

経営発達支援計画の概要

実施者名	天草市商工会（法人番号 1330005007403） 天草市（地方自治体コード 432156）
実施期間	令和8年4月1日～令和13年3月31日
目標	<p>経営発達支援事業の目標</p> <ul style="list-style-type: none"> ・天草産品を加工・販売する小規模事業者の「稼ぐ力」を高めるため、「商品開発・販路開拓チーム」を結成し、3年間の修了期間で自走化できる人材を育成する。 ・展示会出展等で天草産品の付加価値向上と販路拡大に取り組み、販路の共有などの営業協力や共同調達なども駆使して10年間で1億円の粗利益向上を目標とする。 <p>本計画期間の5年間では5,000万円の粗利益向上を目標とする。 さらに、地域の農・海産物などの調達増加額も5年間で5,000万円を目標とする。</p>
事業内容	<p>経営発達支援計画の内容</p> <ol style="list-style-type: none"> ①. 地域の経済動向調査に関すること RESASの機能を活用して販路開拓目標地域の動向を調査 ②. 需要動向調査に関すること 展示会等に来場バイヤーを対象に試食アンケート等を実施 ③. 経営状況の分析に関すること 経営分析セミナー、経営分析ワークショップで内発的動機付けを実施 ④. 事業計画策定支援に関すること DXセミナー、事業計画策定ワークショップで、自ら策定できる小規模事業者を育成 ⑤. 事業計画策定後の実施支援に関すること 年10回、事業計画の進捗を経営指導員が確認し、見直し方法を指導 ⑥. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること 地域資源の魅力を活かした商品開発による付加価値向上と販路拡大を持続的な需要創出と競争力強化を図るため展示会等へ出展
連絡先	<p>天草市商工会 経営支援課 〒863-0003 熊本県天草市本渡町本渡2547-2 TEL： 0969-33-7312（直通） FAX： 0969-33-8756 E-mail： amakusa.sien@kumashoko.or.jp</p> <p>天草市 経済部 産業政策課 〒863-8631 熊本県天草市東浜町8番1号 TEL： 0969-32-6786（直通） FAX： 0969-24-3501 E-mail： sangyo@city.amakusa.lg.jp</p>

(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

・現状

「天草」というブランドは以前から全国に名の通った農・海産物が多く、産地として一目置かれる存在であった。しかし、全国各地でブランド化が進み、しだいに差別化できなくなり競争力を失いつつある。域外に出荷する農業、漁業、製造業の総生産はコロナ前から逡減し続けている。

熊本県公表市町村内総生産(総額)(コロナ前比で一部加工抜粋)						
(令和7年3月28日公表)						
項目	実数			コロナ前対増加率		増加寄与度
	平成30年度	令和3年度	令和4年度	令和3年度	令和4年度	
1 農業	5,169,955	4,764,129	4,769,516	▲ 7.8	▲ 8.4	▲ 0.2
2 林業	1,066,396	1,205,039	1,151,343	13.0	7.0	0.0
3 水産業	6,837,539	4,636,680	5,113,944	▲ 32.2	▲ 37.2	▲ 0.9
4 鉱工業	13,377,810	11,269,329	10,947,301	▲ 15.8	▲ 21.6	▲ 1.2

※天草市合併後は本会管轄地域ごとの集計が行われなくなったため、全市合計値を参照する

・課題

未だ農・海産物等の天草産品にブランド力はあるが、商品の提供が素材そのもので十分な加工ができていない、パッケージの訴求力が弱い、大容量パックのまま販売しているなど、消費者のニーズの変化に対応できていない。その結果、競争力を失い、売上も逡減している。農・海産物であれば、現在、ほとんどの産地で、取引先や消費者が使いやすい一次加工、二次加工までを現地で先行出荷している状況であり、加工品であっても、個装化、少量化、パッケージデザインによる訴求力向上などで差別化を図っている状況で、当地域はそういったニーズへの対応が遅れている。また、令和6年度まで天草産品の供給体制の整備と商談会などのマッチング機能を果たしていた「天草宝島物産公社」が解散したことにより、プロモーションや商談の機会が失われた状態にある。

(2) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

天草市総合計画 (抜粋)

