

経営発達支援計画の概要

実施者名	合志市商工会（法人番号 3330005003152） 合志市（地方公共団体コード 432164）
実施期間	令和7年4月1日～令和12年3月31日
目標	経営発達支援事業の目標 （1）事業者の経営実態を把握し事業計画策定により経営計画を立てることで、その経営課題及び魅力を明らかにし、支援機関等との連携により個社の魅力を高めることで持続的成長に繋げる。 （2）早期の後継者育成、支援機関等との連携により事業承継基盤を構築することで事業承継に対する早期対策に繋げ、事業承継を円滑に進めるための支援を行うことで、地域の小規模事業者の持続的発展に繋げる。 （3）合志市の農産品等を活用した知名度・イメージの向上を図ることを目的に、合志市で採れる多種多様な農産物等の地域資源活用や農商工連携、6次産業化等の支援施策の活用や、市や関係団体との連携した取り組みによる「合志ブランド産品」の新たな創出と育成を図る。
事業内容	<u>I. 経営発達支援事業の内容</u> <u>3. 地域の経済動向調査に関すること</u> 地域内の経済動向と業種業態ごとの景況調査を行い、地域経済の実態把握を行う。また、ビッグデータ等を活用した専門的な分析を取り入れ、小規模事業者に対する支援の基礎資料とする。 <u>4. 需要動向調査に関すること</u> 個社支援のノウハウを蓄積するとともに、地域のモデル事業所として今後の支援に活用するため、需要動向の調査を実施する。 <u>5. 経営状況の分析に関すること</u> 地域内小規模事業者の持続的発展に向け、「財務分析」、「SWOT 分析」や必要に応じて事業承継の現状についても分析を行い、今後の経営戦略の方向性及び具体的な解決方法を探り、事業計画作成に繋げていく。 <u>6. 事業計画策定支援に関すること</u> 経営分析を行った全ての事業者を対象に、課題の解決を具体化するため、事業計画策定セミナー等を活用し、外部有識者や各種支援機関の協力を仰ぎながら事業計画の策定支援を行う。 <u>7. 事業計画策定後の実施支援に関すること</u> 策定した事業計画を着実に実行する為のフォロー体制を整え、事業計画の進捗状況に応じた伴走支援を実施、小規模事業者の持続的発展を支援する。 <u>8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること</u> 小規模事業者が提供する商品の認知度向上と販促活動の為、事前並びにフォローアップ支援を含めた各種展示会、商談会への出展支援を実施する。 新たな販路の開拓にはDX推進を含んだ取組支援を実施する。
連絡先	合志市商工会 〒861-1104 熊本県合志市御代志 1661-1 Tel : 096-242-0733 FAX : 096-242-0413 E-mail : kosisisk@tulip.ocn.ne.jp 合志市産業振興部商工振興課 〒861-1195 熊本県合志市竹迫 2140 番地 Tel : 096-248-1115 FAX : 096-248-1196 E-mail : syokou@city.koshi.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

I. 合志市の概況

合志市は、平成18年2月27日に2町（旧合志町、旧西合志町）が合併して誕生した。九州熊本県の中北部に位置し、面積53.19平方キロメートル（東西約12km、南北約8km）であり、北部地域は広大な農地が広がり、県内有数の穀倉地帯となっている。なお、本会は合志市全域を管轄している。

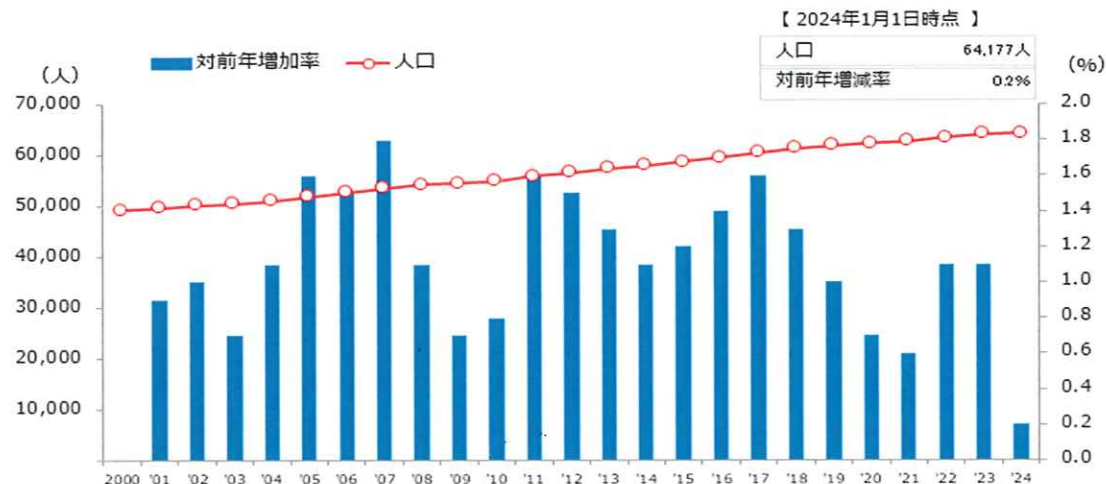
住宅地と商業地は、以前から国道・県道や私鉄の熊本電気鉄道路線に形成され、政令指定都市である熊本市に隣接した南西部一帯に新市街地を形成している。

全国的に少子高齢化が進む現在においても、本市の人口は、1971年の熊本都市計画区域の決定以降増加の一途をたどり、現在65,000人の人口に達しており、（令和6年8月末65,031人）さらに世界大手半導体受託メーカーTSMC進出による波及効果や中九州横断道路事業化、熊本電鉄御代志駅周辺の土地区画整理事業、ゆめモール合志の開業等により、利便性の向上は勿論、救急救命の迅速化のほか、市内企業や農産業等においても物流の効率化とコスト削減が期待でき、更なる人口の増加が予想されている。

また、合志市は大きな川や山がなく、歴史的に河川の氾濫による家屋の浸水や土砂災害による被害など自然災害の少ない地域である。平成28年4月に発生した熊本地震においても、最大震度6強を観測したが、周辺地域に比べ被害が少なく、地震後に発表された「すみよさランキング2016」（東洋経済「都市データパック2016年版」）では九州1位、全国43位の評価を得ており、最新の2024年版では九州2位、全国5位と更に魅力度は高まっているといえる。



合志市の人口の推移（住民基本台帳ベース、日本人住民）



© jp.gdfreak.com

[資料：総務省 HP]

Ⅱ. 合志市産業の現状

①産業全体の現状

商工業者構成については、熊本県全体と比較すると建設業の割合が若干高く、製造業、卸小売業の割合が若干低い。また、商工会員数については、5年前対比で、全体で約13%増加している。就業者推移を産業別でみると、第一次産業（農林水産業）が減少傾向にある中、第二次産業（工業）、第三次産業（サービス業）の数が伸びている。

業種別内訳		製造業	建設業	卸小売業	飲食宿泊業	サービス業	その他	合計
商工業者数		88	214	366	136	392	378	1,574
構成割合（合志市）		5.6%	13.6%	23.3%	8.6%	24.9%	24.0%	100%
〃（熊本県）		5.5%	11.2%	25.9%	11.0%	25.2%	21.2%	100%
小規模事業者数		57	202	227	77	360	302	1,225
商工会員 事業所	H31	47	216	171	54	149	77	714
	R5	53	236	172	73	206	70	810
	構成割合	6.5%	29.2%	21.2%	9.0%	25.4%	8.7%	100%

[資料：2023年度商工会の現況]

