

経営発達支援計画の概要

実施者名	清武町商工会（法人番号 1350005000637 ） 宮崎市（地方公共団体コード 452017）
実施期間	令和 8 年 4 月 1 日 ～ 令和 1 3 年 3 月 3 1 日
目 標	<p>経営発達支援事業の目標</p> <ul style="list-style-type: none"> （1）小規模事業者のマーケット拡大 （2）事業承継支援と創業支援 （3）デジタル化推進
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に関すること</p> <ul style="list-style-type: none"> （1）RESAS 等、国が提供するビッグデータの提供 （2）景気動向調査等を活用したデータ分析と提供 <p>4. 需要動向調査に関すること</p> <ul style="list-style-type: none"> （1）個別求評会への参加による商品評価の実施 （2）商談会での来場バイヤーへのアンケート調査 <p>5. 経営状況の分析に関すること</p> <p>経営支援システム Plus の経営支援機能を活用した経営状況分析の実施</p> <p>6. 事業計画策定支援に関すること</p> <p>事業計画策定支援及び他支援機関と連携したスタートアップ支援や事業承継計画策定支援</p> <p>7. 事業計画策定後の実施支援に関すること</p> <p>事業計画を策定した事業所への定期的なフォローアップ支援</p> <p>8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること</p> <p>展示会・商談会などの BtoB、物産展や催事などの BtoC による需要開拓支援</p>
連絡先	<p>清武町商工会</p> <p>〒889-1613 宮崎県宮崎市清武町西新町 9 - 7 TEL: 0985-85-0173 FAX: 0985-85-0136 E-mail: kiyotake@miya-shoko.or.jp</p> <p>宮崎市 観光商工部 産業政策課</p> <p>〒880-8505 宮崎県宮崎市橘通西 1 - 1 - 1 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 清武地域の概要

当地域(47.81km²)は宮崎市の南西部に位置している。

宮崎ブーゲンビリア空港が車で10分と近く、また宮崎市と都城市を結ぶ交通量の盛んな国道269号線が中心にあり、宮崎自動車道・東九州自動車道双方が利用可能な清武ジャンクションがあるなど、交通の要所となっている。

清武川という豊かな水資源や緩やかな地形などの快適な自然環境に恵まれている。名物の大根やぐらは「干し野菜と路地畑作の高度利用システム」として田野地域と共に令和3年2月に日本農業遺産へ登録されている。

宮崎市街地に近く通行しやすいことから、電子部品や医薬品などの企業工場が立地しており製造業が盛んな地域でもある。

一方、幕末の儒学者、安井息軒生誕の地でもあり、さらに宮崎大学医学部、宮崎国際大学及び宮崎学園短期大学の高等教育機関が開学する教育の核となる地域でもある。宮崎大学医学部附属病院も位置することから医療施設も充実している。

このようなことから、1965年以降文教の町として発展した地域であり、宮崎市のベッドタウンとしても人口が増加している。

② 清武地域の人口等の状況

当地域は宮崎市中心部まで車で20分程であり利便性が非常に良いことから、宮崎市のベッドタウンとして宅地開発が進んでいた。近隣市町の人口が減少する中、本地域の世帯数及び人口は増加傾向にあった。しかし、近年は減少傾向に転じており少子高齢化が進んでいる。

直近の高齢化率は、全国平均29.3%であるのに対し宮崎県全体が34.0%、宮崎市が29.5%である。

比べて清武地域26.3%と低い状況となっている。これは地域に3つの大学に伴う大学生の居住や、新興住宅地の開発に伴い若い世代の移住が主な要因であり人口減少を微減に抑えている。



「大根やぐら」と「大根やぐら展」

(世帯・人)

	平成 7年	平成 12年	平成 17年	平成 22年	平成 27年	令和 2年	令和 7年
世帯数	10,459	10,975	12,108	12,376	12,739	13,128	14,013
人口	26,835	27,650	28,578	28,891	29,276	28,948	28,469
高齢化率 (高齢人口)	9.6% (2,585)	11.9% (3,292)	14.3% (4,107)	16.0% (4,623)	19.2% (5,621)	22.8% (6,589)	26.3% (7,475)

(図表1：世帯数・人口の推移 出典：宮崎市役所HPより集計)

③ 清武地域の産業

農家数及び就業者数は減少傾向にあり農業従事者の高齢化が進んでいるが、清武地域は日向夏みかん、パパイヤ、大根の生産が盛んである。一部生産者は生産から食品加工（2次産業）、流通・販売（3次産業）にも取り組む6次産業化を進める販路開拓に意欲的な事業者もいる。

