

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	高原町商工会（法人番号 8350005004549） 高原町（地方公共団体コード 453617）
実施期間	令和4年4月1日～令和9年3月31日
目 標	経営発達支援事業の目標 高原町の小規模事業者の10年後のあり方を実現するために、町の「第6次総合計画」の商工業振興計画に沿った下記の目標を掲げる。 （１）小規模事業者の経営基盤強化 （２）地域資源を活用した商品の開発（地域ブランドの創出） （３）創業、起業による新たな事業の創出及び事業承継支援
事業内容	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）国が提供するビッグデータの活用 （２）管内小規模事業者の景気動向調査 ４．需要動向調査に関すること （１）新商品開発に資するアンケート調査 （２）展示会・商談会等での来場バイヤーに対するアンケート調査 ５．経営状況の分析に関すること （１）経営分析セミナーの開催 （２）経営分析の実施 ６．事業計画策定支援に関すること （１）DX推進セミナーの開催 （２）事業計画策定セミナーの開催 （３）経営指導員や専門家等と連携した個別支援 ７．事業計画策定後の実施支援に関すること （１）独自様式のフォローアップシートを用いた巡回訪問等 （２）定期的かつ継続的なフォローアップ ８．新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること （１）国内外食品商談会参加支援事業（ＢｔｏＢ） （２）食の商談会参加支援事業（ＢｔｏＢ） （３）SNS活用 （４）楽天ECサイト利用（ＢｔｏＣ） （５）自社HPによるネットショップ開設（ＢｔｏＣ）
連 絡 先	高原町商工会 〒889-4411 宮崎県西諸県郡高原町大字西麓 627 番地 7 TEL：0984-42-1158 FAX：0984-42-0207 E-mail： takaharu@miya-shoko.or.jp 高原町 産業創生課 〒889-4492 宮崎県西諸県郡高原町大字西麓 899 番地 TEL：0984-42-2128 FAX：0984-42-4623 E-mail： sangyou@townn.takaharu.lg.jp

(別表1)

経営発達支援計画

経営発達支援事業の目標

1. 目的

(1) 地域の現状及び課題

①現状

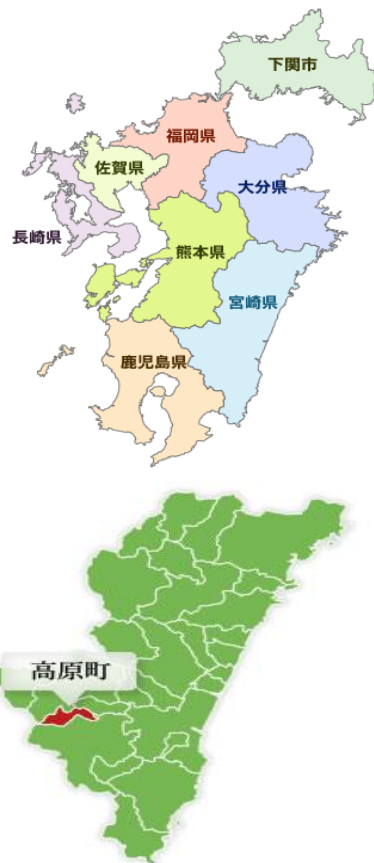
高原町は、宮崎県の西南部、国立公園霧島山を境に鹿児島県と接する静かな山あい位置する。

町の面積は85.38㎢。およそ50%を山林原野が占めている。町の主幹産業は農業であり、中でも畜産業の割合が高く、とりわけ肉用牛（宮崎牛）の生産が盛んで、その肉質の良さは県内外でも高く評価されている。

主要な交通網としては国道221号、223号のほか県道5路線が通過し、宮崎自動車のインターチェンジも町の中心部に位置し、県内はもとより九州各地との時間距離が大幅に短縮されるなど交通網の整備が進んでいる。

このことにより、地元温泉旅館は宿泊客が増え、かつ、霧島温泉郷や鹿児島へのアクセスがよくなり観光客の入りが増え、観光業界にとっては有利な状況となった。また、インターの近くということもあり工業団地が整備され、誘致企業も進出しやすくなっている。

