

経営発達支援計画の概要

実施者名	大津町商工会（法人番号 9330005002561） 大津町（地方公共団体コード 434035）
実施期間	令和4年4月1日～令和9年3月31日
目標	経営発達支援事業の目標 景気動向に左右されない地場産業の創出と活力ある小規模事業者への支援 町内唯一の総合経済団体として、これまで培ってきた信用力・組織力を活用し、小規模事業者の持続的発展を目指す。具体的には前期経営発達支援計画のブラッシュアップを行い、経営改善普及事業を強化し、伴走型の支援を実施することで小規模事業者及び地域の長期的な発展・振興を目指す。
事業内容	<u>1. 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> 地域商工業者を対象に経済動向調査を行い、地域経済の実態把握を行う。また、国が提供するビッグデータ等を活用した専門的な分析を取り入れ、その調査結果を事業者へ提供し、経営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> 一般消費者及びバイヤーに対して、新商品に関する調査を実施し、調査結果を事業者へフィードバックすることで、新商品開発、販売促進、及び事業機会の創出に繋げる。 <u>5. 経営状況の分析に関すること</u> セミナーなどを通じ、経営分析（財務分析・非財務分析）によって自社の経営課題等を把握し、事業計画策定等への活用、対象事業者の掘り起こしを行う。 <u>6. 事業計画策定支援に関すること</u> 事業計画策定の意義や有用性を伝えると共に、セミナーのカリキュラムを工夫するなどにより事業計画策定に取り組む事業者を掘り起こし、計画策定に繋げていく。また、創業セミナーを開催することで創業希望者を掘り起こし、創業計画策定支援を行う。事業承継についても、事業者の状況に合わせた事業承継計画策定支援を行う。新たに、DXに関する意識の醸成や基礎知識を習得するセミナーを開催し、推進を図る。 <u>7. 事業計画策定後の実施支援に関すること</u> 事業計画策定者を進捗状況により3つの支援ランクを設定し、適切な頻度でフォローアップを行い、効率・効果を重視した支援を行う。 <u>8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること</u> 展示会や商談会への出展支援を行うと共に、新たにDXを活用した取り組みの支援を推進する。
連絡先	大津町商工会 〒869-1233 熊本県菊池郡大津町大字大津 1232-2 TEL 096-293-3421 FAX 096-293-3429 E-mail oozu@lime.ocn.ne.jp 大津町 商業観光課 〒869-1292 熊本県菊池郡大津町大字大津 1233 TEL 096-293-3115 FAX 096-293-5757 E-mail : syougyoukankou@town.ozu.kumamoto.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現状

<歴史>

歴史を紐解くと天正 15 (1588) 年加藤清正が肥後の領主として入国し、大津下井手・上井手の開削に着手以後、1,300 町歩に及ぶ一大穀倉地帯となった。江戸期には肥後と豊後とを結ぶ豊後街道の要衝として細川藩主参勤交代の宿場町となり、さらに近隣 52 村余を統轄する藩政の役所である大津手永会所が設けられ、政治・経済・文化の中心として栄え、今日の基礎が築かれた。

<位置と地勢>

大津町は、熊本県北東部に位置し、北部は菊池市、東部は阿蘇地域、西部は合志市・菊陽町、南部は西原村と隣接している。また、熊本市の東方約 19 キロメートル、阿蘇山との中間に位置しており、別府・阿蘇・雲仙などの国際観光ルートの路線上にある。

阿蘇外輪山西部に連なる広大な森林、原野地帯とそれよりゆるやかな傾斜をなして広がる北部畑地帯、阿蘇山を源として東西に貫流する白川の豊かな流れによって南部平野は肥沃な水田地帯を形成している。

大津町は国道 325 号 (久留米～阿蘇～延岡) と国道 57 号 (長崎～雲仙～大分) が縦・横断し、熊本空港、九州縦貫自動車道熊本 IC を近くに擁する交通条件に恵まれた田園産業都市である。人口は 3 万 5 千人を突破し、近年ますます増加を続けている。

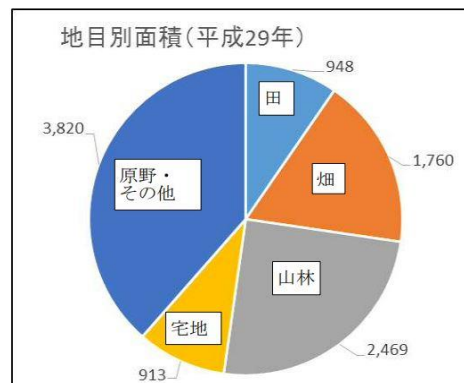
四季折々の自然の風景、人々の暮らしの風景、産業の進展、インフラの整備など、バランス良く調和し発展を続けている。



地目別面積の推移

(単位: ha)

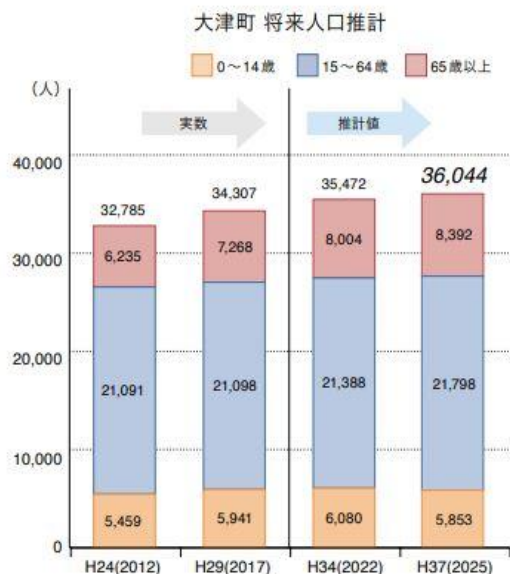
年次	田	畑	山林	宅地	原野・その他	計
昭和50年	1,018	2,326	2,945	360	3,257	9,906
昭和55年	1,080	2,347	3,165	515	2,799	9,906
昭和60年	1,068	2,298	3,308	562	2,670	9,906
平成 2年	1,048	2,085	3,183	596	2,994	9,906
平成 7年	1,039	2,021	4,029	674	2,146	9,909
平成12年	1,003	1,917	3,949	776	2,264	9,909
平成17年	966	1,880	3,532	829	2,702	9,909
平成22年	955	1,821	3,541	879	2,713	9,909
平成27年	960	1,782	3,350	900	2,918	9,910
平成28年	950	1,776	2,469	909	3,806	9,910
平成29年	948	1,760	2,469	913	3,820	9,910



＜人口＞

令和 3 年（2021 年）現在の本町の人口は、約 35,590 人となり、昭和 50 年（1975 年）以降企業誘致や熊本市のベッドタウンとして増加傾向にある。国立社会保障・人口問題研究所による将来推計人口（平成 25 年 3 月公表）においても、令和 27 年（2045 年）までは増加傾向にあり、そこをピークに減少することが予想されている。しばらくの間は、これまでの企業誘致や住宅開発による若者の定住が進んだことで、増加傾向が続くと考えられる。大津町は「第 6 次総合計画」の中で、令和 7 年の目標将来人口を、36,000 人と設定している。