産業別就業者数推移	H2	H7	H12	H17	H22	H27	R2
総数	18,415	21,674	23,088	24,294	25,024	26,416	28,160
第1次産業	2,056	1,750	1,561	1,585	1,440	1,383	1,210
第2次産業	4,902	6,016	6,249	6,281	6,450	6,950	7,490
第3次産業	11,445	13,887	15,193	16,187	16,713	17,798	18,924
分類不能	12	21	85	241	421	285	536

[資料：令和2年国勢調査数値]

②第一次産業の現状

合志市は阿蘇の火山灰土が堆積し形成された自然豊かな広大な農地が広がる北部地域において、多種多様な農産物が生産され農業県熊本において、農業産出額ベースで、熊本県内順位 12 位となっている。

また、合志市の農業において、耕種農業の割合は、43.5%、畜産農業の割合は 56.4%となっており、農業産出額で見た合志市の農業は、耕種農業と畜産農業の両方でバランスよく構成されている。

熊本県・日本国内における合志市の耕種(農作物)・畜産・加工農産物の農業産出額の割合

(金額単位: 1,000万円)

品目名	金額	熊本県内(45市町村)			日本国内(1719市町村)	
		占有率	順位	総額	順位	総額
農業産出額	768	2.2%	12 (位)	34,485	386 (位)	922,993
→ 耕種	334	1.4%	15 (位)	23,039	541 (位)	600,218
→ 畜産	433	3.9%	7 (位)	11,152	206 (位)	319,101
→ 加工農産物	1	0.3%	18 (位)	295	125 (位)	3,720

[資料：2016 年 日本の農作物 販売促進サイト「ジャパクロップス」]

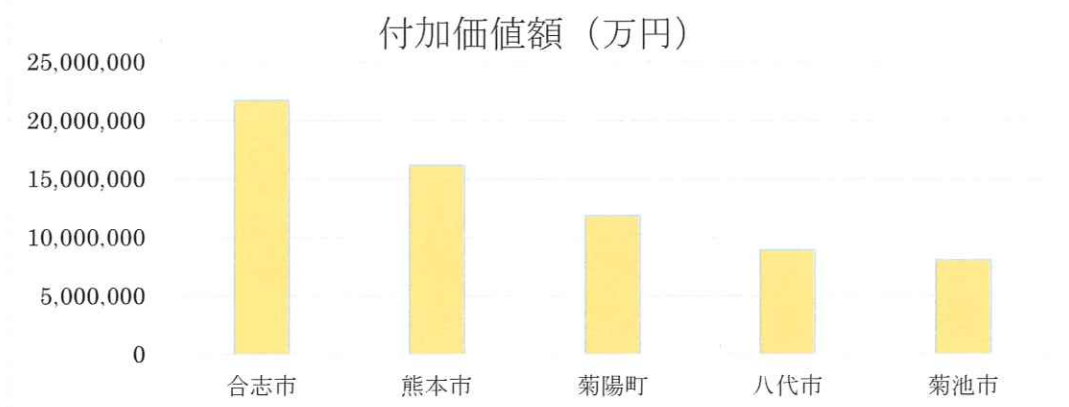
③第二次産業の現状

合志市は三菱電機熊本工場や JT 西日本原料本部をはじめ、セミコンテクトパークや栄工業団地など 4 つの工業団地が立地する工業地帯としての一面を持つ。隣接している菊池郡菊陽町では、T SMC 新工場が稼働となり、それに伴い既存の工業関連事業者についても稼働は高くなっている。

九州沖縄農業研究センターなどの研究機関を始め、国県の様々な機関が集まる地域であり、I Cチップなどの先端産業を担う企業も多く立地している。合志市の産業の構成比率を付加価値額ベースで表すと、第二次産業である製造業が全体の約 7 割を占めており、これは熊本県や国の比率割合でみても特出して高い数値といえる。

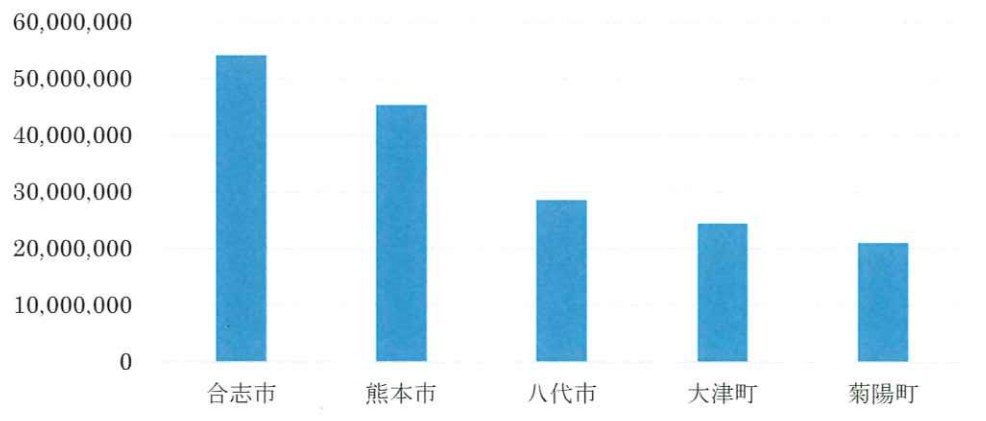
また、産業別事業所割合から見ると、合志市は人口増加に伴う住環境維持も重なり、建設業者が多いのも特徴であるといえる。

以下は近隣市町と比較した合志市における付加価値額を表す数値であり、熊本最大の都市である熊本市よりも付加価値額が多いことが特徴である。



[資料：2022 年 経済構造実態調査]

製造品出荷額等



[資料：2022年経済構造実態調査]

④第三次産業の現状

合志市における第三次産業の割合は80%を占めている。

第三次産業の現状として、卸売業、小売業が30%、飲食宿泊業が10%、サービス業が30%、保健・医療・福祉といったその他サービス業が30%の構成となっている。

地元の農作物や特産品を一堂に集めた合志物産館志来菜彩や商業集積地アンビー熊本の開業と併せて敷地面積24,900㎡のゆめモール合志の開業等により、国道387号線沿いの賑わいが増加傾向にある。

重ねて、TSMCの工場稼働により人口も増加しており、御代志地区の再開発も活発化傾向にあるので、第三次産業は微増傾向にある。

Ⅲ. 合志市の産業振興における取組み方針

合志市は、市政全般にわたる様々な課題の解決を図り、長期的な市人口ビジョンの実現を目的に、施策の対象をしぼって具体的な取り組みを示す指針として、下記の「合志市総合計画」を策定している。

その中でも、産業振興においては、平成22年9月に「合志市中小企業振興基本条例」を制定し、同10月に合志市中小企業等活性化会議を設置、市内の中小企業の振興について商工会を含め幅広い分野の意見を集約・検討を行い、様々な小規模事業者支援を行ってきた。

また、合志市では多種多様な農産物が採れ、それらを使った加工品も多く生産されているが、こういった製品の中から、郷土の特産品として推奨されるものを『合志ブランド認証品』として認証することで、合志市の産品を広く多くの方に知ってもらい愛用して頂くと共に、合志市の物産振興や知名度・イメージの向上に努めている。

