

経営発達支援計画の概要

実施者名	菊陽町商工会（法人番号8330005002562） 菊陽町（地方公共団体コード434043）
実施期間	令和3年4月1日～令和8年3月31日
目 標	<p>経営発達支援事業の目標</p> <p>小売業、飲食・サービス業の小規模事業者を基軸に個者のニーズに合った支援により、販路拡大と生産性向上を目指すと共に開業率の高い現状を見据え創業者支援を行う。また、体験型事業等により交流人口の増加や住民の住環境作りの支援を目指す。</p> <p>①大型店舗との差別化 ②地域内経済活動の仕組み作り ③事業承継および創業者支援</p>
事業内容	<p>経営発達支援事業の内容</p> <p><u>3-1. 地域の経済動向調査に関すること</u> 地域小規模事業者の景況動向等を独自調査・分析すると共に、他調査機関の調査データも参考にしながら、小規模事業者への支援に役立てる。</p> <p><u>3-2. 需要動向調査に関すること</u> 店舗利用者を対象にした調査及び商工会が運営するポータルサイトを活用した需要調査を行う。</p> <p><u>4. 経営状況の分析に関すること</u> 経営指導員・経営支援員による巡回・窓口相談、記帳代行先を通じて、対象者を掘り起こし経営分析を行う。</p> <p><u>5. 事業計画策定支援に関すること</u> 各種補助金の申請に必要な事業計画作成に繋がることをアピールしながらその必要性を説明していく他、セミナー、個別相談会、日々の巡回・窓口支援や広報活動の中で周知・啓発し事業計画策定支援に繋げる。</p> <p><u>6. 事業計画策定後の実施支援に関すること</u> 事業計画策定後に支援策等の情報提供や事業計画の進捗管理を含めPDCAサイクルを支援する為に2人以上の複数の指導員でフォローアップする体制を構築し支援していく。</p> <p><u>7. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること</u> ポータルサイトを活用した情報発信により販路拡大を図ると共に、展示会や商談会を通じBtoCやBtoB取引の拡大に繋げる。 う。</p> <p>地域経済の活性化に資する事業 「菊陽“まち”遊び」の実施により、地域経済の活性化を図ると共に「住まいのことならおまかせ隊」の認知度を高め、住みよい住環境作りを目指す。</p>

連絡先	菊陽町商工会 〒869-1103 熊本県菊池郡菊陽町久保田 2816 TEL : 096-232-2757 FAX : 096-232-7480 kikuyou@lime.ocn.jp 菊陽町 商工振興課 〒869-1192 熊本県菊池郡菊陽町久保田 2800 TEL : 096-232-2165 FAX : 096-232-5612 shoko@town.kikuyo.lg.jp
-----	---

(別表1)

経営発達支援計画

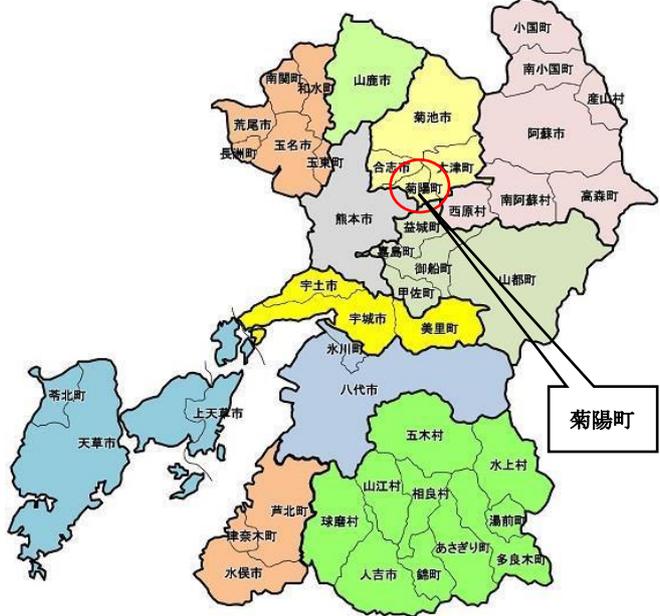
経営発達支援事業の目標

1. 目標

(1) 地域の現状と課題

① 菊陽町の位置

菊陽町は、熊本県の北西部に位置し、九州の中核都市である熊本市、合志市、大津町、益城町の2市2町に隣接しており、それぞれの市町村までの距離は、熊本市までが約16km、合志市までが約6km、大津町までが約5km、益城町までが約10kmで本町全域が熊本市の一部、合志市、益城町、嘉島町の2市3町からなる熊本都市計画地域に含まれ、熊本市を中心とした熊本都市圏の一翼を担っている。また、交通アクセスは、九州縦貫道が本町の西端を南北に通過し、町中心部から熊本インターまで約15分、基幹道路も熊本市と阿蘇・大分方面を結ぶ菊陽バイパス

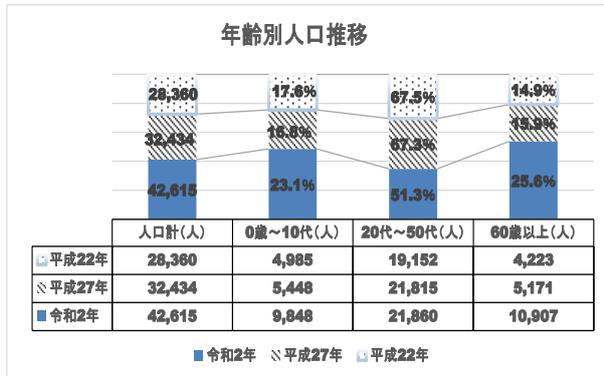


(国道57号線)が町中央部を東西に貫通し、JR豊肥線も熊本市と阿蘇・大分方面に東西に貫いている。更に、阿蘇熊本空港を有し空の玄関口としての機能も併せ持ち、広域的な交通アクセスに恵まれている。

② 人口の推移

本町の人口は、年々増加しており、平成22年から令和2年までの年齢別割合を見ると、60歳以上の高齢者の伸び率は最も高いものの、令和2年の年齢別人口を見ると20歳代から50歳代までの働く世代の割合も全人口の51.3%と高いことが窺える。更に0歳代から10歳代も増加しており、その要因は、住宅開発による子育て世代の転入増加が影響していると思われる。