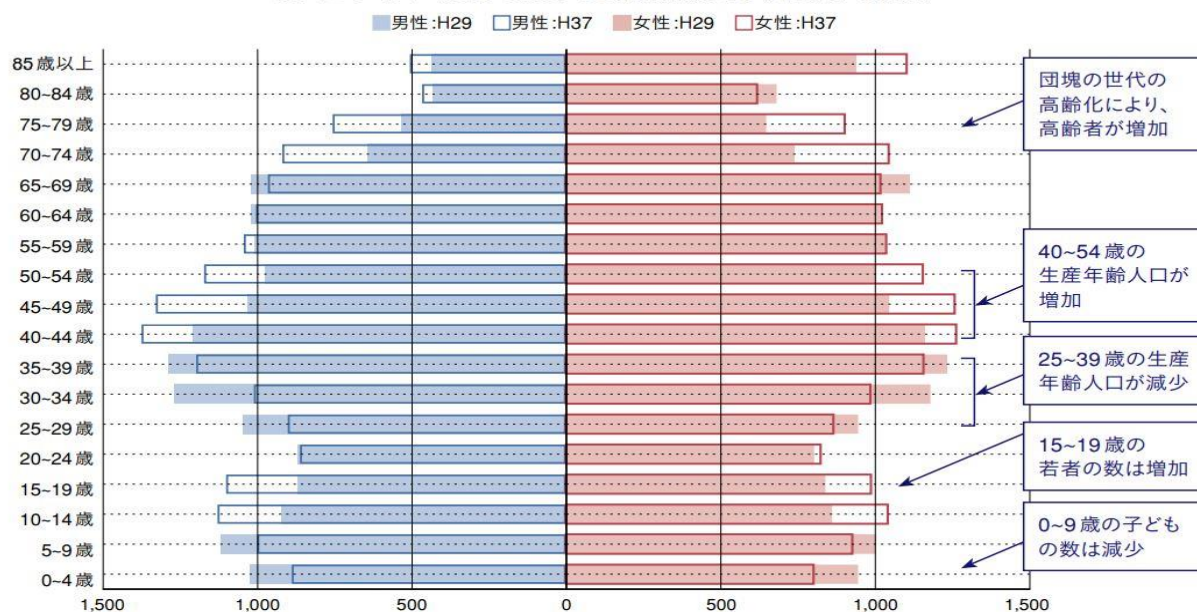
出典：2019 大津町町勢要覧 資料 編



平成 29 年（2017 年）の人口構成をみると、男女ともに 30 歳～44 歳、0 歳～9 歳の人口が多くなっている。これは、本町がこれまで進めてきた企業誘致施策等により、子育て世代となる若い人の流入・定住が進み、子どもの数も増加したことが考えられる。推計の結果、平成 37 年（2025 年）の人口構成をみると、25 歳～39 歳の人口が減少することが予想される。本町の活力を維持していくためには、更なる企業誘致や観光産業の推進により雇用を促進し、また、子育て支援等を充実させることで、若い世代を取り入れることが重要。全国的な流れと同様に、団塊の世代の高齢化が進むことから、行財政の健全化を図るためにも、高齢者福祉の充実だけでなく、高齢者をはじめ町民の健康づくりや地域で支える社会づくりが求められる。地域で支える社会づくりのためにも、地域の人材を育て、地域力を育む取り組みが一層重要と考える。

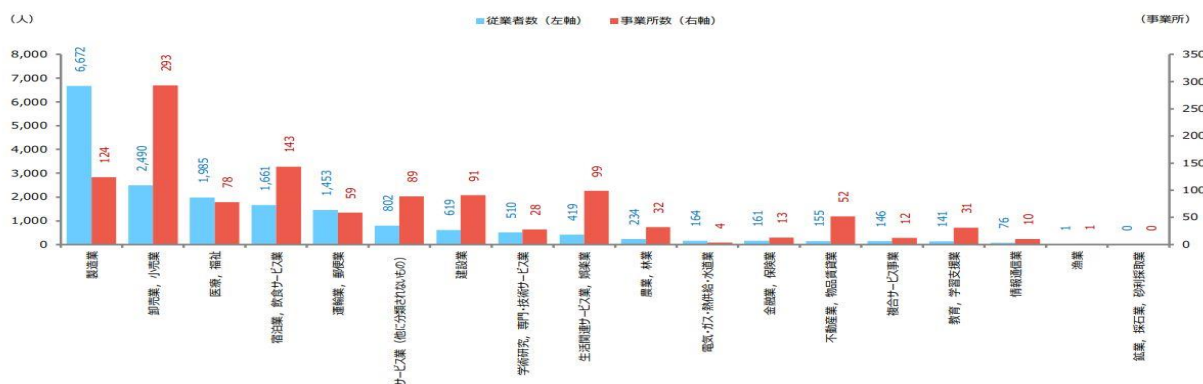
出典：大津町第 6 次総合計画

人口ピラミッド（H29とH37の5歳階級別の人口構成の比較）



<産業>

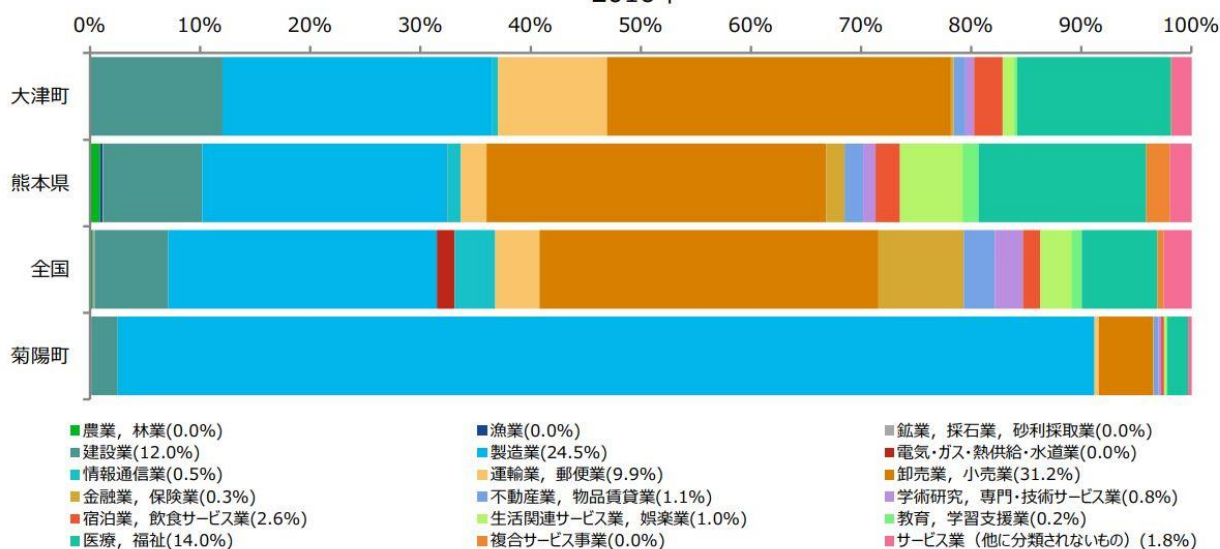
産業大分類別に見た従業者数（事業所単位）と事業所数 2016年



【出典】総務省「経済センサス基礎調査」、総務省・経済産業省「経済センサス活動調査」再編加工

産業大分類別に見た売上高（企業単位）の構成比

2016年



【出典】総務省・経済産業省「経済センサス活動調査」再編加工

大津町の産業としては、以下のような特徴がある。

- ・商工業者数は、卸売業、小売業が多い。
- ・売上高構成比で見ると、卸売業、小売業、製造業が多くを占める。
- ・従業員数で見ると、製造業が最も多い。

町の企業誘致により、本田技研工業（株）熊本製作所をはじめ、多くの製造業が工業団地に存在しており、多くの従業員を抱え、雇用創出等で地域経済をけん引している。

小規模事業者数 【平成 26 年経済センサス】

	建設業	製造業	卸売・小売業	宿泊・飲食業	サービス業	その他	合計
小規模事業者数	95	86	167	78	139	158	723

小規模事業者数をみると以下のような特徴がある。

- ・小規模事業者数は、サービス業、卸売、小売業が多い。
- ・製造業の小規模事業者数は少ないが、売上高構成比率が高いことから、規模の大きい企業が多い。

小規模事業者数の多い卸売小売業・サービス業は、地域の特色を生かした事業活動を行い、地元の需要に応え、地域経済の安定と地域住民の生活の向上・交流の促進に寄与する極めて重要な存在である。



【出典】総務省「経済センサス-基礎調査」、総務省・経済産業省「経済センサス-活動調査」再編加工

全体的に大津町の事業所数、従業員数ともに、徐々に減少傾向にある。企業誘致を進めてきこともあり、2014年には増加したがその後、再び減少した。

<地域工業の現状>

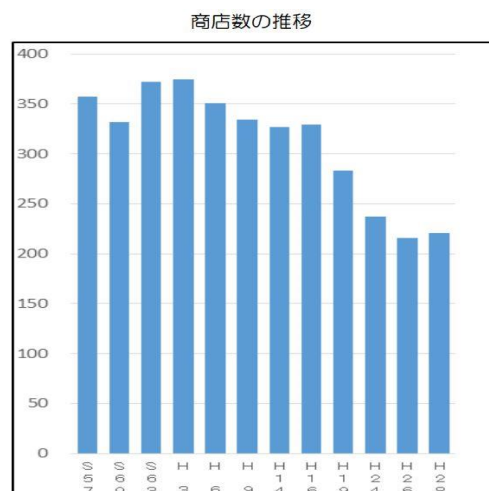
本町には、本田技研工業（株）熊本製作所をはじめ、室工業団地・熊本中核工業団地・南部工業団地等において企業が進出し、熊本県の産業拠点形成している。また、これら進出企業の関連企業及び地場産業として、多くの中小企業が立地し、本町の経済を支える大きな役割を果たしてきた。しかし、工業団地はすべて完売し、企業誘致を行える土地が限定されていることから、本町への企業進出を積極的に進めて行くためには、開発可能な土地や道路、下水道などの基盤整備を進めるとともに、補助金等の優遇措置を継続することも重要。全国的な働く人員の不足により県内および町内企業では労働者の人員確保が難しい状況にある。人材を確保していくために地域社会と連携した取り組みが求められる。

