

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	田野町商工会（法人番号 9350005000951） 宮崎市（地方公共団体コード 452017）
実施期間	令和 6 年 4 月 1 日～令和 11 年 3 月 31 日
目標	①小規模事業者の自律的な経営力強化による事業継続を実現 ②創業支援、事業承継支援による小規模事業者数の維持増加 ③地域資源の魅力を活かし、販路開拓支援
事業内容	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景気動向分析 4. 需要動向調査に関すること 展示会参加による商品の評価の実施 5. 経営状況の分析に関すること 経営分析に意欲的な事業者を中心に経営分析を実施 6. 事業計画策定支援に関すること 関係機関と連携し事業計画策定支援を実施 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事業者へ4半期に1度程度巡回訪問によるフォローアップ支援の実施 8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること ①大都市圏で開催される展示商談会（BtoB）への出展支援 ②IT活用事業
連絡先	田野町商工会 〒889-1702 宮崎県宮崎市田野町乙 9418-1 TEL 0985-86-0133 FAX 0985-86-0428 Mail tano@miya-shoko.or.jp 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丁目1番1号 TEL 0985-21-1792 FAX 0985-28-6572 Mail 17syouko@city.miyazaki.miyazaki.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) 田野町の現状及び課題

① 田野町の現状

ア. 概要

本会が管轄する宮崎市田野町は2006年の平成の大合併により、隣接する高岡町、佐土原町とともに宮崎市に編入され、2010年には清武町も加わり、4町1市で宮崎市となった。

合併後の2007年には「田野まちづくり協議会連絡会議」が設置され、市民と行政が共同して田野地区のまちづくり、地域づくりに取り組んでいる。

イ. 立地・交通等

田野町は宮崎市の南西部に位置し、南に鰐塚山(わにつかやま)を望み、西は都城市(みやこのじょうし)と接する。東西約14km、南北約14kmの区域で、総面積は約108.3平方kmを有し、農業と誘致企業を中心に、都市化が進んできた古い歴史と伝統に育まれた地域である。田野内には、中心部を国道(269号線)と日豊本線が横断し、宮崎自動車道田野インターチェンジが設けられ、宮崎港や宮崎空港などへの接続に優れ、宮崎市役所まで車で30分、宮崎空港まで車で30分など、交通アクセスが整っている。

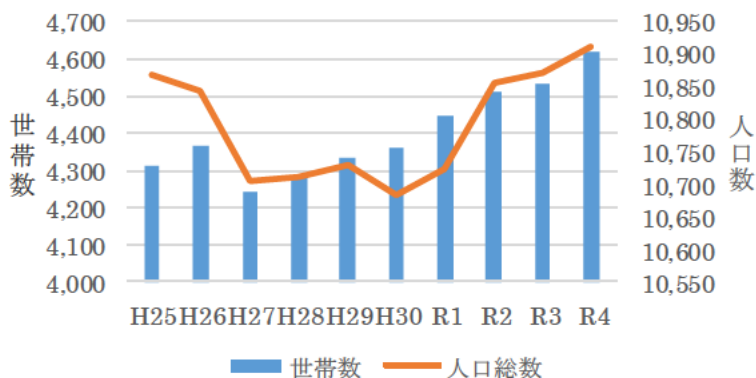


ウ. 人口

宮崎市が発表している人口動態調査によると、右図のとおり、ここ5年で微増を繰り返し人口+230人、世帯数+262世帯となっている。

主要要因として、田野町内においては市街化調整区域の設定がなく、土地開発について他地区に比べ容易であることから分譲地区も多く、地価も他地区と比べて安いことが考えられる。また、宮

宮崎市田野町の人口・世帯数推移



崎市内まで 30 分、インターチェンジもあるなど住環境、交通アクセスがいいことも要因の一つと考えられる。(下表はグラフの元データ(詳細)である)

宮崎市田野町の人口・世帯数の推移

年	2013 (H25)	2014 (H26)	2015 (H27)	2016 (H28)	2017 (H29)	2018 (H30)	2019 (R1)	2020 (R2)	2021 (R3)	2022 (R4)
人口	10,869	10,844	10,706	10,711	10,730	10,683	10,723	10,855	10,872	10,910
世帯数	4,313	4,365	4,239	4,287	4,331	4,358	4,448	4,509	4,531	4,620

