経営発達支援計画の概要

実施者名 （法人番号）	高鍋商工会議所　（法人番号 7350005001836） 高鍋町　（地方公共団体コード　454010）
実施期間	令和 6 年 4 月 1 日～令和 11 年 3 月 31 日
目標	①　小規模事業者による事業計画策定及び実行による持続的発展 ②　ＤＸ推進による小規模事業者のＩＴリテラシーの向上 ③　小規模事業者の販路開拓と地域ブランドの推進 ④　高鍋町及び宮崎県内の地域資源を活かした賑わいの創出
事業内容	1. 地域経済動向調査に関すること ①地域の経済動向分析の実施 ②県内企業景況調査 ③ＬＯＢＯ調査 ④通行量調査 ⑤景気動向調査 2. 需要動向調査に関すること ①既存商品のブラッシュアップアンケート 展示会・商談会参加時のアンケート調査の実施 3. 経営状況の分析に関すること ①経営分析を行う事業者の発掘 ②経営分析の実行支援 4. 事業計画の策定支援 ①DX推進セミナー・IT専門家派遣の実施 ②事業計画策定セミナーの開催 5. 事業計画策定後の実施支援 ①事業計画策定者へのフォローアップの実施 ②高度な課題解決が必要な場合の専門家派遣の実施 6. 新たな需要の開拓支援 ①ＢtoＣ出店事業者支援 ②ＢtoＢ大規模展示会出展支援 ③ＢtoＢ個別商談会 ④ＳＮＳ活用（ＢtoＢ、ＢtoＣ） ⑤ＥＣサイト利用（ＢtoＣ） ⑥自社ＨＰによるネットショップ開設（ＢtoＣ）
連絡先	高鍋商工会議所　中小企業相談所 〒884-0006　宮崎県児湯郡高鍋町大字上江 8335 番地 2 ＴＥＬ0983-22-1333　ＦＡＸ0983-23-3159 E-mail　tcci@miyazaki-cci.or.jp 高鍋町　地域政策課 〒884-8655　宮崎県児湯郡高鍋町大字上江 8437 ＴＥＬ0983-26-2015　ＦＡＸ0983-23-6303 E-mail　chiikiseisaku@town.takanabe.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）地域の現状及び課題

①-1. 高鍋町の現状

宮崎県児湯郡高鍋町は、宮崎県中央部海岸沿いに位置。宮崎平野の北部にあたり、町内全域が沖積平野および洪積台地である。中央部を一級河川小丸川と宮田川が流れ、周囲三方を大地に囲まれている。町域は東西１０km、南北６km 面積 43.8 平方キロメートルで、宮崎県内の自治体としては最も狭い行政区である。人口は令和５年９月現在で 19,259 人世帯数は 8,665 世帯。



隣接の行政区は西都市・新富町・木城町・川南町である。

古くは高鍋藩の城下町として栄え現在も町内ところどころにその面影を偲ばせる。一般町民も学ぶことが出来た藩校明倫堂からは、明治期には多くの偉人を輩出し、町としては古くから「歴史と文教の城下町」をテーマに掲げている。

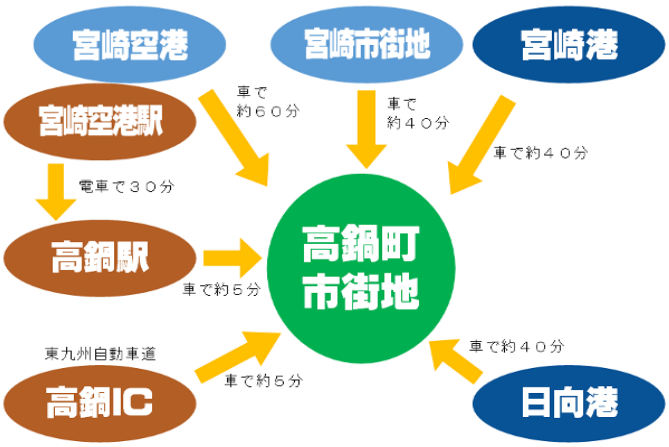
町内には二つの小学校と中学校、県立高校２校と県立農業大学校を有し、

小学生　１，０１８人
中学生　　５８０人
高校生　　８２４人
農大生　　１１４人

合計２，５３６名が高鍋町内で学んでいる。５年前と比較すると約１５％減少。

高鍋町内には国・県・教育機関等の出先機関が多く、約５００人が町内勤務をしている。

地理的には国道・県道が放射状につながり交通の要所でもあることから、商業の一大集積地となっている。



①-2. 高鍋町の大きなイベント

・高鍋城灯籠まつり

高鍋商工会議所青年部が中心となり、平成１３年に第１回が開催。以後毎年１０月に高鍋城址周辺にて開催。

高鍋城灯籠まつりは、高鍋の誇りである名君「秋月種茂公」が設立した、藩校「明倫堂」の教えである「人の道」を育む心「精神文化」に明かりを灯し、受け継ぎ伝えていくためのまつりである。

２万基前後の灯籠を並べ幻想的な雰囲気を演出している。開催期間中では約４万人の来場者がある。

高鍋商工会議所としては、いくつかの部門の運営の運営を執り行っており、特に物産出店関係等を担当し、管内小規模事業者の出店のお手伝いを行い販路開拓につなげている。



①-3. 高鍋の地場産品が購入できる施設

・高鍋温泉　めいりんの湯

平成１３年にオープン。高鍋商工会議所も出資しており第三セクターで運営していたが、平成 30 年民営施設となった。温泉と併設して、レストランと地場産品の販売スペースも有する施設。

来場者数は、令和 2 年度　52,153 人、令和 3 年度　81,797 人、令和 4 年度　70,231 人となっている。





・ママンマルシェＴＡＫＡＮＡＢＥ

高鍋町の誘致企業で平成２９年１２月高鍋町持田の国道１０号線沿いに道の駅的店舗をオープンした。地元の野菜を原料とした菓子の製造工場の他、レストラン・売店の営業も行う。

商工会議所としては、用地取得・テナント業者・納めの業者の紹介など、出店のためのサポートを行っている。

国土交通省の調査、令和３年度全国道路・街路交通情によると、店舗前の平日１日あたりの交通量は１８，３８３台。朝８時から夜８時までの１２時間では１９，８４６台である。



①-4. 近年の高鍋における出来事

（株）宮崎キャノン



2019年4月に、農業系の私立大学跡地に世界的企業であるCanonの工場が新設された。約1000人の方々が就労し、人口20,000人満たない町にとって大きな出来事であった。今後も従業員の地元採用を公言しており、地域の雇用安定に貢献している。

売上高512億円（2022年12月31日実績）

（株）マチツクル



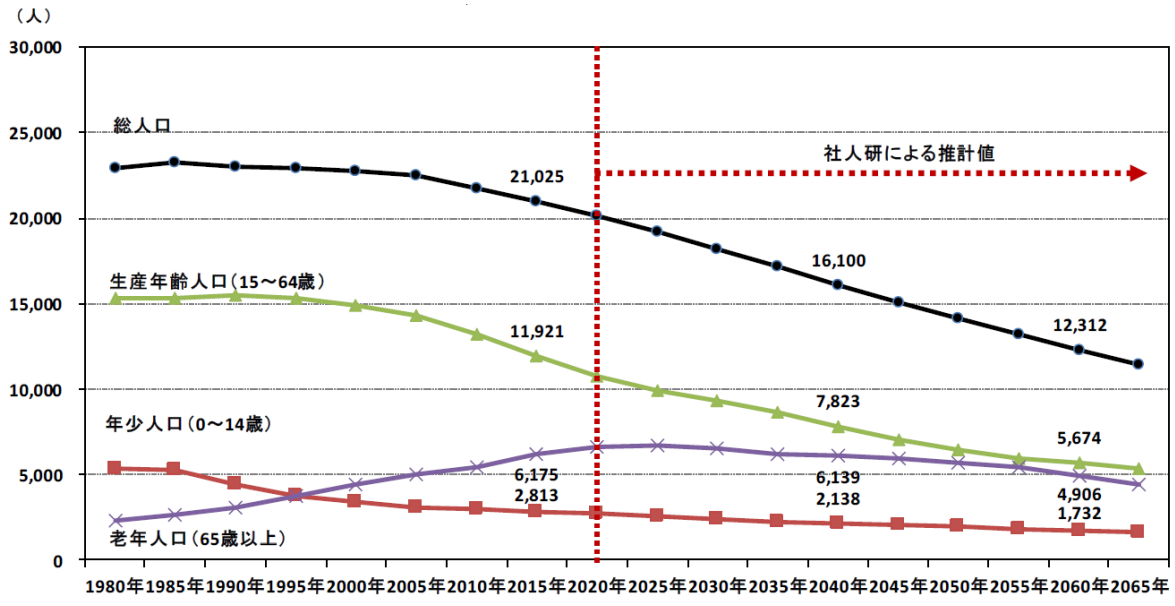
高鍋町内の空き店舗や空き家の利活用、城下町のまちなみ景観再生などを目的に、町内９の事業所が出資し2020年に設立。民間事業者の連携による、高鍋の市街地の価値向上活性化に向けての活動を行っている。

