

経営発達支援計画の概要

実施者名	新富町商工会（法人番号 6350005002298） 新富町（地方公共団体コード 454028）
実施期間	令和8年4月1日～令和13年3月31日
目標	経営発達支援事業の目標 ①売上・利益の向上及び伴走型支援による経営力の強化 ②事業承継支援による小規模事業者の維持・拡大 ③地域資源を活用した商品開発及び販路開拓支援
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 ①RE S A S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 4. 需要動向調査に関すること 展示商談会等での商品アンケート調査の実施 5. 経営状況の分析に関すること 定量的（財務データ）、定性的（非財務データ）な経営状況の分析の実施 6. 事業計画策定支援に関すること 経営分析を行った事業者に対しての「対話と傾聴」を通じた事業計画策定支援の実施 7. 事業計画策定後の実施支援に関すること 事業計画策定事業者への四半期に1回程度の巡回訪問によるフォローアップ支援の実施（創業及び事業承継事業者：年2回実施） 8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること ①「宮崎まるごとふるさと市」出展事業（BtoC）の実施 ②「みやざき地場産品商談会」出展事業（BtoB）の実施 ③「FOOD STYLE 九州」出展事業（BtoB）の実施
連絡先	新富町商工会 〒889-1414 宮崎県児湯郡新富町富田南1丁目112番地2 TEL：0983-33-1231 FAX：0983-33-1232 E-mail：shintomi@miya-shoko.or.jp 新富町 産業振興課 〒889-1493 宮崎県児湯郡新富町上富田7491 TEL：0983-33-6029 FAX：0983-33-4862 E-mail：kikaku2_g@town.shintomi.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. 目標

(1) 新富町の現状と課題

① 新富町の現状

(ア) 沿革

新富町は、宮崎県宮崎市の北隣に位置する人口約1万6千人の町であり、豊かな自然環境に恵まれ、農業を基幹産業としてきた。交通インフラも充実しており、宮崎空港や宮崎港とのアクセスもよく、国道10号やJR日豊本線が通っており、製造業を中心に企業立地が進んできた。

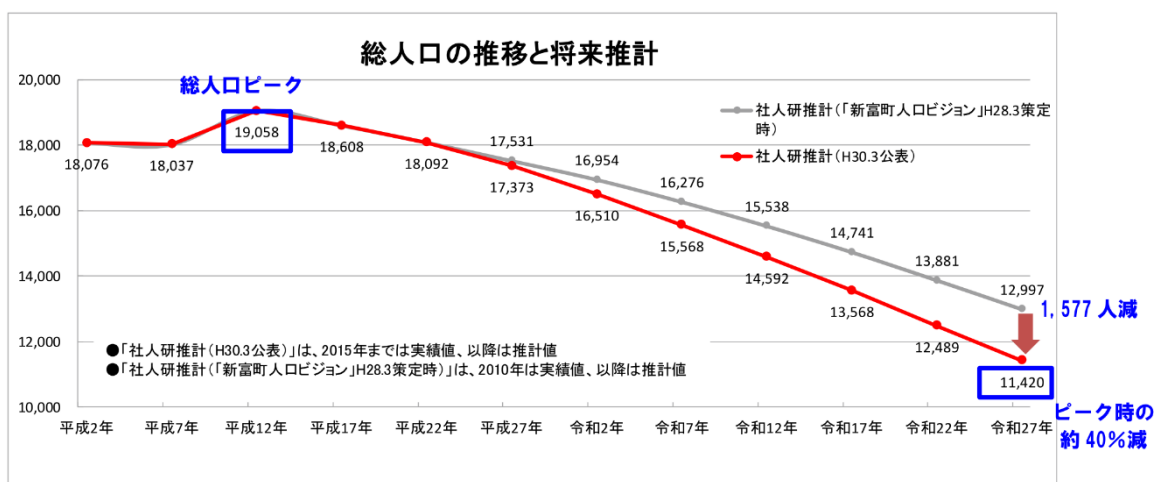
また、本庁には航空自衛隊新田原基地があり、例年12月に開催される「航空祭」には県内外から多くの航空ファンが訪れる。



(イ) 人口動態の深刻な傾向

新富町の総人口は、平成12年(2000年)の19,058人をピークに一貫して減少傾向にある。国立社会保障・人口問題研究所の将来推計によれば、この減少傾向は今後も続く見込まれており、令和27年(2045年)にはピーク時の60%にまで減少すると予測されている。この人口減少は、単なる数値の変化にとどまらない。特に、年少人口(15歳未満)が昭和35年から、生産年齢人口(15歳から65歳未満)が平成12年から減少を続けている一方で、老年人口(65歳以上)は年々増加しており、将来の年齢構成は若い世代の割合が減少し、高齢者割合が顕著に増加すると予想されている。これにより、労働力の供給が構造的に細り、地域経済の維持が困難になることが強く示唆される。

■ 新富町の人口の推移



(出典：国勢調査、国立社会保障・人口問題研究所)

(ウ) 地域産業の構造と雇用環境の変化

本町の基幹産業は第1次産業であり、農地面積は約2,161ヘクタールで、水田と畑がほぼ半分を占めている。水田地帯では早期水稻や施設園芸が盛んで、ピーマン、キュウリ、トマトなどの園芸作物が生産されている。畑地帯では、加工用甘藷、茶、そば、小麦などが栽培され、養鶏、肉用牛、酪農などの畜産も盛んである。

さらに、隣接する宮崎市との境に位置する一ツ瀬川では、ウナギの稚魚であるシラスが捕れることや、温暖な気候で生育が良好なことから、養鰻も地域の特産的な産業として行われている。

第2次産業は、土木工事業や建設工事業を中心とした建設業の割合が高く、製造業においても食品製造業、精密機械関連など幅広い業種が立地している。平成27年から令和2年の間では、建設業の就業者数がやや減少している一方、製造業はやや増加しており、依然として地域雇用を支える重要な産業である。

