

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	山鹿商工会議所（法人番号 6330005003257） 山鹿市（地方公共団体コード 432083）
実施期間	2023/04/01 ～ 2028/03/31
目標	経営発達支援事業の目標 小規模事業者の持続的発展支援・事業継続支援 地域資源を活用した地域のにぎわい創出
事業内容	I. 経営発達支援事業の内容 1. 地域経済動向調査に関すること ①地域の経済動向分析（国が提供するビッグデータ）「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 ②管内当所会員の小規模事業者の景気動向等の調査・分析を行う。 2. 需要動向調査に関すること 特産品を活用した新商品を開発するため、イベント等で即売会等を行い、アンケートを実施。集計・分析を行う。 3. 経営状況の分析に関すること 経営分析を行う事業者の発掘と分析の実行支援。分析結果は当該事業者にフィードバック。 4. 事業計画の策定支援 管内事業者及び創業希望者に対する事業計画策定支援を各種専門家と連携し、DX推進による競争力強化を目指す。 5. 事業計画策定後の実施支援 事業計画策定後のフォローアップ計画の明確化、BIZミル（経営支援機関システム）等のツールを活用し、支援情報の共有化を図り、各種専門家と連携し支援を実施する。 6. 新たな需要の開拓支援 展示会・商談会等の事業に伴う、DX推進（SNS情報発信、ECサイトの利用等）の支援を実施。
連絡先	山鹿商工会議所 指導課 〒861-0501 熊本県 山鹿市 山鹿 1 TEL:0968-43-4111 FAX:0968-44-0972

	e-mail:ymg1613@orange.ocn.ne.jp 山鹿市 経済部 商工観光課 〒861-0592 熊本県 山鹿市 山鹿 987-3 TEL:0968-43-1579 FAX:0968-43-8795 e-mail:syohkan@city.yamaga.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

I. 山鹿市の概要

A. 立地と歴史

山鹿市は、熊本県の北部に位置し、市北部を東西に山岳が連なる田園地帯である。鎌倉時代頃は、治所所在地、河港、門前の市場町、温泉町の4つの機能が一体となった主要都市として繁栄していた。また、江戸時代は「湯町」とも呼ばれ豊前街道（薩摩街道）の宿場町、また菊池川（一級河川）の河港として街道と水運が交差する交通上きわめて重要な位置を占め、米の集積地としても栄えてきた。この菊池川流域の米作りのストーリーが平成29年に日本遺産に認定された。

B. 多様な地域資源

現在は、1,000年以上の歴史をもつ温泉をはじめ、中心市街地には、江戸時代の参勤交代路であった豊前街道沿いに、明治の芝居小屋「八千代座」(※1)（国指定重要文化財）や約370年前の肥後細川藩時代からの歴史を持つ山鹿温泉「さくら湯」や山鹿灯籠民芸館など歴史ある建造物が立ち並び、古き良き時代の面影を今に伝え、毎年夏には、熊本県の祭りを代表する「山鹿灯籠まつり」(※2)が行われ多くの人で賑わう観光都市である。

また、山鹿市は温泉を中心とした観光だけでなく、チブサン古墳、弁慶ヶ穴古墳に代表される数多くの装飾古墳群や邪馬台国時代の県内最大の集落遺跡である方保田東原遺跡、大和朝廷によって築かれた鞠智城など多くの国指定史跡を有している。

一方、山鹿市は平成17年に旧山鹿市を取り巻く鹿本町、菊鹿町、鹿北町、鹿央町と合併し新たな山鹿市（人口約59,000人）となり、美しい景観や溪谷が残る山間部は、豊かな自然に恵まれており、キャンプ場をはじめトレッキングコース等体験型観光を楽しめるロケーションが点在するなど豊富な観光資源を有している。



旧山鹿市（当所管轄区域）



現山鹿市の位置

※1 八千代座・・・国指定重要文化財で、現在も歌舞伎公演等行われている明治に建てられた芝居小屋。

※2 山鹿灯籠・・・和紙と少量の糊だけで造られる室町時代からの歴史を持つ「山鹿灯籠」は、平成25年、伝統的工品産業の振興に関する法律に定める伝統的工芸品として、経済産業大臣から指定された。指定は、全国で222品目、熊本県では、小代焼、天草陶磁器、肥後象がんにつき4品目の指定。

Ⅱ. 山鹿市の特徴

A. 人口推移と将来推計

山鹿市の将来推計人口（2015 年～2040 年）の推計を見ると、18 年後の 2040 年には人口が 2015 年と比較して 15,574 人・30%減少する。更に年齢構成を見ると生産年齢人口では、11,181 人 40% 減少し、後期老年人口では、361 人 4%増加する、「人口減少」・「少子高齢化」の社会構造となる。（表 1 参照）

表 1. 山鹿市の将来推計人口（2015 年～2040 年）

年	2015 年	2020 年	2030 年	2040 年	2015-2040 人口増減	2015-2040 増減率(%)
総数	52,264	49,150	42,836	36,690	-15,574	-30%
年少人口	6,332	5,883	4,942	4,161	-2,171	-34%
年少人口割合 (0～14 歳 : %)	12.1	12.0	11.5	11.3	-	-
生産年齢人口	27,866	24,535	20,176	16,685	-11,181	-40%
生産年齢人口割合 (15～64 歳 : %)	53.3	49.9	47.1	45.5	-	-
老年人口	18,066	18,732	17,718	15,844	-2,222	-12%
老年人口割合 (65 歳以上 : %)	34.6	38.1	41.4	43.2	-	-
後期老年人口	10,241	10,237	11,517	10,602	361	4%
後期老年人口割合 (75 歳以上 : %)	19.6	20.8	26.9	28.9	-	-

資料：国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口（平成 30 年 3 月推計）」

山鹿商工会議所管内における将来推計人口（2015 年～2040 年）

	2015 年	2020 年	2030 年	2040 年	2015-2040 人口増減	2015-2040 増減率 (%)
管内人口	30,786	29,639	25,830	22,124	-8,662	-28%