(出典：宮崎市人口動態調査)

エ. 産業(業種別の商工業者数(うち、小規模事業者数の推移))

田野町においては下表のとおり、商工業者数が横ばい傾向である。

一方で、この5年間の田野町商工会の会員加入脱退の状況をみると、創業後3年未満で会員加入した事業者が16事業者、高齢化等による廃業を理由に脱退した事業所が21事業所となっており、ある程度事業者の若返りが図られていることが推察される。また、この5年の間に新型コロナウイルスの影響があったことを考慮すると、同期間中の創業者数が減少したことも考えられるため、今後創業者が増えてくることも予想され、より一層の事業者の若返りに期待できる。

業種別事業所数の推移

	建設業	製造業	卸売業 小売業	サービス業		その他	合計	小規模事業者数
				飲食 宿泊	その他 サービス			
平成30年	128	48	84	40	67	18	385	333
令和元年	125	45	82	36	69	18	375	325
令和2年	127	45	82	35	70	18	377	320
令和3年	125	45	83	35	70	18	376	323
令和4年	125	44	82	35	70	18	374	329

(商工会基幹システムより抽出)

田野町商工会 会員事業所加入脱退の状況

	加入 (創業後3年未満/総加入数)	脱退 (廃業/総脱退数)
平成30年度	5/10	4/8
令和元年度	0/2	5/10
令和2年度	0/2	4/5
令和3年度	4/6	3/5
令和4年度	7/8	5/7
合計	16/28	21/35

オ．特産品

田野町においては隣の清武町と一緒に令和 3 年 2 月に「干し野菜と路地畑作の高度利用システム」が日本農業遺産に認定された。

国や県の統計によると、2019 年の干し大根を含む加工業務用大根の生産量は 13 年連続で宮崎県が最多で、干し大根の県内生産量の 9 割は田野・清武地域が占めており、大根の漬物は特産品となっている。

そのシンボルとして大根やぐら（右図）があり、このやぐらは冬の風物詩となっていて、夜にはライトアップも行われるなど観光名所の一つにもなっている。畑の広さでやぐらの大きさも異なるため、毎年すべて手作業で組まれ、現在では約 250 基が田野町地域に組まれている。



カ．第三次宮崎市商業振興計画における将来像と基本方針

第五次宮崎市総合計画（改訂版）に紐づく第三次宮崎市商業振興計画（2018 年度～2024 年度）では、「人の絆にあふれ、地域と商業がともに発展するまち」を目指すべき将来像として掲げており、その達成に向け基本方針に以下の 4 つを設定している。

（基本方針 1）個店の連携と団結による、商店街・商業者団体の基盤強化（組織力）

商業において個店の自主的な取組みが重要だが、商店街等の団体に加入し、地域が一体となった取組みを行うことは、個店や団体、地域にとって活性化を図る重要な手段であることから、個店の連携と団結、更に商店街や商工会、商工振興会など商業団体の基盤強化を目指す。

（基本方針 2）人とのつながりを大切にし、地域コミュニティを担う商業の推進（地域力）

モノ消費からコト消費への変化、高齢化に伴う買い物弱者対策、安全で安心な消費活動など、今後求められる商業に対応するうえで、人との絆が大変重要となることから、人とのつながりを大切にする商業、まちづくりに積極的に参画し地域コミュニティを担う商業を目指す。

（基本方針 3）時代や環境の変化に柔軟に対応できる、持続可能な商業の推進（持続力）

人口減少や高齢化社会の進展による商業全体の縮小、人手不足や後継者問題などに適切に対処し、市内の商業機能を維持していくために、時代や環境の変化に柔軟に対応できる持続可能な商業を目指す。

（基本方針 4）新たな事業にチャレンジし、ヒト・モノ・カネを呼び込む商業の推進（発展力）

持続可能な商業への取組みを進めたうえで、地域間競争に打ち勝つ攻めの商業を展開していくことが、地域経済の発展、ひいては地方創生にとって必要であることから、新たな事業への積極的なチャレンジを促し、ヒト・モノ・カネを呼び込む商業を目指す。