商業は、大きく「清武地区」と「加納地区」の2地区で分かれている。

「清武地区」は、複数の大型店等が集積するショッピングモール「ベアーズモール清武」を中心として、清武総合支所や工業地域、住宅地域などに隣接する大型スーパーや各種小売・サービス店舗が点在する。

一方で「加納地区」は、国道269号線沿いに域外資本の大型店やドラッグストア、小規模の飲食店、理美容業の物販・サービス業が連なるロードサイド型となっている。特に近年、県外資本の大型スーパーがオープンしたため、事業者は大きな影響を受けている。

工業に関しては、過年度において積極的な誘致活動が行われたことにより、県の宮崎SUNテクノロジー構想の中核として半導体、医薬品などの誘致工場が立地しており、地域住民の雇用の受け皿として地域経済の活性化に貢献している。

④ 商工業の現状

業種別の商工業者数は図表2のようになっている。

(単位：者)

	合計	建設業	製造業	卸売業	小売業	飲食店・ 宿泊業	サービス業	その他
令和3年	650	123	58	13	130	91	196	39
令和4年	670	129	59	14	133	93	205	37
令和5年	688	131	59	13	133	96	216	40
令和6年	667	122	58	13	123	90	224	37
令和7年	672	122	60	14	124	89	228	35

(図表2：清武地域の業種別商工業者数 出典：商工会経営支援システムPlusより集計)

清武地域における商工業者数は、過去5年間に於いて約3.4%（22事業所）増加している。

令和3年から令和7年を比べると建設業と小売業が減少し、サービス業者が30者以上増加している。

業種構成では建設業とサービス業が多くを占めている。

建設業については、近くに大規模な住宅団地が多いことから管工事業が12者、一般電工工事業が13者と多い。

サービス業では若者をメインターゲットにする理美容業が45者、自動車整備業17者、学習塾関連13者と多く、文教の町として発展してきた大学が3校あることが主な理由であると考えられる。

そして清武地域の小規模事業者数は以下の通りである。令和7年度の商工業者数672者に対して小規模事業者数561者であるため、商工業者の83.5%は小規模事業者であることがわかる。

(単位：者)

合 計	建設業	製造業	卸売業	小売業	飲食店・ 宿泊業	サービス業	その他
561	117	30	9	87	82	178	58

(図表3：令和7年清武地域の小規模事業者数 出典：商工会経営支援システム Plus より集計)

⑤ 商工業の課題

清武地域は近年、大型スーパーの進出が増えてきており、コロナ禍による買い控えなどもあり、小売業が大きく減少している。一方で、理美容業や自動車整備業をはじめとしたサービス業が増加してきている。

以上の状況を踏まえ、商工業者の課題としては以下の点が挙げられる。

(ア) 事業承継

代表者が高齢化しているが厳しい経営状況で、子供たちは別の仕事に就いており、従業員もいないなど、事業承継の担い手・後継者不足の事業者が増えている。また、後継者がいる経営者については、技能ノウハウの引継ぎなど後継者育成の準備不足である。

(イ) 人材不足への対応

少子高齢化が進んでおり、宮崎県内の高校・大学卒業後の就職先は全国平均に比べ県外就職が多い。人手不足の中、省力化や生産性向上を図るための取り組みが必要である。

(ウ) 環境変化への対応

大学施設が集中し、宮崎市のベッドタウンとしての開発も進むなかで、大型スーパーなどの出店やネット通販市場の拡大している。また IT 化・DX 化などデジタル技術への対応が求められているなど環境の変化に対応できていないことも課題である。

(エ) 販路開拓のための PR 不足、およびリピート客を定着させるための施策不足

イベントや催事等での集客は一過性に留まり、宮崎市内の大型複合施設が車で30分と近いこともあり、固定客・リピーターを増加させるための取り組みが低調で、業績への成果が表れていない。

(オ) 地域資源の活用

農業遺産である「大根やぐら」をはじめ、国や県指定の文化財や史跡等があるにも関わらず、効果的な活用がされていないこと。

（２）小規模事業者に対する長期的な振興の在り方

これまで清武町商工会では、小規模事業者からの税務・労務・金融といった支援を求められ、経営改善普及事業を主体とした支援ニーズに応じてきた。

また商店街支援では販促活動の強化対策として、平成５年に清武町カード会を設立、地域にぎわい創出事業として平成２１年に「イルミネーション事業」、平成２２年には「きよたけはんきゅう軽トラ市」の開催を始めて、地域全体の活性化にも努めている。

