

経営発達支援計画の概要

| | |
|----------------|---|
| 実施者名 (法人番号) | 日向商工会議所 (法人番号 4350005002449) 日向市 (地方公共団体コード 452068) |
| 実施期間 | 令和5年4月1日～令和10年3月31日 |
| 目標 | ①小規模事業者の持続的発展による地域経済の維持、拡大 ②「経営力再構築伴走支援」による小規模事業者の持続的発展への支援 ③DXに向けた小規模事業者のデジタル化・IT化支援の推進 |
| 事業内容 | <p>3 地域経済動向調査に関すること 地域の経済の動向や、管内小規模事業者の景気動向等について調査・分析し、提供する。</p> <p>4 需要動向調査に関すること バイヤーや消費者を対象としたアンケート調査を実施し、調査結果を事業者へフィードバックし、商品のブラッシュアップへ繋げる</p> <p>5 経営状況の分析に関すること セミナーの開催と巡回、窓口相談を通じて、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。</p> <p>6 事業計画策定支援に関すること セミナー等を開催し、事業計画策定の意義や重要性についての意識醸成を図り、経営分析を行った事業者の事業計画策定を目指す。</p> <p>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全ての事業者を対象とし、計画的にフォローアップを実施し、計画策定を支援する。</p> <p>8 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること 商談会等への出展支援を行い、販路拡大の支援を行う。またオンラインによる販路開拓やITを活用した宣伝、販路拡大などに対する取り組みを支援する。</p> |
| 連絡先 | <p>日向商工会議所 中小企業相談所 〒883-0044 宮崎県日向市上町1丁目70番地 TEL0982-52-5131 FAX0982-52-1133 E-mail:hgcci@miyazaki-cci.or.jp</p> <p>日向市 商工観光部 商工港湾課 〒883-8555 宮崎県日向市本町10番5号 TEL0982-66-1025 FAX0982-54-2639 E-mail:syoukou@hygacity.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) 地域の現状及び課題

①現状

・立地



本市は、宮崎県の北東部の東経131度37分、北緯32度25分に位置している。北は、門川町、西は美郷町、南は都農町及び木城町に接しており、尾鈴山系を南に、日向灘を東に望み、市西部の東郷地区から美々津・幸脇地区を耳川が貫流している。

また、本市は、日向入郷圏域の交通の要である国道10号と国道327号との結節点であり、九州山地に連なる入郷地域の山の文化（森林文化）と太平洋の海の文化（黒潮文化）が交わる交流拠点でもある。

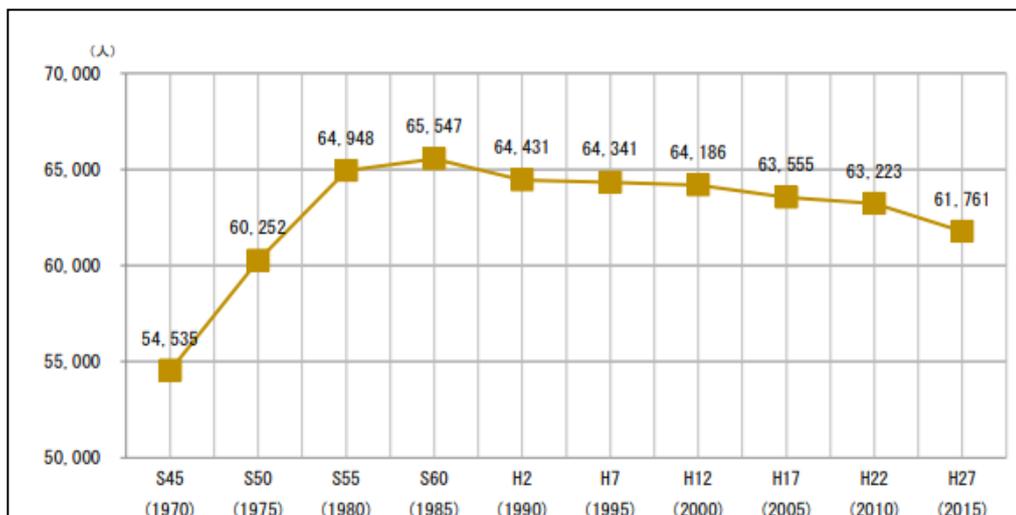
市域面積は、336.89km²である。

・人口

人口は59,359人（令和3（2021）年1月1日の現住人口）であり、県内では4番目の人口規模となっている。

本市の総人口は、昭和50（1975）年代前半までは、転入数が転出数を上回る社会増加と、出生数が死亡数を上回る自然増加が相まって急増していたが、その後は、転出数が転入数を上回る社会減少に転じ、それを自然増加が補う形で緩やかな減少傾向が続いてきた。