写真は左から、現会頭井上・元会頭高鍋町長黒木・マチツクル代表那須・前会頭増田。

①-5. 高鍋町の人口（推移）

高鍋町人口ビジョン改訂版令和2年3月によると、総人口は減少しており、2060年（令和42年）には、2015年（平成27年）に対して58.6%に減少、生産年齢人口は減少しており、2060年（令和42年）には、2015年（平成27年）に対して47.3%に減少、年少人口は減少しており、2060年（令和42年）には、2015年（平成27年）に比べ61.5%に減少、老年人口は2025年（令和７年）までは増加するものの、その後は減少に転じ、2060年（令和42年）には、2015年（平成27年）に対して79.0%に減少すると予測されている。

【図１】年齢３区分別人口の水位と将来推計（高鍋町人口ビジョン改訂版令和2年3月より）



		実績値	推　計　値								
		2015年	2020年	2025年	2030年	2035年	2040年	2045年	2050年	2055年	2060年	2065年
人口（人）	総　人　口	21,025	20,130	19,200	18,195	17,155	16,100	15,080	14,115	13,205	12,312	11,428
	年少人口（0～14歳）	2,817	2,721	2,568	2,400	2,252	2,138	2,039	1,935	1,835	1,732	1,640
	生産年齢人口（15～64歳）	11,999	10,785	9,920	9,289	8,660	7,823	7,053	6,453	5,945	5,674	5,383
	老年人口（65歳以上）	6,209	6,624	6,713	6,507	6,242	6,139	5,988	5,727	5,425	4,906	4,405
割合（%）	年少人口割合（0～14歳）	13.4	13.5	13.4	13.2	13.1	13.3	13.5	13.7	13.9	14.1	14.4
	生産年齢人口割合（15～64歳）	57.1	53.6	51.7	51.1	50.5	48.6	46.8	45.7	45.0	46.1	47.1
	老年人口割合（65歳以上）	29.5	32.9	35.0	35.8	36.4	38.1	39.7	40.6	41.1	39.8	38.5

2015年時点での高鍋町の人口は21,025人であり、2025年の人口予測が19,200人である。2023年現在の人口は19,259人。予想より減少スピードが速い。今後は5年ごとに1,000人弱の人口が減少していくことが予想されている。

通勤通学流動

高鍋町の通勤・通学流動をみると、通勤・通学先は宮崎市、川南町、新富町、西都市、木城町、都農町、日向市の順に多く、通勤・通学してくる人は宮崎市、川南町、新富町、西都市、木城町、都農町の順に多くなっている。

都農町、川南町、木城町へ通勤・通学する人よりも、これらの市町から高鍋町へ 通勤・通学してくる人が多く、雇用の場や教育の場を高鍋町がより多く提供していることが分かる。また、宮崎市、川南町、新富町との通勤・通学流動がとびぬけて多く、一体的な生活圏を形成しているものと思われる。

（単位：人）

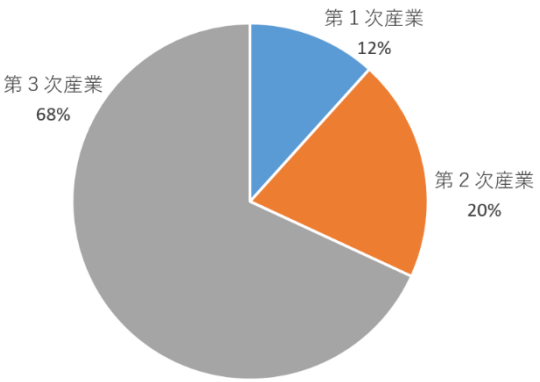
	総数	15歳以上就業者	15歳以上通学者
当地に常住する就業者・通学者	11,019	9,849	1,170
自市町村で従業・通学	6,226	5,424	802
他市区町村で従業・通学	4,661	4,310	351
県内	4,586	4,250	336
宮崎市	1,527	1,264	263
都城市	30	29	1
延岡市	52	44	8
日南市	3	2	1
小林市	6	5	1
日向市	120	114	6
串間市	1	1	－
西都市	584	550	34
三股町	5	5	－
高原町	2	2	－
国富町	38	38	－
綾町	6	6	－
新富町	741	735	6
西米良村	2	2	－
木城町	408	408	－
川南町	850	849	1
都農町	205	190	15
45421 門川町	6	6	－
他県	61	47	14

（単位：人）

	総数	15歳以上就業者	15歳以上通学者
当地で従業・通学する者	10,655	9,168	1,487
自市町村に常住	6,226	5,424	802
他市区町村に常住	4,283	3,616	667
県内	4,265	3,598	667
宮崎市	1,080	962	118
都城市	21	9	12
延岡市	34	25	9
日南市	4	4	－
小林市	9	5	4
日向市	89	74	15
串間市	1	－	1
西都市	463	414	49
えびの市	2	1	1
三股町	1	1	－
高原町	3	3	－
国富町	36	30	6
綾町	9	5	4
新富町	729	616	113
木城町	455	389	66
川南町	950	764	186
都農町	368	290	78
門川町	7	5	2
諸塚村	1	－	1
高千穂町	2	1	1
日之影町	1	－	1
他県	18	18	－

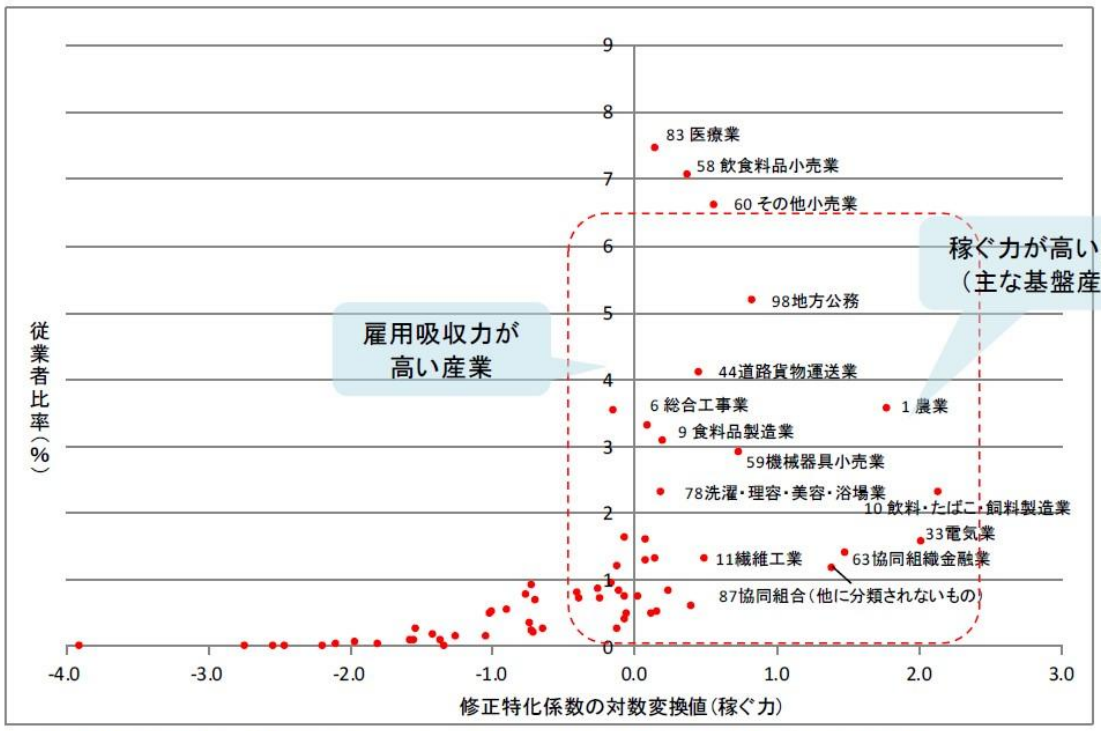
①-6. 高鍋町の産業構造等

高鍋町における産業別の就労者の割合数は、右図（総務省：統計ダッシュボードより）の割合であり周辺の市町村と比べても第3次産業が多めではあるが大差はない。



第6次高鍋町総合計画後期基本計画によると、本町の産業特性として、医療業、飲食料品小売業、その他小売業、地方公務、道路貨物運送業、農業、総合工事業、食料品製造業等の従業者比率が高く、これらの産業が地域の雇用を支えている。

地域の「稼ぐ力」を表す修正特化係数は飲料・たばこ・飼料製造業、電気業、農業、協同組合組織金融業、協同組合で高く、これらの産業が本町において外貨を稼いでいる基盤産業となっている。