経営相談では、新分野展開や販路開拓を伴う補助事業や創業相談、事業承継といった多様で複雑な相談が増えてきている。

現状を踏まえ、長期的なあり方を以下のように定める。



「イルミネーション事業」



「きよたけはんきゅう軽トラ市」

① 小規模事業者のマーケット拡大

【１０年後における地域のあるべき姿】商談会での継続的な商談成約や催事・物産展への積極的な出展により、売上増加や取引拡大が実現している姿。

【理由】商圏が狭いままでは売上の向上には限界がある。売上増加、ひいては利益向上のためにも販路拡大が必要である。

② 事業承継支援と創業支援

【１０年後における地域のあるべき姿】事業承継が無事に完了する姿や事業承継を希望する企業が後継者を確保し、順調に承継に向けてのノウハウなどを引き継ぐ姿である。創業者については、創業者の融資や補助事業、雇用、税務などの創業相談を有効に行うことにより、スタートアップを不安なく円滑に行える姿である。

【理由】廃業抑制は地域産業や雇用の防波堤である。事業承継計画策定や策定後の計画実施を早めることや、専門家連携や金融支援が不可欠であり、事業承継後の経営改善も含め継続的な支援が必要である。

また、地域経済の活性化のためには新たな事業に取り組む創業者や起業家が必要である。しかし、創業や起業には金融面や許認可、税務、雇用など多くのハードルがある。そのため、創業者や起業家の不安を取り除けるスタートアップ支援が必要である。

③ デジタル化推進

【１０年後における地域のあるべき姿】SNS・ECサイト・MEQなどの活用を積極的に行い、売上増加に貢献できるデジタル・IT化に取り組む姿である。

【理由】地域内ではデジタル化を進めている事業者と全く使っていない事業者で差が大きい。販路開拓や顧客満足度の向上を目指すためにも必要なツールであると認識してもらう必要がある。

○ 第六次宮崎市総合計画・宮崎市産業振興計画との連動性・整合性

第六次宮崎市総合計画（令和７年４月～令和１６年３月）における重要施策として、（１）産業・雇用の創出とイノベーションの促進（２）人材の確保・育成（３）外貨を稼ぐ産業振興を挙げている。

（１）地元企業の経営安定と成長支援を目的に、経営指導・経営相談機能の強化、事業継続強化計画の策定促進、円滑な事業承継の促進、スタートアップをはじめとした起業・創業の促進、国内外への販路拡大に資する取り組みの支援、デジタルやDXに取り組む事業者支援などを挙げている。

当会も、小規模事業者のマーケット拡大やデジタル化推進を支援していくことによって、宮崎市と連動していく。

- (2) 人材の確保・育成については、若者の地元就職やUIJ ターン就職支援、企業のインターンシップの受入促進、外国人材の受入環境整備、キャリア育成・リスクリングなどの取組を挙げ、就職者や移住・定住者の増加を目標にしている。

当会も、事業承継支援や創業支援を通じて、人材の確保や育成に努めていく。

- (3) 外貨を稼ぐ産業振興については、観光資源を活かした国内外からの誘客促進や観光地としての魅力向上、地元産品のブランド化と販路の拡大の施策として、一次産品を二次産品にするなどして付加価値向上の取組をしつつ、国内外への市場開拓させることで、国内外の外貨を稼ぐことを目標にしている。

当会も、小規模事業者のマーケット拡大を支援していくことによって、事業者の地元産品のブランド化、外貨を稼ぐことへと繋げていく。

また、宮崎市産業振興計画（令和7年4月～令和12年3月）においても、『商業や工業を取り巻く環境が目まぐるしく変化しているため、産業構造の強化、企業の成長の促進として、経営基盤の強化と生産性の向上、地域企業のイノベーションの創造、ローカルスタートアップの創出、海外展開の支援、事業承継の推進を実施する』ことが計画されており、当会も行政当局と連携を図りながら、計画達成に向けた取組を推進していく。

(3) 経営発達支援事業の目標

① 小規模事業者のマーケットの拡大

支援計画の認定期間（5年間）目標

【KGI】 商談会や物産展、催事への出展事業者の売上を1事業者あたり10%増加

【KPI】 商談会への出展20者、物産展や催事への出展者30者

【設定した理由】 売上によるKGIにより出展成果を計り、売上10%が5年間で1事業者が達成するのに現実的な範囲であると判断した。KPIは、商談会への出展と物産展や催事への出展者数をそれぞれ目標に出展支援することでKGIである売上増加に繋げていく。