第3次産業は、卸売・小売業、飲食サービス業、生活関連サービス業、運輸業、不動産業、医療・福祉、教育・学習支援など多様な業種が存在し、小規模事業者を中心に地域住民の生活を支えている。特に医療・福祉分野では、平成27年から令和2年にかけて就業者数が1,116人から1,154人へ増加しており、高齢化の進展に伴い、地域雇用の受け皿として存在感を高めている。教育・学習支援、学術・専門・技術サービス業などでも増加が見られ、専門・サービス産業の比率が徐々に高まっている。

国勢調査によると、本町の産業別就業人口は第3次産業が全体の約6割を占めており、第1次産業、第2次産業がそれぞれ約2割ずつを構成している。平成27年から令和2年の推移を見ると、第1次産業は1,739人から1,612人へ減少しており、農林漁業の担い手不足や後継者不在が課題として顕在化している。第2次産業は1,816人から1,808人とほぼ横ばいで推移している一方、第3次産業は5,530人から5,419人へと微減しており、卸売・小売業や運輸業などの分野において就業者数の減少が見られる。

本町全体の就業人口は、平成27年の9,095人から令和2年には8,848人へと減少しており、人口減少や高齢化の進展が地域の雇用環境に大きく影響を与えている。今後も地域産業の維持・発展のためには、担い手確保、産業間連携の強化、新規創業の促進、DXの活用による生産性向上など、幅広い分野での支援が求められている。

■産業分類別15歳以上就業人口の推移

分類	平成27年				令和2年			
	総数 (人)	構成比 (%)	内訳：男 (人)	内訳：女 (人)	総数 (人)	構成比 (%)	内訳：男 (人)	内訳：女 (人)
総数	9,095	100.0	5,113	3,982	8,848	100.0	4,785	4,063
第1次産業	1,739	19.1	982	757	1,612	18.2	906	706
第2次産業	1,816	20.0	1,136	680	1,808	20.4	1,107	701
第3次産業	5,530	60.8	2,987	2,543	5,419	61.3	2,767	2,652
分類不能の産業	10	0.1	8	2	9	0.1	5	4

(出典：国勢調査)

経済センサスによると、近年、本町の事業所総数は、平成28年の644事業所から令和3年には601事業所へと43事業所減少しており、やや減少傾向にある。業種別にみると、減少数が最も大きいのは卸・小売業で22事業所減、次いで製造業が14事業所減、建設業が7事業所減となっており、地域経済を支えてきた地場産業分野において事業所の減少が進行している。

一方で、農林漁業は6事業所増と微増しており、一次産業分野では一定の事業継続・新規参入の動きが見られる。

また、従業者数については、平成28年の4,861人から令和3年には4,613人へと248人減少しており、全体として雇用規模は縮小傾向にある。業種別では、製造業が112人減(1,315人→1,203人)、飲食店・宿泊業が39人減(290人→251人)、建設業が49人減(376人→327人)と、複数の主要産業で雇用減少が顕著となっている。

一方で、サービス業は65人増(1,311人→1,376人)となっており、医療・福祉、生活関連サービス分野等を中心に雇用の受け皿としての役割が高まりつつある。

これらのことから、本町の雇用環境は、事業所数の減少と主要産業における就業者数の縮小が進む一方、サービス分野を中心に雇用のシフトが進展しており、産業構造が「モノづくり・建設中心型」から「生活関連・サービス中心型」へと変化している状況がうかがえる。

■主な産業別事業所数及び従業者数の推移

分類	平成28年				令和3年			
	事業所数	構成比(%)	従業者数	構成比(%)	事業所数	構成比(%)	従業者数	構成比(%)
総数	644	100.0	4,861	100.0	601	100.0	4,613	100.0
農林漁業	31	4.8	272	5.6	37	6.2	218	4.7
建設業	92	14.3	376	7.7	85	14.2	327	7.1
製造業	59	9.2	1,315	27.0	45	7.5	1,203	26.1
卸・小売業	169	26.2	970	20.0	147	24.5	932	20.2
飲食店・宿泊業	65	10.1	290	6.0	65	10.8	251	5.5
サービス業	196	30.4	1,311	27.0	190	31.5	1,376	29.8
その他	32	5.0	327	6.7	32	5.3	306	6.6

(出典：経済センサス)

(エ) 小規模事業者数の推移

新富町の小規模事業者数は、令和2年の461者から令和6年の448者へ13者減少(▲2.8%)しており、事業者数は緩やかな減少基調で推移している。

人口減少・高齢化に加え、後継者不在による廃業や、物価高騰、労働力不足等の外部環境の影響を受け、小規模事業者の自然減が進行している状況がうかがえる。

■新富町の小規模事業者数の推移

調査年	合計	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
令和2年	461社	100社	39社	7社	98社	60社	124社	33社
令和6年	448社	96社	36社	7社	93社	58社	127社	31社
増減	△13社	△4社	△3社	0社	△5社	△2社	3社	△2社

(商工会経営支援システム PLUS より抽出)

(オ) 新富町長期総合計画による目指すべきビジョン

新富町では、「第6次新富町長期総合計画」並びに「第2期新富町まち・ひと・しごと創生総合戦略」に基づき、「しごとをうみ、ひとをいかし、まちをつくりだす好循環の確立」を基本理念として、人口減少対策と地域経済の活性化を一体的に推進し、「子どもが帰ってきたくなるまちの実現」を将来像として掲げている。

商業・サービス業・工業及び観光分野においても、創業支援、既存事業者の経営力強化、高付加価値産業の育成、交流人口・関係人口の拡大等を通じ、持続可能な地域産業基盤の構築と雇用の創出を図ることとしている。

商工会としても、町との連携を図りながら、本ビジョンの実現に向け、小規模事業者の伴走型支援を中心として、経営力向上、創業促進、事業承継支援、観光・特産品開発支援等を総合的に展開し、地域経済の活性化に貢献する役割を担っていく。

