

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	宇城市商工会（法人番号 8330005005788） 宇城市（地方公共団体コード 432130）
実施期間	2023/04/01 ～ 2028/03/31
目標	経営発達支援事業の目標 ①小規模事業者の自立的な経営力強化による事業継続を実現 小規模事業者とコミュニケーションを図りながら、経営環境の変化に対応した経営改善・経営革新等に取り組み、経営力向上に向けた支援を行う。 ②創業支援強化・事業承継 新規創業及び第二創業などの新分野等の取組みに挑戦する事業者、事業承継を検討している事業者に対し各種認定支援機関と連携し相互の施策を活用しながら長期的な視点で支援を行う。 ③観光関連産業等地域資源の魅力を活かし地域のにぎわいづくりを推進 恵まれた地域資源と観光資源を活用した需要・販路開拓により、地域ブランド化の推進を図り、事業所の経営力向上と競争力を高め、地域外からの消費向上に繋げる。 ④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、地域全体での持続的発展の取組みへ繋げる 小規模事業者自身の気づきや腹落ち（納得）、内発的動機づけを促し、小規模事業者が当事者意識を持って能動的に行動する方向に導くことで、経営力の強化に繋げていく。
事業内容	I．経営発達支援事業の内容 1. 地域経済動向調査に関すること 国が提供するビッグデータ等の活用及び地域経済動向調査 2. 需要動向調査に関すること 販路開拓を目指す試作品の開発と消費者ニーズ調査 3. 経営状況の分析に関すること 小規模事業者の経営状況(定量・定性・財務)分析 4. 事業計画の策定支援 小規模事業者の中長期経営計画及び個々の課題解決等計画策定、事業者向けD X

	推進セミナー開催・ＩＴ専門家派遣 5. 事業計画策定後の実施支援 計画実現に向けた経営指導員等による伴走型フォローアップ支援 6. 新たな需要の開拓支援 地域特産品のブランド力構築のため展示会、商談会への出展支援、ＥＣサイト構築や自社ＨＰによるネットショップ開設等の支援、ＩＴ活用による営業・販路開拓に関するセミナー開催
連絡先	宇城市商工会 〒869-0552 熊本県 宇城市 不知火町高良 2477-1 TEL:0964-42-8111 FAX:0964-32-3857 e-mail:uki@kumashoko.or.jp 宇城市 経済部 商工観光課 〒869-0592 熊本県 宇城市 松橋町大野 85 TEL:0964-32-1604 FAX:0964-34-3558 e-mail:syokokankoka@city.uki.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

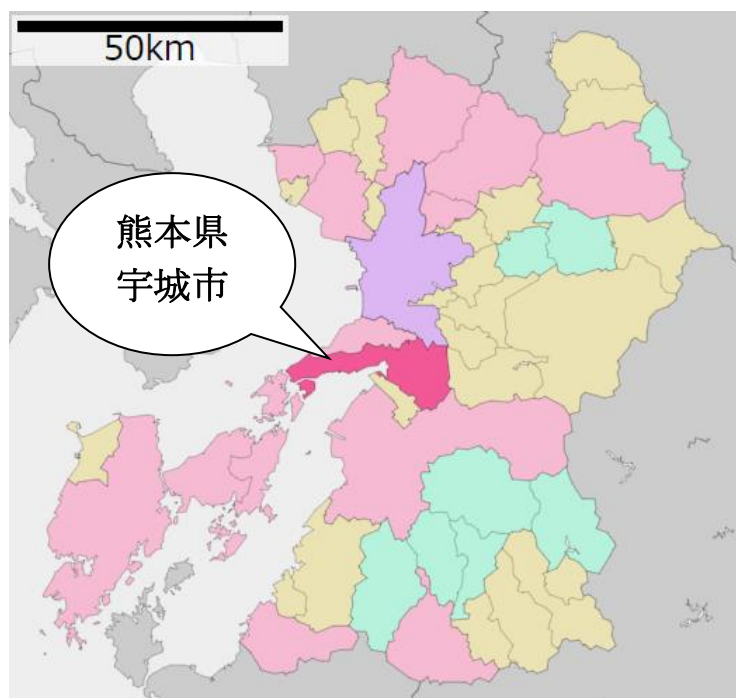
(1) 地域の現状と課題

① 現状

宇城市は熊本県のほぼ中央に位置し、県の中心都市である熊本市と県南の工業都市八代市のほぼ中間に位置し、西は天草郡市、東は美里町、甲佐町に接し、自然景観と都市的機能を併せ持ったバランスのとれた豊かな地域である。

面積は188.61km²であり、地目別に見ると、民有地の約38%が山林原野、約48%が農地、約9%が宅地、その他道路・湖沼・河川などが約5%となっている。平成17年に宇土半島の旧三角町、旧不知火町、下益城郡の旧松橋町、旧小川町、旧豊野町の5町が合併して誕生した。

宇城市全体として近年の人口減少や国内の経済情勢の悪化による企業の倒産や商店街のシャッター通り化、車社会による郊外への人口流出や雇用場所の減少による人口流出で地域経済の衰退が問題化している。

