

(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 西都市の現状

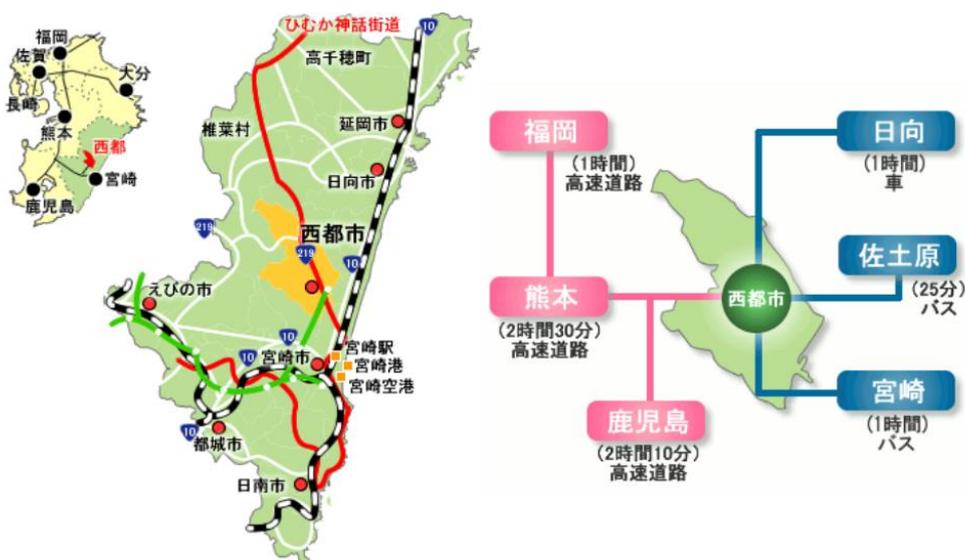
i 西都市の立地等

西都市は宮崎県のほぼ中央に位置しており、宮崎県最大の都市である宮崎市街地から車で約40分、宮崎の玄関である空港から車で約50分のところにある。市土の総面積は438.8k㎡となっており、そのうち76.8%を林野が占めている。

かつては古代日向の都として栄え、『古事記』『日本書紀』に登場する伝承地が数多く残るとともに、日本最大の300有余基の古墳が集まる国の特別史跡「西都原古墳群」がある。また国指定の国分寺跡が存在することから、古代はこの地域の政治経済の中心地であったことが推測される。中世には天正遣欧使節の一員としてローマ法王に謁見した伊東マンショが誕生した地でもある。このように西都市は歴史ロマンあふれる『まち』である。

西都原台地には春は桜2千本・菜の花約30万本・秋はコスモス約300万本が咲き誇り、年間約100万人の観光客が訪れる県内でも有数の観光地である。その西都原古墳群は平成30年5月に日本遺産に認定された。また、ヤクルトスワローズの2軍チームをはじめとした、プロアマの野球、サッカーのキャンプ地として多数のチームが訪れる。

温暖な気候と豊かな大地から生み出される農産物（ピーマン、スイートコーン、ニラ、完熟マンゴー）などが全国でも高く評価されている。その他東米良の柚子を原料とする加工品や良質な水と甘藷を原料とした焼酎もおみやげとして人気がある。



西都原古墳群写真

(西都花まつり時季の4月上旬)



(西都古墳まつり時季の11月上旬)



(写真出展先：(一社)西都市観光協会ホームページよりダウンロード)

ii 西都市の人口の状況 (人口の推移表・参考)

西都市の総人口は昭和35年の50,948人をピークに減少を続けており、令和2年4月現在では29,792人と初めて3万人を切る水準まで落ちている。また65歳以上高齢化率は36.95%とこちらは年々上昇している。その中で、当市は商工会議所エリアと商工会エリアと別れており、西都商工会議所管内人口は令和2年4月現在26,372人となっている。

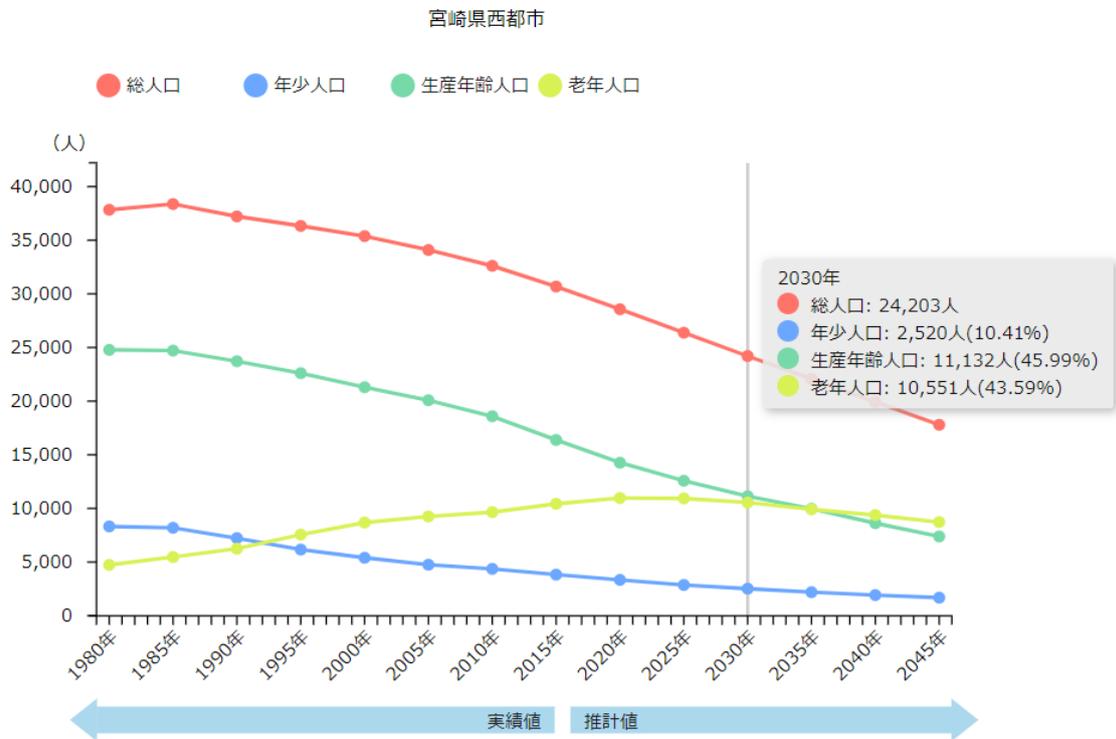
(年別人口の推移表)

| 年 | 西都商工会議所 管内人口 | 西都市全体人口 | 65歳以上人口 | 高齢化率 |
|---------|-----------------|---------|---------|-------|
| 平成28年4月 | 27,691 | 31,307 | 10,530 | 33.63 |
| 平成29年4月 | 27,449 | 30,973 | 10,677 | 34.47 |
| 平成30年4月 | 27,129 | 30,560 | 10,782 | 35.28 |
| 平成31年4月 | 26,903 | 30,250 | 10,911 | 36.22 |
| 令和2年4月 | 26,372 | 29,792 | 10,955 | 36.95 |