<地域商業の現状>

本町は、工業振興に重点を置いた事業を行う中で、若干ではあるが観光や特産品開発など商業振興にも力を入れ始めた。しかし、地域商業者は、右のグラフからも分かるように、消費者の価値観・ライフスタイルの多様化、情報通信技術社会の進展などによる環境の変化に対応できず減少傾向が継続している。

また、町内に歴史ある商店街があるが、バイパスの開通などにより全国展開する大手企業（小売・サービスなど）は駐車場を完備し軒を連ねることで、人・車の流れが変わり、商店街は集客力を失い、空き店舗が多くなっている。

多様化する顧客ニーズ、情報通信技術の発展、大手



出典：2019 大津町町勢要覧 資料 編

企業の進出により地域商業者の競争状況はより厳しさを増している。

一方、熊本県の銘菓、大津町を代表する特産品として「銅銭糖（どうせんとう）」がある。加藤清正が大津の堀川を掘削、後世に設置された水車でもち米を製粉して生まれたお菓子と伝えられている。その名のとおり、銅銭を重ねたような姿をしており、米粉を原材料に作る落雁の中央、銅銭の穴の部分には黒餡が入っている。しかし町内に数多くあった製造業者は現在僅か3軒となり存亡の危機に陥っている。



製造工程は現在も手作り



写真提供：浪花屋本店HPから

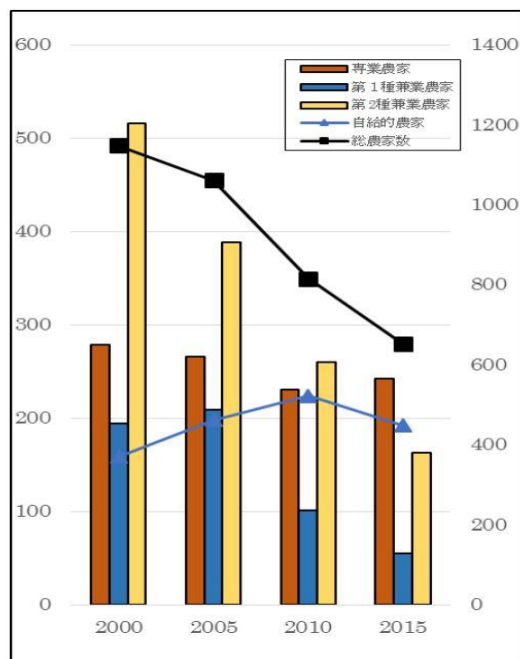
<地域農業の現状>

町を流れる白川の両岸は良好な水田地帯であり、その周辺に畑地帯が広がっている。農産物としては、米、さつまいも、野菜、畜産などが盛んである。平成27年の総農家数は652戸で、販売農家数は460戸、自給的農家数は192戸と販売農家数は総農家数の70.5%となっている。また、農業就業人口は高齢化が進み、年々減少傾向にある。今後も高齢化が進む予測となっているのが現状である。

専業別農家数

(単位：戸)

年	行政区	農家総数	自給的農家	販売農家		
				専業農家	第一種兼業農家	第二種兼業農家
2000年 (平成12年)	大津	208	38	38	28	104
	陣内	229	21	56	46	106
	平真城	152	23	37	41	51
	瀬田	120	22	19	18	61
	護川	240	28	89	45	78
	錦野	199	27	40	16	116
	計	1,148	159	279	194	516
2005年 (平成17年)	大津	191	43	40	30	78
	陣内	206	27	44	55	80
	平真城	147	28	38	44	37
	瀬田	106	25	27	14	40
	護川	230	47	81	39	63
	錦野	182	28	36	27	91
	計	1,062	198	266	209	389
2010年 (平成22年)	大津	141	43	40	12	46
	陣内	122	38	24	21	39
	平真城	134	28	47	19	40
	瀬田	80	26	13	8	33
	護川	209	49	76	26	58
	錦野	130	40	31	15	44
	計	816	224	231	101	260
2015年 (平成27年)	大津	113	38	38	4	33
	陣内	69	21	23	10	15
	平真城	117	28	52	12	25
	瀬田	68	26	18	4	20
	護川	200	59	77	17	47
	錦野	85	20	34	8	23
	計	652	192	242	55	163



出典：2019 大津町町勢要覧 資料 編

経営耕地面積は、田、畑の面積が大半を占める。販売目的で作付けした作物別の面積は、以下の通りである。やはり特徴的なのはいも類（さつまいも）で、熊本県内での生産高割合が高く、認知度の高い特産品となっている。

経営耕地面積及び販売目的の作物別作付け（栽培）面積

区分 年次	経営耕地面積				販売目的の作物の類別作付け（栽培）面積（作物）								果樹
	計	田	畑	樹園地	作付（栽培）面積	稲	麦類	いも類	豆類	野菜	花卉類・花木	その他作物	
平成 12 年	1,897	771	998	128	1,550	426	328	299	132	226	69	70	47
平成 17 年	1,814	699	1,023	92	1,503	×	333	325	125	191	47	×	33
平成 22 年	1,751	700	973	78	1,578	330	460	281	179	166	54	108	×
平成 27 年	1,689	807	800	83	×	×	446	231	×	×	51	×	×

（資料：農林業センサス）

<観光の現状>

本町は日本三大名城「熊本城」の熊本市と世界最大級のカルデラ「阿蘇山」を有する阿蘇市の中間地点であり、阿蘇を源とする白川や豊富な地下水が流れている。白川には加藤清正が作ったといわれる畑井手用水路、上井手用水路、下井手用水路などがありそれぞれに取水口がある。また、かつて発展していた製粉業や製材所は水路から水を引き、水車を利用し動力としていた。

現在では観光資源として水車を活用する動きはあるが、組織ではなく個人での活動に留まっている。



上井手取入口



白川北岸を潤す用水路の堰



他に観光地・観光資源と呼べるものはないが、熊本市と阿蘇地域への中間地点という立地の良さがある。新型コロナウイルス感染症蔓延以前の数字ではあるが、町内を通るバイパスを利用して阿蘇へ向かう観光客は年間 300 万人ともいわれている。また、バイパス沿いの「道の駅大津」には年間 128 万人が訪れているが、この 128 万人は道の駅以外には立ち寄らず、熊本市や阿蘇市などに向かうことになり、通過地点としてしか認知されていない。

<大津町行政の産業の振興>（第 6 次大津町振興総合計画）

地方分権が推進される中、力強く自立したまちづくりのために、町民の生活と町財政の基盤である産業活動の振興は欠かせず、そのため、農業、工業、商業がそれぞれ均衡ある発展を図る「ひと・もの・情報が行き交う農工商併進のまちづくり」を推進されている。

1. 農業

①農業生産基盤の整備

効率的な農作業による農業生産性の向上を図るため、農地の基盤整備を推進する。農業用施設の長寿命化を図るため、合理的で安定した営農と老朽化した農業用施設の機能の管理に向けて、地域と連携しながら農業用施設の維持・長寿命化の支援を進める。被災した農地・農業用施設については、早急に復旧する必要があるため、国庫補助災害復旧事業等を用いて復旧を進める。

②農業の発展と魅力ある農業を創造する多様なひと・仕組みづくり

後継者不足を補い持続的な農業を構築するため、新規就農者の確保と育成を図るとともに、地域

で農業を支える集落営農組織等の設立や機能強化を支援し営農体制の確立を推進する。農業の安定的な経営を支える仕組みづくりの構築を図る。

③地域に適した生産の振興と流通の促進

農業は地域を支え、地域は農業を守るとの認識を共有し、地域に根差した農業を推進する。農業の魅力や所得を向上していくことが重要であることから、効率的かつ地域に適した農畜産物の生産や流通対策の推進を図る。観光やその他産業との連携による農業の振興や販売促進に向けて、地域農産物ブランドPRを図る。

④農地の保全と有効活用

都市計画マスタープランにおける将来都市構造、土地利用方針等との整合を図りながら、農業振興地域整備計画等に基づく優良農地を保全するための環境保全型農業の推進、農業経営の取り組みに合わせた農地の集積・集約、耕作放棄地の解消など、農地の保全や有効活用を進める。

2. 工業

①企業誘致の推進

地域経済の活性化、地場産業の発展に向けて、新たな雇用の創出と雇用の拡大に向けて、さらなる企業誘致を進める。企業誘致にあたっては、これまでの自動車・半導体関連企業の誘致に加え、新規産業の集積による活力創出に向けて、医療・食品等の誘致も進める。このため、地域未来投資促進法等を活用しながら、交通の利便性や企業集積など大津町の特性に応じた新たな成長分野の企業の進出を目指す。熊本県や企業連絡協議会など関係機関と密接に情報交換を行う。