資料：「地域の産業・雇用創造チャート（2018 年（平成 30 年）12 月 14 日）総務省」

・高鍋商工会議所における事業所数の推移

	2019年3月末	2023年3月末	増減
事業所数	1,312	1,293	1.5%減
小規模事業者数	1,021	1,081	5.9%増
会員数	689	725	5.2%増

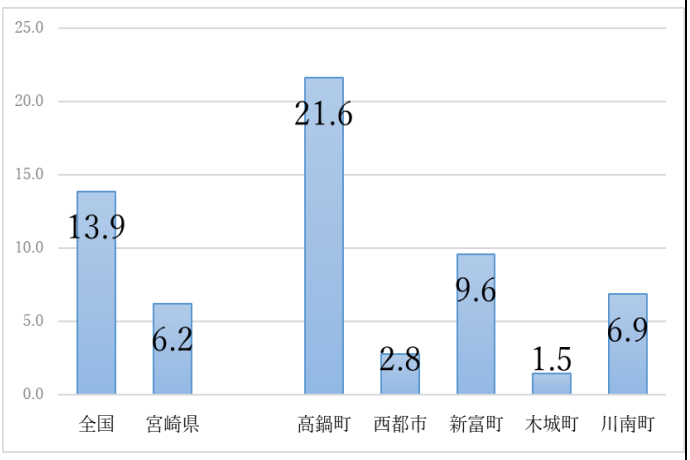
高鍋商工会議所管内における小規模事業者数は、データ上増加した数字となっている。これは新型コロナウイルス感染症に伴う各種対策施策を、高鍋商工会議所が誠意をもって事業者支援に尽力し、小規模事業者数の相談が増加したことで、実数把握が進んだことが大きな要因である。

ここでの数字は増加しているが、商店街の小売店舗等は減少しているため、小売業やサービス業は厳しい経営状況になっているものと思われる。

・管内小規模事業者の所得状況

控除前所得金額	平成２３年		平成２９年		令和４年	
	事業者数	割合	事業者数	割合	事業者数	割合
100 万未満	19	23.2%	32	33.0%	44	45.3%
100 万～199 万	24	29.3%	28	28.9%	22	22.7%
200 万～299 万	21	25.6%	20	20.6%	18	18.6%
300 万～399 万	8	9.8%	11	11.3%	9	9.3%
400 万以上	10	12.2%	6	6.2%	4	4.1%

高鍋商工会議所の決算指導先の所得によると、平成２３年と平成２９年、令和４年を比較すると、控除前の所得金額が１００万円を下回る事業所が最も増加している。今後も売り上げや利益の減少が予測され厳しい経営状況が続く小規模事業者が出てくるものと推察される。



・高鍋町の特色

隣接市町村である市町と比較して、事業所密度はかなり高く、高鍋町は周辺市町の商業集積地といえる。行政区分としては「町」でありながら、全国平均の約１．５倍、県平均の約３倍の密度で事業所が存在する。

①-7. 高鍋町の商工業振興の方針

第6次高鍋町総合計画後期基本計画内の商工業の振興には、具体的な数値目標はないものの高鍋町と高鍋商工会議所が連携し商工業の振興に尽力することになっており、現在様々な面において連携協力を行っている。

（１）商工業の振興

【高鍋商工会議所が一部担う内容部分の抜粋】

１）目標①経営基盤の強化

【第6次総合計画前期計画　実績等と課題】（◎実績など・▼課題）

◎次代を担うリーダー・後継者の人材育成【地域政策課】

高鍋商工会議所との連携により、会議所青年部や女性会をはじめ、企業経営者・後継者で構成するＳＳグループ、地場産業振興会 、餃子のまち高鍋推進協議会 等商工関係団体の活動を支援した。会議所主催の研修会、各々の団体による講習会・先進地視察研修等の実施に伴い、各団体の組織強化とともに次代を担うリーダー・後継者の育成に寄与した。

◎各種融資・資金制度の周知・活用【地域政策課】

高鍋商工会議所（中小企業相談所）による経営改善普及事業（記帳指導、経営支援、金融斡旋、講習会・研修会の開催等）を推進するため、支援を行った。経営・金融・税務等の相談事業や融資・補助制度の周知・活用が促進され、中小企業・小規模事業者の経営改善・安定に寄与した。

◎特別融資制度保証料の補助事業の実施【地域政策課】

町内の中小企業、小規模事業者に対し、事業経営上必要な資金融資の円滑化を図るための特別融資制度を金融機関と協働して 経営基盤整備を支援した。

◎新型コロナウイルス感染症に伴う支援事業の実施【地域政策課】

新型コロナウイルス感染症に伴い、影響を受けた 町内の中小企業、小規模事業者に対し、

緊急経済対策支援金、緊急対策貸付利子補給金、事業継続支援金などを支給し 、経営基盤の強化を図った。

▼新たな生活様式に対応した経営基盤の強化【地域政策課】
新型コロナウイルス感染症の影響を受けて、地域経済を取り巻く環境は 最悪の 状況下にあり、中小企業・小規模事業者に対する経営支援を強化していく必要がある。新しい生活様式に対応した新たな販売方法・サービスの提供方法を始め、新商品・サービスの開発、生産方法の改善など 環境の変化に対応した新たな取り組みを展開できるよう、国・県の施策や**高鍋商工会議所と連携**し、継続的な支援を行っていく必要がある。

▼次代を担うリーダー・後継者の人材育成【地域政策課】
国・県の施策と連携した経営改善・安定のための支援とともに、次代を担う後継者が意欲をもって事業を展開していくため、集客力アップに向けた取り組みを強 化していく必要がある。

▼各種融資・資金制度の拡充【地域政策課】
新型コロナウイルス感染症の影響を受け、中小企業・小規模事業者の経営基盤が厳しい状況にあり、 各種融資・資金制度の必要性が高まっている。事業者の実情に合わせて 各種融資・資金制度を拡充し着実に実施していく必要がある。

【施策（目標）を達成するための役割分担】
◆町が取り組むこと
●商工業者の人材育成に取り組む**高鍋商工会議所を支援**します。
●高鍋商工会議所など関係機関との連携による相談体制の充実を図るとともに、新しい生活様式に対応した経営基盤の強化のための支援を行います。
●中小企業の経営改善・安定のため、融資制度等の充実を図り、活用を促進します。
◆町民・事業者等としてできること
●消費者ニーズに対応したサービス、商品開発を推進します。
●起業や就業のための知識や技術を学びます。
●後継者の育成・指導と、従業者の能力向上に努めます。

2）目標②商店街の活性化
【第6次総合計画前期計画　実績等と課題】（◎実績など・▼課題）
◎空き店舗の活用【地域政策課】
まちなかチャレンジショップ事業を活用した新たな事業者の出店により空き店舗を活用した。
◎商店街の活性化【地域政策課】
商店街にぎわい創生事業として「夕やけ市」にイベント補助を行った。夕やけ市は、近隣神社の夏祭り に先駆けて 開催されることから、来場者の導線確保の役割を担っており集客も多く、商店街の活性化が図られた。
◎高鍋町プレミアム付商品券の発行による商店街の活性化【地域政策課】
新型コロナウイルス感染症の感染拡大により影響を受けた飲食店及び事業者を支援するため、高鍋町プレミアム付商品券を発行し消費喚起を促し商店街の活性化が図られた。
◎新型コロナウイルス感染症の感染防止対策の徹底【地域政策課】
高鍋町内の飲食・宿泊関係三団体が店舗等の利用者への安心の提供と感染拡大防止のため、「ガイドライン遵守に取組む共同宣言」を行い、感染防止対策を徹底するとともに、毎月１日を「県内一斉ガイドライン点検の日」とし、町内の店舗等の巡回啓発を行い、ガイドライン遵守の徹底を図った 。
◎魅力ある商店街のまちなみ景観維持・形成事業の展開【地域政策課】
城下町高鍋らしい魅力ある商店街のまちなみ景観の維持・形成を目的とし、土地・建物の有効活用策に必要な、専門家からの助言を含めるものとし、令和２年度から実施。対象地区は立花商店街、本町一番街、中町名店会、中央とおり会の区域となり、令和２年度は２件実施、良好な商店街のまちなみ景観の形成を図った 。

▼商店街まちなみ景観形成の推進【地域政策課】
事業の趣旨は周知されているものの、店舗の外観改修事業には多額の費用を要するとともに、後継者や新規出店者確保の問題がある。当面は、民間事業者と連携しながら空き家・空き店舗の改修を進めていく 。
また、対象を商店街に限定しているため、対象外地域への対応についても検討していく必要がある。