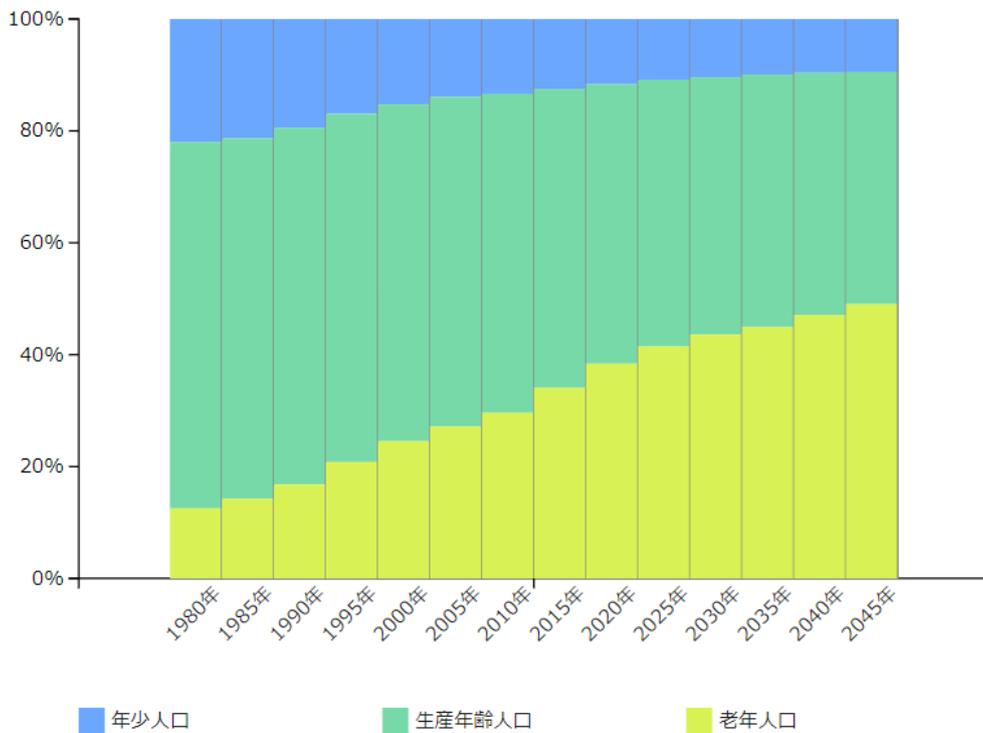
(データ出展先：西都市ホームページ)

iii 将来総人口予測

(西都市世代別将来人口予想)



(西都市世代別将来人口割合予想)



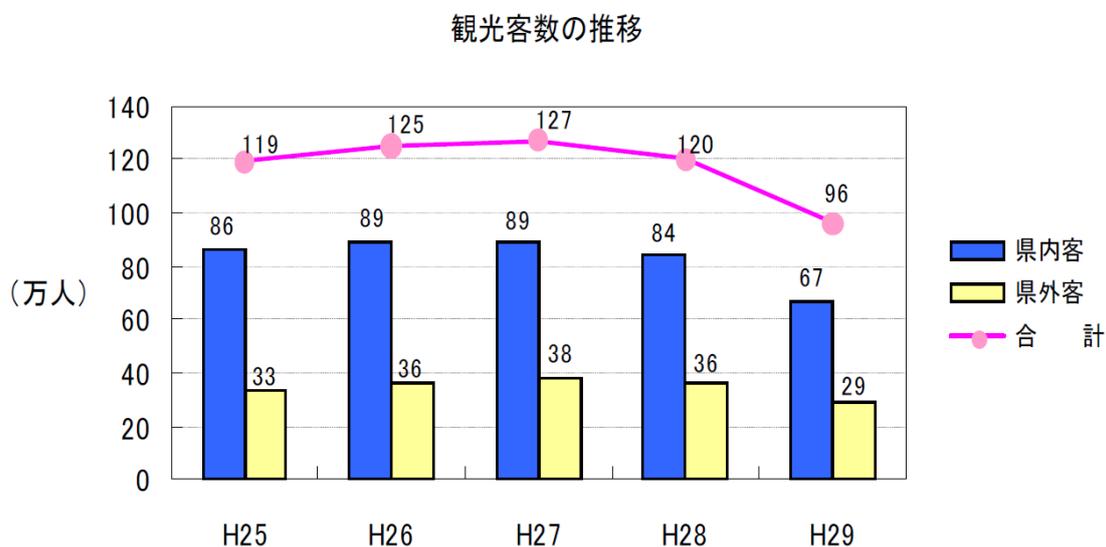
(グラフ出典先: RESAS より)

RESASによると、今後の西都市の人口推移は2030年24,204人、2035年22,092人、2040年19,922人、2045年17,808人と減少の一途をたどる。高齢化率は2025年まで上昇し、その後は高止まりで推移していくと予想している。このような中、第四次西都市総合計画(令和2年度計画終焉)において「日本の元気なふるさと西都」を目標に掲げ、未来へと勇躍する「食創生都市」を目指し、食を通しての雇用創出や地域の活性化に取り組んでいる。この計画を発展的に継承し、次期計画の基本構想(令和3～10年)では、本市の地域資源の磨き上げによる、魅力ある生産と販売、サービスの提供による商工業の振興を図ることとしている。

iv 観光客入込数の現状と課題

本市の観光入込客数は平成29年に天候の影響で大きく減少しているが、概ね、110万人程度で推移している。全国屈指の大古墳群である西都原古墳群は平成30年5月に日本遺産に認定され、現在さまざまな取組みを行うことで誘客に力を入れているが、現在の観光入込客数は、西都原の花の開花状況に大きく影響を受ける傾向があり、観光入込客数に対して宿泊者数が少ない状況にある。また、本市の観光消費額は、平成29年のデータによると宮崎県全体と比較して約4割程度にとどまっており、低い水準にあり、観光客による市内経済の活性化を目指す必要があると考える。これらのことから、花の開花時期以外でも安定した観光客、宿泊者を確保し、滞在時間を延長するための観光メニューの開発や施策整備等の検討が必要と考える。

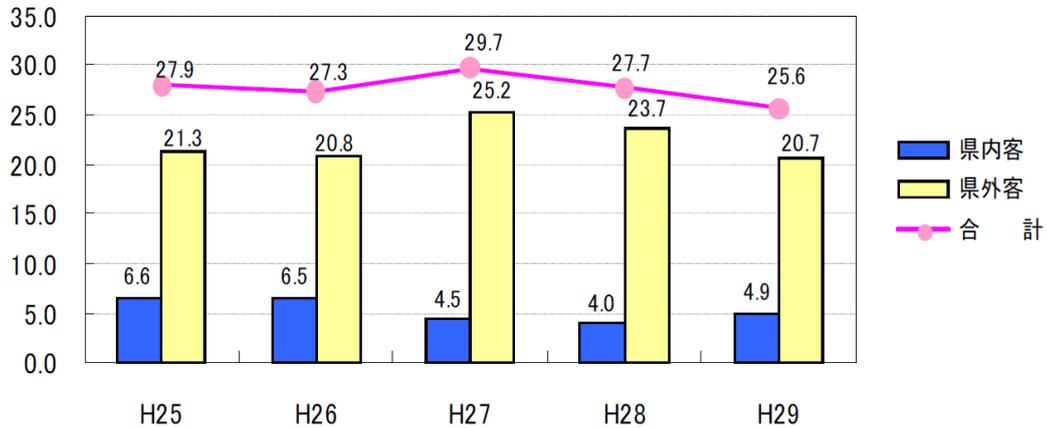
(西都市観光客数の推移)



(グラフ出展先：西都市観光ビジョンの策定にあたってより)

(西都市宿泊数の推移)

宿泊者数の推移(千人)

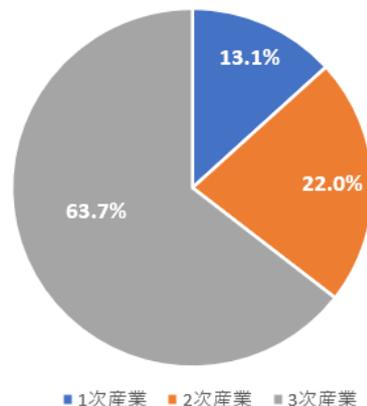


(グラフ出展先：西都市観光ビジョンの策定にあたってより)

iv 西都市の産業構成

西都市の産業構成は次のグラフの通りである。全国値と比較すると、第1次産業の割合が高く、第2次産業の割合が低い産業構成になっている。第1次産業の割合が高い理由は、農林業が基幹産業であることによる。このことは2016年の経済センサスにおいても修正特化係数の高い上位5業種に農業・林業が位置付けられていることから読み取ることができ、都市圏への食糧供給基地としての役割を担っているといえる。全国値と同様に3次産業の割合が高く、2次産業と合わせ85%を超えており、後に示す、本市の知識産業の事業数が他産業に比し少ないことに鑑みると、本市の商工業の地域経済における貢献度がわかる。

