

経営発達支援計画の概要

実施者名	佐土原町商工会（法人番号 7350005001472 ） 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	経営発達支援事業の目標 ①小規模事業者の経営リテラシー向上と自走化支援 ②創業支援と円滑な事業承継の推進 ③DX化の推進と販路拡大支援 ④対話と傾聴を重視した伴走型支援
事業内容	<p>I. 経営発達支援事業の内容</p> <p>3. 地域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）</p> <p>4. 需要動向調査に関すること ①販売会や商談会等での商品調査</p> <p>5. 経営状況の分析に関すること ①小規模事業者の経営分析</p> <p>6. 事業計画の策定支援に関すること ①事業計画策定支援 ②創業計画策定支援 ③事業承継計画策定支援 ④DX化支援</p> <p>7. 事業計画策定後の実施支援に関すること ①事業計画・創業・事業承継計画のフォローアップ</p> <p>8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること ①展示会・商談会の出展支援（BtoB） ②ITを活用した販路開拓支援（BtoC）</p>
連絡先	<p>佐土原町商工会 〒880-0211 宮崎県宮崎市佐土原町下田島 20732-53 TEL0985-73-2567 FAX0985-73-4975 E-mail sadowara@miya-shoko.or.jp</p> <p>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 TEL0985-21-1792 FAX0985-28-657 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現状

(ア) 立地

さどわらちょう

佐土原町は、宮崎市の最北部に位置し面積56.84平方km(対市比8.8%)の地域である。城下町であった地域と新興住宅地が混在する町域であり、宮崎市～宮崎県北部地域・大分県を結ぶ国道10号線沿いに展開していることから宮崎市の北の玄関口と位置付けられる。

平成の大合併により、平成18年1月に旧佐土原町・旧田野町・旧高岡町が、平成22年3月に旧清武町が宮崎市へ編入され、1市のなかに5商工会が共存している。

交通面では、2本の国道(10号線・219号線)、特急停車駅(JR日豊本線佐土原駅)があり、東九州自動車道や一ツ葉有料道路、宮崎自動車道、宮崎港や宮崎空港などへの接続に優れている。宮崎市街地まで車で30分、宮崎空港まで車で40分など、交通アクセスが整っている。



(イ) 産業

佐土原は城下町として栄え、**佐土原城跡**をはじめ文化遺跡や寺社仏閣など、貴重な歴史文化が伝承されている。産業としては、美しい海岸と緑豊かな自然、温暖多照な気候を利用して、農業は稲作を基盤に施設園芸、畜産などを組み合わせた複合経営のほか、**うなぎ**の養殖が盛んである。特に**生姜**は海岸に隣接した砂地によって良質な生姜が収穫でき、宮崎県内生産量一位、全国でも有数の名産地である。また「**佐土原なす**」という宮崎伝統野菜がある。このなすは、病弱であることや形が不揃いであることから昭和55年ごろに市場から完全に姿を消し、幻のなすになってしまったが、平成12年にわずかに保管されていた種がわずかに4粒の発芽に成功し、現在では少数ながら市場へ復活を遂げている。

この他、江戸時代より鯨を模した献上菓子「**くじらようかん**」が佐土原の名物の一つで、この「**鯨**」が縁起物として当地域の象徴ともなっており、関連した商品が開発・販売されている。



『くじらようかん』

江戸時代の佐土原藩島津家時代に始まり日持ちしないことから「菓子の刺身」とも言われる希少な銘菓である。



『くじらのぼり』

地域一体となって開発・製作に取組み、佐土原町域では鯨の形をした「くじらのぼり」が大空を泳ぐ。

工業では、企業誘致や工業団地造成が行われ、頭脳集積産業の拠点施設として整備された「宮崎テクノリサーチパーク」にはコンピューター産業などが立地している。この工業団地には工業技術の振興及び中小企業の技術開発や技術力向上を支援する県工業技術センターや県内の食品企業、地域の食品加工グループ等への支援を行う食品の総合試験研究機関として県食品開発センター、中小企業を活性化させるための総合的な支援機関である県産業振興機構などの各種支援施設が多い地域でもある。

(ウ) 人口

佐土原町の人口は、令和 7 年 5 月時点で 16,006 世帯、33,544 人であり、宮崎市全体の約 8.55%を占めている。前述の交通アクセスの良さから、宮崎市のベッドタウンとしての役割も有している。

地域内の人口推移を見ると、宮崎市編入前の平成 17 年度は 32,499 人（11,222 世帯）であったが、平成 27 年 4 月には 34,332 人（14,579 世帯）に増加し、令和 2 年 4 月には 34,330 人（15,380 世帯）と横ばいとなった。その後、令和 7 年 5 月には 33,544 人とわずかに減少している。一方、高齢化率（65 歳以上）は、平成 27 年の 27.7%から令和 7 年には 32.6%に上昇している。

将来推計では、佐土原町の人口は 2030 年に 32,600 人、2035 年に 31,567 人と減少傾向にあり、人口減少の影響がさらに深刻化すると予測される。また、高齢化率は 2030 年に 34.64%、2035 年に 35.22%に達する見込みであり、少子高齢化の進行に伴い地域社会への影響が懸念される。

単位：人

	2015年	2020年	2025年	2030年	2035年
総人口	34,386	34,080	33,444	32,600	31,567
(2015比)	100	99	97	95	92
0～14歳	5,096	4,715	4,312	3,993	3,797
(構成比)	15	14	13	12	11
15～64歳	19,622	18,461	17,871	17,315	16,654
(構成比)	57	54	52	50	48
65～74歳	5,134	5,542	4,592	3,868	3,719
(構成比)	15	16	13	11	11
75歳以上	4,534	5,361	6,669	7,425	7,398
(構成比)	13	16	19	22	22
高齢化率	28.12%	31.99%	33.67%	34.64%	35.22%

【出典：宮崎市地域カルテ 令和 5 年 1 1 月更新】

(エ) 商工業者数

佐土原町の商工業は、地区全体に中心商店街や核となる店舗がなく、商業地や店舗が散在している点の特徴である。中型の食料品店も多く出店しているものの点在しており、集中的な商業集積地はほとんど見られない。

地域内の商工業者数は緩やかに減少しており、過去 15 年間で約 8.4%減少している。商工会の普通会員数も平成 22 年の 613 名から令和 7 年の 526 名に減少し、約 14.2%の減少となっている。

業種別に見ると、建設業は 243 者から 212 者へ（約 12.8%減）、製造業は 125 者から 88 者へ（約 29.6%減）、卸・小売業は 333 者から 257 者へ（約 22.8%減）、飲食・宿泊業は 146 者から 111 者へ（約 24.0%減）と、従来型業種での減少が顕著である。一方で、美容室や修理業、専門サービスなどの地域密着型サービス業は 247 者から 324 者へ（約 31.2%増）と増加しており、代替されにくい業種の成長が見られる。その他業種は横ばいで推移している。