<商業・サービス業・工業のビジョン>

- 地域住民の生活を支える商業・サービス業の持続的発展と、来訪者ニーズにも対応できる魅力ある店舗づくりが進み、町内外の人が集い、にぎわいが生まれるまち。
- 農業・商業・工業等の異業種間連携により、地域資源を活用した特産品・加工品・サービスの開発が進み、地場産業が付加価値を高めながら地域経済を牽引するまち。
- 技術力・商品力・サービス品質の向上やDXの推進、事業承継支援等により、経営基盤の強化と雇用の確保が図られ、足腰の強い企業が育成されるまち。
- 地産地消や域内取引拡大を通じた町内循環型経済システムが定着し、地域内消費が活発化することで小規模事業者の持続的経営が確立されているまち。

<観光ビジョン>

- 自然環境、農業・漁業資源、芸術文化、体験型コンテンツ等の地域資源を活かした観光商品が整備され、年間を通して町外から人が訪れる観光地として認知されるまち。
- 農業や商工業など他産業との連携を通じ、体験・食・文化を組み合わせた独自性の高い観光商品の開発が進み、交流人口の拡大および地域消費の創出につながるまち。
- 町民一人ひとりが地域に誇りと愛着を持ち、来訪者を温かく迎えるおもてなしの精神が醸成され、町全体で新富町の魅力を発信する観光まちづくりが実践されているまち。

② 新富町の商工業を取巻く課題

(ア) 商業・サービス業

新富町中心部の「るびーモール虹ヶ丘商店街」は、国の高度化資金を活用し平成6年に整備された商店街であり、町の商業・サービス業の中核として長年地域経済を支えてきた。しかしながら、施設の老朽化や後継者不足に加え、少子高齢化の進行、人口減少による地域消費の縮小、郊外型大型店・量販店およびインターネット通販の台頭など、商業環境は年々厳しさを増している。

特に本町の商業・サービス業事業者の多くは小規模・家族経営が中心で、経営基盤が脆弱な事業者が多いことから、人材不足、設備投資の遅れ、IT・デジタル活用の未然整備等により、新たな消費ニーズへの的確な対応が十分に進んでいない状況にある。

また、新型コロナウイルス感染症の影響を大きく受けた飲食・宿泊業については、来店客数は徐々に回復の兆しを見せているものの、原材料費・エネルギーコストの上昇、人手不足の深刻化等が重なり、収益構造の改善には至っていない事業者が多い。さらに、消費者の行動様式がコロナ禍を契機に変化し、テイクアウトやデジタル予約、キャッシュレス決済等への対応が求められる中、対応力の格差が経営格差として顕在化している。

今後、本町商業・サービス業が持続的発展を図るためには、各事業者が自社の強みや地域資源を的確に把握した上で、小規模事業者ならではのきめ細かな対応や独自性を活かした高付加価値商品・サービスの開発を進めるとともに、DX化による業務効率化・販路拡大を推進し、

競争力の底上げを図ることが重要な課題となっている。

(イ) 工業

工業分野においては、これまでの企業誘致の取組により、電子部品関連工場やブローラー加工工場等が立地し、町内雇用の受け皿として重要な役割を果たしてきた。しかしながら、長期的な国内景気の低迷や原材料価格の高騰、人手不足の深刻化等の影響を受け、近年は新規立地や設備投資は停滞傾向にあり、既存事業所の事業拡大も限定的となっている。

町内の製造業事業者の多くは中小・小規模事業者であり、老朽設備の更新遅れ、技術者の高齢化、技能継承の停滞、後継者不足といった構造的課題を抱えている。加えて、生産効率の向上や品質差別化を図るために不可欠な自動化設備や IoT 導入に積極投資を行える事業者は限られており、価格競争力・収益力の確保が難しい状況である。

今後、町内工業の更なる成長・発展を目指すためには、設備投資支援や生産管理・品質管理の高度化、販路開拓支援を通じて各事業所の競争力向上を図るとともに、産業人材の育成および事業承継対策を一体的に進めていくことが課題となっている。

また、新富町は農業が基幹産業であることから、農産物加工を中心とした6次産業化や農商工連携、地域資源を活用した高付加価値商品の開発など、新たなビジネスモデルの創出を進める必要がある。併せて、IoT やデジタル技術を活用した業務効率化、受発注管理の高度化等への対応力強化も引き続き重要な課題となっている。

(2) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

上述の課題を克服し、新富町が目指す「子どもが帰ってきたくなるまち」を実現するためには、町を支える小規模事業者の成長発展が不可欠である。本計画では、町の「第2期まち・ひと・しごと創生総合戦略」において掲げられている基本目標と整合性を図ることを重視し、同戦略で示されている3つの視点を本会の小規模事業者支援の柱として位置付けている。

すなわち、以下の①「しごと」をうむ、②「ひと」をいかす、③「まち」をつくりだすは、町の総合戦略に基づく小規模事業者振興の方向性をそのまま踏まえたものであり、地域の長期ビジョンと支援の目標を一体化させるために設定したものである。

- ① 「しごと」をうむ：小規模事業者が自らの強みを活かし、稼ぐ力を高めることで、安定した事業活動と新たな雇用を創出する。これは総合戦略において、地域経済を担う「しごとづくり」を最優先の柱として位置付けている点を反映したものである。
- ② 「ひと」をいかす：魅力的な雇用や事業機会を創出することで、新たなひとの流れを呼び込み、交流人口や関係人口を拡大する。総合戦略が掲げる「ひとを呼び込み、活かす」方針を小規模事業者支援に落とし込んだものである。
- ③ 「まち」をつくりだす：経済活動の活発化を通じて、多世代が安心して暮らせる地域コミュニティを形成し、持続可能な地域社会の構築に貢献する。これは、総合戦略が目指す「活力あるまちづくり」の実現に向け、小規模事業者の存在が不可欠であることを踏まえたものである。

経営発達支援は、個々の事業者の経済的成功だけでなく、町の長期ビジョンである「子どもが帰ってきたくなるまち」の実現に向けた、雇用創出と人口流入の好循環を確立するための最も重要な原動力である。

(3) 経営発達支援事業の目標

小規模事業者を取り巻く経営環境は、少子高齢化や人口減少の進行、原材料費・エネルギー価格の高騰、人手不足の深刻化、デジタル化への対応遅れなど、年々厳しさを増している。