また、2045年までの長期的な観測でも将来の人口も増加見込みであり、増加率は熊本都市圏近隣の市町村の中でも一番の伸び率が期待されている。



近隣市町村を含む人口推移予想

	2015年	2020年	2025年	2030年	2035年	2040年	2045年
菊陽町	40,984	43,774	45,946	47,561	48,675	49,217	49,309
合志市	58,370	61,182	63,274	64,798	65,764	66,154	66,136
大津町	33,452	34,872	36,261	37,414	38,284	38,741	38,819
熊本市	740,822	743,063	739,812	733,096	723,036	708,468	690,169
嘉島町	9,054	8,989	8,908	8,822	8,724	8,594	8,433

国立社会保障・人口問題研究所調べ

③産業構造と商工業者の推移

産業構造

		建設業	製造業	卸売業 小売業	宿泊業 飲食店	サービス業	その他	合計
		平成26年	商工業者数(人)	137	57	458	161	389
	構成割合(%)	11.3%	4.7%	37.8%	13.3%	32.1%	0.8%	100.0%
	小規模事業者数(人)	132	41	267	63	293	8	804
	構成割合(%)	16.4%	5.1%	33.2%	7.8%	36.4%	1.1%	100.0%
	民営事業所売上 (百万円)	16,784	171,827	103,335	6,065	59,006	17,138	374,155
	構成割合(%)	4.5%	45.9%	27.6%	1.6%	15.8%	4.6%	100.0%

サービス業（電気、ガス、熱供給、情報通信、運輸・郵便、金融・保険、不動産・物品賃借・複合サービス

学術専門・専門・技術サービス、生活関連サービス・娯楽業、教育学習支援、医療・福祉、その他サービス業）

その他（農業・林業）

平成26年経済センサス

菊陽町の産業構造としては、卸・小売業者が37.8%と最も高く、次いでサービス業32.1%、宿泊・飲食業13.3%と商業・サービス業分野が全体の83.2%と半数を超えている。また、小規模事業者の割合も商業・サービス業分野が全体の77.4%を占めている。

民営事業所売上高は、製造業が最も高く45.9%で次いで、卸・小売業が27.6%、サービス業が15.8%と続いており、製造業が高いのは、ソニーセミコンダクタマニュファクチャリング(株)や富士フイルム九州(株)などの企業進出が要因と考えられる。

次いで卸・小売の売上が高いのは、ゆめタウン光の森などの大手小売業の出店が相次いでいることが影響していると考えられる。近年ではイオン菊陽店が閉店しており、小売業の競争は激化している。

商工業者の推移

	農業 林業	建設業	製造業	卸売業 小売業	宿泊業 飲食店	サービス業	合計
平成24年	2	124	54	395	123	311	1,009
平成26年	9	137	57	458	161	389	1,211
平成28年	9	140	55	494	153	536	1,387

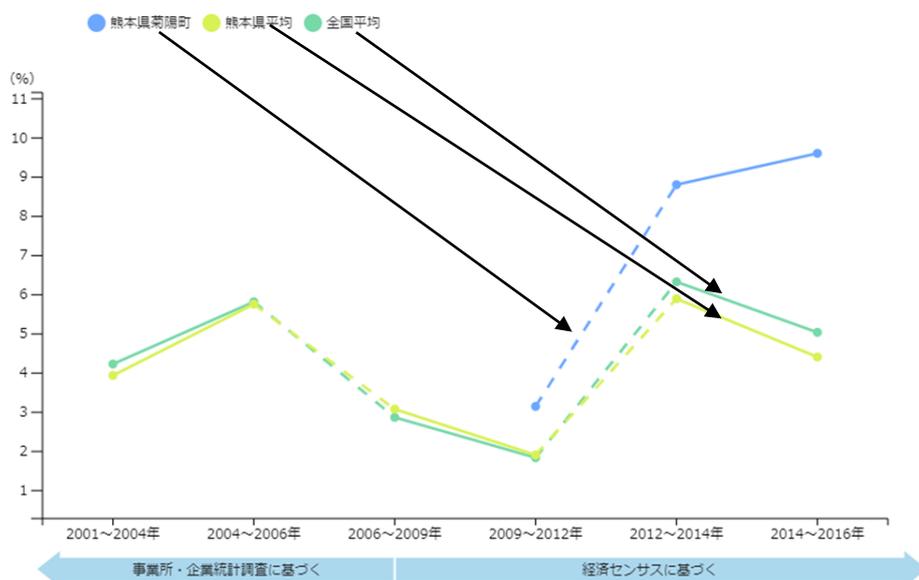
平成24年・平成26年・平成28年経済センサス

商工業者の推移は、人口増に比例し、増加しており、平成24年から平成28年までの4年間で378事業所増えている。産業別では、平成24年から平成28年までの4年間でサービス業が225事業所と最も増加し、次いで、卸・小売業が99事業所、宿泊飲食業が30事業者と続いている。

④ 創業の状況

菊陽町は人口の増加に伴い創業率は高く、熊本県平均・全国平均を上回っており、熊本県下では首位であることから、今後も創業予定者が増えていくものと思われ、その支援と創業後のフォローアップが必要である。

《菊陽町の創業比率》



RESAS を活用して当会で加工

⑤ 課 題

菊陽町大規模小売店舗立地法に基づく届出店舗
(2000年6月1日~2020年7月まで)

No.	店 舗 名	店舗面積㎡	届出日(年)
1	ゆめタウン光の森	47,300	2003
2	ベスト電器光の森店	4,022	2007
3	ハンズマン菊陽店	12,100	2007
4	マックスバリュ光の森店	2,355	2008
5	ロッキー新地店	2,700	2009
6	ケースデンキ菊陽店	3,960	2011
7	ドラッグコスモスにじの森店	1,425	2012
8	デサキ熊本.店	2,236	2013
9	ドン・キホーテ	5,120	2013
10	H I ヒロセ	6,270	2013
11	ダイレックス菊陽店	1,509	2013
12	ドラッグコスモス津久礼店	1,986	2013
13	ぐるぐる倉庫菊陽店	2,567	2014
14	Avant Mall 菊陽	6,809	2019
	合 計	100,359	

熊本県ホームページより

【大型店舗との競合】

人口の増加を背景に、1987年頃の大型小売店の出店を皮切りに、2000年から2020年7月までの大規模店舗立地法に基づく届出により出店した店舗は、14件に及び、その他大手小売り

チェーン店や「スシロー」や「すかいらーく関連グループ」などの大手外食チェーン店なども数多く出店しているため、小売・飲食業等の小規模事業者には脅威となっている。

このような中、大型店との差別化を図り独自の商品開発やサービス提供、新たな販路拡大の方法を検討する必要がある。

【地域内経済活動の促進】

本町は例年人口が増加しており、昼夜間の人口も平成 27 年の国勢調査では、昼間人口が 40,180 人、夜間人口が 40,984 人とほぼ同じであることは大きな強みであり、このような状況を今後の小規模事業者の経営戦略に活かしていけるかが今後の検討課題である。