②工業基盤の整備

地域未来投資促進法や農工法の改正等を踏まえ、新たな産業の企業誘致を進めるとともに、その検討・実施にあたっては、県など関係機関との調整のもと、必要に応じて用途地域の指定、基盤整備の実施を進める。工業用水利用の増加により、工業用水道の整備を検討する。

③雇用の促進

本町で働く人材を確保していくため、ハローワーク・無料職業紹介事業や高校大学などと連携し、企業と人を結ぶ取り組みを支援する。

3. 商業

①中心市街地の活性化と商業・業務機能の集積

肥後大津駅を中心としたコンパクトなまちづくりを推進し、生活の利便性を高め快適で楽しく過ごせるまちなか（中心市街地）の魅力とにぎわいを高めるため、中心市街地へ商業・サービス業の機能充実を図る。中心市街地の活性化に向けては、新庁舎建設に伴う交流拠点の整備、宿場町としての都市の魅力の創出など観光の取り組みを図る。

4. 観光

①観光資源の創出

大津町が持つ文化や自然、スポーツの振興など、地域の個性を生かした特色ある滞在型観光の展開に向けて、各種団体の連携や観光振興に向けた体制を構築する。肥後大津駅は「阿蘇くまもと空港駅」の愛称化により空港の玄関口に位置づけられ、県外、海外から観光客が訪れる熊本の顔ともいえる駅である。これまで以上に交流人口が増えるように特産品や町のPR強化を図っていく。大津町の三大祭りの継続的な実施をはじめ、地域の新たな資源の掘りおこしに向けて、地域との連携による地域イベントの強化を進める。熊本～台湾高雄便就航による大津町と台湾高雄市との国際交流や、熊本～香港定期チャーター便就航を通じて、海外からの誘客を図る。

②滞在型・体験型観光の振興

大津へ訪れる人（交流人口）の拡大を図るため、農業体験など大津の農業や自然と触れ合える体験型観光をはじめ、地域特性を活かした観光振興を展開する。阿蘇を望むまち、豊かな森林や水、美しい田園環境を活かし、サイクリングやフットパスなど、新たな観光の創出やヘルスツーリズムの展開など、大津の魅力を高める。

③スポーツコンベンションの推進

全国大会やトップレベルチームのスポーツキャンプ等の誘致によりスポーツ施設を活かしたスポーツコンベンションの推進を図ることで経済効果を高める。

第6次大津町振興総合計画

ひと・もの・情報が行き交う農工商併進のまち ―産業の振興―

1、農業の振興

持続的な営農体制の構築と農業を活かした地域づくり

- 1-1 農業生産基盤の整備
- 1-2 農業の発展と魅力ある農業を創造する多様なひと・仕組みづくり
- 1-3 地域に適した生産の振興と流通の促進
- 1-4 農地の保全と有効活用

2、林業の振興

森林の多面的機能の活用と適切な維持管理

- 2-1 林業基盤の整備と適正な維持管理

3、工業の振興

地域に根差す企業の振興

- 3-1 企業誘致の推進
- 3-2 工業基盤の整備
- 3-3 雇用の促進

4、商業の振興

まちの賑わいと活力の創出

- 4-1 中心市街地の活性化と商業・業務機能の集積

5、観光の振興

地域特性（自然・宿場町）を活かした観光・交流の促進

- 5-1 観光資源の創出
- 5-2 滞在型・体験型観光の振興
- 5-3 スポーツコンベンションの推進

②課題

<製造業>

町行政も工業振興に積極的に取り組んできた歴史がある。製造業を含めた工業関連の総生産額は町内総生産額の過半数を占めており、従業者数も全産業の約半数を占めている。しかし、地域工業者は本田技研工業㈱などの大手製造業者に大きく依存した経営を行っており、景気の影響等を配慮したリスクマネジメントが出来ていない状態である。

<建設業>

管内全域に点在しており、業種別売上高構成比をみると、3番目に多い業種となっている。熊本地震の復興特需で、比較的景気は良好だったが、次第に終息化し、工事が減少傾向。また、業界自体が雇用の確保、後継者不足等の課題がある。

<卸小売業>

事業所数、業種別売上高構成比をみると、1番多いことから、地域経済を支えている業種である。しかし、年々売上高は減少傾向。大型店への購買集中と購買力の地区外流出、廃業と空き店舗の増加、経営者の高齢化といった課題等多くある。

<飲食・宿泊・サービス業>

近年の傾向として、バイパス沿線は大型スーパーや全国チェーン展開する飲食店等の集積地となっている。一方、町中心部商店街は交通量の減少に伴い衰退し、飲食店等の閉店や廃業が見受けられる。

宿泊業でみると、大津町は大手製造業を初め関連企業が多く点在し、JR駅、近隣に空港があることから、県外からの出張者の宿泊が多い。今後、地域観光資源を活用し、観光客数の増加を図る

必要がある。そのためには、インバウンド対応、キャッシュレス対応等の検討が必要。その他業種同様、経営者の高齢化、後継者不足を抱える。

また、新型コロナウイルスの影響により客数、売上高の減少幅が多業種と比較して大きい。

<産業全体>

共通する課題としては、売上減少、後継者不足、経営者の高齢化、人材の確保と育成、ITの活用等が挙げられる。他、近隣地域の大型店進出により、地域外への購買力の流出が大きな課題。また、新型コロナウイルスの蔓延により、多業種に渡り業況が悪化した企業が多い。with コロナ、アフターコロナを踏まえた新たな生活様式、価値観に合わせた事業展開が必要。また、ビジネス環境の激しい変化に対応していくため、DXに向けた取り組みを行う事で、競争優位性を確立することが重要。

(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

事業主の高齢化や後継者不在等による廃業が増えつつある中、長期的には、事業承継や廃業と創業のマッチング等により廃業・減少を極力食い止め、さらに創業・第2創業の発掘に努め、小規模事業者の長期的な振興を図っていく。少子高齢化・過疎化により、地域内消費の大きな需要増が期待しにくいことより、生産性の向上や付加価値の増加に繋げ、事業者所得の向上を目指す。

②第6次大津町総合計画との連動性・整合性

行政や関連団体と連携した地域活性化（イベント等開催による経済効果創出）に積極的に関与するとともに、既存の産業集積特性を活かしつつ、現在の産業機能の維持、関連産業の集積を推進する。また、引き続き農工商併進の取り組みを展開し、特色ある地域資源や産業を磨き上げ、それらを効果的に結び付けて、地域で循環する経済の促進を図る。

個者支援においては、大津町、地域金融機関が目指す起業創業支援、地場企業の活性化、円滑な事業承継の支援等の推進など取り組もうとしている事業と方向性は同じであるため、これらの実現に向けて、大津町と本会が情報を共有し連携を図りながら支援を実行する。

③商工会としての役割

本会は、地域総合経済団体としての役割を踏まえ、地域内小規模事業者の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、小規模事業者の長期的な振興を図っていく。具体的な役割としては、経営課題を見つけて原因の追及、分析及び解決方法について事業ステージに応じた支援に取り組み、小規模事業者の経営能力の向上を図る。また、行政及び支援機関と連携し、創業者の創出、後継者の育成や第三者承継、農商工連携・6次産業化の推進を図るとともに、小規模事業者の経営力向上や販路開拓などにおいてきめ細やかな伴走型支援により地域経済の活性化及び事業の持続的発展を促す。

(3) 経営発達支援事業の目標

これまで関係機関と連携して商工会が取り組んできた振興の取り組みや第1期経営発達支援事業のブラッシュアップを行い、伴走的な支援に取り組むことで小規模事業者全体の長期的な発展・振興を目指す。中長期的な振興のあり方・目標として、「景気動向に左右されない地場産業の創出と活力ある小規模事業者への支援」を目指す。

①小規模事業者の持続的な経営力強化

窓口・巡回指導や集団セミナー・個別相談会等を通じて、経営状況の分析を行い、事業計画策定支援から事業実施・検証に至るまで伴走型支援を実施し、個々の小規模事業者への専門的な支援体制を構築する。

また、競争上の優位性を確立するためDXに向けた支援に取り組み、持続的成長発展に繋げる。

②地域振興のための積極的支援

地域全体を経済的発展に導くためには、地域の魅力を再確認し、地域全体で取り組みを図る必要がある。

特産品開発や展示会開催等による情報発信等を行い、地域内外の各種団体等と連携し、地域振興のための支援に積極的に取り組む。

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4年4月1日～令和9年3月31日）

(2) 目標の達成に向けた方針

①小規模事業者の持続的な経営力強化

これまで培ってきた商工会の信用力・組織力を強化し、経営改善普及事業における窓口・巡回指導や集団セミナー・個別相談会等を通じて小規模事業者の経営力強化を支援する。経営状況の分析から事業計画策定支援、事業実施支援を効率的・効果的に実施する。