本会では、こうした経営環境を的確に捉えつつ、10年後の地域経済の姿を見据えた中長期的視点のもと、小規模事業の経営実態や成長段階に応じた伴走型支援を展開するため、5年間の支援目標を次のとおり設定する。

これらの目標達成により、小規模事業者の持続的成長と経営基盤の強化を図るとともに、地域資源を活かした新たな産業の創出、雇用の維持・拡大を通じ、地域経済の活性化に寄与することを目的とする。

【支援対象事業者を想定した目標】

①売上・利益の向上及び伴走型支援による経営力の強化

小規模事業者が、厳しさを増す事業環境の変化に対応しながら持続的に事業を継続していくためには、安定的な売上確保と収益力の向上が不可欠である。

本会では、経営分析を基にした事業計画策定支援をはじめ、専門家派遣及び経営指導員による継続的なフォローアップ支援、価格転嫁対応支援、DX導入を活用した業務効率化や販路開拓支援等を実施することにより、個々の事業者の経営課題解決を支援し、経営力の底上げを図る。

KGI：支援を受けた小規模事業者のうち、売上又は利益を前年比5%以上向上させた事業者を累計40社達成する。

KPI：事業計画策定支援（年間35社、計175社）

専門家派遣（年間5社、計25社）

DX導入支援（年間5社、計25社）

価格転嫁相談対応（年間10社、計50社）

これらの取り組みにより、単なる一時的な売上確保にとどまらず、自立的・継続的に経営改善へ取り組める小規模事業者の育成を目指す。

②事業承継支援による小規模事業者の維持・拡大

本町における小規模事業者は、経営者の高齢化や後継者不足を主因とする廃業の増加により、事業者数の減少が進行しており、地域経済の縮小につながる深刻な課題となっている。

本会では、事業承継の早期掘り起こしから、事業承継計画の策定支援、後継者育成、第三者承継・M&A支援、専門家等との連携に至るまで、一貫した支援体制を構築し、事業者の円滑な世代交代を後押しする。

KGI：計画期間内に、事業承継計画を策定した事業者を累計20社達成する。

KPI：事業承継診断実施（年間10社、計50社）

事業承継計画策定支援（年間1社、計5社）

事業承継個別相談会実施（年1回、計5回）

事業承継に関する巡回及び個別相談（年20回、計100回）

これにより、地域を支える小規模事業者の事業存続及び雇用の維持・確保を図り、事業者数の下げ止まりと地域経済の持続的安定につなげる。

本目標は、高齢化が進行する本町の産業構造下において、事業の継続を支援し、地域経済の活力を維持するために不可欠である。

③地域資源を活用した商品開発及び販路開拓支援

本町の基幹産業である農業・漁業等の地域資源を活用した商品開発は、地場産業の付加価値向上及び地域経済活性化を図る上で極めて重要な取組である。

本会では、食料品製造業者や飲食関連事業者が取り組む農水産物を活用した新商品開発や既存商品のブラッシュアップ、品質・デザイン改良、ストーリー性の付与等を支援するとともに、展示会・商談会への出展、EC活用、観光と連動した販売促進等による販路開拓支援を実施する。

K G I : 計画期間内に、ECサイト開設・展示会出展などにより新たな販路を開拓した事業者を累計25社達成する。

K P I : 商品開発支援 (年間5件、計25件)

展示商談会への出展支援 (年間2社、計10社)

ECサイト開設支援 (年間2社、計10社)

主催物産市の開催 (年間1回、計5回)

専門家派遣 (年間5社、計25社)

商談会後のフォローアップ支援 (年間10件、計50件)

これにより、地域資源を活かした高付加価値商品の市場展開を促進し、売上拡大及び新たな顧客層の獲得につなげ、地域ブランドの確立と産業集積の強化を目指す。

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

本計画では、上記目標を着実に達成するため、「経営力再構築伴走支援モデル」を基本手法として実施する。

本モデルは、単発的な情報提供や助言にとどまらず、経営指導員等が事業者との「対話と傾聴」を重視した継続的な関与を行うことにより、事業者自らが内発的動機に基づいて経営改善を実践できる状態をつくることを目的とする。

各目標達成のため、以下のとおり方針を体系化して整理し、それぞれの方針を設定した理由についても併せて記載する。

(ア) 売上・利益の向上及び伴走型支援による経営力の強化に関する方針

○方針1：本質的な経営課題を把握するための現状認識の徹底

【理由】

これまでの支援は、補助金獲得目的の計画策定に偏り、財務分析のみで終わってしまうケースも多かった。今後は、価格転嫁状況や原価上昇の影響、DX導入の遅れなど、根本的な課題を定性的にも把握する必要があるため。

○方針2：需要を見据えた事業計画策定支援の強化

【理由】

小規模事業者が自力で計画策定を行うには限界があり、売上向上・収益性改善に直結する計画（価格戦略、DX活用、販路開拓等）を組み立てる支援が不可欠なため。

○方針3：PDCA定着と実行力強化のための伴走支援

【理由】

事業者の多くが計画書を作成しても「実行段階」で止まる課題があるため、進捗管理・課題整理のフォローアップを行い、実行力の向上を図る必要があるため。

○方針4：専門家活用による実効性の向上

【理由】

デジタル化、販促、価格転嫁など高度な領域は経営指導員等だけでは対応が難しく、専門家活用によって事業者の実務レベルの改善効果を高める必要があるため。

(イ) 事業承継支援による小規模事業者の維持・拡大に関する方針

○方針1：事業承継ニーズの早期掘り起こし

【理由】

経営者の高齢化が急速に進行しており、早期対応を怠ると廃業増加につながりかねないため、定期的な巡回や相談対応により承継ニーズを早期に把握する必要がある。

○方針2：事業承継計画の策定支援の体系化

【理由】

多くの事業者が承継への準備方法を知らず、経営資源の棚卸や後継者育成計画が未整備であるため、計画策定を通じて円滑な承継につなげていく必要がある。

○方針3：承継実行段階における継続的フォローアップ

【理由】

承継は計画策定がゴールではなく、実行段階においても専門的な課題に直面するため、専門家や支援機関と連携しながら実行支援を行う必要がある。

○方針4：第三者承継・M&A支援の強化

【理由】

町内事業者においては、後継者不在企業も多く、親族内承継のみでは事業者減少に歯止めがかからないため、第三者承継を選択肢として提示し、事業存続率を高める必要がある。

(ウ) 地域資源を活用した商品開発及び販路開拓支援に関する方針

○方針1：個社別の販路課題・商品力課題の整理

【理由】

商談会や物産展出展支援においては、事業者ごとに商品コンセプトや価格設定、パッケージ、販促資料、DX対応力など基礎スキルの差が大きく、成約率向上を阻害しているため。