【事業者の高齢化】

本町でも例外ではなく高齢化は進んでいる。当商工会員の年齢構成を見ても 60 歳代以上の高齢者が全体の 3 割を占めており事業承継が今後の課題である。

【創業者増加による支援】

創業率は、全国的にみても高く、熊本県内でも一番高い水準にあることから今後の創業支援と創業後のフォローアップが必要である。

(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

本町は熊本都市経済圏に位置し、地域内人口は今後も長期的に増加が見込まれている。その中でも若年層の増加傾向は大きな強みであるが、人口の増加を見据えて増加する、大規模小売店舗や大手チェーン店と小規模事業者が共存していくことが必要である。

その対応策として、小規模事業者において大型店にない商品力や新たなサービスを構築し、個人の魅力度を高めることにより付加価値を向上させていく必要がある。

②菊陽町の振興計画との連動性・整合性

菊陽町では『菊陽町まち・ひと・しごと創生総合戦略』において、以下の項目を基本目標の中で掲げており、今回の支援計画と連動した内容となっている。

【しごとを応援するまち】

商工業振興の分野において、企業の立地、事業や販路の拡大、幹線道路の延伸や下水道の整備、また、企業のニーズ調査など、様々な視点に立った企業支援を推進する。

【ひとで賑わうまち】

来町者が「菊陽町にきてよかった」と思うまちをつくるため菊陽町の地域資源を活かした新しい観光メニューを創出し、更なる交流人口の増加を図る。

【高齢者が安心できるまち】

2010 年の町の人口に対する老年人口（65 歳以上）の割合は、16.4%であるのに対し、2040 年には 29.2%となり、町民の約 3 人に 1 人が老年であるとされる。安心して老後を過ごすことができる高齢者に優しい、新しいコンセプトのまちづくりを検討する。

③商工会としての役割

菊陽町商工会は地域の総合経済団体として、熊本県・菊陽町・熊本県よろず支援拠点といった行政や公的機関と連携して、地域の事業者への経営支援や地域振興事業を行っている。今後は菊陽町の計画も踏まえ、取り分け小規模事業者への伴走型の支援を重視し、地域環境や社会情勢を十分に考慮しながら、個別の課題を洗いだし、解決策を具体的に事業計画に落とし込むことで持続的な支援を行う。更に町内の住宅建設の増加による町民の住環境づくりに向けた支援活動を行っていくことで活気のある住み良い地域づくりを目指す。

また、短期的には新型コロナウイルスの影響を受けている小規模事業者に対し、「新しい生活様式」に対応できるための新たな商品・サービスの提供方法や中・長期的には社会的課題である高齢者支援の取り組み等社会構造の変容に伴う取り組みを柔軟に行う。

現在、菊陽町商工会では体験型事業「菊陽“まち”遊び」や『住まいのことならおまかせ隊』を通して、地域の活性化に努めている。

※『菊陽“まち”遊び』事業

菊陽町の総合基本計画に沿って、町の名所・名店・名人を発掘し、町内外へ観光振興の一環としてアピールし、交流人口の増加を目的とし体験型のイベントを開催している。令和2年度以降はポータルサイト『菊陽“まち”遊び』として運用を開始し、ネット上にて交流人口を増加させる取り組みを行っている。新型コロナウイルスの感染拡大が収束した後は、体験型事業とポータルサイトの双方で交流人口の増進を図る。なお、本事業は町の補助事業であり、実施のため行政・町内の有識者・商工会からなる委員会を組織し企画・運営している。

※『住まいのことならおまかせ隊』

地域の建設業関係企業により組織しており、町内の住まいにかかわる様々な修理や要望を受け付けている。横行する悪徳業者によるトラブルからの信用回復を図り、菊陽町民へ安心と安全な生活環境を提供している。また、ワンストップで要望に合った業者を紹介することが可能で高齢者を中心に需要が高い。

(3) 経営発達支援計画の目標

菊陽町の産業全体のうち 77.4%を占める主要産業である『小売業』・『飲食業』・『サービス業』の小規模事業者を基軸に個者のニーズに沿った支援を行い、個者の販路拡大と生産性向上を目指す。

また、会員企業の約3割が60歳以上の年代であり、事業承継の促進支援と開業率が高い現状を見据え、創業予定者の支援と創業後のフォローアップを図ると共に、体験型イベントを通じた交流人口の促進を図る。また、住民の住環境づくりを行い、住みよいまちづくりを目指す。

①大型店舗との差別化

小規模事業者は大型店やチェーン店に比べ価格競争力や情報発信力が弱い為、集客力が弱い。そのため、地元の小規模小売業・飲食サービス業の支援の為に、個者のニーズに合った商品やサービスの再構築を行い消費者の満足度を高め、更に商工会が運用するポータルサイトを活用したサービスの向上や新たな販路拡大を目指す。

②地域内経済活動の仕組みづくり

「菊陽まち遊び」による体験型イベントを通じ、個者の商品やサービスの良さを広く消費者に認知させ、交流人口の増加を図る。また、町内の住宅に関する住宅事情の悩みを解決するため、「住まいのことならおまかせ隊」の認知度を高め、住み良い住環境づくりを図る。

③事業承継および創業者支援

事業承継からの再成長を目指す小規模事業者の増加を図る。

また、新たなビジネスを創出する新規創業者の掘り起こしと支援を行うと共に、創業後間もない事業者が事業計画に基づいた経営ができるよう支援する。

2. 経営発達支援事業の実施期間

(1) 経営発達支援事業の実施期間（ 令和3年4月1日～ 令和8年3月31日 ）

(2) 目標の達成に向けた方針

① 大型店との差別化に対する取り組み

- ・ 経営体力のある小規模事業者の育成・支援。
- ・ やる気のある小規模事業者の掘り起こしとその育成・支援。
- ・ 新たな商品開発や既存商品のブラッシュアップ及びサービスの構築等を図り、販路拡大や生産性の向上に取り組む小規模事業者の育成・支援。
- ・ 社会の変容に伴う新たな取り組みを行う小規模事業者の育成・支援。