令和3年現在の人口は8,511人で10年前と比較して15.4%も減少している。このようなことから、町として移住定住支援金交付事業を制定し、人口増加に努めている。



宮崎牛



《本町の人口及び商工業者数の推移》

年 度	管内人口 (人)	小規模事 業者数	合 計	商工業者数 (件)						
				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
2017	9,029	318	351	66	49	18	93	20	94	11
2018	8,871	313	345	64	51	18	88	20	93	11
2019	8,741	309	337	56	47	17	80	22	92	23
2020	8,600	310	340	55	47	17	78	24	97	22
2021	8,511	330	350	60	50	15	76	20	110	19

出典：商工会実態調査

また、高原町の産業構造は第1位が農業で、町内3,749世帯のうち1,049世帯、28.2%を占めている。なかでも日本を代表する宮崎牛の生産拠点として名を馳せている。また、特産品として、宮崎牛、椎茸、ニジマスの加工品があり、6次産業化に取り組む事業所も少しずつ増えてきている。続いて、サービス業が第2位で小売業、建設業の順となっている。

10年前と比較すると農業で29%減、小売業で18%減、建設業においては公共工事の減少に起因し15%減という衰退の一途をたどっている。

また、平成12年以降、近隣の小林市、都城市にスーパー、ホームセンター、家電量販店など、豊富な品揃えの大型小売店が相次いで出店した。その影響もあって、近年、一般消費者は生鮮食品、日用雑貨を中心に大型小売店で購買する傾向にある。

経営者の高齢化や後継者不足による地域内小売事業者の減少とともに、需要への対応不足から魅力が減少し、近隣市に立地する大型小売店へ、当商工会地域の購買顧客の流出が止まらない状況である。10年前と比較すると商工業者、特に小規模事業者の減少割合が大きく、地域内雇用者数も減少している。

また、商工会員は10年前と比べ約10%減少しており、退会者の半数以上が廃業もしくは高齢によるものとなっている。さらに、後継者・若手経営者で組織されている青年部員数は、10年間で39%（18名→11名）減少した。

以上のことから、高原町における小規模事業者は、人口減少による需要の縮小、地域間競争の激化、経営者の高齢化や後継者不足といった問題に直面している。

平成26年度に商工会で決算指導を行った小規模事業者86社の決算データでは「増収増益が46社」となっており、黒字事業所の割合は、全体の70%であった。過去2年間と比較しても増収増益の事業者は減少しており、当商工会の景気は依然厳しい状況であることが伺える。業種別の商工業者数の推移を見てみると、建設・小売が大きく減少し、他の業種も追従して減少している。建設業においては公共事業の減少、小売業においては高齢化、後継者不足に起因する廃業による減少である。

労働保険の事務委託を受けている事業所及び従業員数は、平成16年度は157社885人から、平成26年度は142社810人と、委託事業者においては10%減、従業員数においては8.5%減となっている。

②課題

本町は、日本創生会議が発表した消滅可能性自治体896に入っており、今後20年間で20歳～39歳の女性人口の予想減少率が54.4%と発表されており、都市機能を維持する観点からも、20歳から40歳代の女性の雇用の場の確保や新たな産業等が創出しやすい環境づくりを積極的に行っていくことが必要である。

さらに本町は産業発展のために下記の項目を重点的に行う必要がある。

- *購買の流出を抑止し、町内での消費を喚起するために、町内の魅力的な小規模事業者を育成するとともに資金を町内に呼び込む取り組みが必要である。
- *町内の小規模事業者の増大を図るために、創業・第二創業の促進を行う必要がある。
- *事業継続率の向上を図るために、後継者対策としての若手経営者の育成と地域産業人材を確保する必要がある。
- *売上、利益増加（収益率向上）を通じた黒字事業所の創出することで、町内の雇用者数の増加を図る必要がある。
- *6次産業化の推進を図り、高原町の特産品である宮崎牛・椎茸・ニジマス・乳製品等の加工食品を開発する必要がある。

（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

高原町の人口減少は歯止めがかかっておらず、それに伴い小規模事業者の減少が進んでいる。今後は、後継者不足等から廃業が更に加速することが予想されることから、今後10年程度、事業計画に基づいた経営の推奨、事業承継支援、創業支援を重点的に実施し、併せて地域資源を活用した地域活性化を展開することで、管内小規模事業者の持続的発展を図っていく。

②高原町第6次総合計画との連動性・整合性

長期的な振興の在り方として、高原町が策定している「第6次総合計画（令和4年度～令和13年度）」の商工業振興計画に沿い、経営発達支援計画の目標を達成すべく町と連携して町内小規模事業者の持続的発展を支援していく。

