

経営発達支援計画の概要

実施者名	甲佐町商工会（法人番号 2330005003649） 甲佐町（地方公共団体コード 434442）
実施期間	令和7年4月1日～令和12年3月31日
目標	①小規模事業者の持続的な成長発展のための経営力向上支援及び、地域ブランドの認知度向上や魅力ある商品づくりによる販路開拓支援 ②経営資源の効果的な活用による生産性向上の支援 ③小規模事業者との対話と傾聴を通じて、経営課題解決に向けて地域の持続的発展の取組みへ繋げる ④事業承継による新陳代謝の促進及び、創業促進で地域内活性化の創出
事業内容	<p>3. 地域経済動向調査に関すること 国等が提供するビッグデータや経営指導員等が地域経済分析システムを活用し地域経済動向分析を行いHPにて公表する。これらの分析結果により地域経済・消費動向等を掴み、小規模事業者に対して的確な支援を行う。</p> <p>4. 需要動向調査に関すること 小規模事業者に対し、その事業者が必要としている需要動向調査（イベント時に商品モニターアンケート調査）を実施し、商品のブラッシュアップを行い、調査結果データを基に事業計画への反映を行い新たな需要開拓への取り組みに有効活用する。</p> <p>5. 経営状況の分析に関すること 経営課題の「見える化」を行うため、財務分析、強み・弱みなどを踏まえた小規模事業者の課題抽出を行い、個社の経営状況を把握し計画策定に活用する。</p> <p>6. 事業計画策定支援に関すること 上記3.～5.で明らかとなった課題に対して解決へ向けた事業計画策定を支援。また、事業承継者や創業者に対する事業計画策定支援を行う。より実現性の高い事業計画に寄与できるよう、DX推進セミナーを開催し、小規模事業者の競争力の向上を目指す。</p> <p>7. 事業計画策定後の実施支援に関すること 事業計画策定者に対し、定期的な巡回を通し事業計画進捗状況の確認や課題解決に関する支援を行う。</p> <p>8. 新たな需要の開拓支援に寄与する事業に関すること 地元の展示販売会、商談会等の情報の発信・周知、販路開拓に関するセミナー等による小規模事業者の需要の開拓を積極的に行う。</p>
連絡先	<p>甲佐町商工会 〒861-4607 熊本県上益城郡甲佐町豊内 719 番地 2 電話：096-234-0272／FAX：096-234-0363 E-mail：kosa@titan.ne.jp</p> <p>甲佐町 地域振興課 〒861-4696 熊本県上益城郡甲佐町豊内 719 番地 4 電話：096-234-1111（代表）／FAX：096-234-3964 E-mail：chiiki02@kosa.kumamoto.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

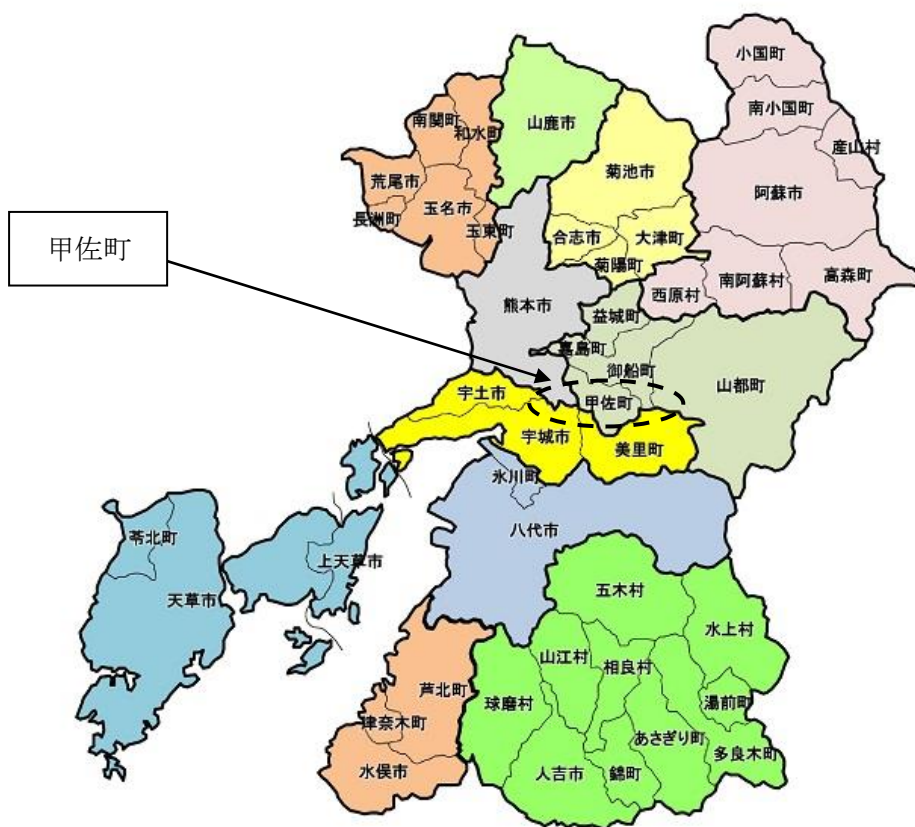
(1) 地域の現状及び課題

①現状

◆立地、歴史特性

当会は甲佐町全域を管轄しており、甲佐町は、熊本県のほぼ中央、熊本市の南方約20kmに位置し、面積は57.93km²である。町の中央を一級河川である緑川が南北に貫流しており、川沿いには気軽に川とふれあえる「津志田河川自然公園」、風情豊かに鮎料理を楽しめる「やな場」、令和3年6月には陣ノ内城跡が国史跡に正式に指定された。また、国指定天然記念物の「麻生原のキンモクセイ」をはじめとする数多くの観光資源があり、緑豊かな山々や清らかな川といった自然に恵まれ、平野部分には田園風景が広がっている。

交通に関しては、町の南北を国道443号が縦断しており、熊本市内から車で約40分の距離にあり、阿蘇くまもと空港からも約40分の距離にある。九州自動車道では御船IC、松橋ICから約20分、城南スマートICから約15分の距離にあり、熊本市への通勤・通学圏内でありながら自然豊かで快適な住環境が整っている。



◆人口の推移

甲佐町の人口は、平成7年の国勢調査（12,372人）以降減少を続け令和6年7月31日現在の人口は10,004人（甲佐町公表）と29年間で2,368人となり大きく減少している。

令和2年の国勢調査と10年前の平成22年を比較すると、生産年齢人口（15～64歳）は約8.2%減少（47.2%）し、老年人口（65歳以上）は約6.2%増加（高齢化率39.4%）になり少子高齢化が進行している。

