

経営発達支援計画の概要

実施者名	えびの市商工会（法人番号 3350005004685） えびの市（地方公共団体 452092）
実施期間	令和8年4月1日～令和13年3月31日
目標	管内小規模事業者の経営力強化を支援することで、事業者自身の経営の自走化を図り、管内地域の商工業の持続的発展につなげていく。 (1)小規模事業者の経営基盤の強化 (2)創業、起業による新たな事業の創出 (3)小規模事業者の事業承継の推進 (4)地域資源を活用した商品の開発(地域ブランドの創出)
事業内容	<p>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を活用した経済動向分析及び地域経済動向調査を行い、管内小規模事業者の景気動向等を抽出する。</p> <p>4. 需要動向調査に関すること 地域資源等を活用した商品開発や販路開拓を行う事業者をピックアップする。対象商品をモニタリング調査し、調査結果を基に商品のブラッシュアップおよび事業計画に反映させる。</p> <p>5. 経営状況の分析に関すること セミナー等を通じて自社の経営状況を把握する意義や重要性について認識させるとともに、経営分析能力習得を支援する事で、事業者自らが自社の経営状況を把握し、課題抽出や解決策の立案につなげていく。</p> <p>6. 事業計画策定支援に関すること セミナー等を通じて経営状況の分析を行った事業者、巡回・窓口相談により経営課題が抽出された事業者のうち、意欲的な事業者に対して経営指導員等がプッシュ型で継続的に事業計画策定支援を行う。</p> <p>7. 事業計画策定後の実施支援に関すること 事業計画策定事業者の進捗状況を四半期ごとにモニタリングし、PDCAサイクルを回していく。計画見直しの必要性がある場合には、必要に応じて専門家や関係機関と連携し、ブラッシュアップを図る。</p> <p>8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること 展示会及び商談会等の出展を支援し、販路開拓に繋げる。必要に応じて事前・事後で専門家等を招聘し、商材や販促物、販売方法等について助言を行う。</p> <p>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 年度毎に外部有識者を含むえびの市経営発達支援事業等協議会を開催し、評価をいただく。評価結果は理事会へ報告する。</p> <p>10. 経営指導員等の資質向上等に関すること 若手職員の支援能力向上を目的とした職種別マニュアルの作成及び共有を行う。また、外部研修会等に計画的に職員を派遣する。</p> <p>11. 他の支援機関との役割分担と連携強化による効果的な小規模事業者支援に関すること 日本政策金融公庫宮崎支店や管内金融機関と連携して、制度融資利用促進等を目的とした勉強会を開催し情報交換を行い、支援知識として蓄積する。</p>
連絡先	<p>えびの市商工会 〒889-4311 宮崎県えびの市大字大明司 1447 番地 14 TEL：0984-35-1544 FAX：0984-35-2644 E-mail：ebino@miya-shoko.or.jp</p> <p>えびの市 観光商工課 〒889-4221 宮崎県えびの市大字栗下 1292 番地 TEL:0984-35-1111 FAX：0984-35-0401 E-mail：ys-shimohigashi@city-ebino.lg.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. えびの市の概要

えびの市は、宮崎・熊本・鹿児島3県の県境、南九州のほぼ中心に位置し、面積282.93km²、平地標高約230mの盆地状の田園都市である。市の南部を20余りの火山からなる霧島山が形成し、その山すそは北に向かってなだらかな傾斜の台地となっており、北部は九州山地が南下し、これを形成する連山が急傾斜で南に向かっている。この両山系に囲まれた中央部に川内川が西へ流れをとっており、気候は盆地特有の寒暖明白な内陸性気候で、年間平均気温17.6℃、年間降水量3,452mmとなっている。

旧藩時代は薩摩藩に属し、明治22(1889)年の町村制施行により飯野村、加久藤村、真幸村が置かれ、昭和30(1955)年までにそれぞれ町制を施行、昭和41(1966)年11月3日に3町が合併し「えびの町」となり、さらに昭和45(1970)年12月1日に市制を施行して「えびの市」となった。

本市を取り巻く社会的条件として、鉄道については明治42(1909)年に肥薩線が、大正元(1912)年に吉都線がそれぞれ開通し、古くから農林産物の流通に貢献してきた。また高速道路の整備は計画的に進められ、平成7(1995)年の九州縦貫自動車道全線開通により、宮崎・鹿児島の近郊都市へは約1時間、福岡・北九州へは約2～3時間で行けるようになり、平成16(2004)年度には念願であったえびの人吉間が完全4車線化で供用開始された。国道は、221号(人吉～都城)・268号(水俣～宮崎)・447号(えびの～出水)があり、これに主要地方道3路線、一般県道8路線、市道996路線が一体となった交通ネットワークを形成している。

本市の持つ交通の結節点としての機能は、南九州の各拠点都市を結ぶ中心都市としての位置づけ、人的・物的な交流拠点都市としての優位性をもたらしている。この特性を生かしての企業の誘致・集積が可能であり、今後も令和3(2021)年4月より分譲を開始したえびのインター産業団地への企業立地を推進し、就業機会の増大及び地域の活性化につながることを期待される。誘致企業においては、市の特性と豊富な自然的資源等を有機的・複合的に利活用することで、市の経済的発展に大いに寄与することが期待される。

2. えびの市の人口等の状況

各年度の国勢調査によると、本市の人口は昭和年の28,034人をピークに、以降、人口減少が続き、平成27年4月には19,707人となり、初めて2万人を割り込むこととなった。平成27年では、約4割近くが65歳以上の高齢人口になっている。直近の数値でも、若い世代(10～30代)の進学を理由とした市外・県外への転出や未婚・晩婚化と65歳以上の高齢単居世帯の増加による単身世帯の増加等が原因となり、直近35年間は人口減少及び高齢化が継続している。



【えびの市の人口及び高齢者数、転入出者数推移】

(単位：人)

	昭和60年	平成27年	令和2年	令和6年
人口	28,034	19,707	17,745	16,033

人口増減	—	▲589	▲467	▲423
高齢化率 ※1 (高齢人口)	—	39.6% (7,818人)	42.1% (7,471人)	44.8% (7,198人)
転入出動態 (転入-転出)	—	▲404 (1,096-1,500)	▲468 (784-1,252)	▲423 (786-1,209)

(出典：国勢調査)

3. えびの市の総合計画の方針

えびの市では、昭和47(1972)年に総合計画を策定して以来、時代の潮流や市民ニーズを踏まえ、計画を改訂し、豊かな自然と先人達が培ってきた歴史・文化・伝統を大切にしながらまちづくりを進めている。令和3年度に第5次えびの市総合計画(平成24年度～令和3年度)の満了に伴い、市民一人ひとりが将来に希望を持って輝き続け、次世代に誇りを持ってつないでいく自立した本市を築いていくため、本市の目指すべき将来像と、その実現に向けた羅針盤として、「第6次えびの市総合計画」を策定した。