小規模事業者等の持続的発展を後押しするため、各種補助金施策の活用等についてタイムリーな情報提供と事業計画書の策定から事業実施・検証に至るまで伴走型支援を徹底し、個々の小規模事業者への専門的な支援体制を構築する。

競争上の優位性を確立するため、DXへの取り組みに対する支援として、ITを活用した情報力強化を専門家派遣等にて実施し、持続的成長発展に繋げる。

(ア) 地域の経済動向調査、需要動向調査を実施し、得られた情報を基に小規模事業者の経営改善支援及び新たな需要開拓支援に繋げる。

(イ) 小規模事業者の経営力強化のため、個別の経営分析を行い、事業者の状況を的確に把握する。

(ウ) 事業計画策定及び実施支援を積極的に行い、必要に応じてセミナー開催・専門家派遣を実施することで新たな取り組みや小規模事業者の持続的発展を支援する。

(エ) 各種支援機関と連携し、創業、事業承継、DXへの取り組みに対する支援も注力し実施していく。

②地域振興のための積極的支援

地域全体を経済的発展に導くためには、地域の魅力を再確認し、地域全体での取り組みを図る必要がある。具体的には魅力ある地域作りのために農産物を利用した特産品開発や展示会開催等による町外への情報発信等を実施する。実施に際しては、地域内外の各種団体等と連携し、地域経済活性化のための企画立案や実行支援を行う。

(ア) 地域資源を活用した新たな特産品開発の推進と共に、中心商店街にぎわい創出など商業振興策に資する取り組みを実施していく。

(イ) 専門家派遣による直接指導を実施することで業務効率化や販促開拓支援を実施し、経営力強化を図る。

(ウ) 国、県、認定支援機関等が主催する商談会、物産展に小規模事業者が出展することで新規顧客の獲得支援を実施する。小規模事業者の商品、サービスを売り込むことで売上高を確保し、経営の安定化、持続した経営が図られるように支援を行う。

以上、本会では当地域における小規模事業者を支援し地域経済の活性化を図り、目標達成に向けた基本方針として取り組む。

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・課題

【現状】

本会の強みである「地域に密着した『顔の見える商工会』」支援を徹底させ、本会に求められる真の意見を聞き取るため、これまでは簡易な景況感やニーズを把握するための実態調査、新型コロナウイルス感染症の経営影響調査を行ってきたが、分析・経営指導への活用は行えていない。

また、第1期経営発達支援事業のうち、商店街通行量調査や宿泊施設動向調査については、一部実施したが、活用できていなかった。

【課題】

本地域は大企業を中心とした製造業企業の進出が多くあり、進出企業の経営状況で事業者の景気が左右される面が非常に強く、地域の経済状況を把握することが難しい。

国が提供する RESAS 等のビックデータによる客観的な分析や経営指導員等が行う窓口・巡回指導による聞き取り調査を実施し、総合的な地域の経済状況を業種別に把握する。調査結果より分析を行い得られた情報を小規模事業者に提供し、経営改善策に活用していく必要がある。

また、調査項目を実効性のあるものに集約し、確実な取組に繋げる必要がある。

(2) 目標

	公表方法	現行	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度
①地域の経済動向調査 分析の公表回数	HP 掲載	—	1回	1回	1回	1回	1回
②景気動向調査分析の 公表回数	HP 掲載	—	1回	1回	1回	1回	1回

(3) 事業内容

①地域の経済動向分析（国が提供するビックデータの活用）

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・生産性分析」 → なんで稼いでいるのか等を分析

・「まちづくりマップ・From-to 分析」 → 人の動きを分析

・「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、事業計画策定支援が反映する。

②景気動向分析

管内の景気動向等をより詳細に実態を把握するために、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、管内の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。

【対象者】建設業5者、製造業5者、小売業5者、サービス業5者、飲食業5者の5業種25者を対象とする。

【調査内容】調査内容は売上額、仕入価格、経常利益、資金繰り、雇用、設備投資等の動向調査を行う。

【分析手法】経営指導員等が巡回や窓口相談時に業種別の動向を調査・回収し、中小企業庁が行う中小企業景況調査や日本政策金融公庫の全国中小企業動向調査から得られる経済動向資料からのデータと比較することで当地域の特徴、課題を明確にする。

(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、広く管内事業者に周知する。また、経営指導員等が経営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・課題

【現状】

第1期経営発達支援事業の中で、一般消費者アンケートや観光客調査を実施することとしていたが、昨年度は新型コロナウイルスの影響により、各種イベントが中止となり、調査することが出来なかった。

また、物産展や展示会において出店事業者単位でのアンケート調査を行ってきたが、調査結果から得られた情報の分析は行っておらず、有効活用できていないのが現状である。

【課題】

小規模事業者が取り組む販路開拓が大津町の特産品開発にも結び付くよう、一般消費者及びバイヤーへアンケート調査を行い、その結果を分析し、取組事業者へ結果を提供し販路支援先の拡大を後押しする必要がある。

特に地域資源の「さつまいも」については素材を活かした新たな特産品開発や、更なる品質及び知名度向上を目的とし、小規模事業者の販売促進、事業機会の創出に繋げる。

(2) 目標

	現行	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度
①新商品開発の調査対象事業者数	1者	2者	2者	2者	2者	2者
②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

※現行は平成29年度実施分の実績を入力。4品調査を行った。

(3) 事業内容

①新商品開発の調査（一般消費者調査・さつまいも関連商品開発）

特産品を活用した新商品を開発するため、管内2者において、特産品の「さつまいも」を活用した新たな新商品を開発する。具体的には、「道の駅大津」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うえで、当該2者にフィードバックすることで、新商品開発に資する。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）「道の駅大津」の来場客が増加する7月に、来場客に開発中の新商品を試食してもらい、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、熊本県商工会連合会の販路開拓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50人

【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事業者に対して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。

②試食、アンケート調査（バイヤー調査・新商品（飲食物））

事業計画策定支援など経営発達支援計画に基づき伴走支援を行い、新たに新商品開発等の支援をした事業者に対し、全国商工会連合会が主催する「ニッポン全国物産展」、熊本県商工会連合会主催の「くまもと物産フェアの厳選マルシェ」に積極的に参加を促し、バイヤーに対して、試食、アンケート調査等を実施する。また、調査結果を分析したうえで、出展事業者に対してフィードバックする。

【調査手法】

（情報収集）全国商工会連合会が主催する「ニッポン全国物産展」、熊本県商工会連合会主催の「くまもと物産フェアの厳選マルシェ」に参加した際、バイヤーに対し、経営指導員等が試食、アンケート調査を実施する。

（情報分析）調査結果は、熊本県商工会連合会の販路開拓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】バイヤー10人

【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、⑨取引条件等

【調査結果の活用】調査結果は、経営指導員等が当該事業者に対して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・課題

【現状】

これまでは、記帳指導や税務指導、巡回指導や各種セミナー及び個別相談会を通じて小規模事業者の経営状況分析を行ってきたが、小規模事業者からの相談を受けた上での対応など、受動的な対応が主体であった。

【課題】

巡回・窓口相談や各種セミナー等を通じて、プッシュ型で必要に応じた経営分析を行っていく必要がある。また、分析手法や分析レベルも対応した職員で異なっていたため、統一支援ツールを活用し、支援レベルの標準化を図ることが課題である。

(2) 目標

	現行	R 4 年度	R 5 年度	R 6 年度	R 7 年度	R 8 年度
①セミナー開催件数	1 回	2 回	2 回	2 回	2 回	2 回
②経営分析事業者数	1 1 者	6 0 者	6 0 者	6 0 者	6 0 者	6 0 者
③事業承継ヒアリング事業者数	4 者	1 0 者	1 0 者	1 0 者	1 0 者	1 0 者

※現行は 10 月末現在の実績を入力

(3) 事業内容

①経営分析を行う事業者の発掘（各種セミナーの開催）

セミナーの開催を通じて、経営分析によって自社の経営課題等を把握し、事業計画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・窓口相談時に案内する。

【参加者数】10 者/回

②経営分析の内容

【対象者】セミナー参加事業者や経営指導員等による巡回、相談等で窓口へ来られる事業者の中から意欲的で販路拡大の可能性の高い 60 者を選定。また、60 歳以上の経営者である事業者については事業承継ヒアリングシートによる聴き取りを実施し、事業承継計画策定支援へつなげる。