○方針2：商品開発・既存品ブラッシュアップの計画策定支援

【理由】

地域資源を活かした商品の高付加価値化（デザイン・コンセプト・ストーリー付与等）が事業者単独では進まず、伴走的な計画策定が必要であるため。

○方針3：展示会・商談会・ECを活用した多面的販路開拓支援

【理由】

現状は単発出展が多く、継続取引に結び付いていない。実際のバイヤー対応力強化やEC活用を含む戦略的な販路拡大支援が必要であるため。

○方針4：商談後のフォローアップ体制の強化

【理由】

現状は商談会や展示会後のフォローアップ体制が十分に構築できておらず、成約までの継続的な伴走支援が不十分であるため、体制強化を実施し成約率等の向上を図る必要があるため。

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

令和7年度より宮崎県商工会連合会からの委託を受け、四半期ごとに1回景況調査を実施しているが、調査結果の事業者への提供や経営支援への活用は不足していた。

今後、小規模事業者が持続的発展を図るためには、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ため、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。

(2) 目標

項 目	現 状	R8 年度	R9 年度	R10 年度	R11 年度	R12 年度
①地域経済動向分析の公表回数	—	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地域経済動向分析の活用

国が提供する「RESAS（地域経済分析システム）」やそのサマリー機能を活用し、経営指導員が中心となって本町の経済動向分析を行い、年1回公表する。

(ア) 分析手法

経営指導員が「RESAS（地域経済分析システム）」を活用した地域の経済動向分析を行う。

(イ) 調査項目

- ・「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」⇒産業の現状等の分析

上記の結果を総合的に分析し、事業計画策定支援等に反映する。

②景気動向分析の活用

管内の景気動向等についてより詳細な実態を調査するため、令和7年度より宮崎県商工会連合会からの委託を受け、四半期ごとに1回景況調査を実施し、調査結果について分析・公表を年4回実施する。

(ア) 調査手法

経営指導員等が巡回や電話でのヒヤリング調査を行う。

(イ) 調査対象

管内小規模事業者15社（製造業3社、建設業2社、小売業4社、サービス業6社）

(ウ) 調査項目

売上額、仕入価格、資金繰り、業況、設備投資等

(4) 調査結果の活用

調査にて得た情報を分析し課題の抽出・整理を行い、本会ホームページで公表するとともに、管内小規模事業者のみならず、行政にも周知し管内小規模事業者の現状を認識してもらい課題の共有化を図る。

また、基本的な情報として蓄積し、経営指導員等が巡回指導を行う際の参考資料とするとともに、小規模事業者の経営分析や事業計画策定の基礎データとして活用する。

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

これまで本会では、宮崎県商工会連合会が開催するバイヤーによる求評会等について、関連する食料品製造業者に案内する程度で、調査自体が不十分であった。

今後は、支援企業や支援商品を絞り込んだ上で、調査項目や分析手法を具体的に設定し、より詳細な調査を行い、調査結果について対象事業者にフィードバックすることで、商品の更なる改良や事業計画策定に活用していくことが求められる。

(2) 目標

項目	現行	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度	R12年度
展示会等参加事業者数	－	2者	2者	3者	3者	3者

(3) 事業内容

地場産品（野菜・果物、地鶏、鰻等）の加工品を製造する食料品製造業者及び「新富町名物」となり得る特産品の開発や地域資源を活用した飲食業者を対象に、「FOOD STYLE 九州（B to B）」や宮崎県商工会連合会が主催する「宮崎まるごとふるさと市場（B to C）」等において試食及びアンケート調査を実施し、調査結果を分析した上で、事業所にフィードバックし、商品改良等の支援を行う。

【調査手法】

上記展示商談会等で、経営指導員等が聞き取りの上、アンケート調査票へ記入する。

【サンプル数】

来場者（消費者、バイヤー）20件×2者

【調査項目】

①味、②大きさ、③価格、④見た目、⑤パッケージ等

【調査結果の活用】

調査結果は、経営指導員等が当該事業者に対して直接説明する形でフィードバックし、商品やパッケージ等の改良が必要とされる場合は専門家への相談も視野に入れつつ、経営分析及び事業計画策定につなげる。

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

これまで本会では、小規模事業者持続化補助金等申請支援や金融支援、税務支援等に付随する形で財務分析を実施していたが、今後は数値分析にとどまらず、事業者との「対話と傾聴」を通じた定性的な視点を加え、経営の本質的課題の把握に踏み込んだ総合的な経営分析へと発展させていくことが課題となっている。

(2) 目標

項目	現状	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度	R12年度
経営状況分析件数	54件	55件	55件	55件	55件	55件

(3) 事業内容

【対象者】

巡回指導や窓口相談において、経営分析の必要性や手法、活用方法などについて情報提供を行い、経営分析を行う小規模事業者の掘り起こしを行うと同時に、経営者自身が経営分析を行う重要性を理解してもらう。特に、地域特産品を製造販売している事業者には販路開拓や新たな販売方法を含めた事業計画策定のために自社の分析が必要であることを働きかける。