② 事業承継支援と創業支援

支援計画の認定期間（5年間）目標

【KGI】 事業承継計画策定10件、創業計画策定後の創業者数10件

【KPI】 事業承継診断20件、創業計画策定件数20件

【設定した理由】 事業承継計画の策定は現経営者と後継者を繋ぐだけでなく、従業員や取引先をはじめとする関係者にとっても大切な計画である。また計画策定に結び付ける最初の一步となるものとして、指導員が事業承継診断を実施し、事業者の状況について知る必要があるため、本目標とした。創業者については、まず創業計画策定を行う必要があるためKPIに創業計画策定件数を定め、実際の創業者数をKGIとして定めた。

③ デジタル化推進

支援計画の認定期間（5年間）目標

【KGI】 デジタル化推進によりDXやITを活用した事業者の売上10%増加

【KPI】 支援によるDXやITの活用事業者数（SNS・ECサイト・MEQ対策・POS導入など）20者

【設定した理由】 デジタル化の有効活用によって、売上増加率を確認することでデジタル化推進の効果を検証する。またDXやIT活用の事業者数をKPIに設定することで、当会の推進支援にてデジタル化を進めた事業者を明確にする。

経営発達支援事業の内容及び実施期間

(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) 目標の達成に向けた方針

① 小規模事業者のマーケット拡大

【達成方針】 販路の開拓

商談会や催事・物産展への積極的な出展支援により、商談会や物産展・催事への出展事業者の売上を1事業者あたり10%増加させる。そのためには商談バイヤーへPRするための商談会出展や消費者へ販売する物産展や催事へ積極的に参加してもらうため、商談会への出展者数および物産展や催事への出展者数を重要目標として増やしていく。

【設定した理由】

事業者にとっては、商談会や物産展・催事などに初めて出展される方、長年出展しているが効果的な販促方法や活用が不十分である方も多い。そのため出展案内だけでなく出展支援も行っていくことで事業者の売上増加を目指す。

② 事業承継支援と創業支援

【達成方針1】 後継者への引継ぎに向けての事業承継計画策定

60歳以上の経営者に事業承継診断を実施し、資産・知財・人材・ノウハウなどの情報を棚卸する。また課題別に税務や法務の専門家派遣実施や関係機関の協力を仰ぐことで、円滑な引継ぎを行える事業承継計画を策定する。

【達成方針2】 創業者にとって不安のないスタートアップ

創業計画の策定によって、これからの道筋や準備すべきことなどを明確にするため、創業者や関係者の情報を整理しながら、創業計画策定を支援する。そのうえで、創業計画を基に創業支援を実施していく。

【設定した理由】

事業承継支援については、いきなり本格的な事業承継計画の策定を事業者へ話しても受け入れてもらえない。だが事業承継診断については協力的であることが多いため、事業承継診断を実施し、さらに時期を見計らって事業承継計画の策定を実施することで事業引継ぎを円滑に行っていく。

創業支援については、創業計画書の策定が創業者にとっては最初のハードルであるため、その時点から伴走支援することで、創業計画書の策定をスムーズに進めて明瞭な創業計画書を策定し、創業へと繋げていく。

③ デジタル化推進

【達成方針】 DXやIT活用事業者の売上アップ

DXやITの活用によって、販路開拓や顧客満足度の向上、データ活用による販売価格や販売品目の最適化などを行っていく。デジタル化推進支援した事業者の売上を10%増加させる。

【設定した理由】

SNSの活用などで認知度を上げたり、顧客満足度向上により再来店を促したりしていくことで売上を増加させていく。またデータ活用によりニーズを把握して、最適な商品販売や商品開発していくことで売上増加を目指す。

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

これまで本会では全国商工会連合会の委託を受けて、四半期ごとに中小企業景況調査を実施してきた。宮崎県商工会連合会が作成した県内企業の調査結果報告書については、HPに掲載することで事業者への活用を促してきた。

また、地域経済動向分析についても年に1度「地域経済分析システム」(RESAS)にて実施し、HPに掲載してきた。今後も、小規模事業者が持続的発展を図るため、地域の経済動向を把握した上で経営状況分析や事業計画策定に繋げることが重要である。またビッグデータを活用した分析及び事業者への提供を実施する。

課題としては、事業者が経済動向調査結果について知らないことや、活用方法を知らず調査結果を活かしていないことが挙げられる。そのため、商工会報発行にて地域経済動向調査の活用方法や事例を掲載したり、経営相談時に調査結果を活用したアドバイスを行うなどしたりして、認知度を高めていく必要がある。