政策15. 経済の好循環を生み出す地産地消・地産他消の推進

現状

- ・市内の事業者が天草の地域資源を活用した新たな加工・流通・販売等に取り組む場合に必要な機械・設備等の導入および新商品開発、販路開拓などに新商品開発事業として支援を行っています。
- ・国の伝統的工芸品指定を受けた天草陶磁器の知名度は、天草大陶磁器展等の開催により年々増加し、島内外からの誘客による経済効果につながっています。
- ・市内の生産情報を把握する天草宝島物産公社等が都市部等の企業と市内の生産者や事業者との取引仲介をすることで、小規模生産者が多い天草産品でも必要量を確保することができ、一次・二次産品の取引につながり、市内の生産者や事業者の所得向上につながっています。
- ・天草産品等に関心が高く、取引が期待できる事業者やバイヤーを招致し、マーケットインの考え方を学び、生かすことで売れる商品づくり、販路拡大の支援を行っています。

- ・令和3年度の市民アンケートによる「意識して天草産の品物を購入（使用）していますか」の回答では、「している」「どちらかといえばしている」と回答した市民が79.3%となっています。
- ・コロナ禍で天草産品の販路開拓の営業や天草陶磁器関連のイベント等の開催ができず、市内生産者や事業者は経営が厳しい状況にあります。

課題

- ・市内で生産される農林水産物について、加工等により高付加価値のある商品への開発が必要です。
- ・天草産品のブランド力を訴求するプロモーションが必要です。
- ・県内他市に比べて地元での購買率は高いものの、若い世代になるほど地元産の購入にこだわらない傾向にあります。
- ・商店街や身近な店舗の閉店などにより、日用品の買い物に不便を感じている買い物弱者が増えていることから、既存店舗の継続営業に向けた支援を検討する必要があります。

施策計画

1. 市場のニーズを捉えた天草産品の付加価値向上ともうかる“なりわい”の創出

- ・天草産品を活用した新商品の開発および販路拡大による地産地消・地産他消に取り組む活動を支援します。
- ・商品開発によって農林水産物の付加価値を高めるとともに、安価で取引されている規格外品等の価値も高め、市内生産者や事業者の所得の向上につながる支援に取り組みます。
- ・天草産品の生産品目や生産量および供給量の把握を行い、首都圏の副業人材による営業活動に取り組みます。
- ・天草という高い知名度を活かし、市内の経済団体や生産者組合等と連携して本市を代表する産品の情報発信を積極的に行うとともに、都市圏のバイヤー等と市内の生産者や事業者との商談の機会をつくるなど販路拡大に取り組みます。

成果指標名	現状値	前期目標値
新商品開発に取り組んだ件数（累計）	13 件（R3）	45 件（R7）
商談を成立した件数（累計）	1 件（R3）	24 件（R7）

上記の天草市総合計画を踏まえ、天草市商工会では以下の長期ビジョンを掲げる。

・天草産品の付加価値向上と販路開拓

天草産品を加工・販売する小規模事業者に伴走し、経営リテラシーを高め、意思決定の機動力を活かし、多様なニーズに対応した商品開発を進め「稼ぐ力」を高める。ひいては地域の農・海産物の付加価値を向上させる。

また、天草産品を加工・販売する小規模事業者に伴走し、天草産品のリブランディングを行い、競合地域と差別化を図った商品で商談会に臨み、販路の拡大に取り組み、経営の自走化を目指す。

ひいては地域の農・海産物の調達量を増加させ一次産業の再浮揚へ貢献する。

（3）経営発達支援事業の目標

天草産品を加工・販売する小規模事業者の賃上げに負けない「稼ぐ力」を高めるため、「内発的動機付けセミナー」を開催し、腹落ちした事業者で組織する互いに学びあう「商品開発・販路開拓チーム」を結成し、課題抽出、戦略立案、行動計画、効果検証までを自分で行える人材を育成する。

取り組みを公表しながら、毎年人材を募集し、3年間の修了期間で自走化できる経営者育成システムを構築する。5年間で15名の卒業生を輩出することを目標とする。

また、「商品開発・販路開拓チーム」内では商談会での販路開拓状況、売上、利益の向上度合いも共有し、販路拡大の先輩や「稼ぐ力」の高い事業者から学ぶ仕組みも取り入れ、販路の共有などの営業協力、共同調達なども駆使してチーム全体で、10年間で1億円の粗利益向上を目標とする。本計画期間の5年間では5,000万円の粗利益向上を目標とする。さらに、地域の農・海産物な