生産所得の産業構成



(出展先：データは数字でみる西都より グラフはデータを基に作成)

v 西都市商工業者の現状と課題

西都市における事業所の現状は、平成 24 年は 1,458 事業所、従業員 10,302 名となっており、これに対し平成 28 年は 1,392 事業所、従業員 10,511 名となっている。事業所数は減少しているものの、従業員数は増加している。これは、この期間内に雇用能力の高い製造業 4 社が新たに誘致企業として立地したことが原因の一つと考えられる。

【建設業】

航空自衛隊新田原基地に伴う防音工事や市、県等の公共工事はあるが、全体的な発注件数は減少傾向にある。また、代表者の高齢化及び後継者不在による廃業の影響により事業所数は減少していると推測する。

【製造業】

工業用模型製造業や真空装置・真空機器製造業、食品製造業が本市の製造業の中核を担い、雇用の受け皿となっている。その他の業種については、受注額の減少や、後継者不足により減少傾向にあるが、新たに参入してくる事業所もあり今後期待が出来る業種でもあると考える。

【卸売・小売業】

卸売業については、業界的に最も厳しい業種ではないかと考える。当市についても例外ではない。食品、生活雑貨等の最寄り品の小売業については、この 10 年間に大手スーパーやコンビニエンスストア進出が相次いだことや、高額商品等についても交通網の整備により、宮崎市へ購買力が流出していると考えられる。よって地域の小規模店舗は、販売品目に関わらず苦戦を強いられており、またこのような状況により後継者がいる事業所も少ない。

【宿泊、飲食サービス】

ここ数年間の事業所数の増減はほぼ横ばいで、従業員については増加している。これは『食創生都市』として基本構想を掲げ、食に関するイベント等を多数開催してきた成果ではないかと考える。しかし、本年発生した新型コロナウイルス感染症の影響は深刻であり、この状況がいつまで続くかで、今後の状況は急激に変化する可能性がある。

宿泊施設については、施設自体は少ないが、観光客の市内での消費金額の増加等の取組を考慮すると、宿泊客の増加は西都市の観光施策としては重要な課題である。

(西都市事業所及び従業員数の比較)

| | 2012年 (H24年活動) | | 2016年 (H28年活動) | | 増減 | |
|-------------------|-------------------|--------|-------------------|--------|-----|-----|
| | 事業所 | 従事者 | 事業所 | 従事者 | 事業所 | 従事者 |
| 総数 | 1,458 | 10,302 | 1,392 | 10,511 | △66 | 209 |
| 農林漁業 | 40 | 605 | 40 | 628 | 0 | 23 |
| 鉱業、採石業、砂利採取業 | | | | | | |
| 建設業 | 187 | 918 | 173 | 871 | △14 | △47 |
| 製造業 | 82 | 1,655 | 77 | 1,764 | △5 | 109 |
| 電気・ガス・熱供給・水道業 | 2 | 21 | 4 | 10 | 2 | △11 |
| 情報通信業 | 2 | 4 | 2 | 4 | 0 | 0 |
| 運輸業・郵便業 | 26 | 315 | 20 | 330 | △6 | 15 |
| 卸売業・小売業 | 387 | 2,042 | 365 | 1,988 | △22 | △54 |
| 金融業・保険業 | 16 | 202 | 15 | 184 | △1 | △18 |
| 不動産業・物品賃貸業 | 28 | 82 | 23 | 57 | △5 | △25 |
| 学術研究、専門・技術サービス | 34 | 146 | 36 | 113 | 2 | △33 |
| 宿泊業、飲食サービス業 | 195 | 794 | 193 | 864 | △2 | 70 |
| 生活関連サービス業、娯楽業 | 161 | 577 | 146 | 501 | △15 | △76 |
| 教育、学習支援業 | 41 | 160 | 37 | 273 | △4 | 113 |
| 医療・福祉 | 111 | 2,089 | 130 | 2,212 | 19 | 123 |
| 複合サービス事業 | 23 | 217 | 22 | 264 | △1 | 47 |
| サービス業(他に分類されないもの) | 123 | 475 | 109 | 448 | △14 | △27 |

(出展先：西都市 数字でみる西都より)

②小規模事業者の現状と課題

i 小規模事業者の現状

当所管内の小規模事業者数は年々減少傾向にある。前回の経営発達支援計画時と比較してもさらに減少しており、令和2年3月時点の小規模事業者数は1,004社となっている。減少幅が大きい業種は卸、小売業である。元々事業所数が多い業種という点もあるが、大型量販店やコンビニエンスストアの出店による影響は大きいと考える。

(西都商工会議所管内小規模事業者数の推移及び西都商工会議所会員数の推移)

| 年度 | 平成 27 年度 | 平成 28 年 | 平成 29 年 | 平成 30 年 | 令和元年 | 令和 2 年 |
|---------|----------|---------|---------|---------|------|--------|
| 小規模事業者数 | 1079 | 1055 | 1024 | 1023 | 1005 | 1004 |
| 当所会員数 | 762 | 778 | 754 | 756 | 737 | 737 |

(出展先：西都商工会議所データより)

以上、西都市の人口、観光、商工業に関する現状、課題を踏まえ小規模事業者の課題及び小規模事業者支援の課題をまとめた。

ii 小規模事業者の課題

- ①人口減少、少子高齢化、事業者数の減少による地域経済額の縮小及びそれに対応した経営改革が重要である。
- ②人口減少、顧客の高齢化、郊外型大型店及び市外流出等を想定した販路拡大、顧客のニーズに合った新たなサービスや商品の開発などにより売上利益を確保する。
- ③自社の強み、地域の強みを認識し、それを活かした商品やサービスの開発が必要である。
- ④商品、サービスの販売方法が固執化しており、柔軟性に欠けている。
- ⑤経営をとりまく環境変化に対応できる事業計画策定と実行性が重要である。
- ⑥後継者の育成が必要である。
- ⑦第三者承継を含む経営者の事業承継問題に対する意識付けが必要である。
- ⑧創業希望者への事業計画策定及び創業後の安定的な事業継続が課題である。

iii 小規模事業者支援に関する課題

- ①小規模事業者に対する支援は税務、金融支援が大半を占めていたが、ここ数年補助金獲得に伴う事業計画策定支援が多くなってきた。しかし、補助金獲得が目的になってしまい、事業実施後のフォローアップを行えていないのが課題となっている。今後は事業計画策定、事業実施後のフォローアップを確実にを行いPDC Aサイクルを回すことで、持続可能な企業を育成することが重要である。
- ②地元小規模事業者の売上の大半は内需(市内)によるものであるが、今後急激な人口減少時代を考慮すると、市外・県外の顧客をターゲットにせざるを得ない。そのために外需向けの商品、サービス、販売方法を確立する必要がある。
- ③個々の事業者に対して、担当の指導員がついているが、指導員間の情報共有が行われていないため、担当職員のスキルのみで支援を行っている。そのため適切な支援が行われているかが不明である。指導員相互の情報共有を常に行い、全ての小規模事業者が同じレベルの支援を受けられる体制づくりが必要である。
- ④当所の指導員は指導員歴が10年以上1名、5年1名、来年度より指導員になるものが1名とスキルにかなりの差がある。そのスキルの差を埋めるための研修制度が必要である。
- ⑤ここ数年商工会議所業務が多岐にわたり、また本年度発生した新型コロナウイルス感染症対策の支援により、マンパワーが圧倒的に不足している。その状況下でも確実に個者支援を行える体制が必要である。

iv 各種データの調査整備と活用に関する課題

平成 29 年に経営実態調査を行った。サンプル数は当所会員数約 15%にとどまったが、それでも地域の小規模事業者の課題は顕著になったのではないかと考えている。今後も 3 年から 5 年に一度は調査を行い、管内小規模事業者の実態を把握することが必要である。また地域(宮崎県) 経済動向を把握し、県内経済が今後どのように進んでいくのかを予測し、市内事業者へ伝えることが重要になってくると考える。その他、業種別需要動向調査を行い、状況を把握し消費者トレンドを事業者に伝えることが重要である。