商工会としては経営発達支援計画の目標である、「①町内企業の経営の安定に向けた支援の強化・充実」に対して、巡回等によるきめ細かい経営支援や経営分析、事業計画策定支援を行う。「②関係機関・団体等と連携した企画・技術開発や販路開拓に取り組み活性化を図る」に対してはITを活用した新たな販路開拓などのDX推進を図る。「③地域資源を活用した商品の開発（地域ブランドの創出）」に対しては商談会への出展等を通して市場のニーズに合致した商品の開発に繋げる。

以上のように町の総合計画と連動・整合している。

③商工会としての役割

本商工会としては、小規模事業者に対して経営状況分析、事業計画策定・実施支援を行い、地域内小規模事業者の持続的発展を図るとともに、地域経済発展の主導的な役割を果たす為に、町の総合計画に沿った協議会を設立するなどし、高原町、地域金融機関、その他の支援機関と更なる連携を深め、地域活性化に努めていく。

（３）経営発達支援事業の目標

本町の小規模事業者の10年後のあり方を実現するために、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強化

経営状況分析、事業計画策定・実施支援、販路開拓支援により、小規模事業者の経常利益率向上を図る。

また、経営発達支援計画最終年度には、記帳代行先の経常利益率（平均値）を29%に向上させる。

《記帳代行先の経常利益率目標（全記帳代行先の平均数値）》

実施内容	現 状	4 年度	5 年度	6 年度	7 年度	8 年度
経常利益率	19.5%	21.0%	23.0%	25.0%	27.0%	29.0%

経営支援先の中で、経営安定性が高く自社の強みを伸ばしていきたい小規模事業者については、持続化補助金、ものづくり補助金、経営革新計画の支援を行い、支援先事業所が行う独自の取り組みの活性化を図る。

②地域資源を活用した商品の開発(地域ブランドの創出)

高原町は、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、「農商工連携」、「地域産業資源活用事業」等の施策を活用して、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。

③創業、起業による新たな事業の創出及び事業承継支援

小規模事業者数は年々減少傾向にあり、要因は廃業によるもので、地域における創業、起業を推進する必要がある。

また、全国的に小規模事業者の大量引退期が到来し、廃業を予定している事業所が多くあり、その中には好業績の企業も少なからずあるにも関わらず、過半の企業で事業承継が進んでいないことも大きな課題となっている。それは、高原町においても例外ではなく、小規模事業者の廃業に歯止めをかけるための事業承継支援を積極的に行い、町内の小規模事業者の維持を図っていく。

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小規模事業者の経営基盤強化

自社の経営力強化に取り組む小規模事業者に対して、経営分析による現状と課題の把握を行い、課題解決への取り組みや個社が目指す経営の実現に向けた取り組みを盛り込んだ事業計画策定とその実践を継続的に支援するPDCAサイクルを確立させる。

また、蓄積された支援ノウハウについては、定期的に職員間で情報共有し、経営支援力の向上も図っていく。

②地域資源を活用した商品の開発(地域ブランドの創出)

高原町の優れた地域資源（宮崎牛・椎茸・ニジマス・乳製品等）を活用するために、高原町、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。

その手段として方向性を確立し、それに基づく調査研究や地域資源を活用した新たな特産品や観光プログラムの開発と販路開拓を行う。支援については、「農商工連携」、「地域産業資源活用事業」等の施策も活用しながら行っていく。

③創業、起業による新たな事業の創出及び事業承継支援

小規模事業者数は年々減少傾向にあり、それを少しでも食い止めるために創業者を増やす支援の必要性に迫られている。

そのため、本会では、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ていただくことを目的としたセミナーの開催等を通じて、創業予定者の掘り起こしと、開業率の上昇、町内商工業者数の維持に努める。

また、高齢化・後継者不足による廃業の増加を防ぐために、宮崎県事業承継・引継ぎ支援センターと連携して事業承継計画策定を行う支援を積極的に実施し、円滑な事業承継を図っていく。

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〕 事業所に対してヒアリングを行い、地域の経済動向について把握に努めているが、定期的な調査・分析・公表については、実施していない。

〔課題〕 限られた時間やマンパワーの中で効率的に調査・分析を実施し、小規模事業者の事業計画書策定に反映させることが課題となっている。

(2) 目標

	公表方法	現行	R 4 年度	R 5 年度	R 6 年度	R 7 年度	R 8 年度
①地域の経済動向分析の公表回数	HPに掲載	—	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
②景気動向分析の公表回数	HPに掲載	—	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回