資料：2021 年 6 月の住民基本台帳より推計

B. 山鹿市の産業構造・産業特性

山鹿市の産業構造・産業特性は、産業（大分類）別 15 歳以上就業者数及び地区別構成比から次の事が分かる。（表 2 参照）

- ・第一次産業の就業者数は、山鹿市全体では、3,761 人（全就業者数の 15.42%）と少なく、また地区ごとの各地区内構成比から周辺地区に比べ山鹿地区の第一次産業就業者数割合は 9.61%と他の地区（鹿北、菊鹿、鹿本、鹿央）と比較して最も少ない。
- ・第二次産業の就業者数は、山鹿市全体では、6,324 人（全就業者数の 25.94%）であり、その内の約半数は山鹿地区で占めており、更に業種は「製造業」、「建設業」で第二次産業全体の 99.34%と極めて高いといえる。
- ・第三次産業の就業者数は、山鹿市全体では、14,084 人（全就業者数の 57.76%）と最も多く、また山鹿地区における第三次産業就業者数は 63.28%と非常に高いといえる。

表 2. 産業（大分類）別 15 歳以上就業者数及び地区別構成比（単位：就業者数一人 構成比―％）

産業大分類	山鹿市全体 就業者数	山鹿地区 就業者数	山鹿地区 内構成比	鹿北地区 内構成比	菊鹿地区 内構成比	鹿本地区 内構成比	鹿央地区 内構成比
就業者数	24,382	13,688	56.14	28.24	11.71	15.64	8.79
第一次産業合	3,761	1,316	9.61	9.73	27.64	13.13	29.98
第二次産業合	6,324	3,583	26.18	25.85	25.34	29.79	19.45
建設業	1,802	998	7.29	9.10	8.15	7.23	6.09
製造業	4,480	2,567	18.75	16.06	17.05	22.40	13.31
その他	42	18	0.13	0.69	0.14	0.16	0.05
第三次産業合	14,084	8,662	63.28	45.18	47.03	57.08	50.57
卸売業・小売業	2,912	1,814	13.25	8.94	7.41	13.19	10.48
宿泊業・ 飲食サービス	1,191	825	6.03	3.99	3.53	3.31	3.12
生活関連サー ビス業、娯楽業	923	581	4.24	3.30	2.75	3.63	3.07
その他	9,058	5,442	39.76	28.95	33.34	36.95	33.90

資料：令和 2 年国勢調査

表 3. 産業（大分類）・従業者規模別全事業数

（単位：事業所）

	大分類	山鹿市 全体①	山鹿市全 体の割合 ①/2,351	山鹿地区 ②	山鹿地区の割合 ②/1,531
産業別	全産業	2,351	100%	1,531	100%
	農林漁業	47	2.00%	19	1.24%
	鉱業、砕石業、砂利採取業	1	0.04%	0	0.00%
	建設業	226	9.61%	126	8.23%
	製造業	180	7.66%	92	6.01%
	電気・ガス・熱供給・水道業	6	0.25%	6	0.39%
	情報通信業	4	0.17%	4	0.26%
	運輸業、郵便業	51	2.17%	30	1.96%
	卸売・小売業	591	25.14%	390	25.47%
	金融・保険業	28	1.19%	23	1.50%
	不動産業、物品賃貸業	64	2.72%	50	3.27%
	学術研究、専門・技術サービス	50	2.13%	44	2.87%
	宿泊業、飲食サービス業	308	13.10%	251	16.39%
	生活関連サービス業、娯楽業	275	11.70%	197	12.87%
	教育、学習支援業	65	2.76%	35	2.29%
	医療・福祉	206	8.76%	130	8.49%
	複合サービス業	30	1.28%	14	0.91%
	サービス業（他に分類されないもの）	191	8.12%	102	6.67%
	公務	28	1.19%	18	1.18%
従業者規模別	1～4人	1,375	58.49%	910	59.44%
	5～9人	463	19.69%	297	19.40%
	10～19人	295	12.55%	180	11.76%
	20～29人	99	4.21%	66	4.31%
	30人以上	112	4.76%	75	4.90%
	派遣従業員のみのみ	7	0.30%	3	0.20%

資料：平成 26 年度経済センサス基礎調査

更に、産業（大分類）・従業者規模別全事業所数から次の事が分かる。（表 3 参照）

- ・全事業所の内、65.12%は山鹿地区にある。
- ・第二次産業では、「建設業」、「製造業」の順で多く、全産業事業所数の 17.27%を占める。
- ・第三次産業では、「卸売・小売業」、「宿泊業、飲食サービス業」の順で多く、山鹿市全体の全産業事業所の 38.24%を占める。
- ・従業者規模別にみると、従業員数 4 人以下の事業所では、山鹿市全体の全産業事業所数の 58.49%となっており、19 人以下では 90.73%と、小規模事業者の割合が高いことが分かる。
- ・上記の点については、当所の管轄エリアである山鹿地区においても同じことが言える。

山鹿市全体及び山鹿地区の観光関連産業（地域生活消費を含む）及び生活関連産業の売上額及び事業所数についてみると、

① 宿泊・飲食サービス	308 事業所	69 億円（内山鹿地区	251 事業所	56 億円）
② 生活・サービス・娯楽	275 事業所	195 億円（内山鹿地区	197 事業所	140 億円）
③ 卸・小売業	591 事業所	698 億円（内山鹿地区	390 事業所	461 億円）

上記より、売上額は山鹿市全体 2,051 億円の内、山鹿地区における上記の①②③の売上額は 657 億円と 32.0%を占める。同じく事業所数では山鹿市全事業所 1,174 事業所の内、山鹿地区 838 事業所と全体の 71.4%を占めている。