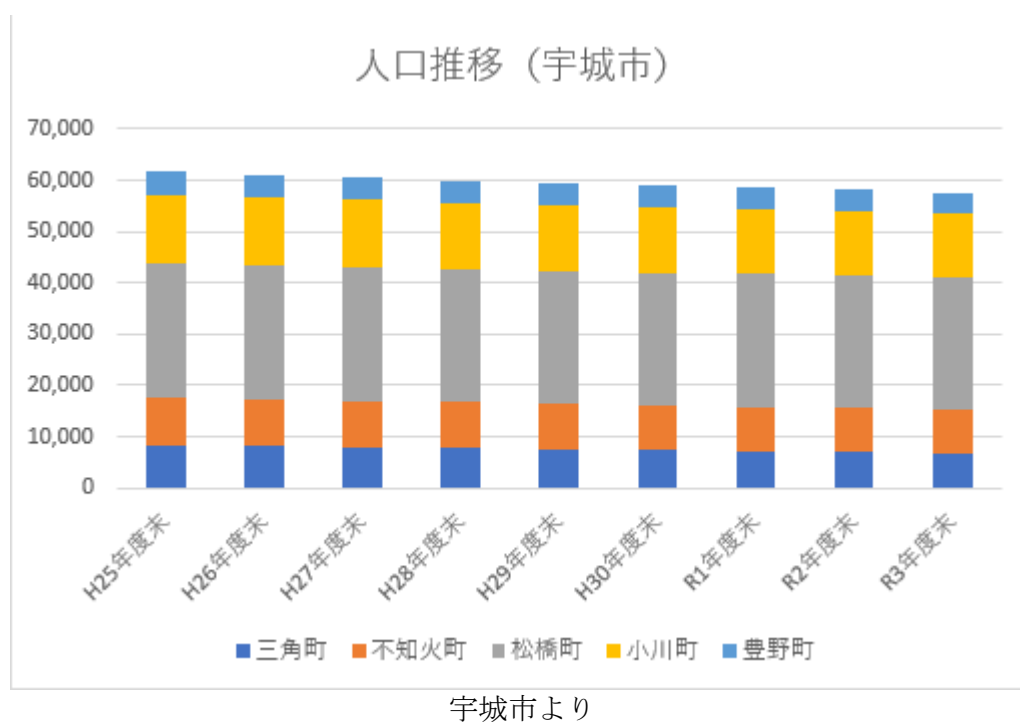


【人口推移】

2015（平成27）年の国勢調査によると、総人口は59,756人で、2010（平成22）年と比較すると2,122人の減少で、1995（平成7）年以降、依然として減少傾向にあるが、世帯数は21,432世帯で前回調査と比較して355世帯の増加と、こちらは逆に核家族化の進行の影響もあり増加傾向にある。

単位：人

	H25 年 度末	H26 年 度末	H27 年 度末	H28 年 度末	H29 年 度末	H30 年 度末	R1 年 度末	R2 年 度末	R3 年 度末
三角町	8,343	8,108	7,880	7,752	7,548	7,418	7,135	6,916	6,752
不知火町	9,289	9,170	9,005	8,941	8,822	8,793	8,720	8,578	8,403
松橋町	26,106	26,063	26,164	25,905	25,732	25,806	25,923	25,935	26,063
小川町	13,260	13,212	13,119	12,979	12,938	12,847	12,718	12,699	12,533
豊野町	4,647	4,536	4,431	4,351	4,281	4,255	4,102	4,004	3,909
合計	61,645	61,089	60,599	59,928	59,321	59,119	58,598	58,132	57,660



【産業構造】

宇城市の商工業者・小規模事業者及び産業別就業人口及び市内総生産は下表のとおりで、第3次産業の占める割合が高い。また、微量だが小規模事業者数が増加している。

＜商工業者・小規模事業者の推移＞

業種	H29 年	R3	H29/R3 比較
建設業	362	256	▲106
製造業	167	158	▲9
卸売業	89	116	27
小売業	546	595	49
飲食宿泊業	288	247	▲41
サービス業	475	525	50
その他	115	197	82
合計	2,042	2,094	52

全国連・実態調査より

＜商工会会員数＞

商工会の会員数の推移は下記のとおりであり、比較すると平成 30 年度までは減少傾向であったが、令和 2 年度から新型コロナウイルスの影響で相談事業所数が増加傾向にあり全体では会員数は横ばいである。

	H29 年	H30 年	R1 年	R2 年	R3 年	H29/R3 比較
建設業	205	206	208	215	213	8
製造業	96	95	89	92	94	▲2
卸売業	51	52	52	52	55	4
小売業	331	315	298	307	298	▲33
飲食・宿泊業	119	118	121	135	135	16
サービス業	246	290	307	314	324	78
その他	54	9	13	13	11	▲43
定款会員※1	19	19	20	21	23	4
合計	1,121	1,104	1,108	1,149	1,153	32

全国連・実態調査より

備考) ※1 定款会員：宇城市商工会定款第 9 条（会員の資格）の別段の定めにおいて、「次に掲げる者は、本商工会の事業の円滑な推進のために必要であるとして、理事会が特に承認した場合は、会員となることができる。」と規定しているが、この会員のことを定款会員という。

- 例) (1) 本商工会の地区内に引き続き 6 月に満たない期間営業所等を有する商工業者
(2) 本商工会の地区内で事業活動を行う団体（青色申告会、法人会、商店会など）

<産業別就業人口>

	就業人口	第1次産業	第2次産業	第3次産業
H22年	29,286人	17%	21%	60%
H27年	28,798人	16%	22%	62%
R2年	27,418人	15%	22%	63%

宇城市より

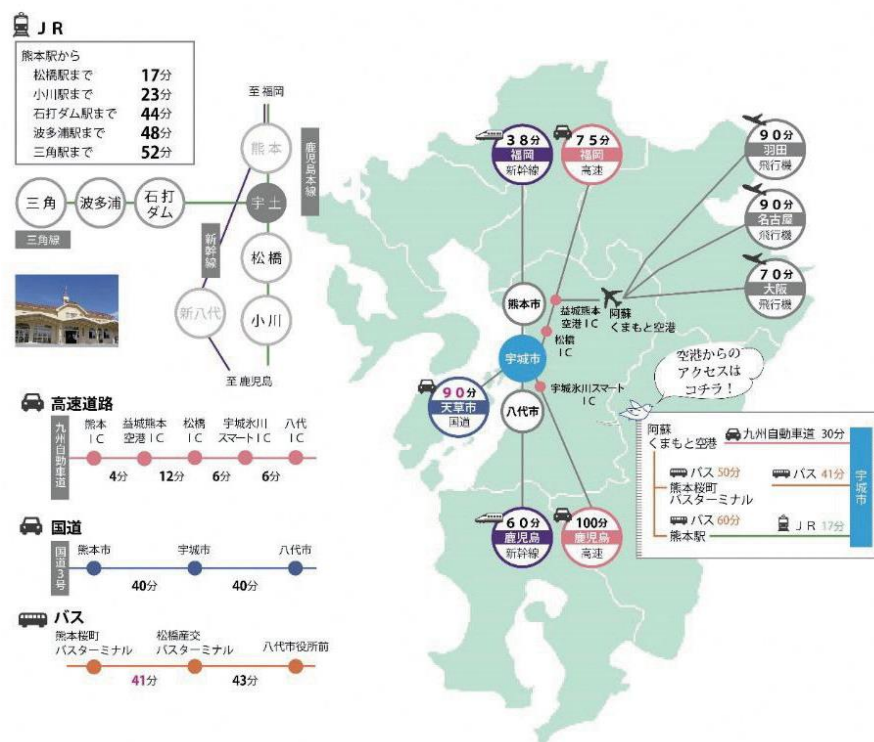
<市内総生産>

	市内総生産額	第1次産業	第2次産業	第3次産業
H24年	約1,800億円	6.70%	24.80%	68.60%
R1年	2,011億円	5.00%	32.80%	62.10%

宇城市より

<宇城市の交通>

九州自動車道が市の東部を南北に縦断しており、松橋インターチェンジ(IC)と宇城氷川スマートICから九州各地へのアクセスが可能で、鉄道は、JR 鹿児島本線が市のほぼ中央を南北に縦断しているため、熊本駅や新八代駅へ連絡している。また、JR 三角線（あまくさみすみ線）の三角駅は、熊本県最西端の駅で天草への玄関口となっている。