しかし、平成17（2005）年以降、出生数と死亡数がほぼ同数となり、平成22（2010）年からは死亡数が出生数を上回る自然減少に転じており、今後は、高齢化により死亡数が増加し、人口は急激に減少していくことが予想される。



資料：国勢調査

・産業

1) 商工業者数

本市の小規模商工業者数は減少傾向が続いており、人口減少による地域経済の縮小、高齢化と生産人口の減少による後継者不足などの要因も併せて、今後もこの減少傾向は続いていくことが予測される。

■業種別の商工業者数（小規模事業者数は内数）の推移

| | 業種 | H24 | | H28 | | 増減 (H28-H24) | |
|----|-------------------|------|---------|------|---------|--------------|---------|
| | | 事業所数 | 小規模事業者数 | 事業所数 | 小規模事業者数 | 事業所数 | 小規模事業者数 |
| 1 | 鉱業、採石業、砂利採取業 | 2 | 2 | 2 | 2 | 0 | 0 |
| 2 | 建設業 | 409 | 397 | 393 | 379 | △ 16 | △ 18 |
| 3 | 製造業 | 219 | 167 | 215 | 160 | △ 4 | △ 7 |
| 4 | 電気・ガス・熱供給・水道業 | 5 | 1 | 5 | 2 | 0 | 1 |
| 5 | 情報通信業 | 15 | 14 | 14 | 13 | △ 1 | △ 1 |
| 6 | 運輸業、郵便業 | 70 | 47 | 75 | 52 | 5 | 5 |
| 7 | 卸売業、小売業 | 970 | 687 | 922 | 655 | △ 48 | △ 32 |
| 8 | 金融業、保険業 | 61 | 55 | 49 | 41 | △ 12 | △ 14 |
| 9 | 不動産業、物品賃貸業 | 166 | 163 | 152 | 150 | △ 14 | △ 13 |
| 10 | 学術研究、専門・技術サービス業 | 99 | 78 | 104 | 86 | 5 | 8 |
| 11 | 宿泊業、飲食サービス業 | 533 | 430 | 523 | 413 | △ 10 | △ 17 |
| 12 | 生活関連サービス業、娯楽業 | 378 | 339 | 360 | 328 | △ 18 | △ 11 |
| 13 | 教育、学習支援業 | 85 | 81 | 97 | 88 | 12 | 7 |
| 14 | 医療、福祉 | 241 | 189 | 269 | 213 | 28 | 24 |
| 15 | 複合サービス事業 | 26 | 14 | 25 | 15 | △ 1 | 1 |
| 16 | サービス業(他に分類されないもの) | 215 | 163 | 190 | 141 | △ 25 | △ 22 |
| | 計 | 3494 | 2827 | 3395 | 2738 | △ 96 | △ 89 |

H24・H28 経済センサス調査

2) 経済状況

本市の市内総生産額は、平成 18 (2006) 年度に 1,821 億円であったものが、直近の平成 28 (2016) 年度には 2,325 億円となっており、27.7%増加している。製造業の生産額が大きく伸びたことが増加の要因と考えられる。

製造業の生産額は、平成 18 (2006) 年度に 277 億円であったものが、平成 28 (2016) 年度には 737 億円と 2.66 倍に増加している。これは、細島港周辺の港湾地域に、木材関係や化学系企業などの誘致が進んだことや、地場企業などが事業拡大をした成果と考えられる。

本市の人口一人当たりの市民所得は、平成 28 (2016) 年度時点 2,404 千円となっており、県内9市のうち3位となっている。

また、就業者一人当たりの総生産額は、7,964 千円となっており、県内9市のうち2位となっている。「人口一人当たりの市民所得」、「就業者一人当たりの総生産額」とともに、県内では高い状況にあるが、これは、企業誘致や地場企業などの事業拡大の促進により、企業所得や雇用者所得が増加していることが要因と考えられる。

～豊かな食と暮らしを支える農林水産業～

本市は、全国でも有数の林業地帯である耳川流域の玄関口に位置し、流域の豊富な森林資源や充実した生産基盤を背景に原木市場や製材工場が集積する木材加工流通の拠点となっており、耳川流域の豊かな森林資源の恵みを受け、あゆ、うなぎ、岩ガキといった水産資源にも恵まれている。また、国内でも有数のブロイラー飼養地域でもある。