このように、地域内商工業者は従来型業種の減少と地域密着型サービス業の増加という二極化が進行している。

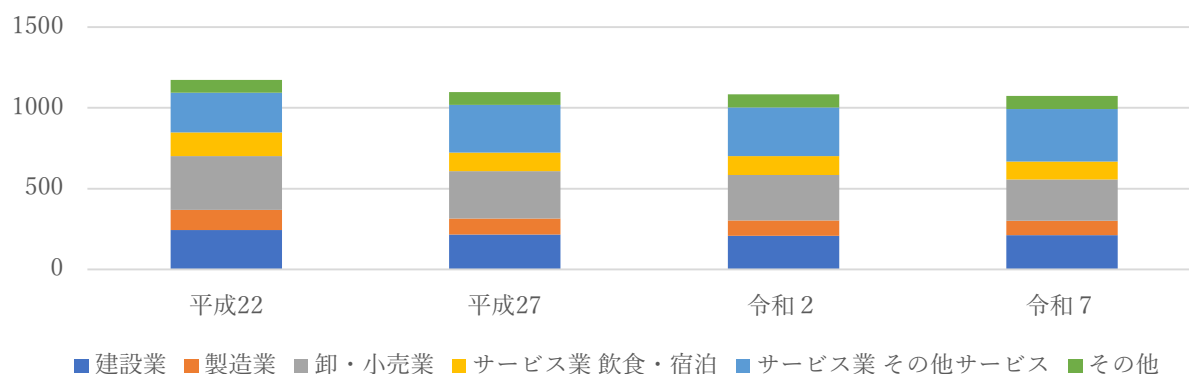
【地域内の商工業者推移表】

単位：者

年 度	建設業	製造業	卸・小売業	サービス業		その他	合 計
				飲食・宿 泊	その他サービス		
平成 22	243	125	333	146	247	79	1,173
平成 27	215	99	294	115	296	79	1,094
令和 2	208	94	283	117	301	81	1,084
令和 3	214	93	282	119	304	79	1,091
令和 4	215	92	280	111	308	78	1,084
令和 5	212	92	278	113	311	77	1,083
令和 6	215	90	263	113	315	81	1,077
令和 7	212	88	257	111	324	82	1,074

【出典：宮崎県商工会連合会 商工会実態調査報告書】※4月1日時点での集計

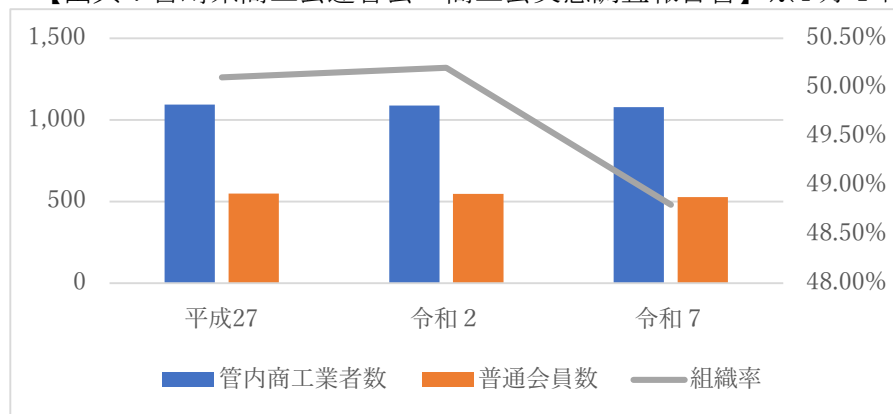
地域内の商工業者推移



単位：者

年 度	管内商工業者数 (うち小規模事業者)	普通会員数	組織率
平成 27	1,094 (1,009)	548	50.1%
令和 2	1,088 (1,002)	546	50.2%
令和 3	1,095 (1,013)	554	50.6%
令和 4	1,088 (1,008)	539	49.5%
令和 5	1,087 (1,015)	538	49.5%
令和 6	1,081 (1,009)	538	49.8%
令和 7	1,077 (1,005)	526	48.8%

【出典：宮崎県商工会連合会 商工会実態調査報告書】※4月1日時点での集計

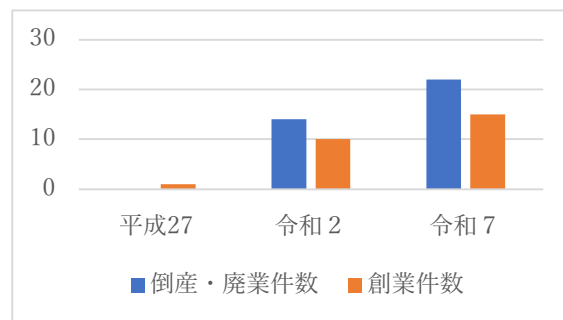


(オ) 会員の脱退（倒産・廃業）と創業件数

商工会員の脱退（倒産・廃業）状況を見ると、平成 27 年度の 0 件を皮切りに、翌年度以降は年間 8 件から 23 件の範囲で推移し、全体として緩やかな増加傾向が見られる。特に令和 4 年度は 23 件と過去 10 年間で最も多く、令和 7 年度も 22 件と高水準である。一方で創業件数は平成 27 年度の 1 件から増加し、令和 2 年度には 10 件、令和 7 年度には 15 件となっており、近年は新規参入意欲も一定程度維持されている。倒産・廃業件数が創業件数を上回る状況が続くことから、商工会員の純減傾向は依然として見られるものの、令和 7 年度は創業件数の増加により減少ペースがやや緩やかになりつつあることがうかがえる。今後は、倒産・廃業の抑制と創業支援の強化を進めることが、地域の商工業者数の安定化・維持にとって重要である。

単位：者

年度	倒産・廃業	創業件数
平成 27	0	1
令和 2	14	10
令和 3	14	4
令和 4	23	6
令和 5	14	9
令和 6	17	8
令和 7	22	15



【出典：宮崎県商工会連合会 商工会実態調査報告書】※4月1日時点での集計

(カ) 交通網の整備計画

佐土原町は宮崎市北部に位置し、国道10号沿線で宮崎市と県北部・大分県を結ぶ「北の玄関口」として重要な役割を担っている。主要道路として国道10号・219号や佐土原国富線が通り、JR日豊本線の特急停車駅である佐土原駅も整備されており、南北基幹軸として都市機能を支えている。また、東九州自動車道や宮崎自動車道、宮崎空港・港へのアクセスも良好であり、企業誘致や工業団地造成、テクノロジーパークなど産業拠点の立地を後押ししている。

さらに、国道10号の一部区間では慢性的渋滞の解消を目的とした住吉道路の整備が計画されており、緊急輸送路や災害時の代替路としての役割も期待されている。住吉道路は2023年度に新規事業化が決定され、完成時期は公表されていないものの、2030年代初頭の完成が見込まれる。

