

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	宮崎市生目商工会 (法人番号 9350005000638) 宮崎市 (地方公共団体コード 452017)
実施期間	令和4年4月1日～令和9年3月31日
目標	<p>経営発達支援事業の目標</p> <p>宮崎市生目商工会管内の小規模事業者を取り巻く経営環境を的確に捉え、事業者の経営実態に応じた支援を行うことで、小規模事業者の成長発展に寄与するため、以下のとおり目標を設定する。</p> <p>(1) 売上及び利益向上による事業継続と伴走型支援による経営力の向上 (2) 地域資源を活用した商品開発と販路開拓の支援 (3) 創業・承継・M&A支援を通じた雇用の維持拡大</p>
事業内容	<p>経営発達支援事業の内容</p> <p>3. 地域の経済動向調査 (1) RESAS等をはじめ、国・県・団体等が提供するデータの提供 (2) 景気動向調査等を活用したデータ分析と提供</p> <p>4. 需要動向調査 観光資源を利用した商品評価の実施</p> <p>5. 経営状況の分析 (1) 経営分析セミナーを通じた経営状況分析の実施 (2) 経営支援基幹システムの経営支援機能を活用した経営状況分析</p> <p>6. 事業計画策定支援 (1) 経営支援基幹システムを活用した事業計画策定支援 (2) DX推進セミナー・事業計画策定セミナーを通じた策定支援</p> <p>7. 事業計画策定後の支援 事業計画策定事業者を対象とした定期フォローアップ計画策定実行</p> <p>8. 新たな需要の開拓に寄与する事業 (1) 商談会出展と之に向けた販路開拓セミナー・専門家による磨き上げ (2) SNS活用やECサイト利用、ネットショップ開設支援</p> <p>経営発達支援事業の円滑な実施に向けた支援力向上の為取組</p> <p>9. 事業の評価及び見直しをするための仕組み 市、外部有識者、当会含む近隣商工会による計画評価及び見直し公表</p> <p>10. 経営指導員等の資質向上等 組織内外の研修への参加や支援ノウハウ共有による資質向上</p> <p>11. 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 他団体との情報交換による支援ノウハウ共有</p> <p>地域経済の活性化に資する取組</p> <p>12. 地域経済の活性化に資する取組 (1) スタンプラリー事業の拡充 (2) おもてなし研修会の開催 (3) 地域活性化懇談会の開催 (4) 生目商売検索システムの構築</p>
連絡先	<p>宮崎市生目商工会 〒880-2111 宮崎県宮崎市大字柏原4-4-9-3 TEL: 0985-47-6827 FAX: 0985-47-6089 E-mail: ikime@miya-shoko.or.jp</p> <p>宮崎市 観光商工部 商工戦略局 商業政策課 〒880-8505 宮崎県宮崎市橘通西1丁目1番1号 TEL: 0985-21-1792 FAX: 0985-28-6572 E-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) 地域の現状及び課題

①地域の現状

(ア) 生目地区の概要

宮崎市生目商工会が管轄する生目地区は、昭和38年4月に生目村が宮崎市に編入された地域で、宮崎市の中心部から西に約5.6kmの地点に位置しており、宮崎市街地に隣接し交通条件が良好な都市近郊型の農村地域である。

また、当地区は、宮崎市の北西部、宮崎市と都城市を結ぶ国道10号線沿いに位置し、鹿児島県、熊本県につながる国道の結節点にもなっており、東九州自動車道宮崎西インターチェンジもあることから、物流の拠点、市街地へのアクセス経路としての役割を担っている。

そのため、道路・交通の利便性を生かした周辺の整備が進み、平成21年に全施設が完成した「生目の杜運動公園」は、年間を通して、テニスやサッカー、陸上競技など様々な全国的レベルでのスポーツ大会が開催され多くの人に利用されており、特にプロ野球のキャンプ地になってからは春のキャンプ期間1ヶ月で304,200人(令和2年2月)を超える観客が訪れている。しかし、新型コロナウイルス感染症の拡大により令和3年2月については無観客にて実施。観客は大幅に減少し、それに伴う観光収益は激減した。

宮崎市生目地区の位置図



生目の杜運動公園



アイビースタジアム(野球場)



陸上競技場

(イ) 生目地区の人口等の状況

長い間減少していた当地域の人口は、平成24年の13,067人から令和2年の14,220人へと増加しつつある、道路網の整備とともに宮崎市中心部へのアクセスの良さから生目心町という住宅団地が開発された為、微増傾向にある。

また、生目地区からは外れるが、当商工会の管内となっている大塚台西、小松台東、小松台西、小松台北町地区等を含めると平成24年の23,205人から令和2年の22,241人へと減少傾向にある。原因としては、小松台・大塚台団地等の、就職に伴う人口の流出が主なところである。

日本社会全体としての少子高齢化の流れは生目地区においても進んでおり、高齢化率は令和3年6月が32.3%(全国29.0%)と高い水準にある。

宮崎市生目地区内人口推移表

	H24年	H25年	H26年	H27年	H28年	H29年	H30年	R1年	R2年
人口	13,076	13,552	13,728	14,004	14,105	14,188	14,225	14,167	14,220

宮崎市生目商工会管内人口推移表

	H24年	H25年	H26年	H27年	H28年	H29年	H30年	R1年	R2年
人口	23,205	23,166	23,203	23,100	22,876	22,818	22,428	22,324	22,241

(ウ) 宮崎市の産業

宮崎市が策定した「第2期宮崎市地方創生総合戦略」(令和2年3月策定)によると、宮崎市内総生産は増減があるものの、概ね横ばいであり、平成20年度及び平成22年度は大きく落ち込んでいるが、平成23年度からは回復基調となっている。この中で、第3次産業が市内総生産の8割以上を占め、成長率の面からも市内総生産の成長に寄与している。特に、「医療・保健・介護」とともに、宿泊・飲食サービスなどの主に観光に係る産業の「対個人サービス業」が大きくなっており、総生産額に対する割合が、全国と比較して高いのは「医療・保健・介護」「対個人サービス」「農業」となっている。