▼新しい生活様式に対応した商店街の活性化【地域政策課】
新型コロナウイルス感染症の感染拡大に伴い、商店街の来客者数が大幅に減少しており、商店街の存続の危機となっている。毎月１日の「県内一斉ガイドライン点検の日」を始めとした、感染防止対策の徹底や消費喚起に向けた事業など商店街を活性化させる事業を、展開する必要がある。

【施策（目標）を達成するための役割分担】
◆町が取り組むこと
●城下町高鍋らしい魅力ある商店街づくりを促進するための支援を行います。
●商店街の空き店舗対策やイベント等への支援を行います。
◆町民・事業者等としてできること
●地元商店街等の活性化を図るため、地元の商店での購入や利用に努めます。
●新型コロナウイルス感染症の感染拡大防止のため徹底したガイドラインの遵守により感染防止対策の強化に努めます。
●消費者ニーズに対応したサービス、魅力ある店づくりに努めます。
●まちなかの賑わいづくりに協力します。

3）目標③地場産業の振興
【第6次総合計画前期計画　実績等と課題】（◎実績など・▼課題）
◎地場産品のＰＲ、開発、販路拡大【地域政策課】
高鍋商工会議所や地場産業振興会と連携し、姉妹都市及び大都市圏で開催される物産展等に参加することで、高鍋町の地場産品のＰＲを図った。また、地場産品の販売促進・ＰＲ、新商品の開発等の取り組みを展開し、地場産業の振興が図った。
◎高鍋ブランドの製品開発【地域政策課】
新商品の研究開発、需要の開拓、販路の拡大等を目的として行う事業に対し、地場産業振興対策補助金を交付し、新商品の開発促進を図った。

▼地場産業の振興【地域政策課】
地場産品のＰＲ促進を図るため、地場産業振興会では県内外で開催される物産展等に参加しているが、旅費等必要経費のほとんどが参加者負担となるため、姉妹都市及び大都市圏で開催される物産展等に会員の参加が少ない状況がある。旅費やＰＲ経費について支援を検討する必要がある。

【施策（目標）を達成するための役割分担】
◆町が取り組むこと
●地場産品のＰＲ促進を図ります。
●新商品開発や新規事業進出のための支援を行います。
◆町民・事業者等としてできること
●町内で生産・製造された製品等への理解を深めます。
●新たなサービスや商品の開発に積極的に取り組みます。
●地場産品の地産地消やＰＲに協力します。

4）目標④起業・創業への支援
【第6次総合計画前期計画　実績等と課題】（◎実績など・▼課題）
◎新規創業（出店）への支援【地域政策課】
高鍋商工会議所（中小企業相談所）と連携し、既存の中小企業・小規模事業者とともに新規

創業（出店）予定者の相談に応じ、融資や補助制度の斡旋・活用等の支援を行った。また、町内商店街に存する空き店舗を活用して新たに出店する事業者に対しまちなかチャレンジショップ事業として家賃補助を行った。

▼新規創業と雇用創出【地域政策課】

新規創業や雇用の創出を図るため、商店街の景観形成・基盤整備、新商品開発、農商工・観光の連携による新たな事業展開が望まれる。また、新規創業者に対する更なる支援策についても検討が必要である。

【施策（目標）を達成するための役割分担】

◆町が取り組むこと

●起業・創業のための各種支援措置や経営相談等について、県や商工関係団体等と連携し、効果的な情報提供に努めます。

●窓口機能の充実を図ります。

●農商工・観光連携による新産業の振興を支援します。

◆町民・事業者等としてできること

●農商工連携や６次産業化による新たな産業の創出に努めます。

②課題

・地域や管内における産業別の状況、強み・弱み等を踏まえた課題等

１）小規模事業者の売り上げ・利益の減少対策

経営環境の変化により小規模事業者の経営状況が悪化している。経営資源の乏しい小規模事業者は、今後の対応策が見出せない事業所も多く見受けられる。

２）小規模事業者の減少対策

高鍋町においては事業者の約８割を小規模事業者が占めており、行政としても大きな課題としてとらえている。関係機関と協力し、魅力的な創業支援策の実施や事業承継支援を講じ、小規模事業者減少対策を積極的に進める必要がある。

３）周辺地域からの流入の促進

郊外型の大型店がこの１０数年多く出店してきている。当地は地理的な優位性があり町外から高鍋町にお買い物に来る消費者は近隣地域よりも多いが、消費者を町の中心部まで誘客することができておらず、中心商店街の売上収益につながるような仕組みが整っていないため、商店街の各個店が儲ける仕組みづくりや魅力ある商店街のまちなみ景観づくりを進める必要がある。

４）ＤＸ推進（ＩＴ能力の向上）

近年、情報通信技術の飛躍的な進化により、電子商取引など商業経営の近代化があらゆる場面において登場している。ＤＸ向けた取り組みは経営を継続していく上では避けて通ることができないものであり、小規模事業者においてもＩＴ・ＩＣＴ導入や各機能を扱うために必要な知識習得やスキル向上が重要と考える。

５）関係機関・関連団体等との連携

高鍋町における各機関、団体、事業者などが連携し様々な活性化のための事業を実施しているが、際立った効果をあげるに至っておらず、関係機関・関連団体等の有機的な連携による支援が求められている。

（２）小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

①１０年程度の期間を見据えて

地域の小規模事業者は、地域の商店街、中心市街地の活性化、雇用、文化、コミュニティなど地 域経済の循環を担う大変重要な役割を担っている。今後もそれは変わることなく、中小事業者の動向で、地域の活性化に多大な影響を及ぼすことは明確である。そのような点で持続可能な小規模事業者をより多く作り出すことが地域にとって最も重要であり、商工会議所の存在意義であると考える。

多くの地方が直面している少子高齢化問題がある中、新たな価値観・豊かさ・幸せを見出し時代に負けない小規模事業者育成に努める。

消費行動は大きく変化し、オンラインでのやり取りが今後ますます増加してくるものと考える。地方において都市圏と仕事をすることが身近になってきたことを地方におけるチャンスと捉え、小規模事業者がチャンスを逃さないよう高鍋町と連携を密にとり、小規模事業者支援に取組む。

②第６次高鍋町総合計画後期基本計画との連動性・整合性

高鍋町が策定している「第6次高鍋町総合計画後期基本計画」では、『歴史と文教の城下町「たかなべ」～対話でつながる豊かで美しいまちづくり～』を目指すべき姿とし「地域資源を生かした活気あふれるまちづくり」を地域産業のビジョンとして掲げている。

小規模事業者は、アフターコロナ、デジタル化、グローバル化、物価高などによる社会構造の変化により厳しい経営環境に直面している。

当所は、経済発展の主導的役割を果たすため、施策（目標）を達成するための計画と役割分担に沿って、関係機関との連携を密にしながら 小規模事業者の持続的発展を図る。また、様々な施策を活用し地域資源を活かした新商品開発、販路開拓を支援し小規模事業者の経営力強化と地場産業の発展を図る。

③高鍋商工会議所としての役割

高鍋商工会議所は、高鍋町全域を管轄とし、この地域における唯一の総合経済団体であり、国・県・町等が実施する小規模事業者のための各種支援策を普及促進させ、小規模事業者のニーズを行政に伝える役割が求められている。

また、小規模事業者が置かれている現在の厳しい経営環境下では、先導的役割が期待されており、今後は各事業者のレベルに応じた対話と傾聴を重ねることで信頼関係を構築し、自社の課題に対応していくため自己変革力の醸成が重要である。

地域経済の代表である高鍋商工会議所は、人口減少、事業所の減少、購買行動の変化等諸問題に対し、小規模事業者が将来的に安定した経営を続けていけるように支援を行う。

（３）経営発達支援事業の目標

高鍋商工会議所管内の現状及び課題と、これからの高鍋町の第6次総合計画後期計画を踏まえ、高鍋町、町内金融機関及び日本政策金融公庫、宮崎県信用保証協会や各種支援機関や関係団体と連携しながら、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上で、地域経済を支える小規模事業者の力を引き出しつつ以下の経営発達支援事業を推進し、持続的発展を続ける小規模事業者を数多く育成すすることで、高鍋町経済の振興と高鍋町の裨益に貢献することを目標とする。

① 小規模事業者による事業計画策定及び実行による持続的発展
② ＤＸ推進による小規模事業者のＩＴリテラシーの向上
③ 小規模事業者の販路開拓と地域ブランドの推進
④ 高鍋町及び宮崎県内の地域資源を活かした賑わいの創出

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

①小規模事業者による事業計画策定及び実行による持続的発展

小規模事業者が激変する経営環境の変化に対応し持続的発展に取組む上で、財務データ等から見える表面的な経営課題だけでなく、事業者との対話と傾聴を通じて経営の本質的な課題を事業者自らが認識することに重点を置き、経営課題の設定から課題解決を伴走支援で行う。経営者や従業員との対話を通じて潜在力を引き出すことにより、個社にとどまらず地域全体で課題に向き合い、自己変革していく機運を醸成する。