加えて、佐土原町には津波や洪水の危険区域が存在することから、防災面においても交通網は重要な機能を果たしている。住宅地と郊外型居住地を結ぶ交通ネットワークの充実により、持続可能な都市生活の確保や地域拠点間の連携強化が期待される。

国道10号対象地域位置図(住吉・佐土原地区)



(キ) 宮崎市及び佐土原町域と商工業者の課題

① 商業施設の開業に伴う地域影響

佐土原地域は、住宅地と商工業が混在する宮崎市北部の生活・流通の重要エリアであり、近年、地域を取り巻く経済環境には大きな変化が生じている。

2026年春には、町中心部から南へ約9kmの主要幹線沿いに大型商業施設「クロスモール花ヶ島」の開業が予定されており、域内外からの来訪者増加が見込まれる。一方で、スーパーやドラッグストア、衣料品店、家電量販店など生活関連業種では、価格競争や集客競争の激化が懸念される。また、町中心部から北へ約2kmのパナソニック工場跡地でも複合施設開発が見込まれ、商圏や消費者動線の変化によって既存事業者への影響が予想される。

一方で、飲食店、美容室、修理業、地域密着型の専門サービスなど、代替されにくい業種に対しては、地域回遊の増加や新たな需要獲得の機会が期待できる。町内事業者の強みは「地域密着性」や「顔の見えるサービス」にあり、弱みとしては「デジタル活用の遅れ」や「価格競争力の

不足」が挙げられる。さらに、機会としては「広域からの来訪増」や「オンライン販路の活用」があり、脅威としては「購買の域外流出」や「競争激化」が考えられる。

②経営環境・構造的課題

宮崎市及び佐土原町の商工業者は、所得の低迷、域外流出、産業新陳代謝の停滞、第3次産業の縮小など、構造的課題の影響を強く受けており、個別の経営努力だけでは解決が難しい状況にある。

地域内の商工業者数の減少や従来型業種の縮小、人口減少・高齢化に伴う消費者層の変化、大型商業施設開業による商圈変化などが重なり、収益確保や経営安定が困難になっている。加えて、新規創業やスタートアップが少なく、地域内の産業の新陳代謝が停滞していることも課題である。

このような状況を踏まえ、地域経済の持続的発展には、地域密着型サービス業の支援、新規創業の促進、既存事業者のデジタル活用や販路拡大など、多面的な支援策の実施が不可欠である。

③経営基盤・人材に関する課題

佐土原町の商工業者は、経営の自立化や持続的成長を妨げる内部課題を抱えている。まず、DX化の遅れが顕著であり、特に従業員の少ない小規模事業者ではデジタル化の取り組みが不十分で、生産性向上や業務効率化が十分に進んでいない。

また、経営者の高齢化に伴い、後継者が「不在」または「未定」の企業が多く、事業承継が停滞しているため、廃業リスクが高まっている。加えて、生産年齢人口の減少や若者の市外流出が進行しており、サービス業や製造業を中心に人材確保が困難な状況にある。

さらに、原材料費高騰や最低賃金引上げなどによるコスト増に対し、価格転嫁や生産性向上などの対応力が十分でなく、経営安定を脅かしている。

これらを総合すると、佐土原町の商工業者は、DX化の遅れ、後継者不在、人材不足、コスト増への対応力不足といった課題に直面しており、地域経済の持続的成長に向けた支援策の強化が求められている。

(ク) 宮崎市産業振興計画における目標と商工会の役割

宮崎市産業振興計画（以下、本計画）は、既存産業の振興と新たな産業の創出、およびその融合を促進することで、**市民一人当たりの所得向上**を目指すことを目標としている。本計画の目指す姿である「産業構造の強化」「企業の成長の促進」「持続可能な産業振興基盤の確立」の3つの柱に沿って、佐土原地域の特性と小規模事業者の課題（高齢化、DX化の遅れ、地域内競争激化）を踏まえ、以下の3つの宮崎市産業振興計画の「めざす姿」に貢献する目標を導き出す。

1. 企業の成長の促進に資する目標（DX推進と経営力強化）

宮崎市産業振興計画では「市内企業のQC活動やDX化が進み、生産性が向上している」状態を目指しており、DX化に取り組んでいる中小企業が**14.6%と少ない**ことが課題とされている。商工会は、佐土原町の小規模事業者の「稼ぐ力」を高めるための施策を目標とする。

宮崎市産業振興計画の目標	達成すべき具体的な要素（商工会の役割）
DX化と生産性向上による経営基盤の強化	小売・サービス業を中心とした 会計・在庫管理・予約システム などのITツール導入を重点的に行い、日常業務の効率化を図る。これにより宮崎市産業振興計画の目標である 生産性の向上 を実現する。
デジタルを活用した販路の拡張と競争力	SNS活用やECを通じた 販路拡大 を強化し、 地域内需要に加え、外部市場 を取り込める 経営体制 を構築する。これは宮崎市産業振興計画が

強化	目指す「海外展開の支援」や「新たな需要の開拓」に貢献し、域外への所得流出（2,426億円）の抑制を図る。
商圈変化に対応した競争戦略の構築	旧松下電器跡地の新規商業施設開業に伴う商圈変化に対応し、既存事業者が強みを再整理し、競合との差別化戦略を構築できるよう伴走支援を強化する。これは宮崎市産業振興計画が目指す「活力あるまちづくり」と「地域商業等の振興」に資する。

2. 持続可能な産業振興基盤の確立に資する目標（事業承継・創業・連携強化）

宮崎県全体で後継者不在率が約半数で推移し、スタートアップが少ない状況を克服するため、宮崎市産業振興計画が目指す「円滑な事業承継が進んでいる」状態と「ローカルスタートアップの創出」を推進する。

宮崎市産業振興計画の目標	達成すべき具体的な要素（商工会の役割）
早期かつ計画的な事業承継の推進	経営者の高齢化が進む生活関連事業者を重点対象とし、宮崎県事業承継・引継ぎ支援センター等と連携し、事業の磨き上げ、後継者選定、M&Aの活用などを総合的に支援する。これにより、後継者不足等を理由にした廃業を抑制し、地域の経済活動を維持する。
創業支援の強化による新陳代謝の促進	商業施設開業により高まる出店機運を捉え、創業スクール・個別相談・事業計画支援を強化し、創業者が佐土原に根付き長期的に事業継続できるようフォローアップ体制を整える。これにより、宮崎市産業振興計画が掲げるローカルスタートアップの創出を具現化する。
官民連携によるプッシュ型支援体制の強化	巡回支援や個別訪問を通じて事業者の声を丁寧に聞き取り、対話と傾聴を重視した伴走支援を実施する。これは宮崎市産業振興計画の重点的取組である「地域別プッシュ型相談チーム」の中核を担い、小規模事業者の自己変革力、潜在力の引き出しに繋げることを目標とする。