※山鹿市全体の売上額は、平成 26 年経済センサス - 活動調査。

産業大分類別事業所の売上（収入）金額試算値及び山鹿地区の売上高については、上記の試算値を表 3 の事業所数比率から試算

また、表 2 の山鹿地区就業者数を表 3 の山鹿地区事業所数で産業別に割り、1 事業所当たりの平均従業者数について、事業所数上位 3 業種を見てみると、

①卸・小売業	平均従業者数	4.7 人
②宿泊・飲食サービス	平均従業者数	3.3 人
③生活・サービス・娯楽	平均従業者数	2.9 人

このことから、山鹿地区における上記①②③の業種においては、小規模事業者の割合が高いことがわかる。

以上より、山鹿市の外貨獲得産業としての観光産業、及び市民の生活を支える生活関連産業があげられ、その大部分は、小規模事業者によって構成されている。

Ⅲ. 山鹿市の観光産業の概要

山鹿市の観光産業の売上げを支えている観光入込客数の推移から次の事が分かる。（表 4 参照）

- ・近年の山鹿市全体の観光客数は、平成 30 年と令和元年には 410 万人を超えており、増加傾向にあったが、新型コロナウイルスの影響により、令和 2 年には 275 万人と前年比 33.6%の減少となっている。
 - ・月別観光入込数から、新型コロナウイルスの影響が出る以前は特に 8 月の入込数が他の月と比べて多いことが分かる。これは毎年 8 月に開催される「山鹿灯籠祭り」によるものと考えられ、令和 2 年から 3 年間開催中止となり大きな影響を受けている。
 - ・熊本県の観光入込客数の県内、県外比率を見ると、熊本県全体では県外客が 8 割を占める状況であるのに対し、山鹿市では県内客と県外客の割合はほぼ同様の割合となっている。（熊本県観光統計）また、山鹿市及び熊本県の宿泊客数においては、どちらもほぼ同様に全体の 1 割に留まっている。このことから、山鹿市を含め県全体として、通過型の観光地及び近隣県からの日帰り旅行の目的地として捉えられており、宿泊率をいかにして伸ばすかが観光産業の課題ともいえる。
- なお、山鹿市の観光産業を構成する業種として、旅館業、運輸業、土産品等製造業・小売業、及び飲食業や娯楽・サービス業などがあげられる。

(表 4)

観光客入数

単位:人・%

	平成30年			平成31年			令和2年			対前年増減率		
	計	日帰	宿泊	計	日帰	宿泊	計	日帰	宿泊	計	日帰	宿泊
総数	4,107,575	3,795,316	312,259	4,153,000	3,830,479	322,521	2,757,830	2,580,044	177,786	▲ 33.6	▲ 32.6	▲ 44.9
1月	341,246	318,248	22,998	346,545	323,024	23,521	292,331	272,422	19,909	▲ 15.6	▲ 15.7	▲ 15.4
2月	310,938	288,086	22,852	325,246	301,667	23,579	262,760	247,948	14,812	▲ 19.2	▲ 17.8	▲ 37.2
3月	360,433	334,337	26,096	362,314	336,599	25,715	246,571	240,502	6,069	▲ 31.9	▲ 28.5	▲ 76.4
4月	349,191	326,870	22,321	353,587	330,242	23,345	171,529	169,445	2,084	▲ 51.5	▲ 48.7	▲ 91.1
5月	370,870	344,505	26,365	390,718	361,317	29,401	189,806	187,707	2,099	▲ 51.4	▲ 48.0	▲ 92.9
6月	298,197	277,805	20,392	320,463	299,007	21,456	190,045	186,759	3,286	▲ 40.7	▲ 37.5	▲ 84.7
7月	318,666	293,850	24,816	316,053	290,833	25,220	196,410	189,773	6,637	▲ 37.9	▲ 34.7	▲ 73.7
8月	388,022	348,870	39,152	378,351	334,508	43,843	237,582	221,837	15,745	▲ 37.2	▲ 33.7	▲ 64.1
9月	331,748	308,752	22,996	336,720	313,451	23,269	224,751	202,120	22,631	▲ 33.3	▲ 35.5	▲ 2.7
10月	345,973	318,501	27,472	351,144	324,164	26,980	250,302	223,052	27,250	▲ 28.7	▲ 31.2	1.0
11月	358,406	329,498	28,908	341,998	313,605	28,393	257,214	228,189	29,025	▲ 24.8	▲ 27.2	2.2
12月	333,885	305,994	27,891	329,861	302,062	27,799	238,529	210,290	28,239	▲ 27.7	▲ 30.4	1.6

令和3年度 山鹿市観光統計資料

IV. 山鹿市の産業振興計画・施策

2016（平成28）年度に策定した「第2次山鹿市総合計画」は、長期的な展望のもとに山鹿市の将来像を描き、市政運営の基本方針を示すとともに、山鹿市が策定する各種計画の最上位計画となるものである。計画期間は前期5年間と後期5年間に分かれており、「第2次山鹿市総合計画後期基本計画」は、2021（令和3）年度から2025（令和7）年度までを計画期間として策定している。

前期基本計画期間には、2016（平成28）年の「熊本地震」、2020（令和2）年の「令和2年7月豪雨」など自然災害が相次ぎ、地域防災のあり方を抜本的に見直す必要に迫られている。

さらに、2019（令和元）年末から新型コロナウイルス感染症が世界的に大流行し、国内でも数度の緊急事態宣言が出され、市民生活にも大きな影響があった。

その影響で、新しい生活様式を考慮した施策やITを活用した環境整備、サービス提供などが求められている。また、リモートワークの浸透で大都市から地方へ居住を移す動きも広がっている。このような社会・経済情勢の大きな変動を受け、「第2次山鹿市総合計画後期基本計画」では、これからの本市の進むべき方向性を市民の目線で明確に示すこととしている。

観光業については、人口減少や新型コロナウイルス感染症の影響の中でも、観光都市としての持続的発展を目指す。観光業は市の魅力的な歴史や伝統文化を活用しながら、商工業や農業との連携強化を図り、受入態勢を今以上に充実させる必要がある。また、若者の市外流出を防ぎ、定住や雇用の確保を図るために、魅力ある企業の誘致、起業や創業支援など雇用を生み出す仕組みづくりも重要である。