(2) 小規模事業者の長期的な振興の在り方

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る。超高齢化時代に突入する西都市にとって、時代に負けない小規模事業者育成に努めていきたいと考えている。またこのコロナ時代においては、オンラインという新しい事業形態が主流になってくると考える。その点では、地方にしながら都市圏と仕事をすることが当たり前の時代になり、地方にもチャンスが訪れると考える。そのチャンスを逃さないよう西都市と連携を密にとり、小規模事業者支援に取組みたいと考える。

②西都市総合計画との連動制、整合性

第四次西都市総合計画後期基本計画では市のまちづくりの将来像を定め、基本戦略の一つとして「地域活力戦略」を掲げ、市街地の活性化や地域産業の育成を推進し、“さいとブランド”の創出による地域活力向上を図ることとしている。

この戦略を基に、にぎわいのあるまちづくりや商店街が身近にある社会を目指すとともに、中小企業等の経営基盤の強化、地場製品の開発と販路拡大を目指していく。

これらの目標達成の手段として、西都商工会議所、西都市三財商工会と連携を図り、次の事項に取り組む。

- i 経営体質・基盤の強化
- ii 活気ある商店街づくりの推進
- iii 地場製品の開発と販路拡大
- iv 観光イベント等の推進

③商工会議所としての役割

今後さらに進んでいく超高齢化社会という西都市の現状の中で、小規模事業者の経営環境はさらに厳しさを増すのは確実である。そのような中でも安定した経営を行っていくためには、現状のままではなく、新たな商品、サービス、販売方法など時代に対応した変化が求められる。

そのような社会情勢の中、商工会議所の役割として、既存事業者に対しては、時代の変化に対応できる事業者を抽出し、自社の強み、地域の強みを活かした経営改革を行い、繁盛店として成長できる事業者を多く作り出す。

また創業者や事業承継者においては、両者の掘り起こしを行い、支援し、持続的経営が可能な事業所として育成することで、地域の小規模事業者数の減少に歯止めをかけることができると考える。

上記の2つの支援を通して、西都市の雇用、文化、コミュニティを守ることができ地域の活性化に貢献できると考える。そのために西都市、市内金融団、日本政策金融公庫等と連携をとり、小規模事業者の育成に力を注がなければならない。

(3) 経営発達支援事業計画の目標

当所管内の現状及び課題と、これからの西都市の総合計画を踏まえ、西都市、市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等と連携し、以下の5つの小規模事業者支援を実行し、持続的発展を続ける小規模事業者を数多く育成することを目的とする。その結果、西都市経済の振興を図り、西都市の裨益に貢献することを目標とする。

- ①やる気のある企業、今後成長性の高い企業の掘り起こし及び育成
- ②新たな商品、サービスの開発及び販売方法の提案、実行
- ③事業計画書、経営計画書の策定及び実行
- ④創業支援
- ⑤事業承継支援

2. 経営発達支援事業実施期間、目標の達成方針

(1) 経営発達支援事業の実施期間

(令和3年4月1日～令和8年3月31日)

(2) 目標の達成に向けた方針

- ①事業者を計画期間内に指導員1名に対し20社掘り起こしを行い、継続して伴走型支援を行い、繁盛店へ育成することで、地域のモデル事業者を育成する。
- ②事業者の強みや課題、地域の強み、機会等を分析把握し、活用することで企業の売上増加、利益拡大に貢献できるよう取組む
- ③掘り起こしをした事業者に対し、②に関する事業計画書を作成し、実行をする。実行後は必ずフォローアップを行い、PDCAサイクルを回すことで検証を行い次の計画・行動に繋げる。事業計画作成においては、セミナーや専門家派遣等利用し、実施においては他の支援機関と連携を取り円滑に実行できるよう支援をする。
- ④創業支援に関しては西都市、市内金融機関、本年中心市街地に設立した「まちづくり西都KOKOKARA～ココカラ～」と連携し、創業希望者の掘り起こしから始め、創業塾受講によるスキルアップ、西都市補助金活用、金融支援等により円滑に創業できるよう支援を行う。また創業後は安定成長できるよう支援を行う。
- ⑤事業承継に関しては、事業所実態調査により後継者、第三者承継の意思を把握し、1件でも多い承継につなげる。特に黒字による廃業はできるだけ避けるように、宮崎県事業引継ぎ支援センターや宮崎県事業承継ネットワーク等と連携を図りながら事業承継に繋げる。後継者の育成については、当所で行うセミナーや指導、青年部等の勧誘、活動を通して育成を行う。

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3年4月 1日～ 令和8年 3月31日)

(2) 経営発達支援事業の内容

3-1. 地域の経済動向調査に関すること

(1) 現状と課題

現状

当所は西都市の大半の地域を管轄してはいるが、西都市内に限定した経済動向調査に関するデータは存在しない。そのため、これまでは巡回、窓口指導等による事業者とのコミュニケーションを通じて感じられる感覚的なものに依存した景気判断になっており、数字的な根拠として集約したものは乏しい。ただし、感覚的なものであっても、各事業所の決算書の閲覧や売上利益の大まかな数字の情報収集は出来ており、市内事業所のある程度の景況感は判断できていると思う。しかし、数的に集約したデータ等は存在しないので、定量的な根拠はない。そのため地区内の業種別の動向や消費者動向の分析は出来ず、経済動向に対するデータは不足している。

課題

西都市内の経済動向に対するデータが不足しているため、市内小規模事業者に対して情報提供することができず、販路拡大計画や新規出店計画、創業計画の策定支援については、業界平均等は利用するが、感覚的なものとなる場合が多い。また、市内の業界動向が明確に出ていないため、コミュニケーション不足の業界に対しては、情報不足になっている。

(2) 目標

| | 現状 | R3 | R4 | R5 | R6 | R7 |
|-----------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| ①地域経済動向分析 | 未実施 | 1回 | 1回 | 1回 | 1回 | 1回 |
| ②景気動向調査結果公表 | 未実施 | 4回 | 4回 | 4回 | 4回 | 4回 |
| ②調査対象事業者 | 25社 | 25社 | 25社 | 25社 | 25社 | 25社 |
| ③主要商店街通行量調査結果公表 | 1回 | 1回 | 1回 | 1回 | 1回 | 1回 |
| ④宮崎県内経済の動向分析 | 未実施 | 1回 | 1回 | 1回 | 1回 | 1回 |

(3) 事業内容

①国が提供するビックデータを活用した経済動向分析【新規】

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。

【分析手法】

- ・「地域経済循環マップ・生産性分析」→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県内企業の景気動向調査の実施

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、(一社)宮崎県商工会議所連合会が行う「県内企業景気動向調査」を行い、管内小規模事業者の景気動向について年4回調査・分析を行う。

【調査対象】：小規模事業者約1050社から25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

【成果活用】

○情報収集・調査、分析した結果はホームページに掲載、広く管内事業者に周知する。

○経営指導員等が巡回、窓口指導を行う際の参考資料とする。

③主要商店街通行量調査の実施

西都市内の商店街地区の経済動向について、これまで行っている西都商工会議所通行量調査を活用し、主要商店街の通行量について把握する。

【実施回数】：年1回

【調査箇所】：西都市主要商店街1ヵ所

【調査対象者】：歩行者男女・自転車・自動車・自動2輪車

【調査方法】：7月下旬の日曜日(休日)・月曜日(平日)の通行量を方向別、年齢別に調査する。
午前9時から午後7時まで

【分析方法】：過去5年間をグラフ化し、人の流れ、車の流れを把握する。商店街へ出店する際の商店街状況の把握のために活用する。

【成果活用】：創業予定者や商店街の販売促進対策等の資料として活用する。

④宮崎県内経済の動向調査

宮崎県内の現在の景気動向がどのようになっているのか、また将来的にどのように推移していくのか、「宮崎県経済の動き」(宮崎県総合政策部 統計調査課出典)で分析、把握する。内容については年1回公表する。

【目標】：年1回

【分析方法】：宮崎県経済の動きを経営指導員が分析する。鉱工業製品の生産指数、消費(食品、日用品、車、宿泊者)、雇用、投資、金融等について分析

【成果活用】：設備投資する際の判断や創業支援する際の資料として活用

3-2. 需要動向調査に関すること

(1)現状と課題

現状

当所においては、これまで需要動向に関する調査等を行っていない。理由として、当市にはご当地グルメ的な市内の飲食店で共通するメニューを提供するようなものも存在せず、また個々の店舗が、自社のメニュー開発時にサンプル調査を行うということもしていないと思う。このような現状であるため調査を実施していない。