3. 産業構造の強化に資する目標（地域資源の活用と付加価値向上）

宮崎市の農業や観光関連産業が外貨を稼いでいるという特徴を生かすという方針に基づき、佐土原の地域資源を活用した産業の強化を目標とする。

宮崎市産業振興計画の目標	達成すべき具体的な要素（商工会の役割）
地域資源を活用した付加価値向上	農林水産業や食品加工業など地域資源を活かした産業分野に対して、デジタル技術による情報発信力の強化やオンライン商談の活用を促し、地域の魅力を広域へ届ける体制の構築を支援する。これにより、地域ブランドの強化と食品加工業の振興に貢献する。
知財戦略の組み込み	事業承継や新商品開発の支援プロセスにおいて、知的財産の保護・活用に関する意識啓発や相談対応を取り込み、市内企業の知財が守られる状態を目指す。

（2）小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

宮崎市産業振興計画に基づき、「持続可能な産業振興基盤の確立」を主軸とし、時代の急速な変化に適応できる強靱な地域産業を構築する。生産性向上による「稼ぐ力」の強化と、地域資源を活かした「外貨獲得」により、市民一人当たりの所得向上を実現する地域社会を目指す。

①生産性向上と高付加価値化による経営基盤の強化

10年後における地域のあるべき姿：DXやQC（品質管理）活動が小規模事業者に着し、業務効率化と高付加価値化が実現している姿である。収益力の向上により、物価高騰や賃上げにも対応できる強固な経営基盤が確立されている。

理由：人口減少による労働力不足の中で事業を維持・発展させるためには、デジタル技術の活用等による生産性の抜本的な向上が不可欠であるためであり、また、収益性の改善こそが従業員の所得向上と地域経済の好循環の源泉となるためである。

②地域資源を活かした外貨獲得産業の成長

10年後における地域のあるべき姿：農業や観光関連産業などの地域資源を活用した産業が牽引役となり、域外からの需要（外貨）を確実に獲得している姿である。地域内経済循環が高まり、域外への所得流出が抑制されている。

理由：人口減少により地域内需要の縮小が避けられない中、地域の持続性を担保するためには、独自の地域資源を武器に域外・海外需要を取り込み、地域内に富を還流させる仕組みが必要であるため。

③円滑な新陳代謝と産業の活性化（事業承継・創業）

10年後における地域のあるべき姿：後継者不在による黒字廃業が回避され、円滑な事業承継が進むとともに、地域課題を解決するローカルスタートアップが次々と創出されている姿である。

理由：地域の雇用と技術を守るためには、早期の事業承継対策が急務である。同時に、変化する社会ニーズに対応する新たな事業の担い手を育成することで、地域産業の新陳代謝と多様性を確保する必要があるため。

④「チーム宮崎」による伴走支援の強化

10年後における地域のあるべき姿：商工会、金融機関、行政等が連携した「チーム宮崎」によるプッシュ型の支援体制が定着している姿である。全小規模事業者が知的財産戦略やBCP（事業継続計画）を策定・運用し、災害や環境変化に対する強靱な適応力を備えている。

理由：小規模事業者が単独で複雑化する経営環境や激甚化する災害に対応することは困難である。支援機関が一体となった伴走支援により、知財保護や防災対策等の守りを固めることが、持続可能な経営の前提となるため。

（3）経営発達支援事業の目標

佐土原町商工会は、宮崎市産業振興計画の「市民一人当たりの所得向上」に向け、DX・販路拡大、事業承継・創業による新陳代謝を促進する。経営の自走化を目指し、対話と傾聴を重視した伴走支援により、地域事業者の「稼ぐ力」を強化し、持続的な地域経済の実現を目指し、本計画において以下の目標を設定する。

①小規模事業者の経営リテラシー向上と自走化支援

支援計画の認定期間（5年間）目標：

KGI：支援事業者の売上増加事業者数 44 者

KPI：DXセミナー開催 1回×5年間＝5回、ITツール導入等DX化支援 3者×5年間＝15者、専門家派遣（DX化）3者×5年間＝15者

設定した理由：人口減少下において事業を持続させるためには、業務効率化による収益性の向上が不可欠であるため。会計・在庫管理等のデジタル化と、QC活動等の現場改善を両輪で進めることで、経営者自身が計数に基づき課題解決を図る「自走化」を実現し、強固な経営体質を構築する。

②創業支援と円滑な事業承継の推進

支援計画の認定期間（5年間）目標：

KGI：創業件数 5 件×5 年間＝25 件、
事業承継件数 3 件×5 年間＝15 件

KPI：創業スクール開催 1 回×5 年間＝5 回、創業計画策定件数 5 件×5 年間＝25 件、
事業承継個別相談会 1 回×5 年間＝5 回、事業承継計画策定件数 3 件×5 年間＝15 件

設定した理由：経営者の高齢化が進む中、廃業による地域経済の縮小を防ぐためである。早期の計画策定や M&A 活用により技術と雇用を守るとともに、創業スクール等を通じて地域課題を解決するローカルスタートアップを育成し、産業の新陳代謝を促進する必要がある。

③DX 化の推進と販路拡大支援

支援計画の認定期間（5年間）目標：

KGI：展示会・商談会成約件数 15 件×5 年間＝75 件、
IT を活用した販路開拓による売上高 15 万円×5 年間＝75 万円

KPI：展示会・商談会出展支援（BtoB）3 者×5 年間＝15 者、
IT を活用した販路開拓支援（BtoC）3 者×5 年間＝15 者

設定した理由：商圏人口が減少する中、地域内外の市場へアクセスし外貨を獲得するためには、デジタルツールの活用が必須であるため。SNS や EC を活用した販路拡大と、地域資源を活かした高付加価値化をセットで支援することで、競争力のある稼げる事業者を育成する。

④対話と傾聴に基づく伴走型支援の実施

支援計画の認定期間（5年間）目標：

KGI：事業計画策定事業者数 144 件

KPI：経営分析セミナー開始 1 回×5 年間＝5 回、経営分析実施数 40 件×5 年間＝200 件、
事業計画策定セミナー開催 1 回×5 年間＝5 回、巡回訪問・窓口相談によるフォローアップ
延回数 288 件、

設定した理由：潜在的な経営課題への「気づき」を促すには、信頼関係に基づく対話と傾聴が不可欠であるため。巡回訪問等による丁寧な課題把握から、実行可能な改善策の提案、継続的なフォローアップまでをワンストップで行うことで、事業者の自律的な経営力向上を確実なものにする。

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小規模事業者の経営リテラシー向上と自走化支援

達成方針1：分析に基づく伴走支援と差別化戦略の構築 経済動向・商圈・人口構造の分析に基づき、事業者が経営状況を正確に把握し、環境変化に対応した事業計画を策定できるよう伴走支援を行う。特に、2026年の新規商業施設開業を見据え、競合との差別化戦略の構築や成功事例の共有を通じ、地域全体で学び合いながら経営の自走化を促進する。