また、事業承継を検討している事業者についても、定量的・定性的双方の自社の状況を分析することが必要であることを認識してもらうよう働きかける。

【分析項目】

財務データを基にした「財務分析（定量的分析）」と対話と傾聴を強化しての「非財務分析（定性的分析）」の双方を実施する。

＜財務分析（定量的分析）＞

直近3期分の財務データによる、収益性・生産性・安全性・効率化 など

＜非財務分析（定性的分析）＞

経営者との対話を通じて、以下の分析手法を実施する。

①SWOT分析：内部環境の強み・弱みと外部環境の機会・脅威の整理・分析を行う。

内部環境	外部環境
●商品・製品・サービス ●仕入先・取引先 ●人材・組織・事業承継 ●デジタル化・IT活用状況 ●技術・ノウハウ等の知的財産 など	●商圏内人口・世帯・年齢層・人流 ●競合他社・市場動向・ニーズ ●社会情勢・技術革新 など

②ABC分析：売上高・利益・販売個数・コストなどの指標を大きい順にランク付けし、優先度を決めて管理を行う。

【分析手法】

＜財務分析（定量的分析）＞

事業者の状況や局面に合わせて、経済産業省の「ローカルベンチマーク」、「経営デザインシート」、独立行政法人中小企業基盤整備機構の「経営計画つくるくん」等のソフトや商工会が活用している「クラウド会計ソフトMA1」等を活用し、経営指導員等が経営分析を行う。

＜非財務分析（定性的分析）＞

SWOT分析のフレーム及びABC分析のパレート図で整理・分析を行う。

（4）分析結果の活用

分析結果を支援対象事業者にフィードバックし、経営者自身に自社の現状把握をしてもらい、今後の事業計画策定等に活用する。

また、分析結果は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

これまで本会では、巡回指導や各種セミナー、金融相談、小規模事業者持続化補助金申請支援等を通じて、事業計画策定の重要性について説明し、一定の事業者には理解が浸透してきたものの、その多くが補助金申請を主目的とした計画策定にとどまり、採択後の継続的な計画実行や経営改善にまで結び付いていないのが現状である。今後、小規模事業者や創業予定者、事業承継予定者が持続的に発展していくためには、地域の経済動向調査や個社別の経営分析結果を踏まえ、事業計画策定の本来の意義と重要性への理解を一層促すとともに、経営指導員等が伴走型で個々に応じた支援を継続的に行い、計画の実行・検証・改善まで一体的に支援していく体制を強化することが重要な課題となっている。

（2）支援に対する考え方

小規模事業者に対して、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、5. で経営分析を行った小規模事業者に対して個別で事業計画策定の重要性や策定ノウハウについて、巡回等で説明していくとともに、小規模事業者持続化補助金や新富町商工業振興補助金の申請等を契機として経営計画の策定を目指す事業者で、実現可能性が高く、販路拡大に繋がる計画を選定し、事業計画の策定に繋げていく。

また、創業予定者や事業承継予定者についても同様に事業計画策定を支援していく。

(3) 目標

	現 状	R8 年度	R9 年度	R10 年度	R11 年度	R12 年度
①事業計画策定件数	35者	35者	35者	35者	35者	35者
②創業計画策定事業者数	—	2者	2者	2者	2者	2者
③事業承継計画策定事業者数	—	1者	1者	1者	1者	1者

(4) 事業内容

①事業計画策定支援

経営分析で明らかになった自社の強み・弱み・機会・脅威や地域の経済動向、需要動向などを基に、事業計画の策定を行って小規模事業者の経営基盤の強化を図る。巡回訪問・窓口相談を通じて、事業計画策定の重要性を小規模事業者に理解してもらうことで、事業計画策定を行うとともに、策定した計画を事業者が不安なく実施できるよう伴走型による支援を行っていく。

【対象者】

経営分析を実施した事業者の中から、実現可能性が高く販路拡大に繋がる事業者を支援対象とする。

②創業計画策定支援及び③事業承継計画策定支援

本町においては、町独自の補助事業である創業補助金制度があり、本会においても町の補助事業に併せて、「新富町商工会個別創業塾」の支援体制が整備されており、創業予定者に対して、寄り添った創業計画書の策定支援を実施する。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や各分野での専門家と連携し、親族内や第三者への円滑な事業承継に向けての計画策定の充実を図っていく。

【対象者】

経営分析等を実施した創業予定者及び事業承継予定者の中から、計画策定の必要性の高い事業者を支援対象とする。

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

これまで本会では、小規模事業者への巡回・窓口相談を通じて、持続化補助金等の採択を受けた計画のフォローアップ支援は行っていたが、補助事業終了とともに支援が途切れるケースも多かった。

今後、小規模事業者の持続的発展を図るためには、3～5年間の事業計画の進捗管理を定期的・継続的に実施し、PDCAサイクルを確立して計画の実効性を高めることが重要となっている。

(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フォローアップ支援の対象とする。原則、計画策定後、4半期に1回巡回訪問によるフォローアップを実施することとするが、事業者の進捗状況により、訪問頻度の調整も行う。

(3) 目標

項目	現 状	R8 年度	R9 年度	R10 年度	R11 年度	R12 年度
①フォローアップ 対象事業者数	44件	38件	38件	38件	38件	38件
②フォローアップ 延回数	129回	146回	146回	146回	146回	146回
③売上増加目標の 達成者数	23者	25者	25者	25者	25者	25者

※フォローアップ対象事業者数については、令和6～7年度に町独自の商工業者向け補助金等の申請が集中したことにより、現状（44件）が一時的に高い水準となっている。

しかし、令和8年度以降は補助金採択件数の平準化が見込まれるため、対象件数は中長期的に安定水準（38件前後）へ推移することが想定される。

また、強化すべき支援の質を維持し、経営指導員等の伴走支援の実効性を確保するため、対象件数を適正規模に設定している。このため、現状値よりも目標値が低くなっている。

(4) 事業内容

事業計画を策定した事業者を対象に、経営指導員が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。頻度については、事業計画策定事業者は四半期に一度、創業計画及び事業承継計画策定事業者については年に2回とする。