《合志市総合計画（抜粋）》

政策 6. 産業の健幸

■施策（23）農業の振興

本市の基幹産業である農業の振興については、生産基盤の確保と経営力の強化、後継者の育成、関係機関との連携の強化を柱に、魅力ある農業が営まれるまちを目指します。

■施策（24）商工・観光業の振興

人材確保と生産・販売力の強化、交流拠点の創出を柱に、商工・観光業の発展で活力あふれるまちを目指します。

■施策（25）企業誘致の促進と働く場の確保

異業種連携の促進、企業誘致の促進、雇用環境の充実支援と就業機会の確保を柱に、産業連携・共生により労働環境の充実したまちを目指します。

IV. 合志市の産業振興と地域経済活性化等に関する SWOT 分析

上記の地域特性、産業特性・産業構造等、地域の企業経営及び地域経営の状況を踏まえ、地域の産業振興と地域経済活性化等に関する強み・弱みとインフラ整備、産業振興施策等、経営環境の状況から事業環境の機会・脅威を整理すると以下のとおりである。

[強み]

- ・市の施策で子育て支援が充実しており、住みやすさが高いまちである
- ・農業が盛んで果実・野菜の豊富な農産物がある
- ・企業及び地区の後継者となり得る人材が増加傾向である（商工会青年部等）
- ・行政との計画的・戦略的連携の取組みが活発である
- ・まちづくり会社「柗こうし未来研究所」や地域商社「クラッシーノこうし」、合志物産販売株式会社「志来菜彩」がある

[弱み]

- ・市街化調整区域が大部分を占め、商業用施設等の立地が難しく商店街もない
- ・物産館と温泉施設以外に観光資源が少ない
- ・特産加工品、ご当地グルメが少ない
- ・合志市認定の『合志ブランド認証品』があるものの地区外への浸透性が低い

[機会]

- ・消費地の熊本市への通勤圏（衛星都市）である
- ・平成31年3月、九州自動車道上熊本サービスエリア付近に北熊本 SIC が開通したことにより新たな人流、物流の発生が期待出来る
- ・市行政が中小企業振興施策の展開に積極的である
- ・農業大学校、熊本高専、ポリテクセンターなど産学官連携可能施設が多い
- ・菊陽町への T SMC 進出により、定住人口並びに来市者数も増加している

[脅威]

- ・近隣地域への大型 SC 等の出店により、購買の約 50% は市外へ流出している
- ・観光地である阿蘇・菊池への観光ルートの通過点（単なる通り道）となっている

- ・植木のスイカや阿蘇の農産加工品等、近隣市町村のブランドが対外的に有名である
- ・市内全体における従来からの交通渋滞が起こっている

V. 合志市の課題

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については、大きく分けて、地域の『生活支援関連産業[※]』が育っていない点と、農産品・特産品の知名度不足の2点が挙げられる。詳細については以下のとおりである。

[※]合志市並びに合志市商工会では地域住民の暮らしをサポートする衣食住・各種生活サービスを提供する産業を総称して『生活支援関連産業』と定義している。

①生活支援関連産業における課題

当地域は「住みやすいまち」や「熊本市への通勤圏（衛星都市）」等の利点が相まって、人口増加地域である事から、そこで生活する住民の暮らしをサポートする生活支援関連産業の重要性は高いが、合志市は市街化調整区域が大部分を占め、商業用施設等の立地が難しい地域である。更に、近隣地域に存在する大型ショッピングセンター等の影響から購買の約50%は市外へ流出しており、結果、地域の生活支援関連産業が育っていない現状がある。

②事業承継支援に対応する課題

合志市においては、高度経済成長期に創業した事業者の多くの代表者が高齢となり事業承継をせざるを得ない状況になってきているが、近年の地価上昇による親族内承継時の相続対策方法や、後継者不在の事業者への具体的な支援についての対応が喫緊の課題である。

③農産品・特産品における課題

合志市は近隣の阿蘇市や菊池市など豊かな観光資源を持つ地域があり、観光資源が乏しい合志市は、観光者にとって単なる通り道となっている。

そのような中、元来、合志市は農業が盛んな地域であり、果実・野菜等の多種多様な農産物が生産されているが、近隣市町村の農産品や特産品ブランドと比較しても知名度は低く、ご当地グルメも少ない。

また、合志市においても、それらの農産品等を活用した加工品等の知名度・イメージの向上を図ることを目的に合志市特産品地域ブランド推進協議会を設置するとともに、『合志ブランド認証制度』を創設し、郷土の特産品として推奨されるものを『合志ブランド認証品』として認証している。

しかし、この認証制度は、地区外での知名度は高いとは言えず、平成31年3月に開通した北熊本スマートICにより、今後、農産業等における物流の効率化も期待できるが、その機会を活かしきれていないのが現状である。

VI. 合志市商工会の取り組み

上記のような地域環境下において、地域の唯一の経済団体である合志市商工会は、経営改善普及事業を中心として地域の小規模事業者の持続的発展のため行政や関係機関と連携し、次のような各種指導支援事業等に取り組んできた。

①個社の事業計画の策定支援

国の小規模事業者持続化補助金については回を重ねるごとに事業計画の作成ノウハウが蓄積され、令和4年度については39件、令和5年度については25件の申請実績がある。これは地区内事業所の意識と知識が向上されたことは元より、事業計画書を一緒に作成するといった商工会としての伴走型支援体制が整えられたことが要因であると思われる。

この小規模事業者持続化補助金をきっかけに、先端設備導入計画や事業再構築補助金の申請に繋がったケースもあり、また、補助金に関係なく事業計画を見直したいという問い合わせも増え、商工会への窓口来訪者も増加している。

項目	R5実績	項目	R5実績
小規模事業者持続化補助金	25件	先端設備導入計画	3件
事業再構築補助金	2件	経営力向上計画	5件
事業承継・引継ぎ補助金	1件	事業承継計画	4件
くまもと型小規模事業者 経営発展支援事業補助金	5件	事業継続力強化 計画	1件

②創業支援事業

合志市での創業者・創業予定者等に対して、合志市と連携して創業支援事業を実施、事業計画の作成支援、創業セミナーの開催、市への情報提供等を行った。

項目	令和5年度実績
創業支援回数（述べ回数）	313回
創業セミナー受講者	12名
新規創業者（商工会基幹システム登録件数より）	25事業所

③その他、商工会がこれまで行ってきた主な事業等

- ・中小企業者店舗等近代化融資金利子補給制度の実施（平成20年～）
- ・商工会広報誌発行（平成20年～）
- ・情報化支援事業（PC個別講習会）の開催（平成20年～）
- ・こどもへのトイレ貸出事業「こまっトイレ」事業（平成22年～）
- ・新入社員を対象とした合同入社式（研修会）（平成24年～）
- ・共同受注事業「すまいアレコレこうしたい」の運営（平成25年～）
- ・定例個別相談会の実施（平成27年～）
- ・合志こだわり発掘ガンコ市の開催（令和2年、令和4年）
- ・一斉巡回の実施（令和3年～）
- ・合志市ワンパクすもう大会の再開（令和4年～）
- ・こうし夜市の開催（令和4年～）
- ・合志市事業承継個別相談会の実施（令和4年～）

(2) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

I. 10年程度の期間を見据えて

当地域は令和6年8月現在人口65,000人となり、人口は増加傾向にある。

北熊本SICの開設による交通利便性・地理的利便性の増加等により、今後の更なる経済発展が見込める地域である。

それらの機会を小規模事業者のビジネスチャンスとして活用するためには、現状の課題に向き合い、強みを活かした産業振興戦略が必要と考えられる。

そこで今後10年程度の期間を見据え、以下のとおり小規模事業者の支援を行う。

- ①「住みやすさ九州 No. 2 のまち」として今後も増加が予想される地域住民の衣食住・生活サービスを提供する「生活支援関連産業」の経営力強化
 - ・リーディングモデル企業の育成支援による経営力・企業力のボトムアップ
 - ・地域の消費力把握による生活支援関連産業の商品力・販売力の機能的強化・地産地消のビジネスモデルの再構築
 - ・経済動向・経営動向に沿った生活支援関連産業の戦略的経営展開のための経営計画策定及び計画推進
 - ・行政や地域内各種団体との更なる地域内連携と他地域の商工会等との地域外連携
 - ・若手経営者・後継者の意欲を伸ばす人材育成、事業承継支援
 - ・商工業の新たな活力と産業の底上げに繋がる、市や関係団体と連携した創業支援
- ②地域資源を活用した物産振興への取り組み
 - ・農商工連携・6次産業化等、差別化が図れる地域特産品の付加価値モデル事業の展開による関連企業の育成
 - ・経済動向・経営動向・需要動向に沿った顧客視点での計画的・戦略的な商工振興と農業振興戦略
 - ・合志市や合志市特産品地域ブランド推進協議会との連携による独自のチャネル開発による「合志ブランド産品」への支援