一方、本県は宮崎市を含め、食の宝庫と言われており、特に農畜産業が盛んで、現在、6次産業化や農商工連携による付加価値の向上を目指し、行政やJA、大学などと連携し、宮崎らしいフードビジネス確立に向けた取組がなされている。

このような状況のなか、宮崎市の産業が抱える共通の課題として、商工業においては脆弱な経営基盤や後継者問題等で厳しい経営状況が続いており、さらに人口減少による市場縮小の事業経営に対する影響が続いている。

(エ) 宮崎市の商工業振興の方針

宮崎市が令和2年3月に策定した「第2期宮崎市地方創生総合戦略」(令和2年度～令和6年度)では、将来の都市像として『地域に愛着をもち、新たな価値を共に築く～「ひと」にやさしく、「癒し」のある『豊かな地域社会』の実現を目指して～』を掲げ、「SDGs(持続可能な開発目標)との一体的な推進」「関係人口の創出拡大」「Society5.0の実現に向けた技術の活用」「多様な人材の活躍推進」の4つが基本目標として掲げられている。

4つの基本目標を達成するために、①多様なライフスタイルに対応した子育て支援の充実、②2025年問題を見据えた医療・福祉の充実、③生活の質の向上と移住の促進を図る居住環境の充実、④地域や企業ニーズに合った人材の育成、⑤若い世代の定着や生産性の向上を図る雇用の場の創出、⑥交流人口や販路の拡大を図るブランド力の向上、⑦広域協交通網の構築とインフラの維持・整備の7つが重点項目となっている。

これを達成するために、以下の5つのプロジェクトが進められる。

・クリエイティブシティ推進プロジェクト

地域に新たな雇用やビジネスを創出し、多様な働き方や雇用環境の改善を促すとともに、地域と連携したキャリア教育を推進することで、人材の育成や定着を図り、地域経済の活性化につなげていく。

・フードシティ推進プロジェクト

基幹産業である農業の生産基盤を維持するとともに、豊かで良質な農畜水産物を生かしたフードビジネスを推進し、販路や交流人口の拡大を図ることで、ブランド力を向上させていく。

・観光地域づくり推進プロジェクト

観光資源を磨き上げ、観光ルートの形成や受入体制の充実を図ることで、広域的な観光地域づくりを推進するとともに、プロスポーツキャンプ・大会等の受け皿となるインフラや受け入れのノウハウ等を生かし、新たなファンの獲得に向けて、「総合スポーツ戦略都市みやぎ」の取組を推進していく。

・こども・子育て推進プロジェクト

子どもや親に幸せの実感が得られるよう、安心して子どもを産み、育てやすい環境を整備するとともに、子どもの生涯にわたる人格形成の基礎を培い、子どもたちが夢や目標をもち、自ら未来を切り拓いていけるよう、学校教育の充実を図っていく。

・地域コミュニティ活性化プロジェクト

複雑・多様化する地域課題の解決に向け、担い手となる人材を育成し、地域の多様な主体の連携を強化するとともに、ビジネスの手法等を用いた地域の自主的、かつ持続的な取組を促進することで、自律性の高いコミュニティを形成していく。また、関係機関や関係団体と協力して、移住相談や移住者のフォローアップを行うとともに、産業や地域振興などの取組と連携し、空き家等の既存ストックの流通を促進していく。

このような宮崎市の施策を商工団体として推進する立場から、本商工会は長年の小規模事業者の経営改善に関する支援経験を活かしながら、宮崎市や他の経済団体、専門機関と連携して、より個社の経営支援に資する取組を推進する。

(オ) 宮崎市の商工業の現状と課題

平成 28 年経済センサスによると、宮崎市の事業所数は平成 24 年比で 1.8%の微減の状況にある。

しかしながら、商業面では、宮崎市の商業を取り巻く環境が、消費の低迷、大型店・大型専門店をはじめとする多様な業態店舗の出店やコンビニエンスストア、ディスカウントストア出店による店舗間競争の激化、インターネットサービスの急速な普及による通信販売の伸長などが影響し、本商工会地区においても事業所数が平成 20 年から平成 30 年の 10 年間で大幅に減少しており、道路交通網の整備によるアクセス向上が宮崎市中心部への購買力の流出を加速させるとともに、商店経営者の高齢化と後継者難問題を抱えており、このような中で、いかにして事業所数の減少と売上高の減退に歯止めをかけ、安定的な利益の確保を図っていくことが課題となる。

また、製造事業所数においても、減少が著しく、加えて、当商工会地区の多くが市街化調整区域になっていることから、新たな工場の建設、立地は望めない状況にある。

○本商工会の小規模事業者の推移

(単位：件)

業 種	平成 10 年	平成 15 年	平成 20 年	平成 25 年	平成 30 年
建 設 業	234	240	229	170	144
製 造 業	45	48	43	27	32
卸・小売業	151	157	143	89	80
飲食業・宿泊業	38	38	37	26	28
サービス業	58	57	57	31	116
そ の 他	128	144	146	73	24
合 計	654	684	655	416	424

(出典：商工会実態調査)

この表のとおり平成 10 年からの 20 年間で管内小規模事業者は大幅に減少し、全体では 230 社も減少している。減少理由としては、建設業は公共工事の減少や工事積算単価の縮減による収益の急速な悪化が主な要因だと思われる。また、卸小売業は、宮崎市全体でも平成 19 年度比で約 33%も減少しており宮崎市の小売吸引力が弱くなっていると考えられるが、生目地区では平成 16 年に国道 10 号線がバイパス化されたことに伴い、旧道沿いの商店等の大幅な減少もありほぼ半減している。今までは宮崎市内での地域間競争にも負けていたと言える。

しかし、生目地区は市郡医師会病院の移転によって入込客を呼び込むチャンスを迎えており、生目地区独自の地域活性化の取り組みなどを通じた囲い込みにより、小規模事業者の減少に歯止めをかけ発展することが期待できる。