どの調達増加額も5年間で5,000万円の向上を目標とする。

・支援計画の認定期間（5年間）の目標

KGI：天草産品を加工販売する小規模事業者の粗利益を5,000万円増加
天草産品を加工販売する小規模事業者の地元調達額を5,000万円増加

KPI：経営者育成システムによる自走化事業者15者輩出
天草産品の新商品開発事業者数15者
商談会での成約数50件

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

達成方針1：「経営情報が見えない」「経営課題に向き合わない」小規模事業者への
腹落ちと動機づけ

自身の「稼ぐ力」や「本質的な経営課題」を把握できておらず、自社の課題解決に向けて有効な手段を取れていない小規模事業者が多い。そのため、天草産品を加工販売する小規模事業者に対し、「経営状況を数字で捉えることができるようになるセミナー」や「現状の課題抽出と解決策の提案セミナー」を実施し、行動変容の必要性を腹落ちさせ、商品改良や販路開拓などの課題解決へ向けた動機づけを行う。

達成方針2：「チーム」による学びと実行支援

課題解決へ踏み出そうとする経営者の心理的障壁を取り除くため、“不安や課題の共有の場”として「商品開発・販路開拓チーム」を結成し、そこに「学び合い」「成長し合う」ことを育成システムとして取り入れる。また、このチームに予算を配分し、付加価値向上のための商品開発や商談会への出展など挑戦への投資リスクを軽減する。

達成方針3：「成功体験」による課題解決スキームの定着（自走化）

自ら課題に気づき、戦略を練って実行した計画が、少額であっても粗利益の向上として結果に表れれば、小規模事業者の自信につながり、次の一歩も踏み出せるようになる。これを3年間の「育成システム」で体験させ自走化できる小規模事業者を3年毎に輩出していく。

I. 経営発達支援事業の内容

3. 地域の経済動向調査に関すること

(1) 現状と課題

現状：

天草産品の経済動向は個別相談等で把握している状況。

課題：

天草産品の販促戦略に必要な顧客、競合等のデータが、RESASでターゲットや目標商圏別に収集できておらず、事業者間や関係機関との共有・活用もできていない。

(2) 目標

	公表方法	現行	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
経済動向調査 (RESAS活用)	HP掲載	—	1回	1回	1回	1回	1回

(3) 事業内容

① 経済動向調査 (RESAS活用)

調査対象：販路開拓目標地域の企業間取引及び付加価値額

調査項目：潜在的ターゲット数、付加価値額、競合店数

手法：RESASの「地域経済循環」「企業間取引」機能を活用して販路開拓目標地域の大きな需要予測を行い、商談企業のシェアから販路開拓可能額を予想し「商品開発・販路開拓チーム」で共有すると共に、分析したものを商工会HP等で公表する。

調査結果の活用方法：新商品の価格設定・ターゲット設定等

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

現状：

これまで、天草産品を加工販売する小規模事業者の需要動向調査は地域内の土産物に関する調査などに限られていた。

課題：

天草産品を加工販売する小規模事業者の個別商品に関する調査が不十分であり、マーケットイン型の商品開発や販路開拓に活かせる情報収集が不足している。

(2) 目標

	現行	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
試食・アンケート調査対象事業者数	—	5者	5者	5者	5者	5者

(3) 事業内容

天草産品を加工販売する小規模事業者（商品開発・販路開拓チーム参加者）が出展する「FOODSTYLE」や「ギフトショー」などにおいて、来場するバイヤーを対象に試食アンケートを実施する。調査結果を分析したうえで、出展した5者に対し商品改良やアフターセールスに活用できる情報を提供する。

【調査手法】9月に開催される「東京ギフトショー」、11月に開催される「FOODSTYLE九州」への出展を想定しており、そこに来場するバイヤー各100名に対し試食アンケートを実施する。回答は商品毎に用意したQRコードをスマホで読み込む方法で経営指導員が実施し、情報提供を希望するバイヤーのメールアドレスも取得する。