(2) 目標

調査名	公表方法	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
①中小企業景況調査	HP掲載	4回	4回	4回	4回	4回	4回
②地域経済動向分析 (RESAS活用)	HP掲載	1回	1回	1回	1回	1回	1回

(3) 事業内容

① 中小企業景況調査

四半期に1回、地域内事業者15者に対して中小企業景況調査の実施・分析を行い、当地域における小規模事業者の経営課題を把握し、調査結果を年4回HP(ホームページ)上で公表する。

【調査対象者】小規模事業者15者(建設業、製造業、卸売業、小売業、サービス業)

【調査項目】売上(受注)・採算(経常利益)・資金繰り・仕入価格・雇用状況(労働力)・設備投資計画・業況等

【調査手法】ヒアリング及びFAXによる調査・回収を行う。

【分析手法】業種ごとの課題を抽出し、経営指導員が分析を行う。

② 地域経済動向分析(RESAS活用)

地域経済分析システム(RESAS)を活用した地域経済動向分析を行い、当地域の小規模事業者に対しHP上に年1回公表していくことで今後の経営計画に活用してもらう。

【分析項目】「人口構成分析」・「地域経済循環分析」・「産業構造分析」・「付加価値額の構造分析」等

(4) 調査結果の活用

支援テーマの優先順位付けおよび販路開拓や商品改良にて活用。

景況調査結果を基に、価格転嫁・資金繰り・人材確保の重点支援を決定し、専門家派遣や融資・補助金申請支援に反映させ、販路開拓におけるターゲットの決定や商品改良における商品の選定などのアドバイスに役立てていく。

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

本会では、個別求評会への参加による商品評価の実施や、商談会でのバイヤーアンケート調査を行ってきた。商品評価やアンケート調査結果については、経営指導員と事業者で検討・分析を行い、評価結果を商品改良や事業計画策定に役立てている。

しかし課題として、アンケート調査に協力してくれるバイヤーが少ないことや、対面での回答では正直な回答をしてきているか判断できないことが挙げられる。バイヤー等が回答しやすいよう、調査項目については事業者とも相談しながら商品のブラッシュアップに繋がるような直接的な質問を作成する必要がある。

(2) 目標

項目	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
①求評会への 参加事業者数	2者	2者	2者	2者	2者	2者
②アンケート調査 実施事業者数	4者	4者	4者	4者	4者	4者

(3) 事業内容

① 個別求評会への参加による商品評価の実施

宮崎県商工会連合会と宮崎空港ビル（株）が共催する「個別求評会」等に参加し、宮崎空港ビル営業担当者から既存商品及び新商品の評価を受けて、経営指導員と事業者で検討・分析を行い、評価結果を商品改良や事業計画策定に反映する。

(ア) 対象事業者

野菜、果物、地鶏等の特産品加工を手掛ける食料品製造業者

(イ) 評価項目

味、食感、パッケージ、容量、価格等の項目を重視しつつ、事業者と話し合っ、事業者ごとの独自のアンケート項目を作成する。

(ウ) 分析手法

商品ごとに受けた評価結果を基に、経営指導員と事業者で今後の対応方針を検討し、デザイン等専門家のアドバイスが必要な項目については、宮崎県よろず支援拠点や宮崎県フードビジネス相談ステーション等の関係機関を活用する。

② 商談会での来場バイヤーへのアンケート調査

福岡市で開催される商談会「FOOD STYLE JAPAN」等において、来場するバイヤーに対して、試食・アンケート調査を実施する。

(ア) 対象事業者：野菜、果物、地鶏等の特産品加工を手掛ける食料品製造業者

(イ) 調査項目：味、食感、パッケージ、容量、価格、取引条件等

(ウ) サンプル数：来場バイヤー 40人

(エ) 分析手法：専門家のアドバイスを受けながら、経営指導員が分析を行う。

(4) アンケート調査結果の活用

求評会や商談会にて得たアンケート調査の分析結果については、当該事業者にフィードバックし、今後の商品改良や事業計画策定の参考資料とする。

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

経営分析の支援は小規模事業者の求めに応じてその都度対応し、金融や補助金申請などの支援の際に事業者へ報告して、今後の経営計画策定に役立ててきた。

しかし、経営分析の意義・必要性を理解して実施している小規模事業者は少ない。

今後は経営分析の意義・必要性も啓発しつつ、自社の経営状況と経営課題を把握した計画的な事業経営に導く伴走的な支援が必要である。

(2) 目標

項目	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
①経営分析数	40者	40者	40者	40者	40者	40者