② 地域経済活動促進の仕組みづくり

- ・ 「菊陽まち遊び」による体験型イベントを行い、事業所の商品やサービスを広く消費者に認知させ交流人口の増加を図る。
- ・ 大型店や大規模チェーン店との情報発信力の差を埋める手段として、菊陽町の企業情報発信の場であるポータルサイトを運用し、企業の情報発信や販売力向上の為の伴走型の支援を実施し、企業の持続的成長と発展に繋げる。
- ・ 町内の住宅の修理等の要望に応えるため、地域の建設業者で組織する「住まいのことならおまかせ隊」の認知度を更に高め、地域住民が抱える住宅事情の悩み解決を図り、住みよい環境づくりと地域の活性化を図る。

③ 事業承継および創業者に対する持続的な支援

- ・ 事業承継者や創業者の中長期的経営戦略を視野にいれた支援とフォローアップを行う。
- ・ 事業承継からの再成長を目指す小規模事業者の増加を図る。

3-1. 地域の経済動向調査に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

景気動向調査を外部委託し行ってきたが、定期的には実施できていない。

【課題】

調査を実施していた際も、客観的な分析ができていなかったため、分析し経営指導に活用することが必要である。

(2) 目標

支援内容	現状	3年度	4年度	5年度	6年度	7年度
アンケート調査数	-	40社	40社	40社	40社	40社
①アンケート調査のHP公表回数	-	1回	1回	1回	1回	1回
②景気動向分析結果HP公表回数	-	1回	1回	1回	1回	1回

(3) 事業内容

地域小規模事業者の景況動向等を調査・分析すると共に、他調査機関の調査データも参考にしながら、小規模事業者への支援に役立てる。

①事業者へのアンケート調査

管内の小規模事業者の実態を把握するため、巡回や相談および記帳代行先事業者より対象事業者をピックアップし、年1回アンケートにより景況・景気調査を実施・分析する。

【調査対象】管内小規模事業者40社（製造業、建設業、小売業、サービス業から各10社）

【調査項目】売上額・採算・資金繰り・業況、利益、課題、後継者の有無等

【調査方法】経営指導員、経営支援員による巡回、窓口対応

【分析方法】専門家（調査機関含む）と連携して行う

【公表方法】年1回、商工会のホームページで公表

②国等が提供するビッグデータ・統計データの活用

管内地域において限られたマンパワーや政策資源を集中投下し、効率的な小規模事業者の付加価値拡大を目指すため、経営指導員等が「RESAS」を活用した地域経済動向分析を行い、公表する。

【分析方法】RESAS

- ・地域経済循環マップ・生産分析⇒何で稼いでいるか
- ・まちづくりマップ・From-to分析⇒人の動き等の分析
- ・産業構造マップ⇒産業の現状分析
- ・観光マップ・目的地分析⇒どこを目的地としているか

【公表方法】年1回、商工会ホームページで公表

(4) 成果の活用

情報収集・調査・分析した結果はホームページに掲載し、広く管内事業者等に周知する。経営指導員等が巡回指導を行う際の参考資料として事業計画策定および実施支援に活用する。また、生産性向上を目指す事業者の付加価値向上や創業、事業承継等における商品・サービス開発や販売促進を計画するために必要な消費支出額や購買力等の需要動向調査については経済動向調査の結果を活用する。

3-2. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

体験型事業「菊陽“まち”遊び」のイベント主催事業者およびイベント参加者に対し、満足度等に関する調査を実施している。

【課題】

消費者の需要動向等に関する詳しい調査等は、定期的には実施できていないのが現状である。小規模事業者の経営力強化を支援する為に買物動向調査等を通じ、消費者の需要動向を調査する体制の確立とその活用が課題である。

(2) 目標

外部調査機関と連携し、調査・分析した結果を当該小規模事業者にフィードバックし、事業計画策定や新商品開発に役立てると共に既存の商品・サービスの再構築に活用する。

また、ポータルサイトを活用した消費動向調査は、町内外の消費者からの情報も収集できることから、より精度が高い情報収集が期待できる。

更に、事業所各々が実施する消費動向調査は、個者の課題を抽出するのに有効な調査になることが期待できる。

支援内容	現状	3年度	4年度	5年度	6年度	7年度
①ポータルサイト買物動向アンケート調査	-	2回	2回	2回	2回	2回
ポータルサイトアンケート調査サンプル数	-	100件	100件	100件	100件	100件
②店舗利用者アンケート調査	-	1回	1回	1回	1回	1回
店舗利用者アンケート調査対象事業所数	-	30社	30社	30社	30社	30社

(3) 事業内容

① ポータルサイト閲覧者に対する買物動向アンケート調査

ポータルサイト「菊陽“まち”遊び」を改良し、ポータルサイト閲覧者を対象にした買物動向アンケート調査を実施し、当該小規模事業者へフィードバックを行う。

【アンケート開催回数】 年2回

【調査手段】ポータルサイト「菊陽“まち”遊び」上にて実施

【調査項目】業種別〔小売業・飲食業・サービス業が対象〕に以下の項目を設定

- ・お店を選ぶ基準（お店の雰囲気・外観・料理・値段等）
- ・利用者情報（年代・性別・住所）
- ・利用目的（「誰と」「どんな機会に」利用したいか）等

【分析結果の活用】巡回・窓口相談時や事業計画策定時に活用

② 店舗利用者を対象にした商品・サービスのアンケート調査

ポータルサイト「菊陽“まち”遊び」掲載事業所のイベント参加者を対象に商品やサービス等に対しての、需要動向調査（項目：店舗・商品・サービス・キャンペーン・イベント等への感想や要望）を実施・分析し、当該調査対象事業者へフィードバックすることで店舗・商品・イベント等の更なる改善に繋げる。

4. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

金融・労務・税務等の指導時、並びに各種補助金の申請時において分析を行っている。

【課題】

分析対象が相談に訪れた事業所が主であり、受動的であった。今後、能動的に対象者を掘り起こす仕組み作りが必要である。

(2) 目標

個々の経営分析結果を個別企業にフィードバックし、個別の事業計画作成の支援や小規模事業者持続化補助金・創業補助金等の各種補助金申請等の事業計画策定の支援に繋げる。

支援内容	現状	3年度	4年度	5年度	6年度	7年度
経営分析件数	20件	60件	60件	60件	60件	60件

(3) 事業内容

小規模事業者の持続的発展に向け、経営指導員・経営支援員による巡回・窓口相談、記帳代行先を通じて、対象者を掘り起こし経営分析を行う。専門的な課題等については、熊本県、熊本県商工会連合会のエキスパートバンク登録専門家や熊本県よろず支援拠点のコーディネーター等と連携し、小規模事業者の抱える経営上の悩みに対してより丁寧にサポートし事業計画策定に繋げる。