○事業計画策定事業者 35者×年間4回＝延べ140回

○創業及び事業承継事業者 3者×年間2回＝6回

ただし、事業者からの申出や進捗状況が思わしくない、事業計画とズレが生じているなどフォローアップの強化が必要と判断した場合は、頻度を増やすなど臨機応変に対応する。

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

本会では、令和6年度から西都児湯地区6商工会の合同事業として「西都児湯地区商工会合同物産市」の主催や宮崎県商工会連合会等が主催する展示商談会等への出展提案など、新たな需要の開拓に寄与している。また、令和7年度には11月に福岡県で開催された「FOOD STYLE 九州」に参加し、バイヤー向けの商談会出展支援にも取り組んでいる。更には、より効果を高めるため、中小企業庁の制度改正等の課題解決環境整備事業を活用し、展示商談会参加に向けての事前準備等の専門家指導も実施した。

しかしながら、展示商談会への出展支援や物産市の開催等により一定の成果が見られるものの、参加事業者の多くが単発的な出展にとどまり、得られた商談機会を実際の継続取引や受注拡大に十分結び付けられていない状況にある。また、商品コンセプトの整理、価格設定、パッケージデザイン、販促資料の整備、バイヤー対応力など、販路開拓に必要な基礎的スキルに事業者間でばらつきがあり、商談時の成約率向上やリピーターの獲得に課題を残している。さらに、商談後のフォローアップ体制が十分に構築できておらず、成約までの継続的な伴走支援が十分とは言えない。今後は、事前準備から商談、アフターフォローまでを一貫して支援する体制を強化し、展示商談会を「参加の場」から「実質的な販路開拓に結び付ける場」へと高めていく必要がある。

(2) 支援に対する考え方

これまで成果の上がっている、展示商談会等への参加については継続して出展支援を行い、新たな需要の開拓に寄与する。出展にあたっては、経営指導員等が中心となり、専門家の活用も図りながら事前支援、出展期間中の同行支援、事後支援などきめ細やかな伴走型支援を行い、取引成立の実効性を高める。

なお、支援対象は、需要動向調査等を通じて事業計画を策定した事業者で、地場産品（野菜・果物、地鶏、鰻等）の加工品を製造する食料品製造業者及び「新富町名物」となり得る特産品の開発や地域資源を活用した飲食業者とする。

(3) 目標

項目	現状	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度	R12年度
①展示即売会出展事業者数	—	3者	3者	3者	3者	3者
②売上額/社	—	10万円	10万円	10万円	10万円	10万円
③商談会出展事業者数	—	2者	2者	3者	3者	3者
④成約件数/社	—	1件	1件	2件	2件	2件

(4) 事業内容

本事業では、「(3) 目標」で設定した①展示即売会及び③商談会への出展目標に対応させ、以下の2区分に整理して実施する。

①展示即売会（B to C）出展支援事業

県内外の一般消費者に直接販売できる展示即売会へ出展し、商品の認知度向上とテストマーケティングを実施する。

【目的】

- ・一般消費者の声を反映した商品力の向上
- ・新商品の市場性検証
- ・継続的な販売先（空港ショップ等）の獲得

【対象展示会】

「宮崎まるごとふるさと市場」

毎年、宮崎空港ビル株が空港内で開催する販売会であり、県内から選りすぐりの逸品が集められる事業である。宮崎の空の玄関口で開催される展示会で入場客も多く、良い商品であれば、空港ショップでの継続的な販売取引獲得も期待できる。

【支援内容】

事前にFPCシートの提出が必要となることから、経営指導員等が作成支援を行い、販路拡大を計画している既存・新商品の新たな需要の拡大を支援する。

なお、経営指導員等と専門家が連携して、展示レイアウト等の事前指導、顧客の評価・反応を分析した上での商品改良検討などの事後指導を実施する。

③商談会（B to B）出展支援事業

小売業、卸売業、食品バイヤー等との商談機会を創出し、継続的な受注拡大を目指す。

【地場商談会】（地域バイヤーとの商談会）

「みやざき地場産品商談会」

毎年、宮崎市内で宮崎県商工会連合会が主催している商談会で、東京都等から5社程度のバイヤーが参加している。近隣の宮崎市での開催や完全予約制の個別商談であるため、商談会参加経験の乏しい小規模事業者も参加しやすい商談会となっている。

【支援内容】

事前にFPCシートの提出が必要となることから、経営指導員等が作成支援を行う。事後にはバイヤーによる評価シートが宮崎県商工会連合会から提供されるため、事業者とともに評価の分析を行い、商品改良の参考とする。

【広域商談会】(本格的販路開拓を目指す商談)

「FOOD STYLE 九州」(福岡県)

毎年11月に福岡県にて開催される、九州最大級の小売・中食・外食業界の販路拡大をするための展示商談会であり、1,300社程度の出展があり、約16,000名の来場者があることから、新規販路の獲得に最も有効な展示会である。

【支援内容】

出展する小規模事業者には、パンフレットや商品説明書、販促グッズなどの準備や、バイヤーへのアピール方法などの事前指導(専門家派遣事業)を行い、より成約につながるような支援を実施する。また出展後には、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。

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

経営発達支援計画の評価については、新富町産業振興課長補佐、外部有識者(中小企業診断士)、本会法定経営指導員で「新富町商工会経営発達支援事業等協議会」を組織し、実施状況、成果の評価等見直しを行ってきた。

事業に関する評価や検証、見直しを行ってきたが、より効果的な実行に向けた方策の見直しにまでは至らなかった。今後は、協議会にてより具体的な方策の策定を実施し、小規模事業者への支援強化に繋がるような計画に作り上げていく必要がある。

(2) 事業内容

本会の理事会と併設して、新富町産業振興課長補佐、外部有識者(中小企業診断士)、本会法定経営指導員をメンバーとする「新富町商工会経営発達支援事業等協議会」を年に1回開催し、経営発達支援事業の進捗状況の確認と評価、見直し及び具体的な方策について協議する。本協議会での評価や見直し策の案については、本会の理事会に報告した上で、事業実施方針等に反映させるとともに、ホームページへの掲載をすることで、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

宮崎県商工会連合会が実施している職種別研修会(経営指導員向け研修や経営・情報支援員向け研修)への参加やその他関係機関(宮崎県や中小企業基盤整備機構など)が実施している各種研修会へ参加し資質向上を図っている。