II. 「合志市総合計画」との連動性・整合性

合志市の中長期的な小規模事業者の振興のあり方として計画されている「合志市総合戦略」において、施策(24)商工・観光業の振興では、販売力の強化や後継者育成、創業支援が謳われている。また、施策(23)農業の振興では特産品開発や合志ブランドの確立が計画されており、今回計画している中長期的な振興戦略については、全て合志市が掲げる「合志市総合計画」と連動した内容となっている。

III. 合志市商工会としての役割

当地域は人口増加地域であることから、住民の衣食住・生活サービスを提供する生活支援関連産業への支援が重要である事は商工会としても認識しており、これまでも個社支援事業は実施してきたが、それが継続的な伴走型支援には繋がっていなかった。

そこで、今後、商工会として、近隣的大型商業施設の出店等競争環境が厳しくなる中で、各機関とも連携しながら伴走型支援による個社の経営力強化を図る。

また、増加している創業に対する支援を強化すると共に、合志市の強みのひとつでもある潜在的な後継者の増加を今後活かすべく、潜在的後継者に対する育成や、事業承継ニーズのある事業所へのマッチング等、市や関係団体等と連携して創業支援と後継者育成並びに事業承継支援に努める。

物産振興への取り組みについては、これまでも、各物産展等への紹介や持続化補助金等を活用した物産品の販路開拓支援を行ってきたが、今後は、商品の需要動向等に沿った個社支援や関係団体との協議も積極的に行い、地域特産品の販路開拓を図る。

(3) 経営発達支援事業の目標

中長期的な視野に立った合志市管内の小規模事業者の振興のあり方として「生活支援関連産業支援」及び「合志市ブランド製品の育成」をテーマに、その実現に向けた具体策として下記取り組みを強化していく。

① 個社の経営力強化支援

「生活支援関連産業」関連等の事業者を中心に、経営実態を把握し事業計画策定により経営計画を立てることで、その経営課題及び魅力を明らかにし、金融機関・支援機関との連携により個社の魅力を高めることで持続的成長に繋げる。

また、これまでの創業支援に加えて合志市の「創業支援事業」の特定創業支援事業に参画し、他の支援機関との連携で関連情報の提供や創業しやすい環境づくりを図る。

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への取組へ繋げる。

② 円滑な事業承継に繋げるための支援強化

早期の後継者育成、他の支援機関等との連携による事業承継基盤を構築することで事業承継に対する早期対策に繋げ、事業承継を円滑に進めるための支援を行うことで、地域の小規模事業者の持続的発展に繋げる。

③ 「合志ブランド製品」の創出と活性化への取り組み支援

合志市の農産品等を活用した知名度・イメージの向上を図ることを目的に、合志市で採れる果実・野菜等の多種多様な農産物等の地域資源活用や農商工連携、6次産業化等の支援施策の活用や、市や関係団体との連携した取り組みによる「合志ブランド製品」の新たな創出と育成を図る。

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7年4月1日～令和12年3月31日）

(2) 目標の達成に向けた方針

本事業における目標を達成するため、地域の経済動向調査・需要動向調査やそれらを踏まえた小規模事業者の経営状況の分析、それに基づく中長期的な事業計画の策定支援、販路開拓などの事業計画の実施を支援するなど、小規模事業者の発達段階に応じ、伴走型支援事業を講ずる。詳細な取組の方針として以下を掲げる。

①個社の経営力強化支援方針

- ・経済動向調査・需要動向調査等により外部環境を把握することで、小規模事業者の経営課題と支援ニーズを明確にし、リーディングモデル企業の育成支援、地場企業の経営力強化等による雇用の創出を目指す。
- ・商工会全職員による窓口・巡回支援や専門家派遣の活用による伴走型支援を行い小規模事業者の経営力強化を支援する。
- ・創業者並びに創業予定者を対象にした創業支援や、既存事業者に対する経営革新支援などにおいても、経営分析に基づく事業計画作成やフォローアップなどの個別支援を通じて、外部環境の変化に強く、安定した成長ができるよう小規模事業者の経営機能など経営力の強化を支援する。

②事業承継に対する支援強化方針

- ・合志市事業承継・創業連携支援協定を結び、合志市商工会、合志市、市内金融機関、熊本県信用保証協会、日本政策金融公庫熊本支店、JA、熊本県商工会連合会と連携し、円滑な事業承継支援、創業者とのマッチング支援を行う。
- ・事業承継ヒアリングシート等の活用による小規模事業者の事業承継に対する第三者としての対応を行う特に親族内承継や第三者承継に対しては事業者に寄り添い代表者や後継者候補者との対話を通じた課題整理を行い、言いにくい本音の引き出し、代表者や後継者候補者自身の気付きの為の支援を行う。
- ・合志市においては企業の後継者となり得る人材が増加傾向であるが、この利点を円滑な事業承継に繋げる為に、これまで計画的に行ってこなかった後継者等の現状把握を行うとともに、事業承継計画作成支援を行う。
- ・これまでも市や関係団体と連携した、全体的な事業承継セミナーは行ってきたが今後は各事業所の課題に応じた個別相談等を行うなど、セミナーをとおして、より個社支援に軸足を置いた取組を行う。

③「合志ブランド産品」の創出と活性化への取り組み支援方針

- ・行政や他団体と連携した農商工連携や、6次産業化による商品開発並びに販売促進を図る。
- ・売れ筋データの収集や分析等の需要動向調査結果に基づく、市内の加工・販売・飲食業者等のお土産品、ご当地グルメ等の商品開発と販路開拓を図る。

- ・上記取組については観光拠点施設である「ユーパレス弁天」、「クラッシーノこうし」「アンビー熊本」「合志物産館志来菜彩」とも連携し、既に整備済みの合志市ブランド認証制度により郷土の特産品として推奨された『合志ブランド認証品』を有効活用する事で、効率よく商品開発や販売促進、販路開拓と共に合志市ブランドの認知度向上と利用促進を図る。

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〕国が提供するビッグデータ「RESAS」及び会員からのヒアリングによる調査を実施し、ホームページで公表した。

〔課題〕事業者のニーズにあった地域の経済動向に関する情報の収集、整理、分析とそれらの情報の小規模事業者への提供や商工会における指導への活用が今後の課題といえる。

そこで、今回の計画においては、地域内の経済動向と業種業態ごとの景況観をアンケート形式及び巡回によって聞き取ることにより、地域経済の実態把握を行う。また、ビッグデータ等を活用した専門的な分析を取り入れ、小規模事業者に対する支援の基礎資料とする。

(2) 目標

	現行：R5	R7 年度	R8 年度	R9 年度	R10 年度	R11 年度
国ビッグデータ活用	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
会員経済動向調査	57 回	60 回	60 回	60 回	60 回	60 回
公表回数	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回