本計画では、「観光商工業の活性化」への取組みとして以下のように設定している。

【「観光商工業の活性化」の取組みの方向性・施策体系】

施策体系	具体事項
1. 商工業	①商工会や地元商工業者と連携した事業経営発展及び安定のための情報提供、助言及び支援 ②えびのブランドの確立と特産品のPR及び販路拡大支援 ③商工業支援の更なる支援推進
2. 起業者支援	①起業者の誘致及び育成支援 ②起業後の継続的支援、地元事業者の新規分野開拓及び事業継続への専門的支援 ③産・学・官・金連携による官民協働の支援体制構築
3. 小規模事業者支援	①経営維持及び拡大並びに事業継続支援

4. えびの市の商工業の現状と課題

①商工業者数の現状推移

本市の商工業については、高齢化や過疎化を背景に後継者不足等による事業者の廃業が相次いでおり、空き店舗等の増加とそれに伴う買物等の利便性の低下が問題となっている。特に、高齢化が進む本市においては消費者にとって身近な商店の減少による影響は大きく、買い物難民等の問題が生じている。そのため、商工業事業者が事業を継続できる環境を整備するとともに新たな事業者の創出による商工業の活性化が必要になっている。

一方で、進出企業を含めた既存企業については、九州縦貫自動車道等の交通的利便性と南九州の中心に位置するという立地を生かした経済活動が行われている。本市では関係団体と連携しながら、経営相談や融資・貸付などの経営支援、創業支援等を行っているが、定住促進の観点からも商工業の振興は課題となっており、進出企業については地元への定着に向けた支援の充実が求められている。

【商工業者数の推移】

(単位：者)

年 度	商工業者	合 計	小 規 模 事 業 者 (件)							増 減
			建設業	製造業	卸売業	小売業	飲食宿泊業	サービス業	その他	
2020	1,106	1,098	218	93	34	310	124	239	80	—
2021	1,114	1,106	218	95	32	308	130	240	83	+8

2022	1,084	1,076	215	90	32	286	122	246	85	▲30
2023	1,091	1,083	216	92	30	283	122	252	88	+7
2024	1,083	1,075	217	93	29	278	121	252	85	▲8

(出典：宮崎県商工会連合会 商工業実態調査報告書)

②商工業者の課題

(ア) 小規模事業者の経営基盤の強化

市内地域の商工業者及び小規模事業者においては、未だ自社の経営状況を把握しておらず、旧態依然のまま経営を行っている事業者も多く存在する。こうした状況は、昨今の目まぐるしく変化する経営環境（物価高騰、賃金上昇等）に対応できないばかりか、脆弱な経営基盤の中で、資金繰り悪化や収益性・生産性の低下等を招きやすく、経営継続が危うくなる重大な課題を抱える傾向にある。旧態依然の経営形態からの脱却を図り、経営分析や事業計画策定を行う他、PDCAサイクルを着実に回していくことで、中長期的な経営基盤強靱化に取り組み、小規模事業者自身の経営の自走化を念頭に置いた事業者の経営力を強化することが今後の課題である。

(イ) 小規模事業者の経営継続強化

現在、高齢化や若者の流出による若手人材不足を背景とした後継者不足等による事業者の廃業が相次いでおり、管内小規模事業者の廃業リスクが年々高まってきている。特に、卸売・小売業ではそうした傾向が顕著化しており、廃業者数の増加に拍車をかけている。

本会としては、事業承継支援を通じて、既存小規模事業者に、事業承継についての認識を深め、場合によっては親族内承継のみならず、第三者承継（M&A）も視野に入れながら、特に減少著しい卸売業・小売業の事業承継を重点的に進めていくことが課題である。

(ウ) 地域資源を活用した商品・サービス開発

本市は、“高原と水郷”の街で、「日本の米づくり百選」に選ばれ、良質の米を多く生産している。また、牛、豚、鶏など安心・安全な農産物などが数多く生産されており、里芋、ピーマン、ゴーヤは経済連特別栽培農産物（減農薬・減化学肥料栽培）に認証され、また、ピーマン、ハウスきんかん、イチゴが宮崎県の商品ブランド産地に認定されており、農業を基幹産業としている。しかしながら、現状、こうした資源を活かした加工品やサービス開発が不十分であり、付加価値が画一化されてしまっている。このため、えびの市ならではの地域ブランド商品やサービス開発を進めていくことで、地域としての付加価値を高めていく取り組みが必要である。

(2) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

1. 基本ビジョン

現在、管内地域の小規模事業者数は減少傾向にあり、地域内のサプライチェーンや経済を維持していくことが極めて重要である。また、経営者の高齢化も課題であることに加え、若い世代の市外・県外流出による後継者不足や物価高騰・賃金上昇の影響等、昨今の経営環境変化に対応していく経営力を強化していくことは必須である。

概ね10年程度の期間を見据え、これら外部環境における課題と、管内小規模事業者の内部環境における課題を明確化し、消費者動向や商流等を踏まえた適切な解決策を講じていくことで、小規模事業者の経営力を強化し、小規模事業者自身の経営の自走化につなげていく。

そのため、当会では経営支援の在り方を従来の分野別スポット的なものから、「個社支援強化による中長期的な伴走支援」へとシフトしていくこととする。

2. 振興のあり方

①小規模事業者の経営基盤の強化

10年後における地域のあるべき姿：管内小規模事業者が自身で経営状況を把握し、現状分析や消費者動向に合わせた戦略立案のための事業計画策定、実行・検討・改善までのPDCAサイクルを着実に回すことで中長期的な経営基盤強靱化に取り組む経営の自走化を実現する。
理由：管内小規模事業者においては、未だ自社の経営状況を把握しておらず、旧態依然のまま経営を行っている事業者も多く存在する。こうした脆弱な経営基盤では、資金繰り悪化や収益性・生産性の低下等を招きやすく、経営継続が危うくなる重大な課題を抱える傾向にある。旧態依然の経営形態からの脱却を図り、経営分析や事業計画策定を行う他、PDCAサイクルを着実に回していくことで事業者の経営力を強化する必要があるためである。

②創業、起業による新たな事業の創出及び事業承継支援

10年後における地域のあるべき姿：管内地域において創業・起業が盛んであり、年数創業件数が安定的に10件、5年生存率が80%を維持する姿である。創業支援拠点、資金・人材・知財・販路の支援が連携し、地域課題解決型ビジネスが持続的に生まれる。また、事業承継については、後継者育成と第三者承継の市場が整備され、支援企業の60%が計画的に承継完了する姿である。承継後の磨き上げ支援により、売上・利益のV字回復と雇用維持を実現する。
理由：現在、高齢化や若者の流出による若手人材不足を背景とした後継者不足等による事業者の廃業が相次いでおり、管内小規模事業者数は減少傾向にある。そのため、創業・起業による新たな事業の創出及び事業承継支援を強化し、地域雇用の増加や消費者行動による地域経済の活性化も図っていくためである。

③地域資源を活用した商品の開発(地域ブランドの創出)