課題

ご当地グルメの開発は、これまで数回チャレンジし、商品の開発、試食会、メニュー化まで行った過去はあるが、定着せず自然消滅という結果になった。ここ最近はそのような取組もなく、ご当地グルメ的なメニューの開発は厳しいのではないかと考える。今後は個々の店舗のメニュー開発時や、食品関係以外の業種でも現在の商品・サービスの需要動向調査を行い、データを蓄積する必要がある。

(2) 目標

①新商品開発のアンケート調査

| | 現状 | 令和3年度 | 令和4年度 | 令和5年度 | 令和6年度 | 令和7年度 |
|-------|-----|-------|-------|-------|-------|-------|
| 調査企業数 | 未実施 | 4社 | 4社 | 4社 | 4社 | 4社 |
| 調査人数 | 未実施 | 120名 | 120名 | 120名 | 120名 | 120名 |

②商品サービス購入プロセスアンケート調査

| | 現状 | 令和3年度 | 令和4年度 | 令和5年度 | 令和6年度 | 令和7年度 |
|-------|-----|-------|-------|-------|-------|-------|
| 調査企業数 | 未実施 | 8社 | 8社 | 8社 | 8社 | 8社 |
| 調査人数 | 未実施 | 80名 | 80名 | 80名 | 80名 | 80名 |

(3) 事業内容

①新商品開発アンケート調査の実施【新規】

飲食業、菓子製造業→新メニュー開発時の売れる商品に繋げるためのアンケート調査を実施する。結果は経営指導員が分析し、調査事業所にフィードバックする。

【実施事業所数】：4社（飲食業・食品製造）

【調査方法】：管内飲食店等より4社抽出する。アンケート用紙を配布して来場者に記入してもらう。アンケート回収目標1社30名

【分析方法】：経営指導員、調査事業所事業主により分析を行う。宮崎県の専門家派遣制度を活用し、中小企業診断士等専門家の意見も聞く。

【調査項目】：味、価格、ボリューム、見た目、商品に対する満足度、性別、年齢

【分析結果の活用】：分析結果は事業主と共有し、店舗で提供する商品やネット販売、ふるさと納税返礼品などの商品開発に活用し、売れる商品を作る。

②商品サービス購入プロセスアンケート調査

商品・サービス購入時の顧客の実態についてアンケート調査を実施する。結果は経営指導員が分析し、調査事業所にフィードバックし、将来的な販売促進等に活用してもらう。

【実施事業所数】：8社（製造業(家具)、小売業(自動車、農機具)、建築業）

【調査方法】：管内にある事業者より8社抽出する。アンケート用紙を配布して商品を購入した顧客もしくはサービスを受けた顧客に対してアンケート調査を行う。アンケート回収目標1社10名

【分析手法】：経営指導員、調査事業所事業主により分析を行う。また宮崎県の専門家派遣制度を活用し中小企業診断士等専門家の意見も聞く。

【調査項目】：顧客の購入プロセスを調査する。

【分析結果の活用】：顧客の購入プロセスを知ること、顧客の購入パターンを知ることができ、チラシ、DM等の販促物作成に活用できる。

4. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

現状

マル経推薦書作成時や、リスケジュールの計画を作成する際、また大型設備投資を行う際など、金融支援の中でも若干特殊な場合や、確定申告書や決算書を作成し、結果を支援事業者に詳しく伝える際など、税務支援の場合では、前年と比較して大きな変化があった先などに対して、経営分析を行い説明する場合もある。経営分析は、このように特定の理由があるか、税務指導のように頻繁に付き合いのある事業者に対して行う程度である。それ以外では、ここ数年小規模事業者持続化補助金等の補助金申請書作成支援時に経営分析を行う事はあるが、事業者を掘り起こしての経営分析は行っていないのが現状である。

課題

小規模事業者のこれまでと変わらない商品、サービスの提供や販売方法では、現代消費者の多種多様化したニーズには対応できなくなる可能性がある。小規模事業者が今後持続的に安定した経営を行っていくためには、事業者自身が自社の強みを見出し、また地域の強みを見つけ、現代の消費者の変化に対応して変革していかなければならない。そのことに自ら気づき、自ら戦略を立て実践していくことが必要である。また、支援する側も経営分析には高度な知識が必要となるため、その分析に対応できる指導力向上が重要である。

(2) 目標

| | R1年度 | R3年度 | R4年度 | R5年度 | R6年度 | R7年度 |
|-----------|------|------|------|------|------|------|
| ①セミナー開催件数 | 3回 | 3回 | 4回 | 4回 | 4回 | 4回 |
| ②セミナー参加者数 | 14社 | 60社 | 60社 | 60社 | 60社 | 60社 |
| ③経営分析件数 | 182件 | 42件 | 46件 | 50件 | 55件 | 60件 |

※来年度当所体制として新人指導員1名 5年以上1名 10年以上1名である。その点を加味して分析件数を抽出。新人指導員については経験を積むことで徐々に件数を増加させる計画としている。

(3) 事業内容

①経営分析を行う事業者発掘のため、「各種セミナーの開催」や管内地区の巡回相談、窓口相談により掘り起こしを行い、やる気があり、成長の可能性が高い事業者を抽出する。セミナー開催時の案内方法については、DMでの案内や経営指導員等が巡回、窓口相談時に行う。

②経営分析の内容

【対 象 者】：セミナー参加者や巡回、窓口相談の中から意欲的で成長の可能性が高い事業所を指導員 1 人当たり 20 社抽出する。

【分 析 項 目】：定量的分析の「財務分析」と定性的分析の「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、機会等

【分 析 方 法】：経済産業省の「ローカルベンチマーク」、中小機構の「経営計画つくるくん」、エイチ・エーエル社のBIZミル等のソフトを活用し経営指導員が分析する。

(4)分析結果の活用

①分析結果は調査事業所にフィードバックし事業計画策定等に活用する。

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のスキルアップに活用する。

5. 事業計画策定支援に関すること

(1)現状と課題

現状

事業計画策定セミナーはここ数年開催してきたが、参加希望者が少なく参加者を集めることに苦慮している現状がある。管内小規模事業者が自主的に事業計画書を作成することは、補助金申請等に限られ、経営指導員が事業主のヒアリングを行いながら策定しているのが現状である。事業主にとって事業計画書は補助金獲得のために必要な書類の一つという認識にとどまり、事業計画書自体の本来の目的を認識していないのが現状である。

課題

今後さらに深刻になる少子高齢化社会、特に当市は前述したように、少子高齢化、人口減少が急激に加速していくことが明確な中で、持続可能な安定した経営を行っていくためには、それに対応できる経営改革が必要となってくる。自社の強みや弱み、地域の強みや弱みを認識し、自社の商品サービスに合ったターゲットを見出し、売上利益を確保できる事業計画を自社で策定でき、さらに事業実施後P D C Aを行う事で、事業計画を修正し実行できるスキルを身に着けることが必要である。そのような点でセミナーの開催方法を見直すなど改善したうえで実施する。

(2)支援に対する考え方

小規模事業者に対し、事業計画書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の変化を促せる訳でないため、各種セミナーや巡回・窓口相談において、成功事例等を紹介するなどの工夫をすることにより4. で経営分析を行った事業者の内3割程度/年の事業計画策定事業者を目指す。併せて、持続化補助金の申請を契機として事業計画策定を目指す事業者の中から実現可能性の高い事業者を選定し、事業計画策定につなげていく。