(3) 事業内容

① 経営分析の意義・必要性の啓発と実施事業者の掘起し経営指導員が相談での支援の際に、経営分析の意義や必要性を啓発し、経営分析に取り組む小規模事業者の掘り起しを図る。

本会が実施し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、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り起しを図る。

また事業承継の課題を抱える事業者は複数年の伴走支援が必要であり、既存事業を評価するためにも経営相談時に積極的に経営分析を行い、承継計画策定を勧めていく必要がある。

② 分析項目と分析の手法

(ア) 分析項目

- ・財務分析（売上高・経常利益・付加価値額、損益分岐点、生産性、安全性など）
- ・非財務分析（強み、弱み、機会、脅威などのSWOT分析や財務分析では見えない顧客満足度やDX対応状況などについて聞き取りやアンケート調査を実施して分析に反映させる）

(イ) 分析の手法

- ・財務分析については、収集した財務情報を基に分析ツールを活用して実施し、非財務分析については事業者や顧客、従業員に聞き取りやアンケート調査を行うことで分析する。また、業種別動向、景況調査、需要動向調査等のデータによる比較分析を行う。

(4) 経営分析結果の活用

分析結果は、経営指導員が巡回して当該小規模事業者にフィードバックし、小規模事業者の融資や補助事業などの事業計画策定支援に活用する。また分析結果については、データベースにて職員間で共有することにより、経営指導員のみならず全職員の経営支援に関するスキルアップを図る。

6. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

これまで、事業計画策定支援は融資や補助事業の相談時に実施していた。希望する小規模事業者の経営分析を行い、顧客ニーズや地域経済動向調査の結果などを踏まえ、事業計画の策定を支援している。各種補助金申請や創業・経営改善のための融資相談での事業計画の策定や、直面する経営課題解決のための専門家派遣事業も実施している。

しかし、課題として、小規模事業者に事業計画作成の重要性を認知してもらう必要があり、実際に策定した事業計画に基づいた経営を実施する事業者を増やしていくことが必要である。

(2) 支援に対する考え方

小規模事業者に対し、事業計画策定の必要性を認識してもらうため、計画策定後の結果検証までが重要であることを理解してもらう。

経営分析を行った事業者の8割程度の事業計画策定を目指す。経済動向調査・需要動向調査・経営分析等の分析結果を反映させた実効性の高い事業計画の策定支援を行っていく。

(3) 目標

項目	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
①事業計画策定 事業者数	30者	30者	30者	30者	30者	30者

(4) 事業内容

前項目で経営分析数の目標40者のため、事業策定事業者数は8割程度にあたる30者に設定。

事業者が経営課題の解決に計画的かつ効果的に取り組むために、事業計画策定支援事業に取り組む。「2. 経営状況の分析」の実施により抽出した経営課題を克服するため、経営ビジョンや数値目標を設定することで経営の持続的発展の実現に寄与する。

事業実施については経営指導員が中心となり、専門的な課題がある場合などは専門家派遣事業や関係支援機関との連携により対応する。その上で、事業者の抱える課題解決に向けた中期的な事業計画の策定支援を行い、持続的な発展を図る。

① 支援対象

創業・事業承継を検討している事業者や補助金申請や融資のあっせんを希望する事業者を対象とし経営分析を実施した後、事業計画の策定を支援する。

② 支援手法

経営分析後の経営課題の解決について経営指導員が伴走する。

経営課題については地域経済動向調査や需要動向調査の結果について触れながら課題を模索する。場合によっては専門家派遣や他の支援機関と連携して、業種別の動向や取扱商品・サービスの需要動向やDX活用などについても情報収集して提供する。

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

これまでも各種補助事業の申請による事業計画策定後の事業者については、定期的なフォローアップを行ってきた。しかし、補助事業終了とともに支援が途切れるケースが多い。

また融資相談や事業承継・創業の事業計画については策定後、実施支援のフォローを求めている事業者、計画通りに進捗していない事業者もいるのが現状である。

そのため事業計画策定後は事業者の計画実現に向けて、商工会が伴走して定期的なフォローアップを柔軟に実施していく必要がある。

(2) 支援に対する考え方

小規模事業者の経営発達にとって、事業計画策定後の実行及び進捗管理は非常に重要である。

当会では、事業者の経営の自走化を促進するため、経営者自身が課題と解決策を見出すプロセスを支援するとともに、当事者意識醸成のため、経営者と従業員の協働を促す。

また、事業計画を策定した全事業者を対象とするが、進捗やリスクなどの状況に応じて支援の頻度や強度を柔軟に変えて最適化する。

フォローアップでは、小規模事業者の経営リテラシーの習得状況に配慮しつつ、段階的な支援を行う。

収集データについては適正管理・秘密保持を徹底し、データに基づくPDCAサイクルを回していきけるよう継続的にフォローする。

(3) 目標

項目	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
①フォローアップ 対象事業者数	30者	30者	30者	30者	30者	30者
②頻度（延回数）	120回	120回	120回	120回	120回	120回
③売上増加 事業者数	8者	10者	10者	10者	10者	10者

