

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	西米良村商工会 (法人番号：8350005001918) 西米良村 (地方公共団体コード：454036)
実施期間	令和6年4月1日～令和11年3月31日
目標	経営発達支援事業の目標 (1) 計画的な経営に取り組む小規模事業者の掘り起こしと実行支援 (2) 農林水産物を活用した特産品の販路開拓支援 (3) 新たな販売手法や広報手法の習得
事業内容	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 (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) (2) 村内小規模事業者の景気動向分析 4. 需要動向調査に関すること (1) 展示商談会における試食、アンケート調査の実施 5. 経営状況の分析に関すること (1) 経営分析を行う事業者の発掘 (2) 財務分析、非財務分析による経営分析の実施 6. 事業計画策定支援に関すること (1) DX推進セミナーの開催 (2) 事業計画策定支援の実施 7. 事業計画策定後の実施支援に関すること (1) 事業計画を策定した事業者への定期的かつ継続的なフォローアップの実施 8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること (1) 展示商談会への出展支援 (B to B) (2) SNSの活用による宣伝効果の向上 (3) 自社HPやECサイト等のITツールを利用した販路開拓支援 (B to C)
連絡先	西米良村商工会 〒881-1411 宮崎県児湯郡西米良村大字村所96-1 TEL:0983-36-1056 FAX:0983-36-1171 E-mail:nishimera@miya-shoko.or.jp 西米良村 むら創生課 〒881-1411 宮崎県児湯郡西米良村大字村所15 TEL:0983-36-1111 FAX:0983-36-1207 E-mail:sousei@vill.nishimera.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) 地域の現状と課題

①西米良村の現状

【概要】

本村は、宮崎県の中央部、熊本県との県境にあって、九州中央山地国定公園の一角にあり、県都宮崎市からは、北西へ約 50 kmに位置し、車で約 1 時間 45 分、また、宮崎県西都市、熊本県人吉市までは車で約 1 時間のところにある。

面積は、271.51 km²で地形は東西約 16 km、南北約 20 kmと東西に狭く南北に広いひし形の形をしており、村の総面積の 96%が山林で占められている。

名峰市房山、石堂山をはじめとする急峻な山々に囲まれており、また、隣接する宮崎県椎葉村に源を発する一ツ瀬川が村の中央を北から南東に流れ、板谷川、小川川の支流と合流して太平洋に注いでいる。

本村は、日本氏族の一つである菊池氏によって治められてきた村であり、明治維新後の版籍奉還に際し、菊池氏は、自分の所有する山林の全てを人々に分け与え、人々の生活を支援したと伝えられている。

その遺徳もあって、本村は現在においても、菊池一族によってもたらされた郷土愛の精神が受け継がれており、その精神をベースに様々な計画づくりや施策が展開されている。

なお、西米良村商工会は西米良村内全域を管轄地域としている。



【西米良村の人口等の状況】

本村の人口は、昭和 15 年の 7,583 人をピークに、高度経済成長や産業構造の変化などにより大きな人口流出が見られ、昭和 45 年に 3,412 人、平成 12 年に 1,480 人、令和 5 年に 1,051 人と約 80 年間で約 6,500 人減少している。

特に、高齢化率は生産年齢人口の流出に伴う若年層の減少が主たる要因となって上昇の一途を辿っており、ここ数年はその率に目立った変化はないものの、令和元年は 42.3%となっている。

このような傾向は、村全体としての人口の減少に留まらず、消費需要の低下に伴う経済活動の縮小、各産業における生産力の低下、少子化による地域活動の担い手不足などの影響が出ている。

【人口推移】

	昭和 55 年	平成 2 年	平成 12 年	平成 22 年	令和元年
総人口	2,153 人	1,694 人 (▲459 人)	1,480 人 (▲214 人)	1,298 人 (▲182 人)	1,133 人 (▲165 人)