設定した理由：佐土原町の生活関連事業者は、安定した日常需要がある一方で、価格競争や人材不足、デジタル化の遅れといった課題を抱えている。競争環境が激化する中で事業を維持・発展させるためには、客観的なデータに基づき自社の強みを再定義し、自律的に経営判断を行える体制づくりが不可欠であるため。

②創業支援と円滑な事業承継の推進

達成方針1：総合的な事業承継支援

事業承継計画の策定、M&Aの活用など、事業者の状況に応じた総合的な支援を行い、地域の商いとノウハウを次世代へ円滑につなぐ。巡回支援や各種セミナーを通じて潜在的な事業承継ニーズを早期に掘り起こす。

設定した理由：経営者の高齢化や後継者不在が進行しており、廃業による地域経済の縮小を防ぐ必要があるため。早期の準備と多様な選択肢の提供により、貴重な経営資源の散逸を防ぐ。

達成方針2：地域に根ざす創業者の育成

創業スクールや個別相談、事業計画策定支援を体系的に実施し、新規創業者が地域に定着し、持続的に事業を継続できる環境を整える。

設定した理由：地域の持続的な発展には、新たな産業の担い手が必要であるため。計画段階からの手厚い支援により、創業後の生存率を高め、地域活性化の起爆剤とする。

③DX化の推進と販路拡大支援

達成方針1：段階的なDX導入と販路開拓

会計・在庫管理・予約システムなどのITツール導入支援を通じて足元の業務効率化を図るとともに、SNSやEC、オンライン商談の活用による販路拡大を促進する。地域資源や付加価値を活かす事業者に対しては、情報発信力強化や広域市場へのアクセス支援を行い、生産性向上と販路拡大の両立を支援する。

設定した理由：人手不足や商圈縮小に対応するためには、デジタル技術の活用による生産性向上が急務であるため。業務効率化で生まれたリソースを販路開拓などの付加価値業務へ振り向けることで、収益力の強化を図る。

④対話と傾聴を重視した伴走型支援

達成方針1：対話を通じた課題把握と信頼関係の構築

巡回・訪問支援を通じて事業者の声を丁寧に聞き取る「対話と傾聴」を重視し、経営課題の早期把握と解決策提示を行う。商業施設開業や人材確保、事業承継など多様な課題を事業計画策定やDX支援に反映させ、信頼関係に基づく継続的な伴走支援を実施する。

設定した理由：表面的な課題だけでなく、事業者が抱える本質的な悩みや潜在的なリスクを把握するには、日頃からの密接なコミュニケーションが不可欠であるため。信頼関係を基盤とした支援により、事業者の自走化を促し、地域全体の経営基盤強化につなげる。

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

①現状

全国商工会連合会の小規模企業景気動向調査を月に一度実施していたが現在は未実施で、他の指標（県の統計、全国商工会連合会からの小規模企業景気動向調査の実施結果など）の入手しか行っていない。

②課題

「RESAS（地域経済分析システム）」などのビッグデータを活用し、地域経済動向を調査し調査結果を分析し、どのように事業者や関係機関へ共有していくかが課題である。

(2) 目標

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
地域経済動向分析 公開回数	実施なし	1回	1回	1回	1回	1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の活用）

当地域において稼げる産業や事業者に対し、限られたマンパワーや政策資源を集中投下し、効率的な経済活性化を目指すため、経営指導員等が「RESAS」（地域経済分析システム）や「e-Stat（政府統計の総合窓口）」を活用した地域の経済動向分析を行い、当会ホームページに年1回公表する。

②調査方法

経営指導員等が「RESAS（地域経済分析システム）」や「e-Stat（政府統計の総合窓口）」を活用し、当地域を中心に経済動向分析を行う。

③調査項目

人口マップ、産業構造マップ、地域経済循環マップなど、その他経済動向に係る調査
国勢調査（地域の人口、高齢化率）、経済センサス（産業別事業者数、従業員数など）

(4) 調査結果の活用

分析した地域経済動向の結果は、当商工会のホームページに掲載・公表し広く管内事業者等に周知する事で経営課題の把握や今後の事業計画の策定に活用してもらおう。また、経営指導員等は分析を活用して、巡回指導や各種支援を行う。

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

①現状

クラウドファンディング Makuake でのテスト販売や宮崎空港での実販売を通じ、新商品の市場ニーズや顧客反応を収集。改善点や訴求ポイントが明確化され、ブラッシュアップに向けた材料が蓄積されつつある。

②課題

出展企業によってデータ収集や分析精度にばらつきがあり、意見や評価を商品改良に効果的に反映する体制が十分でない。オンライン・リアル市場の反応差を踏まえ、販路特性に応じた分析力と PDCA 体制の強化が課題である。

(2) 目標

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
新商品開発・改善 支援事業者数	5者	5者	5者	5者	5者	5者

(3) 事業内容

①販売会や商談会等での商品調査

販売会や商談会、オンライン催事等を活用し、一般消費者・バイヤーからの商品評価やニーズを収集する調査事業を実施する。サンプル数は1者当たり5者程度を想定する。収集したデータをもとに、地域事業者の新商品開発・既存商品の改良につなげるとともに、デジタル化・購買行動の変化を踏まえた新たな販売チャネルの検証や販促戦略立案を支援する。

②調査方法

- ア. 販売会・商談会でのアンケート調査
- イ. 実際の購買データ（売上数量・時間帯・客層など）の収集
- ウ. 試食・試飲会を通じたヒアリング（感想・改良希望点）
- エ. バイヤーとの個別意見交換や評価シートの取得
- オ. オンライン催事・EC販売でのレビュー、アクセス数、購入率のデータ分析

③調査項目

- ア. 基本評価（味・品質・使いやすさ・デザイン・価格の妥当性、商品の魅力・購買意向等）
- イ. 改良点・要望（改善してほしい点、パッケージ、サイズ、価格帯の要望、ターゲットに合う利用シーンの提案等）

(4) 調査結果の活用

消費者やバイヤーの意見・販売データを分析し、出展事業者の商品改良や新商品開発に反映。販路選定や販促施策に活かすとともに、専門家・経営指導員と連携し PDCA を回すことで、継続的な商品力向上と市場適応力強化を図る。

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

①現状

各種セミナー等を通じ、受講者や補助金申請者、税務指導先、金融相談先などから得られた情報を基に、小規模事業者の経営状況や課題の把握・分析を行っている。主に財務面の確認や断片的な情報収集にとどまっているため、分析の体系化や深度には限りがある。