②ＤＸ推進による小規模事業者のＩＴリテラシーの向上

情報通信技術が飛躍的に発達した現代においては、小規模事業者にとってもＤＸ化は避けられない。当所では、ＩＴ・デジタル技術の活用を促すためにＤＸ推進セミナーを実施し、高度な案件に関しては、ＩＴの専門家を派遣しフォローアップを行い、小規模事業者の競争力の維持・強化を目指す。

③小規模事業者の販路開拓と地域ブランドの推進

高鍋町では、地域の強みを活かした様々な商品があるにも関わらず、その魅力を広く発信する環境や能力が未だ整備されていないことが課題となっている。当所では、小規模事業者が自身の商品の魅力を認識しつつ、既存の商圏を超えて販路開拓に繋げていくためには何が必要となるかを自らが考えていくよう支援を行う。また、各小規模事業者がＰＤＣＡを円滑に回すことで、地域基盤の強化による高鍋町全体のブランド力向上に繋げることを目指す。

④高鍋町及び宮崎県内の地域資源を活かした賑わいの創出

地域の生産物・サービスの開発・改善を支援し、ＩＴ技術を利用した提供方法の推進や、地域外での様々な販路開拓支援、高鍋町内及び周辺地域の施設を活用した販路開拓の支援等を通して、域外需要を呼び込める魅力あふれる地域づくりに貢献する。

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］ 高鍋商工会議所としてはこれまで下記調査について取組んできた。

（１）県内企業景況調査　四半期ごとの景況調査

（２）ＬＯＢＯ調査（日本商工会議所早期景気観測調査）

（３）通行量調査（町内２ヶ所　本町一番街　中央とおり）

（４）町内景気動向調査

令和３年度より始めた高鍋商工会議所の独自調査。固定で町内５０社に調査依頼、内閣府の景気ウォッチャー調査と比較対象としている。

（５）受託事業等によって付随する調査

［課題］ （１）（２）に関しては、活用が余りなされておらず、相談業務における経営状況の分析の際も他のデータを活用することが多いように感じる。（３）に関してはコロナ以後実施できておらず今後は実施していきたい。（４）に関しては、このようなデータがあることを管内小規模事業者の方々に周知していく必要がある。調査票の回収に関しては現在ＦＡＸでの調査をしているがデジタル化によりタイムリーに情報提供を図っていきたい。

（２）目標

	公表方法 公表回数	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 地域の経済 動向分析	HP 年１回	―	１回	１回	１回	１回	１回
② 県内企業 景況調査	県連HP 年４回	四半期毎 15社	四半期毎 15社	四半期毎 15社	四半期毎 15社	四半期毎 15社	四半期毎 15社
③ ＬＯＢＯ調査	日商HP 年12回	毎月 ２社	毎月 ２社	毎月 ２社	毎月 ２社	毎月 ２社	毎月 ２社
④ 通行量調査	当所HP 年１回	－	年１回 ２ヶ所	年１回 ２ヶ所	年１回 ２ヶ所	年１回 ２ヶ所	年１回 ２ヶ所
⑤ 町内景気 動向調査	相談時 当所ＨＰ 年６回	２カ月毎 年６回	２カ月毎 年６回	２カ月毎 年６回	２カ月毎 年６回	２カ月毎 年６回	２カ月毎 年６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）

当地域において真に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）を活用した地域の経済動向分析を行い、年１回公表する。

【調査手法】経営指導員等が「ＲＥＳＡＳ」（地域経済分析システム）を活用し、地域の経済動向分析を行う。

【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県内企業景況調査

（一社）宮崎県商工会議所連合会の事業。中小企業経済環境対応支援事業の一環として、県内企業500社を厳選し、県内企業の景況並びに経済状況を収集・分析を行っている。

４半期に一回実施され、下記項目をヒアリング及びＦＡＸにより年４回実施・分析・公表を行う。

【調査対象】管内小規模事業者１５社をピックアップ(製造、建設、小売、サービス)

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

【調査方法】ヒアリングによる調査・回収

【分析方法】業種ごとの課題を抽出し、経営指導員が分析を行う。

③ＬＯＢＯ調査（日本商工会議所早期景気観測調査）の実施

【調査目的】全国商工会議所のネットワークのもと、地域や中小企業が 「肌で感じる足元の景気感」を全国ベースで毎月調査するとともに、月毎にテーマを設定して調査（例：設備投資や採用・資金の動向等）を実施・公表することにより、企業を取り巻く経営環境や直面する課題等の現状を示すデータとして、経済対策に関する政策提言・要望活動等に活用することを目的としている。

【実施主体】日本商工会議所

【調査対象】３３８商工会議所の協力により、約２，７００企業を対象に調査を実施

高鍋商工会議所は管内２企業を調査

【調査方法】調査協力商工会議所職員による調査配布・回収

【調査項目】ア．当月の業況 イ．売上 ウ．採算 エ．資金繰り オ．仕入単価

カ．販売単価 キ．従業員の状況 ク．自社が直面している経営上の問題

【公表日】　原則として調査付きの最終営業日　日商HP

④通行量調査（本町一番街・中央通り）
　調査箇所ごとに定点での通行量を調査集計、分析（人の流れ、推移を表、グラフ化）することにより、商店街への創業予定者や小規模事業者の商店街内への出店に情報提供していく。また、創業予定者にも目にとまるよう、高鍋町とも協力し行政の広報誌などにも掲載いただくよう働きかける。
【調査ヶ所】管内２ヶ所
【調査内容】平日と日曜日　１時間毎
　　方向別、手段別（車両・徒歩）、歩きについては男女別
【分析手法】経営指導員が集計し推移をグラフ化する。

⑤町内景気動向調査
　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、内閣府が実施公表している景気ウォッチャーを比較できるよう調査項目を設定し、管内小規模事業者の景気動向等について、年６回調査・分析を行う。
【調査手法】調査票をＦＡＸし返信ＦＡＸで回収する。
　　経営指導員等が回収したデータを整理し、外部専門家と連携し分析を行う。
【調査対象】管内小規模事業者５０社（事業者の比率を考慮し選定）
【調査項目】景気の肌感、周囲の景気感、来客数、販売量、単価の動き等

（４）調査結果の活用
○調査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。
○経営指導員等が巡回指導窓口指導を行う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］　高鍋商工会議所では、事業者と協議しながらアンケート項目を事前に決め、都市部での催事出店の際などで、購入者に対してのアンケート調査を実施している。
［課題］　ＱＲコードでフォームに入力することで、消費者が答えやすい形をとり抽選で賞品プレゼント等も行ってみたが中々回答率が伸びず、参考資料にするのに貧弱な内容になってしまっている。

（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
①商品ブラッシュアップアンケート	５者	５者	５者	５者	５者	５者

（３）事業内容
①既存商品や新商品のブラッシュアップアンケート
　ここ数年高鍋町においては、餃子店等を中心に複数の食品製造事業者が連携し、地域外の様々な催事等に積極的に出店するような体制づくりができてきている。デパートなどの催事においては、商品のクオリティーとは別にパッケージやその催事場の店舗の見た目なども消費者の購買意欲に加味されるものである。デパート催事の際にご購入いただいたお客様に、購入後のアンケートを実施し、調査結果を分析した上で当該事業者にフィードバックすることで、商品のブラッシュアップに資する。また、当該調査の分析結果を事業計画に反映する。
【調査手法】（情報収集）催事会場で商品購入者にアンケートフォームに入るビラを同封。購入後ご家庭で食していただいた感想などをアンケートフォームに回答する。
　　（情報分析）調査結果は、経営指導員などが分析を行い当該事業者へフィードバック。
　　高度な分析を必要とする際は販路開拓等の専門家に意見を聞き分析する。
【サンプル数】購入者２００人

【回収率】現状１５％～２０％程度を３０％の目標にする。
【調査項目】①商品購入のシーン、②商品の味見た目、③商品パッケージ、④店舗レイアウト
等事業者とよく協議し調査内容を定めていく。
【調査結果の活用】調査結果は、経営指導員等が当該食品製造事業者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］経営状況の分析は、自社の経営課題を客観的に分析するために重要であるが、小規模事業者においては、感と経験に基づく経営が多く、財務諸表（定量的）や経営環境（定性的）な分析が重要視されていない。当所においても、小規模事業持続化補助金や事業再構築補助金、モノづくり補助金など各種補助金申請や資金調達、経営革新計画等の相談でＳＷＯＴを活用し、経営分析を実施しているものの、全ての小規模事業者ではなく単発的なものになっている。

［課題］これまで補助金の申請の際に経営分析を実施することがほとんどであるため、その事業計画に必要なデータの分析に偏っている場合が見受けられる。表面的な課題のみに着目するのではなく、自社の経営状況をしっかりと把握し対策を打っていくことが必要である。支援する経営指導員等は支援スキルの向上をはかり、「対話と傾聴」を通じて経営の本質的課題の把握に繋げる。