V. 商工会議所のこれまでの地域経済振興・産業振興支援の取組

当商工会議所においては、観光振興、地域のにぎわい創出、経済活性化などの取り組みを行い、下記の事業・調査を行った。

① 平成30年度～現在 空き店舗対策事業

山鹿市内のにぎわい創出を図るため、市内全域を対象に空き店舗を活用して新規出店する際の店舗家賃を支援している。

- ② 令和元年～3 年度 宿泊施設魅力向上支援事業
温泉地「山鹿」のにぎわいを取り戻すため、宿泊観光客の増加を目的に、人材育成や食事メニューの開発などのもてなし向上による受入充実と併せて、環境整備として、トイレの洋式化や施設のバリアフリー化などの事業を支援した。
- ③ 令和元年度～現在 商品券事業
消費税・地方消費税率の 10%への引上げに際し地域経済へのカンフル剤として始めた商品券事業であったが、その後コロナ禍による経済活性化へと目的を移行して現在まで毎年実施している。
- ④ 令和 2 年度～4 年度 店舗改装等魅力向上支援事業
国内外の観光客の誘致や、山鹿市のにぎわい創出のため、改装や設備導入による店舗の魅力向上を図る取り組みを支援した。
- ⑤ 令和 3 年～現在、新型コロナウイルス関連による影響調査の実施
年 3 回定期的に、当所会員に対し、新型コロナウイルスによる地域経済への影響調査を行い、集計分析結果を山鹿市へ報告している。

②. 課題

I. 人口推移からみた現況と課題

- ・山鹿市の昭和 22 年から昭和 30 年までの人口は第 1 次ベビーブームによって出生数が増加し、人口が増加傾向にあったが、平成 7 年をピークに以降人口の流出が進み、平成 17 年には 57,726 人、令和 3 年 3 月末現在の住民基本台帳による総人口は 50,560 人（男性 23,905 人、女性 26,655 人）。と人口減少が続いている。
- ・国立社会保障・人口問題研究所（以下「社人研」という）の推計では、少子化と高齢世代の減少による自然減、若年層の転出による社会減により、令和 42 年には 25,752 人まで人口が減少すると予測されている。また、山鹿市の高齢化率は 30%を超え「超高齢化時代」を迎えている。

II. 産業状況からみた現況と課題

- ・市内総生産（平成 30 年度）の対前年度比は微減である。
- ・山鹿市の観光産業を支える、宿泊・飲食サービス業、小売業、サービス業は新型コロナウイルスにより、インバウンド需要の減少や外出自粛など大きな影響を受けており、経済格差が拡大している。
 - ・世界的に加速する「SDGs」への取組や、ポストコロナ時代に即した「ICT」が浸透しておらず、地域社会を持続させる取り組みが必要。

（2）小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

① 10 年程度の期間を見据えて

現在の山鹿市の人口は 49.6 千人であるが、国立社会保障・人口問題研究所の将来推計人口によると、10 年後には 5 千人減の 44.0 千人に減少すると予測されている。人口減少や高齢化が進み、後継者不在等から廃業が増える事が予想される中、後継者育成はもとより事業承継や創業のマッチングなどにより事業者の減少を食い止める。

また、地域の小規模事業者が長期的に持続可能な経営を目指すため、社会情勢や経営環境の変化にも対応できる事業者を育成・支援することで、経営力の向上につながり、引いては地域経済の発展に資すると考えている。

②山鹿市総合計画との連動性・整合性

「第2次山鹿市総合計画後期基本計画」では、5つの基本目標を定め、その1つに「地域資源を活用した産業の振興と雇用の創出」を掲げている。

この基本目標では、新型コロナウイルス感染症の拡大により影響を受けた地域経済を回復し、成長軌道に復帰させるためにも、豊かな地域資源（人・自然環境・歴史文化・農林産物など）を生かした経済発展は欠かせないものとしており、山鹿の個性ある産業群が多様な雇用機会を提供し、地域を支える原動力となるよう、既存の枠組みにとらわれない、山鹿独自の産業の育成を目指している。また、労働力人口が減少する中で、女性や高齢世代の活躍が求められている。このため、女性や高齢者、障がい者など多様な人材が多様な生き方、働き方を選択できる環境づくりを進めるとしている。

目標達成には、地域経済を牽引し雇用を創出する小規模事業者の役割は大きい。地域における人口減少は、経営者の高齢化に伴い廃業が増えるなど、地域の需要のみならず小規模事業者の事業活動にも影響を与えている。地域経済の担い手である小規模事業者が力強く存続することが活力あふれる“ふるさと山鹿”を築いていく。

この山鹿市の歴史・伝統・文化を次世代に継承しながら、少子高齢化による人口減少がもたらす事業者の減少に歯止めを掛け、BCP計画を浸透させることで、自然災害等に対処し、地域事業者の経営力強化に向けて取り組んで行く。

③山鹿商工会議所としての役割

- ・小規模事業者の持続的発展支援を担う拠点となる

商工会議所は、①地域を基盤としている「地域性」、②会員があらゆる業種・業態の商工業者から構成される「総合性」という特徴を備えており、地域の実情を把握し理解している団体である。経営改善普及事業における事業者支援として、事業計画策定支援・各種補助金申請支援・資金調達支援・記帳指導・決算指導、一方で様々なイベントの開催により地域振興事業にも寄与しており、事業者・地域経済発展のために活動を行っている。

社会・経済環境が急激に変化する環境下において、小規模事業者を取り巻く環境はさらに厳しくなっている。商工会議所として「対話と傾聴」により経営者本人に本質的な経営課題を気づかせ、課題を設定し解決に向けた伴走型支援を行っていく必要がある。

経営発達支援計画の組織体制を活用し、行政・金融機関・専門家などの各支援機関と連携し、常に情報の共有化を図り、迅速な課題解決へ向けて取り組んでいく。

（3）経営発達支援事業の目標

①小規模事業者の持続的発展支援・事業継続支援

小規模事業者を取り巻く経営環境の変化に対応するために、消費者動向・需要動向のデータや経営状況の分析結果を活用し、専門家の意見を交え、実効性ある事業計画の作成を支援する。

計画策定後の実施についても、随時進捗状況を評価・検証し、必要に応じて計画の見直しや軌道修正を支援する。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の取組みへ繋げる。

②地域資源を活用した地域のにぎわい創出

地域資源を活用した新商品開発を他の支援機関と連携して行い新たな商品と地域ブランドの確立を目指し、小規模事業者の売上拡大を目指すとともに地域活性化を図る。

地域資源の掘り起こしと需要動向の調査を実施し、その結果を基に、地域資源を活用した新商品開発において、商品コンセプトや容量、パッケージ等も含めた検討を専門家を活用しながら実施する。新たな商品については商談会等へ積極的に参加し販路拡大を図る。