②課題

財務・非財務の二層分析を標準化し、小規模事業者の経営力向上と課題抽出を強化する必要がある。また、新規事業や販路拡大、事業承継、DX導入などテーマ別に深掘り分析を行い、対話型の伴走支援により事業者自身が課題を認識できる支援体制の構築が求められる。

(2) 目標

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
経営分析事業者数 (財務+非財務)	33者	40者	40者	40者	40者	40者

(3) 事業内容

①小規模事業者の経営分析（対象事業者の発掘と個別支援）

ア. 発掘手法：各種セミナーや金融相談を契機に、経営分析が必要な事業者を掘り起こし、継続支援を実施。各種セミナーとは、企業PR、ジギョケイ策定支援、税制改正など、経営課題に応じて知識向上や実務改善を目的に開催する研修を指す。これらを通じて参加事業者の経営課題を把握し、支援対象の抽出につなげる。

イ. 支援対象：各種セミナー参加者、補助金申請希望者、帳簿管理指導先、意欲的で販路拡大可能性が高い事業者、事業承継を控える事業者。特に従業員5人以下の小企業者には特段の支援を実施。

②経営分析の手法と項目

ア. 定量分析（財務分析）

手法：経済産業省「ローカルベンチマーク」や中小機構「経営計画つくるくん」等を活用。

項目：収益性（売上総利益率、営業利益率）、生産性（労働生産性等）、安全性（自己資本比率）、成長性（売上高増加率）、資金繰り状況。

イ. 定性分析（非財務分析）

手法：SWOT分析および面談ヒアリングによる潜在課題の抽出。

項目：技術・ノウハウ（知財）、DX対応状況（クラウド会計、ECサイト導入など）、外部環境（大型商業施設や道路整備による経済環境変化）、人材・組織（人材確保、従業員定着率、組織体制）

ウ. 重点テーマ別深掘り分析

DX、事業承継、新事業展開など、目的別に指標をカスタマイズして詳細分析を実施。

(4) 分析結果の活用

分析結果は、事業計画策定への接続としてレポートや課題抽出シート、アクションプランに反映し、DX導入や新事業展開、事業承継計画に活用する。経営リテラシー向上への活用として図表で分かりやすく事業者にフィードバックし、商工会内部での活用としてデータ共有や指

導員のスキル向上にも活かす。

6. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

①現状

補助金申請を契機に小規模事業者の事業計画策定支援を実施し、創業・事業承継・新事業展開計画も個別対応で行ってきた。事業計画策定の重要性は一部事業者に浸透しているものの、多くは補助金申請を契機とした短期的対応に留まり、体系的支援や事業者掘り起こしの仕組みは十分でない

②課題

事業計画策定支援は、販路拡大や資金計画に留まり、DX化や生産性向上を組み込んだ体系的支援が不足している。また、伴走型支援モデルや創業・事業承継計画の体系化も遅れ、経営分析結果の活用も十分ではない。

(2) 支援に対する考え方

地域の経済動向調査や経営状況分析の結果を踏まえ、事業者が自ら課題を認識し当事者意識を持って事業計画を策定できるよう伴走型で支援する。経営分析を行った事業者の約6割以上の計画策定を目標とし、本質的課題の整理と内発的動機付けを重視する。また、DXセミナーを通じてIT活用による販路拡大や業務改善、生産性向上を図るほか、創業者には創業計画策定支援を行う。さらに、後継者不在の事業者には事業承継計画の策定を促し、円滑な承継を支援する。

(3) 目標

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
①事業計画策定事業者数		26者	28者	28者	28者	28者	28者
	うち	—	3者	3者	3者	3者	3者
③事業承継計画策定事業者数		—	3者	3者	3者	3者	3者
	うち	—	3者	3者	3者	3者	3者
④DX推進支援事業者数		—	3者	3者	3者	3者	3者
②創業計画策定事業者数		—	3者	3者	3者	3者	3者
④DX専門家派遣		—	3者	3者	3者	3者	3者
セミナー等 開催回数	①事業計画策定セミナー	1回	1回	1回	1回	1回	1回
	②創業スクール	1回	1回	1回	1回	1回	1回
	③事業承継個別相談会	—	1回	1回	1回	1回	1回
	④DXセミナー	—	1回	1回	1回	1回	1回

①経営分析を行った事業者40者のうち7割以上を目標とする。

②創業については1指導員当たり1事業者を目標とする。

③事業承継については1指導員当たり1事業者を目標とする。

④DX推進支援については1指導員当たり1事業者を目標とする。

(4) 事業内容

①事業計画策定支援

事業名	事業計画策定支援	
目的	事業計画策定の重要性を理解し、持続的な経営改善を図るための支援体制を構築する。	
支援対象	経営分析を実施した小規模事業者	
具体的手法	経営指導員等が対話と傾聴を重視し、小規模事業者の内発的動機付けを促す。策定にあたっては、本質的な経営課題を反映させ、経営者が自ら実行・検証・見直しできる実現性の高い事業計画を作成する。	
	■事業計画策定セミナーの開催	
	支援対象	経営分析を実施した小規模事業者
	応募方法	ホームページやチラシでの周知。 巡回訪問、窓口相談での周知
	講師	外部専門家（中小企業診断士等）
	回数	年1回
カリキュラム	事業計画の意義、事業計画書の策定方法、生産性向上を実現できる事業計画書等。	
実施方法	担当制による経営指導員の伴走支援、外部専門家の活用	
成果指標	事業計画策定件数	

②創業計画策定支援

事業名	創業計画策定支援	
目的	事業構想の具体化と事業計画策定を支援し、地域内での持続可能な事業継続を促進する。	
支援対象	創業者・創業希望者	
具体的手法	宮崎市は産業競争力強化法に基づく創業支援事業計画の認定を受けており、当該計画に基づき創業者等に対し、「みやざき創業スクール」や「宮崎市創業支援資金融資制度」の施策を行っている。これらの施策を契機に、掘り起こしを行う。	
	■みやざき創業スクール	
	支援対象	創業者・創業希望者・後継者
	応募方法	ホームページやチラシでの周知。関係機関からの周知
	講師	宮崎県よろず支援拠点等
	回数	年1回（全4回）
カリキュラム	1日目：創業の心得えと事前準備 2日目：マーケティングの基礎知識 3日目：ビジネスプランの作り方 4日目：会計税務の基礎知識 等 ※令和7年度カリキュラムより	

	■宮崎市創業支援資金融資制度	
	制度概要	宮崎市が低利で融資を行い、必要となる信用保証料の一部又は全部を補助
	支援対象	以下すべてを満たす中小企業者 ・宮崎市内で新たに事業を開始する、または創業1年未満の個人または法人 ・創業計画書を作成し、佐土原町商工会で確認を受けていること ・市税に滞納がないこと ・必要な許認可がある事業であれば、許認可済みまたは申請中であること ・対象業種は「中小企業信用保険法施行令 第1条に定める業種」であること。
	資金使途	設備資金＋運転資金の合計で 1,500 万円 まで
	融資期間	最長 10 年以内（据置期間は1年以内）
実施方法	創業計画書の作成支援、金融機関との連携	
成果指標	創業件数、創業計画策定件数	