②田野町の商工業の現状と課題

田野町内においては、隣にある清武町に「クロスモール清武」、30 分弱程度で行ける宮崎市内の「宮交シティ」そこからさらに 10 分程度で行ける「アミュプラザ」等大手資本による大型ショッピングモールの台頭や EC サイトの発展などもあり、町内外での消費行動が大きく変化しているため、そこに対応することが課題となっている。加えてこの変化の激しい経営環境もあることから、自分の代で廃業を選択する事業者も増加しているため、後継者の育成や事業

承継についても対策を講じる必要がある。

また、これまで特産品として生産販売してきた大根の漬物についても、食文化の変化等もありピーク時（昭和 55 年）には 3,185 g/世帯あったものが、平成 25 年には 1,522 g/世帯と半分以下に減っている。（総務省統計局「家計調査年報」より）

これまでの伝統や農業遺産に認定されたことを考えると、これからも地域に残すべき大事な特産品であるため、これを活かし昇華させつつ、大根の漬物に頼らない新たな特産品の開発も課題である。

（２）小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

① 10 年程度の期間を見据えて

これまで田野町商工会においても金融をはじめ、税務・労務といった相談から新分野展開、販路開拓、事業承継といった多様で複雑かつ高度な事業者支援に内容が変化してきた。これからは各事業所がそれぞれの特性や強みを活かした事業運営を行い、持続的な発展につなげる必要がある。そのためにも、自社の経営を見直し、経営計画をもとにした事業運営や商品・サービスの開発を行い、経営力の強化を図る。それらを継続的にかつ自発的に実施できるよう時間をかけて伴走型の支援を実施する必要がある。

②宮崎市総合計画との連動性・整合性

上記基本方針のとおり、組織力、地域力、持続力、発展力を掲げており、本会が目指している、個社の特性を生かした持続的に発展できる事業者の育成、指導、支援は宮崎市総合計画とも合致している。

③商工会としての役割

本会としては、伴走型の支援を実施し、上記のような事業者の育成、指導、支援を通して小規模事業者の持続的かつ自発的な経営発達を使命とし、ひいては地域経済を支える支援機関として地域に根差した事業展開を実施し続けていく役割を担っている。そのために、対話と傾聴を通して、各事業所の課題を個別に設定したうえで、事業者の力を引き出し地域全体での持続的発展への取り組みに繋げる。

（３）経営発達支援事業の目標

これまで記述してきた通り、田野町内における小規模事業者の持続的かつ自発的な経営発達の達成について、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うえで、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り組みへつなげるため、次の目標を定める。

①小規模事業者の自立的な経営力強化による事業継続を実現

変化の多い経営環境においても、自社の特性や強みを活かし、市場ニーズに合った付加価値の高い商品サービスの開発提供ができるよう、経営計画を基にした事業運営を行えるよう対話と傾聴による信頼関係の構築、気づきを促し課題設定型の経営計画の策定支援や経営革新等による新たな販路開拓の支援を実施し、継続的な伴走支援を実施し、最終的にはこれを自社で実施できるよう自走化を目指す。

②創業支援、事業承継支援による小規模事業者数の維持増加

今後創業者が増えることを想定し、創業希望者に対する創業計画策定支援やそれに関連する金融支援など積極的な伴走支援を実施し、新規創業者を後押しする。また、事業承継引継ぎ支援センター等関係機関と連携した事業承継支援を実施し、事業の継続ひいては地域経済の柱となる小規模事業者の維持増加を目指し地域経済の活性化を推し進める。

①②の取り組みを実施することで、小規模事業者の自律的な経営力強化による事業継続を目標とする。

③地域資源の魅力を活かし、販路開拓支援

特産品である大根の漬物やそのシンボルである大根やぐらを昇華させ落ち込んでいる消費量の現状維持を目指し、田野地域の伝統を継承し引続き観光名所としていく一方で、大根に頼らない新たな特産品の開発を行い、地域の魅力を高める。そのためにも、商談会や展示会、物産展等に積極的に参加するよう関係事業所に促し、特産品となりうる商品の掘り起こしやブラッシュアップ、販路拡大や新商品開発を促進し、地域としてのブランド力向上を目指す。