10年後における地域のあるべき姿：管内地域の特産品が統一ブランドで全国展開し、主要ECと実店舗で安定販路を確保する姿である。生産・加工・販売の連携体制を確立し、付加価値を高め、観光・輸出需要も取り込む地域内好循環を実現する。
理由：現在、地域資源を活かした加工品やサービス開発が不十分であり、付加価値が画一化されてしまっている。このため、えびの市ならではの地域ブランド商品やサービス開発を進めていくことで、地域としての付加価値を高めていく取り組みが必要であるためである。

3. 第6次えびの市総合計画との連動性・整合性

第6次えびの市総合計画にて、「観光商工業の活性化」への取組みについて掲げており、以下の点で共通性や連動性を有している。

施策体系	具体事項
1. 商工業	①商工会や地元商工業者と連携した事業経営発展及び安定のための情報提供、助言及び支援 ③商工業支援の更なる支援推進
2. 起業者支援	①起業者の誘致及び育成支援 ②起業後の継続的支援、地元事業者の新規分野開拓及び事業継続への専門的支援
3. 小規模事業者支援	①経営維持及び拡大並びに事業継続支援

(3) 経営発達支援事業の目標

(2)-1及び(2)-2踏まえ、小規模事業者の10年後の在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. 小規模事業者の経営基盤の強化

日々、変化する経営環境下で事業を維持・発展させていくためには、各事業者の生産性や収益力向上を実現し、全体的な経営力の底上げを図っていく必要がある。

そのためには、自社の経営状況・課題を適切に把握し、現状分析や消費者動向や商流を反映

した事業計画を策定して実行、評価、改善を繰り返す発展的な経営サイクルを確立させることが肝要である。このPDCAサイクル回していくことで、自社の特徴・魅力を磨き上げ、市場動向や顧客ニーズに対応した経営形態へと変化させていく。また、徹底した経営の自走化の思考を根付かせ、戦略的にデジタルツールを活用し、DX化を押し進める。

<KGI>売上高、営業利益、キャッシュフロー指標の改善事業者数：15者

<KPI>①経営分析件数：60件 ②事業計画策定事業者数：50者

③デジタルツール導入事業者数：10者

2. 創業、起業による新たな事業の創出

現在、管内小規模事業者数が減少傾向にある中で、創業、起業による新たな事業の創出に注力し、管内小規模事業者数の増加に努めていき、地域の付加価値を向上させていく必要がある。取組方針としては、従来の新事業展開や第二創業等に伴う経営革新や創業計画策定、資金調達等の支援に加え、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ることを目的としたセミナーの開催等を通じて、新規事業の創出に寄与する。

<KGI>創業事業者数：8者

<KPI>①創業計画、経営革新計画策定件数：10件 ②創業セミナー開催回数：5回

3. 小規模事業者の事業承継の推進

地域雇用や買い物・生活サービス等の消費活動を維持し、地域経済を活性化させるためには、これらを支える店舗を存続させていくことが必要不可欠である。

本会では、これまで宮崎県事業承継・引継ぎ支援センター等と連携し、「事業承継診断表」の作成や、「事業承継セミナー」を開催してきた。また、えびの市が運営する事業承継プログラム「relay ローカル」への斡旋を行ってきたが、これらの取組みだけでは、十分な掘り起こしができておらず、承継に対する意識醸成が全体的に不十分であった。

そこで今後は、「事業承継の重要性」や「地域における自社の価値」をより深く理解してもらうべく、巡回を通じて1件1件丁寧に説明するとともに、円滑な事業承継に向けた事業承継計画書策定等の個別支援をプッシュ型で展開していく。

<KGI>事業承継完了件数：10件

<KPI>①事業承継診断件数：20件 ②事業承継計画書策定件数：10件

③第3者承継(M&A) マッチング支援件数：10件

4. 地域資源を活用した商品の開発(地域ブランドの創出)

当市は、多種多様な地域資源を保有しながら、地域経済活性化につながる取り組みが遅れている。そこで、観光と地域特産品等が連動する事業を展開し、地域経済活性化の方向性を確立していく。消費者ニーズに対応した地域特産品の開発や地域の豊かな食材を使い、原材料の供給を行う農業者だけでなく、加工、流通、販売といった他の産業と連携を行う事業者については、競争力のある高付加価値商品・サービスの開発支援を行う。支援については、地域資源や特性を活かしたえびの市ならではの地域ブランド商品・サービスを確立し、商品の魅力と認知度向上を図ることにより、地域へヒト・モノ・カネを呼び込む基盤を構築していく。

<KGI>地域資源を活用した新商品開発：5者

商談会関連売上：100万円

<KPI>①地域資源を活用した新商品開発支援件数：5者

②展示会・商談会・物産展出展事業者数：8者

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8年4月1日 ～ 令和13年3月31日）

(2) 経営発達支援事業の内容

1. 小規模事業者の経営基盤の強化

市内地域の商工業者及び小規模事業者においては、未だ自社の経営状況を把握しておらず、旧態依然のまま経営を行っている事業者も多く存在する。こうした脆弱な経営基盤の中で、管内小規模事業者が経営を維持し続けていくのは困難である。旧態依然の経営形態からの脱却を図るためには、経済情勢等を踏まえた外部環境を的確に理解し、自社の内部環境を整理し、戦略立案を立てていく必要がある。

そこで本会では、各事業者のフェーズに合わせた支援施策を提供していく。具体的には、①現状分析や消費者動向や商流に合わせた戦略立案を目的とした事業計画策定支援、②実行から検討・改善に向けた支援を一連の支援の流れで実施し、各事業者の経営力強化を図る。事業評価・検討に際しては、1年ごとにモニタリングを行うことで、営業利益やキャッシュフロー等の改善状況を数値化し、定量評価に基づき、計画のブラッシュアップにつなげていく。

これを踏まえ、支援を行う各事業者に対し、徹底した経営の自走化の思考を根付かせるとともに、戦略的にデジタルツールを活用し、DX化を押し進めることで、小規模事業者の生産性と収益力向上を実現していく。

<取組方針>①経営分析支援 ②事業計画策定支援 ③デジタルツール導入支援

<達成方針>経営分析事業者数60者、事業計画策定事業者数50者、デジタルツール導入支援事業者数10者、営業利益やキャッシュフロー指標の数値化・事業評価及び検証によるフォローアップ事業者数15者を目標として伴走支援を行う。

2. 創業、起業による新たな事業の創出

現在、高齢化や若者の流出による若手人材不足を背景とした後継者不足等による事業者の廃業が相次いでおり、管内小規模事業者数は減少傾向にある。そのような中でも、創業、起業による新たな事業の創出に注力し、管内小規模事業者数の増加に努めていき、地域の付加価値を向上させていく必要がある。

そこで本会では、取組方針として、従来の新事業展開や第二創業等に伴う経営革新や創業計画策定、資金調達等の支援に加え、平成28年度から開始した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ることを目的としたセミナーの開催等を通じて、新規事業の創出に寄与する。