老年人口 (65歳以上)	293人 (13.6%)	389人 (23.0%)	531人 (35.9%)	540人 (41.6%)	479人 (42.3%)
生産年齢人口 (15～64歳)	1,408人 (65.4%)	1,018人 (60.1%)	770人 (52.0%)	621人 (47.8%)	524人 (46.3%)
年少人口 (14歳以下)	452人 (21.0%)	287人 (16.9%)	179人 (12.1%)	137人 (10.6%)	130人 (11.4%)

(出典：第5次、第6次西米良村長期総合計画より抜粋)

【西米良村の産業】

下表によれば、平成23年度と令和元年度の本村の生産額は約51億円から約69億円と18億円増加している。内訳は第1次産業が約2.6億円の増加、第2次産業が1.3億円の減少、第3次産業が17.1億円の増加となっている。

第1次産業の農業においては、主な品目として、ゆず、中型カラーピーマン、繁殖牛などに加え、米良糸巻大根などの伝統野菜、生産者の減少が懸念されているほおずき、椎茸、筍などの西米良らしい産物などがある。水産業については、イワナとマスの交配種である西米良サーモンが国内外で有名である。また、鹿、猪などのジビエについても新しい特産品として注目を集めている。

林業については、木材市況の低迷が長く続いていたが、令和2年に発生した新型コロナウイルスによるウッドショックにより価格が高騰し、出荷量も増加傾向にあった。なお、現在のところ木材価格は値下がり傾向となっている。

建設業を主とする本村の第2次産業は、公共事業によるところが大きく、災害工事受注など年度によって開きがある。

村の主要産業である第3次産業は、観光施設である西米良温泉ゆた〜と、おがわ作小屋村などに加え、令和元年に民間のグランピング施設がオープンしたことや、やまびこ花火大会や山まつりなどの季節のイベントによる入込客数の増加によるものが大きい。

しかし、令和2年に発生した新型コロナウイルスの影響や、近年大規模化している大雨、台風等の災害は観光施設に大きな影響を及ぼし、その結果、入込客数が減少傾向にある。

【産業別生産額】

(単位：百万円)

	平成23年度	平成27年度	令和元年度
合計	5,111	6,495	6,955
第1次産業	692	903	953
農業	102	218	224
林業	540	534	550
水産業	50	151	179
構成比	13.5%	13.9%	13.7%
第2次産業	1,439	1,644	1,303
構成比	28.2%	25.3%	18.7%
第3次産業	2,980	3,948	4,699
構成比	58.3%	60.8%	67.6%

(出典：宮崎県庁ホームページ 市町村民経済計算より抜粋)

【商工業者、小規模事業者数の推移】

村内における商工業者、小規模事業者の推移は下記の通りである。平成24年と令和4年を比較すると、卸売業およびその他の業種を除き減少している。

特に、小売業、飲食・宿泊業、サービス業において減少幅が大きく、要因としては事業主の高齢化や後継者不足による廃業、店舗の老朽化、人口減少に伴う売上減少も挙げられる。また、創業については、年に1件ほど（森林組合などの仕事を請け負う林業サービス業）となっており、商工業者の増加が望めない状況である。

(単位：件)

	平成24年		令和4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	12	11	11	10	△1	△1
製造業	5	5	3	3	△2	△2
卸売業	2	2	3	3	+1	+1
小売業	25	25	17	17	△8	△8
飲食・宿泊業	13	13	10	10	△3	△3
サービス業	15	14	11	9	△4	△5
その他	14	14	18	18	+4	+4
合計	86	84	73	70	△13	△14

(出典：商工会基幹システムより出力)

【商工業および観光業の現状】

(商工業)

小売業やサービス業では、販売する商品の多くが宮崎市周辺や隣接する熊本県の市町の取引事業者から仕入れているため、流通コストの面から、購入する消費者には周辺地域に比べ割高に感じられている。

また、道路整備・改善による近隣市町への距離短縮、村外からの巡回・出張販売の増加、さらには通信販売など、事業者間競争の激化や多様化する消費者ニーズへの対応遅れなどにより、安定した売り上げの確保が困難な状況が続いている。

(飲食業、宿泊業などの観光業)