【対象者】巡回・窓口相談や記帳代行先から、販路拡大に意欲的な事業者を選定

【分析項目】財務分析：売上持続性・収益性・生産性・健全性・効率性・安全性等
SWOT分析：強み・弱み・脅威・機会等

【分析手法】「経営支援プログラム」「経営状況まとめシート」

① 巡回・窓口相談や各種講習会参加者、記帳代行先からやる気のある小規模事業者をピックアップし個別に経営状況《ヒト（人材・人脈）・モノ（商品・設備）・カネ（財務）》を把握分析する。また、「個別相談会」等を開催し、相談企業の掘り起こしを行い「経営支援プログラム」や全国連が開発した「経営状況まとめシート」を活用し経営分析を行う。

〈経営支援プログラム〉

熊本県が策定したフォーマットで、商工会経営指導員が策定する企業の支援計画書。同プログラムは「1. 経営支援事前調書」、「2. 取り組み骨子の作成」、「3. 支援計画」、「4. 経営支援の結果＜モニタリング＞」の4つの項目から構成されている。小規模事業者の経営状況等を分析した上で「経営支援プログラム」を積極的に活用し、新たな事業や経営課題解決のための取り組みを伴走型で支援する。事業者自らが作成する経営計画とは別に、経営指導員が支援する際の支援計画を策定することで、事後のフォローアップに繋げることが可能。

② 独立行政法人中小企業基盤整備機構の経営自己診断システムを活用し、相談会参加者や金融相談企業の財務内容を分析し、事業計画策定に繋げる。

(4) 分析結果の活用

分析の結果は、巡回・窓口相談時に個別企業へフィードバックするとともに経営課題を抽出し、事業計画を策定するために必要な指導・助言に活用する。

5. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

小規模事業者持続化補助金や経営革新計画等申請者に対して、中小診断士等の専門家による相談会を交えて、事業計画の策定のため支援を行っている。

【課題】

補助金申請時に策定する機会が主であり、経営分析対象事業者の掘り起こしが出来ていない。その要因としては、事業計画の必要性を十分に理解させることが不足していることが考えられる。

(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に必要不可欠であることを説明しても浸透しないため、巡回や相談時の促進に加え、「事業計画策定セミナー」等のカリキュラム内容を工夫することで理解を促す。

(3) 目標

支援内容	現状	3年度	4年度	5年度	6年度	7年度
①セミナー開催回数	1回	2回	2回	2回	2回	2回
②個別相談会	3回	4回	4回	4回	4回	4回
事業計画策定事業者	20件	40件	40件	40件	40件	40件
③事業承継個別相談会開催回数	-	1回	1回	1回	1回	1回
事業承継計画策定事業者	1件	1件	1件	1件	1件	1件
④創業セミナー開催回数	1回	1回	1回	1回	1回	1回
創業事業計画策定事業者	2件	3件	3件	3件	3件	3件

(4) 事業内容

事業計画の策定するメリットとして、各種補助金の申請に必要な事業計画作成に繋がることをアピールしながらその必要性を説明していくのも一つの方法と考えられる。

そのため、セミナー、個別相談会、日々の巡回・窓口支援や広報活動の中で、事業計画の必要性を継続的に周知・啓発していく。また、経営分析内容や動向調査結果を活用する。

①「事業計画策定セミナー」の開催。

【募集方法】 当会ホームページ、会員事業所へ郵送にて周知

【回数】 年2回

【カリキュラム】 各種補助金について概要説明・事業計画作成のポイント・作成手順

【参加者数】 10名

②巡回・窓口支援先や、記帳代行先に対し、事業計画策定事業者の掘り起こしを行い、専門家を招聘し相談会を開催する。

③熊本県よろず支援拠点・熊本県事業引継ぎ支援センター等他の関係機関と連携し、事業承継個別相談会等を開催する。

【募集方法】 当会ホームページ、会員事業所へ郵送にて周知

【回数】 年1回

【参加者数】 5 名

④菊陽町での起業意欲を喚起するため、熊本県、菊陽町・熊本県よろず支援拠点と連携して創業支援を行う。特に創業後間もない事業者へのフォローアップを重点的にした「創業セミナー」を開催し、事業計画策定を支援することで安定した経営に繋げる。

また、事業継承に関しては、特任経営指導員や熊本県よろず支援拠点と連携し、個別相談会等を通じ、事業継承計画やビジネスプランの策定を支援する。

【募集方法】 当会ホームページ、会員事業所へ郵送にて周知

【回数】 年 1 回

【カリキュラム】 各種補助金について概要説明・事業計画作成のポイント・作成手順・先輩創業者の講話

【参加者数】 20 名

6. 事業計画策定後の実施支援に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

補助金交付事業者の補助事業終了後に制度上定められているフォローアップ調査等は、全ての該当事業者に対し実施している。

【課題】

資金繰りや販路開拓等のフォローアップ支援については、各指導員任せになっており、全ての事業者に対し実施できておらず、こちらから積極的にフォローアップする体制が構築されていなかった。

(2) 支援に対する考え方

事業計画策定者全員を対象に行うが、進捗状況に応じたフォローアップの内容を設定する。

(3) 目標

支援内容	現状	3年度	4年度	5年度	6年度	7年度
フォローアップ事業者数	-	40社	40社	40社	40社	40社
頻度(延回数)	-	160回	160回	160回	160回	160回
売上増加事業者数	-	5社	5社	5社	5社	5社
利益率3%以上増加の事業者数	-	5社	5社	5社	5社	5社
事業承継件数	-	1社	1社	1社	1社	1社
頻度(延回数)	-	4回	4回	4回	4回	4回
創業件数	-	3社	3社	3社	3社	3社
頻度(延回数)	-	12回	12回	12回	12回	12回

(4) 事業内容

事業計画策定後に支援策等の情報提供や事業計画の進捗管理を含めPDCAサイクルを支援する為に2人以上の複数の指導員でフォローアップする体制を構築する。なお、事業計画の進捗状況が思わしくない場合は、フォローアップ頻度の変更等を随時行う。

①全ての事業計画策定事業者に対し、四半期に1度のヒアリングを実施し、策定した事業計画の進捗状況の確認を行い、売上や新規顧客獲得について伸び悩んでいる事業者に対しては、資金繰りや販路開拓等の必要な指導・助言を行う。

②特に必要な場合は、専門知識を有する外部専門家と連携（エキスパートバンクや熊本県よろず支援拠点を活用）支援する。

③創業・事業承継者については、創業・事業継承後もフォローアップ体制を確立して定期的な状況把握により、伴走型の支援を実施する。

創業セミナーを継続開催していきながら、創業セミナー受講後のフォローアップを行うスキームを確立し、菊陽町・菊陽町商工会・地元金融機関と連携し、事業承継補助金の申請や創業融資等の創業支援体制を構築する。