【サンプル数】100名×2回＝200名

【調査項目】①味、②内容量、③大きさ、④陳列のしやすさ、⑤賞味期限、⑥説明のしやすさ、⑦パッケージデザイン、⑧価格、⑨納品ロット⑩下処理の度合い、⑪メールアドレス等

【調査結果の活用】

経営指導員が集計・分析を行い年10回開催する「商品開発・販路開拓チーム」の勉強会において、分析の仕方、情報の商品開発、販路開拓への活用方法を説明し習得させる。また、名刺交換していないが情報提供を希望するバイヤーへのアフターセールスにも活用する。

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

現状：

経営分析は金融相談や補助金申請の際に行う必要最低限のものに留まっている。

課題：

分析した財務指標の提供を活用した支援が十分に行えていない。

また、天草産品を加工販売する小規模事業者自らが真の課題に気づき、腹落ちし行動変容に結びつくまでに至っていないため、実現可能性が乏しく、課題解決の手法も身に付いていない。

(2) 目標

	現行	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
①経営分析(内発的動機 付け)セミナー	—	8回	8回	8回	8回	8回
②経営分析ワークショ ップ(チーム内)		2回	2回	2回	2回	2回
経営分析事業者数		5者	5者	5者	5者	5者

(3) 事業内容

① 経営分析セミナー

目的：参加者自らが現状の「稼ぐ力」を数字で把握できるようになる方法を経営指導員が説明し、ちょっとした行動変容でも課題解決につながる疑似体験を行い事業計画作成への動機づけを行う。

募集方法：チラシ、SNS告知で管内小規模事業者へ周知

開催回数：年8回（目標：5者×8回＝40者）

② 経営分析ワークショップ

目的：天草産品を加工販売する小規模事業者で結成した「商品開発・販路開拓チーム」内において、現状の「稼ぐ力」を分析する方法を習得し、自ら不足する利益の増加策を検討。その手法としてSWOT分析、4P分析、3C分析、ペルソナなどを学習させ、各種経営計画策定ツールを活用し、実現可能な原価、売価、販売量などを設定できる人材に育成する。

募集方法：チラシ、SNS告知で、管内で天草産品を加工販売する小規模事業者へ周知

開催回数：年2回「商品開発・販路開拓チーム」内で実施。

(4) 分析結果の活用

① 小規模事業者支援への活用

- ・事業計画策定への接続

天草産品を加工販売する小規模事業者の経営状況の分析結果（現状の「稼ぐ力」と目標達成への課題）を自ら策定する事業計画へ落とし込む手法を「商品開発・販路開拓チーム」内で学習させる。

- ・KPI設定と伴走支援

取引数、販売個数、粗利益額を毎月開催する「販路開拓チーム」の勉強会でチェックし、未達事業者には個別伴走支援により事業計画の見直しと行動計画の変更を促していく。

② 内部での活用

- ・情報共有とナレッジ化とスキル向上

毎週開催する指導員会議において、担当指導員が分析結果とKPI達成状況を発表し、情報を共有するとともに、改善策の提案を行い経営指導員の資質向上と支援の質の平準化を行う。

③ 地域経済・政策連携への活用

・地域課題の見える化と施策への提案

分析結果を集約し、地域の小規模事業者が抱える共通課題（経営状況の把握と経営判断への活用、業務効率化と生産性向上）を明確化し、天草市の施策への提案を行う。

6. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

現状：天草製品の加工販売する小規模事業者に対しては、補助金申請支援や金融支援の際に作成する「経営計画」までの作成支援を行っている状況。

課題：売上目標を達成する「事業計画」の作成までには至っておらず、組織として体系的な支援体制は未整備である。事業計画策定の意義や重要性を理解させるためのセミナーを実施し内発的動機付けを始めたばかりであり、主体的に取り組もうとする天草産品を加工販売する小規模事業者への組織的支援体制整備が整っておらず、課題となっている。

(2) 支援に対する考え方

内発的動機付けセミナーで現状を把握し、課題解決へ踏み出そうとする天草産品の加工販売する小規模事業者に対し、体系的に事業計画策定と実行支援を行う「商品開発・販路開拓チーム」への参加を促し、DXによる業務効率化や生産性向上の手法、マーケットイン型の商品開発、商談手法等を学習させたうえで、実際の商談会等へ出展し、粗利益への貢献効果を検証しながら「成功体験を積み重ねさせ自走化を促す仕組み」を組織内で確立する。