飲食業や宿泊業においては、道路環境の改善・整備により都市部との人の行き来が活発になり、交流人口の増加をもたらし、どうにか経営を維持してきたが、その状況も近年では村に宿泊・滞在する観光客が減少傾向にあることに加え、新型コロナウイルスや台風、大雨の災害によってその傾向はより一層顕著になり、厳しい経営状況にある。

【西米良村の商工業振興の方針】

西米良村は令和3年3月に「第6次西米良村長期総合計画(令和3年度～令和12年度)」を策定した。村づくりの基本姿勢において6つの基本的な考えが示されており、産業面においては「稼ぐ産業を創るための創造的な取組み、事業拡大への取組みを支援し、各産業の自立・自走を目指す。AIやIT等の技術革新を活用した産業づくりを推進する」と示されている。

産業面に関する基本的な方向性としては、「風土を生かした力強い産業づくり」が掲げら

れており、商工業や観光関連についての主な方針は下記のとおりとなっている。

<商工業振興>

- 人口減少を踏まえながら、村民のニーズに沿った商店街の在り方、観光客など村外からのお客さんを取り込めるようなサービス展開について検討を進める。
- 商店街への新規参入や継業への取り組みを支援するとともに、空き店舗の利活用を促進する。
- ゆず生産・加工・販売をベースとした6次産業化や、地域ブランドによる一体的な地域製品の戦略を主としながら、地域内経済の好循環を生み出し、雇用基盤や安定した所得の確保を図る。
- 外貨を稼ぐため、西米良村の製品を使った商品開発や既存商品の魅力アップを推進するとともに、ECサイトを含む販路拡大を推進する。
- 特産品の産地維持を目指すとともに、ジビエ取扱いの拡大を目指す。

<観光振興>

- 村内観光の魅力アップに繋げるため、新しい観光拠点の整備とともに、観光施設同士の連携と関係者の資質向上を図る。
- SNSの活用など時代に合った効果的な情報発信を行い、観光客が情報を収集しやすい環境を整える。
- 西米良の自然や資源を活かした新たな食や、体験型の観光コンテンツを検討する。

【西米良村の課題】

(商工業)

今後、人口減少が見込まれる中で、村民だけを対象にしたサービスでは事業継続は困難になると懸念される。また、事業承継や店舗の老朽化が課題になっている。

村の特産品についても、村民の所得確保や魅力創出のため、特産品の産地を維持していくことが必要である。

(飲食業や宿泊業などの観光業)

村では以前から観光交流対策に注力しているが、近年は目新しい取り組みが少なく、集客力が弱まっていることから、情報発信やPR方法の再検討が必要とされている。

また、各観光施設が単独ではなく、村全体で観光客を呼び込むような仕組みの構築や、施設、事業者ごとの意識改革も必要になる。

(2) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

① 10年程度の期間を見据えて

これからも人口減少が続くことや、商工業者自身の高齢化や後継者不足により、西米良村内の経済活動は縮小傾向にある。また、道路整備・改善が進んだことによる域外流出や、通信販売などの事業者間競争の激化、多様化する消費者ニーズに対して、村内の小規模事業者自身が対応していく必要がある。

加えて、外貨を稼ぐために農産品を使った商品開発、既存商品の魅力アップを推進するとともに、ECサイトや展示会出展などの販路拡大を推進していく必要がある。

② 西米良村長期総合計画との連動性・整合性

「第6次西米良村長期総合計画」では、商工業や観光業などが消費者のニーズに合った事

業展開だけではなく、事業者自身の資質向上も図る必要があるとしている。また、ECサイトやSNS活用などを推し進めるとしており、本会としても同様の認識を持っている。

③西米良村商工会としての役割

本会は、従来の税務指導や記帳指導を中心とした経営改善普及事業に加え、このような村の商工業振興方針に沿った各種事業の実施を通じて、小規模事業者の需要の維持・開拓、経営基盤の強化に取り組んでおり、今後も西米良村内における小規模事業者の経営発達支援を通じた地域経済の活性化に果たす役割は大きい。

(3) 経営発達支援事業の目標

西米良村商工会では、上記(1)及び(2)を踏まえ、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計画的な経営に取り組む小規模事業者の掘り起こしと実行支援