宇城市HPより

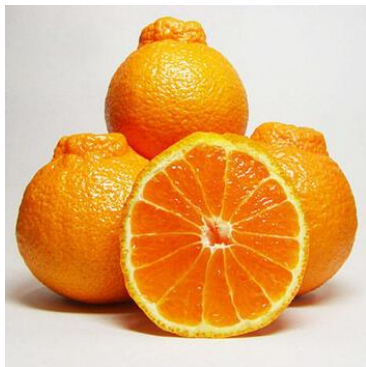
【地域・観光資源】

宇城市は、多彩な自然条件を活かし、柑橘類、メロン、ぶどう、花き、しょうがなどの栽培が盛んである。しかしながら、農業従事者の高齢化が進んでおり、後継者の育成が課題となっている。

農林水産物等販売については、道の駅うき（宇城彩館）やアグリパーク豊野、みすみラ・ガール内にある農林水産物等販売所をはじめ、各地に立地しており、地元の住民や観光客に利用されている。

漁業については、宇城市不知火町の松合地区は江戸時代、熊本城主の細川藩に献上されるほど新鮮でおいしい魚介類がとれる地区として有名だった。しかし、埋め立て、排水等の影響で近年では漁獲高が激減している。今でも、コノシロ、白エビ（通称：芝エビ、バナイエビ）が有名で、他の地域のものとは味わいも違うと言われている。コノシロについては宇城市における漁獲量第1位で71 トンの水揚げとなっているが、小骨があり食べ方が限定されるため広く知られていない。

＜デコポン＞



＜ぶどう・シャインマスカット＞



＜コノシロ＞



＜白エビ＞



<洋ラン>



<しょうが>



<三角西港>



<宇城彩館>



<アグリパーク豊野>



<三角ラガール>



【宇城市の総合計画】

宇城市は、2017年（平成29年）から2024年（令和6年）の8年間を計画期間とする第2次宇城市総合計画を策定し、目指す将来像として『ちょうどいい！住みやすさを実感できる都市（まち）・宇城』を掲げており、宇城市が抱える政策課題を基本目標として整理し、施策に取り組み、誰もが住みたい、住み続けたいと思えるまちづくりを基本にさらに魅力ある都市として飛躍することを目指している。また、2015年（平成27年）に策定した宇城市人口ビジョンを踏まえ2024年（令和6年）の目標人口を55,000人以上維持できる持続可能なコンパクトシティの形成により、市民一人ひとりが「ちょうどいい！」と思える将来都市像を目指している。

基本目標

	具体的な施策
商工業の経営基盤の確立を目指す	・魅力ある商店街の整備・活動の支援と空き店舗を利用した取り組みの強化 ・起業や成長が見込める産業分野への取り組み支援 ・観光施設の充実や特産品開発の推進およびDMOによる稼げる観光業の確立
稼ぐ力を高め良質な雇用の創出を目指す	・付加価値向上や販路拡大に向けた金融機関などとの連携強化 ・農業関係者などと連携し稼ぐ農業の推進と担い手確保の促進 ・金融機関などと連携し創業支援による稼ぐビジネスの創出
稼ぐ力を高める人の流れの創出とつながりの拡大を目指す	・観光地域づくりによる稼げる観光の推進 ・稼げる人材にターゲットを絞った戦略的な移住促進 ・UIJターンや企業誘致などの促進に向けた地元出身者との関係強化 ・地域の核となる市内高校の活性化と市内就職の促進による若年層の流出抑制

【商工会の取り組み】

<主な取組内容>

宇城市商工会では、地域資源を活用した取り組みによる小規模事業者の経営力向上を推進するとともに、地域唯一の経済団体として行政、他団体等との連携のもと以下のような事業に取り組んできた。

経営力向上支援の取組	販路開拓支援の取組	地域経済振興支援の取組
・チームによる伴走型支援（経営個別相談会） ・事業承継への支援 ・事業継続力強化支援計画に対する取組	・持続化補助金 ・くまもと物産フェア ・うきうきコノシロ街道	・プレミアム付き商品券事業 ・フットパス事業 ・ひまわり園事業 ・ふるさと祭り ・商店街イメージアップ支援

【管内における強み・弱みの整理】

強み	・九州縦貫自動車道（松橋 IC・宇城氷川スマート IC）や JR 松橋駅・JR 三角駅を利用した外部からの交通アクセスが良い。 ・柑橘類・ぶどう・もも・メロンなどのフルーツの産地であり、またコノシロ・イカ・エビなどの海産物等の地域資源が豊富である。 ・平成 27 年に世界文化遺産に登録されている「三角西港」がある。 ・市内に三角（東）港があり、港湾施設を有している。
----	---

弱み	・就職・進学による市外流出による若年層の地元定着度が低い状況にある。 ・利便性の高い大型スーパーやドラッグストアの存在により、経営者の高齢化と後継者不在による小売業等にとっては厳しい状況となっている。 ・熊本県のほぼ中央に位置しており立地条件は良いものの観光関連産業はその需要の取り込みがうまくできていない。 ・道路網の整備が進むにつれて消費需要の市外への流出が続き域内の小売業等には厳しい状況となっている。
----	---

②課題

上記に整理した地域や管内における産業別の状況、強み・弱み等を踏まえて下記の課題を抽出する。

- ・高齢化率の高まりと高齢化世帯の核家族による地域における購買力の低下、さらには地域間競争による購買流出への対応が課題となっている。
- ・小規模商業、サービス業において地域内競争環境の悪化による商業、サービス業の減少、さらには商店街における業種構成等の面からも商店街の魅力度が低下しており、大型店、チェーン店に対抗できる商業、サービス業の育成が課題となっている。
- ・地域資源の活用によるブランド化の推進による地域外からの流入の増加等の交流人口の増加を図ることが課題となっている。
- ・後継者難による廃業率の高まりに対する対応が課題となっている。
- ・創業ニーズが高いが、創業後廃業に至るケースも見られる等、創業者の持続的成長に繋げるための支援強化が課題となっている。

（２）小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

①10年程度の期間を見据えて

当会では、これまで経営力向上、販路開拓、地域振興と小規模事業者の持続的経営に関して支援を行ってきた。しかし、人口減少や事業主の高齢化、若年層の市外流出、後継者不足が顕著に表れ始め、廃業も増加傾向にある。この現況を踏まえ、小規模事業者に対する消費者の動きを見る限り経済の拡大は現状見えにくい。管内小規模事業者の持続的且つ安定的な成長が地域経済の発展に不可欠であることを認識し、廃業を減少させるべく事業所の経営力向上、事業承継や創業者の掘起こしなど、地域経済の循環を活性化させ、向上・維持させていくことが必要となる。また、管内には豊富な地域資源や観光資源を有しており、この地域資源の強みを活用した「食」に関する販路開拓や生産性向上の仕組みを構築していくことで振興を図り、地域外からの交流人口の増加、外貨獲得の拡大など、小規模事業者の付加価値向上による他地域との差別化により、事業者の所得向上へ繋げていく。