③事業承継計画策定支援

事業名	事業承継計画策定支援	
目的	事業構想の具体化と事業計画策定を支援し、円滑な事業承継を推進して、地域内での持続可能な事業継続を促進する。	
支援対象	経営分析を実施した小規模事業者（先代・後継者）	
具体的手法	宮崎県事業承継・引継ぎ支援センターと連携し、後継者不足等を理由にした廃業を抑制するため「個別相談会」を開催する。	
	■事業承継個別相談会	
	支援対象	経営分析を実施した小規模事業者（先代・後継者）
	応募方法	ホームページやチラシでの周知。関係機関からの周知
	講師	宮崎県事業承継・引継ぎ支援センター
	回数	年1回
内容	事業承継に向けた現状整理 後継者候補の検討・育成方法 親族内承継・第三者承継の選択肢について 財務状況の確認および承継時のリスク把握 M&A による引継ぎの可能性に関する相談 等	
参加者数	定員5名	
実施方法	事業承継計画書の作成支援、金融機関との連携、外部専門家の活用	
成果指標	事業承継件数、事業承継計画策定件数	

④DX化支援

事業名	DX化支援	
目的	DXに対する理解不足という課題を解決し、業務効率化と販路拡大を図ることで、新事業展開の基盤を整備する。DXに関する意識の醸成や基礎知識を習得し、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。	
支援対象	経営分析を実施した小規模事業者	
具体的手法	■DXセミナーの開催	
	支援対象	管内小規模事業者
	応募方法	ホームページやチラシでの周知。 巡回訪問、窓口相談での周知
	講師	外部専門家
	回数	年1回
	カリキュラム	クラウドサービス、AI活用事例、SNS活用、ECサイト構築 等
実施方法	セミナー後、外部専門家による個別支援を希望者に実施	
成果指標	DX化支援件数、専門家派遣件数	

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

①現状

事業計画策定後のフォローは一部で実施しているが、実施頻度や方法が統一されておらず、担当者や時期により対応にばらつきがある。また、補助事業の進捗管理が中心で、売上推移など経営状況まで把握できておらず、十分なモニタリングができていない。

②課題

小規模事業者は日常業務で計画実施が遅れがちで、リソース不足により計画通りに進まないことが多い。進捗確認や見直しも不十分で環境変化に対応できず、継続的な第三者モニタリングが必要である。また、類型別支援メニューや経営リテラシーに応じた支援体制の整備が求められる。

(2) 支援に対する考え方

経営の自走化を重視し、コーチング・伴走支援により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。進捗・リスク・リソースに応じて支援強度を最適化し、重点対象には訪問・面談を高頻度化する。課題がある場合は目標・KPIの点検やボトルネックの検証を行い、必要に応じ計画見直しを提案する。経営リテラシー習得状況に応じた段階的支援を行い、内発的動機づけにより自走化を促す。年2回のフォローアップを通じ、事業者の継続的発展と売上・利益の向上を図る。

(3) 目標

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
①フォローアップ事業者数	26者	31者	31者	31者	31者	31者
②創業フォローアップ事業者数	—	3者	3者	3者	3者	3者
③事業承継計画策定事業者数	—	3者	3者	3者	3者	3者
頻度（延回数）	—	62回	62回	62回	62回	62回
売上増加事業者数	—	7者	8者	9者	10者	10者

(4) 事業内容

事業計画・創業・事業承継計画を策定した小規模事業者を対象として、経営指導員が経営支援システムを用いて巡回訪問等を実施し、策定した事業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。その頻度については年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。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外部専門家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

①現状

本会は伴走型小規模事業者支援推進事業を活用して都市部での大規模展示会(フードスタイル九州や地方銀行フードセレクション)へ宮崎県内商工会による合同出展や、Makuake などのオンライン催事でのチャレンジの場を創出してきた。

②課題

展示会・商談会(BtoB)への出展支援は実施されているものの、売上や新規顧客獲得など具体的成果は十分に得られていない。また、展示会ではギフトやペット、アウトドアやスポーツ向け等異なるターゲット層への対応が求められる一方、従来の販路や訴求方法では十分に対応できていない。さらに、ITを活用した販路開拓の仕組みや戦略が限定的で、オンライン販売(BtoC)やSNS等の活用を通じた新規市場の開拓が進んでいないため、各支援施策を連動させた需要開拓への展開が課題となっている。

(2) 支援の方針

販路拡大意欲の高い小規模事業者を対象に、首都圏やオンライン展示会への出展を軸とした販路開拓支援を行う。事前の商品の選定、価格戦略、販促資料作成から、出展中の陳列・接客、事後の商談フォローや受注管理まで伴走し、展示会の成果を最大化する。また、ギフトやペット、アウトドアやスポーツ向け等などターゲットを変更した出展を通じて新たな市場や顧客層への販路拡大を支援する。加えて、SNS発信やECサイト構築の段階的支援を行い、必要に応じてIT専門家を派遣することで、オンライン販売やデジタルマーケティング活用を促進する。

(3) 目標

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
①展示会・商談会の出展支援 事業者数 (BtoB)	3者	3者	3者	3者	3者	3者
成約件数/者	—	5件	5件	5件	5件	5件
②ITを活用した販路開拓支援 事業者数 (BtoC)	3者	3者	3者	3者	3者	3者
売上額/者	—	5万円	5万円	5万円	5万円	5万円

(4) 事業内容

①展示会・商談会の出展支援 (BtoB)

事業名	展示会・商談会の出展支援 (BtoB)
目的	小規模事業者が新たな市場や顧客層への販路を拡大できるよう、ターゲットを変更した出展を通じて支援する。
支援対象	事業計画の策定支援を受けた事業者 商品開発や改良に取り組む事業者 流通に耐えうる商品を取り扱っている事業者
想定展示会	・インターナショナル・ギフト・ショー (ギフト販促品向けの展示商談会) ・ライフスタイル Week (雑貨、インテリア、文具、ファッション、食品ギフト等を含むライフスタイル商品の総合商談展) ・キャンピングカーショー (アウトドア用品 (食品を含む) 総合展示会) ・SPORTEC (スポーツ・フィットネス産業専門展) ・フードスタイルジャパン ・地銀フードセレクション他ターゲットを変更し販路開拓が可能な展示会
支援手法	・事前準備：ターゲット市場分析、商品選定、価格戦略、販促資料作成 ・出展中：陳列・接客・商談サポート、SNS でリアルタイム発信 ・事後フォロー：商談記録管理、受注対応、次回展示会戦略策定
成果指標	出展支援事業者数 (BtoB)、成約件数

②IT を活用した販路開拓支援 (BtoC)