しかしながら、職員間(経営指導員と経営・情報支援員)や経験年数などによって、支援スキルの違いが出てきており、その差を埋めていく必要がある。また、地域内には多種多様な事業者がおり、それにより支援に関する難易度が異なり、高度な支援が必要な事業者も存在する。

今後、多種多様な支援に応えられるよう、職員の資質向上と支援スキルの共有が重要と思われる。
また、今後D X推進に向けた職員の知識習得は重要な課題である。

(2) 事業内容

①外部講習会等の積極的活用

経営指導員や経営・情報支援員の支援能力の向上のため、宮崎県商工会連合会などが主催する「経営支援能力向上研修」や「WEB研修」などに積極的に参加し、小規模事業者の経営や支援制度に関する最新情報、売上拡大、経営力強化等に向けた支援ノウハウを習得する。

②D X推進に向けたセミナーへの参加

喫緊の課題である地域事業者のD X推進への対応にあたっては、経営指導員及び経営・情報支援員の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D X推進取り組みに係る相談・指導能力向上の為のセミナーについても積極的に参加する。

<D X推進に向けたIT・デジタル化の取組>

ア) 業務効率化等の取組

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) 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。

③O J T制度の導入

経営指導員と経営・情報支援員がチームを組むことにより、指導・助言・情報収集方法を学ぶなどO J Tによる伴走型の支援能力を高める。また、職員間で事業計画策定事業者への指導事例を共有することで組織全体としての支援能力の向上を図る。

④職員間の定期ミーティングの開催

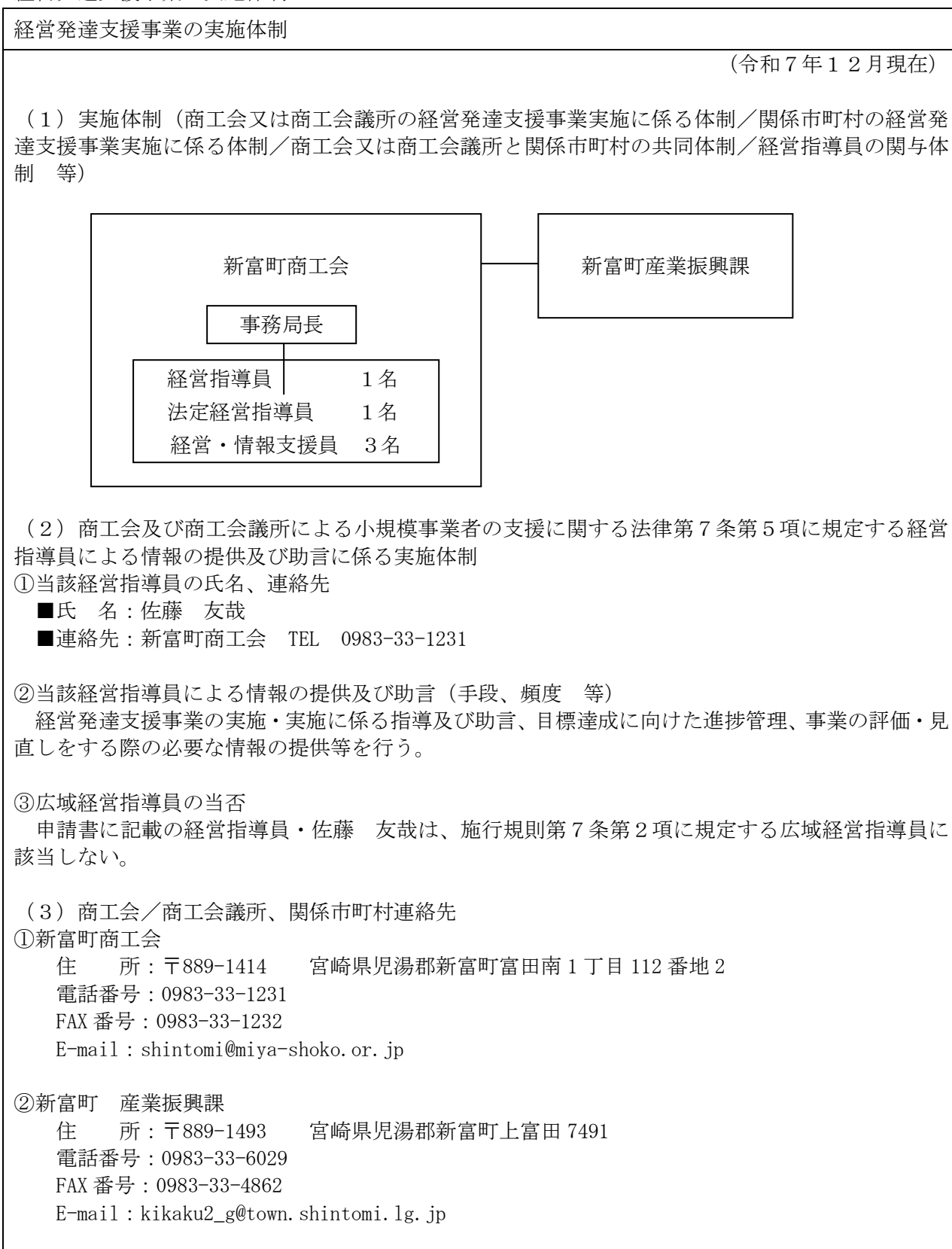
事務局においては、経営支援・事業運営等に関するミーティングを原則月1回実施し、個別事業者に関する支援の履歴や支援情報、支援ノウハウの共有化を行うことで、職員の支援能力向上を図る。

⑤データベース化

経営指導員等が経営支援システム上でデータ入力を適時・適切に行い、支援中の小規模事業者の状況を職員全員が相互共有できるようにすることで、担当職員以外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



(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	3,170	3,170	3,170	3,170	3,170
専門家謝金	100	100	100	100	100
専門家旅費	20	20	20	20	20
ソフトウェア・サービス費	50	50	50	50	50
展示会等出展費	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
自己資金(会費収入、各種手数料収入)、国・県・町の補助金等。

(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。