(3) 事業内容

①国が提供するビッグデータの活用

当地域の地域活性化に資する小規模事業者に対し、経営指導員等が「RESAS」（地域経済分析システム）や公的統計データのポータルサイト「e-Stat」を活用し、地域の経済動向分析を行い、効率的な経済活性化を目指す。分析結果については年 1 回公表する。

【分析手法】

- ・「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
- ・「e-Stat による商圈分析」→どんな世帯がどんな家計状況で何にどれぐらいお金を使っているのかを分析

上記の分析を総合的に分析し、事業計画策定支援等に反映する。

②管内小規模事業者の景気動向調査

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 1 回公表する。

【調査対象】管内小規模事業者 50 社

（製造業、建設業、卸売業、小売業、サービス業から 10 社ずつ選定）

【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】調査票を郵送し返信用封筒で回収する。

【分析手法】経営指導員等が分析を行う。

(4) 成果の活用

①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。

②経営指導員等が巡回指導を行う際の参考資料とする。

③経営分析や事業計画策定の参考にする。

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

〔現状〕 現在は継続的な調査を実施していない。

〔課題〕 小規模事業者の新商品開発に不可欠な消費者ニーズ調査やバイヤーへのアンケート調査等の需要動向調査が実施できていないことが課題となっている。

(2) 目標

	現行	R 4 年度	R 5 年度	R 6 年度	R 7 年度	R 8 年度
①新商品開発 の調査対象 事業者数	－	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者
②試食、アンケ ート 調査対 象事業者数	－	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者

(3) 事業内容

①新商品開発に資するアンケート調査

地域資源を活用した新商品を開発するため、管内飲食店等2店において、地域資源を活用した新たな地域特産品を開発する。そのための需要動向について調査を行うため、店頭やイベント会場において具体的に新商品の試食や来場者アンケートを実施し、調査結果を分析した上で当該2店にフィードバックすることで、新商品開発に活用する。また、調査・分析した結果については事業計画書策定に反映させていく。

【対象事業者】 特産品を活用した新商品開発予定の管内飲食店等2事業所

【サンプル数】 来場客50人

【調査手段・手法】 店頭やイベント会場の来場客に開発中の食品を試食してもらい、経営指導員等が聞き取りのうえ、アンケート票へ記入する。

【分析手段・手法】 調査結果は、よろず支援拠点の販路開拓等の専門家に意見を聞きつつ、経営指導員等が分析を行う。

【調査項目】 ①味、②食感、③色、④大きさ、⑤価格、⑥見た目、⑦パッケージ等

②展示会・商談会等での来場バイヤーに対するアンケート調査

福岡県で開催される「Food EXPO Kyushu」や、北九州商工会議所が主催する「食の商談会」において、来場するバイヤーに対し、試食、アンケート調査を実施する。

【対象事業者】 特産品を活用した新商品開発予定の管内飲食店等2事業所

【サンプル数】 来場バイヤー20人

【調査手段・手法】 「Food EXPO Kyushu」や「食の商談会」の来場バイヤーに開発したスイーツを試食してもらい、アンケート票へ評価を記入してもらう。

【分析手段・手法】 調査結果は、よろず支援拠点の販路開拓等の専門家に意見を聞きつつ、経営指導員等が分析を行う。

【調査項目】 ①味、②食感、③色、④大きさ、⑤価格、⑥見た目、⑦パッケージ等

(4) 調査・分析結果の活用

分析結果は、経営指導員等が当該飲食店に直接説明する形でフィードバックし、更なる改良等を行う。

5 . 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

〔現状〕 主に記帳代行先のデータを活用し、経営指導員が経営分析を行ってきたが、金融、補助金申請など特定目的の支援がほとんどで、経営分析の意義・必要性を理解している小規模事業者は少ないのが現状である。

〔課題〕 これまで実施しているものの、高度・専門的な知識が不足しているため、外部専門家等と連携するなど、改善が課題である。それと共に経営分析の意義・必要性を啓発して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課題である。

(2) 目標

	現行	R 4 年度	R 5 年度	R 6 年度	R 7 年度	R 8 年度
①セミナー開催回数	—	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
②経営分析事業者数	—	8 者	1 2 者	1 5 者	1 8 者	2 0 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経営分析セミナーを開催し、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。なお、商工会HP等で案内し、広く周知する。