(3) 目標

・チーム参加から事業計画策定までの目標

経営分析（内発的動機付け）セミナー参加者40者

→「商品開発・販路開拓チーム」チーム参加者5者

→ 経営分析事業者5者 → 事業計画策定事業者5者

	現行	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
①DXセミナー（チーム内）	—	1回	1回	1回	1回	1回
DX導入件数	—	5者	5者	5者	5者	5者
②事業計画策定ワークショップ（チーム内）	—	7回	7回	7回	7回	7回
事業計画策定事業者数	2者	5者	5者	5者	5者	5者

(4) 事業内容

① DXセミナーの開催（「商品開発・販路開拓チーム」内）

目的

DXに対する理解不足を解消し、DXを活用した業務効率化と販路開拓を実現する。

なお、商談前後の実用的なツールの紹介をメインとする。

具体的手法

商品のデジタルカタログ（成分、画像、動画）化、オンライン商談、バイヤー情報の一元管理、名刺の電子化による販促活用、アンケート収集からメール送信までの自動化、オンラインブースの設置など

実施方法：「商品開発・販路開拓チーム」参加小規模事業者

成果指標：DXの導入件数

② 事業計画策定ワークショップの開催

目的

結果的に「成功体験を利益で図れるようになる」ことを目的に、自ら事業計画を策定できるように育成する。

具体的手法

3年後に「自らの行動変容が利益にどうつながるか」を理解できる人材に育成するため、実効性を確保した事業計画策定手法を、経営指導員が「商品開発・販路開拓チーム内で全7回、3年間で21回実施する。「商品開発・販路開拓チーム」内には先行者と後発者が存在するが、先輩が後輩に指導するチーム内の連携も重視することで、より実現性の高い事業計画策定手法を学ぶことができる。

対象：「商品開発・販路開拓チーム」に参加した天草製品の加工販売する小規模事業者

実施方法：「商品開発・販路開拓チーム」内で経営指導員が伴走支援、外部専門家の活用

成果指標：事業計画策定件数

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：

・事業計画策定後のフォローアップは、業務過多により、次の支援を行うまでできていないのが現状。

課題：

- ・定期的に面談し実施支援を行えているのは一部の事業者に限られており、経営リテラシーが現在の段階にあるのかを可視化できておらず、支援者が変わる度に再確認が必要な状況にある。
- ・フォローアップのプロセスやフォーマットの整備には、経営状況や経営リテラシーの向上度合いを把握する必要があり、まず、業種を限定して実行し、事例を積み重ね、組織として手法を確立する必要がある。
- ・PDCAサイクルの確立も、経営指導員がチェックする方法では不十分であり、事業計画の必要性が腹落ちした小規模事業者へ、その手法を習得させるためには長期的、複数回のワークショップへの参加を促す必要がある。

(2) 支援に対する考え方

「商品開発・販路開拓チーム」へ参加した天草製品の加工販売する小規模事業者へは、年10回のセミナー・ワークショップ、ディスカッションなどで事業計画策定を学習させ、実際の商談会で実行し、成約後の効果を「粗利益の増加」で計ることを“体験”させる。「自分の仮説（事業計画）が正しかったのか」「実行後自社の粗利益にどのような変化が現れたのか」を“数字で検証”し、“成功体験”を繰り返すことで実現可能性を高めた事業計画にするために、経営指導員が年10回の伴走支援で実施支援行う。

(3) 目標

	現行	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
フォローアップ対象事業者数	—	5者	5者	5者	5者	5者
頻度（延べ回数）	—	50回	50回	50回	50回	50回

(4) 事業内容

「商品開発・販路開拓チーム」に参加した天草製品の加工販売する小規模事業者に対し、年10回開催するセミナー、ワークショップ、ディスカッションの際に、事業計画の進捗を経営指導員が確

認し、乖離があれば事業計画の見直し方法を指導しながら実施支援を行う。商談会出展等の行動がどのようにバイヤーとの接触数や成約数として数値に表れ、粗利益にどのように影響を与えるかを体感していただき、成功体験を積み上げ自走化へつなげていく。