農産物では、「みやざきブランド」として全国でも人気のある「日向完熟マンゴー」や特産の「へべす」の生産及び販売拡大に取り組んでおり、近年は需要が増加している。



平兵衛酢「へべす」



重要港湾「細島港」

～重要港湾「細島港」を擁する港湾工業都市～

本市は、重要港湾「細島港」を擁し、宮崎県における産業開発の拠点として重要な役割を担っている。

近年は、沖防波堤や国際物流ターミナルなどのインフラ整備が進み、東九州自動車道「北九州～宮崎間」が全線開通するなど、本市を取り巻く環境は大きく変化しており、「九州の扇の要」としてますます期待されている。

～日向市駅を中心とした機能的でコンパクトな中心市街地～

日向市駅を核とする中心市街地は、日向入郷圏域の玄関口として古くから生活文化の交流拠点としての役割を果たしてきた。

日向市駅を中心とする半径3kmの範囲に市街化区域のほとんどが含まれる機能的でコンパクトなまち並みが形成されており、駅前交流広場を活用した催しなどにぎわいが創出されている。

日向市駅は、耳川流域の杉材をふんだんに使った独特の建築様式が世界で高い評価を受け、平成20（2008）年に鉄道に関する国際的なデザインコンテストであるブルネル賞の最優秀賞を受賞した。



J R 日向市駅

・日向市総合計画の引用（商工・観光部分）

第2次日向市総合計画 後期基本計画（2021～2024）

1）商工業の振興

・目指す姿

活力ある商工業の振興により、市民が豊かで安心して暮らせるまちを目指す。

・主な指標と目標値（令和6年度）

創業支援事業計画に基づく創業者数(累計) 60人

日向市産業支援センターへの相談後に売上が向上した事業所数(累計) 200事業所

・施策の体系

活力ある商業の振興・高度な技術力を生かした工業の振興

2）地域を活性化する観光の振興

・目指す姿

国内外から観光客が訪れ、地域経済が活性化し、市民との交流が活発に行われているまちを目指す。

・主な指標と目標値（令和6年度）

観光入込客数（年間） 1,532,000人

市内宿泊者数（年間） 177,000人

観光4駅の売上金額（年間）501,000千円

サーフィン等利用客数（年間）260,000人

・施策の体系

受入体制の整備とおもてなしの充実・観光消費拡大の仕掛けづくり

効果的な情報発信とプロモーション・観光産業を担う組織や人材育成・強化

地域資源を活用したスポーツ交流の拡大

②課題

本市の商業は、市民ニーズに対応した商品販売やサービス提供を行うことにより、地域経済や雇用の基盤を支えている。

近年、消費者の価値観の多様化やインターネット販売の進展、商業施設の郊外進出・大型化など商業を取り巻く状況は大きく変化しており、事業者の高齢化や後継者不足などにより商店街の活力も失われつつある。

また、令和2（2020）年に発生した新型コロナウイルス感染症の影響により、観光産業や飲食業など中小企業・小規模事業者は、大きな打撃を受けている。

このような中、インターネット販売や飲食店のテイクアウトサービスの増加など、新たな需要も生まれており、景気の先行きが見えない中で、商業の活力を維持していくためには、新たな消費者ニーズに対応できるよう、多角的な視点に立った専門的な相談支援体制の充実に努めるとともに、金融機関と連携した資金調達への支援や新規創業者への支援など商業の活性化や競争力強化につなげる取組が求められている。

令和元（2019）年9月に公表された平成28年宮崎縣市町村民経済計算によると、市内総生産額のうち第2次産業が占める割合は、38.8%と県内9市の中で最も高くなっている。また、平成28（2016）年の経済センサスにおける産業大分類別の従業員数では、全産業の従業員数27,296人のうち、製造業が占める割合が5,618人と最も多く、本市の基幹産業となっている。

事業所別では、食料品製造業、化学工業、機械器具製造業、木材・木製品製造業などが多く立地しており、近年の経済回復に合わせて生産額も順調に伸びており、人口一人当たりの第2次産業の生産額は、県内9市の中でも、最も高くなっている。

高齢化による熟練技能者の減少や担い手不足が課題となっているため、若い世代に製造業の魅力を伝え、新たな担い手を育成し、第2次産業の雇用の確保を図る必要がある。

(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

小規模事業者を取り巻く環境変化については、近年特にその変化の度合いとスピードが高まっており、その変化は不可逆的である。小規模事業者はこうした変化に迅速かつ柔軟に対応する「自己変革力」が求められる。

従来の伴走支援は、補助金など政府等の支援ツールを届ける課題「解決」型に力点が置かれてきた傾向にあり、これからの不確実性の時代は、「経営力そのもの」が問われるため、そもそも何を課題として認識・把握するかという課題「設定」型の伴走支援の重要性が増していく。