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

上記1. (3) の①～③の目標を達成するため以下の方針を掲げる。

①小規模事業者の自立的な経営力強化による事業継続を実現

小規模事業者との対話と傾聴を通じて、個々の特性や強みを活かした課題を設定し、課題解決に向けた取り組みを伴走支援し経営力強化につなげる。具体的には、データ分析に基づく経営計画の策定や新商品、サービスの開発を行い、これらの一連の流れを事業者自身がPDCAサイクルを確立しながら実施し売上、利益の向上に繋げ、経営力の向上を図っていく。

②関係機関との連携による創業・事業承継支援

今後創業者が増えることを想定し、地元金融機関や日本政策金融公庫と連携し金融支援を実施する。また、高齢化及び後継者不在に伴う廃業も増加傾向にあるため、事業承継引継ぎ支援センターと連携し廃業者の増加に歯止めをかけ、小規模事業者数の維持増加を実現する。

③地域資源の魅力を生かした販路開拓支援

特産品である大根の漬物に頼らない新たな特産品の掘り起こし、ブラッシュアップを促進し、新商品開発に係る需要動向の調査、販路開拓支援を実施するため、商談会等への出展支援を行う。

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

〔現状〕年に1回経営状況調査シートを約240いる会員事業所宛送付し、経営状況や景況感、商工会に対するニーズ調査等の質問をして、回答を得たものを集計し、ホームページに掲載している。

〔課題〕全社が回答してくれるわけではないので、回答業種に偏りが出たり、毎年同じ事業所が回答する結果となり、調査結果もうまく活用が行われていない。

(2) 目標

内容/年度	現行	R6	R7	R8	R9	R10
①地域経済動向分析公表回数	1回	1回	1回	1回	1回	1回
②景気動向分析の公表回数	－	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（国が提供するビッグデータ（RESAS）の活用）

国が提供するビッグデータ「RESAS」を活用し、経営指導員等が地域の経済動向分析を行う。

ア. 手法

経営指導員等が「RESAS」を活用し、地域経済動向分析を行う。

イ. 項目

- ・「地域経済循環マップ・精算分析」⇒何で稼いでいるかなどを分析
- ・「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

※これらの分析結果を総合的に踏まえた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、全国商工会連合会が4半期ごとに行う「小規模企業景気動向調査」を宮崎県商工会連合会が集計分析する宮崎県版中小企業景況調査（調査対象企業数150社）を活用して本会独自の分析結果を取りまとめ、年4回公表する。

ア. 手法

経営指導員等が宮崎県版中小企業景況調査の結果を整理、分析、加工する。

イ. 項目

売上、仕入価格、経常利益、資金繰り、雇用、設備投資等

(4) 調査結果の活用

調査結果については、本会ホームページに掲載し、広く管内事業所等に周知する。また、事業計画策定支援の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

〔現状〕これまで展示商談会に参加し需要動向調査及び販路開拓支援を行ってきた。具体的には来場したバイヤー等に直接アンケート調査を実施し、アンケート集計後、結果を参加事業者へフィードバックしている。

〔課題〕なかなかアンケート調査に協力してくれるバイヤー等がいないことや、対面での回答となることで正直な回答を得られているのか疑問が残る。(味：おいしい、価格：適正・もっと安く、パッケージ：いいのような回答が多くを占めていて、商品のブラッシュアップにつながるような回答が少ないように感じた。)

バイヤー等が回答しやすいよう、調査項目の簡素的かつ商品のブラッシュアップにつながるような直接的な質問とする必要がある。

(2) 目標

内容/年度	現行	R6	R7	R8	R9	R10
展示会等参加事業者数	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者
試食、アンケート実施事業者数	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者

※展示会等出展事業者が 2 者の理由について

これまで、数年かけて展示会出展事業者の掘り起こしを行ってきたが、対象となり得る食品加工製造業者等の小規模事業者が 11 社と少ないうえ、商材が重なる事業者同士（いわゆる競合同士）では出展できない・出展しにくい、季節性商品のため想定している展示会の時期に商材を準備できない、展示会出展に割ける人員がいない等、事業者からの声が上がっており 2 者以上の参加が見込めないため。ただ、引続き商工会報等の機関紙での出展者募集や飲食店等の業種に範囲を拡大し、事業者の掘り起こしを実施する予定である。