(4) 事業内容

○定期的なフォローアップの実施

事業計画を策定した小規模事業者を対象として、フォローアップを実施する。

事業計画策定事業者30者をフォローアップ対象事業者として四半期に1度、巡回もしくは窓口にて事業計画の進捗状況の確認を行う。(30者×4回=120回)

実施した事業は目標達成度を評価し、実施できなかった事業については実施できなかった理由を確認する。確認は必要に応じて従業員などの関係者からもヒアリングを行う。

また計画に対して進捗が遅れているなどの乖離がある場合や、資金不足など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すなど柔軟に対応する。経営指導員だけでは解決できない高度で専門的な課題解決は、連携支援機関の専門家派遣などを活用し、課題解決に取り組む。

売上増加の目標達成数については、事業計画策定期間によっては年度末などの理由により売上に反映できない事業者も多いため、10者とした。

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

現在、11月に開催されている福岡県マリンメッセ福岡での「FOOD STYLE JAPAN<九州>」に参加している。事前指導としては巡回指導や事前説明会を行い、商談会での成約に向けての準備物や打ち合わせを行い、事後には商談後の成約に向けての助言などを行っている。希望があれば事前もしくは事後に専門家派遣も行うことで、商談成約や新商品開発へ繋がっている。

また、宮崎県商工会連合会や宮崎県物産振興センター等が主催する商談会、宮崎県商工会連合会が主催する宮崎ブーゲンビリア空港での催事や田野・清武地域日本農業遺産推進協議会事務局が主催する「大根やぐら展」物産展などの情報提供も行っている。案内により毎年、数名の事業者が出展・参加しており、新たな需要の開拓に寄与している。

課題としては、九州管内の商談会だけではなく、今後規模を大きくしていくために大規模な都市での展示会へ目を向けている事業者もいるため、都市部の商談会についても検討を行っていく必要がある。

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、ECサイトでの販路開拓やSNSによるPR、SEO対策による集客についても重要であることを事業者へ知ってもらい、取り組んでいくように支援していく必要がある。

(2) 支援に対する考え方

宮崎市産業振興計画の中には産業構造の強化のため、特に「製造業の強化」、さらに「食品加工業の振興」とある。また、「経営基盤の強化と生産性（収益力）の向上」として①中小企業への基礎的支援や②DXの推進③マーケットの拡大を掲げている。

地域の重要課題となっていることから、今後もBtoB（企業間取引）として食品加工業者の全国規模の商談会への出展支援を行っていく。

また、物産展や催事などへの情報提供を行い、出展を促していくことで、BtoC（一般消費者との取引）も促進していく。

DXやIT推進については、補助事業や融資の支援時には事業者への提案を行い、DXやIT活用（SNS・ECサイトの開設・SEO対策など）による営業・販路開拓を支援することで売上増加に寄与していく。

(3) 目標

項目	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
①展示商談会出展事業者数	6者	4者	4者	4者	4者	4者
商談会出展による成約件数/者	3者	2者	2者	2者	2者	2者
②物産展や催事への出展事業者数	—	6者	6者	6者	6者	6者
③DXやIT活用事業者数（SNS・ECサイト・SEO対策・POS導入など）	—	4者	4者	4者	4者	4者

現行は食料品製造事業者約30者に出展案内を出しているが、出展事業者が新商品開発や繁忙期の重なりなどによって出展できない事業者、直販だけを望んで販売している事業者もいることを考慮し、展示商談会出展事業者数は4者とした。また成約件数についても、1者の商談会出展による現実的な成約件数が1、2者であることから2者に設定した。

(4) 事業内容

① 展示商談会出展支援 (BtoB)

事業計画を策定した小規模事業者については商品のブラッシュアップを行い、想定するターゲット、県内外など商圈に応じた展示会・商談会への出展を支援することで新たな販路開拓、継続的な新商品開発に繋げる。

【支援対象】県内外での販路開拓に意欲的な食品加工事業者

【想定される展示商談会】

- ・ FOOD STYLE JAPAN <九州> (福岡県福岡市、マリンメッセ福岡 来場者 17,517 名)
- ・ 地方銀行フードセレクション (東京都江東区、東京ビッグサイト来場者 11,362 名)