②宇城市総合計画との連動性・整合性

宇城市は、目指す将来像として『ちょうどいい！住みやすさを実感できる都市（まち）・宇城』を掲げており、宇城市が抱える政策課題を基本目標（下表）として整理し、施策に取り組み、誰もが住みたい、住み続けたいと思えるまちづくりを基本にさらに魅力ある都市として飛躍することを目指している。

商工業については、魅力ある商店街の整備・活動の支援と空き店舗を利用した取り組みの強化を行い、起業や成長が見込める産業分野への取り組み支援、観光施設の充実や特産

品開発の推進をする。

観光振興については、観光地域づくりによる稼げる観光の推進、稼げる人材にターゲットを絞った戦略的な移住促進・UIJターンや企業誘致などの促進に向けた地元出身者との関係強化、地域の核となる市内高校の活性化と市内就職の促進による若年層の流出抑制のため、商工会と連携した継続的な伴走型の支援を行う。

上記は、当会の長期的な振興のあり方と連動している。今後も市と連携を取りながら、商工業者の支援を伴走型で行っていく。

③宇城市商工会としての役割

当会は、小規模事業者の支援機関として伴走型支援を重視し、きめ細やかな支援の実施が事業所の経営力向上による持続的発展や販路開拓、地域経済拡大に寄与することを認識し、第2次宇城市総合計画を踏まえた上で経営改善普及事業を実施し、事業所の現状課題を抽出、早期解決を図り安定性のある事業所へと促していく。また、創業や事業主の高齢化による後継者不足についても、専門家や熊本県商工会連合会特任支援課と連携し円滑な事業承継に繋げていく。事業計画策定により事業者への気づき、意識改革を促進し、関係機関との連携を図りながら地域活性化に繋げていく。

（３）経営発達支援事業の目標

①小規模事業者の自立的な経営力強化による事業継続を実現

小規模事業者とコミュニケーションを図り、事業所の経営状況の把握、課題等の情報を共有し、経営環境の変化に対応した経営改善・経営革新等に取り組む経営力向上に向けた支援を各支援機関、専門家、金融機関との連携により解決し、事業所の強みを活かした持続的成長を促す。個社支援においては、業種・取扱商品・事業規模・業歴・代表者年齢や地域性や地域ニーズ、外部環境の変化（自然災害や新型ウイルスなど）等を考慮し、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うえで地域経済を支える小規模事業者の力を引き出し、地域全体での持続的発展の取り組みへ繋げる支援に努める。また、事業計画作成によるPDCAサイクルの進捗状況を確認し、経営体質の強化へと繋げていく。

②創業支援強化・事業承継

新規創業及び第二創業などの新分野等の取組みに挑戦する事業者に対しては、宇城市・熊本県商工会連合会・金融機関等各種認定支援機関と連携を図り、相互の施策を活用し長期的な視点で支援を行う。

事業承継については早期且つ計画的な後継者育成、関連機関との連携による事業承継基盤の構築により円滑な支援をしていく。ケースによっては事業承継（M&A含む）計画と連携した支援を進める。

③観光関連産業等地域資源の魅力を活かし地域のにぎわいづくりを推進

恵まれた地域資源と観光資源を活用した需要・販路開拓により、地域ブランド化の推進を図り、事業所の経営力向上と競争力を高め、地域外からの消費向上に繋げる。また、各資源のブラッシュアップと地域の魅力を広く情報発信し、他地域との差別化による需要・交流人

口の増加に繋げていく。特に、特産の農産物の付加価値化においては、販路拡大や財務・経営管理面などの支援において、官民一体となった農商工連携・6次産業化を推進し、食品加工・販売関連産業の成長を支援していく。

④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、地域全体での持続的発展の取組みへ繋げる

コロナ禍やロシア・ウクライナ戦争の長期化による足許の原油高・物価高による影響で小規模事業者を取り巻く経営環境が今後益々不透明感を増す中で事業の持続的な発展を図っていくためには、小規模事業者自身が「自ら考えたうえで事業計画を立案し実行していく」という経営者の「自走化」、「自己変革」のための内発的動機づけを行い、事業者自身の「潜在力」を引き出すことが重要である。そこで、今後小規模事業者の経営支援にあたっては、対話と傾聴を基本的な姿勢とし、これまでのような経営指導員から一方的な提案を行うのではなく、小規模事業者自身の気づきや腹落ち（納得）、内発的動機づけを促し、小規模事業者が当事者意識を持って能動的に行動する方向に導くことで、経営力の強化に繋げていく。

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5年4月1日～令和10年3月31日）

(2) 目標の達成に向けた方針

①小規模事業者の自立的な経営力強化による事業継続を実現

新型コロナウイルス禍やロシア・ウクライナ戦争等による景気低迷・物価高の継続など激変する環境変化に対応し、業務改善をはかっていく上で、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、本質的課題を反映させた事業計画策定の支援を行う。また、将来的な自走化を目指し、多様な課題解決ツールの活用提案を行いながら、事業者が深い納得感と当事者意識を持ち、自らが事業計画を実行していくための支援を行う。

②創業支援強化・事業承継

◎創業支援

新規創業にチャレンジする創業者に対して、宇城市と当商工会が連携した創業支援を行い、創業計画書や資金繰り計画書等の作成支援、創業融資制度の斡旋、更に持続化補助金等の各種補助金申請を支援する。また、宇城市と当商工会が協議を行い、市独自の創業支援（市創業融資制度や市持続化補助金等）の充実についても検討していく。

第2創業についてはポストコロナ・ウイズコロナ時代の経済社会変化に対応するための小規模事業者の思い切った事業再構築に関する計画策定と実行支援について取り組んでいく。

◎事業承継

管内の小規模事業者においてヒアリングシート活用による後継者等の現状把握と事業承継に対する気づきのための支援を実施する。事業承継に向けた取り組みが必要な事業者については、後継者育成や資産・負債の引継ぎに関する長期に渡る事業承継計画の策定支援を当商工会の経営個別相談会、熊本県商工会連合会の専門家派遣制度を活用しながら実施する。また、事業承継をきっかけに後継者候補が積極的に経営革新的な取り組みを行えるよう、経営革新的な取り組みに対する事業計画書の策定及び実行支援についても取り組んでいく。