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5年4月1日～令和10年3月31日）

(2) 目標の達成に向けた方針

①既存の小規模事業者の持続的発展支援・事業承継支援

方針1：既存の小規模事業者の経営分析・事業計画策定に対する意識向上

人口減少社会において地域経済の維持や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と傾聴を通じて潜在力を引き出す、経営力再構築伴走支援を行う。

経済産業省など国補助金（持続化補助金）やコロナ禍における様々な補助金等にチャレンジする事業者、巡回訪問時等により経営分析を行う事業者を発掘し、各種専門家による個別支援等により自社の強みや課題への対応など、実現性の高い事業計画策定支援を行う。策定後は、定期的な伴走型支援・フォローアップを行うことにより売上増加を目指す。

また、将来的な自走化を目指し、事業者が深い納得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。

方針2：事業承継

後継者不在が原因で事業承継が円滑に行われない小規模事業者の廃業を減らすため、熊本県事業承継・引継ぎ支援センターと連携した事業承継相談会等を実施し、事業者の悩みに傾聴しながら、親族内・第3者承継、創業者とのマッチングを行うことで、小規模事業者の減少に歯止めをかける。

上記の方針に従い、当所がコーディネーター的な存在となり行政・金融機関・専門家等と連携を強化し、情報の共有化を図りながら支援を進める。

②地域資源を活用した地域のにぎわい推進

方針1：地域資源を再認識すると共に、地域資源を活用した新商品開発等を他の支援機関と連携して行い、新たな商品と地域ブランドの確立を目指し、小規模事業者の売上拡大や地域活性化を図る。

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】

これまで、日本商工会議所が全国の商工会議所と協力して行う早期景気観測調査（LOBO）に参加し、経済動向調査を行ってきた。また、巡回時における景況ヒアリング調査や通行量調査を行ってきた。しかし、調査結果についての十分な分析や、地域事業者等への情報提供ができておらず、支援業務時の参考資料としてのみ利用していた。

また、国が提供するビッグデータの活用も十分ではなかった。

【課題】

多種多様なデータはあるものの現状では十分に活用できておらず、山鹿市独自の景況動向等をタイムリーに示すものが無い。

今後は、国が提供するビッグデータ等を活用し分析を行い、収集・分析した経済動向に関する情報を小規模事業者に発信し共有を図り、経営への活用を支援するため、以下に示す地域の経済動向調査に取り組み、これらの情報を活かした地域小規模事業者の支援を行っていく。

(2) 目標

	公表方法	現行	令和 5年度	令和 6年度	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度
①地域経済動向 分析の公開回数	HP 掲載	—	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
②景気動向分析 の公開回数	HP 掲載	—	3 回	3 回	3 回	3 回	3 回

(3) 事業内容

①地域の経済動向分析（国が提供するビッグデータの活用）

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。

【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
・「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
⇒上記の分析結果を、事業計画策定支援等に反映する。

②景気動向調査の実施

管内の当所会員を対象に、管内小規模事業者の景気動向等について、年3回調査・分析を行う。

【調査対象】管内当所会員（令和4年10月末の会員数818名）

【調査項目】売上、仕入、経常利益、資金繰り、雇用等

【調査手法】アンケート調査票を郵送し、WEBや返信用封筒などで回収する

【分析手法】経営指員等が分析を実施

(4) 調査結果の活用

①情報収集・調査、分析した結果はホームページや会報にて公表し、広く管内事業者等に周知する。

②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】

未実施

【課題】

需要動向調査に関しては、マーケットインの認識を深めることが、今後の新商品開発等に不可欠である。特産品を活用した新商品開発に積極的な管内食料品製造・小売、飲食店において、市場ニーズに対応した新商品開発を行うため、需要動向調査を実施して結果を対象事業者へフィードバックする。

(2) 目標

	現行	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度
①新商品開発の調査対象事業者数 (食料品製造・小売)	—	3者	3者	3者	3者	3者
②新商品開発の調査対象事業者数 (飲食店)	—	5者	5者	5者	5者	5者

(3) 事業内容

①新商品開発の調査(食料品製造・小売)

特産品を活用した新商品を開発するため、管内食料品製造・小売業者3店において特産品の「栗」「お茶」などを活用した新たなスイーツ等を開発する。具体的には、山鹿市内で開催されるイベントや当所が企画する即売会等において、試食及び来場者アンケートを実施する。その後、アンケート結果集計・分析をした上で当該3店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。

【調査手段・手法】イベント開催が多い10月11月に、来場客に開発中の商品を試食等してもらい、アンケートに記入いただく。

【分析手段・手法】調査結果は、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見た目、③コンセプト、④内容量、⑤価格、⑥パッケージ等

【調査・分析結果の活用】分析結果は、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新商品開発の調査(飲食店)

熊本県内特産品を活用した新商品を開発するため、管内飲食店5店において特産品の「馬肉」「赤牛」「山鹿和牛」「米」などを活用した新たな食を開発する。具体的には、山鹿市内で開催されるイベントや当所が企画する即売会等において、試食及び来場者アンケートを実施する。その後、アンケート結果集計・分析をした上で当該5店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。

【調査手段・手法】イベント開催が多い10月11月に、来場客に開発中の商品を試食等してもらい、アンケートに記入いただく。

【分析手段・手法】調査結果は、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見た目、③コンセプト、④内容量、⑤価格等

【調査・分析結果の活用】分析結果は、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). 現状と課題

【現状】

小規模事業者に対するこれまでの支援取り組みは、金融機関の融資申請と公的補助事業への申請時に、経営状況の分析支援を行う程度で、計画的に十分な経営状況の分析支援を行ってきたとは言えない。

【課題】

経営分析は、高度・専門的な知識が必要であり、経営指導員等のスキルや経験にもばらつきがある。このため、共通ツールを用い、外部環境や内部環境等の分析項目を整理するとともに、外部専門家と連携し実施する必要がある。また、「利益率の改善」といった財務データから見える表面的な課題のみ着目していたため、さらに「対話と傾聴」を通じて本質的課題の把握に繋げる。

（目標）

	現行	令和 5年度	令和 6年度	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度
経営分析事業者数	30 者	60 者	60 者	60 者	60 者	60 者