【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」を行う。

《財務分析》直近 3 期分の収益性、生産性、安全性及び成長性の分析

《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 ・仕入先、取引先 ・人材、組織	・技術、ノウハウ等知的財産 ・デジタル化、IT 活用の状況 ・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】

《財務分析》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」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》ローカルベンチマーク・事業承継ヒアリングシート・マル経推薦書・経営支援プログラム・Miena（市場情報評価ナビ）等を活用し、経営指導員等が分析を行う。

＜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（基準金利の△0.2%）がある。経営分析においては、経営環境分析（①外部分析、②内部分析）の項目を使用する。

＜MieNa(市場情報評価ナビ)：株式会社日本統計センターが提供する商圈分析レポート＞

※各商工会が策定する「経営発達支援計画」の中で目標を設定する上で必要となる地区内における事業者数や業種の構成、需要動向等の現状や課題を把握するために、マーケティング強化ソフトを導入して、課題把握・分析に活用するとともに、「経営発達支援計画」認定後の小規模事業者の経営分析や需要動向調査にも活用する趣旨で、熊本県商工会連合会が経営発達支援マーケティング強化ソフト導入事業として契約・導入している。

（４）分析結果の活用

分析結果は、当該事業者にフィードバックし、事業計画の策定等に活用する。また、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・課題

【現状】

金融相談時や、小規模事業者持続化補助金申請時等において事業計画策定支援を実施し、セミナーの開催や専門家による個別相談会の開催を行ってきた。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、小規模事業者が自主的に自らの経営発達のための事業計画策定を支援するケースは少なかった。

【課題】

セミナーや個者支援を実施していく中で、事業計画書策定の意義や重要性についての説明を行う事により重要性を理解してもらい、積極的な事業計画書策定を促す必要がある。

また、今後廃業が増えていくことが予想される中で、第1期（前期経営発達支援計画）において実施した経済動向調査等でのヒアリング時に後継者に関する問題を抱える事業者が多かった。

事業承継に向けた事業計画（事業承継計画）策定は喫緊の課題であるとともに、創業者の創業計画策定支援により円滑に事業を軌道にのせるための支援をする必要がある。

(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、5.で経営分析を行った事業者の6割程度／年の事業計画策定を目指す。

具体的には、経営分析した事業者の中から新商品開発などを目指す事業者に対して事業計画の策定支援を実施していく。

また、第1期経営発達支援事業より取り組んでいる創業支援についても、継続して「創業セミナー」を開催することで創業者の掘り起こしを行い、その実現に向けた支援を実施することで、創業後の事業継続を図る。

事業承継計画については、熊本県商工会連合会特任支援課と連携し、セミナー等で掘り起こしを行い、事業者の状況に合わせた個者支援を実施することで、円滑な事業承継を実現する。

その他、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。

(3) 目標

	現行	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	R8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
事業計画策定事業者数	11者	36者	36者	36者	36者	36者
創業セミナー	—	1回	1回	1回	1回	1回
創業計画策定事業者数	—	3者	3者	5者	5者	5者
②事業承継計画策定事業者数	2者	3者	3者	3者	3者	3者
③DX推進セミナー	1回	1回	1回	1回	1回	1回
DX推進セミナー参加者数	15者	15者	15者	15者	15者	15者
IT専門家派遣回数	3回	5回	5回	5回	5回	5回

※「現行」は10月末現在の実績を入力

(4) 事業内容

①「事業計画策定セミナー」「創業セミナー」の開催

【支援対象】経営分析を実施した事業者のうち新商品開発などに取り組む事業者の中から、事業計画策定支援を希望する事業者。また、町内で創業を目指す方及び創業後間もない事業者。

【支援手法】セミナー受講者に対して、経営指導員が担当制で張り付き、専門家も交えて確実に事業計画の策定につなげていく。

②事業承継計画策定支援

【支援対象】事業承継ヒアリングシートで聞き取りをした事業者を対象とし、事業承継を計画している事業者

【支援手法】熊本県商工会連合会特任支援課が主催する事業承継セミナーを広く周知することで、支援対象の掘り起こしを行い、熊本県商工会連合会特任支援課と連携を図り、個者支援を行う事で確実な事業承継計画の策定につなげていく。

③「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ツールの導入やWebサイト構築等の取組を推進していくために、セミナーを開催する。

【セミナー（カリキュラム）の事例】

- ・DX関連技術（クラウドサービス）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

【支援対象】DXを活用し競争優位性を確立しようとする事業者

【募集方法】本会ホームページ及び町広報誌への掲載

【講師】DXに関して見識の高い講師を熊本県商工会連合会と協議して選定。

【支援手法】専門家による集団セミナーによる支援を行う。

また、上記セミナー支援対象者及びセミナーを受講した事業者の中から取組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。

【支援対象】上記セミナー支援対象者及びセミナーを受講した事業者の中から取組意欲の高い事業者

【募集方法】本会ホームページ及び町広報誌への掲載

【講師】DXに関して見識の高い講師を熊本県商工会連合会と協議して選定。

【支援手法】専門家による個別相談による支援を行う。

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】

事業計画策定支援まではセミナー等で掘り起こしを行い、小規模事業者の要望に応じ対応してきた。しかし、計画的なフォローアップが充分ではなく、専門性の薄い巡回で数は上がっており、非効率・非効果的となっていた。

また、計画の進捗状況の把握が不十分あり、状況に応じた計画の変更等の支援ができていなかった。

【課題】

事業者の進捗状況や支援の必要性を把握し、事業者に応じた支援頻度の設定を行い効果的なフォローアップを実施する必要がある。

(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、フォローアップ頻度を設定する。

(3) 目標

	現行	令和 4年度	令和 5年度	令和 6年度	令和 7年度	令和 8年度
事業計画フォローアップ対象事業者数	30者	36者	36者	36者	36者	36者
創業フォローアップ対象事業者数	3者	3者	3者	3者	3者	3者
事業承継普フォローアップ対象事業者数	3者	3者	3者	3者	3者	3者
頻度（延回数）	—	198回	198回	198回	198回	198回
売上増加事業者数	—	14者	14者	21者	21者	28者
利益率5%以上増加の事業者数	—	14者	14者	21者	21者	28者

※「現行」は10月末現在の実績を入力

(4) 事業内容

事業計画を策定したすべての事業者を対象とし、事業計画の進捗状況により3つの支援ランクを設定し、適切な頻度でフォローアップを行い、効率・効果を重視した支援を実施していく。

具体的には、以下のような頻度の重み付けを行う。ただし、事業者の要望等により柔軟に対応する。

Aランク：月1回の頻度 8者×12回＝96回

Bランク：四半期に1度 17者×4回＝68回

Cランク：半年に1度 17者×2回＝34回 合計 198回

(A：20%、B：40%、C：40%を目安とする。ただし進捗状況によりこの限りではない)

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、経営指導員間で日常的な情報共有を行い、客観的視点での意見を踏まえるとともに、熊本県商工会連合会特任経営指導員や外部専門家による第三者の視点を取り入れ、計画とのズレの発生要因の把握及び今後の対応方針を検討の上、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】

本会では、地域特産品・農産品を使った商品のPR・ブランド化を図る取組みを実施してきた。

そのうち、全国商工会連合会が主催する「ニッポン全国物産展」、熊本県商工会連合会主催の「くまもと物産フェア」に積極的に参加し、一般消費者へのPRやイヤーとの商談を実施することで販路拡大支援とともに需要拡大に努めてきた。本会主催の展示会・商談会等は行ってこなかったが、令和3年度から取り組み始めばかりである。

また、新たな需要開拓支援として、IT活用セミナーの開催を行っており、事業者自身にITを活用した商品のPR方法等を理解し実践してもらうことで、新たな需要開拓に役立てている。

第1期経営発達支援事業のうち、地元マスメディアを活用した情報発信や「道の駅大津」での販売店支援については、実施出来ていない。

【課題】

展示商談会事業については、今後も会員ニーズに応じて実施するが、開催にあたり事前及び事後の支援を強化し効果的伴走型支援を行うことが課題である。

IT活用セミナーについては、今後さらにIT化が進む中で、DXに向けた取り組みの重要性が増すと考えられ、支援を強化していく必要がある。

また、事業内容を実効性のあるものに集約し、確実な取組に繋げる必要がある。

(2) 支援に対する考え方

これまで行ってきた各種展示会・商談会への出展支援は継続して実施するとともに、新商品開発（特に地域特産品であるサツマイモ等を活用した新商品）に取り組む事業者を重点的支援する。

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、接客など、きめ細かな伴走支援を行う。

新型コロナウイルスの蔓延もあり、激しく変化する社会に対応し、競争上の優位性を確立するため、DXに向けた取組を支援する。具体的には、SNS情報発信、ECサイトの利用、データに基づく顧客管理や販売促進等、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、必要に応じてIT専門家派遣等を実施し、事業者の段階に合った支援を行う。

