職員、すき商工会経営指導員で構成する、すき商工会経営発達支援事業等協議会を設置し、事業の評価・検証を行い助言を受けてきた。

②課題

事業評価および検証を行うにあたり、外部の有識者(第3者)による視点がなかったため、本計画においては中小企業診断士等の専門家を交えた協議会を開催することとする。

(2) 事業内容

○すき商工会経営発達支援事業等協議会の開催

小林市須木支所地域振興課商工担当職員、法定経営指導員、外部有識者として中小企業診断士等をメンバーとする協議会を年1回開催し、経営発達支援事業の進捗状況等について評価を行う。

当該協議会の評価結果は、理事会にて報告した上で、事業実施方針等に反映させるとともに、HP掲載および事務所へ備え付けし、地域の小規模事業者等が常に閲覧可能な状態とする。

10. 経営指導員等の資質向上等に関すること

(1) 現状と課題

①現状

すき商工会の現在の職員体制では業務担当職員が巡回・出張・休暇等の理由により事務局不在の場合、小規模事業者からの来局相談または電話による相談等に対して、即座な対応を取ることができない状況がある。

②課題

業務担当外職員の担当外業務の知識習得や支援実務能力向上のために、組織内での支援ノウハウ等の共有を図ることが課題である。

(2) 事業内容

①研修会等への積極的な参加

【経営支援能力向上研修】

経営指導員及び一般職員の支援能力の一層の向上のため、中小企業庁が主催する「経営指導員研修」及び宮崎県商工会連合会主催の「経営支援能力向上セミナー」に対し、計画的に経営指導員等を派遣する。

【事業計画策定支援研修】

事業計画の策定件数の増加と、そのための支援能力の向上を図るため、計画的に経営指導員等を派遣する。

【D X推進に向けた研修】

喫緊の課題である地域の事業者のD X推進への対応にあたっては、経営指導員及び一般職員のI Tスキルを向上させ、ニーズに合わせた相談・指導を可能にするため、下記のようなD X推進取組に係る相談・指導能力の向上のためのセミナーについても積極的に参加する。