村内の小規模事業者との対話と傾聴を通じて、個々の課題を設定した上で、地域経済を支える小規模事業者の力を引き出し、地域全体での持続的発展の取組みへ繋げる。

②農林水産物を活用した特産品の販路開拓支援

本村にはゆず、鹿や猪などのジビエ、西米良サーモンや特用林産物(しいたけ、タケノコ、伝統野菜)などの地域資源があることから、それらを活用した新たな商品開発や既存商品のブラッシュアップ、販路開拓に取り組む。

③新たな販売手法や広報手法の習得

村内の人口が減少している中で今後も事業を継続していくためには、限られた商圈、物理的な対面販売のみでは、売上、顧客数の拡大や販売における業務効率において限界ができてしまうことから、商圈に制限の無い販売方法、新たな広報の手法を学ぶ。

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6年4月1日～令和11年3月31日）

(2) 目標の達成に向けた方針

①計画的な経営に取り組む小規模事業者の掘り起こしと実行支援

激変する環境変化に対応し、事業の持続的発展を図っていく上で、財務データ等から見える表面的な経営課題だけでなく、事業者との対話と傾聴を通じて経営の本質的な課題を事業者自らが認識することに重点を置き、本質的課題を反映させた事業計画策定の支援を行う。

また、将来的な自走化を目指し、多様な課題解決ツールの活用提案を行いながら、事業者が深い納得感と当事者意識を持ち、自らが事業計画を実行していくための支援を行う。

②農林水産物を活用した特産品の販路開拓支援

本村にはゆず、鹿や猪などのジビエ、西米良サーモンや特用林産物（しいたけ、タケノコ、伝統野菜）などの地域資源があることから、それらを活用した新たな商品開発や既存商品のブラッシュアップ、販路開拓に取り組む。

③新たな販売手法や広報手法の習得

SNSの活用による情報発信、EC戦略による販路開拓、IT化・デジタル化を活かした経営の効率化や生産性向上等により、村内小規模事業者の経営力向上を図る。

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

(1) 現状と課題

新型コロナウイルスの影響に関するアンケートに合わせて、村内独自の景況調査を複数回実施したのみである。その結果については、村行政に対して共有・提供したのみで、村内の小規模事業者に対しては提供・活用していない。

(2) 目標

	公表方法	現行	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度
①地域の経済動向分析の公表回数	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	HP掲載	—	1回	1回	1回	1回	1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「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1回公表する。

【調査手法】経営指導員等が「RESAS」（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。

【調査項目】・「地域経済循環マップ・生産分析」→何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
⇒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

村内の小規模事業者の収益状況、後継者の有無、直面する経営課題などについて調査を行うことにより、地域内経済の動向と小規模事業者が抱える経営課題に関する情報を収集する。

その上で、業種別に課題等を整理し、公表されている各種経済動向調査結果と比較分析することにより、商工会として活用できるデータに整理、蓄積し、小規模事業者に対する的確な指導に役立てるとともに、事業計画策定などに活用する。

分析後は年1回、商工会のホームページ等に掲載し、村内の小規模事業者等に対し広く周知する。

【調査回数】

・年1回

【調査項目】

・売上高の実績 ・利益の実績 ・設備投資計画、見通し ・資金繰り状況
・業況判断 ・雇用状況および後継者の有無 ・直面する経営課題

【調査対象事業所】

・村内の小規模事業者10件（建設業、製造業、小売業、飲食・宿泊業、サービス業）

【調査方法】

経営指導員等が各事業所を巡回し、調査票を用いてヒアリングを行う。

(4) 調査結果の活用

○調査した結果はホームページに掲載し、広く村内の小規模事業者等に周知する。

○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

福岡県での展示商談会参加の際に、アンケート調査等を通じて需要動向調査を行ってきたのみである。

今後は、消費者ニーズを的確に捉えた商品開発やサービスの提供を行うため、マーケットインの考え方を村内の小規模事業者に浸透させることが重要である。

(2) 目標

	現行	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度
①試食、アンケート調査対象事業者数	1者	2者	2者	2者	2者	2者