(3) 事業内容

①国が提供するビッグデータの活用

当地区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で効率的に経済動向を把握し活性化するため、経営指導員が「RESAS」（地域経済分析システム）を活用した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・生産分析」→何で稼いでいるか等を分析

・「産業構造マップ」→産業の現状や稼ぐ力等を分析

・「流動人口」「消費の傾向」→需要の動向を分析

⇒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管内事業者の景気動向調査

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、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4回調査分析を行う。

【調査対象】

管内小規模事業者 100 社（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

【独自調査項目】後継者の有無、継承方法、継承時期 等

【調査方法】巡回及び窓口相談時においてヒアリング

【分析方法】経営指導員等が外部専門家と連携し分析を行う

（４）調査結果の活用

情報収集・調査、分析した結果は当会ホームページで公表し、地域の小規模事業者へ周知する。また、経営指導員等が巡回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〕これまで需要動向調査は地元業界の情報に詳しい方へのヒアリング程度で、小規模事業者の個別商品レベルでの有益な需要動向の情報提供することが出来ていなかった。

〔課題〕今後は、これまで実施していなかった需要動向調査を行い、『合志ブランド認証品』のブラッシュアップや新商品開発支援を行うことで個社支援のノウハウを蓄積するとともに地域のモデル事業所として今後の支援に活用する。

（２）目標

	現行：R5	R7 年度	R8 年度	R9 年度	R10 年度	R11 年度
調査対象事業者数	14 社	15 社	15 社	15 社	15 社	15 社

（３）事業内容

①特産品等消費者ニーズアンケート

調査対象は、合志市ブランド認証制度により認定された『合志ブランド認証品』を取り扱っている事業所より、特に意欲的な 15 事業者程度を選定する。

本会地域には商店街が存在しないため、消費者のサンプリングとして収集しやすく、合志ブランド認定商品を取り扱っている「ユーパレス弁天」や「クラッシーノこうし」、「アンビー熊本」内の物産館「志来菜彩」の活用と他物産展を活用して、試食等によるアンケート調査等を行い、調査結果を分析したうえで上記事業者へフィードバックすることで、特産品に繋がる商品のブラッシュアップや新商品開発に資する。

【サンプル】50 人程度

【調査手段】季節性を鑑み 6 月と 11 月の年 2 回、利用客に試食等をしてもらい、経営指導員等が聞き取りのうえ、アンケート調査を行う。

【分析手段】調査結果は、販路開拓等の専門家に意見を聞きつつ、分析を行う。

【調査項目】《飲食料品》①味、②季節性、③硬さ、④見栄え、⑤大きさ、⑥価格
⑦パッケージ等

《工芸品等》①実用性、②見栄え、③大きさ、④価格、⑤パッケージ等

【結果活用】分析結果は経営指導員が上記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。

《参考：合志市内商業施設等概要》

施設名	R5 入込客数	特色等
ユーパレス弁天	383,642 名	温泉施設や物産販売所を併用した施設 第 2、第 4 木曜日は休館
クラッシーノこうし	346,884 名	H28.2 にオープンしたアンテナショップ 基本的には年中無休

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

〔現状〕従来は、経営指導員の金融相談支援時等に財務分析を中心として経営分析を行っていたが、これまでの支援については非財務的な要因も踏まえた戦略的・計画的に十分な経営状況の分析を行ってきたとは言えない。

〔課題〕小規模事業者を取り巻く経営環境は厳しくなっており、そうした中で小規模事業者の財務状況や強み、弱み等、現状を深く知ることが必要となっている。

そこで、今回の計画においては、小規模事業者との対話と傾聴を通じて相談者自身が見落としがちであった非財務的視点、マーケティング的視点を導入し、地域内の小規模事業者の強み・事業機会を踏まえた分析を専門家等と連携し実施する。

(2) 目標

	現行：R5	R7 年度	R8 年度	R9 年度	R10 年度	R11 年度
経営分析件数	81 件	80 件	80 件	80 件	80 件	80 件

※ 本会経営指導員数 4 人。よって、年間を通じて、経営指導員 1 人あたり 20 件の経営分析とします。

(3) 事業内容

①経営分析希望者の発掘

経営分析を行う事業者の発掘のため、経営指導員等による巡回や、窓口相談を介して、意欲的で販路拡大の可能性の高い経営分析希望事業者の掘り起こしを行う。

②経営分析の内容

【対象者】①により選定した80社（製造業、建設業、卸・小売業、サービス業から20社ずつ）

【分析項目】定量分析たる「財務分析」と定性分析たる「SWOT分析」の双方を行う
《財務分析》売上持続性、収益性、生産性、健全性、効率性、安全性
《SWOT分析》強み、弱み、脅威、機会

【分析手段】経済産業省の「ローカルベンチマーク」や熊本県の「経営支援プログラム」を活用し、経営指導員等が分析を行う。

また、代表者の年齢が60歳以上の事業者については、上記の財務分析、SWOT分析に加えて、「事業承継ヒアリングシート」を活用し、事業承継の現状について把握するとともに事業承継の取組の必要性について理解を深める工夫を行う。

《参考：経営支援プログラム》

熊本県の統一様式で、事業計画策定を行う際に自社の経営環境の把握、取り組みの動機や背景、取り組みたいことなどを整理し、項目ごとに課題解決するために、計画の策定を行う。事業の整理や目標や資金面での計画などを立てる際に非常に有効である。

また、本プログラムに沿った計画による資金調達（熊本県の制度融資）においては一部利率の低減措置がある。

（4）分析結果の活用

①経営分析結果を元に、明確化された経営課題等を当該事業者へフィードバックし今後の経営戦略の方向性及び具体的な解決方法を探り、事業計画作成に繋げていく。併せて、収益改善を図るため、対話を通じて本質的な課題を抽出し、融資や各種支援策の導入に最大限の効果が上げられるような事業計画の策定にも活用する。

②分析結果はデータベース化し、職員間で共有することで事業計画策定やスキルアップに活用できるようにする。

6. 事業計画策定支援に関すること

（1）現状と課題

〔現状〕 これまでは金融支援をはじめ、経営革新、ものづくり、持続化補助金等申請者に対して、巡回指導及び窓口相談時に経営指導員が主となって個別に助言を行う等受動的な取り組みであった。また、事業計画策定については、明確な経営戦略が練られていないのが現状であった。

〔課題〕 事業計画策定の意義や重要性の理解が浸透していなかったため、計画実施の途中断念や目標に達することができず、事業の持続的発展が危ぶまれるケースが見られた。そこで、今後はセミナー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

事業計画は、環境変化に対応できる経営力の育成強化及び新たなビジネス機会の開拓支援により持続的発展に必要である等重要性について説明しても理解を得られないことが多いので「事業計画策定セミナー」等の内容を工夫することでより理解していただけるようにする。

企業のビジネスステージに応じて事業計画ニーズは異なる。そのため、事業者に応じた事業計画作成支援を行う。例えば、創業期には「創業計画」、成長期には「経営革新計画」、経営の安定期には「経営強化計画」、事業承継期には「事業承継計画」、事業衰退期には「経営改善計画」支援を行う。

以上のとおり、各事業所の状況に応じて、事業者と一緒に計画策定を行う伴走型支援を進めていく。

(3) 目標

	現行： R5	R7 年度	R8 年度	R9 年度	R10 年度	R11 年度
① 事業計画策定セミナー	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
② 事業承継セミナー	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
③ 創業セミナー	1 回	2 回	2 回	2 回	2 回	2 回
④ 事業計画策定件数 (ア+イ)	36 件	48 件	48 件	48 件	48 件	48 件
ア. 事業計画策定数	36 件	44 件	44 件	44 件	44 件	44 件
イ. 事業承継計画策定数	0 件	(4 件)	(4 件)	(4 件)	(4 件)	(4 件)