熊本市への通勤・通学圏内であることから定住しやすい環境が整っており、転入者が増加する可能性を秘めている。

◆甲佐町の産業

基幹産業は農業であり、ニラ・スイートコーン・栗・花木の生産が盛んである。

地域経済の産業構造は、卸・小売業が最も多く、次いで建設業・製造業（企業誘致あり）が多いのが特徴である。

近年、宿泊施設ができ地元観光地への滞在時間を確保できるようになった。

甲佐町の業種別小規模事業者数は大型店等の出店の影響により、最近7年間に於いて全体で20事業者が減少しており、厳しい環境となっている。甲佐町の商工業者数は394人で約67%が甲佐町商工会へ加入し、会員のほとんどが小規模事業者である。

【産業大分類別①商工業者数②小規模事業者数（R3年経済センサス基礎調査）】

大分類	農林業	漁業	建設業	製造業	電気 ガス水道	情報通信
① 商工業者数	17	1	87	38	1	1
②小規模事 業者数	15	1	82	30	1	1
大分類	運輸郵便	卸・小売業	金融保険	不動産等	技術 サービス等	宿泊業 ・飲食業
① 商工業者数	13	111	5	13	7	21
②小規模事 業者数	8	83	5	13	5	15
大分類	生活関連サ ービス業・ 娯楽	教育学習 支援	医療福祉	複合 サービス	その他の サービス業	合計
① 商工業者数	39	4	2	5	29	394
②小規模事 業者数	36	4	2	4	26	331

甲佐町を代表する地域資源は、鮎やニラがあげられ、鮎については料理として提供されるだけでなく、清流緑川での魚釣りも多くの方が楽しんでいる。ニラについては、県内トップクラスの生産量を誇りその多くが福岡の市場で取引され、ニラを活用した商品開発がこれまで行われてきた。

また、やな場を代表とする名所や、緑豊かな自然、多くの客で賑わうレジャー施設があり、年間約 15 万人の入込客がある。



【甲佐町やな場】



【津志田河川自然公園】



【熊本甲佐総合運動公園】

【業種別の景況感】

＜商業・サービス業＞

近年隣町には大型ショッピング施設、町内にチェーン店スーパーやドラッグストア等の大型店が進出してきた。その影響を受け、商店街の空洞化が続いており、現在は家族経営を中心とする小規模事業者は全体的に減少傾向である。

さらに、消費者側も大きく変わってきており、従来からの常連客が高齢化し、利用客が減少する一方で、ネットで商品を購入する人やキャッシュレスへの対応含め、消費者ニーズが多様化してきている。

雇用関係については、少子化に伴い、働き手そのものが減少している中、パート・アルバイト等の募集をしても条件の良い大型店舗に就労されるなど人手不足が慢性化している。また、高齢化も進み、事業承継に関する問題も増えてきている。

小売業会員の商工会脱退の多くは、競争激化による売上の低迷や後継者不在による廃業によるものである。

＜建設・製造業＞

甲佐町の建設業については、多くの事業者が公共工事に依存している現状がある。また、民間工事を請け負う事業者の多くは小規模事業者であり、いずれも景気動向に左右されやすい状況で、材料資材等が高騰し、さらに人材不足や競合先との兼ね合いから利益率は年々低下傾向にある。一般個人宅向けのリフォームや改修等工事について、商圈の顧客を奪われているケースも多くあり、町内の建設業者もインターネットや SNS 等を活用した販路開拓を検討している事業者も増えてきている。

地域の特色ある製造業者については、和菓子・豆腐業者など歴史ある事業所があるが、経営基盤が小さく経営資源をうまく活用できていない。これらの企業には人材育成や研究開発への支援が必要とされている。

【特産品等について】

近年、地域資源等の調査研究・特産品開発研究及びマーケティング調査・地域ブランド「こうさんもん」の創設と商品の認定を行った甲佐町特産品開発事業（参画）やニラの商品開発・観光調査・ニラの町としての知名度を向上させるため、農業者と飲食店の連携のもと地域経済の活性化を図り観光入込客数増加による町内消費拡大を図った全国展開支援事業を行ってきた。

現在は、甲佐町による甲佐ブランド「こうさんもん」認定制度（※）があり、当会も認定審査会に参加し、甲佐町内で生産、加工された食品や工芸品などを認定している。

甲佐ブランド「こうさんもん」認定制度（※）とは

・甲佐ブランド「こうさんもん」は、町と商工会が応援するブランドで、町を代表する商品「こうさんもん」を守り育てていくことで、地域の活性化を図り町が元気になることを目指し、ふるさと納税の返礼品としても取り扱っている。

・「こうさんもん」認定審査会では、商工会や食品開発コーディネーターの専門家、熊本県地域振興局、県内有数の百貨店の食品催事担当で構成され、審査は（1）（2）（3）で点数化される。

（1）甲佐町らしさに関する基準

ア 名称、デザインにおいて、甲佐町を表現している商品であること。

イ 甲佐町のイメージアップにつながる商品であること。

ウ 製法、食材などに甲佐町の歴史、文化、地域に根差した「物語」があること。

エ 商品の主原料、または一部に甲佐町で生産されたものを使用していること。

（2）独自性・優位性に関する基準

ア 他の産地や類似商品と比較して優位性があること。

イ 商品(味、形状、デザイン)に独自性があること。

ウ 商品の製法に独自のこだわりがあること。

エ 満足できる味・香りであること。

（3）安全性、生産・販売体制、認定後の意欲に関する基準

ア 商品の安全・安心に関すること。

イ 継続的な生産・販売に関すること。

ウ 認定後の展開に意欲があること。

・現在、17品が認定されている。

◆【甲佐町の第7次総合計画について】

甲佐町の「第7次甲佐町総合計画」では、

将来像1には、「地域資源を生かし、活力にあふれ、にぎわうまち」を掲げており、産業の振興のなかで、「企業誘致、起業家への支援や新産業の創造・育成、既存企業の育成・振興、新規工業団地の整備、交通体系の整備などを進める」としている。

●地域企業の活性化

商工会が持つ専門的なノウハウを活用して地域企業による新産業の創造・育成、既存産業の育成・振興を推進する必要がある。

●商業・サービス業

魅力ある商店街づくりと商業の活性化を図るとともに、商業経営の近代化やサービス向上のための支援の充実を図る。

特産品の更なる磨き上げや新たな特産品などの開発・拡充を支援する。

●観光・イベント

地域資源を活用した観光ルートの開発や観光資源の活性化を図るとともに、既存イベントの更なる充実や新たなイベントの企画などにより観光を振興し、交流人口・関係人口の増加を目指す。