(3) 事業内容

展示会参加による商品の評価（アンケート）の実施

【想定している展示会等参加事業者】

町内小規模事業者のうち、地元農産物を活用する事業者や食品製造業者を中心に販路開拓・自社商品のブラッシュアップに積極的な事業者を想定。

【調査手法】展示商談会に参加し、試食、アンケートを実施。アンケートを集計し、経営指導員と事業者で検討・分析を実施し、調査対象 2 者へフィードバックし、商品改良や事業計画へ落とし込む。

【サンプル数】来場者 50 人/社を目標とする。

【調査項目】取引希望の有無、希望無の場合その理由（味、価格、取引量、パッケージどこに課題があるのか）
希望有の場合は連絡先交換、取引量や具体的な金額、どこに魅力を感じたのかなど

(4) 調査結果の活用

評価結果をもとに経営指導員と事業者で今後の対応方針を検討し、課題解決に向けた対応を行い、専門家のアドバイスが必要なものについては、関係機関（よろず支援拠点やフードビジネスステーションなど）と連携しブラッシュアップを実施する。

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

〔現状〕経営分析の実施は補助金申請の際の計画書策定支援、融資のあっせん、決算申告の時など分析範囲が限定的で単発的なものが多い。

〔課題〕限定的、単発的な経営分析となっている理由として、補助金や融資の獲得が目的となっていて、根本的な経営改善、経営発達に繋がられていないことが挙げられる。今後は、経営者自身が経営状況を的確に把握し、経営指導員等と一緒に課題解決に取り組む必要がある。

(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
経営分析事業者数	30 者	30 者	30 者	30 者	30 者	30 者

(3) 事業内容

4. 需要動向調査対象事業者に加え、決算申告・補助金申請・融資のあっせん等の支援先を中心に、伴走支援の手法を取込み、対話と傾聴を通じて、本質的経営課題を、経営者自身にも自ら気づいてもらいながら把握・整理し、継続的な経営分析の意義や必要性を説明したうえで、財務分析（定量分析）、SWOT 分析（定性分析）等の経営分析を行う。

【対象者】

4. 需要動向調査対象事業者に加え、決算申告や補助金・融資のあっせん等の支援先で経営分析に意欲を持っている事業所

【分析項目】

《財務分析》（定量分析）

直近 3 期分の売上高、営業利益、経常利益、収益性、成長性、生産性、効率性、安全性等

《非財務分析》（定性分析）

SWOT 分析により、自社の強み、弱み等内部環境（3C 分析等）、機会、脅威等外部環境（PEST 分析等）等

【分析手法】

令和 5 年度から導入した「経営支援システム Plus」を活用し、事業者との対話と傾聴を通じて、SWOT 分析の実施や決算データに基づいた「ローカルベンチマーク」を活用し、財務分析、非財務分析を実施する。

(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。また、分析結果をデータベース化し内部共有を行い、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

〔現状〕 自社で分析、計画策定などを実施している事業者が多いものの、5. 経営分析同様、補助金申請の際の計画書策定、融資のあっせん等計画の範囲が限定的で単発的なものの支援が多い。

〔課題〕 自社で計画策定などを実施している事業者が多いものの、限定的かつ単発的な計画策定が多く、経営全体で中長期的な事業計画策定を実施する事業者をどのように増やしていくかが課題である。

(2) 支援に対する考え方

補助金申請を検討している事業者においてはそれを契機として、自社の経営分析、事業計画の策定に前向きに取り組んでいることが考えられるため、これらの事業者に加え、決算申告、融資のあっせん、創業や事業承継等を行う事業者に対しても、中長期的な事業計画策定の重要性と必要性を説明し、対話と傾聴を通じて本質的な経営課題の解決に向けた事業計画の策定について伴走支援を実施し、5. 経営分析を実施した事業所の半数以上/年の事業計画策定を目指す。

なお、事業者の競争力維持・強化に必要不可欠なツールである DX の推進については、事業計画の策定前段階において、商工会連合会が主催するセミナーへの参加を促し、必要に応じて専門家派遣や相談会の実施をすることで小規模事業者の競争力の維持・強化を促す。