<取組方針>①創業計画、経営革新計画策定支援 ②創業セミナー開催支援

<達成方針>創業計画、経営革新計画策定件数10件、創業セミナー開催回数5回、創業事業者数8者を目標として伴走支援を行う。

3. 小規模事業者の事業承継の推進

地域雇用や買い物・生活サービス等の消費活動を維持し、地域経済を活性化させるためには、これらを支える店舗を存続させていくことが必要不可欠である。

本会では、これまで宮崎県事業承継・引継ぎ支援センター等と連携し、「事業承継診断表」の作成や、「事業承継セミナー」を開催してきた。また、えびの市が運営する事業承継プログラム「relay ローカル」への斡旋を行ってきたが、これらの取組みだけでは、十分な掘り起こしができておらず、承継に対する意識醸成が全体的に不十分であった。

そのため、事業承継支援を強化し、既存小規模事業者の事業承継に関する知識の習得を促進させ

ることが重要だと考える。

そこで本会では、「事業承継の重要性」や「地域における自社の価値」をより深く理解してもらうべく、巡回を通じて1件1件丁寧に説明するとともに、円滑な事業承継に向けた事業承継計画書策定等の個別支援をプッシュ型で展開していく。

<取組方針>①地域における個社別の事業承継支援ニーズの現状について、アンケート調査を実施し、実態を把握する。

②事業承継支援ニーズが確認された事業者および代表者65歳以上の事業者1社1社に巡回訪問。現状や承継意向、後継者候補、承継予定時期等をヒアリングにより抽出。事業承継計画書策定の提案。

③中小機構、事業承継引継ぎ支援センターと連携し、事業承継計画書の策定支援。

④状況に応じて、専門家を招聘し、事業承継に向けた具体的な課題解決を図る。

⑤事業承継に向けた諸手続き等支援（助言）。

⑥事業承継後のフォローアップ（概ね3年間）。

<達成方針>事業承継診断件数20件、事業承継計画書策定事業者数10者、第3者承継(M&A)マッチング支援件数10件を目標として支援を行い、成果として事業承継完了件数10件を達成する。

4. 地域資源を活用した商品の開発(地域ブランドの創出)

当市は、多種多様な地域資源を保有しながら、地域経済活性化につながる取り組みが遅れている。そのため、えびの市、関係団体、関係する小規模事業者から協力・支援を得ながら、観光と地域特産品等が連動したものを開発し、販路開拓までを継続して支援していく。

消費者ニーズに対応した地域特産品の開発や地域の豊かな食材を使い、原材料の供給を行う農業者だけではなく、加工、流通、販売といった他の産業と連携を行う事業者については、競争力のある高付加価値商品・サービスの開発支援を行う。支援については、地域資源や特性を活かしたえびの市ならではの地域ブランド商品・サービスを確立し、商品の魅力と認知度向上を図ることにより、地域へヒト・モノ・カネを呼び込む基盤を構築していく。

<取組方針>①新商品・サービス開発支援 ②展示会・商談会・物産展出席支援

<達成方針>地域資源を活用した新商品開発支援件数5者、展示会・商談会・物産展出席事業者数8者、地域資源を活用した新商品開発件数5者、商談会関連売上100万円を目標とし、えびの市と連携して、伴走支援を行う。

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

これまで本会では、四半期に管内事業者15者を対象とした「中小企業景況調査」及び毎月に管内小規模事業者9者を対象とした「小規模企業景気動向調査」を実施している。これらのアンケートより、管内地域の業況、設備投資状況、経営上の課題等について情報収集を行うとともに、データ化した報告書を公表してきた。

しかしながら、これらデータ化した情報を管内小規模事業者の事業計画書策定に反映させることができたとは言い難い状況であった。要因として、調査目的が理解されず事業者自身の調査への取組みが受動的であったことや、調査回答の回収が受動的であり、かつ回収方法が直接受取やFAX返信に限定されていたことが考えられる。

また、公表方法についても、HPでの公表及び窓口設置で限定していたために、管内小規模事業者に有益なデータ提供ができなかった。

そのため今後は、調査内容を経営状況や課題の把握と紐づけ、個別支援時や巡回時に報告書を持参することで、有効データの収集につながり、その後の小規模事業者の的確な支援につなげていく。

(2) 目標

実施内容	現 行	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度
ビッグデータを用いた経済動向調査回数	0回	1回	1回	1回	1回
地域経済動向調査数	168者	168者	168者	168者	168者
本会HP等での公開回数	3回	3回	3回	3回	3回
RESAS(地域経済分析システム)の本会HP等の公開回数	1回	1回	1回	1回	1回
小規模企業景気動向調査の本会HP等の公開回数	2回	2回	2回	2回	2回

(3) 事業内容

1. ビッグデータを用いた経済動向調査の実施

国が提供する「RESAS(地域経済分析システム)」を活用し、経営指導員が分析を行い、年1回当会ホームページ等にて公表する。

<調査項目>

産業構造、地域経済循環、産業構造、付加価値額、消費動向等

<分析手法>

RESASから抽出したデータを基に地域の経済動向や消費トレンド等を分析し、経営分析における外部環境分析や事業計画策定支援に活用する。

2. 地域経済動向に関する調査の実施

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」に独自の調査項目を追加し、管内小規模事業者の景気動向等について、四半期に1回調査・分析を行い、分析結果をまとめた調査結果を年2回公表する。

また商工会独自の地域経済動向調査票を作成し、管内小規模事業者の業種別の経済動向をデータとして収集し、公表されている中小企業景況調査のデータと比較分析することで管内の経

濟動向をとらえる基礎資料とし、小規模事業者に対する的確な指導に活用する。

<調査対象>

管内小規模事業者15者（建設業、製造業、卸小売業、飲食業、サービス業他）

<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

<調査手法>

調査票を郵送し、受取またはFAX返信、若しくは個別支援時や巡回時に調査回答を依頼。

<分析手法>

業種や規模別の現状や課題等について、経営指導員が外部専門家と連携し、分析を行う。

(4) 調査結果の活用

各調査結果は、業種別にデータ化し、小規模事業者の経営状況分析や事業計画策定につなげるための参考資料として活用する。

また、調査対象事業者へ調査結果をフィードバックし、自社との比較検討を推奨し、その後の経営分析や事業計画策定、または計画のブラッシュアップにつなげていく。

なお、収集したデータは商工会HPに掲載し、広く周知を行う他、本会窓口や金融機関等の関係機関にも配布し、課題認識の共通化を図ることで、管内小規模事業者に対する統合的な支援体制を構築する。

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

現在、管内小規模事業者においては、需要動向の実態を把握しきれていない事業者が多数存在する。そのため、需要動向を踏まえた商品開発やサービスの提供が出来ず、収益化までのプロセスが長期化してしまう等の課題を抱えている。

また、実際のプロダクト（商品・サービス）が一部のマーケットでは乖離してしまう等の懸念もあることから、マーケットインの考え方を浸透させることは小規模事業者にとって非常に重要である。

このことから、需要動向調査を実施した上で販路開拓・商品開発を行うことが肝要である。

前回計画では、地域資源を活用した新たな地域特産品を開発につなげることを目的として、九州エリアの商談会にてモニタリング調査を実施し、バイヤー等から様々な意見を聴取することができた。一方で、同じ九州エリア内での調査では、市場全体の需要動向を把握するには至らず、深部まで情報を獲得できずにいた。