小規模事業者が課題を設定し、経営を変革させていく上では、支援機関が経営者との「対話」と「傾聴」を通じて信頼を醸成し、経営者にとっての本質的課題を掘り下げることが重要であり、それが経営者の「腹落ち」に繋がり、「内発的動機づけ」が得られる。今後はこうした伴走支援によって「自走化」に導き、自己変革力の会得を促す「経営力再構築伴走支援」を推進していく。

② 日向市総合計画との連動性・整合性

第2向日向市総合計画後期基本計画(2021~2024)では、施策の方向性として「活力ある商業の振興」を掲げ、以下の事業に取り組むこととしている。

- ・国や県、商工会議所や商工会、その他支援機関との連携を強化し、商業を担う後継者の人材育成や人材確保に取り組む。
- ・日向商工会議所や東郷町商工会、日向市産業支援センター、金融機関等による中小企業などへの経営支援や相談体制の充実に取り組む。
- ・創業や新分野への進出を促進するために、事業に必要な知識や技能を習得する研修会の開催などを支援する。
- ・中小企業等の円滑な資金調達を支援するため、商工会議所や商工会、金融機関等と連携し、金融支援制度の活用を促進する。
- ・商工会議所や商工会と連携し、空き店舗の活用やにぎわいの創出などに取り組み、活気あふれる商店街づくり、魅力ある店づくりを促進する。
- ・市内事業者からの製品購入やサービスの利用など「地域内経済循環」の促進に取り組む。
- ・地場産品事業者の振興のため、物産展の開催や新商品開発、販路拡大に向けた支援を図るとともに、事業者の連携や異業種交流を推進する。

③ 商工会又は商工会議所としての役割

人口減少・流出の課題を抱える地方圏においては、商工会議所や他の支援機関及び地域金融機関、自治体等が連携し、地域を支える企業の持続的な成長を起点に、地域経済が自立的に活力を維持していく好循環を生み出すことが重要である。

中小企業は、規模の大小、成長志向か経営悪化状態かなど様々であることから、各中小企業支援機関等がそれぞれの特性に沿って一定の役割分担を行いつつ、「経営力再構築伴走支援」を行っていかねばならない。

商工会議所においては、地域経済・コミュニティを支える中小企業・小規模事業者を主に支援する役割が期待されている。

(3) 経営発達支援事業の目標

- ① 小規模事業者の持続的発展による地域経済の維持、拡大
- ② 「経営力再構築伴走支援」による小規模事業者の持続的発展への支援
- ③ DXに向けた小規模事業者のデジタル化・IT化支援の推進

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内容及び実施期間、目標の達成方針

(1) 経営発達支援事業の実施期間（令和5年4月1日～令和10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による地域経済の維持、拡大

人口減社会において地域経済を維持、拡大し、地域コミュニティを支えるためには、付加価値を生み出し、地域経済を牽引する成長力のある中小企業、小規模事業者が存在し、地域の雇用を生み出すことが重要である。

国内市場、地域経済の縮小が進みつつある中で、地域資源を活かした事業で持続的発展を目指す「地域資源型企业」、地域に密着したサービスの維持・発展を目指す「地域コミュニティ型企业」のビジネスモデルの革新や新商品、サービスのなど、新しい付加価値の創出を支援し小規模事業者の維持、発展を支援する。

②「経営力再構築伴走支援」による小規模事業者の持続的発展への支援

経営環境の変化が激しく、複雑さを増した時代においては、企業の直面する課題は個々別々であるため、経営者が自ら課題を見立てることが難しく、効果的に経営課題を解決するためには、本質的な経営課題の分析を行った上で事業計画を策定しなければならない。

セミナーの開催や巡回、窓口相談を通じて、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い、事業計画の策定を促していく。

事業計画を策定した全ての事業者を対象とし、計画的にフォローアップを実施し、事業計画の進捗状況等により、訪問回数を増やすなどしてフォローアップの頻度を設定し、計画策定へとつなげてゆく。

また、小規模事業者の販売する商品又は提供するサービスの需要動向や、地域の経済動向を踏まえた新商品等の開発や既存商品等の販路拡大に取り組む事業者について、県外等で開催される既存の展示会等へ出展支援を行う。

展示会やイベントに出店することが難しい事業者においては、オンラインによる販路開拓やITを活用した宣伝、販路拡大などに対する取り組みを支援する

支援に当たっては、経営者の自己変革力、潜在力を引き出し、経営力を強化・再構築をすることを目的とした「経営力再構築伴走支援」に取り組む。

③DXに向けた小規模事業者のデジタル化・IT化支援の推進

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、導入の支援を行う。

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。

また、事業者のDX推進への対応にあたっては、セミナー等への参加をとおして、経営指導員及び一職員の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。