（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
①経営分析セミナーの開催回数	－	１回	１回	１回	１回	１回
（参加者）		１５者	１５者	１５者	１５者	１５者
②経営分析事業者数	６７者	４５者	４５者	４５者	４５者	４５者

現行は令和 4 年度実績であるが単発的な支援も見受けられており、当所の経営指導員３名が伴走型による支援を複数年にわたり実施していくことを考慮し、現行よりも少ない数字となっている。

（３）事業内容

①経営分析を行う事業者の発掘（経営分析セミナーの開催）

実際に参加者自らが経営分析を行うワークショップ型のセミナーを通じて、自社の強み・弱みなどの気づきを与えることで、自社の経営課題等を把握し、事業計画の策定等への活用について理解を深めるとともに、対象事業者の掘り起こしを行う。

【募集方法】チラシを作成し、ホームページで広く周知、巡回・窓口相談時に案内
【対 象 者】食品製造事業者を含め、経営分析に関心のある事業者

②経営分析の内容

【対象者】セミナー参加者の中から、意欲的で販路拡大の可能性の高い１５者を選定
【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」の双方を行う
≪財務分析≫直近３期分の収益性、生産性、安全性および成長性の分析
≪非財務分析≫下記項目について、対話を通じて、事業者の内部環境における強み、弱み、事業者を取り巻く外部環境の脅威、機会を整理する。

（内部環境）	（外部環境）
・商品、製品、サービス ・技術、ノウハウ等の知的財産 ・仕入れ先、取引先 ・デジタル化、ＩＴ化の状況 ・人材、組織 ・事業計画の策定・運用状況	・商圏内の人口、人流 ・競合 ・業界動向

【分析手法】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」、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。非財務分析はＳＷＯＴ分析のフレームワークを活用し整理する。

（４）分析結果の活用
○分析結果は、当該小規模事業者にフィードバックし、事業計画策定等に活用する。
○分析結果で緊急的に対応すべき小規模事業者が出てきた場合、経営指導員が専門家や金融機関との連携により対応する。
○分析結果は、日本商工会議所のデータベースシステム「ＴＯＡＳ」（カルテ管理システム）を活用。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]小規模事業者を取り巻く経営環境が以前にも増して激変している中、自ら社会経済情勢の変化に対応した事業計画を策定することが重要になっている。
当所では、小規模事業者持続化補助金等の申請を目的に専門家や経営指導員による個別相談会を開催し計画策定の支援を行っていたが、事業計画を策定することが目的ではなく、補助金獲得が目的で、事業計画づくりを経営指導員任せにしている小規模事業者が少なからずいる状況である。
[課題]これまで事業計画策定支援は実施しているものの、策定の意義や重要性の理解が浸透していないため、セミナーの内容を見直すなど、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５割程度／年且つ現行数(23者)を超える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、事業計画の策定につなげていく。
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。
５．で実施するワークショップ型のセミナーを通じて、自ら経営分析を行い、事業者が自社の強み・弱みなどの気づきを得、現状を正しく認識した上で、分析に基づき、事業者が当事者意識を持って課題に向き合い、事業計画策定に能動的に取り組むため、対話と傾聴を通じて最適な意思決定のサポートを行う。

（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
①ＤＸ推進セミナーの開催回数	２回	２回 各１５者	２回 各１５者	２回 各１５者	２回 各１５者	２回 各１５者
②事業計画策定セミナー	－	１回 １５者	１回 １５者	１回 １５者	１回 １５者	１回 １５者
③事業計画策定数	３２者 内前年より９者	２４者	２４者	２４者	２４者	２４者

① ②以外にも小規模事業者のニーズや、社会情勢にあったセミナーを適宜開催する。
現行は令和 4 年度実績であるが単発的な支援も見受けられており、当所の経営指導員３名が伴走型による支援を複数年にわたり実施していくことを考慮し、現行よりも少ない数字となっている。

（４）事業内容
①「ＤＸ推進セミナー・IT専門家派遣」の実施
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ＷＥＢサイト構築等の取り組みを推進していくために、セミナーを開催する。

【支援対象】経営分析を行う小規模事業者
【募集方法】チラシ作成郵送、当所ＨＰへの掲載、経営指導員等による巡回・窓口相談時に案内
【講 師】ＩＴコーディネーター等
【回 数】２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

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

経営分析を行った事業者を対象に、事業計画策定の必要性、自社の強み・弱みなどの気づき、現状を正しく認識した上で、能動的・主体的に取り組むことができるよう事業計画策定セミナーを実施するとともに、専門家と経営指導員の連携により確実に事業計画の策定につなげていく。

【支援対象】経営分析を行った小規模事業者、事業計画策定を希望する小規模事業者
【募集方法】経営分析セミナー参加事業者へ個別に案内するとともに、セミナー案内チラシを作成し、会報、巡回・窓口相談時に配布、また、関係機関への配布依頼、ＳＮＳや当商工会議所のホームページで案内する。
【講 師】中小企業診断士等
【開催回数】年１回
【開催方法】集合型、オンライン型、ハイブリット型いずれかの方法で開催
【カリキュラム】１）事業計画策定の必要性
２）自社のＳＷＯＴ分析
３）事業計画・財務計画の策定
４）アクションプランの策定
【参加者数】１５名

セミナーを受講した事業者の中から事業計画策定への取り組み意欲の高い事業者に対しては、経営指導員におる個別相談対応を行い、必要に応じて、宮崎県商工会議所連合会の専門家派遣事業を活用し支援を実施する。

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］策定後のフォローアップについてはこれまで、補助金獲得のためや、融資を受ける際に策定することがほとんどである。そのため補助金であれは、獲得後の事業実施までは事業計画に沿って実施していくが、事業の終了後は通常の支援に戻っている。また金融についても融資が実行されてしまえば終了し、それまで通りの支援となっている。当所の支援体制としても、フォローアップする体制は構築されておらず、一定の支援が終了した後のフォローアップはできていないのが現状である。

［課題］これまで、事業者からの問い合わせがあってからの支援となり、受け身的であるため、経営指導員が事業計画を策定する事業者に対し、ＰＤＣＡに基づく伴走支援を行う必要がある。そのために経営指導員の巡回・窓口でも相談体制を強化するとともに専門家とも連携しながら、事業計画が確実に実行されるようフォローアップ支援の強化を行う必要がある。

（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」を見いだすこと、対話を通じてよく考えること、経営者と従業員が一緒に作業を行うことで、現場レベルで当事者意識を持って取組むことができるよう、計画の進捗確認（フォローアップ）を通じて経営者へ内発的動機づけを行い、潜在力の発揮に繋げる。

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ない事業者を見極めた上で、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		３２者 内前年より９者	２４者	２４者	２４者	２４者	２４者
頻度 （延べ回数）		２１０回	１８４回	１８４回	１８４回	１８４回	１８４回
回数	毎月 年12回		１２者 １４４回	１２者 １４４回	１２者 １４４回	１２者 １４４回	１２者 １４４回
	四半期 年４回		８者 ３２回	８者 ３２回	８者 ３２回	８者 ３２回	８者 ３２回
	半年 年２回		４者 ８回	４者 ８回	４者 ８回	４者 ８回	４者 ８回
売上増加 事業者数			１２者	１２者	１２者	１２者	１２者
利益率３％以上 増加の事業者数			１２者	１２者	１２者	１２者	１２者

現行は令和4年度実によるもの。当所の経営指導員３名が伴走型による支援を複数年にわたり実施していくことを考慮し、現行よりも少ない数字となっている

（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、事業計画策定２４者のうち、１２者は毎月１回、８者は四半期に一度、他の４者については年２回とする。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、伴走型小規模事業者支援推進事業、働き方改革推進支援助成金、宮崎県や高鍋町が講ずる事業を活用しての、都市部での大規模展示会や催事出店。宮崎県や宮崎県商工会議所連合会が主催する当地で首都圏等からバイヤーを招集しての個別商談会、商談会など、開催情報の提供にとどまらず実際の出展支援を行い、事業者のチャレンジの場を創出してきた。

[課題]これまで需要開拓に向けた支援を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の活用・推進が必要であるということを理解・認識してもらい、新たな需要開拓の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

経営状況の分析、事業計画策定支援を行った意欲ある食品製造業を中心に重点的に支援する。

首都圏で開催される既存の展示会への情報提供はもちろん、各種施策を活用し出展を支援する。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、陳列方法や接客の仕方など、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、高鍋町と連携してのふるさと納税を活用した販路開拓支援、さらに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、理解度を高める。また、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理解度に応じ支援を行う。