(カ) 商工会のこれまでの取り組み

商工会は、税務、金融、労務、共済など小規模事業者の基礎的な経営改善に資する事業について、経営指導員等や専門家による支援を実施してきた。また、地域イベントの開催による賑わい創出、プレミアム商品券の発行による需要喚起など宮崎市や他の経済団体などと連携した地域全体の活性化に資する事業にも取り組んできた。しかし、その場限りの支援が多く、中長期的な支援目標やそれを実現する方針などが曖昧であった。平成 31 年～令和 2 年の経営発達支援計画を通じ、中期的な経営支援の実施や経営支援システム導入による体系整備に注力したが、コロナウイルスの影響もあり、相談件数が大幅に増大したため、1 事業所 1 事業所に対して十全な対応はできなかった。

②地域の課題

上記の通り、各産業が著しく衰退・減少している中、相次ぐ大型店の進出や宮崎イオンの増床で地域の小規模事業者が影響を受けている生目地区の商工業を維持していくためには、これまで実施していた経営基盤強化のための金融支援等に加え、創業支援や事業承継・M&A を積極的に推進し、新規雇用の創出、継続、確保をはかり、経営の活性化をしていくことが必要となる。

(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

生目地区は宮崎市の田園地帯とも言え、商工業者の中でも広い土地が必要な産業である造園業や建設業の割合が高い。一方、商業については、2004 年に国道 10 号線がバイパス化されたことに伴い、旧 10 号線沿いに立地していた商業店はかなり減少している。その間、隣接する地区あるいは市街地寄りの生目地区では大型スーパーやディスカウント店、家電量販店やコンビニエンスストア等の集積が進むなかで、宮崎市街地へ車で 10 分という利便性が購買力の流出を促進

し、かつ、都市化という大きな変化の中で効果的な商業振興が対打ち出せなかったこともあり生目地区の商業の苦戦は続いている。

しかし、2020年には宮崎市郡医師会病院が生目地区に移転してきており生目地区は宮崎市街地に比べて不動産価格が安いことから市街地へのアクセスや利便性の向上などにより、人口の増加が期待できる。それに伴い関連する不動産業者や建築業者等の需要増加につながることを期待できる。また、2027年に宮崎国民スポーツ大会や全国障害者スポーツ大会の開催が決定していることから、生目の杜運動公園などのスポーツ施設の利用増が見込まれ、医師会病院移転の効果と相まって大幅な交流人口の増加が期待できる。

このように管内小規模事業者にとっては交流人口増加に伴うビジネス拡大のチャンスが見込まれるが、大手業者や近隣的大型商業店などの影響が大きい生目地区においては、同じ商品やサービスで勝負しても勝てる見込みはなく、各事業者が他にはないオンリーワンを目指して付加価値を高め、利益率の高い経営にシフトしていくという意識改革が必要である。

この考えを商工会と小規模事業者とが共有し、商工会は常にそばにいて様々な手法で経営をバックアップすることで利益の出せる小規模事業者を育てていく。

②宮崎市地方創生総合戦略との連動性・整合性

クリエイティブシティ推進プロジェクトに関して、人材の定着に資するように、事業計画の策定や計画実行支援等を通じ、地元企業の雇用環境の見える化や情報発信手段を充実させ、加えて、セミナーの開催や情報提供を行うことで、経営者の能力向上や従業員の育成を行い、収益力の向上や労働環境の改善をはかり、雇用の創出に貢献する。

フードシティ推進プロジェクトに関して、生目地区の農畜産物を活かした商品等を、専門家派遣やセミナー、商談展示会等への出展等を通じて磨き上げ、販路拡大につなげることで、生目ブランドの構築に貢献する。

観光地域づくり推進プロジェクトに関して、ソフトバンクホークスキャンプの開催地になっているので、開催に合わせて消費者向けにSNS、HP、チラシ等により地域商店などの情報を発信することで、観光客の受入環境の構築や地域内への外貨獲得に貢献する。

子ども・子育て推進プロジェクトに関して、地域内事業者の収益性を改善し、労働環境を整えることで、安心して子どもを産み育てやすい環境を構築できるように支援を実施する。

地域コミュニティ活性化プロジェクトに関して、地域振興や商工業に関連する他の団体と、商工会発信で有機的に連携しながら、地域の課題について協議し、ソーシャルビジネスやコミュニティビジネスの可能性について模索し、解決の糸口を探る。

(3) 経営発達支援事業の目標

前述のとおり、生目地区は交流人口の増加が期待できる反面、管内商工業者、中でも商業者の立地条件を考えると、近隣大型店の影響は避けて通れないことから、地域資源を活かした需要開拓などの取組みが必要であり、本経営発達支援事業計画の目標を次のとおり定める。

①生目地区の地域資源を活かした需要開拓

(ア) 商品・サービスの高付加価値化・「生目ブランド」確立への取組み

小規模事業者の中には消費者ニーズやトレンドと合わない商品・サービスを漫然と提供し、売れない、採算が取れない経営を続けている事業者もある。保有する商品・サービスの高付加価値化が必要であり、入込客の需要を満たす土産品やサービスの開発、新たな需要の開拓につながる生目ブランドを確立させるため、まず、当地区で製造される製菓、漬物、郷土料理などの商品力を高めるための取組みを行う。

(イ) 生目リピーターの取り込みによる新たな需要開拓

生目地区には、宮崎市が世界遺産登録を目指し認知度アップに取り組んでいる生目古墳群(50基が国の史跡指定)や生目の杜運動公園などの地域資源があり、また生目の杜運動公園で開催されているプロ野球キャンプなどのイベントは入込客の獲得に貢献している。

さらに前述のⅡの1.のとおり2020年の市郡医師会病院の移転や2027年の国民スポーツ大会等の誘致など生目地区にとっては交流人口増加の追い風が吹いている。しかし、入込客を増やすイベントや情報発信など自主的な取組や入込客の消費獲得の系統的な取組みが確立されているとは言い難い。

例えば主催者、協力者、受益者など関連する者が「なぜこのようなイベントを行うのか」「地元利益(資金)を還流させるにどうすれば良いのか」「誰が、何を分担すべきなのか」などについて同じ目的意識をもって取り組む必要があり、その先導的な役割を商工会が果たしていかなければならない。