(3) 事業内容

○試食、アンケート調査の実施

首都圏や福岡県等で開催される展示商談会において、来場するバイヤーにアンケート調査を実施する。

【対象事業者】

展示商談会の参加事業者

(本村の主要な農林水産物を使って特産品を製造販売する事業者)

【調査手法】

(情報収集)

展示商談会に来場するバイヤーに対して、商品を試食してもらい、経営指導員等が聞き取りの上、アンケート調査票へ記入する。

(情報分析)

調査結果は販路開拓等の専門家に意見を聞きつつ、経営指導員等が分析を行う。

【サンプル数】

展示商談会に来場するバイヤー 20人

【調査項目】

味、分量、見ため、価格、パッケージデザインなど

【調査結果の活用】

調査結果は当該事業者にフィードバックし、対象商品のブラッシュアップや新商品開発に役立てる。

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

本商工会が経営分析を行う機会としては、経営分析セミナーの開催や、記帳代行および決算代行などの決算支援業務、日本政策金融公庫のマル経融資の申し込み、小規模事業者持続化補助金などの補助金申請時に行ってきた。

これまで村内の小規模事業者は、決算書から見る数字のみで自社の経営状況を理解する傾向が強い。

今後は「数字に裏付けされた経営戦略と事業計画策定を経営の基本とする経営手法」を実現するため、対話と傾聴を通じて経営分析の意義・必要性を啓発する必要がある。

(2) 目標

	現行	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度
①経営状況分析事業者数	28者	14者	14者	14者	14者	14者

※これまでは、細部まで行った経営状況分析だけではなく、簡易的な経営状況の分析を行ってきた件数もカウントしており、本計画において経営状況の分析を行う際にはより詳しく行う必要があるため、現行値から下方設定となるが実効性のある目標値を設定する。

(3) 事業内容

①経営分析を行う事業者の発掘

村内の小規模事業者を対象に、巡回等により経営分析の意義・必要性を説明し、急激な

売上高の減少や利益が確保できていない、あるいは資金繰り改善が進まない状況にあるなどの課題解決が急がれる事業所や、本村の主要な農林水産物を使って特産品を製造販売する事業所に対して経営分析を行う。

②経営分析の内容

【対象者】上記①の事業者 14者

【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
 〈非財務分析〉下記の項目について、対話を通じて、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。

(内部環境)		(外部環境)
<ul style="list-style-type: none"> ・製品、商品、サービス ・仕入先、取引先 ・人材、組織 	<ul style="list-style-type: none"> ・技術、ノウハウ等の知的財産 ・デジタル化、IT活用の状況 ・事業計画の策定、運用状況 	<ul style="list-style-type: none"> ・商圏内の人口、人流 ・競合 ・業界動向

【分析手法】事業者の状況や局面に合わせて、クラウド型経営支援ツールの「新経営支援システム」、経済産業省の「ローカルベンチマーク」や、中小機構の「経営計画つくるくん」等のソフトを活用し、経営指導員等が分析を行う。非財務分析はSWOT分析のフレームで整理する。

(4) 分析結果の活用

- 分析結果を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。
- 分析結果をデータベース化、内部共有を行い、経営指導員等のスキルアップに活用する。

6. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

自社のあるべき姿や将来の展望を描く中で方向性を定めるとともに、そのことを踏まえ、具体的な事業展開を事業計画の形にして落とし込んで経営を行うことが少ないため、状況の変化や課題解決に早期にかつ的確な対応が取れないケースが多くみられる。

これまでは、国の小規模事業者持続化補助金やものづくり補助金、マル経融資、経営革新計画の申請などを契機として、当該事業や状況に応じて事業計画の策定支援に取り組んできた。

(2) 支援に対する考え方

村内の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、まずは5. で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、事業計画策定の前段階において、DXに向けたセミナーを行い、小規模事業者の競争力の推進、強化を目指す。

(3) 目標

	現行	令和 6年度	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度
--	----	-----------	-----------	-----------	-----------	------------