(3) 目標

| | R1年度 | R3年度 | R4年度 | R5年度 | R6年度 | R7年度 |
|-----------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| ①事業計画策定 セミナー | 3回 | 3回 | 3回 | 3回 | 3回 | 3回 |
| 受講者数 | 延べ99名 | 30名 | 30名 | 30名 | 30名 | 30名 |
| 事業計画 策定数 | - | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 |
| ②創業塾 | 1回 23h | 1回 23h | 1回 23h | 1回 23h | 1回 23h | 1回 23h |
| 受講者数 | 10名 | 10名 | 10名 | 10名 | 10名 | 10名 |
| 創業計画 策定数 | - | 7 | 8 | 9 | 10 | 10 |
| ③事業承継セミナー | 1回 | 1回 | 1回 | 1回 | 1回 | 1回 |
| 受講者数 | 5名 | 5名 | 5名 | 5名 | 5名 | 5名 |
| 事業承継 計画策定数 | - | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 |
| ④事業計画策定数 合計 | 36 | 24 | 26 | 28 | 31 | 31 |

※各事業計画策定件数についてはセミナー参加者のみではなく、巡回、窓口相談の中から計画に至るケースも含めて算出

(4) 事業内容

①事業計画策定セミナーの実施

- 【対象者】：経営分析を行った小規模事業者のうち、やる気があり持続的発展を目指している小規模事業者やDMでの案内に参加希望の意思を示すやる気がある小規模事業者
- 【募集方法】：経営分析セミナー参加者やダイレクトメールや経営指導員の巡回等により周知
- 【セミナー内容】：事業計画の必要性・事業計画の策定法・事業計画の実行・P D C Aサイクル

②創業塾の実施

- 【対象者】：西都市内で創業を希望する者及び創業して間もない者
- 【募集方法】：西都市及び西都市内周辺市町村へ折込みチラシ配布。当所ホームページ、西都市広報による周知。会議所窓口や「まちづくり西都KOKOKARA」の創業支援センターへ創業相談に来ている方へ案内。
- 【創業塾内容】：創業の心構え 創業計画策定 税務・財務 ビジネスプラン発表等

③事業承継セミナー

- 【対象者】：事業承継を考えている小規模事業者 事業承継問題を抱えている小規模事業者
- 【募集方法】：DMによる案内や指導員の巡回・窓口相談時による案内にて周知を図る。
- 【セミナー内容】：自社が見える化し、会社の全体像を掴む 承継計画策定方法 承継事例紹介等

④セミナー以外での事業

その他経営指導員通常の巡回・窓口相談により、やる気があり成長の可能性の高い既存事業者の掘り起こしを行い事業計画策定支援に繋げる。また創業希望者、事業承継問題を抱えている小規模事業者については、通常の相談業務に加え、「まちづくり西都KOKOKARA」と連携を図り、定期的な折込みチラシによる掘り起こしを行い、計画策定支援を行う。案件が経営指導員で対応できない場合は、宮崎県地域力連携推進本部会が実施する専門家派遣制度を活用し、高度な案件にも対応する。

6. 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

事業計画についてはこれまで、前述しているように、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ば、獲得後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経営に戻ってしまっている。また金融についても融資が実行されてしまえば終了し、それまで通りの経営に戻ってしまっているのが現状である。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行っていないのが現状である。

課題

小規模事業者が立てた事業計画に対して、定期的に検証し、実情に合わせて修正していくこと、いわゆるPDCAサイクルを回しながら行う事が、安定した経営を行う上で重要であるとする。しかし小規模事業者は日々の業務に追われ事業計画の見直しまで目が向かない。支援機関としてPDCAサイクルの重要性を事業者に理解してもらうことが課題であり、常にPDCAサイクルを活用できる持続可能な発展を遂げる事業所になるよう支援したい。

(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がどうなっているのか、巡回訪問を通して把握する必要がある。進捗状況が遅い事業者や進んでいない事業者に対しては、訪問回数を増加して、原因究明し、必要な場合は計画の見直しを行う等の措置を取り、伴走型支援により持続可能な発展を目指す。

(3)目標

| | 現行 | R3年度 | R4年度 | R5年度 | R6年度 | R7年度 |
|-----------------|-----|------|------|------|------|------|
| フォローアップ対象事業者数 | 22 | 24 | 26 | 28 | 31 | 31 |
| 頻度（のべ回数） | 157 | 156 | 172 | 188 | 210 | 210 |
| 売上増加事業者数（創業者除く） | 1 | 7 | 7 | 8 | 10 | 10 |
| 利益率 3%以上増加の事業者数 | - | 2 | 2 | 3 | 4 | 4 |

(4) 事業内容

事業計画策定事業者のうち、創業者に対しては基本的に毎月訪問による実績確認を行う。順調に推移していくことが確認できた場合は、訪問回数を縮小する。事業承継事業者に対しては2ヶ月に1回の訪問をすることで、計画の進捗状況を確認する。既存事業者の事業計画策定事業者については、四半期に1回の訪問による進捗状況確認とする。なお進捗状況が思わしくない場合は、この訪問回数に限らず拡大する。また進捗状況を妨げる原因が高度な場合は、宮崎県地域力連携推進本部が実施する専門家派遣事業を活用し専門家を入れ問題解決に取り組む。

7. 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

これまでの事業では、市外での販路拡大を目指すために、販路拡大セミナーやSNSでの販促セミナーなどを開催してきた。また、首都圏に商品紹介、販路開拓、マーケティング等を目的として、「日本百貨店しょくひんかん」や「新宿みやざき館KONNE」への出店など行ってきた。しかしどちらについてもフォローアップが出来ておらず、販売した商品のその後の販売状況について調査しておらず、次に活かすことが出来ていない。また、セミナー参加者についても、受講後どのような変化があったのか未調査のため、課題解決等の支援も行っていないのが現状である。

課題

今後地域の人口減少はさらに加速する状況であることは明確になっている。そのため地域内のみでの商品販売には限界があり、その限界点も徐々に小さくなる状況である。そのため持続可能な安定した経営を可能にするためには、販路を人口の多い大都市圏へ向ける必要がある。そのための商品開発や販売方法を確立する必要があり、都市圏でのマーケティング調査は重要であると考えている。新たな需要の開拓については、記載の通り食品関係にのみ事業を行ってきたが、今後は食品関係だけでなく他の業種でも事業を実施する必要がある。

(2) 支援に対する考え方

西都市外で販路拡大が出来るであろう商品を持っている事業者に対しては、首都圏への販売事業に参加するために支援を行う。出店を成功させる準備を行うために販売促進についてのセミナーに参加してもらい、さら個別で専門家との相談会に参加してもらい準備を整える。出店期間中は陳列、接客などきめ細やかな伴走型支援を行う。

西都市内での売り上げ増加を目指している事業者に対しては、需要動向調査で顧客の購入プロセスを調査することで、顧客の購入パターンに基づいたチラシ作成等販売促進の支援を行う。その他まちゼミを開催し、新たな顧客の掘り起こしを行うなど、新たな顧客獲得のために伴走型支援を行う。

(3) 目標

| 支援内容 | 現状 | R3年度 | R4年度 | R5年度 | R6年度 | R7年度 |
|-------------------|-----|------|------|------|------|------|
| ①販路開拓セミナー | 2回 | 1回 | 1回 | 1回 | 1回 | 1回 |
| 販路開拓セミナー参加者数目標 | - | 15名 | 15名 | 15名 | 15名 | 15名 |
| ②首都圏への出展支援 | 1回 | 1回 | 1回 | 1回 | 1回 | 1回 |
| 出展参加者 | 2社 | 2社 | 2社 | 2社 | 2社 | 2社 |
| ③ふるさと納税返礼品セミナー | 1回 | 1回 | 1回 | 1回 | 1回 | 1回 |
| ふるさと納税返礼品セミナー参加者数 | 15名 | 15名 | 15名 | 15名 | 15名 | 15名 |
| ふるさと納税返礼品に係る相談会 | 1回 | 1回 | 1回 | 1回 | 1回 | 1回 |
| ふるさと納税返礼品相談会参加者数 | 8社 | 8社 | 8社 | 8社 | 8社 | 8社 |
| ④西都まちゼミ開催 | 1回 | 1回 | 1回 | 1回 | 1回 | 1回 |
| 参加事業所数 | 25社 | 25社 | 25社 | 25社 | 25社 | 25社 |