(4) 事業内容

①事業計画策定セミナーの開催

事業者のニーズに沿った事業計画の策定・実行支援を行うことにより、課題を克服して新しいビジネス機会の開拓支援を目的として経営分析を行った全ての事業者に対して、「事業計画策定セミナー」を開催する。

【募集方法】 当会ホームページ、会員事業所による郵送により周知

【受講内容】 事業計画書の作成ポイント、計画書の作成手順について等

【実施回数】 1 回

【受講者】 40 名

②事業承継セミナーの開催

経営分析を行った事業所の中で、事業承継ヒアリングシートにより事業承継に関する課題が明らかとなった事業所に対し、合志市や熊本県事業承継ネットワーク事務局、熊本県商工会連合会と連携して、持続的経営を可能とする事業承継計画の策定支援の為に「事業承継セミナー」を開催する。

【募集方法】 市の広報や、当会ホームページ、会員事業所への郵送による周知

【受講内容】 事業承継対策、事業承継税制、個別相談

【実施回数】 1 回

【受講者】 10名

③創業セミナーの開催

創業したい方の思いを具体化し、創業に対する不安の解消を図って創業者の増加を図り、かつ、創業後も持続できる経営支援を目的として合志市や日本政策金融公庫等と連携して、創業予定者等を対象にした「創業セミナー」を開催する。

【募集方法】市の広報や、当会ホームページ、新聞広告等の各種媒体への掲載

【受講内容】創業計画書の作成ポイント、創業の心構え等

【実施回数】 2回

【受講者】 20名

④事業計画の策定

【支援対象者】「5. 経営状況の分析に関すること」で経営分析を行った80事業者の内の60%程度に加え、創業セミナー参加者等の内、商工会が継続して支援した創業者の事業計画策定に繋げていく。

【手段・手法】各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繋げていく。

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] 事業計画策定後の実施支援については、策定後の進捗状況成果を伴う実施支援にまでは至っていなかった。

[課題] これまでは、経営計画の策定後の事業計画の進捗状況の把握や事業計画の見直しなどのフォローアップ支援を、計画的に十分に行ってきたとは言えない。

そこで今回の計画では、事業計画の策定支援を行った事業者に対し、事業目標を実現するために、経営指導員の巡回訪問・個別相談等において計画内容の進捗状況をチェックし、状況によっては金融支援の実施、場合によっては事業計画の見直しなど、伴走型の指導・助言を実施し小規模事業者の持続的発展を支援する。

(2) 支援に対する考え方

経営者自らが経営戦略を考え、実行する力を身に付け、経営力を増強させるため、フォローアップを行い、経営者との対話を重視し、計画策定後の進捗状況や計画の見直し等軌道修正等支援を行う。

事業計画を策定したすべての事業者を対象とするが、事業計画の進捗状況等により訪問回数を増やし、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、フォローアップ頻度を設定し、事業者との協議により回数を決める。

(3) 目標

	現行：R5	R7 年度	R8 年度	R9 年度	R10 年度	R11 年度
フォローアップ 対象事業者数	70 者	60 者	60 者	60 者	60 者	60 者
頻度（延回数）	280 回	240 回	240 回	240 回	240 回	240 回
売上増事業者数	—	10 者	10 者	10 者	10 者	10 者
利益率 3 % 以上 増加の事業者数	—	10 者	10 者	10 者	10 者	10 者

※ 令和 5 年度は件数増加に重きを置いており、フォローアップが不十分の事業者も見られました。

そこで、目標について、個々の事業者の綿密なフォローアップを行うには、経営指導員 1 人当たり 15 者が適当な件数と判断しました。

1 者あたり年間を通じて最低でも 4 回フォローアップを行い、売上・利益率増加を図ります。

(4) 事業内容

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等により、支援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支援回数を減らしても支障ない事業者を見極めた上で、フォローアップ頻度を設定する。

創業者・事業承継支援者に関しては、事業計画の進捗状況に係る支援のみならず、経理や税務、労務等経営全般に関しての綿密なフォローアップを行う。

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、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うえ、フォローアップ頻度の変更等を行う。

《フォローアップ頻度》

各事業者の進捗状況によりランクを付け、フォローアップを行う。ただし、各事業所の状況を見て増減する。

- ・ A ランク：2 か月に 1 度 （20 事業者×6 月） 120 回
- ・ B ランク：四半期に 1 度 （20 事業者×4 月） 80 回
- ・ C ランク：半期に 1 度 （20 事業者×2 月） 40 回

合計 240 回

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] 需要の開拓に対する支援については、従来、熊本県商工会連合会及び合志市等が開催する物産展等の紹介、及び小規模事業者持続化補助金を活用し、売上向上のためにチラシ、ホームページ開設の支援等を行ってきたが、補助金等を活用し自社 EC サイトを構築しても、売上増加に繋がらないケースも多く、いかに自社 EC サイトを効率よく向上させるかが課題となっている。

〔課題〕 これまでは商工会として、物産展等の事前・事後のフォローアップが不十分であり、小規模事業者を取り巻く経営環境が厳しくなる中で、小規模事業者が提供する商品の認知度向上と売れる機会等販路開拓支援の重要性が高まっている。そこで、今回の経営発達支援計画では、小規模事業者の商品の特徴を再認識し効果的な認知度を高める方法とともに出展内容の質を高める支援を行い、併せて事業者に対して、新たな販路の開拓にはD X推進が必要であるということを理解・認識していただいて、支援効果を高める工夫を行う。

(2) 支援に対する考え方

他団体にて開催される展示会・商談会への出展を支援し、経営指導員が事前・事後の出展支援を行うと共に、出展期間中は、商品構成に応じた陳列や成約に繋がるような接客といった支援を、出展者と一緒に実施する伴走支援を行う。

D X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EC個別相談会などで相談対応を行い、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、事業者の段階に応じた支援を行う。

(3) 目標

	現行：R5	R7 年度	R8 年度	R9 年度	R10 年度	R11 年度
① 展示会出展事業者	14 者	10 者	10 者	10 者	10 者	10 者
売上高／者	6 万円	10 万円	10 万円	10 万円	10 万円	10 万円
② 商談会参加事業者数	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者
成約件数／者	0 件	1 件	1 件	1 件	1 件	1 件
③ フォローアップ	14 回	18 回	18 回	18 回	18 回	18 回
④ SNS 活用事業者	—	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者
売上増加率／者	—	5 %	5 %	5 %	5 %	5 %
⑤ EC サイト利用事業者数	—	5 者	5 者	5 者	5 者	5 者
売上増加率／者	—	10 %	10 %	10 %	10 %	10 %
⑥ ネットショップの開 設者数	—	5 者	5 者	5 者	5 者	5 者
売上増加率／者	—	10 %	10 %	10 %	10 %	10 %

※ 令和5年度は、本会単独開催の「合志こだわり発掘ガンコ市」を開催したので、事業者数、売上高共に増加していますが、今後、本会単独の展示会について、開催する予定は未定となっています。
よって、出展者数・売上高ともに前計画同様、据置にしています。

(4) 事業内容

①展示会出展事業 (BtoC)

商工会が「くまもと物産フェア（熊本県の特産品を一堂に集めてPR及び販売する熊本県商工会連合会主催のイベント。毎年開催。）」においてブースを借り上げ商工会のホームページ、経営指導員等の巡回指導を通じて情報を提供し、出展者の募集を図る。事業計画を作成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。