①DX推進セミナー	—	1回	1回	1回	1回	1回
②事業計画策定事業者数	4者	10者	10者	10者	10者	10者

(4) 事業内容

①「DX推進セミナー」の開催

村内の人口が減少している中で事業を継続していくためには、村外にも商圈を広げる必要があり、商圈拡大にはWEBサイトの構築や各種SNSの活用など、DXに向けた取り組みが必須である。

DXに向けた取り組みとして、DXに関する意識の醸成や、基礎知識を習得するため、また実際にDXに向けたITツールの導入やWEBサイト構築等の取り組みを推進していくために、セミナーを開催する。また、セミナーを受講した事業者のうち、さらに高度・専門的な取り組みに意欲のある事業者に対しては、専門家派遣を行う。

【支援対象】

- ・ 5. で経営分析を実施した村内の小規模事業者
- ・ ITツールの導入やWEBサイトの構築等に興味のある事業者

【募集方法】

案内チラシや商工会ホームページ、経営指導員等の巡回、窓口相談に案内

【講師】

IT関連や各種SNSの活用に豊富な知見を有する専門家

【回数】

1回/年

【カリキュラム】

- ・ DX総論、DX関連技術（クラウドサービス、AI等）や具体的な活用事例
- ・ SNSを活用した情報発信方法
- ・ ECサイトの利用方法等

【参加者数】

10者

②事業計画策定支援

事業計画策定支援の対象者は5. で経営分析を実施した村内の小規模事業者とし、経営指導員が巡回して小規模事業者個々の取扱商品などの需要動向、他社との競合状況、その他の経営課題あるいは自社の強みなどをヒアリングし、その過程において事業者が自社の強み・弱みなどの気づきを得、現状を正しく認識した上で、分析に基づき、当事者意識を持って課題に向き合い、事業計画策定に能動的に取り組むよう、対話と傾聴を通じた事業計画策定を支援する。

なお、高度・専門的な課題が生じた場合は、必要に応じて専門家派遣を行う。

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

これまでは、補助金や融資、経営革新計画の申請を契機として、当該事業や状況に応じて事業計画の策定支援を行ってきたが、その後におけるフォロー支援は十分ではなかった。今後は、事業計画策定支援を小規模事業者に対する経営支援の重点事業として位置づけ

るとともに、その中で、効果・成果の確認と必要に応じて計画の見直しや改善提案に務める必要がある。

(2) 支援に対する考え方

自走化を意識し、経営者自身が「答え」を見出すこと、対話を通じてよく考えること、経営者と従業員と一緒に作業を行うことで現場レベルで当事者意識を持って取り組むことなど計画の進捗フォローアップを通じて経営者へ内発的動機づけを行い、潜在力の発揮に繋げる。

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や事業者の課題等により、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、フォローアップを行う。

(3) 目標

	現行	令和 6年度	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度
フォローアップ 対象事業者数	4者	10者	10者	10者	10者	10者
頻度（延回数）	12回	44回	44回	44回	44回	44回
売上増加事業者数	—	2者	2者	3者	3者	4者
利益率1%以上 増加の事業者数	—	2者	2者	3者	3者	4者

(4) 事業内容

事業計画を策定した事業者を対象として、経営指導員が独自様式 of フォローアップシートを用いて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10者のうち、4者は2ヶ月に1回、4者は四半期に1回、他の2者は半年に1回とする。ただし、事業者からの申出等により、臨機応変に対応する。

なお、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、外部専門家など第三者の視点を必ず投入し、当該ズレの発生要因及び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

第1期計画では、事業計画策定を行った事業者を中心として、県内外にて開催される展示商談会に出展したことにより、売り上げが増加した事業者もあった。

また、村内の小規模事業者の中にはオンラインによる販路開拓等に関心があるものの、「高齢化」、「知識不足」、「人材不足」等の理由により、ITを活用した販路開拓等のDXに向けた取り組みが進んでおらず、商圏が限られている。