（３）事業内容**①経営分析を行う事業者の発掘****i. 小規模事業者持続化補助金等各種補助金の申請者**

補助金の申請時に「経営計画書」を作成しており、経営分析へのハードルは低いと思われる、持続化補助金の採択事業のフォローとともに経営分析へとつなげる。

【申請数】 年に 20 事業者程度が申請

ii. 各種制度資金（日本政策金融公庫、熊本県中小企業融資制度）の申込者

外的要因（需要の減少、仕入単価の上昇など）などにより資金繰りが厳しくなっている事業者が多い。新たな需要の開拓、内部の見直しなどから経営分析へとつなげる。

素材として、熊本県の小規模企業等経営支援方針による経営支援策をプログラム化した小規模事業者への経営支援ツールである「経営支援プログラム」を活用する。

【申込数】 年に 30 事業者程度が申込み

iii. 事業承継相談会の参加者

事業承継・引継ぎ支援センターと連携し実施する事業承継相談会に参加する事業者の中から、事業承継へ向けたフォローとともに相談内容に応じ経営分析が必要な事業者を抽出する。

【対象数】 年に 5 事業者程度を想定

iv. 巡回・訪問による発掘

経営指導員が巡回・訪問指導の中で、小規模事業者が直面している経営上の悩みごとを外的要因、内的要因に振り分け、経営指導員等と事業者が一緒になって経営分析を行う。

【発掘数】 年に 5 事業者程度を発掘

②経営分析の内容

①で発掘した事業者と経営指導員等と一緒に経営分析を行う。

対象者	分析項目	手段・手法
①の i. から iv. の中で発掘した小規模事業者	<SWOT 分析> 事業の内部環境（強み、弱み）と外部環境（脅威、機会） <財務分析> 決算書より、収益性、安全性、生産性を分析する さらに ・問題点の真因分析 ・新事業のためのコア・コンピタンスの明確化	経営指導員は作成された経営支援プログラムをもとに、BIZ ミル（経営支援機関システム）や経済産業省のローカルベンチマークを用いて、より詳細な分析を行う。 必要に応じて、熊本県よろず支援拠点、熊本県商工会議所連合会のエキスパートバンク（専門家派遣）などを活用し、より詳細で高度な分析を行う。

（４）分析結果の活用

①分析結果は、当該事業者フィードバックし、事業計画の策定時に活用する。

②分析結果は、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）現状と課題

【現状】

これまでの当所の支援業務は、金融、税務、労務などの経営改善普及事業が中心であり、経営発達支援事業に該当する事業計画作成支援は手薄であった。

【課題】

管内の事業所数から考えると現在の計画策定数は少ない。事業計画の策定の意義や理解が浸透していないことが考えられるが、基本的に前項５で発掘し経営分析を行った事業者の５割程度/年の事業計画策定を目指す。

（２）支援に対する考え方

経営分析を行った事業者の５割程度/年の事業計画策定を目指す。策定を進めるにあたり現在連携する熊本県よろず支援拠点や熊本県商工会議所連合会の専門家派遣制度（エキスパートバンク）の各種専門家やケースにより地域の金融機関と連携しながら事業計画の策定につなげていく。

これに、事業承継支援のための事業承継相談会や創業支援のためのマンツーマン創業塾等で各参加者が作成する事業計画書のうち実現可能性が高いものを目標として５者程度/年、加える。

また、コロナ禍の影響や時を同じくして補助金申請等ＩＴ化の取組が急激に加速していることに対し、管内の小規模事業者においてもＤＸに関する取り組みが必要であるとの声も多く聞かれることから、具体的な理解を進めＩＴツール等の導入などを事業計画に反映させるために、事業計画の策定前段階においてＤＸに関連するセミナーを開催し、小規模事業者の競争力強化を目指す。

(3) 目標

	現行	令和 5 年度	令和 6 年度	令和 7 年度	令和 8 年度	令和 9 年度
①D X 推進セミナー	—	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
・DX 推進セミナー参加者数	—	10 者	10 者	10 者	10 者	10 者
・I T 専門家派遣回数	—	20 回	20 回	20 回	20 回	20 回
②事業計画策定セミナー	—	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
事業計画策定事業者数	—	30 者	30 者	30 者	30 者	30 者
③マンツーマン創業塾	1 回	3 回	3 回	3 回	3 回	3 回
・創業計画作成事業者数	—	3 者	3 者	3 者	3 者	3 者
④事業承継相談会	—	1 回	1 回	1 回	1 回	1 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

①D X 推進セミナーIT 専門家派遣の開催

D X 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D X 導入に向けたI T ツールの導入やWE B 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。また、D X 推進セミナー実施後や興味があるある事業者を対象にI T 専門家派遣を実施する。

【募集方法】当所ホームページ、会員事業所へチラシの送付、巡回相談での通知

【講師】熊本県よろず支援拠点コーディネータ等の専門家

【回数】1 回

【カリキュラム】D X 総論、D X 関連技術（クラウドサービス、A I 等）や具体的な活用事例、クラウド型顧客管理ツールの紹介、S N S を活用した情報発信方法、E C サイトの利用方法等

②事業計画策定セミナーの開催

新商品開発などに取組む事業者や、補助金などを活用して売上向上を目指す意欲的な事業者。

【募集方法】当所ホームページ、会員事業所へチラシの送付、巡回相談での通知

【講師】熊本県よろず支援拠点コーディネータ等の専門家

【回数】1 回

【カリキュラム】相談者に合わせ、概要説明、作成ポイント、作成手順の説明

【参加者数】10 者程度

③マンツーマン創業塾の開催

マンツーマン創業塾については、創業者を発掘し、創業塾への参加を促す。経営の心構えから事業計画策定段階まで支援する。

【募集方法】当所ホームページ、巡回相談など

【講師】熊本県よろず支援拠点コーディネータ等の専門家等

【回数】3 回

【カリキュラム】創業者の事業内容に合わせた、事業計画書の作成、確定申告の必要性など

【参加者】3 者程度

④事業承継相談会

事業承継は喫緊の課題となっているが、プライバシーの問題等、思うように進まないのが現状であるため、事業承継計画策定が有効である。計画策定の際は、熊本県事業承継引継ぎ支援センター等、他の関係機関と連携する。