②需要開拓を通じた管内小規模事業者の利益向上・経営基盤強化

管内小規模事業者の中には、薄利で経営している事業者が散見されるが、前述(1)の①、②の取組みにおいて、生目地区への消費者の誘致と付加価値の高い商品・サービスの開拓に取り組むことで利益率の改善を促し小規模事業者の経営基盤の強化を促進する。

加えて、小規模事業者が課題としているDX推進について意識の向上に留まらず、知識の習得やITツール等を活用方法といった支援まで踏み込んだ伴走型支援を実施する。

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生目地区の地域資源を活かした需要開拓

目まぐるしく変遷するニーズやトレンドに合致した形へ、小規模事業者が保有する商品・サービスを磨き上げ、高付加価値化を行うと共に、プロ野球キャンプなどの大規模イベントの入込客を積極的に取り込むことで、リピーター化をはかる。

- ・需要動向調査による商品・サービスの磨き上げを通じた「生目ブランド」開発
- ・販路開拓支援を通じた「生目ブランド」の強化
- ・「生目ブランド」の原資となりうる大規模イベントに伴う地域ぐるみの消費獲得の取組構築

②需要開拓を通じた管内小規模事業者の利益向上・経営基盤強化

本商工会では年4回の事業所巡回を行っているが、事務的な巡回に終始している場合が多く、適切な情報の受発信が行われているとは言えない状況にあった。

このことから、職員による巡回機会に税務・労務・金融などの通常の経営改善支援に加え、需要動向、経営状況の分析、事業計画策定、商品開発などのテーマについて以下の内容で取り組むことで伴走型支援の実効性を高め、管内小規模事業者の利益向上・経営基盤強化につなげる。

前回の経営発達支援計画を通じて、体制強化に努めてきたが、新型コロナウイルス感染症の影響もあり十分な実施はできなかったため、引き続き、体制の確立に努めていく。

- ・定期的な小規模事業者の経営実態の把握
- ・個社の実態に応じた支援計画の策定・実施、効果の測定、計画の見直しのサイクル確立
- ・支援する経営指導員等の支援力強化の取組み
- ・支援情報の共有化、引継ぎによる支援の質・頻度等の維持

また、支援を受ける小規模事業者の多様なニーズに応えるため、他の商工団体をはじめ、行政や地域団体等との連携支援や事例研修を促進し支援スキルの補完を図る。

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

[現状] 地域内小規模事業者から4業種(建設業、製造業、卸・小売業、サービス業)を各5社ずつ抽出して20社を対象に年1回アンケート調査しその結果を公表している。

[課題] これまで独自のアンケート調査は実施しているものの、国等が公表するビッグデータ等を活用した専門的な分析まで出来ていなかったため、それらのデータを反映させた上で実施する。

(2) 目標

	公表方法	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地域内経済動向分析の公表回数	HP掲載	1回	1回	1回	1回	1回	1回

(3) 事業内容

①本商工会独自の地域内経済動向調査の実施

地域内小規模事業者から4業種(建設業、製造業、卸・小売業、サービス業)を各5社ずつ抽出して20社を対象に年1回調査を実施し、その結果を公表・活用する。

(ア) 調査時期 毎年6月に調査を実施し7月に回収、9月に取りまとめる。

(イ) 調査方法 経営指導員等の巡回時に調査票依頼または聴き取りを実施する。

(ウ) 調査項目 売上高、仕入高、経常利益について毎年6月期の前月及び来月との実績または予測を比較してDI値を求めるとともに、直面する経営課題について調査を行う。さらに、管内事業者が異業種に求める情報や、生目地区に必要と思われる観光施設等についての意見を収集する。

(エ) 分析方法 回収した調査票は、次の公表データを参考にしながら小規模事業者の支援に活用できる資料としてまとめる。

活用する公表データ	活用する項目
「RESAS」(地域経済分析システム)	「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
宮崎県経済の動き(宮崎県、四半期毎)	消費動向(百貨店、スーパーの売上など) 雇用・労働(有効求人倍率、賃金指数) 投資(公共工事、住宅着工戸数など) 景況データ
中小企業景況調査報告書(宮崎県商工会連合会、四半期毎)	売上、採算、資金繰り、設備投資に関する業種別の業況判断データ(宮崎県版、全国版)

(4) 調査結果の活用

情報収集・調査、分析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とともに、経営指導員等が巡回指導を行う際の参考資料として活用する。

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

[現状] これまで地域内における需要動向に関する独自の調査は行っておらず、市場動向に合致した商品開発についての確な提案ができていない。

[課題] 観光資源とリンクした土産品となる食品加工商品の商品育成強化を目指すために、多様化・複雑化する消費者ニーズについて商品評価を含めた需要動向調査を実施する必要がある。

(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
試食 アンケート 調査対象 事業者数	—	3者	3者	4者	4者	5者

(3) 事業内容

本商工会は、本経営発達支援事業の目標の一つとして、①商品・サービスの高付加価値化・「生目ブランド」確立への取組みと②生目リピーターの取り込みによる新たな需要開拓を掲げている。

生目の杜運動公園で毎年2月に開催されているプロ野球キャンプは、開催期間1か月間程で約29万人の観光客が訪れるが、管内の小規模事業者にとっては、当面の大きなビジネスチャンスであり、自社商品の需要動向を把握し商品のブラッシュアップや新商品開発につなげる絶好の機会でもある。そのため、以下の取組みを行う。

【対象事業者・対象商品の選考】

観光土産品として付加価値向上を図るという観点から、当地区で製造される製菓、漬物、郷土料理の製造事業者が保有する、かりんとう、たくわん、揚げ物、さば寿司を対象とする。2年目は1年目の結果をもとに、対象事業者と対象商品の見直しや拡大を図っていく。

【アンケート調査の方法】

出店する事業者のブースに試食コーナーを設置して来場者にアンケート調査を行う。期間は年1回、キャンプ期間中(出店期間中)