また、事業承継の課題を抱える事業者には承継計画の策定に時間がかかることから既存事業の評価などの意義を説明してなるべく早期に経営分析を行い承継計画策定に誘導する。

(ア) 対象者：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

(イ) 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

(ウ) 開催回数：年間1回

(エ) 内容：経営分析の重要性を説明し、小規模事業者に気づきを与え、実際の経営分析につなげるきっかけを作るセミナー

(オ) 講師：中小企業診断士等

(カ) 参加者数：10名程度

②経営分析の内容

【対象者】 (ア) セミナー参加者を中心に、意欲的で販路拡大の可能性の高い事業者を選定
(イ) 地域資源を活用した商品開発を目指している事業者
(ウ) 事業承継者

【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（SWOT分析）」の双方を行う

≪財務分析≫ 売上高、経常利益、損益分岐点、粗利益率等

≪SWOT分析≫ 強み、弱み、脅威、機会

【分析手法】 BIZミル(※)を活用した「ローカルベンチマーク」の策定及び中小機構の「経営計画つくるくん」等のソフトを活用し、経営指導員等が分析を行う。

(※) BIZミル・・・(株)HALの提供するクラウド型経営支援基幹システムであり、経営分析や事業計画の作成機能があり、小規模事業者支援に有用なツールである。また、経営支援のデータを入力する事で、支援情報やノウハウ等を組織内で共有することもできる。

(4) 分析結果の活用

- ①分析結果は、当該事業者にはフィードバックし、事業計画の策定等に活用する。
②分析結果は、データベース化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〕 経営分析結果を基に、金融、持続化補助金等の事業計画策定の支援を行っている。
また、独自の企画・開発・技術・販売に取り組む小規模事業者、地域資源を活用して新たな商品開発等を行う小規模事業者については、ものづくり・商業・サービス生産性向上促進補助金の事業計画策定の支援を行っている。

〔課題〕 これまで実施しているものの、事業計画策定の意義や重要性の理解の浸透率が低いため、セミナー開催方法を見直すなど、改善した上で実施する。

(2) 支援に対する考え方

小規模事業者に対し、事業計画策定の意義や重要性を漠然と述べても、実質的な行動や意識変化を促せる訳ではないため、「事業計画策定セミナー」のカリキュラムを工夫するなどにより、5. で経営分析を行った事業者の約7割程度/年の事業計画策定を目指す。

また、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、事業計画の策定に繋げていく。

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、小規模事業者の競争力の維持・強化を目指す。

(3) 目標

	現行	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	R8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	—	6者	8者	10者	12者	14者

(4) 事業内容

①DX推進セミナーの開催

DXに関する意識の醸成や基礎知識を習得するため、また実際に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ために、セミナーを開催する。

【対象者】 経営分析を行った事業者、事業計画策定を予定している事業者、ITを活用して販路開拓に取り組む事業者

【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

【講師】 IT専門家等

【回数】 年1回

【カリキュラム】

- ・DX総論、DX関連技術（クラウドサービス、AI等）や具体的な活用事例
- ・クラウド型顧客管理ツールの紹介
- ・SNSを活用した情報発信方法
- ・ECサイトの利用方法等

【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、経営指導員等による相談対応・経営指導を行う中で必要に応じてIT専門家派遣を実施する。

②事業計画策定セミナーの開催による意識啓発

経営分析を実施した小規模事業者に対して、年2回の事業計画策定セミナー開催を通じて事業計画策定の意義と手法を学習させ、事業計画策定の個別支援につなげる。

(ア) 対象者：経営分析を実施した小規模事業者、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

(イ) 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

(ウ) 開催回数：年間2回

(エ) 内容：事業計画書に基づいた経営の重要性を説明し、実際の事業計画策定につなげるきっかけを与えるセミナー

(オ) 講師：中小企業診断士等

(カ) 参加者数：10名程度

③経営指導員や専門家等と連携した事業計画策定のための個別支援

事業計画策定セミナー受講者や創業予定者で事業計画策定を実践する者には、経営指導員等が外部専門家の支援を受けながら、継続的に個別支援を行う。

また、事業承継予定者に対しては、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連携して承継計画の策定を支援する。

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】これまで実施していない。

【課題】これまで実施しているものの、不定期であり、そもそも訪問回数が少ないため、改善した上で実施する。

(2) 支援に対する考え方

事業計画を策定した全ての事業者を対象とするが、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設定する。