【募集方法】 当所ホームページ、巡回相談など

【講師】 熊本県事業承継・引継ぎ支援センター等

【回数】 1 回

【カリキュラム】 相談者に合わせ、概要説明、作成ポイント、作成手順の説明など

【参加者数】 2 者程度

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】

これまで事業計画を策定している事業者でも、その後計画と実際の比較やその後の対策へ事業計画を活用しているケースは少ない。また、小規模事業者に対するフォローアップは行ってはきたが、継続的・シームレスなフォローアップとはなっておらず、計画的な支援ができていない。

【課題】

事業計画を策定した小規模事業者に対するフォローアップについては、担当の経営指導員等が各々進捗を管理してきたが、進捗に関する共有化が十分になされず、頻度に関する管理もなされていないため、改善した上で実施する。

(2) 支援に対する考え方

自走化を意識し、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、経営者と従業員が一緒に作業を行うことで、現場レベルでの当事者意識を持って取組む事など、計画の進捗フォローアップを通じて経営者への内発的動機づけを行い、潜在能力発揮に繋げる。

現状に対し、可能な限りフォローアップに関する計画の頻度・内容等を予め明確化し（現段階計画では平均値で1回/4ヵ月の頻度を想定）、BIZ ミル（経営支援機関システム）等のツールを活用し、進捗状況・頻度について十分な共有化を図る。

(3) 目標

	現行	令和 5 年度	令和 6 年度	令和 7 年度	令和 8 年度	令和 9 年度
フォローアップ 対象事業者数	20 者	30 者	30 者	30 者	30 者	30 者
頻度（延回数）	—	90 回	90 回	90 回	90 回	90 回
売上増加 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

(4) 事業内容

①経営指導員等は、事業計画策定の支援した全ての事業所に対し、4 か月に 1 度はフォローアップ

を行い、事業の進捗状況を把握する。ただし、事業計画の進捗状況に応じて、訪問回数を増やし支援を集中すべき事業者と順調と判断し訪問回数を減らしても支障のない事業者を見極めた上で、フォローアップの回数を計画的に決定する。

②小規模事業者の事業計画が順調に進んでいることがわかるよう BIZ ミル（経営支援機関システム）の経営分析数値等を活用するなど工夫し、経営意欲が高まるような支援を行う。

③事業計画の策定時と策定後では経営環境が変化している可能性が高いため、必要に応じて熊本県よろず支援拠点などとの連携や、熊本県商工会議所連合会のエキスパートバンク（専門家派遣）などを活用し、外部専門家を招聘し対応策を検討する。

④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できた際は、外部の専門家、他地区等の経営指導員の第三者の視点を投入し、ズレの発生要因の特定及び今後の対応策を検討する。また必要に応じてフォローアップの頻度の変更等を行う。

8. 新たな需要開拓に関すること

（1）現状と課題

【現状】

熊本県内外で開催される展示会・商談会参加に対する支援、他団体と連携した物産展、即売会開催による販路開削支援、地域ブランド化推進における支援等を実施してきた。

【課題】

上記を実施しているものの、実施後の結果分析等によるフィードバック等の継続的なフォローアップまでには至っていない。

また、コロナ禍の影響で人の往来を伴う展示会・商談会等の事業が、実施に関し不安定であり、当計画期間中もコロナ収束の見込みはないため、今後、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・認識してもらい、取組みを支援していく必要がある。

（2）支援に対する考え方

山鹿市内の他団体と連携した物産展、即売会、日本商工会議所や商工会議所連合会が主催で開催される展示会、商談会への出展を目指す。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など、きめ細かな伴走支援を行う。

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、I T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う。また、導入にあたっては必要に応じて I T 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

	現状	令和 5 年度	令和 6 年度	令和 7 年度	令和 8 年度	令和 9 年度
①さくら湯開湯イベントへの出展	—	8 者	8 者	8 者	8 者	8 者
売上額／者	—	5 万円	5 万円	5 万円	5 万円	5 万円
②展示会・商談会への参加	—	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者
成約件数	—	1 件	1 件	2 件	2 件	2 件
③SNS 活用事業者	—	3 者	4 者	5 者	5 者	5 者
売上増加率／者	—	5 %	5 %	5 %	5 %	5 %
④EC サイト利用者数	—	3 者	4 者	5 者	5 者	5 者

売上増加率／者	—	10%	10%	10%	10%	10%
⑤ネットショップの開設者数	—	1 者	2 者	2 者	2 者	2 者
売上増加率／者	—	5 %	5 %	5 %	5 %	5 %

(4) 事業内容

①山鹿さくら湯開湯まつり (BtoC)

山鹿温泉のシンボルである「さくら湯」で、開湯記念日である 1 1 月 2 3 日にあわせて、関連イベントが実施される。まつり関連イベントの来場者数は、延べ約 5,000 人の規模である。イベントを活用し、新たに出展ブースを設け、新商品などの展示販売を実施する事業者を支援することで販路開拓が期待できる。また、併せて需要動向調査も実施していく。

②展示会・商談会への参加 (BtoB)

日本商工会議所が主催する「feel NIPPON」や「Food EXPO Kyushu」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。商談会でのプレゼンテーションが効果的になるよう、専門家と連携した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。

③SNS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、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。

④ECサイト利用 (BtoC)

Amazon や楽天等運営するショッピングサイト等の提案を行いながら、効果的な商品紹介のリード文・写真撮影、商品構成等の伴走支援を行う。

⑤自社HPによるネットショップ開設 (BtoC)

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

(1) 現状と課題

【現状】

経営発達支援計画の評価については、熊本県、山鹿市役所商工観光課、法定経営指導員、外部有識者（中小企業診断士、金融機関等）にて「事業検証委員会」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】

事業の評価及び見直しは、これまで内部組織のみで実施しており、外部の人材による評価は行っておらず不十分であることから、外部有識者等を含めた評価委員会を組織化し、PDCAサイクルがうまく回っていくよう改善していく必要がある。