②商談会参加事業 (BtoB)

熊本県商工会連合会主催「厳選マルシェ（熊本県内の特産品の中から隠れた逸品など厳選されたプレミアムな商品を販売する企画）」に合志市ブランド商品の認定事業所の製造小売業者や食品卸小売業者など、2社を選定し参加させる。参加させるだけでなく、商談力を身に付けるための事前研修や商談相手へのフォロー支援など、商談成立に向けた実効性のある支援を行う。

また、厳選マルシェ以外にも、他団体にて開催される商談会やマルシェにも参加されるよう、積極的支援を行う。

③フォローアップ支援

商談会・展示会後の消費者の声、バイヤーの声を実現するために、その後の商品の改良内容、販売方法の見直しについて、4か月に1回の訪問活動により進捗状況を確認する。また、熊本県商工会連合会の専門家派遣、熊本県よろず支援拠点等を活用して、商品の見直し等を行うことで需要機会を確実な売上へ繋げる。

④SNS活用 (BtoC)

SNSでの自社商品のPRが不足している事業者等を対象に、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り込みのため、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。

⑤ECサイト利用 (BtoC)

自社ECサイトや大手ECサイトを活用して、販路拡大を目指す事業者に対して、Amazonなど大手ECサイトやふるさと納税など、熊本県商工会連合会や市と連携してチャレンジ提案を行いながら、効果的な商品紹介のリード文・写真撮影等の伴走支援を行う。

また、年間を通じてIT個別講習会を行い、個者支援をしていく。

⑥自社ホームページによるネットショップ開設 (BtoC)

これから自社ECサイトを立ち上げて、新しい販路拡大を目指す事業者等を対象に、ネットショップの立ち上げから商品・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、継続した支援を実施する。

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] 外部有識者（中小企業診断士）・合志市商工振興課・熊本県商工会連合会並びに本会会長及び事務局長、経営指導員にて本計画の実施状況と成果の評価等の見直しを行ってきた。

[課題] 評価は行っているが、その後の修正見直しを行うまでには至っていなかった。

(2) 事業内容

毎年度、本計画の事業の実施状況及び成果について、PDCAサイクルに基づく事業の、目標・計画作成、計画の実施、事業の成果・評価及び見直しをするため、下記の方法により経営発達支援事業の推進における仕組み・体制の構築とそれに基づく実施を行う。

①内部評価

正副会長・部会長・監事・事務局長・法定経営指導員・経営指導員をメンバーとする「内部評価委員会」にて内部評価を年1回以上実施し経営発達支援事業の進捗状況等について検証する。

②外部評価

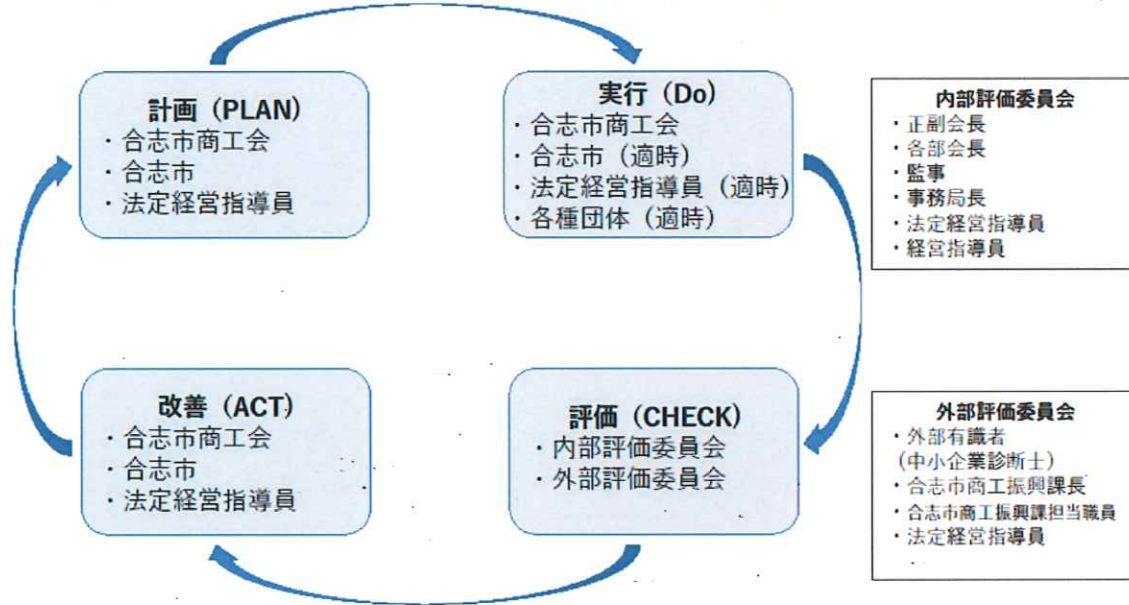
内部評価にて評価・検証した内容を外部有識者（中小企業診断士）2名、合志市商工振興課長、合志市商工振興課担当職員、法定経営指導員をメンバーとする「外部評価委員会」を年1回以上実施し経営発達支援事業の進捗状況等について評価を行う。

③評価結果の公表

商工会経営発達支援計画PDCAサイクル実行後は、必ずA（改善点）が確定するので、改善点をクリアするための具体的な方法を策定の上、次年度からのP（計画）に反映させる。なお、反映にあたっては、外部評価委員のアドバイス等もいただきながら策定する。

外部評価委員会での評価結果を理事会にてフィードバックした上で、事業実施方針に反映させるとともに、本会HPにて公表し地域小規模事業者が常に関連可能な状態とする。

合志市商工会経営発達支援計画PDCAサイクルスキーム



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〕 熊本県商工会連合会が主催する研修、中小企業基盤整備機構による大学校での研修、国や県などの行政が実施する研修、税務関係などのその他関係団体が実施する各研修に、経営指導員等が年間1回以上参加し、Web研修や効果測定において各自でスキルアップを図り、効果的な支援能力の向上を目指してきた。

〔課題〕 これまでは、個のスキルアップに重点を置いており、個人のスキルをチームとしてフィードバックする仕組みがこれまでになく、個のスキルをチームとして活用できるシステムが必要である。特に商工会内部のOJTへの取り組みが弱く、OJTによる小規模事業者の利益の確保に資する支援ノウハウの習得が課題である。

(2) 事業内容

① 外部講習会等の積極的活用

＜経営支援能力向上セミナー＞

熊本県商工会連合会が主催する経営支援能力向上研修や中小企業庁が主催する経営指導員研修、Web研修等積極的に全職員が参加し、小規模事業者の経営や支援制度に関する最新情報や生産性向上、経営力強化等に向けた支援ノウハウや支援の基本体制（対話と傾聴）の習得向上を図る。

＜事業計画策定セミナー＞

本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ので、他団体組織にて実施されている事業計画策定セミナーへ、経営指導員が積極的に参加する。

＜DX推進に向けたセミナー＞

地域事業者のDX推進への対応にあたっては、全職員のスキルを向上させ、ニーズに合わせた相談・指導を可能にすべく、DX推進取組に係る相談・指導能力向上についてのセミナーにも積極的に参加する。

＜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、職員の支援に対する基本姿勢（対話と傾聴）の習得と向上を図り、事業者との対話を通じた信頼の熟成、本質的課題の引出実践に繋げる。

＜小規模事業者課題設定力向上研修＞

課題設定を焦点にあて、職員同士で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して実施する。

②OJT制度の導入

経営指導員と経営支援員がチームを組むことにより、指導・助言・情報収集を学ぶといったOJTによる伴走型の支援能力を高める。

③職員間の定期ミーティングの開催

研修会等へ出席した経営指導員、経営支援員が講師を務め、研修で習得した内容を共有するためにミーティング（月1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。