(3) 目標

	現行	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度
①くまもと物産フェア 出展者数	2者	8者	8者	8者	8者	8者
売上額/者	4万円	10万円	10万円	10万円	10万円	10万円
②大津まるごと！にぎ わい市 出展者数	—	10者	10者	10者	10者	10者
売上額/者	—	10万円	10万円	10万円	10万円	10万円
③ニッポン全国物産展 出展者数	—	1者	1者	1者	1者	1者
成約件数	—	20万円	20万円	20万円	20万円	20万円
④商談会出展者数	—	4者	4者	4者	4者	4者
成約件数	—	2件	2件	2件	2件	2件
⑤SNS活用支援者数	10者	15者	15者	15者	15者	15者
売上増加率/者	—	10%	10%	10%	10%	10%
⑥ECサイト活用 支援者数	—	10者	10者	10者	10者	10者
売上増加率/者	—	10%	10%	10%	10%	10%

⑦自社ネットショップ開設事業者	—	3 者	3 者	3 者	3 者	3 者
売上増加率/者	—	1 0 %	1 0 %	1 0 %	1 0 %	1 0 %

※「現行」は10月末現在の実績を入力

(4) 事業内容

①くまもと物産フェア出展事業 (B to C)

名称：くまもと物産フェア

概要：熊本県商工会連合会主催。複数出展ブースを借上げ、事業計画を策定した事業者を優先的に出展支援し、新たな需要開拓を支援する。

出展に際しては、陳列方法やPOPの作成支援等の事前支援、開催後は検証等事後支援を実施し、PDCAサイクルを回しながら販路開拓を伴走的に支援していく。また、併せて需要動向調査も実施していく。

規模：11月初旬に2日間にわたり開催され、県内外からのべ約20,000人が来場。250程度の展示ブースが出店する。

②大津まるごと！にぎわい市開催事業 (B to C)

名称：大津まるごと！にぎわい市

概要：熊本市等の大都市圏において展示販売会を開催し、大津町のブランド価値、認知度向上、イメージの定着化、販路拡大や大津町への店舗への誘引を図る。出展に際しては①と同様の事前支援、事後支援を実施する。また、需要動向調査を組み合わせ、テストマーケティングとしての活用、消費者の声を聞く機会として消費者ニーズのキャッチアップと商品・販促へのフィードバックの支援を行う。

規模：10月～11月頃に2日間にわたり開催。来場者数約5,000人が来場。約10店舗が出店。

③ニッポン全国物産展出展事業 (B to C)

名称：ニッポン全国物産展

概要：全国商工会連合会主催。各地域の特色を活かした産品を全国から集め、消費者に対して、幅広く紹介することにより、新たな出会いの場を提供し、市場開拓等を支援する。出展に際しては①と同様の事前支援、事後支援を実施することで、小規模事業者の商品展開力・販売力向上を図る。

規模：11月下旬に3日間にわたり開催され、全国からのべ約15,000人が来場。200程度の展示ブースが出店する。

④商談会参加事業 (B to B)

独力での商談・成約を目指し、熊本県商工会連合会が主催する「厳選マルシェ」や「フードエキスポ九州」等の官公庁や関係団体、金融機関等が主催する商談会への参加支援を行う。

参加支援は出展費補助や商談シート作成支援、ブース作り支援、プレゼン支援などの事前支援と、商談会後のバイヤーへのフォローアップ支援などの事後支援を行い、商談成約に向けた実効性のある支援を実施する。支援に関しては、熊本県商工会連合会経営支援課と連携して行う。

・厳選マルシェ

例年、年1回熊本県商工会連合会が開催する「くまもと物産フェア」の中で開催。

出展者数：60 者

バイヤー：県内外のバイヤー

・フードエキスポ九州

フードエキスポ九州実行委員会（福岡県・福岡市・福岡県商工会連合会・ジェトロ福岡・福岡地域戦略推進協議会・福岡商工会議所）が主催する九州産品に特化した食品国際商談会として国内最大級の規模で開催される商談会。

出展者数：個別商談会	887 者（2018 年）
展示商談会	4,618 者（2018 年）
総来場バイヤー数	4,351 人（2018 年）

⑤ SNS 活用（B to C）

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。

⑥ 外部 EC サイト利用（B to C）

Amazon や楽天等が運営する EC サイトを有効活用するため、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。

⑦ 自社 HP によるネットショップ開設（B to C）

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

【現 状】

経営発達支援計画の評価については、外部有識者（中小企業診断士）、熊本県商工会連合会、大津町商業観光課、大津町商工会正副会長・理事・監事にて「経営発達支援計画評価委員会」を組織し、実施状況・成果の評価等の見直しを行ってきた。

【課 題】

経営発達支援計画委員会については、年 1 回の開催の開催にとどまっていたが、今後は評価委員会を再編成し、半年に 1 度評価検証を実施し開催頻度を向上させる必要がある。

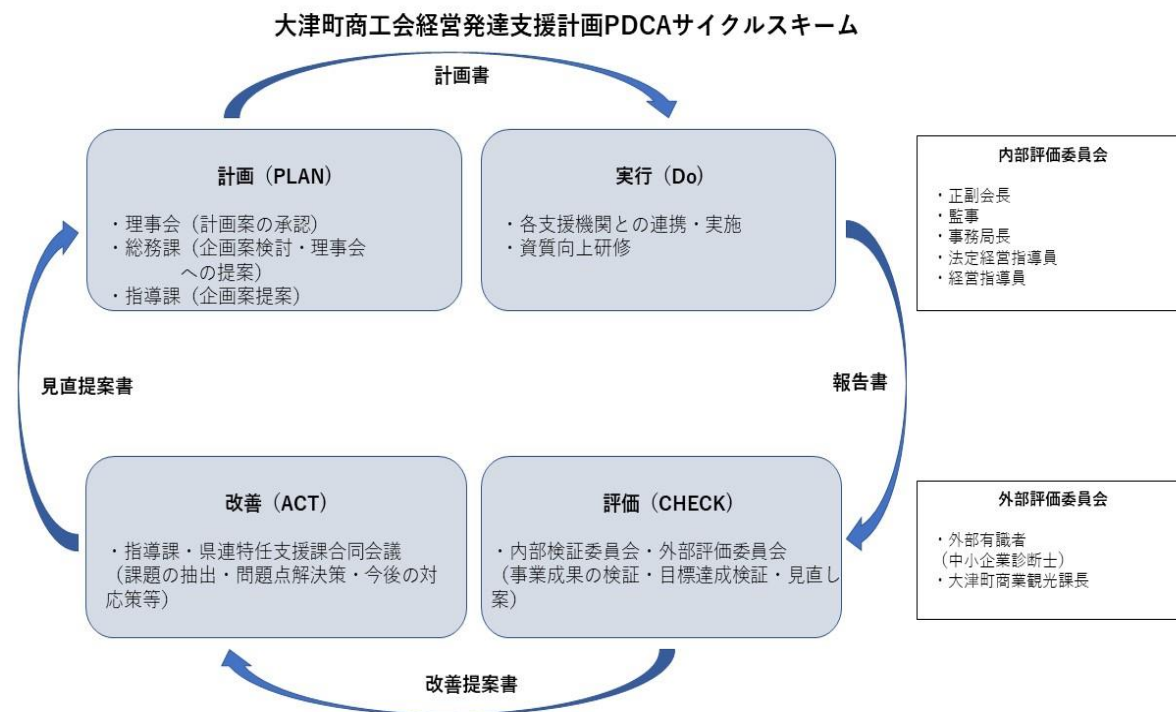
(2) 事業内容

①評価方法

内部評価委員会（正副会長・監事・事務局長・法定経営指導員・経営指導員）と外部評価委員会（外部有識者（中小企業診断士等）・大津町商業観光課長）を組織し、年 2 回（半期毎）開催し、本事業で取り組むすべての事業に対して評価と検証を行う。

②評価結果の公表

評価委員会での評価結果は、理事会にてフィードバックしたうえで、事業実施方針に反映させることと併せて、大津町商工会ホームページにて公表することで、地域の小規模事業者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】

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中小企業大学校の研修に参加している。その他、Web研修と年に1回の効果測定により各自でスキルアップを図っている。

【課 題】

外部研修の内容や各個人の持つ知識が共有できておらず、個々のスキルにバラつきがあるため、共有する機会を持つことが必要である。

また、増加しているDX推進に向けた相談へも対応できるよう指導能力の習得・向上を図ることが課題である。

(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】

経営指導員及び経営支援員の支援能力の一層の向上のため、熊本県商工会連合会が開催する専門スタッフ研修や中小企業庁が主催する経営指導員研修に対し、計画的に経営指導員等を派遣する。