(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
事業計画策定事業者数	20 者	20 者	20 者	20 者	20 者	20 者
DX セミナー参加斡旋事業者数	2 者	2 者	3 者	4 者	5 者	6 者

(4) 事業内容

【支援対象】 経営分析を行った事業者、補助金申請や融資のあっせん、決算申告支援を実施した事業者、創業・事業承継を検討している事業者を対象とし、併せて DX の推進を図る。

【支援手法】 宮崎県中小企業基盤強化事業の専門家や宮崎県よろず支援拠点の専門家を活用し、事業計画策定支援を実施する。また、事業承継に関しては、宮崎県事業承継引継ぎ支援センターと連携・協力し策定支援を行う。いずれの事業者に対しても競争力の維持強化に必要不可欠なツールである DX について説明を行い、関連する DX セミナーへの参加を促し、必要があれば、追加で専門家を活用するなど各事業者に寄り添った支援を実施する。

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〕 これまで各種補助金の採択を受けた事業者に関しては、巡回・窓口相談を通じてフォローアップを実施している。

〔課題〕 補助事業終了後支援が途切れるケースが多く、継続的な支援につながらないケースがある。

(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、対話と傾聴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も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付けを行い、潜在力の発揮に繋げる。

事業計画を策定したすべ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のない事業者を見極めたうえで、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	20 者	20 者	20 者	20 者	20 者	20 者
頻度（延べ回数）	48 回	80 回	80 回	80 回	80 回	80 回
売上増加 事業者数	-	4 者	4 者	4 者	4 者	4 者

(4) 事業内容

事業計画を策定した事業者を対象に4半期に1度を原則として、経営指導員等が巡回訪問を実施し、策定した計画が着実に実行されているか確認し、継続的にフォローアップを行う。ただし、進捗状況に応じ、自社で順調に計画実行されている場合は頻度を減らし、進捗状況が芳しくない事業所においては巡回を増やすなど臨機応変に対応する。進捗状況が芳しくない事業所においては、計画の停滞・遅延の要因を探り、外部専門家等の第三者も含め、今後の方策等を検討し、計画修正やフォローアップ頻度の見直し等を行う。

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〕11月に福岡県マリンメッセ福岡で開催されるフードスタイル九州に参加している。より効果を高めるため、宮崎県中小企業基盤強化事業を活用し、展示商談会の参加にあたっての事前準備等の指導を実施している。

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展示商談会等の情報提供を行い、新たな需要の開拓に寄与している。

〔課題〕展示会に参加している事業所においては、事前指導等もあり、ある程度の成果が出ている。対面での商談についてもバイヤーや事業所のニーズも高いため、継続していく必要がある。一方で、人手不足により、展示会等に割ける人員が不足している事業所もあるため、いい商品を持っていても展示会に参加できない場合があり対応を検討する必要がある。

(2) 支援に対する考え方

これまで成果の上がっている、商談会の参加については継続して出展し新たな需要の開拓に寄与する。また、人手不足により県外での対面による商談会参加が難しい事業所においては、DX推進を行い、IT活用（SNS・ECサイト・ネットショップの開設など）による営業・販路開拓を模索する。そのための取り組みとして、宮崎県中小企業基盤強化事業やよろず支援拠点等の専門家を活用し、IT専門家派遣等を実施し、事業者の状況に応じた支援を行う。

(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
①展示商談会出展事業者数	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者
出展による成約件数/者	7 件	5 件	5 件	5 件	5 件	5 件
②IT 活用事業者数（SNS・EC サイト・ネットショップ開設）	-	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者
売上増加率/者	-	10%	10%	10%	10%	10%

※成約件数が現行より減る理由について・・・現行の事業者に聞き取りを行った際、自社の製造キャパを超える商談件数があり、自社の製造キャパ上限かそれを超える受注をしているため 5 件程度が現実的だと考えたためである。

(4) 事業内容

①展示商談会出展事業（BtoB）

例年㈱イノベントが大都市圏（福岡、大阪、東京等）で開催する、展示商談会をメインに参加予定である。当該商談会においては県内外から多くの参加者とバイヤーが来場するため、販路開拓に非常に有効な商談会となっている。参加にあたっては事前に専門家による指導等を受けることで展示商談会がより効果的になるよう事前対策を行う。