具体的な施策として、以下が掲げられている。

(1) 地域企業への支援

産業間交流、連携などを通じた技術の研究開発や人材育成体制を整備と地元の中小企業の経営安定化を図るため、商工会と連携を図りながら地域企業の振興を支援。

(2) 起業への支援

起業を目指す方に対する新たな支援策の検討と商工会などの関係団体と連携し、地域の特性を生かした起業を支援。

◆【甲佐町の計画に対して商工会が連動できること】

第7次甲佐町総合計画より	商工会が連動できること
「地域資源を生かし、活力にあふれ、にぎわうまち」	地元の魅力あるお店、特産品等販路開拓支援による経営安定化を支援する。DXを促し、自社の競争力を高め生産性向上を支援する。
起業家への支援や新産業の創造・育成、既存企業の育成・振興	商工業者の経営力の向上支援、事業継続支援、事業承継支援を行う。甲佐町スタートアップ企業等応援施設（仮称）整備事業（※）の支援と地域の新たな創業者の育成を支援する。

※甲佐町の地域経済の活性化と関係人口・定住人口の増などさらなる町の活性化を図ることを目的に、スタートアップ事業者を含め起業希望事業者の受け皿となる貸オフィス、貸テナントを整備する。

②課題

◆小規模事業者の経営力向上支援が必要

- ・近年隣町には大型ショッピング施設ができ、町内にはチェーン店スーパーやドラッグストア等の大型店が進出してきており、地域の小規模事業者にとっては、厳しい経営環境が続いているため、大手企業等に対抗するためには、小規模事業者ならではの獨創性、強みを活かした経営力の向上を行わなければならない。
- ・当会が支援する小規模事業者は、主に個人経営等の事業者が中心であり、高齢化も進んでいる状態であり、事業計画策定や経営分析等を行わずに成り行き経営になっている事業者も少なくない。
- ・支援者側の客観的立場から事業者の強み等の潜在力を引き出し、経営力向上の支援を行うことが重要である。

◆売れる商品・特産品等の支援が必要

- ・甲佐町では小規模事業者等が作った商品を甲佐ブランド「こうさんもん」として認定しているものの、広く認知された特産品がない状況である。また、新商品開発した事業者や創業者等が、より良い商品（売れる商品）を作るための商品の「磨き方」に迷っている方も多く存在している。
- ・小規模事業者は、自社の思い込みで商品等をつくることも多く、消費者・市場ニーズに合わず、売上に繋がっていないケースも多い。
- ・消費者の購買範囲が広がってきていることから、自社の店舗等だけでは商圏が限られているため、新たな販売チャネルの模索や魅力ある商品に向けて商品のブラッシュアップをしていく必要がある。

◆生産性向上・人手不足に対するDXの活用の対応が急務

- ・急激な社会変化や経営者の高齢化により、インターネットやスマートフォンへのビジネス対応やキャッシュレス決済、デジタル技術を活用した効率化などについていけない事業者も多い。
- ・町内には人手不足の状況にある事業者が多いため、DXを取り入れた生産性の向上や販促開拓等に取り組む必要がある。このことは、小売業や建設業など幅広い業種で取り組みが必要とされており、それに向けた支援が必要となっている。

◆事業承継・創業者育成支援が必要

- ・経営者の高齢化による廃業の増加が進んでいることや、就業者の町外への流出が年々増加傾向にある。そのため、甲佐町の第7次総合計画にもあげられている通り、後継者や創業者への育成支援が必要である。

(2) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

● 10 年程度を見据えた小規模事業者に対する振興の在り方

甲佐町の今後 10 年を見据えると、経営者の高齢化、相次ぐ大型店の出店やチェーン店、ネット社会の対応など小規模事業者を取り巻く経営環境は、更に厳しくなっていくと思われる。

地域の現状と課題を踏まえ、甲佐町の総合計画における産業振興を見据えながら、地域経済を支える小規模事業者の持続的発展に向けて、今後 10 年を見据えた振興のあり方について、①②③が必要と考える。

- ① 小規模事業者が競争力を高めて、独自性を持った魅力的な事業者となれるよう、事業者の潜在力を引き上げ、経営力向上支援を行い、小規模事業者の発展と甲佐町の振興に繋げる。
- ② 小規模事業者が限られた経営資源を有効活用できるよう、DX の推進を図り、生産性向上や販路開拓支援を行い、事業者の事業継続を支援する。
- ③ 新たな創業者の育成と円滑な事業承継により、事業者の新陳代謝を促進し、商工業の発展と甲佐町の振興に寄与する。

(3) 経営発達支援事業の目標

甲佐町の地域経済活性化に向けた小規模事業者の経営基盤の安定化に向けた取り組みとして、以下の目標を掲げる。

- | |
|--|
| 目標① 小規模事業者の持続的な成長発展のための経営力向上支援及び、地域ブランドの認知度向上や魅力ある商品づくりによる販路開拓支援 |
| 目標② 経営資源の効果的な活用による生産性向上の支援 |
| 目標③ 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、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 |
| 目標④ 事業承継による新陳代謝の促進及び、創業促進で地域内活性化の創出 |

2. 経営発達支援計画の実施期間、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

方針① 小規模事業者の持続的な成長発展のための経営力向上支援及び、地域ブランドの認知度向上や魅力ある商品づくりによる販路開拓支援

- ・小規模事業者の自己変革力を高め経営基盤の底上げを行い、地域全体で持続的発展の取組みへ繋げていかなければならない。そのため、事業者に対し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、「地域経済動向分析」、「需要動向分析」、「経営分析」を通じて本質的課題を反映させた実現可能な事業計画策定を支援する。
- ・上記の分析を生かし、個々の事業者が独創性を持ち他社との差別化に向けて「事業計画策定」やフォローを行うと共に、自走化を目指し、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。
- ・甲佐ブランド「こうさんもん」又は売れる商品づくりに向けて小規模事業者の販路開拓を支援する。

方針② 経営資源の効果的な活用による生産性向上の支援

- ・消費者動向の変化、キャッシュレス決済や SNS 広告の普及、人手不足など、社会環境が変化しているため、小規模事業者においても、経営資源を効果的に活用しなければならない。
- ・限られた経営資源を有効活用していくために、小規模事業者に対して DX 推進を行うなど生産性向上支援を図る。

方針③ 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、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。