【調査項目】

回答者の属性、食味、量、価格、パッケージ(見本)、土産品としての評価・消費者としての提案事項など

【回収数】 100票程度

【サンプル数】 来場者 30万人

【分析の方法】

回収したアンケート調査票は専門家の協力を得て集計分析し、回答者の属性とニーズ・商品の評価、消費者としての改善提案など観光土産品としての「生目ブランド化」という観点で商品の改善や新商品開発につながるよう報告書にまとめる。

【結果の活用方法】

報告書は当該事業者にはフィードバックし、伴走型支援で専門家によるブラッシュアップと地域内イベントでのテスト販売を行い、全国展開が見込まれる商品については、展示会等出展につなげる。

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

【現状】小規模事業者の経営分析については、金融相談や各種補助金申請相談、確定申告時期の税務・記帳指導時など単発的な分析に終わっている。

【課題】小規模事業者の持続的発展を図るためには、単発的な支援で終わることなく、また経営者自身が自社の経営状況を的確に把握することができるように伴走型支援で問題解決に取り組むことが重要である。

(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セミナー開催件数	1回	1回	1回	1回	1回	1回
②経営分析事業者数	48者	40者	40者	40者	40者	40者

(3) 事業内容

小規模事業者は限られた経営資源を効果的に集中する必要があることから資金繰り表や月次残高試算表など財務諸表を基に経営分析を行う重要性と必要性を経営者に理解してもらうため下記の事業を実施する。

①経営分析啓発セミナーの開催

経営の持続的発展には計画的な経営が必要であることから、その起点となる自社の現況分析は必須であることを認識してもらうため、専門家を講師に経営分析啓発セミナーを開催する。

【対象者】経営分析に関する基礎知識について習得したい小規模事業者、経営者に準ずる方、経理担当者

【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。

【開催回数】年間1回

【カリキュラム】i. 経営分析の目的と効果、ii. ローカルベンチマークを活用した分析手法、iii. 商品分析・顧客分析の深堀り

【講師】中小企業診断士

【参加者数】15名程度

②経営分析の内容

【対象者】以下の小規模事業者からピックアップする。

- ・経営状況分析や、各種支援に際して分析が必要な事業所
- ・経済動向調査を行った事業者(売上、利益の状況を参考に選定)
- ・下記②経営分析啓発セミナー参加者
- ・経営支援を行った地域内小規模事業者

【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期分の安全性、収益性、損益分岐点の分析

- ・〈非財務分析〉SWOT分析により自社の強み、弱み、機会、脅威を整理
- ・経営上の課題(集計)

【分析手法】選考した対象事業者に財務諸表を提供してもらい、経営者にヒアリングを行って情報を収集して次のとおり実施する。財務分析は経営支援システム『Bizミル』を活用して経営指導員が中心となって行い、経営・情報支援員もネットde記帳など記帳代行業務を通じて分析をサポートする。

(4) 分析結果の活用

分析結果は対象事業者にフィードバックし、事業計画策定などに活用する。また、主要取引先の倒産に伴う売上の減少や資金繰りの悪化のような早急に対応すべき経営課題については、専門家や金融機関などと連携して的確な支援を実施する。

なお、分析結果は、経営支援システム『Bizミル』を活用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】これまでは、ものづくり補助金や小規模事業者持続化補助金などの補助金申請相談の際や金融相談の際に事業計画策定を実施してきたが、事業者は補助金獲得や融資のみを目的としていることが多い状況にある。また、新分野進出や経営革新などの前向きな事業計画策定支援ニーズが少ない状況でもある。

【課題】これまで事業計画策定支援は必要に応じて実施しているものの、事業計画策定の意義や計画を継続させることの重要性の理解を浸透させることが不十分であったため、セミナー開催方法を工夫する等して実施する。また、当地域の小規模事業者はDX推進が都市圏と比較すると遅れており、早急に導入を開始しなければ、競争力で大きく差を上げられてしまうため、早期着手が求められている。

(2) 支援に対する考え方

事業者にとって経営状況分析と同様に事業計画策定の重要性を経営者自身が認識することが大切であり、利益の増加には事業計画策定が必要であることを理解してもらうよう、以下の取組を行う。5.で経営分析を行った事業者のうち年6割程度の事業計画策定を目指す。

併せて、ものづくり補助金や小規模事業者持続化補助金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、「BIZミル」を効果的に活用しながら事業計画の策定につなげていく。

加えて、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、DXに対する意識向上、ITツール導入等を目指す。

(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
①DX推進セミナー	—	1回	1回	1回	1回	1回
②事業計画策定セミナー	—	1回	1回	1回	1回	1回
③事業計画策定事業者数	12者	24者	24者	24者	24者	24者

うち創業 計画策定 事業者数	1者	2者	2者	2者	2者	2者
うち事業 承継計画 策定事業 者数	2者	4者	4者	4者	4者	4者

(4) 事業内容

①「DX推進セミナー」の開催

DXに関する意識の浸透や基本的知識を習得するため、またDXに向けたITツールの導入やITを活用した販売促進方法等の取組を推進していくために、セミナーを開催する。

【対象者】DXに関する基礎知識について習得したい小規模事業者、DXに向けたITツールの導入を検討している小規模事業者

【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。

【開催回数】年間1回

【カリキュラム】i. DXとは、ii. ビジネスにおけるDX活用方法、iii. おさえておきたい最新IT情報（クラウドサービス、業務効率化アプリ）他

【講師】情報処理専門家

【参加者数】15名程度

また、セミナーを受講した事業者の中から取り組み意欲の高い事業者に対しては、必要に応じて、県の専門家派遣事業等を活用しITに関する専門家を派遣し支援を実施する。

②「事業計画策定セミナー」の開催

経営分析を行った事業者を対象に、事業計画策定の意義や計画を継続させることの重要性の理解を浸透させるセミナーを開催する。

【対象者】経営分析を行った事業者を対象とする

【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。

【開催回数】年間1回

【カリキュラム】i. 事業計画とは、ii. 経営戦略の立案、iii. 利益計画の策定

【講師】中小企業診断士

【参加者数】15名程度

③事業計画策定支援

上記セミナー受講者を中心に、それぞれの小規模事業者の状況、ステージにしっかり対応した支援を行うことにより、小規模事業者の将来にわたる目標・ビジョンに合った事業計画の策定支援を実施する。