また、全国商工会連合会が運営している経営指導員Web研修を積極的に受講することで、経営指導員等の専門化や資質向上に必要な知識の習得を図る。

【DX推進に向けたセミナー】

能力に差はあるものの、経営指導員及び経営支援員の不足する能力として、事業者へのDX推進の能力が上げられる。

喫緊の課題である地域の事業者のDX推進に対応するため、職員の能力やニーズに合わせた相談・指導能力向上のためのセミナーについて積極的に参加する。

<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

補助金の電子申請、クラウド会計ソフト、電子マネー商取引システム等のITツール、ワークの導入、情報セキュリティ対策、RPAシステム等

イ) 事業者にとって外向け(需要開拓)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) その他の取組

オンライン経営指導の方法等

②OJT制度の導入

支援経験豊富な経営指導員と経営支援員とがチームを組成し、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、組織全体として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

個人に帰属しがちな支援ノウハウを組織内で共有するため、研修会等へ出席した経営指導員及び経営支援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き出し術に至るまで、定期的なミーティング(月2回、年間24回)を開催し、意見交換を行うことで、職員の総合的な支援能力の向上を図る。

④データベース化

担当経営指導員等が熊本県商工会連合会の基幹業務システムに支援内容を随時・適切に入力してデータベース化することにより、支援中の小規模事業者の状況等を職員全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。

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】

熊本県商工会連合会のW e bによる情報の共有や研修会にて情報交換を行っている。

【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必要がある。

(2) 事業内容

①県内支援機関との情報交換（年1回以上）

熊本県の支援機関（商工会・商工会議所）や金融機関の職員を対象とする研修において、支援ノウハウや支援の現状等について年1回以上情報交換を行い支援能力の向上を図る。

②熊本県商工会職員協議会城北支部会議等の開催による情報交換（年1回以上）

熊本県商工会職員協議会城北支部（菊池市商工会・山鹿市商工会・合志市商工会・大津町商工会・菊陽町商工会）研修や資質向上学習会の際に、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、年1回以上情報交換を行い、効果的な支援や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に繋げる。

③地域関係団体との情報交換（月1回）

大津町、大津町観光協会と需要動向や特産品開発・観光開発事業について、月1回の情報交換・情報共有を実施し地区内小規模事業者への支援体制の強化に繋げていく。

④熊本県商工会連合会特任支援課との連携及び情報交換（週1回）

事業承継支援に特化した熊本県商工会連合会特任支援課と連携・情報交換することにより喫緊の課題である事業承継について、支援ノウハウの共有及び連携した事業承継支援を実施していく。

Ⅲ. 地域経済の活性化に資する取組

1 2. 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】 第1期（前期経営発達支援計画）の中で、大津町・肥後おおづ観光協会・あけぼの会・企業連絡協議会・ホテル連絡協議会・大津町飲食組合・菊池地域農業協同組合などの関係団体で構成する「大津町地域経済活性化会議」を開催してきた。

【課題】 検討課題が明確にできない中で、様々な目的を持った複数の団体で構成していたため、統一した地域経済活性化の方向性の共有が図れていない。

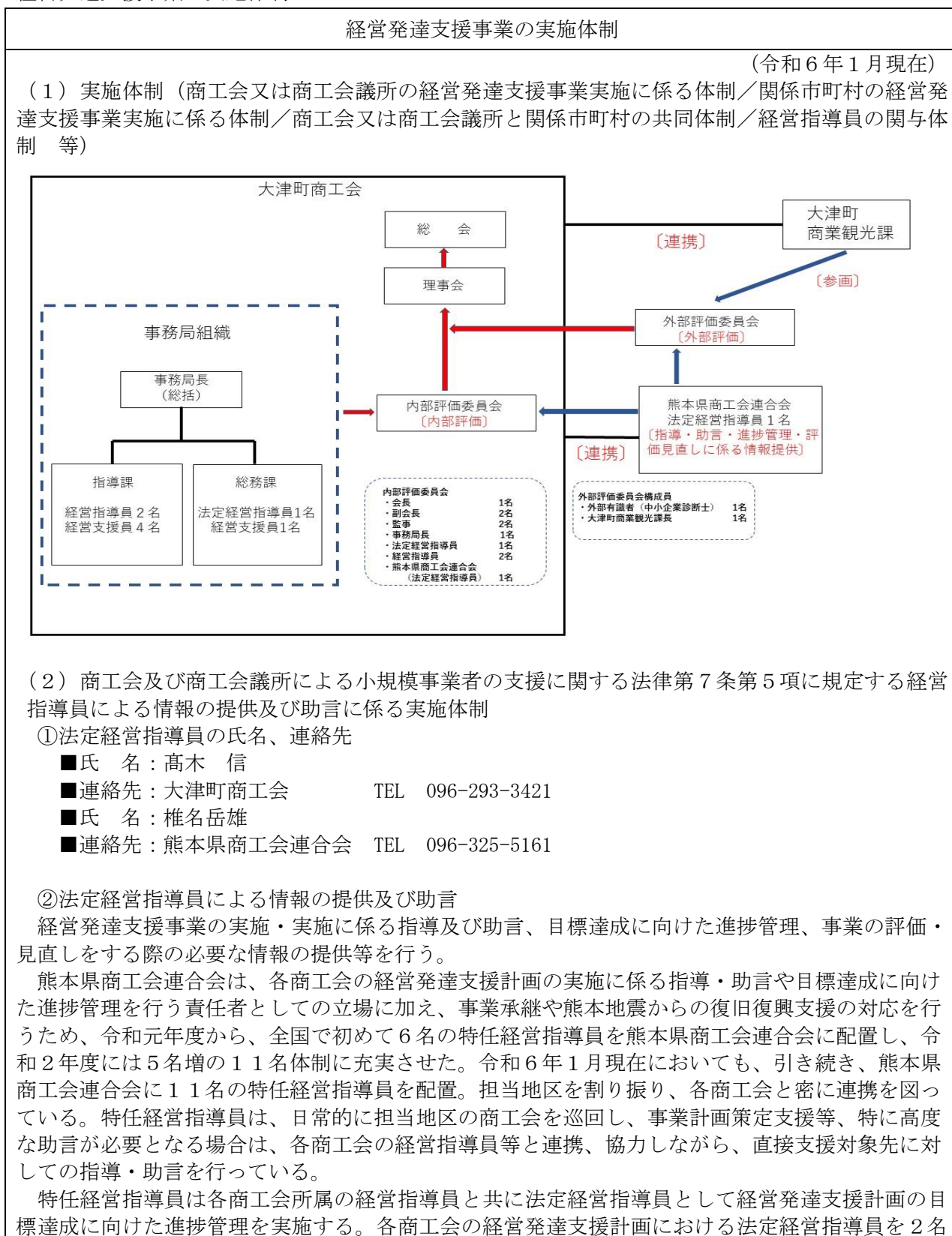
(2) 事業内容

①地域経済活性化協議会の開催

大津町の検討課題を明確にし、今後の方向性を共有するため、商工観光関係団体（大津町商工会・大津町・肥後おおづ観光協会）で構成する地域経済活性化協議会を新たに創設し、関係者が一堂に参画する協議会を年1回以上開催する。

(別表 2)

経営発達支援事業の実施体制



体制とすることで、自然災害や新興感染症発生時のリスク分散と迅速な対応が可能となる。また、人事異動の際にも事業実施に係るノウハウが欠落するのを防ぎ、円滑な事業の承継と遂行が可能となる。以上より、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である法定経営指導員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

〒869-1233 熊本県菊池郡大津町大字大津 1232-2

大津町商工会

TEL : 096-293-3421 / FAX : 096-293-3429

E-mail : oozu@lime.ocn.ne.jp

②関係市町村

〒869-1292 熊本県菊池郡大津町大字大津 1233

大津町 商業観光課

TEL : 096-293-3115 / FAX : 096-293-5757

E-mail : syougyoukankou@town.ozu.kumamoto.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)

	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度	R8 年度
必要な資金の額	2,650	2,650	2,650	2,650	2,650
地域経済動向調査費	50	50	50	50	50
需要動向調査費	50	50	50	50	50
経営分析費	300	300	300	300	300
事業計画策定支援費	500	500	500	500	500
事業計画策定後の実施支援費	50	50	50	50	50
新たな需要開拓に寄与する事業費	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500
事業評価及び見直しのための費用	50	50	50	50	50
経営指導員等の資質向上費	50	50	50	50	50
他の支援機関との連携、情報交換事業費	50	50	50	50	50
地域経済活性化事業費	50	50	50	50	50

(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
会費収入、手数料収入、国補助金、県補助金、町補助金

(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