(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	—	6者	8者	10者	12者	14者
頻度（延回数）	—	24回	32回	40回	48回	56回
売上増加事業者数	—	3者	3者	5者	5者	5者
利益率3%以上 増加の事業者数	—	3者	3者	5者	5者	5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。

その頻度については、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

[現状]これまで実施していない。

地域内の小規模事業者の多くはオンラインによる販路開拓等に関心があるものの、「高齢化」、「知識不足」、「人材不足」等の理由により、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、商圈が近隣の限られた範囲にとどまっている。

[課題]これまで実施しているものの、展示会出展の事前・事後のフォローが不十分であったため、改善した上で実施する。

今後、新たな販路の開拓にはDX推進が必要であるということを理解・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

商工会が自前で展示会等を開催するのは困難なため、首都圏で開催される既存の展示会への出展を目指す。出展にあたっては、経営指導員等が事前・事後の出展支援を行うとともに、出展期間中には、陳列、接客など、きめ細かな伴走支援を行う。

DXに向けた取組として、データに基づく顧客管理や販売促進、SNS情報発信、ECサイトの利用等、IT活用による営業・販路開拓に関するセミナー開催や相談対応を行い、理解度を高めた上で、導入にあたっては必要に応じてIT専門家派遣等を実施するなど事業者の段階に合った支援を行う。

(3) 目標

	現行	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度
①展示会出展事業者数(BtoB)	—	2者	2者	2者	2者	2者
成約件数/者	—	1者	1者	1者	1者	1者
②商談会参加者事業者数(BtoB)	—	2者	2者	2者	2者	2者
成約件数/者	—	1者	1者	1者	1者	1者
③SNS活用事業者(BtoC)	—	5者	5者	7者	8者	10者
売上増加率/者	—	5%	5%	5%	5%	5%

④ECサイト利用 事業者数(BtoC)	—	2者	2者	3者	3者	3者
売上増加率/者	—	5%	5%	5%	5%	5%
⑤ネットショップの 開設者数(BtoC)	—	2者	2者	2者	2者	2者
売上増加率/者	—	5%	5%	5%	5%	5%

(4) 事業内容

事業計画書を策定したうえで、地域資源を活用した新商品の開発を行う小規模事業者については、想定するターゲット及び商圈にマッチする展示会・商談会への出展を支援することによって、新たな需要開拓、持続的な新商品開発へとつなげる。

①国内外食品商談会参加支援事業（B to B）

福岡商工会議所が主催の「Food EXPO Kyushu」に、管内の食品関連業者2者を選定し（事業計画を策定した事業者を優先的に出展）参加させる。「Food EXPO Kyushu」は、小売・中食・外食業界の販路拡大を目的とした九州最大級の展示商談会で、約260社の出展があり、約130社のバイヤーとの商談が可能な商談会である。

また、参加させるだけではなく、商談会でのプレゼンテーションが効果的になるよう事前研修を行うとともに、事後には、名刺交換した商談相手へのアプローチ支援など、商談成立に向けた実効性のある支援を行う。

②食の商談会参加支援事業（B to B）

北九州商工会議所主催の「食の商談会」に、管内の食品関連業者2者を選定し（事業計画を策定した事業者を優先的に出展）参加させる。「食の商談会」は、販路拡大を目指す九州・山口の一次・二次産品生産者と、飲食業者・加工業者・流通業者等バイヤーとのマッチングを目的とした商談会で、約100社の出展があり、約450社のバイヤーの来場がある。

また、参加させるだけではなく、商談会でのプレゼンテーションが効果的になるよう事前研修を行うとともに、事後には、名刺交換した商談相手へのアプローチ支援など、商談成立に向けた実効性のある支援を行う。

③SNS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。

④楽天ECサイト利用（BtoC）

楽天が運営するショッピングサイト等の提案を行いながら、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。

⑤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〕 現在、年一回事業終了後に事業評価委員会を実施している。

〔課題〕 事業実施の評価に留まっており、計画の見直しが効果的に出来ていない。今後、外部有識者も交えながら、事業評価だけではなく効果的な事業にすべく、見直し等を行える体制にする必要がある。