（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　ＢtoＣ出店事業者支援	５者	５者	５者	５者	５者	５者
数値目標　売上前年比		3%増	3%増	3%増	3%増	3%増
②　ＢtoＢ大規模展示会出展支援	２者	２者	２者	２者	２者	２者
成約件数／者		１件	１件	１件	１件	１件
③　ＢtoＢ個別商談会	３者	３者	３者	３者	３者	３者
成約件数／者		１件	１件	１件	１件	１件
④　ＳＮＳ活用		5者	5者	5 者	5 者	5 者
売り上げ増加者／者		10%	10%	10%	10%	10%
⑤ ＥＣサイト		3者	3 者	3 者	3 者	3 者
売上増加率／者		10%	10%	10%	10%	10%
⑥ ネットショップ開設者数		１者	１者	１者	１者	１者
売上増加率／者		10%	10%	10%	10%	10%

（４）事業内容

①ＢtoＣ出店事業者支援

高鍋商工会議所が事業計画を策定した事業者と協議を重ね都市部での百貨店などの催事等に出展支援を行う。また、催事場では必ず来場者アンケート調査を行い出展商品のブラッシュアップを行う。想定している催事は令和３年・４年・５年と出店支援を行っている、大都市圏で開催されている唯一の「宮崎」を冠した百貨店での物産展である福岡市の大丸天神店。宮崎県内４０事業所ほどが出店しており、６日間で予算規模３，０００万円程度となっている。

②ＢtoＢ大規模展示会出展支援

「FOOD STYLE」は東京、大阪、福岡などの都市圏で例年開催されている主に食品製造者を対象とした対バイヤー展示会である。当所で過去に出展実績のある福岡での開催時は、２日間で約１５，０００名が来場する。当所では、当該展示会に管内の食品製造事業者を２者選定し参加を促す。なお、商談を効果的に行うために事前に専門家等による個別相談を活用する。また、展示会後は名刺交換した商談相手へのアプローチ支援なども行い、商談成立を目指すことで各事業者の販路開拓と地域ブランド力の向上・確立に繋げる。

③ＢtoＢ個別商談会

宮崎県や宮崎県商工会議所連合会などが主催。宮崎県内外から招聘したバイヤーに対して、小規模事業者の自慢の商品を個別に売り込む形式の商談会。食に関する事業に取り組んでいる事業者の販路拡大につなげる機会として実行支援を実施。またバイヤー向けのアンケート調査を行い出店者にフィードバックする。

【実施方法】個別ブース方式による商談
【支援対象者】管内の食品関連事業者２社程度
【実施回数】年１回

④ＳＮＳ活用（（ＢtoＢ、ＢtoＣ）

経営分析、事業計画策定支援を行った中から、販路拡大に意欲的な事業者を中心に、域外や首都圏など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。

⑤ ＥＣサイト利用（ＢtoＣ）

経営分析、事業計画策定支援を行った中から、アマゾンや楽天などが運営するショッピングサイト等、支援先事業所の商品に合った提案を行いながら、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。興味のある事業者はまずは高鍋町と連携し、サポート体制もしっかりしており、ハードルもかなり下げられることが出来るふるさと納税を足掛かりに事業を実行していく。

⑥ 自社ＨＰによるネットショップ開設（ＢtoＣ）

経営分析、事業計画策定支援を行った中から、販路拡大に意欲的な事業者を中心に、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、ネットショップの開設に向けた支援、立ち上げのためのフォローアップについて専門家派遣を通じ支援を行う。

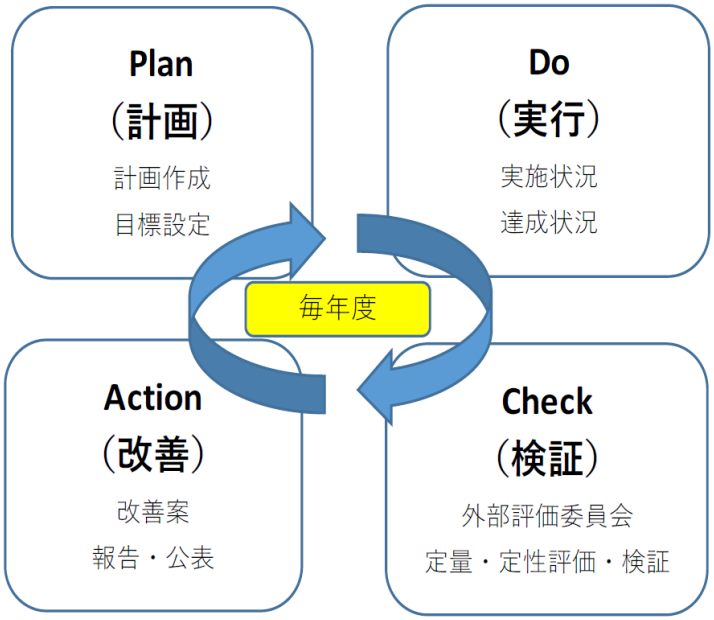
Ⅱ．経営発達支援事業の円滑な実施に向けた支援力向上のための取組

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］事業評価委員会を設置し、経営発達支援事業の進捗状況を含め、年に１度評価委員を開催、当委員会で前年度事業の実績について評価を行っている。実績と評価については、正副会頭会議で報告を行い、公表している。

［課題］事業の実施目標はあるものの、目標数値の達成の有無（定量的な評価）が中心で、事業の中身（定性的な評価）の検証が不十分であった。次期計画では、数値目標は当然ながら支援内容の質も考慮にした評価・見直しを行い、ＰＤＣＡサイクルを効果的に回していく必要がある。



（２）事業内容

平成２８年１１月に、宮崎銀行高鍋支店・宮崎太陽銀行高鍋支店・高鍋信用金庫本店・高鍋町役場産業振興（現地域政策課）により、城下町高鍋中小企業支援ネットワークと称し、中小企業者・小規模事業者の支援に関する情報交換会などを実施する仕組みを構築しており、この組織を経営発達支援計画の評価委員会とし、経営発達支援事業の進捗状況の評価・検証・改善策の検討を行う。

委員会の結果は、正副会頭会議や通常総会で報告（フィードバック）を行い、事業実施方針等を示すとともに、ホームページ等で公表（年１回）することで、地域の小規模事業者等が常に本経営発達支援計画の進捗状況を把握できる状態とする。

【経営発達支援計画評価委員会】

（1）外部有識者	宮崎銀行高鍋支店支店長、宮崎太陽銀行高鍋支店支店長 高鍋信用金庫本店長
（2）法定経営指導員	高鍋商工会議所相談所長、指導係長
（3）市町村	高鍋町地域政策課

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］高鍋商工会議所では、これまで経営発達支援事業を円滑に遂行するために専門経営指導員や経営指導員が効果的・効率的に支援を行うことができるよう研修体制の充実・強化を図り資質向上を図ってきた。

具体的には、中小企業基盤整備機構、中小企業大学校、宮崎県、日本商工会議所、宮崎県商工会議所連合会等が開催する研修会に参加。 総合的に支援スキル能力の向上を図っている。

［課題］研修内容を所内で十分に共有、活用する仕組みができていない。また、管内の小規模事業者のＤＸ推進に向けた支援を行うにあたり、職員（一般職員含む）のＩＴリテラシー向上及びＩＴ・デジタル技術を活用した支援能力向上が課題である。

（2）事業内容

経営発達支援事業を円滑に遂行するために、経営指導員や経営情報支援員が効果的・効率的に支援を行うことが出来るよう研修体制の充実・強化を図り資質向上を図ることで小規模事業者に対する支援能力の向上に努める。

①外部講習会等の積極的活用

日本商工会議所が主催する研修への参加に加え、中小企業基盤整備機構や中小企業大学校で実施される中小企業支援担当者研修会に経営指導員等が年１回以上参加することで、小規模事業者の事業計画策定支援能力の向上を図ることとする。

また、宮崎県商工会議所連合会が主催する経営指導員等を対象とした一般研修及び課題別研修に参加する。研修内容は経営指導の経験年数に応じ課題別に初級（販路開拓等）、中級（事業再生等）、上級（事業継承等）のコースがあり、小規模事業者に対する支援能力の向上を図ることとする。当該研修はグループワーク等を豊富に取り入れた研修であるため、コミュニケーション能力の向上により、支援の基本姿勢（対話と傾聴）の習得・向上に繋がる。

さらに、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推進取組みに係る相談・指導能力向上のためのセミナーについても積極的に参加する。

【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、電子決裁システム等のＩＴツール、オンライン会議対応、ペーパーレスによる業務デジタル化、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

オンラインによる経営指導、事例のオンライン共有、チャットツール導入等

②ＯＪＴによる伴走型の支援能力の向上

支援経験の浅い経営指導員等は、支援経験の豊富な経営指導員等及び専門家等に帯同し、現場での小規模事業者の支援を通じて指導・助言内容、その他情報収集の方法を学ぶなど、ＯＪＴによる伴走型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、ＩＴ等の活用方法や具体的なツール等についての紹介、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２回、年間２４回）を開催し意見交換等を行うことで、職員（一般職員含む）の支援能力の向上を図る。