④各情報のデータベース化

担当職員が熊本県商工会連合会の基幹システムに、適時・適切にデータ入力をするすることで、支援中の小規模事業者の状況を職員全員が情報共有できるようにすることで、担当職員が不在等でも対応ができるようにする。

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〕 これまでは熊本県商工会連合会のWebによる情報の共有化や研修会の実施、また、管内の金融機関、保証協会、経営指導員等による金融懇談会や、税理士会との会議を開催し情報や経営支援ノウハウの共有を図っている。

〔課題〕 今後は情報の共有のみではなく、専門化、複雑化する相談に対応すべく、他の支援機関並びに他地区商工会職員との交流を深め、ネットワークを強化し支援ノウハウの一層の向上を図る。

(2) 事業内容

①熊本県経営指導員協議会城北支部会議等の開催による情報交換

熊本県経営指導員協議会城北支部及び熊本県商工会職員協議会城北支部の会議等において、各地域の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実施する。(年4回)

②合志市包括連携協定先との情報収集・交換

市内55企業が締結している包括連携協定により、「合志市連携協定機関実務担当者会議(合志市内外の金融機関、教育機関、企業等)」において、地域の諸問題等に関する情報収集並びに意見交換等を行い、本会における効果的な経営支援に活用する。(担当者会議は必要に応じて開催)

③地元金融機関等との金融懇談会開催による情報収集・交換

地元金融機関、県信用保証協会、日本政策金融公庫の担当者と融資実績や新制度など年1回情報交換を行い、小規模事業者に対しての資金繰り、改善計画、迅速な支援についてデータベースを作成する。(金融懇談会として必要に応じ開催)

④税務署・南九州税理士会との会議開催による情報収集・交換

税務署、南九州税理士会等の会議を年1回開催し連携を密にすることで、適正な税務指導を行なうための協力体制を構築する。

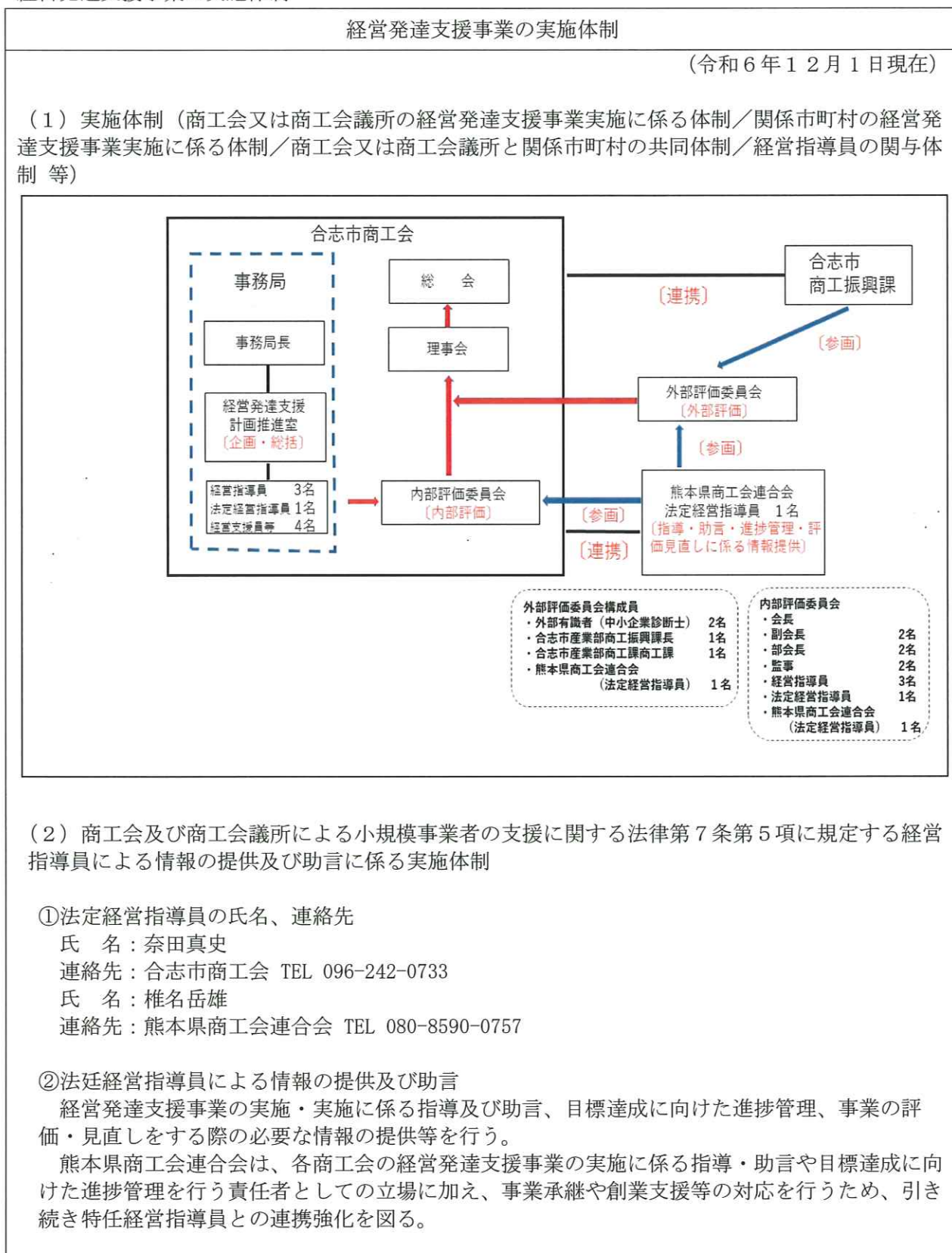
(年1回程度開催される南九州税理士会による協議会にて実施)

⑤地域問題懇談会開催による情報収集

熊本県議会議員、合志市長、合志市議会議員、行政担当者並びに商工会役員が一堂に会し、テーマに基づいた意見交換を行い、課題から今後の合志市の発展及び商工業の振興を図ることを目的とする。(年1回)

(別表 2)

経営発達支援事業の実施体制



令和元年度から、全国で初めて6名の特任経営指導員を熊本県商工会連合会に配置し、令和2年度には5名増の11名体制に充実させた。令和6年12月現在においても、引き続き、熊本県商工会連合会に11名の特任経営指導員を配置。担当地区を割り振り、各商工会と密に連携を図っている。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、本計画における法定経営指導員の配置については、熊本県商工会連合会所属特任経営指導員1名、本会所属の法定経営指導員1名の計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

〒861-1104

熊本県合志市御代志 1661 番地 1 ルーロ合志 101

合志市商工会

Tel (096) 242-0733 FAX (096) 242-0413

E-mail : kosisisk@tulip.ocn.ne.jp

②関係市町村

〒861-1195

熊本県合志市竹迫 2140 番地

合志市産業振興部商工振興課

Tel (096) 248-1115 FAX (096) 248-1196

E-mail : syokou@city.koshi.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)

	R7 年度	R8 年度	R9 年度	R10 年度	R11 年度
必要な資金の額	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000
・調査費	400	400	400	400	400
・専門家派遣費	400	400	400	400	400
・セミナー開催費	500	500	500	500	500
・商談会・展示会開催費	500	500	500	500	500
・会議費	200	200	200	200	200

(備考) 必要な資金の額については、見込み額を記載すること。

調達方法
自己資金(会費等)、国補助金、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。

(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