I. 経営発達支援事業の内容

3 地域経済動向調査に関すること

(1) 現状と課題

地域の経済動向分析については、官公庁が公表している統計資料等を活用しているが、ビッグデータ等を活用した専門的な分析が出来ておらず有効な資料として提供出来ていないため、国が提供するビッグデータを活用し、地域の強み・弱みを「見える化」することによって、域外需要獲得などに向けた、将来のビジョンや戦略などを検討するための資料を提供する。

景気動向調査については、県内商工会議所で実施したものを年4回実施し、公表しているが、内容は県内の企業が対象であり、地域、事業規模に応じた景況感が調査結果から読み取り難いため、同調査結果を元にして、管内の小規模事業者の調査結果を独自に集計、分析する。

(2) 目標

| | 公表方法 | 現行 | 令和5年度 | 令和6年度 | 令和7年度 | 令和8年度 | 令和9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 | 4回 | 4回 | 4回 | 4回 | 4回 | 4回 |

(3) 事業内容

①地域の経済動向分析

経営指導員が「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 産業マップ・自治体比較マップ・観光マップ・人口マップ
→生産分析（産業構造・移輸出入と観光）、分配・支出分析、地域経済循環・推移傾向分析

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

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、宮崎県商工会議所連合会が行う「県内企業景況調査」に独自の集計、分析を行い、管内小規模事業者の景気動向等について、年4回調査・分析を行う。

- ・調査手法 調査票をFAXで依頼、回収する
経営指導員が調査結果を独自に再集計、分析を行う
- ・調査対象 管内小規模事業者50社（製造業、建設業、卸売業、小売業、サービス業から10社ずつ）
- ・調査項目 売上額、採算、資金繰り、仕入価格、雇用状況、設備投資、業況

(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、広く管内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

小規模事業者においては、自身で市場や消費者の需要動向を調査するノウハウが十分ではなく、需要動向を的確に把握することが難しい。

これまで行ってきた販売会や商談会等においても、販売数及び商談誓約の可否などの結果で成果を判断している状況であり、結果に至った要因を調査、分析し、商品の開発及び改良に反映することが出来ていない。

商工会議所においても、これまで小規模事業者への需要動向に関する情報提供や適切な支援が出来ていなかったため、今後は市場と消費者の需要を明確にし、事業者へ提供し、その結果に基づき商品の開発及び改良に繋げたい。

地域の農水産品を活用した加工品等のいわゆる特産品の生産・販売を促進することは、地域内総生産を増加させ、地域経済の活性化につながることから、地域特産品を活用した新商品の開発及び既存商品の販路拡大に取り組む事業者を募集し、支援をおこなう。

(2) 目標

| | 現行 | 令和5年度 | 令和6年度 | 令和7年度 | 令和8年度 | 令和9年度 |
|--------------------|----|-------|-------|-------|-------|-------|
| ①バイヤーを対象としたヒアリング調査 | — | 2者 | 2者 | 2者 | 2者 | 2者 |
| ②消費者アンケート調査 | — | 2者 | 2者 | 2者 | 2者 | 2者 |

(3) 事業内容

①バイヤーを対象としたヒアリング調査

食品関連企業向け展示会へ出展し、来場したバイヤーに対してアンケート調査を実施する。調査結果を集計、分析し事業者へフィードバックし、商品のブラッシュアップへ繋げる。

- ・調査手法 アンケート調査
- ・調査項目 顧客価値（どこに価値を求めるのか）・経費（価格の妥当性）・顧客利便性（販売方法等）・コミュニケーション（商品のコンセプト等の理解度等）
- ・調査結果の活用 アンケート調査結果を事業者へフィードバックする。

②消費者アンケート調査

日向市圏域1市2町2村で、宮崎市において開催している物産展や県内で開催されるその他の物産展等に出店し、来場者へアンケート調査を実施する。調査結果を集計、分析し事業者へフィードバックし、商品のブラッシュアップへ繋げる。

- ・調査手法 アンケート調査
- ・調査項目 属性（性別、年齢等）・顧客価値（どこに価値を求めるのか）・経費（価格の妥当性）・顧客利便性（販売方法等）・コミュニケーション（商品のコンセプト等の理解度等）
- ・調査結果の活用 アンケート調査結果を事業者へフィードバックする。

5 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

現状は、補助金等の申請を契機に計画書の作成の過程で経営分析の支援を行うことが多く、補助金等の申請以外で経営分析を行うことが少なく、また動機付けも難しい。

今後いかに、意識醸成を図るかが課題であり、セミナーについても経営分析のみの内容では参加が少ないため、事業計画策定、事業承継などの各セミナーに経営分析の内容を盛り込むなどの啓発、普及のための工夫が必要である。