そのため今後は、エリア問わずマーケット規模の大きい首都圏での商談会にてモニタリング調査を行い、販路拡大に活用できる有効な情報収集を行う必要がある。これから地域資源や知的財産等を活用した商品・サービスの開発や販路開拓を行う事業者に対しても、テストマーケティングや商談等の機会を通じて、アンケート調査の実施支援を行っていく必要がある。

(2) 目標

実施内容	現 行	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度	令和12年度
支援事業者数	3者	3者	3者	3者	3者	3者
モニタリング調査対象商品数	3件	5件	5件	5件	5件	5件

(3) 事業内容

1. 商談会での来場バイヤーへのアンケート調査

食の総合展示会である「FOOD STYLE」を中心として、エリア問わず首都圏の商談会への出展支援を行うとともに、来場するバイヤー等に対して試食およびアンケート調査を実施する。

<対象事業者>

事業計画策定を支援する事業者のうち、商品開発や販路開拓に意欲的な食品製造事業者

<調査手法>

経営指導員が各事業者のアンケート調査票を作成し、来場バイヤー等へ直接記入を依頼、もしくはヒアリングを行い記入し、データ収集を行う。

<調査項目>

①味覚、②色彩、③サイズ、④価格、⑤パッケージ、⑥見た目、⑦適正価格、⑧業界トレンド等をアンケート調査票により聞き取りする。

<分析手法>

よろず支援拠点の販路開拓等の専門家や、みやざきフードビジネス相談ステーションのコーディネーターと連携しながら、経営指導員が分析を行う。

2. テストマーケティングや商談等の機会を通じたアンケート調査

上記の他に地域資源や知的財産等を活用した商品・サービス開発、販路開拓に取り組む事業者に対し、消費者等に向けたアンケート調査の実施支援を行う。

<対象事業者>

地域資源や知的財産等を活用した商品・サービス開発、販路開拓に取り組む製造時事業者、卸売小売事業者等

<調査手法>

経営指導員が商品・サービスに関するアンケート調査票を作成し、テストマーケティングや商談等の場で記入を依頼する。

<調査項目>

①魅力度、②見た目、③サイズ、④安全性、⑤適正価格、⑥改良点等をアンケート調査票により聞き取りする。

<分析手法>

よろず支援拠点の販路開拓等の専門家や業界の有識者等と連携しながら、経営指導員が分析し、情報をデータ化する。

(4) 調査結果の活用方法

回収したアンケート調査票については、外部専門家と連携して分析し、報告書を作成、各事業者に直接フィードバックする。作成した報告書は事業計画策定や策定後の見直しに活用し、“よろず支援拠点”、“みやざきフードビジネス相談ステーション”、その他外部専門家と連携しながら商品やサービスのブラッシュアップにつなげていく。

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

前回計画では、小規模事業者の意識啓発を促し、経営分析の意義・必要性を啓発することを目的として、「経営分析セミナー」を年1回実施することを計画していた。しかし、年度によっては、目標未達に終始したり、開催年度についても受講を契機に経営分析に取り組む事業者も少なかった。

この要因として、経営分析を実施する意義や目的、その重要性が今一つ理解されておらず、分析に対する機運が低迷していることが大きい。

今後、小規模事業者の意識啓発を促していくためには、経営分析が自社の事業にどうメリットとして享受されるか等を具体的にイメージさせ、その重要性を実感してもらうことが必要不可欠である。

また、変化の著しい時代の中で、小規模事業者が持続的な発展を遂げるには、財務分析のみならず、経営環境から受ける影響や競合他社等の外部要因を把握するとともに、自社の強みや弱みを認識し戦略を練る事が必要である。

(2) 目標

実施内容	現 行	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度	令和12年度
経営分析セミナー開催回数	0回	1回	1回	1回	1回	1回
経営分析事業者数	40者	40者	45者	50者	55者	60者

(3) 事業内容

1. 経営分析セミナーの開催

経営指導員や経営・情報支援員が巡回や窓口相談での支援の際に、経営分析の意義・必要性を啓発すると共にセミナーを開催し、経営分析に取り組む小規模事業者の掘起こしを図る。

特に本会が行っている記帳代行や決算その他の支援を通じて財務データを把握している小規模事業者には、簡易な財務分析表を作成・提示して、より具体的な説明を行うなど、本会からの積極的なアプローチで実施事業者の掘起こしを図る。

また、事業承継に関して課題を抱える事業者においては、既存事業の定性的・定量的な評価が必要となるため、早期に経営分析を行い、事業承継計画策定に誘導していく。

<対象事業者>

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等

<募集方法>

チラシ、ホームページ、巡回・窓口相談時の個別案内、関係機関（金融機関・支援機関）との連携紹介

<講師>

中小企業診断士等

<開催回数>

年1回以上（事業者の習得レベル、その他状況によっては複数回実施する）

2. 経営分析の実施

各事業者の状況や支援ニーズまたは経営分析セミナー受講者の要望に応じて、定量・定性的な経営分析を行う。また、必要に応じて外部専門家と連携しながら経営分析支援を行う。

<対象事業者>

以下により対象となる事業者を選定し、分析に向けた提案等を実施する。

①事業者属性区分のうち、支援ニーズが見込まれる事業者や優先度の高い事業者

②事業承継の支援対象者

③新商品・サービス開発予定事業者

④経営分析セミナー受講者

<分析項目>

・SWOT分析やPEST分析

・財務分析（売上高・経常利益・付加価値額、損益分岐点、生産性、安全性等）

・経営資源（人材、サービス、ノウハウ、設備、取引先、資金面、情報面）

<実施手法>

・経営指導員等が巡回により財務データの入手・経営者へのヒアリング等を行い、県内商工会で共通運用しているクラウド型経営支援システム「Shoko Biz 経営支援システムPlus」を活用し、財務分析や環境分析を行う。

・独立行政法人小企業基盤整備機構が提供する「経営自己診断システム」等を活用し、財

務分析や環境分析の指標化、明確化を行う。

(4) 分析結果の活用方法

上記により抽出された分析結果を簡易的な報告書としてまとめ、事業者にフィードバックする。自社の経営状況や市場環境を正しく把握し、見える化することでその後の事業計画策定や販路開拓、新商品・サービスの開発につなげていく。

6. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

前回計画では、経営分析を実施した小規模事業者に対して、「事業計画策定セミナー」を年2回実施することを計画していた。しかし、年度によっては、目標未達に終始したり、開催年度についても、事業者の抱える課題解決に向けた分野別・スポット的な支援が中心となっており、真に事業者の経営力強化を実現するための事業計画策定にまで至っていない。

このため、事業者自身が事業計画を策定する意義や目的、その重要性について、意識が醸成されないといった状況が発生していた。

事業承継においては、これまで宮崎県事業承継・引継ぎ支援センターと連携し、事業承継全般のセミナーを開催することで掘り起こしを図っていたが、各事業者における状況や課題感が異なることから、具体的な事業承継計画策定に至るケースは少なかった。そのため、今後は各事業者に合わせた個別支援を強化することにより、事業承継に向けた実現性を高めていくことが必要である。