事業承継後は、巡回・窓口支援を強化し、個別フォローアップ、税務相談を重点的に行い、伴走型の支援を行う。

7. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

「菊陽“まち”遊び」による体験型のイベントを通じ、小規模事業者の商品やサービスを発信し、ポータルサイトの運用により、町内外に掲載事業所の商品やサービスの周知を図った。

また、熊本県商工会連合会が主催するくまもと物産フェアへの出展や厳選マルシェへの展示出展への支援も行い、小規模事業者の商品の販売促進を支援した。

【課題】

これまでの取り組みによる効果は、一過性で、継続的な販路拡大に繋がっておらず、継続的な情報の発信と商品やサービスのブラッシュアップを図ることが今後の課題である。

(2) 支援に対する考え方

個者の商品やサービスの情報を広く継続的に発信し、消費者への認知度を高め販路拡大を支援する。また、外部機関が実施する展示会や商談会への出展支援を実施し、BtoB や BtoC の取引拡大の支援を行う。

(3) 目標

項目	現状	3年度	4年度	5年度	6年度	7年度
①ポータルサイト掲載企業数	25社	50社	60社	70社	80社	90社
②物産フェア出展者数	2社	3社	4社	5社	6社	7社
売上目標/社	10万円	15万円	20万円	25万円	30万円	35万円
③厳選マルシェ出展社数	1社	2社	3社	4社	5社	6社
成約件数/社	1件	1件	2件	2件	2件	2件

(4) 事業内容

①ポータルサイトを活用した情報発信による販路開拓

菊陽町の事業所の情報（事業所情報や HP・ネットショップのリンク先、新商品・新サービス等の新着情報及びイベント情報）を集めた商工会運営のポータルサイト「菊陽“まち”遊び」を活用し、小規模事業者の情報を広く消費者に周知する。

②展示会出展支援

熊本県商工会連合会が主催する「くまもと物産フェア」において、出店費用の一部補助の支援を行い出展者は参加しやすい環境整備を行い BtoC の取引拡大の支援を行う。

※「くまもと物産フェア」：例年11月初旬に2日間にわたり開催され、県内外から延べ約2万人が来場する展示販売会で、250程度の展示ブースがある。

③商談会参加支援

熊本県商工会連合会主催の「厳選マルシェ」は、バイヤーの参加もあり、BtoB 取引の拡大にも繋がることから、出展について支援を積極的に行う。

※「厳選マルシェ」：くまもと物産フェア会場内にて開催され、例年50事業者の参加とバイヤー10名程度の参加がある。

8. 事業の評価及び見直しをするための仕組みに関すること

(1) 現状と課題

【現 状】

経営発達支援計画の評価については、外部専門家（中小企業診断士）、熊本県商工会連合会、菊陽町商工振興課、菊陽町商工会正副会長・商業部会長・工業部会長・サービス部会長で「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】

予算的な制約があり、委員会が毎年開催できず、商工会の総会資料において経営発達支援計画に定めた取り組みの結果を報告した。

今後は評価委員会に対する予算確保を図り、定期的に委員会を開催し、評価検証する必要がある。

(2) 事業内容

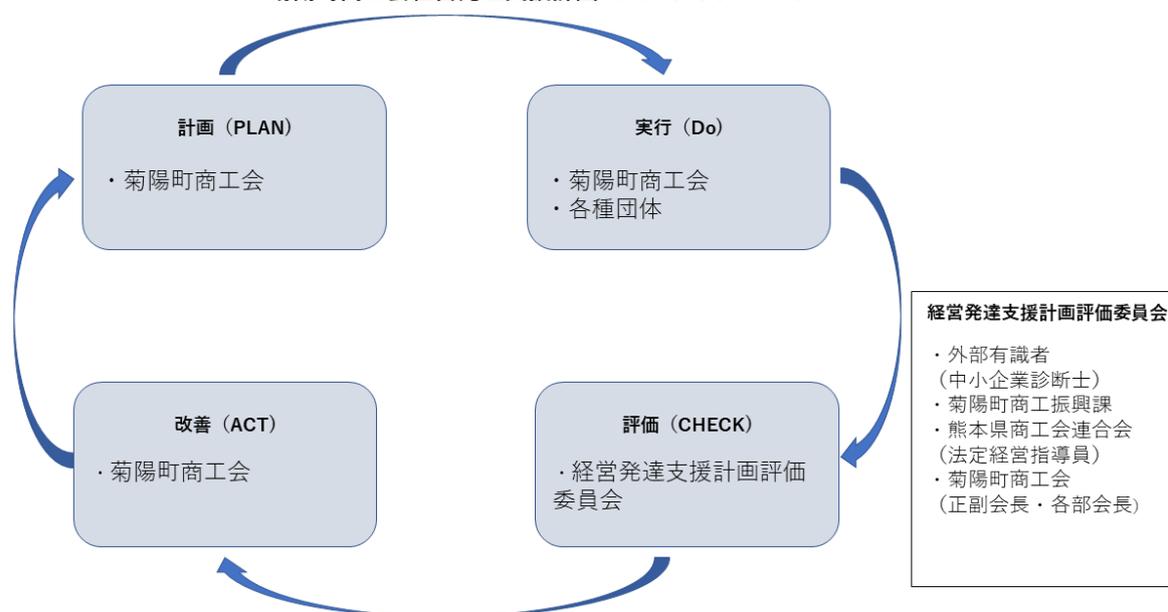
① 評価方法

外部専門家（中小企業診断士）、法定経営指導員、菊陽町商工振興課、菊陽町商工会正副会長・商業部会長・工業部会長・サービス部会長をもって評価委員会を設け、年2回（半期毎）の評価委員会を開催し評価と検証を行う。

② 評価結果の公表

評価委員会での評価結果を理事会にてフィードバックしたうえで、事業に反映させることと併せて、菊陽町商工会ホームページにて公表し地域の小規模事業者が常に閲覧可能な状態とする。

菊陽町商工会経営発達支援計画PDCAサイクルスキーム



9. 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。

(2) 事業内容

①経営支援会議

「経営支援会議」を経営指導員、経営支援員が参加し、月1回2時間程度開催する。企業の支援方法や支援事業について、参加者全員で検討することによって、個々にバラツキがある知識や経験や個人の資質、支援レベル等の支援スキルをお互いに補完し合うことで、組織内でそれぞれの支援ノウハウの共有化を図り、総合的な支援能力の向上を図る。