方針④ 事業承継による新陳代謝の促進及び、創業促進で地域内活性化の創出

- ・円滑な事業承継を行うため、承継先支援・課題抽出など承継計画策定を支援するため、甲佐町、(株)肥後銀行、(株)日本政策金融公庫、熊本県商工会連合会と連携し、熊本県商工会連合会特任支援課のサポートにより事業承継支援を行う。また、事業承継引き継ぎ支援センターへの引継ぎ支援を行う。事業承継にかかる補助金等も同時に支援し、事業承継の円滑化を図り事業者の新陳代謝を促す。
- ・令和7年4月にオープンする甲佐町スタートアップ企業等応援施設(仮称)事業の起業者支援と創業者育成支援として、創業者に対する「創業セミナー」の開催、事業計画策定支援等を行うことで地域内の創業を促し、町内の活性化及び従業員率の向上を図る。

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】

地域の経済動向については、全国商工会連合会が行う「小規模企業景気動向調査」を実施し、四半期ごとの報告書は各事業所に配付している。また、「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回公表している。

【課題】

「RESAS」により地域の経済動向分析を実施しているが、商工会独自調査を実施していなかった。小規模事業者に対して、よりの確な支援を行うためには、当会独自の調査を行い、甲佐町の小規模事業者の「経営状況や景況感」について集計分析する必要がある。

(2) 目標

	公表方法	現行	R7年度	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度
①経済の動向分析の公表回数	HP掲載	1回	1回	1回	1回	1回	1回
②景気動向分析の公表回数	HP掲載	—	1回	1回	1回	1回	1回

※現行は令和6年3月末時点の実施数

(3) 事業内容

①国のビッグデータ「RESAS」等による地域経済動向分析

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」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
- ・その他、『流動人口』や『消費傾向』など
⇒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

当域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】

経営指導員等が巡回・窓口相談時に、商工会独自のヒアリングシートを使用し、聞き取り調査を行い、回収したデータを整理し、外部専門家等と連携し分析を行う。

【調査対象】

記帳代行事業者を含め、甲佐町内の小規模事業者20社（建設業、製造業、卸売・小売業、飲食業、サービス業）の調査を行う。

【調査項目】

- ・事業の景況（売上高、仕入高、経常利益、資金繰り、雇用、賃金、今後の見通し、設備投資など）
- ・経営上の課題や問題点
- ・今後の支援策などの要望
- ・事業承継関連調査 事業承継ヒアリングシート（承継の時期、承継者の有無、相談有無 事業譲渡・事業譲受の確認等）

（4）調査結果の活用

分析した経済動向及び景気動向の結果は、本会ホームページに掲載・公表し広く域内事業者等に周知する事で経営課題の把握や今後の事業計画の策定に活用してもらう。

また、経営指導員等が巡回指導や各種支援を行っていく際の参考資料として活用する。

4. 需要動向調査に関すること

（1）現状と課題

【現状】

これまでは全国展開支援事業をはじめとした補助事業において実施していたが、近年は新型コロナウイルスの関係でイベント自体が中止となり実施できていなかった。

【課題】

地域住民の年齢の変化など消費者ニーズや嗜好が変化していくにもかかわらず、小規模事業者の多くは、自社の経験や思い込み、自社が作れるものを基準とした商品づくりを行う傾向があり、市場ニーズと合わずに売上成果に繋がらないケースが散見される。

さらに、小規模事業者が自ら需要動向できない又は思いつかないケースも多々あるため、当会において需要動向調査を支援し、商圏の消費者の声を取り入れ、プロダクトアウトでなくマーケットインの考えを浸透させ、消費者ニーズに合った売れる商品開発、改良について気づきを与えながら提案していく必要がある。

(2) 目標

	現行	R7年度	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度
アンケート調査対象事業者数	—	3者	3者	3者	3者	3者

(3) 事業内容

消費者の意見を取り入れたマーケットインの考え方を取り入れ、魅力ある「売れる商品」づくりを支援するため、甲佐町の小規模事業者の商圏内で開催される甲佐町観光物産展において小規模事業者の商品等を飲食又は、使用してもらい、その場で商品に対するアンケート調査を行う。また、当該調査の分析結果を事業計画に反映する。

【調査対象】 商品開発、商品改良に取り組む管内事業者3者

具体的には、特産品の開発又は、他社と差別化を図る独自性のある商品の開発、改良に取り組む者

【調査手法】

イベント会場にて、経営指導員等が試食や試供後にヒアリングの上、アンケート調査を行う。なお、飲食品は試飲・試食、サービス品は体験、商品は試用等を行う。

【サンプル数】

イベント来場者のうち30人

【調査項目】

味の評価・パッケージ（ネーミング）の印象・価格の適正・数量重量の適正度・満足度・購入意欲他

(4) 調査結果の活用

調査結果は、必要に応じて専門家の助言を取り入れ、経営指導員等が対象事業者にフィードバックし、今後の商品改良等を支援する。

調査結果データを活用し、課題の抽出を行い、今後の事業計画策定に繋げ有効活用する。

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

これまで経営状況分析については、融資の設備投資や条件変更、経営革新や持続化補助金の申請の際など、必要な場合にのみ支援を行ってきたが、経営状況の分析及び自社の強みによる課題など本質的な課題の抽出や提案までは行っていない。

【課題】

物価高、仕入高の状況下で、経営状況が大きくマイナスに転じている事業者が増えてきている中、経営分析の必要性は以前にも増して大きくなっている。経営基盤が脆弱な小規模事業者は、自社の強み・弱みを十分に把握し、この難局を乗り切らなければならない。

今後は、経営分析の必要性を「対話と傾聴」を通じて十分に理解させ、財務分析、自社の強み・弱みの分析を通じて本質的な課題を把握し具体的な事業計画の策定が必要である。

(2) 目標

内 容	現行	R7年度	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度
①セミナー開催数	1回	1回	1回	1回	1回	1回
②経営分析事業者数	20者	20者	20者	20者	20者	20者

(3) 事業内容

①経営分析を行う事業者の発掘

地域の経済動向調査（景気動向分析）及び需要動向調査を実施した小規模事業者、それ以外に、巡回相談や窓口相談等を通じて、売上向上を図る事業者・販路拡大を目指す事業者等を中心に事業計画策定支援が必要な小規模事業者の掘り起しを行う。