(2) 支援に対する考え方

近年、目まぐるしく変化する経営環境の中で、小規模事業者が持続的な発展を遂げるためには、中長期的な事業計画策定が非常に重要である。また、単に計画策定だけで満足せず、その後の事業評価・検討・改善を繰り返すことで、PDCAサイクルを回し、商流やニーズに沿った計画を遂行していくことが必須である。

しかし、限られた経営資源の中で事業を行っている小規模事業者においては、日常の業務に忙殺され、計画策定やその後のPDCAサイクルを回していくことに対して優位順位が低くなりがちである。

そのため、巡回等を通じてプッシュ型で支援に取り組むことで、まずは事業者自身の内発的動機付けを行うための取り組みが必要不可欠であり、生産性や収益性の向上等、目の前の課題解決に結びつく事業計画を策定し、それを遂行することで意識の醸成を図っていく。

その中で、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、経営者が計画策定に充てる時間を確保していく等の取り組みも必要であると考えます。

また、創業及び事業承継については、着実に各事業者の課題解決や事業承継計画策定に結び付け、承継に向けた実現性を高めていくため、創業については従来通りの集団型セミナーで開催し、事業承継については従来の集団型セミナーではなく、個別支援に軸足を移した体制を構築する。

(3) 目標

実施内容	現 行	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度	令和12年度
DX推進セミナー開催回数	0回	1回	1回	1回	1回	1回
事業計画策定セミナー開催回数	0回	1回	1回	1回	1回	1回

創業支援セミナー開催回数	5回	5回	5回	5回	5回	5回
事業計画策定事業者数	41者	45者	45者	45者	50者	50者
創業計画策定事業者数	3者	3者	3者	4者	6者	8者
経営革新計画策定事業者数	0者	1者	1者	1者	2者	2者
事業承継個別相談会開催回数	1回	1回	1回	1回	1回	1回
事業承継計画策定事業者数	1者	3者	5者	7者	9者	10者

(4) 事業内容

1. DX推進セミナーの実施

小規模事業者においては、現実的に限られたリソース、または従業員不足の中で経営者自身が事業計画策定に割ける時間が少なく、いかにその時間を捻出するかは大きな課題である。また、DXに対しネガティブな考えを持つ高齢の事業者も多い。今後、高齢化の進行や労働力の確保が困難な中で、中長期的な視点で生産性を向上させる取り組みが必要である。

そこで、事業計画策定の前段階において、DXセミナーを実施することで、管内小規模事業者のDX化への意識醸成を図り、具体手法等を学び実務において実践につなげることで、全体的な生産性向上と競争力強化を図っていく。

<対象事業者>

経営分析を行った小規模事業者、事業計画書策定を見据えた小規模事業者 等

<募集方法>

チラシ、ホームページ、巡回・窓口相談時の個別案内、関係機関（金融機関・支援機関）との連携紹介

<講師>

よろず支援拠点からの専門家派遣、中小企業診断士等

<開催回数>

年1回以上（事業者の習得レベル、その他状況によっては複数回実施する）

2. 事業計画策定セミナーの実施

小規模事業者においては、経営者自身が事業計画策定に割ける時間が少なく、いかにその時間を捻出するかは大きな課題である。また今後、労働力の確保が困難な中において、中長期的な視点で生産性を向上させる取り組みが必要である。

そこで、事業計画策定の前段階において、セミナーを実施することで、管内小規模事業者のDX化への意識醸成を図り、具体手法等を学び実務において実践につなげることで、全体的な生産性向上と競争力強化を図っていく。

<対象事業者>

経営分析を行った小規模事業者、事業計画書策定を見据えた小規模事業者 等

<募集方法>

チラシ、ホームページ、巡回・窓口相談時の個別案内、関係機関（金融機関・支援機関）との連携紹介

<講師>

よろず支援拠点からの専門家派遣、中小企業診断士等

<開催回数>

年1回以上（事業者の習得レベル、その他状況によっては複数回実施する）

3. 創業支援セミナーの実施

現在、高齢化や若者の流出による若手人材不足を背景とした後継者不足等による事業者の廃業が相次いでおり、管内小規模事業者数は減少傾向にある。そのような中でも、創業、起業による新たな事業の創出に注力し掘り起こしを行うことで、管内小規模事業者数の増加に努めていき、地域の付加価値を向上させていく必要がある。

そこで本会では、えびの市と連携して「特定創業支援事業」を活用し、第二創業予定者、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ることを目的とした創業支援セミナーの開催等を通じて、新規事業の創出に寄与する。

<対象事業者>

第二創業予定者、新規開業を志している方、開業して間もない方 等

<募集方法>

チラシ、ホームページ、巡回・窓口相談時の個別案内、関係機関（金融機関・支援機関）との連携紹介

<講師>

よろず支援拠点からの専門家派遣、金融機関からの派遣 等

<開催回数>

年5回

4. 事業承継個別相談会の実施

本会において、これまで蓄積している商工業者データや、事業承継診断シートのデータを活用して事業承継の課題が生じている事業者への呼びかけを継続しつつ、後継者がいない事業者に対してもM&A等の制度説明を個別に実施していくことにより、潜在的事業者の掘り起こしを行う。掘り起こし後は、中小機構や宮崎県事業承継・引継ぎ支援センター等と連携して個別相談会を開催し、具体課題の解決や事業承継計画の策定につなげていく。

また、事業承継診断・相談企業リストを作成することにより対象先を明確化し、リストを基に巡回を強化することで、事業承継の実現性を高めていく。

<募集方法>

セミナーチラシ配布、管内小規模事業者宛て郵送または巡回による配布、本会HP掲載

<講師>

よろず支援拠点からの専門家派遣、中小企業診断士等

<開催回数>

年1回以上（相談会実施後は、個別支援へと移行する）

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

前回計画では、事業計画策定事業者へのフォローアップを実施していたが、明確な指針等を設けていなかったため、計画の実行支援のみに留まり、PDCAサイクルを回していく上で必要な具体的評価ができていなかった。

そのため、事業計画策定支援を実施した事業者への巡回訪問を強化し、事業計画の進捗状況はもちろんのこと、計画の検証、課題点の抽出、改善に至るまでを一貫化し、支援に取り組んでいく必要がある。

(2) 支援に対する考え方

策定した計画を毎年評価し、ブラッシュアップにつなげていくことで、真に小規模事業者の経営力強化や事業承継の実現性向上を図る。なお、評価は売上高のみならず、営業利益やキャッシュフローの数値等を用いて定量評価を実施することで、小規模事業者の収益力強化につなげていく。

(3) 目標

実施内容	現 行	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度	令和12年度
フォローアップ対象事業者数	35 者	50 者	50 者	50 者	55 者	55 者
フォローアップ延べ回数	180 回	190 回	190 回	190 回	200 回	200 回
売上高・営業利益・キャッシュフロー増加事業者数	7 者	8 者	8 者	10 者	10 者	15 者