(2) 支援に対する考え方

経営状況の分析、事業計画策定支援を行った特産品を取り扱う村内の小規模事業者を重点的に支援する。

商工会が自前で展示会等を開催するのは困難なため、都市圏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や接客など、きめ細かな伴走支援を行う。

D Xに向けた取り組みとして、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専門家派遣を実施する。

(3) 目標

		現行	令和 6年度	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度
①	FOOD STYLE 出展事業者数 (BtoB)	2者	2者	2者	2者	2者	2者
	成約件数/者	—	2件	2件	2件	2件	2件
②	SNS活用 事業者	—	4者	4者	5者	5者	5者
	売上増加率/者	—	10%	10%	10%	10%	10%
③	IT ツールを利用 した販路開拓事 業者数 (BtoC)	—	2者	2者	2者	3者	3者
	売上増加率/者	—	10%	10%	10%	10%	10%

(4) 事業内容

①展示商談会への出展事業 (B t o B)

毎年11月に福岡県にて開催される「FOOD STYLE Kyushu」などの展示商談会に、毎年、村内の小規模事業者2者を選定し参加させる。

「FOOD STYLE Kyushu」は、九州最大級の小売・中食・外食業界の販路拡大をする為の展示商談会で、1,100社程度の出展があり、約15,500名の来場者がある。

出展する小規模事業者には、パンフレットや商品説明書、販促グッズなどの準備や、バイヤーへのアピール方法などの事前指導を行い、より成約に結びつけるような支援を実施する。また出展後には、名刺交換した商談相手へのアプローチ支援など、商談成立に向けた実効性のある支援を行う。

②SNS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。

③自社HPやECサイト等のITツールを利用した販路開拓支援 (B t o C)

村内の人口が減少している中で今後も事業を継続していくためには、物理的な対面販売

のみでは売上、顧客数の拡大や販売における業務効率において限界ができてしまう。

商圈に制限の無い販売方法として、自社HPによるネット販売、ECサイトや応援購入型クラウドファンディングへの出品、ふるさと納税サイトへの掲示などが挙げられることから、それらITツールを利用した販路開拓を支援する。

支援にあたっては、WEB専門会社やITベンダーの専門家と連携し、効果的な商品紹介のリード文・写真撮影、商品やページ構成などの伴走支援を行う。

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

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

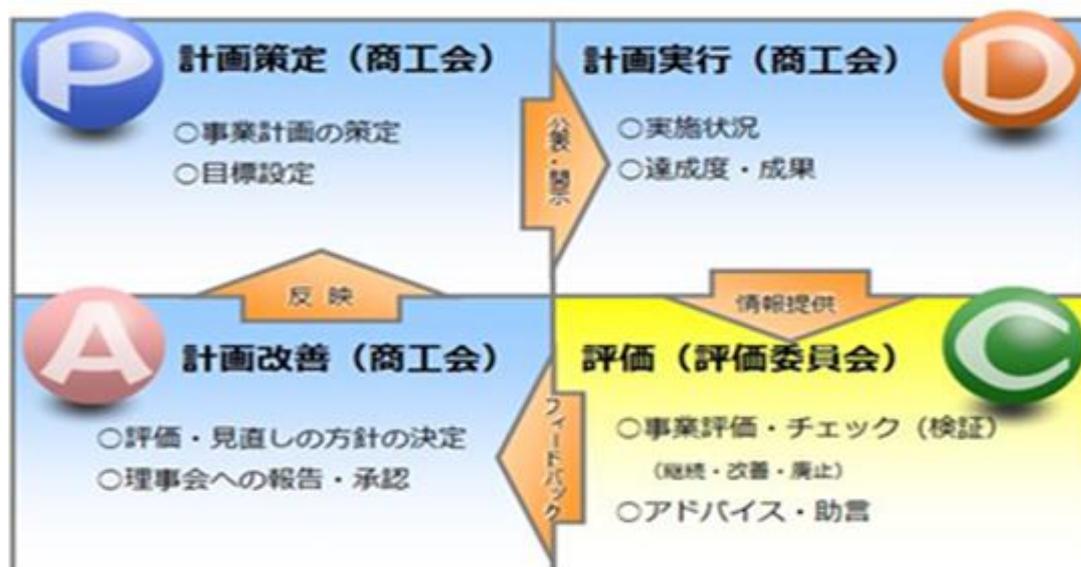
西米良村むら創生課の商工担当職員、中小企業診断士の資格を有する宮崎県商工会連合会の経営支援センター職員、当会法定経営指導員で構成する「西米良村商工会経営発達支援事業等協議会」を設置し、事業の評価・検証を行ってきた。また、協議会での評価結果は商工会のホームページで公開してきた。