経営指導員による経営分析の支援については、これまで統一した支援方法が無く、指導員個々の経験、能力により依るところが大きかったため、今後は、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」を活用し、支援方法の画一化を図る。

(2) 目標

| | 現行 | 令和5年度 | 令和6年度 | 令和7年度 | 令和8年度 | 令和9年度 |
|-----------|-----|-------|-------|-------|-------|-------|
| ①セミナー開催件数 | 1回 | 2回 | 2回 | 2回 | 2回 | 2回 |
| ②経営分析事業者数 | 20者 | 60者 | 60者 | 60者 | 60者 | 60者 |

(3) 事業内容

①経営分析を行う事業者の発掘（経営分析セミナーの開催と巡回・窓口相談）

セミナーの開催と巡回、窓口相談を通じて、自社の強み・弱みなどの気づきを与えることで、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、ホームページで広く周知、巡回・窓口相談時に案内

②経営分析の内容

・対象者 セミナー参加者及び巡回、窓口相談者の中から、意欲的で販路拡大の可能性の高い60者を選定

・分析項目 定量分析（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

定性分析（非財務分析）

下記項目について、対話を通じて事業者の内部環境と外部環境を整理する。

「内部環境における強み、弱み」

商品、製品、サービス・仕入先、取引先・人材、組織・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

「外部環境の脅威、機会」

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、経済産業省の「ローカルベンチマーク」、「経営デザインシート」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。等

(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し、また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。

6 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

現状は主として、補助金等の申請を契機として事業計画の策定を目指す事業者を中心に支援をおこなっており、それ以外の事業者に対しては、窓口相談や巡回相談、セミナー等で啓発を行っているが、実質的な行動や意識変化を促すまでに至っていない。

広く事業者に対し、事業計画策定の意義や重要性についての意識醸成をいかに図るかが課題である。

(2) 支援に対する考え方

「事業計画策定セミナー」を「経営分析セミナー」と合わせて複数回で開催する等、従来の内容を工夫し、事業計画策定の意義や重要性についての意識醸成を図り、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、補助金等の申請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、事業者が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ため、対話と傾聴を通じて事業計画の策定につなげていく。

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

(3) 目標

| | 現行 | 令和 5年度 | 令和 6年度 | 令和 7年度 | 令和 8年度 | 令和 9年度 |
|-------------|-----|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| ①事業計画策定セミナー | 1回 | 2回 | 2回 | 2回 | 2回 | 2回 |
| ②DX推進セミナー | — | 1回 | 1回 | 1回 | 1回 | 1回 |
| 事業計画策定事業者数 | 20者 | 40者 | 40者 | 40者 | 40者 | 40者 |

(4) 事業内容

①「事業計画策定セミナー」の開催

- ・支援対象 経営分析を行った事業者
- ・募集方法 会報へのチラシ同封・ホームページ、SNSへの掲載、発信
巡回、窓口相談時の案内
- ・講師 中小企業診断士等
- ・回数 1回
- ・カリキュラム 事業計画策定の意義・作成方法・補助金等の活用
- ・参加者数 20者
- ・支援手法 事業計画策定セミナーの受講者に対し、経営指導員がフォローアップを行い、必要な事業者については専門家による個別相談会を実施し、確実に事業計画の策定に導く。

②「DX推進セミナー開催・IT専門家派遣」の開催

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サイト構築等の取組を推進していくためにセミナーを開催する。

- ・支援対象 経営状況分析を行った小規模事業者
- ・募集方法 会報へのチラシ同封・ホームページ、SNSへの掲載、発信
巡回、窓口相談時の案内
- ・講師 ITコーディネーター等

- ・回数 1回
- ・カリキュラム
 - ・事業者にとって内向け（業務効率化等）
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
 - ・事業者にとって外向け（需要開拓等）
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
- ・参加者数 20者
- ・支援手法 セミナーを受講した事業者の中から、意欲の高い事業者に対しては、経営指導員による相談対応・経営指導を行う中で必要に応じてIT専門家派遣を実施する。

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

現状は、事業者においては、事業計画策定後に事業計画の進捗状況や達成度の検証が出来ておらず、当所としても事業者に対して計画的にフォローアップをおこなっていない。

事業計画の策定を支援する段階で、策定の意義や重要性についての意識醸成を図り、策定後においても、計画的にフォローアップをおこなうことで、事業者自らが検証することを促してゆく。

(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」を見いだすこと、対話を通じてよく考えることなど、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、自走化に繋げる。