(4) 事業内容

事業計画を策定した事業者を対象に四半期ごとに巡回訪問を行い、事業計画の進捗状況の確認を行う。(数値目標は四半期1回以上のフォローアップ実施事業者を含む)

実施した事業については、毎期の決算データをクラウド型経営支援システム「Shoko Biz 経営支援システムPlus」にて入力・蓄積していくことで、目標達成度を定量評価する。

その頻度については、事業計画策定50者のうち、5者は毎月1回、25者は四半期に一度、他の20者については年2回とする。ただし、小規模事業者からの申出等により、臨機応変に対応する。

また、進捗状況が悪い場合や、計画策定時に想定していなかった課題が生じた場合は、状況に応じてフォロー回数を増やし、経営指導員がヒアリング等によりその原因を抽出し、必要に応じて外部専門家等とも連携しながら解決支援に向けて取り組む。

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

本会としては、前計画から、主に食料品製造業者が開発・提供する商品について、九州エリア内を中心とした商談会出展により販路開拓の支援を行ってきた。その成果もあってか、九州エリア内、特に福岡県内に販路開拓できたという事業者も多く、継続取引につながっている。

一方で、九州エリアのマーケットではそもそも取引先であるバイヤーの割合が多いことに加え、取引価格帯が安価である等の課題が顕在化してきたため、マーケット規模の大きい首都圏等での新たな販路開拓の取り組みが必要となっている。

しかし、新たに商品開発や販路開拓を行った事業者やこれから開発を行う事業者にとっては、まず県内での認知度獲得が最優先事項であり、県外進出はその次の段階である。

こうした幅広い事業者が存在する現状において、各事業者の販路開拓を実現していくには、それぞれのニーズやフェーズに合わせた商談会等への出展支援が必要である。

(2) 支援に対する考え方

小規模事業者においては、流通可能量に限界があり、事業者単体で大規模ロットの取引を獲得することは、まず不可能である。こうした点から、地域内のサプライチェーンを有効活用し、アライアンス強化により生産量を確保していく取り組み等も必要であろうと考えている。

他方、これから新たに商品開発や販路開拓を行う事業者については、出展ノウハウを有していないこと等から、単独で展示会や商談会へ参加することは難しい現状である。そのため、出展事業者や協力事業者の掘り起こしから、企画・製造、販売までをパッケージ化した支援を行う必要がある。

(3) 目標

実施内容	現 行	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度	令和12年度
商談会・物産展出展事業者数 (B to C)	2 者	5 者	5 者	5 者	5 者	5 者
空港アンテナショップ出展 者数	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者
西諸地区行政機関物産展出 展者数	0 者	3 者	3 者	3 者	3 者	3 者
販売額／者	0 万円	10 万円	10 万円	10 万円	10 万円	10 万円
展示会出展事業者数 (B to B)	3 者	3 者	3 者	3 者	3 者	3 者
成約件数／者	4 者	4 者	4 者	5 者	5 者	5 者

(4) 事業内容

1. 展示会・商談会・物産展等出展を通じた需要開拓支援

(ア) 関係団体等が主催する商談会・物産展への出展支援 (B to C)

宮崎県商工会連合会が主催するアンテナショップ (B to C) 及び西諸定住自立圏特産品等販売推進協議会 (西諸地区行政機関) が主催する物産展 (B to C) への出展支援を行う。

本展示会は、ここ数年宮崎の玄関口である「宮崎ブルーベンビリア空港」内の特設ブースにて開催されており、地元メディアの露出等もあることから、小規模事業者の開発商品に対する県内での認知度獲得に一定の効果が期待される。出展事業者は事業計画策定者、地域資源や知的財産等を活用した商品・サービス開発を行う事業者等を優先的に出展支援する。

一方で物産展は、首都圏において都心生活者に小林市・えびの市・高原町の観光及び特産品紹介を行うことで地域の認知度向上の一助とし、出展事業者の販路開拓のきっかけづくりとしている。本会として、地域資源や知的財産等を活用した商品・サービス等をテストマーケティングとして実演販売し、回収したアンケート調査票については、外部専門家と連携して分析し、報告書を作成、各事業者に直接フィードバックする。作成した報告書は事業計画策定や策定後の見直しに活用し、“よろず支援拠点”、“みやざきフードビジネス相談ステーション”、その他外部専門家と連携しながら商品やサービスのブラッシュアップにつなげていく。

(イ) 展示会への出展支援 (B to B)

関西や東京等、首都圏において開催される「FOOD STYLE JAPAN」等への小規模事業者の出展支援を行う。本商談会は小売・中食・外食業界の販路拡大を目的とした食の総合展示会で、2日間の会期で延べ2万人以上のバイヤー等の来場が見込まれる。

前計画において、九州エリアの同商談会の出展支援を行い、出展に係るノウハウが継続して活用できることや、販路開拓に一定の成果があったこと等を踏まえ、首都圏での販路開拓

にも十分に期待が持てることから選定。

<支援内容>

①事前指導

F C Pシートの作成や商品の特徴、セールスポイントを的確に伝えるための訴求手法、価格設定、ブース構成、パンフレット・DMなど訴求媒体の作成等について、専門家の協力を得ながら事前指導を実施する。

②現地支援

経営指導員等が出展する商談会に同行し、ブースの構築、来場バイヤーへのアンケート調査等について支援を行う。

③フォローアップ指導

バイヤー等からのアンケート調査結果をデータ化し、報告書として各事業者へ提供。商品のブラッシュアップに繋げていく。また、定期的に経営指導員等が巡回し、成果状況の確認を行うとともに、外部専門家等と連携し、商品のブラッシュアップに向けた支援を実施する。

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

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

えびの市商工会の法定経営指導員およびえびの市観光商工課、外部有識者として税理士で構成する協議会を年1回開催している。本協議会内では、本会の経営発達支援事業への取り組みに対する実施報告を行い、外部有識者より意見等をいただき、次年度の事業計画の参考としている。課題としては、これまで、評価結果を本会のホームページ上で公開してきたが、地域事業者が常時閲覧しやすい状態ではなかったため、ページ内の構成を工夫する必要がある。

(2) 事業内容

1. えびの市商工会経営発達支援事業等協議会の実施

今後も、えびの市商工会の法定経営指導員およびえびの市観光商工課、外部有識者の税理士で構成する協議会を年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。

2. 理事会への報告・意見聴取・承認

えびの市商工会経営発達支援事業等協議会の評価・助言を受け、評価結果と計画の見直し方針を理事会に報告し、意見を聴取するとともに承認を得る。

3. 評価・見直し結果の公表

えびの市商工会経営発達支援事業等協議会による評価及び見直し結果は、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。また評価結果とその見直し方針は商工会ホームページに掲載して地域事業者の閲覧に供する。