③観光産業等地域資源の魅力を活かし、地域のにぎわいづくりを推進

地域の特産品である「コノシロ」やキャラクターである「コノシロ部長」を活用した地域特産品・サービスの開発・改善及びブランド化を支援し、IT技術を利用した提供方法の推進や宇城市の物産館や観光施設等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。

④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、地域全体での持続的発展の取組みへ繋げる

人口減少社会において地域経済の維持、持続的発展に取り組む上で、地域を支える個々の小規模事業者への経営課題の設定から課題解決の伴走において、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。

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】管内の経営動向の把握、業種別の実態調査と本会の情報発信を目的に管内小規模事業者を対象に年1回巡回を行っていたが、データの集約や専門的な分析については行えていなかった。

【課題】巡回等を行って得られた実態調査を集約したうえで、ビッグデータ等を活用した専門的な分析を実施する。また、管内小規模事業者へ地域経済情報の提供後の活用方法についても今後の検討課題である。

(2) 目標

	公表方法	現行	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度
①地域経済動向分析の公表回数	HP掲載	—	1	1	1	1	1
②景気動向分析の公表回数	HP掲載	—	1	1	1	1	1

(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景気動向分析

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、年1回調査・分析を行う。

【調査手法】調査票を郵送し返信用封筒で回収する

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120社（飲食・宿泊業、製造業、建設業、卸売業、小売業、サービス業から20社ずつ）

【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

(4) 調査結果の活用

調査して得た情報を外部専門家と共に分析・課題の抽出・整理を行い、報告書を作成し商工会会報やホームページで公表、管内小規模事業者のみならず行政にも周知し、本市の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

【現状】毎年、地域活性化に資する取り組みにおいて、700件のアンケート調査数を目標に実施した。昨年度は、地域活性化に資する取り組みにて開発した試作品3品（酢漬け、オイル漬け、タレ漬け）を、コノシロ街道参加事業者に配布し、各事業者にて試作品を利用した料理を開発してもらい、各飲食店内で一般消費者に提供、アンケート調査を実施した。

【課題】これまで、毎年目標700件としたうえで飲食店内でのアンケート調査を実施しようとしたが、新型コロナウイルスの影響により目標達成に至っていない。今後は調査手法を改善したうえで実施する。

(2) 目標

	現行	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度
① 新商品開発の調査対象商品数	3品	1品	1品	1品	1品	1品
② 試食、アンケート調査数	200人	50人×2回	50人×2回	50人×2回	50人×2回	50人×2回

(3) 事業内容

※地域ブランドの形成や観光地の知名度等の向上につながる調査

特産品開発事業において、誕生した「コノシロ部長」を活用した宇城市の認知度向上のため、管内観光関連施設にてアンケート調査を行う。具体的には、コノシロ街道に参加している管内飲食店14件が共同してコノシロを活用した共通レシピの商品を開発し、管内の「物産館」および「道の駅」において、試食及び来場者アンケートを実施し、調査結果を分析した上で観光関連産業にフィードバックすることで、観光地（宇城市）の認知度向上に資する。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）「物産館」および「道の駅」の来場客が増加する秋頃（計2回程度）に、試食及び来場者アンケートを実施する。（来場者に試食してもらい、経営指導員等が聞き取りの上、アンケート票へ記入する。）

（情報分析）調査結果は、中小企業診断士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。

【サンプル数】来場者100人（＝来場者50人／1回×計2回実施）

【調査項目】①味、②甘さ、③硬さ、④色、⑤大きさ、⑥価格、⑦見た目、⑧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観光関連産業に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】 これまでは小規模事業者持続化補助金、事業再構築補助金等の申請支援や金融支援、創業支援、事業承継支援など経営指導の範囲内で経営指導員主導にて行っているが、事業者が自主的に経営分析を実施するに至っていないなど内容的にはまだ不十分である。

【課題】 これまで実施しているものの、「利益率の改善」といった財務データから見える表面的な課題のみに着目していたため、さらに「対話と傾聴」を通じて定性的な分析（非財務分析）も行い、更に一步踏み込んだ経営の本質的課題の把握に繋げる。

(2) 目標

	現行	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度
① セミナー開催数	—	1	1	1	1	1
② 経営分析事業者数	106	120	120	120	120	120

備考) 1指導員あたり20者経営分析実施(20者/1指導員×6指導員=計120者)

(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や巡回指導・窓口相談を通じて、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、メールや郵送での送付やホームページへの掲載等により広く周知、巡回・窓口相談時に案内

② 経営分析の内容

【対象者】 セミナー参加者や重点支援先の中から、意欲的で販路拡大の可能性の高い事業者を選定

【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、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	商圏内の人口・人流
仕入先・取引先	デジタル化・IT活用の状況	競合
人材・組織	事業計画の策定・運用状況	業界動向

【分析手法】 事業者の状況や局面に併せて、経済産業省の「ローカルベンチマーク」中小機構の「経営診断システム」、「経営計画つくるくん」等のソフトを活用し、経営指

導員が中心となって分析を行う。

非財務分析はSWOT分析のフレームで整理する。

(4) 分析結果の活用

○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。

○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】経営指導員の個社指導だけでなく、経営個別相談会や事業計画書作成セミナーにおける専門家の指導による事業計画書作成指導を行っている。しかし、持続化補助金等の経営関係の補助金採択やマル経融資等のみの受動的な取組に留まっており、上記目的以外の日常の経営指導において事業計画の策定は稀であり件数も少ない。また「文書を作成するのは難しいから経営計画書を自分で作るのは無理。」と考える事業者が多く、自主的に作成する事業者はほとんどないのが現状である。

【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が浸透していないため、セミナー開催方法を見直すなど、改善した上で実施する。また、小規模事業者が自主的に事業計画書作成に取り組めるような仕組みづくりを行うことも課題である。

(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、経営分析を行った事業者の75%程度／年の事業計画策定を目指す。

また、持続化補助金や事業再構築補助金等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。

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5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度
①DX 推進 セミナー	—	1	1	1	1	1
②事業計画策 定セミナー	4	4	4	4	4	4
③創業計画策 定セミナー	—	1	1	1	1	1
④事業承継計 画策定個別相 談会	—	1	1	1	1	1
事業計画策 定事業者数	75	90	90	90	90	90
創業計画策 定事業者数	10	6	6	6	6	6
事業承継計 画策定事業者 数	1	6	6	6	6	6

(4) 事業内容

①「DX推進セミナー開催・IT専門家派遣」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ツールの導入による業務効率化やWebサイト構築等による販路開拓の取組を推進していくために、セミナーを開催する。