④支援実績データの蓄積と活用

経営指導員等が各自で経営支援システムのカルテ等の適宜入力を行うことで内容の充実を図り、担当外の経営指導員等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。

１１．他の支援機関との連携を通じた支援ノウハウ等の情報交換に関すること

（１）現状と課題

［現状］当所では地元行政機関や県内商工会議所、日本商工会議所、日本政策金融公庫、市内金融機関や他の支援機関との連携を図り、それぞれ定期的また必要に応じ情報交換を行ってきた。その情報や支援機関相互で利用できる各種施策を利用し合いながら管内小規模事業者の持続的発展のために支援に取り組んでいる。

［課題］様々な支援機関と常時連携し小規模事業者の支援を行う中で、密に連携し情報交換を行っている。しかし、超少子高齢化社会や人口減少時代に対応できるための抜本的な経営の改善を行ってもらい、経営力強化に取り組む支援を行うためには、関係する支援機関等とさらに連携を深め、各種施策など小規模事業者の支援策について情報交換することが重要である。

（２）事業内容

小規模事業者の持続的発展のために支援を行うには、金融、税務支援だけではなく、情報の分析や事業計画の作成、事業者に合った施策の利用など、さらに高度な支援が必要になると考える。そのためには各機関と連携し、密な情報交換や得意分野での小規模事業者支援を行い、持続的に発展する安定した小規模事業者の育成に努めたい。

①（連 携 者） 高鍋町地域政策課との情報交換（随時）
（連携理由） 地域の小規模事業者に最も近い行政機関及び支援機関が連携する事で、町内の小規模事業者に最適な施策を作り、小規模事業者の持続的発展に繋げる。
（効　　果） 施策を活用することにより小規模事業者の持続的発展に寄与する。

②（連 携 者）宮崎県下中小企業相談所長会議等への参加（年間３回）
（連携理由）宮崎県下９商工会議所中小企業相談所長会議において各商工会議所の小規模事業者支援の方法や先進事例、地域の経済動向について情報交換することが可能である。
（効　　果）情報交換による支援方法を管内小規模事業者に反映させることで、小規模事業者の持続的発展に寄与できる。

③（連 携 者）宮崎県中小企業支援ネットワーク（年間３回程度）
（連携理由）宮崎県、宮崎県信用保証協会（事務局）、宮崎県商工会議所連合会、宮崎県商工会連合会、宮崎県中小企業団体中央会、よろず支援拠点、各士業、金融機関、県下９商工会議所が一同に集まり、宮崎県の商工支援施策や県内経済動向についての情報取得や小規模事業者支援機関の各取組について情報交換することが出来る。また、宮崎県専門家派遣事業を利用することが出来る。
（効　　果）宮崎県の施策や、各支援機関との意見交換で得た情報を管内小規模事業者に反映することができ、また専門家派遣事業を活用することでより高度な支援を行うことができ、小規模事業者の発展に寄与できる。

④（連 携 者）日本政策金融公庫、宮崎県信用保証協会、管内金融機関との連携（随時）
（連携理由）小規模事業者を支援するにあたり、金融支援は欠かせない支援策である。その金融支援を円滑に行うために各金融機関との連携は必要不可欠である。その他、管内経済動向についても意見交換ができる。
（効　　果）常に金融機関と連携を図ることで、資金ニーズに迅速に対応できる効果が生まれる。また管内経済動向について情報交換ができ、小規模事業者支援に活用できる。

⑤（連 携 者）宮崎県事業承継ネットワーク全体会議での情報交換（年３回程度）
（連携理由）社会的な課題となっている事業承継(親族間承継)を推進するため、行政、商工団体、金融団、士業、よろず支援拠点、宮崎県産業振興機構、中小企業団体中央会で構成された事業承継ネットワーク会議において、事業承継についての情報交換ができ、支援策について習得することができる
（効　　果）事業承継に係る案件は、財産の譲渡、権利関係、相続など高度な案件が多いため、支援に限界がある。事業承継ネッワークの専門家派遣等を利用することで、小規模事業者には負担なく事業承継に取組むことができ、管内での小規模事業者の減少防止に効果を発揮する。

⑥（連 携 者）宮崎県事業承継・引継ぎ支援センター(随時)
（連携理由）第三者承継に（M&A）かかわる相談について対応できる。第三者承継については企業価値の判定など、かなり高度な支援になってくるので、専門家でないと支援は不可能である。
（効果）　第三者承継に関する支援をすることにより、小規模事業者の減少防止に効果を発揮する。

Ⅲ．地域経済の活性化に資する取組

１２．地域経済の活性化に資する取組に関すること

（１）現状と課題
【現状】高鍋町内のイベントにおいて、高鍋商工会議所として運営に携わることは多々ある。特に飲食系の出店事業者の紹介等はよく行っており、イベントの盛り上げとともに小規模事業者の販路開拓の支援に繋げている。
【課題】民間ベースでやっていた大きなイベントの終了や、神社のお祭りが廃止縮小している。実行する組織員の年齢が高くなっていることや、若い年齢層の方々に理解していただけない事も要因と考えられる。また、後継者育成も大きな課題となっている。

（２）事業内容
高鍋町と連携し、適宜円滑なイベント運営が出来るよう尽力する。
また、第６次高鍋町総合計画後期基本計画内に、
▼魅力ある商店街のまちなみ景観維持・形成事業の継続【地域政策課】
　対象地区の空き店舗等が相当数あり、景観に大きく影響を与えているので、高鍋商工会議所を始め民間事業者との連携を図りながら、今後の展開を進めていく必要がある。
との記載があり、高鍋商工会議所会員有志で組織されている、民間まちづくり会社「（株）マチツクル」という企業があり、現在景観面における城下町の再興を目指している。商工会議所としても円滑な開発が出来るよう支援を行っていく。

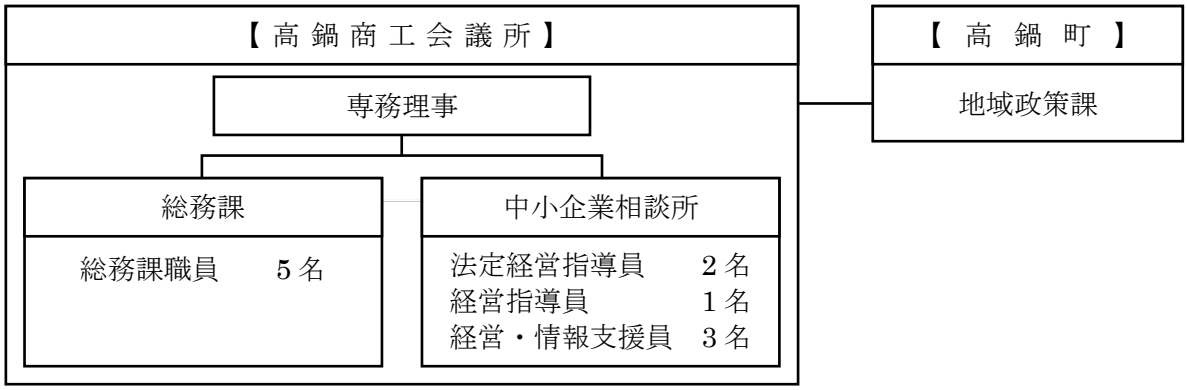
（別表２）

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）



（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：有村　祐太
　　小田　正剛
連絡先：高鍋商工会議所　ＴＥＬ0983-22-1333

② 法定経営指導員による情報の提供及び助言

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／商工会議所、関係市町村連絡先

①商工会／商工会議所

〒884-0006　宮崎県児湯郡高鍋町大字上江 8335 番地 2
高鍋商工会議所　中小企業相談所
ＴＥＬ0983-22-1333　ＦＡＸ0983-23-3159
E-mail　tcci@miyazaki-cci.or.jp

②関係市町村

〒884-8655　宮崎県児湯郡高鍋町大字上江 8437
高鍋町　地域政策課
ＴＥＬ0983-26-2015　ＦＡＸ0983-23-6303
E-mail　chiikiseisaku@town.takanabe.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 ６年度	令和 ７年度	令和 ８年度	令和 ９年度	令和 10 年度
必要な資金の額	3,520	3,520	3,520	3,520	3,520
Ⅰ.経営発達支援事業					
地域の経済動向調査に関すること	10	10	10	10	10
需要動向調査に関すること	10	10	10	10	10
経営状況の分析に関すること	300	300	300	300	300
事業計画策定支援に関すること	300	300	300	300	300
事業計画策定後の実施支援に関すること	100	100	100	100	100
新たな需要開拓に寄与する事業に関すること	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500
経営指導員等の資質向上	300	300	300	300	300

（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
国、県、町等による補助金・助成金、事業受託費

（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