事業計画を策定した全ての事業者を対象とし、計画的にフォローアップを実施する。

また、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、フォローアップの頻度を設定する

(3) 目標

| | 現行 | 令和5年度 | 令和6年度 | 令和7年度 | 令和8年度 | 令和9年度 |
|----------------|----|-------|-------|-------|-------|-------|
| フォローアップ対象事業者数 | — | 40者 | 40者 | 40者 | 40者 | 40者 |
| 頻度（延回数） | — | 80回 | 80回 | 80回 | 80回 | 80回 |
| 売上増加事業者数 | — | 12者 | 12者 | 12者 | 12者 | 12者 |
| 利益率5%以上増加の事業者数 | — | 6者 | 6者 | 6者 | 6者 | 6者 |

(4) 事業内容

事業計画を策定した事業者を対象として、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半年に1回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。

なお、進捗状況が思わしくなく、事業計画との間に差異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アドバイスを受けるなど、差異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

これまでに県外のアンテナショップへの出店を行ったが、出店者に対する事前、事後の支援が不十分であったことから、結果として販路拡大には繋がっていない。

また、地域内の小規模事業者の多くはオンラインによる販路開拓等に関心があるものの、経営資源が限られているなどの理由により、ITを活用した販路開拓等のDXに向けた取組が進んでおらず、商圈が近隣の限られた範囲にとどまっている

今後は、経営分析から事業計画策定を経て、自社の商品の強みと消費者等の需要を踏まえた戦略的な販路拡大を行うよう支援を行ってゆくとともに、新たな販路の開拓にはDX推進も必要であるということを理解・認識してもらい、取組みを支援していく必要がある。

(2) 支援に対する考え方

当所が自前で展示会等を開催するのは困難なため、県外等で開催される既存の展示会等へ出展する。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。

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。

| | 現行 | 令和 5年度 | 令和 6年度 | 令和 7年度 | 令和 8年度 | 令和 9年度 |
|-------------------|----|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| ①商談会参加 事業者数 | — | 2者 | 2者 | 2者 | 2者 | 2者 |
| 成約件数/者 | — | 1件 | 1件 | 1件 | 1件 | 1件 |
| ②即売会出店 事業者数 | — | 2者 | 2者 | 2者 | 2者 | 2者 |
| 売上額/者 | — | 10万円 | 10万円 | 10万円 | 10万円 | 10万円 |
| ③SNS活用 事業者 | — | 10者 | 10者 | 10者 | 10者 | 10者 |
| 売上増加率/者 | — | 5% | 5% | 5% | 5% | 5% |
| ④ECサイト 利用事業者数 | — | 5者 | 5者 | 5者 | 5者 | 5者 |
| 売上増加率/者 | — | 10% | 10% | 10% | 10% | 10% |
| ⑤ネットショッ プの開設者数 | — | 2者 | 2者 | 2者 | 2者 | 2者 |
| 売上増加率/者 | — | 10% | 10% | 10% | 10% | 10% |

(3) 事業内容

①商談会等出展事業（B t o B）

大都市圏及び県内で開催される商談会等においてブースを借り上げ、事業計画を策定した事業者の中から、地域の特産品を活用した商品の販路拡大を目指す事業者を優先的に出展し、新たな需要の開拓を支援する。

商談会でのプレゼンテーションが効果的になるよう事前研修を行うとともに、事後には、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。

・想定される商談会

「F o o d E X P O K y u s h u」

年1回、2日間にわたり開催され、農畜産物・水産物から、飲料、調味料、加工品などを取り扱う九州・山口県内の生産・加工企業を対象として開催される商談会で、九州内より約200社が出展し、約20カ国130社よりバイヤーが参加する。来場者は2日間で延べ約4,000人以上。

②即売会出店事業（B t o C）

当所が県内で開催される物産展等において、事業計画を策定した事業者の中から、地域の特産品を活用した商品の販路拡大を目指す事業者を優先的に出店し、新たな需要の開拓を支援する。

・想定されるイベント

「耳川流域地場産品展示即売会」

耳川流域1市2町2村地域の特色ある地場産品をPRする目的で、宮崎市において年に1回2日間開催され、約20店舗が出店し、延べ約1,500名が来場する。

③SNS活用やECサイト利用及び自社HPによるネットショップ開設への支援

小規模事業者は経営資源が限られており、展示会やイベントに出店することが難しい事業者においては、オンラインによる販路開拓やITを活用した宣伝、販路拡大などに対する取り組みを支援することが必要である。

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サイト構築等の取組を推進していくために、前掲の「DX推進セミナー」を開催し、意欲のある事業者には専門家派遣等で支援をおこなう。

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

現在は、報告会等を開催しておらず、外部評価を踏まえた見直しの仕組みが出来ていない。今後は、関係機関による外部評価者による評価委員会等を設置し、評価、見直しのための取組みが必要である。