【支援対象者】経営分析を行った事業者

【募集方法】チラシ及びホームページ

【講師】IT 専門家、DX 支援を専門とする中小企業診断士

【回数】年に1回

【セミナーカリキュラム】

- ・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
- ・税務や労務での活用方法等

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

【支援対象】経営分析を行った事業者を対象とする

【募集方法】チラシ及びホームページ

【講師】中小企業診断士

【回数】年に4回

【支援手法】事業計画策定セミナーの受講者に対し、経営指導員等が担当制で張り付き外部専門家も交えて確実に事業計画の策定につなげていく

③「創業計画策定セミナー」の開催

【支援対象】宇城市内で創業を検討している事業者を対象に行う

【募集】チラシ及びホームページ

【講師】中小企業診断士

【回数】年に1回程度

【支援手法】創業計画策定セミナーの参加者に対し、経営指導員が担当制で張り付き外部専門家も交えて確実に事業計画の策定につなげていく。年間の支援件数は1指導員あたり1者（1者/1指導員×6指導員＝計6者）を目標とする。

④「事業承継計画策定個別相談会」の開催

【支援対象】宇城市内で事業承継を検討している事業者を対象に行う

【募集】チラシ及びホームページ

【講師】中小企業診断士、税理士

【回数】年に1回程度

【支援手法】管内の小規模事業者においてヒアリングシート活用による後継者等の現状把握を行った後、重点事業承継支援事業者を選定したうえで、外部専門家及び熊本県商工会連合会特任支援課と連携し事業承継計画策定の個別相談会を実施する。年間の支援件数は1指導員あたり1者（1者/1指導員×6指導員＝計6者）を目標とする。

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

【現状】これまでは事業計画策定後に巡回訪問や窓口指導等による進捗状況の確認だけ行っており、計画の数値と実際の数値との差異などの現状確認、現状確認を踏まえた経営改善に向けた支援まで来ていないのが現状である。

【課題】今後は、事業計画策定後に国・県・市・熊本県商工会連合会が行う支援策等について定期的に広報周知を行い、活用を促すとともに、当商工会主催の専門家による経営個別相談会や熊本県商工会連合会の各種専門家派遣制度等の施策を活用しフォローアップを定期的実施することが課題となる。

（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など、計画の進捗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5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度
フォローアップ対象事業者数	67	102	102	102	102	102
頻度（延べ回数）	109	306	306	306	306	306
売上増加事業者数	—	20	20	20	20	20
利益率 3%以上増加の事業者数	—	20	20	20	20	20

備考) ※フォローアップ対象事業者数＝事業計画策定事業者数＋創業計画策定事業者数＋事業承継計画策定事業者数

※売上増加事業者数及び利益率 3%以上増加事業者数についてはフォローアップ対象事業者数の約 20%を目標とする。

(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 102 者のうち、51 者は四半期に一度、他の 51 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。

（備考）フォローアップ頻度（延べ回数）内訳

51者（4半期に1回）：51者×4回＝204回

51者（年に2回）：51者×2回＝102回

年間合計 306回

8. 新たな需要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、行政・商工会上部団体・金融機関が行う展示会・商談会への参加する小規模事業所への広告宣伝・情報発信・商品のブラッシュアップなど個別支援を中小企業診断士などの専門家の協力を仰ぎ販路開拓を目指してきたが、新型コロナウイルス感染拡大の影響もあり、商談会の出店が出来ていない。

【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、取り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、熊本県内や福岡県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。また状況に応じて専門家（中小企業診断士等）を活用した支援を行う。特産品のブランド力を構築するために、①商品力(味・価格・パッケージ・ストーリー等)の見直し、②販売方法（リアル店舗・ネットショップ）、③販売先（域内・域外）、④広報活動（チラシ・インターネット）などに関してブランド化戦略・ブランド化計画の作成を行う。

商品ブランド化計画に基づき、次に掲げる物産展や評価会・商談会等に出展し、食品加工品業者等の出展支援（ブース作成、商談対応資料作成、陳列、販促物作成等）を行い域外に対する認知度の向上とバイヤーとのマッチング機会を提供し、新たな販路開拓と共に事前に催事出展に係る勉強会を実施しバイヤーとの交渉力の向上を図る。

また、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	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度
① 展示会出展事業数	3 者	3 者	3 者	3 者	3 者	3 者
売上額／者	30 万円	30 万円	30 万円	30 万円	30 万円	30 万円
② 商談会 参加事業数	3 者	3 者	3 者	3 者	3 者	3 者
成約件数／者	—	6 者	6 者	6 者	6 者	6 者
③ SNS活用事業者	—	3 者	3 者	3 者	3 者	3 者
売上増加率／者	—	10%	10%	10%	10%	10%
④ EC サイト利用事業者数	—	3 者	3 者	3 者	3 者	3 者
売上増加率／者	—	10%	10%	10%	10%	10%
⑤ ネットショップの開設者数	—	3 者	3 者	3 者	3 者	3 者
売上増加率／者	—	10%	10%	10%	10%	10%

(4) 事業内容

①展示会出展事業（BtoC）

商工会が「展示会」において3ブースを借り上げ、事業計画を策定した事業者を優先的に出展し、新たな需要の開拓を支援する。

【参考】「FOOD STYLE Kyusyu」（福岡県で開催）は、秋の年1回、2日間にわたり、県内外から、のべ約15,000名が来場する恒例イベントで、800程度の展示ブースがある。

【既存イベント（催事等）】

「くまもと物産フェア」

主催団体：熊本県商工会連合会

開催目的：県内の特産品の普及を図る

支援対象：特産品開発事業者（小規模事業者・中小企業者）

訴求対象：県内外一般消費者（24,000人程度）

②商談会参加事業（BtoB）

県内および近隣都市圏にて開催される商談会に、管内の主要業種たる観光関連産業3社を選定し参加させる。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。

【既存イベント（商談会等）】

「九州食の展示商談会 in くまもと」

主催団体：九州食の展示商談会実行委員会

開催目的：農林水産物と食品等の展示商談会

支援対象：特産品開発事業者（小規模事業者・中小企業者）208企業

訴求対象：九州内の食品関連バイヤー（55社 83人程度）

「くまもと“食”の商談会」

主催団体：株式会社肥後銀行 一般社団法人熊本県物産振興協会

開催目的：農林水産物と食品等の展示商談会

支援対象：特産品開発事業者（小規模事業者・中小企業者）53企業

訴求対象：九州内の食品関連バイヤー（46社 70人程度）

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。

④ECサイト利用（BtoC）

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】当商工会においてはこれまで年1回の「経営発達支援事業評価委員会」で各事業において一定の評価検証をおこなってきたものの、見直しや変更についてまで踏み込んでおらず不十分であった。また、中間評価を行ってこなかったため、中間評価を踏まえた事業計画の見直しを行うことができなかった。