支援手法としては、事業計画策定セミナーの受講者に対し、経営指導員等が担当制で張り付き、外部専門家も交えて確実に事業計画の策定につなげていく。

(ア)創業予定者、創業間もない小規模事業者への支援

【支援対象者】地域内の創業予定者、創業後間もない小規模事業者

【具体的支援方法】商工会の創業支援についてLINE公式アカウント、ホームページ、会報等で積極的な周知を実施する。

また支援にあたっては、宮崎県産業振興機構(よろず支援拠点)と連携した支援を行う他、金融機関との連携による資金調達などで支援を行う。

(イ) 成長期、成熟期にある小規模事業者への支援

【支援対象者】 経営分析を行った全小規模事業者

【具体的支援方法】 経営指導員による事業者毎の事業計画策定の支援を実施する。事業計画策定の実践(計画期間、内容、経営分析や需要動向調査などのデータ収集と活用方法、その他)、事業計画の活用方法、建設業などの許認可業種や法的な規制の多い業態の事業者など専門的な知識が要求される業種の支援にあたっては専門家も活用する。

(ウ) 事業承継を視野に入れた小規模事業者への支援

【支援対象者】 事業継承・承継の課題を持っている小規模事業者

【具体的支援方法】 中小企業庁が発行する「事業承継ガイドライン」を活用しながら事業者、後継者等と一緒に事業承継計画書作成を行う。同時に宮崎県事業引継ぎ支援センター、宮崎県事業承継ネットワーク事務局とも連携し、事業承継計画書作成等支援を実施する。

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] これまでの事業計画策定支援は、持続化補助金や経営革新の申請など特定の目的のためのものが多かったことから、事業が終了すると策定した事業計画の進捗確認や定期的なフォローアップを実施していない。

[課題] これまでフォローアップを実施してはいるものの、不定期であり継続的な支援が不十分であったため、実践的に計画を遂行することが大切であることを経営者に理解してもらえるような定期的な巡回支援が必要である。

(2) 支援に対する考え方

事業計画を策定した全小規模事業者に対して、経営指導員が四半期に1回以上巡回しフォローアップする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調整する。

(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
フォローアップ対象事業者数	—	24者	24者	24者	24者	24者
頻度(延回数)	—	136回	136回	136回	136回	136回
売上増加事業者数	—	5者	5者	7者	7者	10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の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。

事業計画策定24者のうち、5者は毎月1回、19者は四半期に一度とする。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、他地区等の経営指導員等や専門家派遣事業を活用する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

[現状] これまでは全国商工会連合会や宮崎県商工会連合会が開催する展示会・商談会についての情報提供を行ってきたが、参加者は少なく毎回同じ事業者であり県外からの来客者や地域外への需要の開拓や販路開拓については積極的に取り組んでこなかった。

[課題] これまでは、地域内での販路開拓支援に留まっていたため、今後は、都市部に目を向けた販路開拓等の支援を行う必要がある。また、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、周辺の商圈に限られた範囲にとどまっているため、今後は、販路開拓にはDX推進の必要性が高まっていることを理解・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

本商工会としては、地域資源を活用した土産品の開発(既存商品の改善や新商品の開発)に取り組む、新たな需要の開拓・生目ブランドの確立を目指すため、都市部で開催される既存の展示会への出展を目指す。出展するにあたって、セミナーの開催や専門家によるブラッシュアップなど出展支援を行うなど、成果につながるきめ細かな伴走支援を行う。

また、DXに向けた取組として、データに基づいた顧客管理や販売促進、SNS等による情報発信方法、ECサイト活用、ITツール活用に関するセミナー開催や相談対応を行い、必要に応じてIT専門家の派遣事業を実施するなど事業者のDX推進度に沿った支援を行う。

(3) 目標

	現行	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度
①販路開拓セミナー	1回	1回	1回	1回	1回	1回
②専門家による商品ブラッシュアップ	3回	4回	4回	4回	4回	4回
③プロ野球キャンプ出店事業者数	—	2者	2者	2者	2者	2者
売上額/者	—	300万円	300万円	300万円	300万円	300万円
④Food STYLE Kyushu 出展事業者数	—	2者	2者	2者	2者	2者
成約件数/者	—	2者	2者	2者	2者	2者
⑤SNS活用事業者	—	10者	10者	10者	10者	10者
売上増加率/者	—	10%	10%	10%	10%	10%
⑥ECサイト利用事業者数	1者	5者	5者	5者	5者	5者
売上増加率/者	—	10%	10%	10%	10%	10%
⑦ネットショップの開設者数	1者	2者	2者	2者	2者	2者
売上増加率/者	—	10%	10%	10%	10%	10%

(4) 事業内容

①販路開拓セミナーの開催

管内小規模事業者を対象に消費者が求める商品やサービスを開発・強化・育成するためにホームページやSNSなどITを活用した販路開拓セミナーを年1回開催する。なお、現在はスマートフォンを利用した情報収集や購買が多くなっていることから、スマートフォンを利用したアプリケーションの使い方、更新方法などを中心にアドバイスし、セミナー終了後も自主的にできるまで継続的な支援を行う。

【対象者】 展示会・商談会の出店を計画している小規模事業者、ITを活用した販路開拓を考えている小規模事業者

【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。

【開催回数】 年間1回

【カリキュラム】 i. 展示会・商談会での販路開拓方法、ii. ITを活用した販路開拓方法

【講師】 マーケティング専門家

【参加者数】 15名程度

②専門家による商品・サービスのブラッシュアップ

前記5 需要動向調査でアンケート調査した商品については、結果を基に消費者ニーズにマッチした商品・サービスづくりのためにマーケティング専門家等によるブラッシュアップを実施し以下展示会等の出展支援につなげる。

③展示会等の出展支援

需要動向調査に基づきブラッシュアップした商品については、次のとおり販路開拓の支援を行う。

(ア)入込客の評価を見るための地域イベントへの出展支援(BtoC)