なお、経営分析については、対話と傾聴を通じて、小規模事業者自らが本質的な課題を抽出し、強み等の気づきを与えるきっかけの場を、セミナー等を通して行う。

【募集方法】

チラシの作成、ホームページ・会員通知による広い周知、巡回・窓口相談時の案内他

②経営分析の内容

【対象者】

セミナー参加者の他、以下の小規模事業者の中から、意欲的で販路拡大の可能性の高い事業者や事業承継支援の必要とする者に対し実施する。

- ・売上向上を図る事業者
- ・新商品・新サービスで販路拡大を目指す事業者
- ・経営改善が必要だと判断した事業者
- ・事業計画策定に意欲的な事業者
- ・記帳指導事業者

【講 師】 中小企業診断士等

【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：収益性、安全性、成長性等の財務指標により業種平均等と比較し、財務上の強みと弱みを把握する。
- ◆非財務分析：下記項目について、対話を通じて、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
<ul style="list-style-type: none">・商品、製品、サービス・仕入先、取引先・人材、組織・技術、ノウハウ等の知的財産・デジタル化、IT活用の状況・事業計画の策定・運用状況	<ul style="list-style-type: none">・商圏内の人口、人流・競合・業界動向

【分析手法】

抽出財務分析は経済産業省の「ローカルベンチマーク」、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、経営指導員等が分析を行う。

なお、非財務分析はSWOT分析（クロスSWOT分析）のフレームを活用して整理する。

(4) 分析結果の活用

- ・上記分析の結果は、当該分析事業者に対してフィードバックを行う。
- ・解決すべき財務的経営課題と外部的・内部的経営課題を把握することで、小規模事業者の経営改善及び事業再構築等の方向性や課題解決策を明らかにするとともに、実現の可能性が高い事業計画策定の基礎として活用する。
- ・同業他社との数値や自社の目指すべき数値を基に、対話と傾聴を重ね自社の経営課題と目指すべき姿を見つめ、事業計画の重要性に気づきを与える。
- ・専門的な課題やより深い分析が必要な場合は、熊本県商工会連合会の専門家等と連携し、小規模事業者の抱える経営課題に対してサポートを行う。

6. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

当会において、これまで事業計画書作成セミナーを開催してきたものの参加者が少なく、事業計画書策定の意義や重要性の理解が得られていないことが多い。小規模事業者は、日々の営業活動に追われていることが多いことから、自ら事業計画を策定する事業者は殆どいない状況であり、当会の事業計画策定支援においても、金融斡旋や補助金申請のための事業計画策定支援となっている。一時的な成果はあるものの、一過性の事業計画策定で終わっているケースも少なくない。

【課題】

今日の急変する経営環境を乗り越えるためには、小規模事業者が自身の強みや弱みを把握した上で、今後の経営ビジョンや消費者ニーズに沿った事業計画策定が求められる。そのためには、事業計画策定の意義を理解してもらい、適切な事業計画の策定が必要となる。

(2) 支援に関する考え方

- ・事業計画策定の必要性を理解してもらうため、対話と傾聴を通じ、自らの経営分析を通じて、事業者が自社の強み等や弱み等の本質的課題を把握した上で、事業者自らが、当事者意識を持って事業計画策定に能動的に取り組めるよう、経営者の内発的動機付けを行う。
- ・事業計画策定支援前段階において、小規模事業者の競争力の維持・強化に向けて販路開拓や生産性向上を図るため、より実現性の高い事業計画の策定に寄与することができるよう、DXに向けたセミナーを行い経営改善への取り組みを支援する。
- ・創業者等の育成については、より丁寧な伴走支援を行う。また、事業承継支援が必要な小規模事業者に対しては、甲佐町、(株)肥後銀行、(株)日本政策金融公庫、熊本県商工会連合会と連携し、熊本県商工会連合会特任支援課のサポートにより事業承継計画策定支援を行う。

(3) 目標

内容	現行	R7年度	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度
①DX 推進セミナー	—	1回	1回	1回	1回	1回
②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	10者	10者	10者	10者	10者	10者
③創業セミナー	1回	1回	1回	1回	1回	1回
創業計画策定事業者数	—	2者	2者	2者	2者	2者
④事業承継個別相談会	12回	12回	12回	12回	12回	12回
事業承継計画策定事業者数	—	2者	2者	2者	2者	2者

(4) 事業内容

①「DX推進セミナー」の開催

DXに関する意識の醸成や基礎知識習得のためのセミナーを開催し、DXに向けたITツール導入やWebサイト構築等の取組を推進する。また、セミナー受講者の中から、取組み意欲の高い事業者に対しては、経営指導員等による個別相談対応や、経営指導を行う中で必要に応じて専門家派遣を実施する。

【支援対象】 デジタル技術を用いた経営に関心が高いDX推進希望事業者及び、経営分析を行った事業者

【募集方法】 商工会HP、募集チラシの配布周知、経営分析を行った事業者への声掛け

【講師】 IT専門家

【開催回数】 年1回

【参加者数】 5名程度/回（令和7年度～令和11年度）

【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
- ・SNSを活用した情報発信手法
- ・ECサイト構築支援、ECサイト利用方法等

②「事業計画策定セミナー」を開催

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、必要に応じて専門家と連携し、事業計画策定支援を行う。

経営分析を行った事業者及び事業計画策定に関心のある事業者に対し、地域経済動向調査、需要動向調査、経営分析で行った調査結果を活用し事業者が抱える課題解決に繋がる事業計画策定を行う。

【支援対象】 経営分析を行った事業者及び事業計画策定に関心のある事業者

【募集方法】 経営分析を行った事業者への声掛け、商工会HP、募集チラシの配布周知

【講師】 中小企業診断士等

【開催回数】 年1回

【参加者数】 5名程度/回（令和7年度～令和11年度）

【カリキュラム】 自社の強み・弱み・課題の抽出、事業アイデアや販促計画の作り方等

③創業セミナーの開催

甲佐町の総合振興計画にも掲げている地域の特性を生かした創業者の育成を目指して、甲佐町と連携して支援を行う。創業者の多くは、実際には近隣の市町村で創業される方も多いため、必要に応じて上益城広域連携事業を通してセミナーを開催する。

【支援対象】 創業予定者及び創業5年未満の小規模事業者

【支援手法】 創業塾受講者や創業融資希望者に対し経営指導員等による創業計画策定支援を行う。また、必要に応じて専門家と連携し、支援を行う。

【募集方法】 商工会ホームページ、募集チラシの配布周知

【講師】 外部専門家、有識者、起業家

【開催回数】 年1回

【参加者数】 2名程度/回（令和7年度～令和11年度）

【カリキュラム】 事業計画策定、販売促進、資金調達、税務、創業者体験談ほか

④事業承継個別相談会

事業承継支援については、経営分析を行った者、窓口、巡回時にヒアリングを行い事業承継が必要な事業者の掘り起こしを行う。月に1回、熊本県商工会連合会特任支援課による事業承継個別相談会を行う。