なお、ホームページへの掲載にあたっては、トップページに特設リンクを設け、経営発達支援事業の取り組みについて情報を周知することで、常時閲覧しやすい環境を整備する。

10. 経営指導員等の資質向上に関すること

(1) 現状と課題

本会では、それぞれの職種に応じて宮崎県商工会連合会が主催する研修会等に参加し、資質向上を図っている。しかし、近年、小規模事業者の支援ニーズは多様化・高度化しており、職員個人単体に依存した支援体制は限界を迎えつつある。

また、近年、本県では支援経験の浅い若手職員の増加が顕著であるが、現場でのO J Tの中で、

具体的業務については各商工会の経験豊富な職員に依存しており、体制整備が急務である。

以前より、経営支援の取り組みや支援ノウハウの共有・蓄積を目的として、クラウド型経営支援ツールを運用しているが、資質向上に活用できるほどの有効活用には至っていない。

(2) 事業内容

1. OJT体制の整備

経験3年未満の職員（経営指導員、経営・情報支援員）をOJT対象者とする。これを踏まえ、現場でのOJT体制を整備し、経験の浅い若手職員の支援能力を向上させていくため、それぞれ職種毎、主要業務毎の簡易的なOJTマニュアルを作成し、職員間で共有する。

2. 外部研修会等の積極活用

多様化・高度化する支援ニーズに対応していくためには、経営指導員及び経営・情報支援員の支援能力の一層の向上や支援ノウハウの蓄積が必要である。商工会支援に求められるのは、対話と傾聴を通じて、事業者の経営状況の把握や課題抽出を適切に行う能力である。

このため、宮崎県商工会連合会が主催する経営支援能力向上に関するセミナー等に対し、計画的に職員を派遣することで、支援能力の向上を図る。

また、経営指導員等は、様々な業務に忙殺される傾向にあるため、支援業務に割く時間をいかに確保していくかが今後の課題である。このため、業務の生産性を向上させる取り組みが必須であり、DX化は経営支援の上でも重要事項と考えるが、現状、経営指導員等がITツール活用等に関する十分な知識・ノウハウを有していない。こうした背景から、セミナー等を積極的に活用し、経営指導員等のITリテラシー向上を図っていく必要がある。

そして、先述したOJT体制の整備に関する面では、今後OJT業務を計画的に進めていくため、計画的に担当者をセミナー等に派遣していく。

3. 支援データ等の共有化

経営支援における各事業者の支援内容や財務データについては、引き続きクラウド型経営支援ツール「Shoko Biz 経営支援システムPlus」を活用して、蓄積・共有を図る。入力した支援内容を基に、特に成果が顕著に見られたケースや、全体の支援スキル向上に寄与するケースについて、経営指導員等が全体に簡易的な事例紹介を行うことでノウハウを共有する。

11. 他の支援機関との役割分担と連携強化による効果的な小規模事業者支援に関すること

(1) 現状と課題

商工会の経営指導員等は小規模事業者と直に接触して支援する現場で広範囲の知識やヒアリング技術などが求められている。現在、行政や支援機関による職員の研修制度が拡充されているので、必要な研修会等に参加して知識習得に努めているのが現状である。

しかし、行政や支援機関による職員の研修等受講できる時間や少ない人材という制約があるため必要最低限の知識習得になっている。そのため高度に専門的な支援課題については、外部専門家の支援に依存していることから、他の支援機関等と連携して対応する必要がある。

(2) 事業内容

1. 日本政策金融公庫宮崎支店との意見交換会開催（年1回）

日本政策金融公庫宮崎支店と連携して行う「1日公庫」開催時に、本会金融委員を交えたマル経の利用促進等を目的とした勉強会を開催し情報交換を行い、他の制度融資等含めた情報を支援ノウハウとして蓄積する。また、年度ごとに変更が多い融資制度や金利情報など最新の情報が収集でき適切な支援に活用できる。

2. 金融機関との意見交換会開催（年2回）

えびの市、管内金融機関（宮崎銀行飯野支店・鹿児島銀行えびの支店・高鍋信用金庫えびの支店）と連携して行う「金融協議会例会」開催時に、本会指導員を交えたえびの市融資制度利用促進等を目的とした協議会を開催し、管内小規模事業者の利用状況等の情報交換を行い、他の制度融資等含めた情報を支援ノウハウとして蓄積する。また、年度ごとに変更が多い融資制度や金利情報など最新の情報が収集でき適切な支援に活用できる。

(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12月現在)																					
<p>(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)</p>																							
<table border="1"><thead><tr><th colspan="2">えびの市商工会</th></tr></thead><tbody><tr><td>事務局長</td><td>1名</td></tr><tr><td>法定経営指導員</td><td>1名</td></tr><tr><td>経営指導員</td><td>2名</td></tr><tr><td>経営・情報支援員</td><td>4名</td></tr><tr><td>一般職員</td><td>1名</td></tr></tbody></table>		えびの市商工会		事務局長	1名	法定経営指導員	1名	経営指導員	2名	経営・情報支援員	4名	一般職員	1名	連携 連絡調整	<table border="1"><thead><tr><th colspan="2">えびの市 商工課</th></tr></thead><tbody><tr><td>課長</td><td>1名</td></tr><tr><td>係長</td><td>1名</td></tr><tr><td>係</td><td>2名</td></tr></tbody></table>	えびの市 商工課		課長	1名	係長	1名	係	2名
えびの市商工会																							
事務局長	1名																						
法定経営指導員	1名																						
経営指導員	2名																						
経営・情報支援員	4名																						
一般職員	1名																						
えびの市 商工課																							
課長	1名																						
係長	1名																						
係	2名																						
<p>(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</p>																							
①当該経営指導員の氏名、連絡先																							
■氏名：山本 隆司																							
■連絡先：えびの市商工会 TEL.0984-35-1544																							
②当該経営指導員による情報の提供及び助言(手段、頻度)																							
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広域経営指導員の可否																							
申請書に記載の経営指導員 山本 隆司は、施行規則第7条第2項に規定する広域経営指導員に該当しない。																							
<p>(3) 商工会、関係市町村連絡先</p>																							
①商工会																							
〒889-4292																							
宮崎県えびの市大字栗下51番地																							
えびの市商工会																							
TEL：0984-35-1544 / FAX：0984-35-2644																							
E-mail：ebino@miya-shoko.or.jp																							
②関係市町村																							
〒889-4292																							
宮崎県えびの市大字栗下1292番地																							
えびの市 観光商工課																							
TEL：0984-35-1111 / FAX：0984-35-0401																							
E-mail：ys-shimohigashi@city-ebino.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8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度	令和12年度
必要な資金の額	4,100	4,100	4,100	4,100	4,100
・地域の経済動 向調査に關する 事業費	300	300	300	300	300
・事業計画の策 定支援に關する 事業費	500	500	500	500	500
・需要動向の調 査に關する事 業費	600	600	600	600	600
・新たな需要の 開拓に寄与す る事業に關する 事業費	2,600	2,600	2,600	2,600	2,600
事業の評価及 び見直しをす るための仕組 みに關する事 業費	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
会費収入、手数料収入、国補助金、宮崎県補助金、えびの市補助金等

(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