【課題】今後は本計画を実施するにあたり、成果の検証に応じて計画の見直し変更を実施するため中間評価も含め定期的な事業検証を行っていく必要がある。

(2) 事業内容

①評価方法

当商工会正副会長、宇城市商工観光課長、法定経営指導員、事務局長、経営指導員、外部有識者として中小企業診断士をメンバーとする「評価委員会」を年2回開催し、経営発達支援事業の進捗状況等について評価を行う。

②評価結果の公表

当該評価委員会の評価結果は、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へ掲載（年1回）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】経営指導員等が小規模事業者を支援するためのノウハウ等の習得は、商工会連合会や商工会職員協議会の主催するセミナーに参加することや、宇城地域で定期的に参加する勉強会に出席することにより行っていた。情報共有を目的として毎月1回正副会長・支所長合同会議を、3ヶ月に1回職員会議をそれぞれ開催していた。また、当商工会独自の取組としてコロナ禍の厳しい経営状況の中積極的に事業再構築の取り組みを自主的に行っている事業者を講師として招き、先進事例に関する勉強会を実施した。

【課題】年間を通して研修等での個々のスキルアップを図っているが、事業者の相談内容が多様化する中で膨大な量の情報をすべて取得するのは難しく、ベテラン、中堅、新人と個々の職員の支援経験にはバラツキがある中、職員の支援能力を一定レベルにアップさせるためには単に研修に参加するだけでなく、ノウハウや情報を共有する仕組み作りが必要である。一方、経営支援員等においては、経営支援に関する基礎知識や基本的能力を高め、経営指導員と連携して対応する機会を増やす必要がある。また、DXに関する職員への知識、スキルが十分備わっていない状況にある。今後も職員一丸となり最新情報の収集や共有また、経営力強化に向けた支援ノウハウの取得を図る必要がある。

(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、経営支援員の小規模事業者の事業計画策定、事業承継、事業再構築、販路開拓など小規模事業者の実態に応じた伴走型支援スキル向上のため、熊本県商工会連合会が実施する「専門スタッフ研修会」、「基本能力研修会」、「OJT 研修会」及び中小企業庁が主催する「経営指導員研修」、「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や経営力強化等に向けた支援ノウハウを習得し、支援力強化を図る。

【事業計画策定セミナー】

当商工会では、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、中小企業大学校入吉校が実施する「事業計画策定セミナー」へ積極的に参加する。

【D X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D X推進への対応にあたっては、経営指導員及び経営支援員のI T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。

<D Xに向けたI T・デジタル化の取組>

◎事業者にとって内向け（業務効率化等）の取組

R P A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I T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

◎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P R・情報発信方法、E Cサイト構築・運用、オンライン展示会、S N Sを活用した広報、モバイルオーダーシステム等

◎その他取組

オンライン経営指導の方法等

【コミュニケーション能力向上セミナー】

対話力向上等のコミュニケーション能力を高める研修を実施することにより、支援の基本姿勢（対話と傾聴）の習得・向上をはかり、事業者との対話を通じた信頼の醸成、本質的課題の掘り下げの実践につなげる。

【小規模事業者課題設定力向上研修】

課題設定に焦点を当て、そのポイントと手順を習得することで、その後に続く課題解決をスムーズに行うことを目的とする。

②O J T制度の導入

経験年数の浅い経営指導員については、巡回・窓口相談において、ベテラン経営指導員とチームで小規模事業者を支援することを通じて、指導・助言内容、情報収集方法を学ぶなど、O J Tにより伴走型の支援能力の向上を図る。また、経営指導員と経営支援員とがチームを結成し、巡回指導や窓口相談の機会を活用したO J Tを積極的に実施し、組織

全体として記帳・財務・労務から事業計画策定、フォローアップまでの一貫した支援体制の構築を図る。

③事業者の自走化に向けた勉強会の開催

コロナ禍における厳しい経営状況の中、積極的に事業再構築に関する取り組みを事業計画の策定・実行を含めて自主的に行っている事業者を講師として招き、「先進事例」に関する経営指導員の勉強会を年に2回ほど開催する。本勉強会で得られた知見については各経営指導員の個社支援において「小規模事業者が自主的に事業計画書作成・実行に取り組めるような仕組みづくり」に活かしていくことで、事業者の自走化に繋げていく。

④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。

⑤データベース化

担当経営指導員が経営分析・事業計画策定等の個社支援によって得られた情報を基幹システムや経営支援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、担当職員不在時などにおいて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。

また、それらの情報は事業計画策定後のフォローや販路開拓支援、さらに職員同士の勉強会、担当業務の変更における円滑な業務継承などにも活用できるように情報管理を行う。

1 1. 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】 これまでは、商工会の経営指導員等が小規模事業者を支援するノウハウは、県連合会や宇城地区職員協議会等が定期的を開催する研修会で習得してきたもので支援してきた。

【課題】 個々の職員の能力には得意不得意があり、職員数が減少してきた中で一定レベルの支援を継続的に提供するには、地区内の商工会職員が個別に有するノウハウや情報を共有する体制も必要である。また、他の支援機関や専門家との連携を積極的に行い、枠を超えた支援を行うことも出てくると思われる。

（2）事業内容

①「金融制度説明会」及び「金融懇談会」の開催

日本政策金融公庫熊本支店、熊本県信用保証協会及び宇城市内の金融機関（肥後銀行、熊本銀行、熊本第一信用金庫、熊本県信用組合）が参加する当商工会主催の「金融制度説明会」において、宇城地区の金融・経済状況について情報交換を行うと共に各金融機関の最新の金融制度に関する知識の取得を行うことで、金融支援の一助とする。（年1回）

また、日本政策金融公庫熊本支店と当商工会が共同で開催する「金融懇談会」（年1回）において、熊本県内の金融・経済状況について情報交換を図ると共に、マル経融資を始めとした最新の金融制度に関する知識の取得を行うことで、金融支援の一助とする。（年1回）

②マル経協議会による情報交換

年1回、日本政策金融公庫熊本支店が主催する「小規模事業者経営改善貸付連絡協議会（マル経協議会）」において同席する商工会議所、他商工会の職員と地域の経済動向について情報交換を行う。また、融資の事例や経営計画書作成案件についても情報交換を行い支援ノウハウの習得を図る。

③経営指導員同士の情報交換

年1回程度、熊本県商工会職員協議会宇城支部の職員研修会等において、新たに情報交換の場を設定し、各地域における小規模事業者の需要動向、支援ノウハウ、支援の現況、支援の進め方、支援体制等についての情報交換を行うことにより、地域全体の需要動向の情報を把握するとともに、効果的な支援のあり方等についての支援ノウハウを習得することにより、新たな需要開拓支援のための経営支援体制の構築と円滑な実施を図る。