(4) 事業内容

①販路開拓セミナー及び個別相談会の実施

超少子高齢化社会、人口減少時代を迎えるにあたり、あらゆる業種で市内の市場は急激に減少することが予想できる。その厳しい経営環境に対応するため、市外で販売できる商品を供給できる事業者は、市外へも販路を拡大することが重要になってくる。そのきっかけになるよう販路開拓セミナーを開催する。

②首都圏での出展支援

商品のテストマーケティングや販売促進のために「新宿みやざき館KONNE」での催事スペースへの出展支援。新商品はもちろんであるが、これまで地元では普通に売られている食品等を販売し、首都圏でのニーズがどうなのか、価格帯、購入目的(自宅用、手土産用)など調査するとともに、商品の宣伝を行う。売上金額は1社20万円と設定する(昨年、一昨年の実績より設定)

出展予定者については①の個別相談会の受講は必須とし、催事販売についてのノウハウを学ぶ。

③ふるさと納税返礼品活用セミナー

西都市におけるふるさと納税の寄付状況は平成31年度143,351万円である。そのうち返礼率を30%と考えても、返礼品の金額は43,000万円にのぼる。ふるさと納税はこれまで取引のなかった全国各地の消費者と取引を手軽にできる制度であるため、地域の小規模事業者にとっては最良の販促ツールであると考え。ふるさと納税の返礼品が、売り上げの半分以上を占め助けられている小規模事業者は多い。この点より、ふるさと納税の仕組みを知り、寄付された方に人気のある返礼品を知るセミナーを開催することで、自社の安定した経営に繋げることが出来るものと考え。セミナー開催後は西都市総合政策課担当職員による返礼品出品説明会を開催し、手続き事項、注意事項等について説明してもらい、返礼品出品事業者の増加に繋げる。

④西都まちゼミ事業の実施

これまで8回開催してきたが、今後も小規模事業者の新規顧客を獲得する手段として「西都まちゼミ」を開催する。参加事業所が講師になり、顧客が店主の得意なことや知識について無料で学ぶことができる少人数制のセミナーで、受講するお客様は、店の店主、商品、サービスを知ることができ、お店のファン作りに貢献できる。西都まちゼミでは、西都まちゼミ実行委員会を組織し、定期的に実行委員会を開催している。実行委員会の中では自社の現状、顧客の情報など商売についての様々な情報交換が行われているため、個店の経営力向上はもとより地域のリーダー育成にも貢献できる。

8. 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

事業評価については、これまで西都市商工観光課課長、金融関係として日本政策金融公庫、宮崎県信用保証協会の担当課長、中小企業診断士により、外部評価委員会を組織し、各専門家の立場から適切なアドバイスをいただいている。しかしながら、日々の業務に追われて、事業を場当たりのであったり、目標が未達であったりと、事業自体が全くできていないものもあり、その原因についても検証できず、見直しができていない現状もある。

課題

各事業の目標達成や効果的な事業実施のため、内部での検討会を開催し、しっかりとした準備のもと事業実施できる組織体制を構築することが課題である。

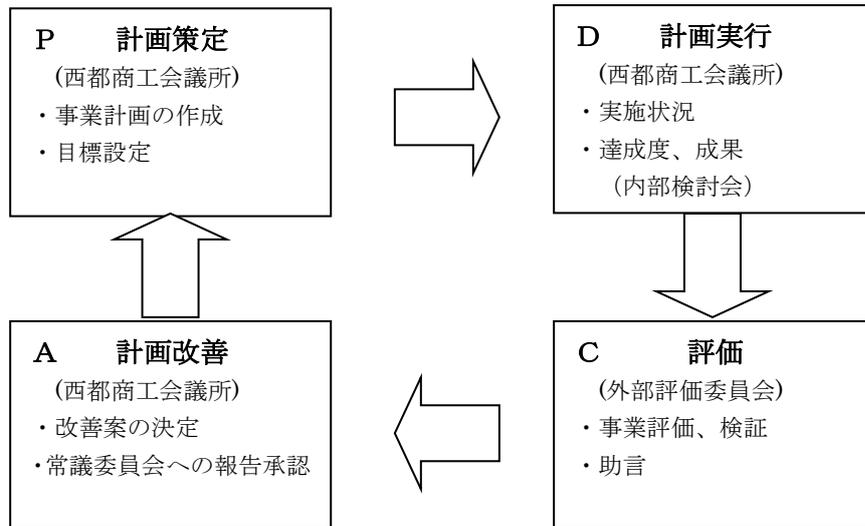
(2)事業内容

これまで通り外部評価委員会を構成し(構成員:西都市、中小企業診断士、日本政策金融公庫、宮崎県信用保証協会、法定経営指導員)、年2回の評価委員会を開催し、経営発達支援事業の事業計画及び事業評価、見直しについて提示を行う。

また、内部での検討会として2ヶ月に1回程度、事業の進捗状況を確認し、事業実施に係る問題点や課題を抽出し解決策を模索する。

評価、見直しの結果については、管内の小規模事業者が常に閲覧できるよう当所ホームページへの掲載や当所事務所へ常備する。

(事業評価のPDCAサイクル)



9. 経営指導員の資質向上等に関すること

(1) 現状と課題

現状

当所では経営指導員、経営情報支援員の資質向上のため内部研修を月に1回開催している。研修方法は外部から講師を招いての研修と経営指導員等が講師となって行うものを開催し、職員のスキルアップに努めている。

外部研修としては、宮崎県商工会議所連合会が主催する経営指導員を対象にした一般研修や経験年数に応じたコース別研修(初級・中級・上級)の2回実施されており、その研修に参加している。

当所の組織体制として、経営指導員3名のうち1名が初めて経営指導員に登用される予定である。しかし先輩指導員について勉強する期間が一定期間必要になるため、当所の小規模事業者に対する全体的な指導能力は減少すると考える。

課題

一昨年まで若手経営指導員の教育制度として、宮崎県商工会議所連合会のスーパーバイザー制度が行われていたが、昨年よりその事業が廃止された。そのため若手経営指導員については、ベテラン経営指導員が帯同しての教育が必要になってくる。しかし、ベテラン指導員の業務量の中で十分な教育が出来るかが課題である。また小規模事業者の相談を受ける際に、対応する職員で指導に差が出てくる可能性は否めない。どの指導員等が指導しても同じレベルでの指導できることが小規模事業者には重要である。

(2) 事業内容

① 外部研修等の積極的活用

職員の支援能力向上のため、宮崎県商工会議所連合会が主催する年2回の研修会に積極的に参加し、各施策の情報や中小企業を取り巻く経営環境等を熟知し適切な指導ができるスキルを養う。

② OJT制度の導入

支援経験の豊富な経営指導員と経験の少ない経営指導員、一般職員が組んで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の支援力向上を図る。

③内部研修会及び内部ミーティングの開催

現在も行っている、外部講師を招いての研修及び経営指導員等を講師に行う研修を継続して開催する（原則月1回、年間12回）。当所経営指導員を講師として行う研修については、実際に行った指導事例等について学ぶことが出来るので効果が高いと考える。その他、前述とは別に内部ミーティング（月1回）を行い、小規模事業者支援の情報共有をするとともに、支援時の困りごと等についてもヒアリングを行い適切な助言ができる体制を構築する。

④専門家への帯同による支援方法の習得

宮崎県地域力連携推進本部が実施する専門家派遣事業により、専門家に帯同し、専門家の対応方法を実際に見ることで、支援方法のノウハウを学ぶことが出来る。

⑤指導実績のデータベース化

日々の支援状況を事業所管理システム「TOAS」及び「BIZミル」に入力し、小規模事業者への支援内容を全職員が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出来るようにする。

10. 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

当所では行政機関や県内商工会議所、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定期的に、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

当所が常時連携している機関としては日本政策金融公庫で、小規模事業者の金融支援等を行う中で、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、事業者にあ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) 西都市商工観光課との情報交換(随時)