地域内イベントに出品して観光土産品として「生目ブランド化」に寄与できる商品としての完成度を評価する。評価の方法は、予め売上金額の目標を設定し実際の売上高と比較することで行う。専門家を交えて、目標の達成度によって今後の展開をアドバイスする。

【参加を想定しているイベント】

イベント名	概要	来場者数(概数)
プロ野球球団のキャンプ	毎年春の1か月程度、生目の杜運動公園で行われており、商工会も出店など様々な協力をしている。	約30万人

(イ)広域的な展示会等への出展支援(BtoB)

前記(ア)で市場に出せると判定された商品については、全国規模の商談会や展示会に出品してバイヤーの評価を受ける。

出展に際しては、ブースの装飾、FCPシートの作成、バイヤーへの訴求方法などを事前に専門家による指導を実施し、出展前に商談件数、成約件数の目標を設定して実績と比較分析する。出展後は、その分析をもとに更なる商品のブラッシュアップを行い、付加価値を高めていく。

【参加を想定している展示会・商談会】

展示会・商談会名	概要	出展 ブース数	来場者数 (概数)
Food STYLE Kyushu	小売・中食・外食業界へ販路を開拓したい事業所と他社との差別化を図りたい食品・飲料・設備・機器・システム・サービスなどを求めるバイヤー・購買責任者との出会いの場。	2ブース	約1万5千人

④ SNS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。

⑤ ECサイト利用 (BtoC)

Amazon や楽天、日本セレクトなどのショッピングサイト等、支援先事業所に合った提案を行いながら、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。

⑥ 自社HPによる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。

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

[現状] これまで宮崎市内の5つの商工会で経営発達支援事業等協議会を設置し、事業の評価、見直しを行ってきた。

[課題] 法改正により今後は新たな仕組み作りが必要となっている。

(2) 事業内容

宮崎市商工政策課長、宮崎市商工政策課長補佐、外部有識者（中小企業診断士）、宮崎市内5商工会の法定経営指導員等をメンバーとする「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、役員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

[現状] これまで商工会の支援内容は税務支援・金融支援など経営改善の一時的な補助的支援に終始してきたが、小規模事業者を取り巻く経営環境は大きく変化をしてくれており、商工会に求められている支援内容は多様化・複雑化している。

[課題] 小規模事業者が持続的な経営を目指す中長期的なビジョンづくりや経営計画を策定するためには経営指導員をはじめとする商工会職員の支援能力向上が課題となっている。

また、各種研修会を通じて得られた専門知識や対応の仕方などの支援ノウハウを組織的・体系的に共有し蓄積していくシステムが構築されていなかったために、人事異動等により継続的な支援が不十分となっていた。

(2) 事業内容

①組織外研修等の積極的活用

宮崎県商工会連合会や中小企業大学校が主催する各種研修会や宮崎県産業振興機構などの外部組織が開催する経営分析や事業計画策定に関する専門的なセミナーに経営指導員は年2回以上の参加をすることとし、その他の職員も積極的な参加を促し商工会職員全体の資質のレベルアップを図る。

また、小規模事業者に対するDX推進への対応にあたっては、現状不足している経営指導員等のITスキルを向上させ、トレンドに合わせた相談・指導を可能にするため、宮崎県商工会連合会に設置されたDX推進課の主催する職員向けのDXセミナーや他団体の主催するDXセミナーに積極的に参加し、推進取組に係る相談・指導能力の向上に努める。

②組織内研修の実施

専門家等による高度な個社支援を行う際には必ず経営指導員をはじめとする職員が同席・帯同するものとし、支援先事業所の理解を得たうえで支援経過と結果を職員間で共有するよう隔週に1回経営指導会議を開催する。

また、本商工会が主催する事業者向けの講習会について経営指導員のみならず他の職員も積極的に参加し経営支援ノウハウや資質向上に繋げる。

③支援情報やノウハウの組織内共有体制の構築

個社の支援や他の支援機関等との情報交換及び各種研修会を通じて得られた支援情報、専門知識や対応の仕方などの支援ノウハウなどについて「BIZミル」に支援履歴を入力していくことにより組織内情報共有体制を構築することができる。

これにより、セキュリティを確保したうえで、各職員が閲覧可能としそれぞれの支援に活用できるようにする。それにより人事異動等により職員が交代しても継続的な支援が可能になる。

1.1. 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

(1) 現状と課題

[現状] 現在、他商工会、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、個々の支援案件において必要に応じ情報収集や情報交換を実施している程度に留まっている。

[課題] 今後、商工会への経営相談の内容は更に多様化、高度化することが想定される中で、他の支援機関と連携を密にし、それぞれで行っている支援事業や支援ノウハウを共有することによって、商工会の支援力強化に繋げることが課題である。

(2) 事業内容

①金融機関との連携・情報交換会

(ア) 日本政策金融公庫宮崎支店とこれまで年に1回一日公庫を開催していたが、引き続きマル経融資制度等の利用促進を図るとともに、普通貸付の拡充・小規模事業者経営発達支援融資制度の積極的推進のための支援ノウハウの情報交換に取り組む。

(イ) 地域内金融機関は宮崎第一信用金庫生目支店のみであるが、金融担当職員との協議、情報交換を充分に行ってこなかった。そのため地域内の融資に関する情報交換や小規模事業者の資金需要並びに需要動向等について情報交換を年2回以上行い、融資制度の活用など円滑な個社支援を図るための連携を実施する。

②行政機関、近隣商工会、その他支援機関との連携

(ア)宮崎市と市内の5商工会で構成する連絡協議会(年4回開催)に参加し、各地域の経済情勢に関する意見交換や経済政策の活用などの情報交換を行っている。その協議会内での情報、支援策等を取りまとめ、LINE公式アカウントなどで周知することにより小規模事業者の支援に活用する。

(イ)本商工会地域は宮崎商工会議所のエリアと密に接しているため、両方にまたがる小規模事業者や地域を移動する事業者も多く、今までの支援経過の引継ぎや重複した支援にならないように随時情報交換を行って対応している。同時に宮崎県中小企業団体中央会、よろず支援拠点(宮崎県産業振興機構)、宮崎県事業承継引継ぎ支援センター(宮崎商工会議所内)等、近隣の支援機関については、年2回以上を目標に経営指導員が各支援団体に訪問等を実施し、小規模事業者への多面的支援の実現に繋げる。