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：

- ・天草製品の加工販売する小規模事業者については、地域内での消費が落ち込み地域外へ販路を求めていく必要がある。

課題：

- ・地域ブランドの価値をフル活用できず、競合他社と比較しても魅力を伝えきれていない。
- ・商談会出展等も一部実施しているが、商談後のバイヤーへのアクションが消極的で十分な成果が上げられていない。商談会の事前、事後の取り組みも重要であり、体系的に販路開拓戦略や顧客獲得戦略を実行できる人材の育成が不可欠である。
- ・令和6年度まで天草製品の供給体制の整備と商談会などのマッチング機能を果たしていた「天草宝島物産公社」が解散したことにより、当地域において天草製品のプロモーションや商談の機会が失われた状態にある。

(2) 支援に対する方針

対象者：天草製品を加工・販売する小規模事業者

(天草市の総合計画の施策15から抜粋)

本市を代表する製品の情報発信を積極的に行うとともに、都市圏のバイヤー等と市内の生産者や事業者との商談の機会をつくるなど販路拡大に取り組みます。

を踏まえ、対象者と設定する。

- ・販路開拓支援：大都市圏を中心とした展示商談会への出展を支援。販促戦略などの事前準備から、出展中の陳列・接客、事後のバイヤーフォロー・管理までを伴走にて行う。
- ・DX推進：「商品開発・販路開拓チーム」卒業後の自社負担による商談、出展、受注等を見据え、低価格で実現できる「オンライン商談」「デジタルカタログ」「ECサイト構築」「プレスリリース」等の手法を、IT専門家を交えて導入させる。

(3) 目標

	現行	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
展示会出展支援事業者数	2者	5者	5者	5者	5者	5者
成約件数(延べ件数)	3件	5件	10件	20件	30件	50件
粗利益増加事業者数	—	5者	5者	5者	5者	5者
粗利益増加額(延べ金額：千円)※	—	5,000	10,000	20,000	30,000	50,000
地域調達増加額(延べ金額：千円)※	—	5,000	10,000	20,000	30,000	50,000

※「商品開発・販路開拓チーム」全体の合計額

(4) 事業内容

目的：地域資源の魅力を活かした商品開発による付加価値向上と販路拡大を持続的な需要創出と競争力強化を図る。

① 展示会出展支援

課題：展示会出展の成果が限定的で DX も活用できていない

手法：

- ・事前準備：数字で検証できる仕組みづくり、ターゲット市場分析、販促戦略
- ・展示中：陳列、接客、商談サポート、DX ツール活用
- ・事後フォロー：名刺情報の分析からアフタフォローの体系化支援
- ・オンライン販路：EC サイト構築、WEB 広告・プレスリリース支援

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：

- ・経営発達支援事業の進捗確認は外部有識者や金融機関、市町村を交えた検証委員会で行っているが、評価指標の報告に留まっている。
- ・評価結果の公表は限定的で、地域事業者が常時閲覧できる内容は限られている。

課題：

- ・定量的評価は実施しているが改善は限定的で、小規模事業者の支援方法を見直す仕組みづくりが構築できていない。
- ・現状の検証委員会の構成では、天草製品の加工販売する小規模事業者への改善事例の提供など見直しへの支援が不十分になる恐れがあり、構成員の見直しが必要。

(2) 事業内容

①定量的把握

KPI 設定：事業計画策定件数、展示会出展事業者数、セミナー参加者数

KGI 設定：粗利益増加額、地域調達増加額

費用対効果設定：予算（補助金含む）投入額、粗利益増加額、地域調達増加額

②評価手法

- ・評価検証委員会を設置し構成員に外部有識者（販路・デザイン・調達等専門家）、金融機関、市町村、法定経営指導員を含める。
- ・半期に1回内部で進捗確認を実施し、毎年度1回以上の総合評価を実施。
- ・毎年、参画する小規模事業者の半数の実績を、評価検証委員会で支援事例を交えて経営指導員が発表し、委員からの事例・改善提案を受け、個別の事業計画の見直しに活用する。
- ・計画期間中の5年間の費用対効果は等倍を見直し基準とし、10年間で3倍を目標とする。