【支援対象】 後継者有する事業者、事業承継ヒアリングシート等から抽出した事業承継計画策定の意思がある事業者

【支援手法】 承継予定者に対し、甲佐町、(株)肥後銀行、(株)日本政策金融公庫、熊本県商工会連合会と連携し、熊本県商工会連合会特任支援課のサポートを受けながら、経営指導員等が事業承継計画や補助金等の策定支援を行う。

【開催件数】 年間12回

【参加者】 20者程度/回（令和7年度～令和11年度）

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】

現状では、事業計画策定を実施した事業者に対して、継続したフォローアップのヒアリングを随時実施している。事業計画策定は、補助金申請支援に伴う事業計画策定が中心となっている。これまでは必要に応じて不定期でフォローアップを行ってきた。

【課題】

事業策定後のフォローを行わなければ、日々の営業活動に追われる小規模事業者は計画どおりに実行していないことが多い。また、定期的なフォローを通じて、事業計画の進捗状況を把握し、新たな経営課題が生じた場合には事業計画の見直しや、直面した課題の解決支援に速やかに対応する必要がある。

(2) 支援に対する考え方

小規模事業者自身の事業計画であり、やる気や行動に対して内発的動機付けを行う必要がある。そのためには、事業者が自ら行動しチェックできるように経営者自身が「答え」を見いだすこと、対話を通じてよく考えること、経営者と従業員と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り組むことなど、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、自走化に向けて潜在力の発揮に繋げる。

事業計画を策定した事業者に対して、一定の頻度で定期的なフォローアップ回数を設けるが、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。

創業計画や事業承継計画の策定を支援した事業者に対しては、年に4回のフォローアップを行う。

(3) 目標

内容	現行	R7年度	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度
計画策定フォローアップ 対象事業者数	10者	10者	10者	10者	10者	10者
頻度(延回数)	14回	64回	64回	64回	64回	64回
営業利益率3%以上 増加の事業者	—	5者	5者	5者	5者	5者
創業者フォローアップ 対象事業者数	—	2者	2者	2者	2者	2者
頻度(延回数)	—	8回	8回	8回	8回	8回
事業承継フォローアップ 対象事業者数	—	2者	2者	2者	2者	2者
頻度(延回数)	—	8回	8回	8回	8回	8回

(4) 事業内容

事業計画を策定した事業所を対象に、経営指導員等が定期的に巡回し、進捗管理を行い指導・助言によるフォローアップを行う。

創業者・事業承継支援に関しては、事業計画の進捗状況に係る支援だけでなく、経理や税務、労務などの経営全般に関する綿密なフォローアップを行う。

事業計画を策定した事業所10者のうち、訪問回数を増やして集中的に支援すべき6事業者に対しては、年8回の頻度で行い、ある程度順調と判断し訪問回数を減らしても支障ない4事業者に対しては、四半期に1回の頻度で、フォローアップを行う。創業計画を策定した2者と事業承継計画を策定した2者に対しては、年に4回のフォローアップを行う。

なお、進捗状況の遅延他、事業計画との間にズレが生じていると判断し、見直しが必要な場面に至った場合は、経営指導員等や必要に応じて外部専門家等の第三者の意見を求め、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。

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】

これまでは毎年5月または6月に、熊本市内の繁華街において一般消費者を対象に「甲佐町観光物産展」を開催している。また、一般消費者を対象とした「くまもと物産フェア」やバイヤーを対象とした「フードスタイル九州」等に出展した。しかしながら、小規模事業者にとって需要開拓に対するノウハウの欠落や自社の商品・サービスの販促方法や販促ツールの作成能力に乏しいことが現実である。

また、オンラインによる販路開拓に対する関心はあるものの、知識の欠如や人材不足等の理由により、DXに対し何から取り組んで良いかの判断が滞っているためDXに向けた取組が進んでいない。

【課題】

展示会や商談でのバイヤーや一般消費者へのPR不足で、成約に至らないケースが多くある。また、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の余地がある。

今後は、新たな販路の開拓にはDX推進が必要であることを理解・認識してもらい、取組みを支援していく必要がある。

(2) 支援に関する考え方

経営状況の分析、事業計画の策定を支援した事業者やDX推進セミナー、創業セミナーを受講した新たな販路開拓に意欲的な事業者を中心に支援を行う。

事業者の規模や段階にあった展示会等を検討する。地元での販路開拓は、びふれす広場での「甲佐町観光物産展」、熊本駅前で開催される「くまもと物産フェア」、九州又は全国規模を目指す場合は「フードスタイル九州」等への出展支援とする。

出展に際しては、経営指導員等が商談の事前準備・事後のバイヤーへのフォローの仕方など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、DXの取組については、社会情勢が大きく変わったここ数年は、町内においても、DX販促に取り組んだ事業者と、そうでない事業者の差が顕著に現れてきている。

今後は、新たな販路の開拓には、DX推進が必要であることを理解・認識してもらい、取組みを支援していく必要がある。DX推進セミナー開催により、データに基づく顧客管理や販売促進、SNS情報発信、ECサイト利用等の相談対応を行い、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

内容	現行	R7年度	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度
①甲佐町観光物産展 事業者数	13者	13者	13者	13者	13者	13者
売上額/者	7.0万円	7.5万円	7.5万円	7.5万円	7.5万円	7.5万円
②くまもと物産フェア	1者	1者	1者	1者	1者	1者
売上額/者	9.5万円	10万円	10万円	10万円	10万円	10万円
③フードスタイル九州等 への出展事業者数	—	2者	2者	2者	2者	2者
成約件数/者	—	1件	1件	1件	1件	1件
④SNS・IT活用事業者数	—	5者	5者	5者	5者	5者
売上増加率/者	—	5%	5%	5%	5%	5%

(4) 事業内容

①甲佐町観光物産展への出展事業 (BtoC)

熊本市の「びふれす広場」において、「甲佐町観光物産展」を5月もしくは6月に開催し、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。

【手段方法】

当会にてブースを準備し、出展支援や販路開拓支援を行う。また、展示販売会では試食等を通じて商品に対するアンケート調査を行い、直接消費者の声が聴けるため商品ブラッシュアップにも繋げる。

②くまもと物産フェアへの出展事業 (BtoC)