(連携理由) 地域の小規模事業者にもっと近い行政機関及び支援機関が連携する事で、市内の小規模事業者にもっと適した施策を作り、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、小規模事業者の持続的発展に寄与できる。
- ③(連 携 者) 宮崎県地域力連携推進本部員等連絡会議による情報交換 (年間3回程度)
- (連携理由) 宮崎県、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、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。事業承継ネット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る、小規模事業者の減少防止に効果を発揮する。
- ⑦(連 携 者) まちづくり西都KOKOKARAとの連携(随時)
- (連携理由) 本組織は本年(令和2年)開所した中心市街地活性化を目的とした機関であるが、管内創業支援や事業承継支援もメイン事業として行っているため。
- (効 果) 連携して創業・事業承継支援を行う事で創業・事業承継希望者の掘り起こしをすることができ、希望者を支援する事で市内事業所数の減少防止に寄与することができる。

1 1. 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

当市には西都三大まつりとして、西都花まつり（春）・西都夏まつり（夏）・西都古墳まつり（秋）が例年開催され多くの人でにぎわう。当所の役割としては、花まつり、夏まつりで事務局を担っている。また西都市中心市街地の活性化及び再生等を目的とした西都まちづくり協議会（任意団体）の運営、西都市歳末大売出し事業を実施、西都商工会議所ギフト券発行事業を実施している。その他、本年度は新型コロナウイルス感染症の影響で、プレミアム付商品券、飲食店専用プレミアム商品券、テイクアウト専用プレミアム付商品券と3種類の商品券発行を行った。

課題

西都市三大まつりのうち、「西都花まつり」及び「西都夏まつり」については、西都まつり振興会という事務局組織（西都商工会議所内）が組織されているが、組織員の年齢層が徐々に高くなり、後継者の育成や会議所の役割が徐々に大きくなってきていることが課題である。

(2) 事業内容

① 西都三大まつり

西都花まつり→例年3月末から4月初旬の10日間ほど、西都原古墳群で開催。期間中は、宮崎県内はもとより、九州全域から観光客が訪れる。地場産業振興会等による飲食品等の出店有り

西都夏まつり→例年7月下旬金・土・日の3日間で開催。西都市内、宮崎市ほか周辺市町村より多くの人出がある。

西都まつり振興会は西都市、西都市観光協会、市内商業者、西都商工会議所で組織された歴史ある団体で、各まつりの企画、広報、財務など、祭りに関わる全ての運営を担っている。そのため、1年間の内の半年以上は活動を行い、西都市の活性化に大きく寄与している。

② 西都まちづくり協議会

西都まちづくり協議会は、西都市、西都市観光協会、J A西都、西都市金融団、西都商工会議所、西都Y E G、西都J C、西都市内商店会会長、N P O法人により組織された協議会であり、平成31年度に当所会頭、副会頭の主導のもと設立した。協議会設立の目的は、西都市の中心市街地活性化と再生であり、現在、中心市街地の活性化に関する事業を行いながら、まちづくり会社設立に向け動いている。

③ 西都市歳末大売出し事業

日ごろのお客様への感謝と中心商店街の年末らしさの演出、さらには1年間で最も経済活動が盛んな年末商戦での市内購買力の市外流出防止を目的としている。参加店は大型店2店舗を含めた約70店舗。お買い物1,000円に1枚の抽選券を渡す。本大売出しによる経済効果は1億5000万円と試算。本事業は西都市の協力（西都市歳末大売出し事業補助金）のもと西都商工会議所のみで行っている。

④ 西都商工会議所ギフト券事業

長引く景気低迷による地域経済の疲弊を鑑み、市内購買力の宮崎市への流出防止を目的として、西都商工会議所ギフト券を発行。市民の使用用途は、贈り物や御礼、お返しなど主に贈り物として利用しているが、子育て支援金やリフォーム補助金等、さいとくポイント（西都市の地域ポイント）交換商品となっており、西都市の様々な施策等にも利用していただき、年間の発行額は3,000万円強に上り地域経済に貢献している。本事業の運営については西都商工会議所のみで行っている。

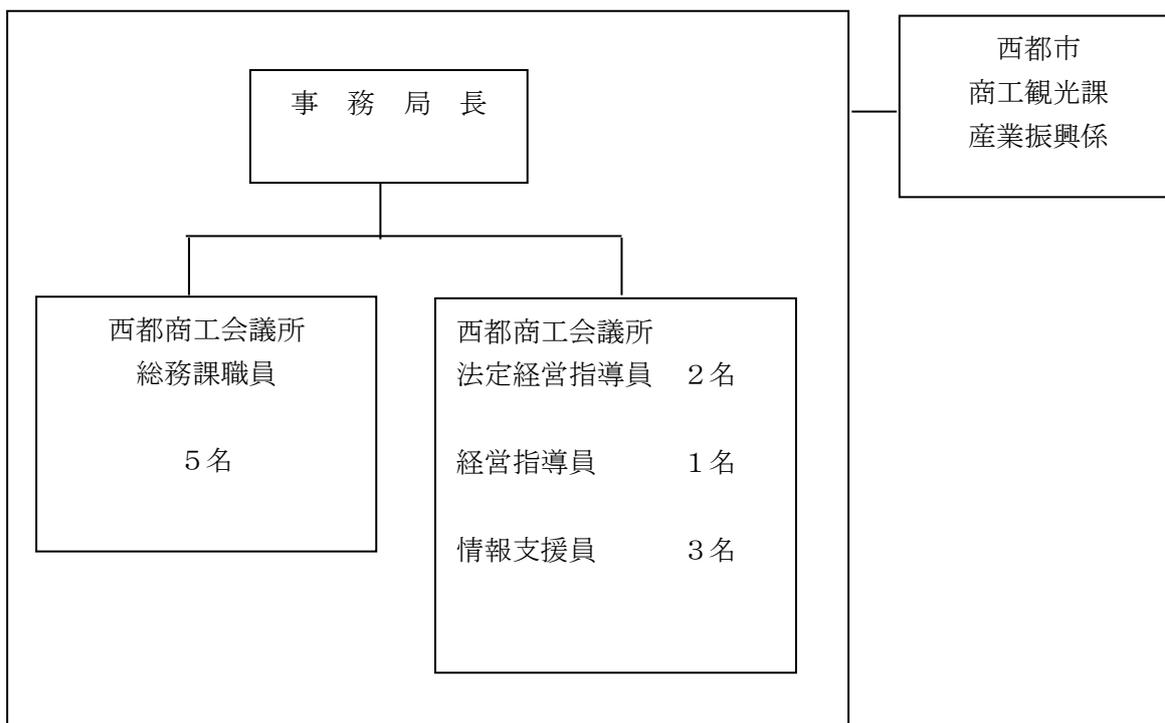
(別表2)

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2年10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法定経営指導員の氏名、連絡先

氏名： 川上 大介

氏名： 日高 敬太

連絡先： 西都商工会議所 TEL 0983-43-2111 FAX 0983-43-5722

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)

経営発達計画支援事業の実施・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

〒881-0033

宮崎県西都市大字妻 1538-1

西都商工会議所 中小企業相談所

T E L : 0983-43-2111 / F A X : 0983-43-5722

E-mail scci@miyazaki-cci.or.jp

②関係市町村

〒881-8501

宮崎県西都市聖陵町 2 丁目 1 番地

宮崎県西都市役所 商工観光課産業振興係

T E L : 0983-43-3222 / F A X : 0983-43-2067

E-mail shoko@city.saito.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 3 年度 | 令和 4 年度 | 令和 5 年度 | 令和 6 年度 | 令和 7 年度 |
|----------|---------|---------|---------|---------|---------|
| 必要な資金の額 | 5,400 | 5,400 | 5,400 | 5,400 | 5,400 |
| アンケート調査費 | 200 | 200 | 200 | 200 | 200 |
| セミナー開催費 | 2,400 | 2,400 | 2,400 | 2,400 | 2,400 |
| 創業塾開催費 | 1,000 | 1,000 | 1,000 | 1,000 | 1,000 |
| 首都圏出店費 | 600 | 600 | 600 | 600 | 600 |
| まちゼミ開催費 | 450 | 450 | 450 | 450 | 450 |
| 職員研修費 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 |
| ビズミル経費 | 350 | 350 | 350 | 350 | 350 |

(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

手数料収入、県補助金、市補助金等

(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。

(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 |
| |