しかし、事業評価および検証を行うにあたり、外部の有識者（第三者）による視点が多かったため、本計画においては中小企業診断士等の外部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

○西米良村むら創生課の商工担当職員、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い、改善に向け取り組む。

○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、ホームページ掲載および事務所にて常時備え付け、村内の小規模事業者等が常に関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

商工会の経営指導員等が小規模事業者等を支援するノウハウは、中小企業大学校の研修や、宮崎県商工会連合会が定期的で開催するセミナーで習得してきたもの、さらに県内の商工会職員で構成する宮崎県商工会職員協議会や、同協議会支部で自主開催する研修等、及び実務で積み重ねたものがあり、従来の小規模事業者への支援に役立ててきた。

また、復命書等で研修の報告等を行っているが、研修資料をデータ化し、蓄積する余裕がなく、各個人に研修内容が蓄積される傾向にあり、研修に参加しなかった他の職員が内容を十分に理解しているとはいえない状況である。

課題としては、個人の支援ノウハウを組織内で共有する仕組みができていないことが挙げられる。

その他、小規模事業者に対して技術の向上、新たな事業の分野の開拓等に寄与する情報の提供ができるよう、A I や F i n T e c h 等の新たな技術情報の収集や、マーケティング調査手法の習得と知識の更新に努めていく必要がある。

(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】

経営指導員等の支援能力向上のため、宮崎県商工会連合会が主催する「経営支援能力向上研修会」等に計画的に経営指導員等を派遣する。

また、宮崎県商工会連合会と中小企業基盤整備機構が主催する「経営力再構築伴走支援研修」等にも積極的に参加し、傾聴・共感・問いかけ・提案といった対話力の習得を図る。

【DX推進に向けたセミナー】

喫緊の課題である事業者のDX推進への対応にあたっては、経営指導員及び経営・情報支援員のIT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DX推進取組に係る相談・指導能力の向上のためにセミナーについても積極的に参加する。

<DXに向けたIT・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

RPA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IT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PR・情報発信方法、ECサイト構築・運用、オンライン展示会、SNS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

オンラインによる経営指導、事例のオンライン共有、チャットツール導入

②OJT制度の導入

支援経験の豊富な経営指導員と経営・情報支援員とがチームを結成し、巡回指導や窓口相談の機会を活用したOJT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、IT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（経営指導員及び経営・情報支援員）の支援能力の向上を図る。

④データベース化

担当経営指導員等が基幹システムやクラウド型経営支援ツールの「新経営支援システム」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

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)

西米良村商工会	西米良村
○法定経営指導員 1名	むら創生課
○経営・情報支援員 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:宮脇 朗

連絡先:西米良村商工会 TEL:0983-36-1056

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/商工会議所、関係市町村連絡先

①商工会

〒881-1411 宮崎県児湯郡西米良村大字村所9 6 - 1
西米良村商工会
TEL:0983-36-1056 FAX:0983-36-1171
E-mail:nishimera@miya-shoko.or.jp

②関係市町村

〒881-1411 宮崎県児湯郡西米良村大字村所1 5
西米良村 むら創生課
TEL:0983-36-1111 FAX:0983-36-1207
E-mail:sousei@vill.nishimera.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 6年度	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度
必要な資金の額	1,700	1,700	1,700	1,700	1,700
○需要開拓事業	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500
○セミナー開催費	100	100	100	100	100
○事業の評価及び 見直し(協議会開催)	100	100	100	100	100

(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、国・宮崎県補助金、西米良村補助金等

(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