熊本県内最大級の物産展である「くまもと物産フェア」(主催：熊本県商工会連合会)は、県下商工会・農業団体・物産振興団体等と協同して開催されている。

当会の関連業種の事業者や事業計画策定事業者に対して、物産フェアへの出展の紹介を行い、出展する事業者に対しては、販路開拓の継続的な支援を実施する。

【手段方法】

熊本県商工会連合会でブースを準備し、出展支援や販路開拓支援を行う。

また、展示販売会では試食等を通じ、直接消費者の声が聴けるため商品ブラッシュアップにも繋げることができる。

③フードスタイル九州等の商談会への出展 (BtoB)

九州の農林水産物・加工食品を国内外に発信し、地場食品関連産業の更なる売上向上、販路拡大及び地域経済振興を目的にしている展示・個別商談会であり、例年、2日間で16,000名程の来場があり、個別商談も実施される展示商談会である。広域な販路開拓を目指す事業者の出展支援を行う。

【手段方法】

熊本県商工会連合会でブースの取りまとめをしている。

当会の関連業種の事業者や事業計画策定事業者に対して、フードスタイル九州等への出展案内を行い、出展する事業者に対しては、商談会でのプレゼンテーションが効果的になるよう外部専門家と連携し、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。

④SNS・ITの活用

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、事業計画を作成した事業者を対象に、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。

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】

外部有識者等で構成する甲佐町経営発達支援事業評価委員会を毎年1回開催し、事業成果の評価、見直しを図っており、その後ホームページで公表している状況である。

【課題】

事業評価委員会を通じて、評価委員より有益なアドバイスを頂いて、評価後の職員間による情報共有しているが、事業者への周知についても不十分な点が見られた。職場全体において経営発達支援事業について情報共有を強化し、事業のPDCAサイクルの実施体制を強化していく必要がある。

(2) 事業内容

甲佐町地域振興課長、法定経営指導員、外部有識者として中小企業診断士等をメンバーとする「経営発達支援事業評価委員会」を原則1年に1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。当該評価会の評価結果は、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】

熊本県商工会連合会が開催している具体的な経営改善支援手法等の研修会へ参加していることに加え、各種支援団体の開催する研修会や地区内職員協議会の研修会に積極的に参加し、経営支援能力の向上に努めている。

【課題】

小規模事業者の課題は多岐に渡る上、職員間で支援能力にバラつきがあるため、事業者支援に必要な情報を共有した上で、支援体制の構築と職員の資質向上に努めることが課題である。また、生活様式の変容によりDXに関連する相談が増えている中、職員もDXに関連した支援スキルの習得が急務である。

(2) 事業内容

①外部講習会等の積極的活用

(ア) Off-JTによる支援能力の強化

全職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主催する「経営支援能力向上セミナー」の受講に加え、中小企業整備基盤機構や中小企業大学校人吉校等の教育機関が主催するセミナーへの参加を優先的に実施する。

(イ) DX推進に向けたセミナー参加

小規模事業者のDX推進に対応するには、職員のITスキルを向上させ、ニーズに合わせた支援を可能にする必要がある。

全職員に不足しているDX関連知識を補えるよう、下記のようなDX関連セミナーについては積極的に参加する。

<業務効率化>

補助金・支援金等の電子申請、クラウド会計ソフト、情報セキュリティ対策、電子マネー商取引システム、AI・IoT活用による生産性向上支援の進め方等

<需要開拓>

SNS活用、Google等ツール活用、ネットショップ運営、販売促進のためのIT活用支援、IT活用支援強化研修等

(ウ) 経営力再構築伴走支援の基本姿勢の習得

小規模事業者と対話を通じた経営課題の掘り下げや自己変革への気づきを与えられるよう、支援者として相応しい基本姿勢スキルの向上を目指す。下記のようなセミナーに積極的に参加し、対話と傾聴のノウハウや、個性の特性に沿った経営課題の抽出および課題解決に向けた提案力を習得する。

<経営力再構築伴走支援に関するセミナー>

コミュニケーションを向上させるため、経営力再構築伴走支援研修、伴走支援のためのロジカルシンキング、事業価値を捉える対話の進め方、ビジネス雑談力の磨き方等のセミナーへ参加して基本姿勢の習得を行う。

②OJT制度の導入

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を積極的に実施することで、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

現在、毎日の朝礼において、支援先の進捗状況や自らが出席した研修会等の内容報告を行っている。支援情報・知識の共有化を図り、事業者への支援力の向上を実行していくために継続し開催する。

④データベース化

担当経営指導員等が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。

11. 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】

平成22年度から、同一郡内の4商工会（上益城郡：嘉島町、御船町、益城町、甲佐町）での広域連携事業に取り組んでいる。広域連携事業では原則毎月1回の指導員会議を開催し、重点支援企業の支援状況や事業計画の進捗状況確認、支援手法等について議論し情報を共有している。

【課題】

各支援機関から得た情報は担当職員のみで把握していることも多く、全職員で共有を図るには不十分であった。商工会全体として小規模事業者への支援ノウハウを効果的に生かされる体制ではないことが課題である。経営発達支援事業を円滑に実施するためにも各支援機関等との連携による情報交換を積極的に図り、その結果が支援先で生かされる体制づくりも必要である。

(2) 事業内容

①広域連携事業商工会との連携

広域連携事業による指導員会議の開催とチームによる企業支援を実施する。毎月1回の指導員会議では、小規模事業者に対する支援の成功事例やノウハウ、同一区域の経済・需要動向等に関しての情報共有を行う。

②日本政策金融公庫や熊本県信用保証協会との連携による支援体制の強化と情報交換

関係機関の担当者と経営指導員が連携して小規模事業者への金融情報や支援ノウハウについて情報交換を行い、支援ノウハウのレベルアップを行い、事業者支援に取り組む。また、小規模事業者の課題解決に向けた専門的な助言をいただく。

Ⅲ. 地域経済の活性化に資する取組

12. 地域経済の活性化に資する取組に関する事

(1) 現状と課題

【現状】

行政と連携し、地元で行われる「あゆまつり（夏祭り）、産業文化祭、緑川スポーツフェスタ、甲佐初市」など地域に活力を与えるイベントや伝統文化の継承を行い町外からの流入人口増加を図っている。

【課題】

イベントの取組により一定の成果が生まれているが、地域経済の活性化に寄与する事を目的として事業に取り組む必要がある。地元の魅力あるお店、特産品づくりの支援や、DXを促し、自社の競争力を高め生産性向上を支援することで、小規模事業者の持続化を図る。また、事業承継支援や甲佐町スタートアップ企業等応援施設（仮称）の支援により、地域の新たな創業者の育成を支援し、地域の賑わいと地元購買力の強化により、地域経済の活性化に取り組む。