【支援対象】県内外での販路開拓に意欲的な事業者

【参考】出典を予定している㈱イノベントが主催する商談会「FOOD STYLE」は例年 9 月から 1 月にかけて都市部で開催され、小売・中食・外食業界への販路開拓を目指す展示商談会である。令和 4 年度の開催実績は以下のとおりである。

- ・FOOD STYLE Kyushu（福岡県福岡市、マリンメッセ福岡 来場者 15,541 名）
- ・FOOD STYLE Kansai（大阪府大阪市、インデックス大阪 来場者 10,368 名）
- ・FOOD STYLE Japan（東京都江東区、東京ビッグサイト 来場者 32,825 名）

②IT 活用事業（BtoB, BtoC）

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り込みのため、BtoB, BtoC を含め自社にあった IT の活用（SNS・EC サイト・ネットショップ開設等）を目指す。また、事業者によっては展示商談会に割ける人員が確保できず出展がかなわない事業者もいるため、そういった事業者においては自社の状況にあった IT 活用を行い、販路開拓を模索する。導入にあたってはそれぞれの IT について理解するため専門家による指導を受け、どのツールが自社にあっているのか十分に検討を行ったうえで導入する。

【支援対象】①展示商談会に参加できない事業者、IT 活用による販路開拓に意欲的な事業者

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〕宮崎市観光商工部産業政策課、宮崎市内にある 5 商工会の法定経営指導員（清武町、田野町、宮崎市生目、佐土原町、高岡町）、中小企業診断士（外部有識者）、宮崎県商工会

連合会経営支援センター（オブザーバー）を構成員として「協議会」を設置している。

〔課題〕 年1回当該協議会が開催され、事業の進捗状況・評価・見直しを行っており、今後も継続した協議会運営が必要である。

（2）事業内容

上記の協議会を引続き年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、ホームページに掲載することで、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

〔現状〕 宮崎県商工会連合会が開催する職種別（経営指導員・経営・情報支援員等）、事業別の研修会に参加し資質向上に努めている。

〔課題〕 研修会に参加後復命書という形で研修内容の共有・報告を行っているが、組織としての支援能力の向上にはつながっていない。

（2）事業内容

①外部講習会等の積極的活用

従来通り、宮崎県商工会連合会が主催する職種別の研修へ参加することに加え、外部機関（中小企業大学校や中小企業基盤整備機構を想定）が主催する専門的かつ高度な知識・ノウハウを習得できる専門研修に参加する。特に、DXに関する知識や支援能力が不足していることを考慮し、外部機関が主催するDXセミナーに年1回以上参加する。

また、外部専門家による専門家派遣事業を実施する場合は、必ず経営指導員が同席し、専門家の指導内容を参考にすることで経営支援能力のレベルアップを図り、下記②の定期ミーティングでそれらをフィードバックすることで経営指導員のみならず、他の職員を含め、組織としての支援能力の向上を図る。

②職員間の定期ミーティングの開催

全職員によるミーティングを月1回開催し、経営発達支援計画に関する取組や進捗状況について協議、情報共有を図ることで、組織としての取り組み体制を構築する。

③データベース化

担当経営指導員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5年11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)

田野町商工会	
事務局長	1名
法定経営指導員	1名
経営・情報支援員	2名

宮崎市 観光商工部
産業政策課

(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：横山 旭人
- ・連絡先：田野町商工会 TEL/0985-86-0133

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提供等を行う。

(3) 商工会、関係市町村連絡先

①田野町商工会

〒889-1702 宮崎県宮崎市田野町乙 9418-1
TEL 0985-86-0133 FAX 0985-86-0428
Mail tano@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丁目1番1号
TEL 0985-21-1792 FAX 0985-28-6572
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 6 年度	令和 7 年度	令和 8 年度	令和 9 年度	令和 1 0 年度
必要な資金の額	2, 750	2, 750	2, 750	2, 750	2, 750
専門家派遣	100	100	100	100	100
協議会運営費	50	50	50	50	50
展示会等出展費	2, 500	2, 500	2, 500	2, 500	2, 500
ソフトウェアサービス費	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、伴走型補助金、県補助金、市補助金

(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