(2) 事業内容

- ・日向市商工港湾課、法定経営指導員、外部有識者として中小企業診断士、政府系金融機関をメンバーとする「評価委員会」を毎年度終了後に開催し、経営発達支援事業の進捗状況等について評価を行う。
- ・当該委員会の評価結果は、正副会頭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、HP及び会報へ掲載（年1回）することで、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

中小企業基盤整備機構及び宮崎県、日本商工会議所、宮崎県商工会議所連合会等が主催する研修会へ参加し、支援能力の向上に取り組んでいるが、年間を通して計画的に研修を実施出来ていない。また、DX推進に向けた支援能力が不足している。

今後は、各指導員の課題を把握した上で、各機関が実施する研修会等を利用し、計画的に研修を行うよう見直しを図り、また、事業者のDX推進への支援に向けて、経営指導員等の支援能力向上を図る。

(2) 事業内容

①外部講習会等の積極的活用

・経営支援能力向上セミナー

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、経営指導員等が宮崎県商工会議所連合会主催の「経営指導員研修会」に参加する。

・コミュニケーション能力向上セミナー

対話力向上等のコミュニケーション能力を高める研修を実施することにより、支援の基本姿勢（対話と傾聴）の習得・向上をはかり、事業者との対話を通じた信頼の醸成、本質的課題の掘り下げの実践につなげる。

・小規模事業者課題設定力向上研修

課題設定に焦点を当て、そのポイントと手順を習得することで、その後続く課題解決をスムーズに行うことを目的とする。

・DX推進に向けたセミナー

事業者のDX推進への対応にあたっては、経営指導員及び一職員の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、前掲の「DX推進セミナー」への参加及び他の機関が主催するDXをテーマにしたセミナーへ積極的に参加する。

②OJT制度の導入

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

経営指導員研修会等へ出席した経営指導員が順番で講師を務め、IT等の活用方法や具体的なツール等についての紹介、経営支援の基礎から話の引出し術に至るまで、定期的なミーティングを開催し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データベース化

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

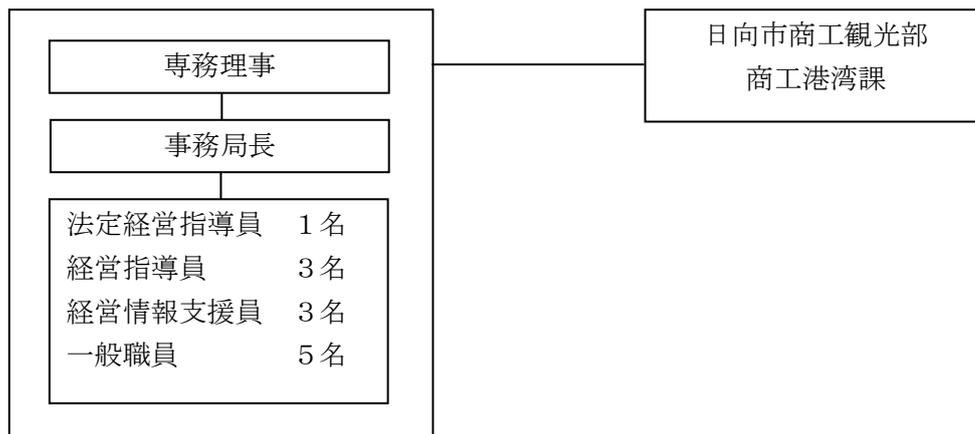
(別表2)

経営発達支援事業の実施体制

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)



(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 法定経営指導員の氏名、連絡先

氏名 高館 一恭

連絡先 日向商工会議所 TEL 0982-52-5131

② 法定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/商工会議所

日向商工会議所 中小企業相談所

〒883-0044 宮崎県日向市上町1丁目70番地

TEL 0982-52-5131 / FAX 0982-52-1133

E-mail: hgcci@miyazaki-cci.or.jp

② 関係市町村

日向市 商工観光部 商工港湾課

〒883-8555 宮崎県日向市本町10番5号

TEL 0982-66-1025 / FAX 0982-54-2639

E-mail: syoukou@hygacity.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 5年度 | 令和 6年度 | 令和 7年度 | 令和 8年度 | 令和 9年度 |
|---------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| 必要な資金の額 | 910 | 910 | 910 | 910 | 910 |
| セミナー開催費 | 300 | 300 | 300 | 300 | 300 |
| 販路開拓費 | 600 | 600 | 600 | 600 | 600 |
| 評価委員会 | 10 | 10 | 10 | 10 | 10 |

(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、補助金(国、県、市)、事業受託費等 |

(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。