②チーム支援によるOJT研修

新任職員・経営支援員については、専門家派遣相談や個別相談会において、ベテラン経営指導員と2名1組のチームで小規模事業者を支援すること等を通じて、指導・助言内容、情報収集方法を学ぶなど、OJTにより伴走型の支援能力の向上を図る。

③Web研修

全国商工会連合会が運営している経営指導員等の専門化や資質向上に必要な知識を習得できるeラーニング方式のWeb研修を積極的に受講することで各自の資質向上を図る。

④データベース化

各担当職員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を職員全員が共有できるようにし、相互に対応可能な体制を作る。

10. 他の支援機関との連携を通じた支援ノウハウ等の情報交換に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

熊本県商工会連合会の Web 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】

他の支援機関等との支援体制や支援ノウハウ等の情報交換を行うことは重要であり、地区内の情報だけでなく、広域的な情報を得ることを目的として他の支援機関と情報交換を実施することが必要である。

(2) 事業内容

①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う。

②熊本県経営指導員協議会城北支部（菊池市商工会・山鹿市商工会・山鹿市商工会議所・合志市商工会・大津町商工会・菊陽町商工会）や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）の商工会職員協議会の経営支援員部会の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経済動向調査や需要動向調査・セミナー・個別相談・ポータルサイトの運用や地域活性化事業の円滑な遂行の為に、熊本県・熊本県よろず支援拠点・菊陽町・菊陽町商工会・三里木商工繁栄会・夢街光の森会・菊陽町飲食業同業組合・住まいのことならおまかせ隊・誘致企業（セミコンテックパーク協議会・富士フィルム等）の各連携先と年1回以上、各連携先の現状や地域の小規模事業者の動向や支援ノウハウ、支援に対する要望等について意見交換を実施し、効率的な調査やニーズに沿ったセミナーの開催や魅力的なポータルサイト運用に繋げ、支援事業の円滑な遂行に繋げる。

1.1. 地域経済の活性化に資する事業

(1) 現状と課題

【現状】

菊陽町商工会では、菊陽町の魅力を発掘し、行政・町の有識者により「菊陽まち遊び実行委員会」を組織し交流人口を増加させるため、イベント等のPR支援を行っている。令和2年2月には商工会運営のポータルサイトを開設しており、菊陽町内の事業者情報とイベント情報を発信し、今後さらなる掲載情報の充実を図る。

また、本町は年々住宅数が増加しており修理等の要望に応えるため、平成23年度には町内の建設業者で組織する「住まいのことならおまかせ隊」を設立し、地域住民の住宅事情を抱える悩みの解決を図り住みよい住環境地域の活性化を図っている。

【課題】

菊陽町は、人口の増加地域であり、新たな住民の増加、大手企業の進出もあり、昼間の交流人口は増加している。しかしながら、人口の多くは大型店を利用する傾向にあり、菊陽町の地域活性化の為には、地元の小規模事業者の振興が必要である。大型店や大規模チェーン店とは違う形で地域住民の消費志向を満足させていくことが必要であり、大型店やチェーン店との差別化による経営力強化を図るとともに大きな観光資源に乏しい菊陽町の魅力アップに繋げることが課題である。また、短期的には飲食店を中心にコロナ禍の影響が深刻であるため、域内の経済活動の循環を図る。

(2) 事業内容

① 菊陽“まち”遊び実行委員会（年10回程度）

菊陽町の産・官・学連携による「菊陽“まち”遊び実行委員会」を年10回程度開催し、今後の地域活性化の方向性を検討する。また、検討した地域活性化の方向性を踏まえ、「ひとで賑わうまち」として、菊陽町の地域資源を活かした新しい観光メニューの創出や更なる交流人口の増加を図ることを目的とした体験型「菊陽まち遊び」を開催し、ポータルサイトにて集客を行う。

- ・ポータルサイト「菊陽“まち”遊び」の運営強化
従来、体験型イベントのPR支援として菊陽“まち”遊び実行委員会を組織していたが、今後はポータルサイト掲載内容に関することを併せて検討し、サービス向上と情報発信を充実させて年間を通じた交流人口の増加を目指す。
- ・体験型事業「菊陽“まち”遊び」の継続実施
「菊陽“まち”遊び」は、様々な業種の企業、団体やボランティア団体等がそれぞれ独自の体験型イベントを「遊ぶ、体験、学ぶ、作る、食べる、キレイ」の6つのテーマに沿って開催する体験型イベント事業である。このイベントへの参加をきっかけに菊陽町内外の人に町内の企業や団体について知ってもらうことで、交流人口の拡大を図り、地元小規模事業者の認知度向上や新規顧客開拓に繋げ、地域経済の活性化を目指す。

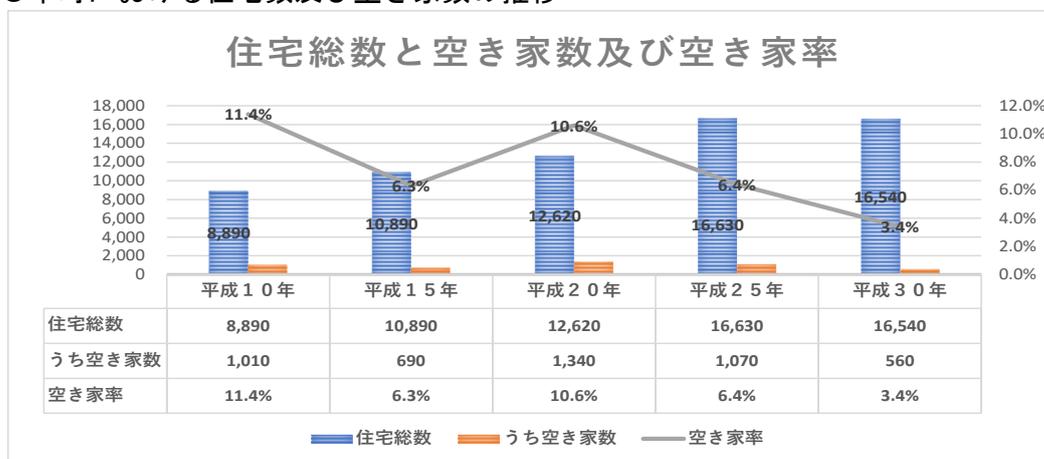
②住まいのことならおまかせ隊役員会（年3回）

認知度向上の検討会議（おまかせ隊役員会）を年3回開催し今後の認知度向上のための検討を行う。

おまかせ隊は設立以来、依頼件数は、年間、100件を超えているが、伸び率に課題を抱える。また、町外からの住宅リフォーム会社が入り込み、悪徳住宅リフォーム会社による被害も多く耳にする。することも多く地域的な問題になっている。