(2) 事業内容

当会の理事会と併設して、高原町産業創生課長・係長、法定経営指導員、外部有識者として中小企業診断士等をメンバーとする「経営発達支援事業等協議会」を年1回開催して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〕 宮崎県商工会連合会等が主催する研修に参加して経営支援スキルの向上を図っているが、研修後は復命書を回覧するだけに留まっており、職員全体の支援スキルの向上へは結びついていない。

職員間のミーティングは毎日連絡報告事項に留まっており、経営支援の取り組みや支援ノウハウ等の共有といった資質向上を図るものとはなっていない。

〔課題〕 経営指導員のみならず経営・情報支援員等を含む全職員が、研修で学んだノウハウや知識を共有できる体制・仕組みを構築することが課題となっている。

また、属人的な支援体制にならないよう組織として経営の取り組みや支援ノウハウの蓄積が可能となる支体制を構築することも必要である。

(2) 事業内容

①外部講習会等の積極的活用

【経営支援能力向上セミナー】

経営指導員及び一般職員の支援能力の一層の向上のため、中小企業庁が主催する「経営指導員研修」及び宮崎県商工会連合会主催の「経営支援能力向上セミナー」に対し、計画的に経営指導員等を派遣する。

【事業計画策定セミナー】

当会では、PDCA評価委員会において、事業計画の策定件数の増加と、そのための支援能力の向上が指摘されているため、中小企業大学校人吉校が実施する「事業計画策定セミナー」への参加を優先的に実施する。

【DX推進に向けたセミナー】

喫緊の課題である地域の事業者のDX推進への対応にあたっては、経営指導員及び一般職員のITスキルを向上させ、ニーズに合わせた相談・指導を可能にするため、下記のようなDX推進取組に係る相談・指導能力の向上のためのセミナーについても積極的に参加する。

<DXに向けたIT・デジタル化の取組>

ア) 事業者にとって内向け（業務効率化等）の取組

RPAシステム、クラウド会計ソフト、電子マネー商取引システム等のITツール、テレワークの導入、補助金の電子申請、情報セキュリティ対策等

イ) 事業者にとって外向け（需要開拓等）の取組

ホームページ等を活用した自社PR・情報発信方法、ECサイト構築・運用
オンライン展示会、SNSを活用した広報、モバイルオーダーシステム等

ウ) その他取組

オンライン経営指導の方法等

②OJT制度の導入

支援経験の豊富な経営指導員と経営・情報支援員及び一般職員とがチームを組成し、巡回指導や窓口相談の機会を活用したOJTを積極的に実施し、組織全体としての支援能力の向上を図る。

③職員間の定期ミーティングの開催

経営指導員研修会等へ出席した経営指導員が順番で講師を務め、経営支援の基礎から話の引出し術に至るまで、定期的なミーティング（月1回、年間12回）を開催し意見交換等を行うことで、職員の支援能力の向上を図る。

④データベース化

担当経営指導員等が基幹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。

(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4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）	
高原町商工会 法定経営指導員 1名 経営・情報支援員 2名 一般職員 1名	高原町 産業創生課
(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：酒匂 重彰	
■連絡先：高原町商工会 TEL. 0984-42-1158	
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	
〒889-4412	
宮崎県西諸県郡高原町大字西麓6 2 7 番地 7	
高原町商工会	
TEL：0984-42-1154 / FAX：0984-42-0207	
E-mail：takaharu@miya-shoko.or.jp	
②関係市町村	
〒889-4492	
宮崎県西諸県郡高原町大字西麓899番地	
高原町産業創生課	
TEL：0984-42-2128 / FAX：0984-42-4623	
E-mail： sangyou@town.takaharu.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	2, 1 5 0	2, 1 5 0	2, 1 5 0	2, 1 5 0	2, 1 5 0
・地域経済動向調査に関する事業費	1 5 0	1 5 0	1 5 0	1 5 0	1 5 0
・事業計画の策定支援に関する事業費	3 0 0	3 0 0	3 0 0	3 0 0	3 0 0
・需要動向の調査に関する事業費	2 0 0	2 0 0	2 0 0	2 0 0	2 0 0
・新たな需要の開拓に寄与する事業に関する事業費	1, 0 0 0	1, 0 0 0	1, 0 0 0	1, 0 0 0	1, 0 0 0
・地域経済活性化事業費	3 0 0	3 0 0	3 0 0	3 0 0	3 0 0
・ソフトウェア・サービス費	2 0 0	2 0 0	2 0 0	2 0 0	2 0 0

(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、高原町補助金

(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
連携者なし
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