<D Xに向けたI T・デジタル化の取組>

ア) 事業者にとって内向け（業務効率化等）の取組

R P Aシステム、クラウド会計ソフト、電子マネー商取引システム等のI Tツール、テレワークの導入、補助金の電子申請、情報セキュリティ対策等

イ) 事業者にとって外向け（需要開拓等）の取組

ホームページ等を活用した自社P R・情報発信方法、E Cサイト構築・運用
オンライン展示会、S N Sを活用した広報、モバイルオーダーシステム等

ウ) その他取組

オンライン経営指導の方法等

②O J T制度の活用

支援経験の豊富な経営指導員と一般職員とがチームを組成し、巡回指導や窓口相談の機会を活用したO J Tを積極的に実施し、組織全体としての支援能力の向上を図る。

③職員間の定期ミーティングの開催

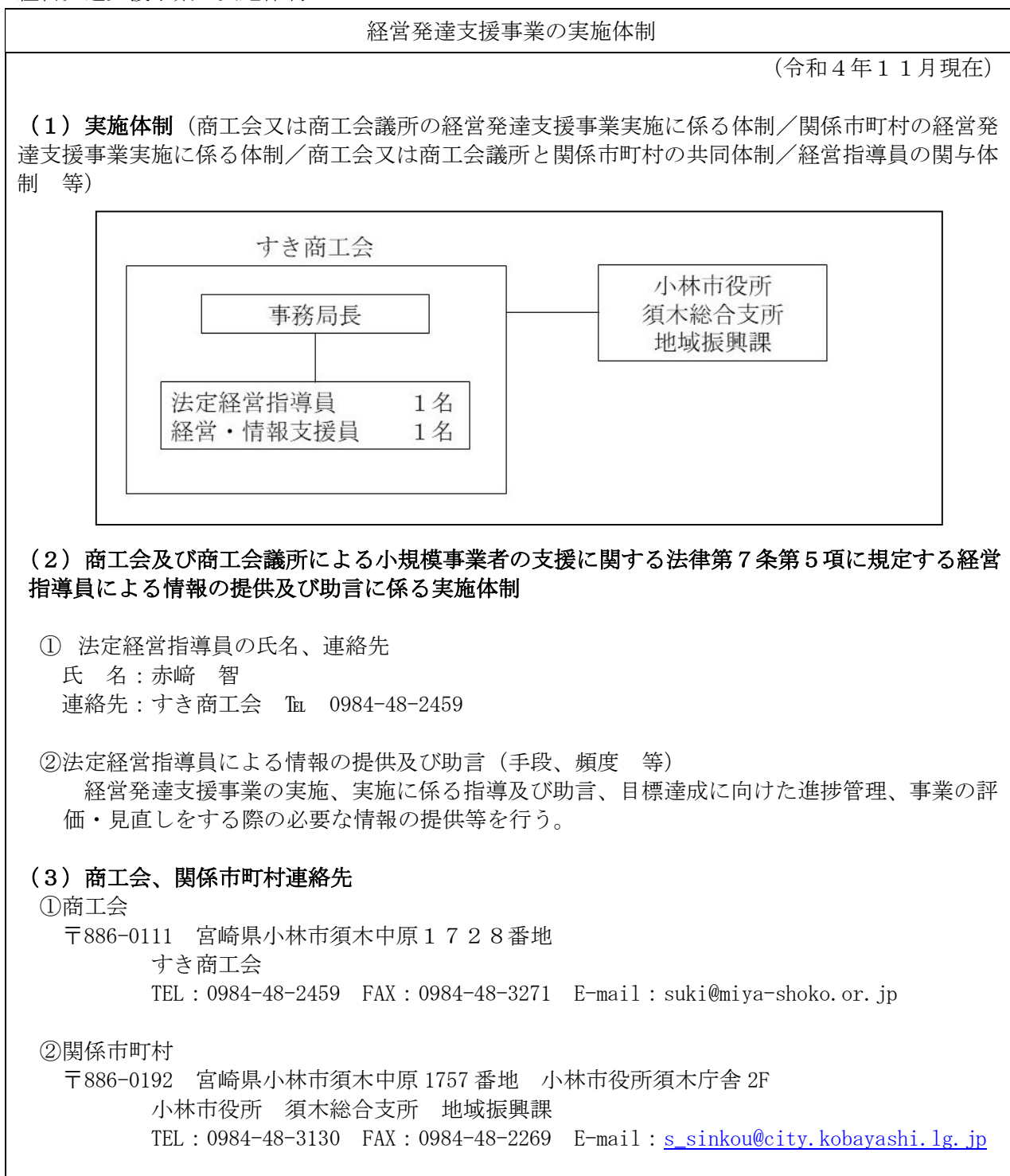
研修会等へ出席した職員が、研修内容の説明、I T等の活用方法や具体的なツール等についての紹介等を都度行い、意見交換等を行うことで、職員の支援能力の向上を図る。

④基幹システム及びクラウド型経営支援ツール等による事業者データの共有

担当経営指導員等が基幹システムや経営支援システム上のデータ入力を適時・適切に行い、支援中の小規模事業者の状況等を職員全員が相互共有できるようにすることで、担当外の職員でも一定レベル以上の対応ができるようにするとともに、支援ノウハウを蓄積し組織内で共有することで支援能力の向上を図る。

(別表2)

経営発達支援事業の実施体制



(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4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度
必要な資金の額	800	800	800	800	800
○セミナー開催費	100	100	100	100	100
○ソフトウェア導入費	200	200	200	200	200
○専門家謝金	100	100	100	100	100
○展示会等出席費	400	400	400	400	400

(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、補助金等(国、宮崎県、小林市)

(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
連携者なし
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