③評価・見直しの頻度

- ・年1回の総合評価及び半期毎の進捗確認
- ・評価は参画する小規模事業者の育成期間を踏まえ3年平均、5年平均の実績値を見直しの基準とし、4年目以降の実施計画の見直し、計画期間終了後の支援体制の見直しに反映する。

④結果の公表方法

- ・評価結果は地域小規模事業者が活用できる形で HP に掲載し、誰もが閲覧可能な状態にする。

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、経営支援員等共に外部の研修に参加し能力向上を図っているが、支援ノウハウが属人化し、組織内での共有が不十分。DX研修も受講しているが、改善提案につなげられていない。

課題：支援ナレッジを新人、ベテラン間、職種間で共有し平準化するとともに、定期的にペアリングを変更し、人事異動の際にも引き継いで行ける強固な仕組みが必要。また、支援者として真っ先にDXや先端技術に触れる機会を作る必要がある

(2) 事業内容

目的

経営指導員と経営支援員等の支援能力を体系的に高め、ノウハウ共有とOJTを通じて組織力を強化する。さらに、「小規模事業者が成功体験を積み重ね、自ら考えるプロセス」を支援することで、経営リテラシー向上に寄与する。

① 外部研修・セミナーの計画的活用

- ・経営支援能力向上セミナー：中小企業庁や都道府県連合会主催研修へ計画的に派遣。
- ・事業計画策定セミナー：中小企業大学校等で課題設定・計画策定力を習得。
- ・DX・先端設備体験研修：ITツール（RPA、クラウド会計、EC、SNS）や先端技術に実際触れ、活用支援力を強化。
- ・コミュニケーション研修：ペア支援により対話力・傾聴力を高め、信頼醸成と課題深掘りを実践。
- ・課題設定力研修：小規模事業者が自ら考えるプロセスを促す支援手法を内部研修で学ぶ。