④認定支援機関による情報の取得

年2回程度、熊本県商工会連合会が支援機関を対象として開催する小規模事業支援研修等に参加し、地域及び国内の需要動向を把握するとともに、経営支援のノウハウや支援の進め方等について学び、経営指導員等の支援力の向上を図るとともに、受講者との情報交換の場を設定し、他の地域における経営支援の現状についての把握を行い、本会における需要開拓支援に活用する。また、年間を通し地元の銀行とも密に連絡を取り、認定支援機関としての情報収集に取り組む。

⑤宇城観光推進協議会ワーキング会議への参加

宇城地域振興局が主幹となり、宇城地区の行政、物産協会、商工会が参画している宇城地域観光推進協議会のワーキング会議へ年2回参加し、宇城地域内の観光（関連）産業分野の業界動向や各地域の観光を活かした販路開拓の取組などに関する情報交換を行い、本会における商品開発や販路開拓に活用する。

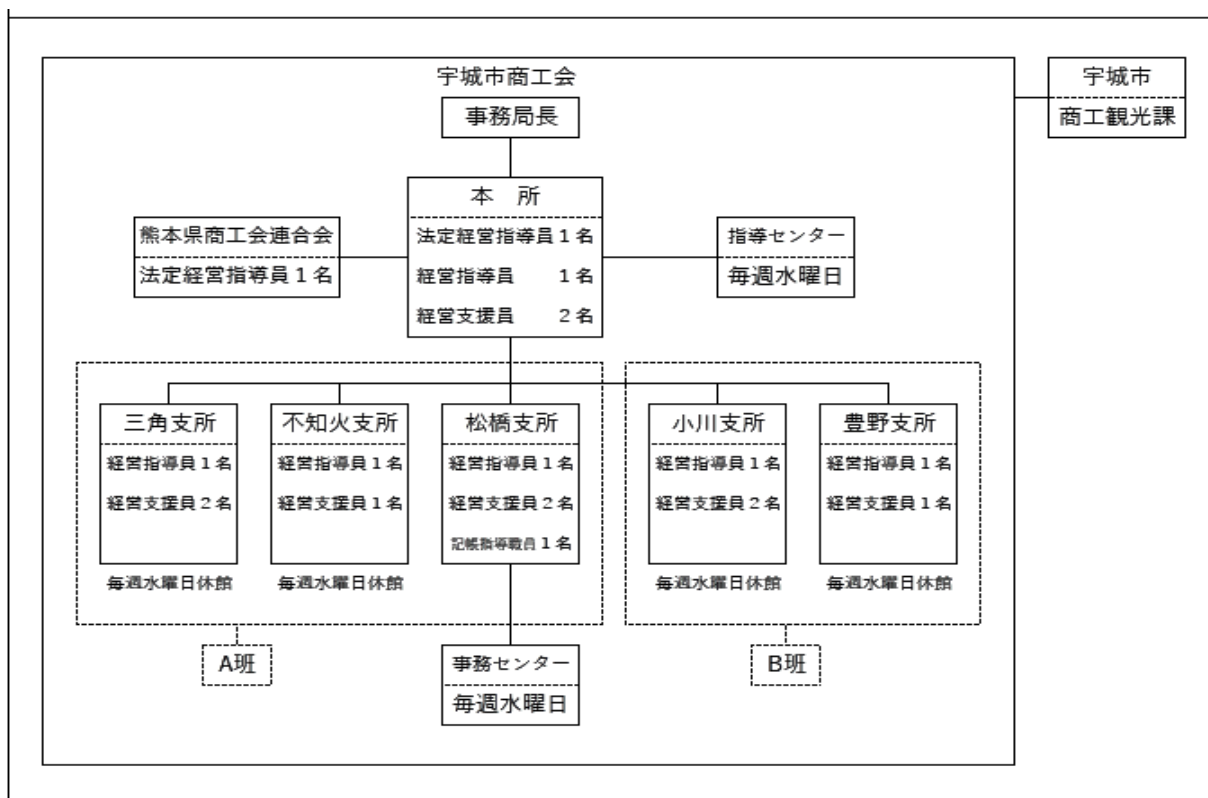
(別表2)

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6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）



(備考) ※本所法定経営指導員は支所経営指導員を兼務。

- (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 草野 千加子
- 連絡先 宇城市商工会 TEL：0964-42-8111
- 氏名 原田 真幸
- 連絡先 熊本県商工会連合会 TEL：096-325-5161

②法定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。

熊本県商工会連合会は、経営発達支援事業の実施に係る指導・助言や目標達成に向けた進捗管理を行う責任者としての立場に加え、事業承継や熊本地震からの復旧復興支援の対応を

行うため、令和元年度に全国で初めて6名の特任経営指導員を配置した。令和2年度には5名増の11名体制に充実させ、商工会ごとに法定経営指導員として選定している。

特任経営指導員は、日常的に担当地区内の商工会を巡回し、事業計画策定支援等、特に高度な助言が必要となる場合は、各商工会の経営指導員等と連携、協力しながら、直接支援対象先に対しての指導・助言を行っている。また、目標の達成に向け、各商工会所属の法定経営指導員と共に事業の進捗管理を実施しつつ、更に特任経営指導員が広域で複数の商工会における管理及び支援に関与することで、効率的、効果的に経営発達支援事業を実施している。

以上のことから、法定経営指導員2名を配置する。

(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

〒869-0552 熊本県宇城市不知火町高良 2477-1
宇城市商工会
TEL : 0964-42-8111 / FAX : 0964-32-3857
E-mail : uki@kumashoko.or.jp

②関係市町村

〒869-0592 熊本県宇城市松橋町大野 85
宇城市 経済部 商工観光課
TEL:0964-32-1604 / FAX:0964-34-3558
E-mail : syokokankoka@city.uki.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 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)

	R 5 年度	R 6 年度	R 7 年度	R 8 年度	R 9 年度
必要な資金の額	1, 0 0 0	1, 0 0 0	1, 0 0 0	1, 0 0 0	1, 0 0 0
○専門家派遣費	6 0 0	6 0 0	6 0 0	6 0 0	6 0 0
○チラシ作成費	2 0 0	2 0 0	2 0 0	2 0 0	2 0 0
○セミナー開催費	1 0 0	1 0 0	1 0 0	1 0 0	1 0 0
○通信費	1 0 0	1 0 0	1 0 0	1 0 0	1 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
国・県・市補助金収入、自己資金（会費収入・手数料収入）

(備考) 調達方法については、想定される調達方法を記載すること。

(別表 4)

経営発達支援計画を共同して作成する商工会又は商工会議所及び関係市町村以外の者を連携して経営発達支援事業を実施する者とする場合の連携に関する事項

連携して事業を実施する者の氏名又は名称及び住所 並びに法人にあっては、その代表者の氏名
連携して実施する事業の内容
連携して事業を実施する者の役割
連携体制図等