新規住宅建設も増えており、「住まいのことならおまかせ隊」の認知度を高めるため、地元小規模建設業者の良さを十分に町民に周知し、その認知度を向上させるため菊陽町の協力を仰ぎ、広報誌にチラシを折り込み町民広く周知すると共に菊陽町商工会のポータルサイトも活用し更なる認知度を高め、依頼及び施工件数を増やし住環境の悩み解決を図り住みよいまちづくりに貢献し地域活性化を図る。

○本町における住宅数及び空き家数の推移



○住まいのことならおまかせ隊による住環境整備

年度別の依頼件数、施工件数、施工率の推移

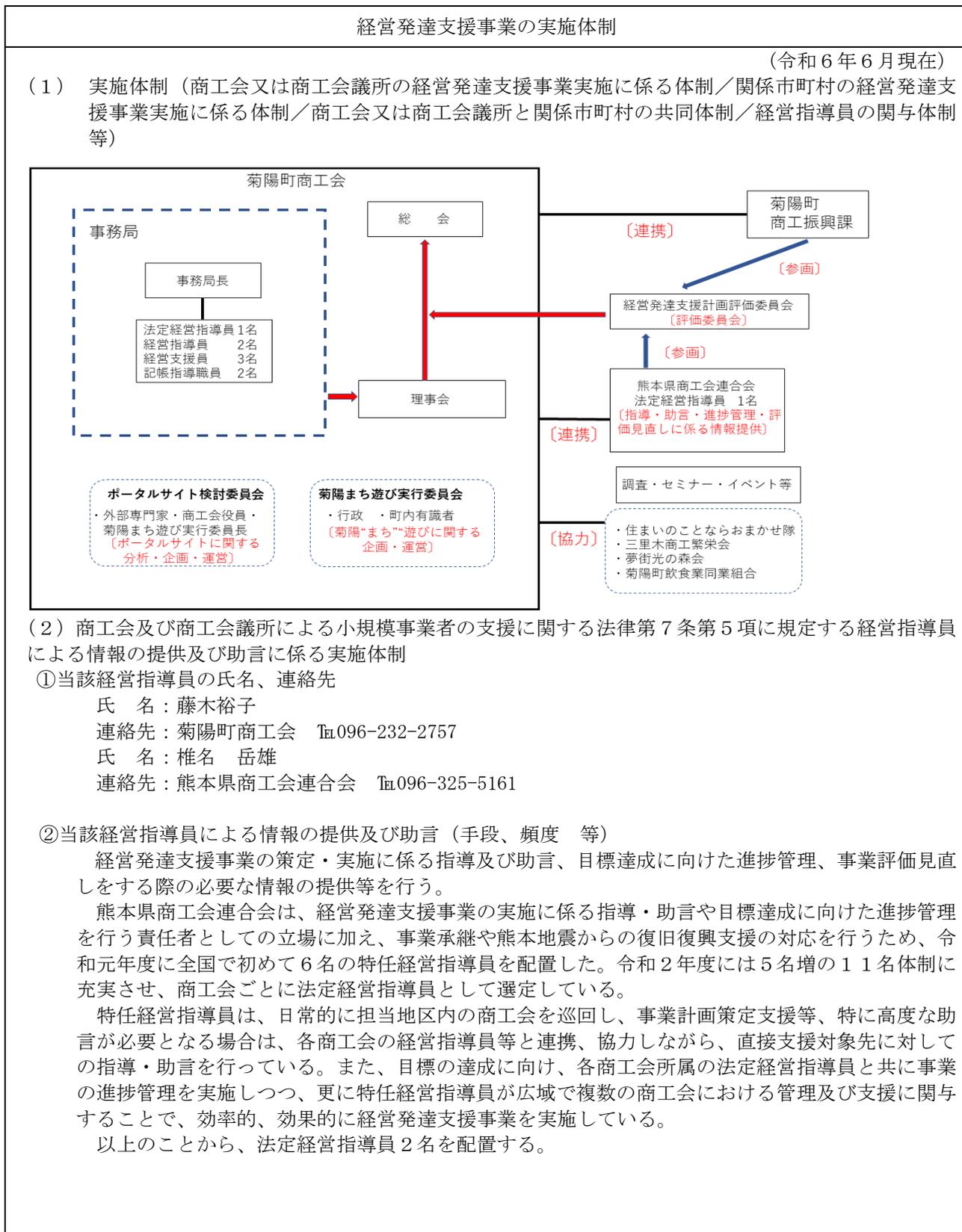
	H23	H24	H25	H26	H27	H28	H29	H30	H31
依頼件数	105	183	298	267	354	435	263	225	189
施工件数	54	131	178	165	205	204	134	99	109
施工率	51.4%	71.6%	59.7%	61.8%	57.9%	46.9%	51.0%	44.0%	57.7%

③ポータルサイト検討委員会（年2回）

外部専門家・商工会役員・菊陽“まち”遊び実行委員長・経営指導員からなる委員会にて、ポータルサイト「菊陽“まち”遊び」のアクセス数・閲覧時間・滞在時間・曜日時間別アクセス数等分析結果の活用と専門家からアドバイスを仰ぎ、閲覧数を上げる施策を検討し効果的な情報発信に繋げる。

(別表 2)

経営発達支援事業の実施体制



(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

〒869-1103

熊本県菊池郡菊陽町久保田 2816

菊陽町商工会

TEL096-232-2757 Fax096-232-7480 E-mail kikuyou@lime.ocn.ne.jp

②関係市町村

〒869-1192

熊本県菊池郡菊陽町久保田 2800

菊陽町商工振興課

TEL096-232-2165 Fax096-232-5612 E-mail shoko@town.kikuyo.lg.jp

(別表3)

経営発達支援事業の実施に必要な資金の額及びその調達方法

(単位 千円)

	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度
必要な資金の額	5,500	6,300	5,500	5,500	5,500
地域経済動向調査費	300	300	300	300	300
需要動向調査費	800	800	800	800	800
経営分析費	100	100	100	100	100
事業計画策定支援費	800	800	800	800	800
事業計画策定後の実施支援費	800	800	800	800	800
新たな需要開拓に寄与する事業費	1,500	2,300	1,500	1,500	1,500
経営指導員等の資質向上費	200	200	200	200	200
地域経済活性化事業費	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000

(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・手数料収入・国県町補助金・受託料収入

(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