Ⅲ. 地域経済の活性化に資する取組

1 2. 地域経済の活性化に資する取組に関すること

(1) 現状と課題

[現状] 本商工会では、①小規模事業者の商品・サービスの高付加価値化及び「生目ブランド」の確立、②生目古墳群や生目の杜運動公園などの地域資源の活用とプロ野球キャンプなどのイベント等による入込客を増やす取組みを促進することを目標としている。

[課題] 宮崎市が世界遺産登録を目指して認知度アップに努めている生目古墳は観光客を呼び込むほどの観光化は進んでいないのが現状であり、プロ野球のキャンプについても約30万人の観光客をもてなして、如何に地域内商店へ誘客するかという仕掛けに乏しく、土産品となるべき特産品も少なく課題である。

(2) 事業内容

①スタンプラリー事業の拡充

スタンプラリーは生目地区でのイベントに合わせて地域内の需要開拓を主な目的に、商工会商業部会、サービス業部会がJAみやざき中央や宮崎市などと連携して年2回実施している。特に、例年2月のプロ野球チームのキャンプ期間中は、商工会商業部会が中心となって加盟店舗数24事業所でスタンプラリーを開催している。毎年12,000枚のチラシを作成配布して、令和元年2月の応募者が536名、令和2年2月の応募者が614名と認知度は上がってきている。

この取り組みにおいて、JAみやざき中央とは地元産品の需要開拓で同じ意識を共有し、景品の提供等で協力してもらっている。また、宮崎市は商工業全般の活性化に取り組んでおり、本商工会はこの事業を通じて商工業の活性化に協力している。

さらに、現在イオン宮崎店が増床し、小規模事業者はさらに苦境に立たされていることから、本商工会はこのスタンプラリーを大型店対策として継続して実施していく。

この取り組みは、入込客の需要が直接的に小規模事業者の売上に反映されるものであり、今後はスタンプラリー加盟店数を増やしていくとともに来場者へのチラシの配布方法を工夫してさらに応募者の増加に努めていくことで、入込客を「生目リピーター」として囲い込み、安定的な地域内需要の確保につなげる。

②おもてなし研修会の開催

第四次宮崎市観光振興計画(令和2年度～令和6年度)の中において重点項目『交流人口や販路拡大を図る「ブランド力の向上」』を強く推進することが記載されていることから、当地域においても宮崎市と密接な連携を取りながら商工業者の「おもてなしの心」を育むよう研修会

を実施する。「おもてなし」は生目リピーターの開拓・維持の大きな力になる。

【対象者】 県外観光客

【募集方法】 商工会女性部おもてなし事業

【開催回数】 年1回

【カリキュラム】 生目地域の特産や商工業と地域の文化について

【講師】 地域基幹商工業経営者等

【参加者数】 10名程度

③地域活性化懇談会の開催

商工会が取り組む地域資源活用による需要開拓は管内小規模事業者の経営基盤強化に資する取り組みであるが、地域資源活用はその内容・規模ともに地域全体が有機的に連携した取り組みがないと効果的とはいえない。そこで、商工会が中心となって、地域資源の活用と経済効果を主な協議テーマとする「地域活性化懇談会」を立ち上げる。感染症等により実際に会って実施することが難しい場合は、テーマを細分化してオンライン懇談会を複数回開催する。

【懇談会の構成団体(予定)】

- ・商工会(正副会長、部会長、青年部、女性部、事務局)
- ・宮崎市商業政策課(職員)
- ・JA 宮崎中央(職員、青年部)
- ・自治組織の代表
- ・その他(学校等)

【開催計画】

令和4年度は年1回とし、以後、協議の進展に応じて見直す。

【競技結果の活用方法】

協議結果は地域資源活用に関する本商工会の事業計画の見直しや宮崎市等行政への小規模事業者支援の陳情活動に活用する。

④生目商売検索システムの構築

生目という地域に限定した際に、どのような企業が存在し、商品・サービスを提供しているのか、一望できるシステムが存在していない。地域の内外を問わず、十分な競争力を保持しているにも関わらず、知られていないという理由から商機を逃している事業所のPRを行うために、商工会HPを活用し、生目商売検索システムを構築する。

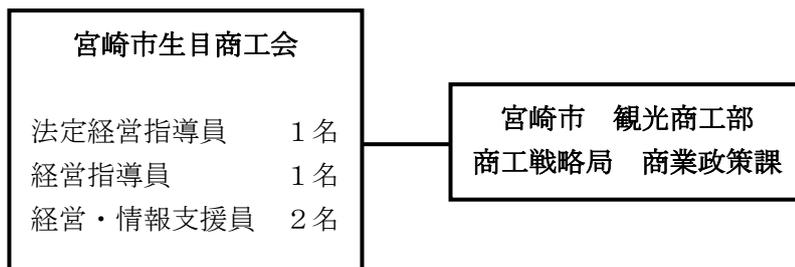
(別表2)

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7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当該経営指導員の氏名、連絡先

■氏名：東 雅貴

■連絡先：宮崎市生目商工会 TEL. 0985-47-6827

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

〒880-2111

宮崎県宮崎市大字柏原449-3

宮崎市生目商工会

TEL: 0985-47-6827 / FAX: 0985-47-6089

E-mail: ikime@miya-shoko.or.jp

②関係市町村

〒880-8505

宮崎県宮崎市橘通西1丁目1番1号

宮崎市 観光商工部 商工戦略局 商業政策課

TEL: 0985-21-1792 / FAX: 0985-28-6572

E-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	4,730	4,730	4,730	4,730	4,730
○専門家謝金	200	200	200	200	200
○専門家旅費	10	10	10	10	10
○職員旅費	120	120	120	120	120
○ソフトウェア、サービス費	200	200	200	200	200
○展示会等出展費	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000
○その他	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200

(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、手数料、国補助金、県補助金、市等補助金、伴走型補助金等

(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