② OJT制度の導入

- ・一つの案件に対し、新人、ベテラン経営指導員でのペア支援や経営指導員と経営支援員等のペア支援を実施することで支援能力の平準化とナレッジの継承を行う。

③ ノウハウ共有の仕組み

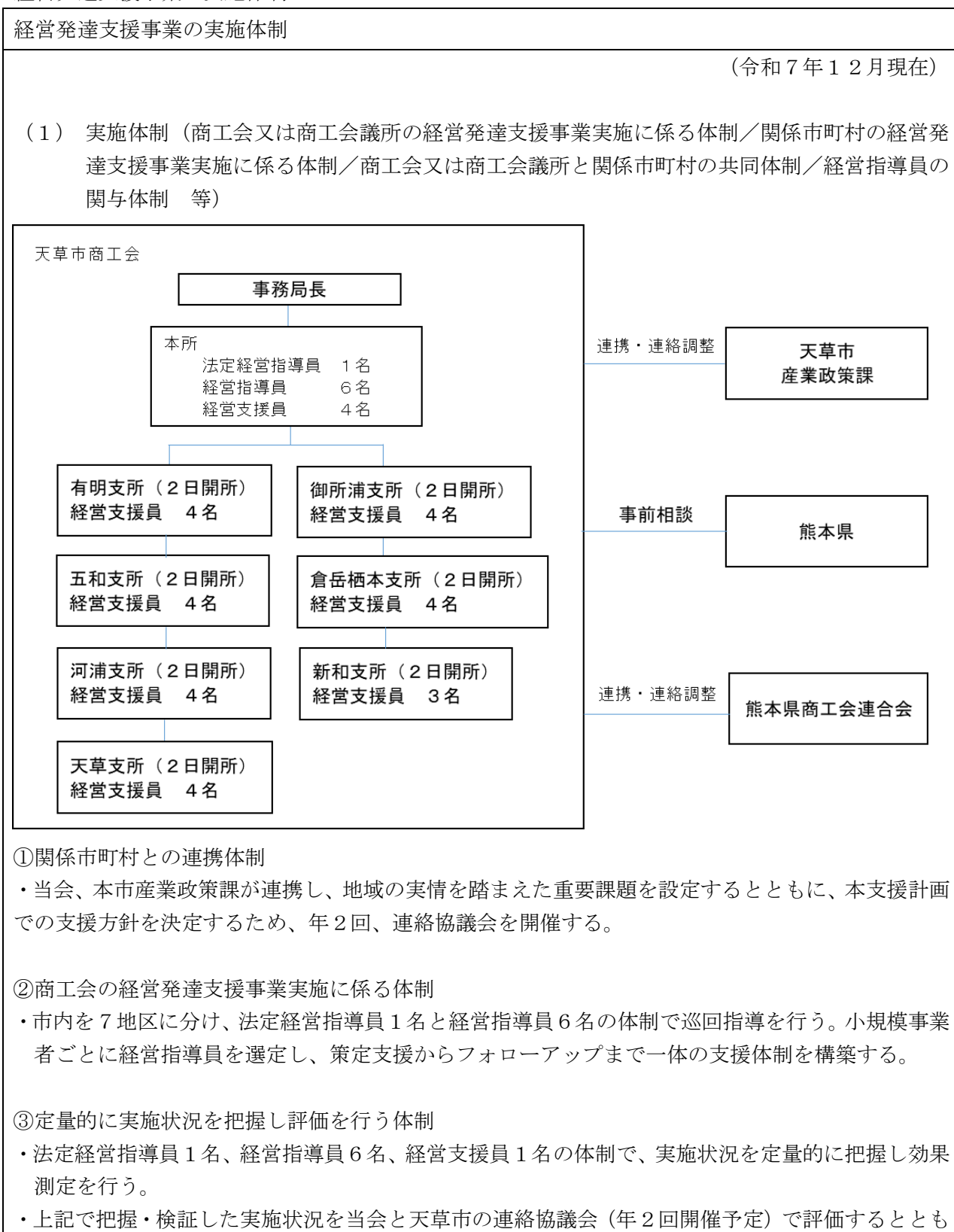
- ・毎週1回経営指導員会議を開催し、支援案件の成功事例、失敗事例等を共有し、「経営支援のやりがいや小さな成功体験」を共有する。
- ・年6回経営指導員等が講師となり、現場で必要な経営支援の知識を経営支援員向けに講義し、経営指導員の「伝える力」と経営支援員等の「支援力」の向上を図る。
- ・支援事例データベースを構築し、課題設定・解決プロセスを記録・共有する。

④ 経営リテラシー向上への寄与

- ・研修・OJTを通じ、小規模事業者の経営の自走化に向けた各プロセスを支援。
- ・財務・人材・知財・デジタル活用など、段階別に学習→実践→定着を促す。

(別表2)

経営発達支援事業の実施体制



に、次年度の支援内容の検討を行う。また、必要に応じて変更申請を行い、支援計画にも反映していく。

④経営指導員等の資質向上に係る体制

・当会職員向けに研修や勉強会等を開催し、D X化や生成A I、財務諸表の分析手法、経営戦略、マーケティング、起業・創業、事業承継、価格転嫁など適宜専門知識の習得を図り、小規模事業者の内発的動機づけを行うためのロールプレイング、事例共有などを行う。

(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：山田 恵也

■連絡先：天草市商工会 TEL0969-33-7312

②法定経営指導員又は広域経営指導員による情報の提供

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広域経営指導員の可否

申請書に記載の経営指導員、山田恵也は、施行規則第7条第2項に規定する広域経営指導員には該当しない。

(1) 商工会、関係市町村連絡先

① 商工会

〒863-0003 熊本県天草市本渡町本渡2547-2

天草市商工会 経営支援課

TEL： 0969-33-7312（直通）

FAX： 0969-33-8756

E-mail： amakusa.sien@kumashoko.or.jp

②関係市町村

〒863-8631 熊本県天草市東浜町8 番1 号

天草市 経済部 産業政策課

TEL： 0969-32-6786（直通）

FAX： 0969-24-3501

E-mail： sangyo@city.amakusa.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	9,000	9,000	9,000	9,000	9,000
専門家派遣等費	400	400	400	400	400
展示会等出展費	7,000	7,000	7,000	7,000	7,000
広報費	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
調査分析費	600	600	600	600	600

(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
<ul style="list-style-type: none">・会費手数料収入 2,000,000 円・伴走型補助金 7,000,000 円・県補助金・市補助金

(備考) 調達方法については、想定される調達方法を記載すること。