事業名	IT を活用した販路開拓支援 (BtoC)
目的	小規模事業者が自社商品・サービスをオンライン上で効果的に発信し、地域・全国・海外の消費者に販路を拡大することを目的とする。
支援対象	事業計画策定支援を受けた小規模事業者 EC サイト開設・運営や SNS 活用に意欲のある事業者 IT を通じて消費者に直接商品を届けたい事業者
想定展示会	・オンライン展示会・バーチャル商談会 (例：インターネット経由での食品・雑貨・地場産品の販路開拓イベント) ・EC モール主催の出展イベント (楽天市場「全国うまいもの大会」、Yahoo! ショッピング「地域応援フェア」など) ・SNS 販促キャンペーン/ライブコマース配信 (Instagram、YouTube、TikTok ライブなどを活用した商品 PR) ・地方特産品・クラフト系ポップアップイベントのオンライン化 (地域×IT による全国販路拡大) 他販路開拓が可能な展示会
支援手法	・事業者の IT スキルや課題に応じて専門家を派遣し、EC サイト・SNS を活用したデジタル販路開拓やプロモーション戦略を個別指導 ・課題に応じて支援内容や派遣回数を調整し、デジタルスキル向上とマーケティング戦略策定を同時に支援
成果指標	IT を活用した販路開拓支援事業者数 (BtoC)、売上額

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

①現状

「宮崎市5商工会経営発達支援事業等協議会」を設置し、構成員に外部有識者（中小企業診断士等）、法定経営指導員、宮崎市産業政策課職員（商業振興係長等）が連携して評価・見直しを実施。

②課題

「宮崎市5商工会経営発達支援事業等協議会」で事業の評価・見直しを行っているが、KPIや成果指標を用いた定量的評価の仕組みが未整備であり、客観的かつ体系的な評価・改善の体制構築が必要である。

(2) 事業内容

①定量的把握

- ・KPI設定：事業計画策定件数、出展支援事業者数、セミナー回数等。
- ・データ収集：フォローアップシート・アンケート・実績報告で収集する。

②評価手法

- ・「宮崎市5商工会経営発達支援事業等協議会」を設置し、構成員に外部有識者（中小企業診断士等）、法定経営指導員、宮崎市産業政策課職員（商業振興係長等）を含める。協議会事務局は宮崎市5商工会にて年度により担当を決めている。
- ・宮崎市5商工会経営発達支援事業等協議会において毎年度1回の総合評価を実施。
- ・評価は達成率による5段階評価方式で、次年度支援計画に反映。

③評価・見直しの頻度

- ・年1回の総合評価。
- ・必要に応じて臨時協議会を開催し、地域の産業ビジョンにおける重要課題（DX推進、販路開拓、知財活用）を議論。

④結果の公表方法

- ・評価結果は理事会に報告しHPに掲載し、地域事業者が常時閲覧可能な状態を確保。

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

①現状

宮崎県商工会連合会や職員協議会、各種支援団体の研修に参加しているが、内容は金融・労務・税務など経営改善中心。支援ノウハウが個人依存で組織内共有の仕組みも未整備。DX対応や課題設定力の習得も遅れている。

②課題

小規模事業者の持続的成長支援には、経営指導員だけでなく全職員の資質向上や支援能力、ノウハウ習熟、知識共有が不可欠である。事業者の潜在能力を引き出すため、「気づき」や「腹落ち」に繋がる提案ができる実践的支援スキルの習得が課題であり、OJTや情報共有の仕組みを整備してノウハウを組織資産化するとともに、事業者の小さな成功体験を通じて経営リテラシー向上や自律的課題設定力を醸成する研修体系が求められる。

(2) 事業内容

<目的>

経営指導員だけでなく全職員の支援能力を体系的に高め、ノウハウ共有とOJTを通じて組織力を強化する。さらに、小規模事業者が成功体験を積み、自ら考えるプロセスを支援することで、経営リテラシー向上に寄与する。

①外部研修・セミナーの計画的活用

- ・経営支援能力向上セミナー：中小企業庁や宮崎県商工会連合会主催研修へ計画的に派遣。
- ・事業計画策定セミナー：中小企業大学校等で課題設定・計画策定力を習得。
- ・DX推進セミナー：ITツール（RPA、クラウド会計、EC、SNS）活用支援力を強化。
- ・コミュニケーション研修：対話力・傾聴力を高め、信頼醸成と課題深掘りを実践。
- ・課題設定力研修：小規模事業者が自ら考えるプロセスを促す支援手法を学ぶ。

②OJT制度の導入

- ・経験豊富な経営指導員と経営情報支援員でチームを組み、巡回指導・窓口相談で実践型OJTを実施。
- ・成功事例を共有し、「やる価値が実感できる小さな成功体験」を積み重ねる支援を現場で実践。

③ノウハウ共有の仕組み

- ・経営支援システムにより課題設定・解決プロセスを記録・共有。
- ・経営指導員を中心に宮崎県商工会連合会の経営支援会議で成功事例・失敗事例を分析し、改善策を組織で共有。

④経営リテラシー向上への寄与

- ・研修・OJTを通じ、小規模事業者の経営の自走化に向けたプロセスを支援。
- ・財務・人材・知財・デジタル活用など、段階別に学習→実践→定着を促す。

(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)																	
(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)																	
<table border="1"><tr><td colspan="2">佐土原町商工会</td></tr><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></table>	佐土原町商工会		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	<table border="1"><tr><td colspan="2">宮崎市</td></tr><tr><td colspan="2">宮崎市 観光商工部</td></tr><tr><td colspan="2">産業政策課</td></tr></table>	宮崎市		宮崎市 観光商工部		産業政策課	
佐土原町商工会																	
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																
宮崎市																	
宮崎市 観光商工部																	
産業政策課																	
実施主体	認定・助言																
連携																	
(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：西村 廣美																	
連絡先：佐土原町商工会 TEL0985-73-2567																	
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広域経営指導員の当否																	
申請書に記載の経営指導員・西村 廣美は、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する又は該当しない。																	
(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																	
佐土原町商工会																	
〒880-0211 宮崎県宮崎市佐土原町下田島 20732-53																	
TEL0985-73-2567 FAX0985-73-4975 E-mail sadowara@miya-shoko.or.jp																	
②関係市町村連絡先																	
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																	
TEL0985-21-1792 FAX0985-28-6575 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	5,300	5,300	5,300	5,300	5,300
専門家派遣事業	300	300	300	300	300
セミナー開催費	300	300	300	300	300
広報費	150	150	150	150	150
展示会等出展費	4,000	4,000	4,000	4,000	4,000
旅費	500	500	500	500	500
ソフトウェアサービス費	50	50	50	50	50

(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
①国補助金・県補助金・市補助金 ②商工会自主財源（会費収入・手数料収入・雑収入）

(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