② 物産展や催事への出展支援 (BtoC)

宮崎県商工会連合会が主催する宮崎ブルーゲンビリア空港での催事や田野・清武地域日本農業遺産推進協議会事務局が主催する「大根やぐら展」物産展への出展案内を行い、周知することで事業者の新たな需要開拓を支援する。また事前に専門家派遣等により効果的な販促方法を指導することで、当日の売上アップを目指す。

③ DX や IT 活用

事業者の販売が宮崎県内もしくは宮崎市内などの近隣の商圈に限られていることから、より遠くの消費者へ販路開拓していくため、補助事業や融資の支援時などの事業計画策定時から事業者への提案を行い、BtoB、BtoCを含め自社にあったDXやITの活用(SNS・ECサイト・SEO対策・POS導入など)を目指す。

小規模事業者から希望があれば、ITやDXの専門家派遣により詳しく指導をしてもらい、どのツールが現状にあっているのか十分に検討を行ったうえで導入する。

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

宮崎市の5商工会（清武町商工会、田野町商工会、佐土原町商工会、宮崎市生目商工会、高岡町商工会）の法定経営指導員および、宮崎市産業政策課職員、外部有識者（中小企業診断士）のメンバーで構成した宮崎市5商工会経営発達支援事業等協議会を年1回開催している。

外部有識者や市町村を交えているため第三者視点の評価体制も整っており、評価結果は商工会 HP 上で公表し、理事会へも報告している。

(2) 事業内容

協議会を引続き年1回開催し、経営発達支援事業の進捗状況について5段階評価を行うとともに、次年度にむけた改善対応を図る。当該協議会の評価結果を本会の意思決定機関である理事会に報告し、HPに掲載することで地域の小規模事業者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

現在、宮崎県商工会連合会等が主催する経営指導員などを対象とした研修に積極的に参加し、資質向上に努めている。

研修で得た知識・ノウハウについては、復命書及び研修資料の回覧、週1度の朝礼にて報告することで職員間の情報共有を図っている。

必要な研修会などに参加して知識取得に努めているが、高度に専門的な支援課題については外部専門家の支援・協力を依頼することもあるため、今後も他の支援機関等と連携して対応する。

(2) 事業内容

① 日本政策金融公庫との勉強会（年1回）

日本政策金融公庫と円滑な融資実行を目的に毎年1回勉強会を開催しており、今後も継続的に勉強会を実施し、支援ノウハウを取得する。復命書及び研修資料の回覧、週1度の朝礼にて報告することで研修から得た知識やノウハウを職員間で情報共有していく。

② 宮崎県事業承継引継ぎ支援センターとの情報交換（年12回）

管内小規模事業者の円滑な事業承継支援を実施するため宮崎県事業承継・引継ぎ支援センターのコーディネーターと月1回程度の情報交換を密に行っている。さらに個別相談会を共催することにより事業承継を希望される方へ事業承継計画策定についての説明や情報提供を実施する。

(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 1 2 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)									
<p style="text-align: center;">清武町商工会</p> <table><tr><td>事務局コーディネーター</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>1名</td></tr><tr><td>経営・情報支援員</td><td>3名</td></tr></table>	事務局コーディネーター	1名	法定経営指導員	1名	経営指導員	1名	経営・情報支援員	3名	宮崎市産業政策課
事務局コーディネーター	1名								
法定経営指導員	1名								
経営指導員	1名								
経営・情報支援員	3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：恒川 裕紀 連絡先：清武町商工会 TEL 0985-85-0173									
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を行う。									
③ 広域経営指導員の当否 申請書に記載の経営指導員・恒川 裕紀は、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。									
(3) 商工会／商工会議所、関係市町村連絡先									
① 清武町商工会 〒889-1613 宮崎県宮崎市清武町西新町 9-7 TEL: 0985-85-0173 E-mail: kiyotake@miya-shoko.or.jp									
② 宮崎市 観光商工部 産業政策課 〒880-8505 宮崎県宮崎市橘通西 1-1-1 TEL: 0985-21-1792 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	3,400	3,400	3,400	3,400	3,400
地域の経済 動向調査に 関する事業 費	100	100	100	100	100
事業計画の 策定支援に関 する事業費	100	100	100	100	100
需要動向の 調査に関する 事業費	200	200	200	200	200
新たな需要 の開拓に寄与 する事業に関 する事業費	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000

(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、各種手数料収入、伴走型補助金、宮崎県補助金、宮崎市補助金 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 並びに法人にあつては、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