(2) 事業内容

①甲佐町スタートアップ企業等応援施設（仮称）事業の支援

令和7年4月にスタートする当事業において甲佐町の地域経済の活性化と関係人口・定住人口の増などさらなる町の活性化を図ることを目的に、スタートアップ事業者を含め起業希望事業者の支援を甲佐町と連携して取り組む。

②甲佐町地域ブランド「こうさんもん」の認定申請支援

甲佐町が推進する地域経済活性化の推進のための地域ブランド「こうさんもん」の認定支援に取り組む。商品の認知度が低いという課題に対しては、当会が「こうさんもん」認定をうけた「ニラ侍」のシールやデザインデータを事業者は無償提供し、商品やリーフレット等へ掲載していただくことで、商品PRのみならず、地域ブランドのPRにつなげる。魅力ある商品群を揃え、各個店が町外から人を呼び込み、滞在時間の延長と交流拡大を図る。

③既存の地域振興事業の充実

ア) あゆまつり …… 7月 実施主体：甲佐町、甲佐町商工会

イ) 産業文化祭 ……11月 実施主体：甲佐町、甲佐町商工会、JA、文化協会

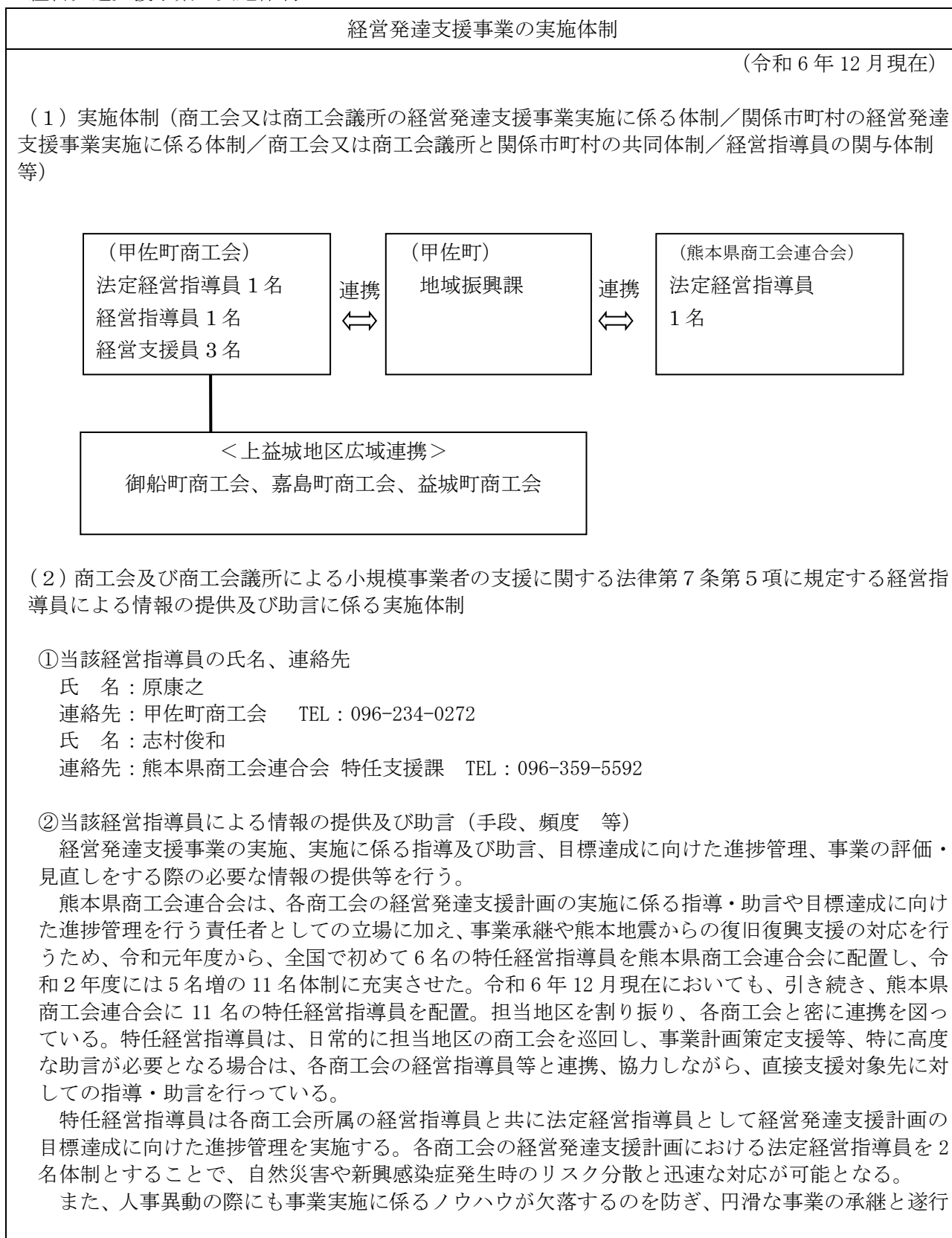
ウ) 甲佐初市 …… 3月 主催：甲佐町商工会

エ) 緑川スポーツフェスタ… 3月 主催：甲佐町

これらのイベントについて商工会は飲食物等の出店取りまとめやイベントの一部運営に携わっている。イベント実施にあたっては、甲佐町や観光協会との打ち合わせ会議を経て地域経済活性化の方向性（交流人口の拡大）を共有して行う。

(別表2)

経営発達支援事業の実施体制



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、当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甲佐町商工会

〒861-4607

熊本県上益城郡甲佐町 719 番地 2

電話：096-234-0272 FAX：096-234-0363 E-mail：kosa@titan.ocn.ne.jp

②甲佐町 地域振興課

〒831-4696

熊本県上益城郡甲佐町豊内 719 番地 4

電話：096-234-1111（代表） 電話：096-234-1154（直通） FAX：096-234-3964（代表）

E-mail：chiiki02@kosa.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)

	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度
必要な資金の額	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000
地域経済動向調査	100	100	100	100	100
需要動向調査	100	100	100	100	100
経営状況の分析	150	150	150	150	150
事業計画策定支援	100	100	100	100	100
事業計画策定後実施支援	100	100	100	100	100
新たな需要開拓支援	1,350	1,350	1,350	1,350	1,350
事業評価委員会	50	50	50	50	50
職員資質向上	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
国補助金、県補助金、町補助金、会費収入、手数料収入、雑収入

(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。