(2) 事業内容

①「経営発達支援事業評価委員会」の設置

経営発達支援事業の評価を行う「経営発達支援事業評価委員会」を新たに設置し、メンバーは、中小企業診断士、山鹿市役所商工観光課、法定経営指導員等で組織する。

②「経営発達支援事業評価委員会」の開催

評価委員会は、事業年度の終了後に年 1 回開催し、本計画に記載する各種事業の実施状況及び成果等について報告し、検証・評価・改善提案を行う。

③事業の成果・評価・見直し結果の公表

事業の成果・評価・見直しの結果は、正副会頭会議へフィードバックしたうえで、事業実施方針等に反映させるとともに、評価内容を常時当所事務所へ備え付け、地域の小規模事業者等が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】

各種研修には積極的に参加し、経営指導員を始めとする経営発達支援計画に携わる者のスキルアップ、支援力向上を図ってきた。平成 28 年熊本地震、新型コロナウイルス感染症による影響、令和 2 年 7 月豪雨等に対しては、巡回・窓口相談、持続化補助金等各種補助金の指導、給付金申請に関わる支援等を職員一丸となって支援し、支援能力の向上が図られたことから OJT の重要性が再認識された。

【課題】

支援に関する必要なノウハウが、ベテラン経営指導員と若手経営指導員・経営支援員との間には必然的にある。このギャップを埋めるため、引き続き OJT の推進を図り、データベース・経営支援ツールを有効活用する。

(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】

中小企業大学校や日本商工会議所・熊本県商工会議所連合会が主催する事業計画策定、売上増加、販路開拓、地域資源活用、創業・経営革新、生産性の向上等の研修に、経営指導員等を計画的に参加させ、組織全体の支援能力の向上を図る。

【DX 推進に向けたセミナー】

地域の事業者の DX 推進への対応にあたっては、経営指導員及び一般職員の IT スキルを向上させ、ニーズに合わせた相談・指導を可能にするため、下記のような DX 推進取組みに係る相談・指導能力の向上のためのセミナーについても積極的に参加する。

《DX に向けた IT・デジタル化の取組》

i. 事業者向け（業務効率等）の取組み

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・補助金の電子申請・情報セキュリティ対策等

ii. 事業者にとって外向け（需要開拓等）の取組み

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

iii. その他取組

オンライン経営指導の方法等

【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実施することにより、経営力再構築伴走支援の基本姿勢（対話・傾聴）の習得・向上をはかり、事業者との対話を通じた信頼を醸成、本

質的課題の掘り下げの実践に繋げる。

②OJT 制度の導入

支援経験の豊富な経営指導員と経験の浅い職員とがチームを組成し、巡回・窓口相談での支援の機会を活用した 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

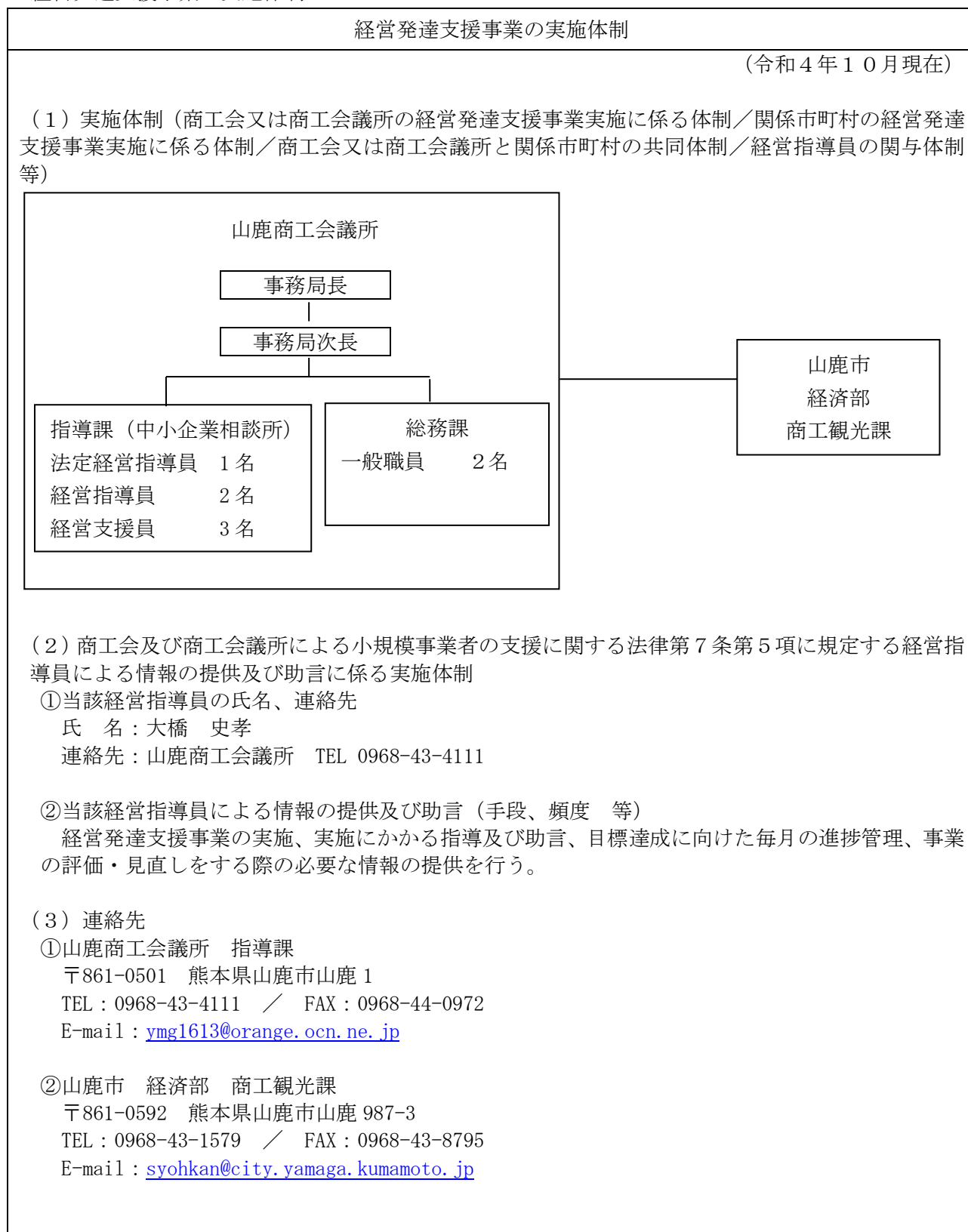
支援業務に係る定期ミーティングを実施。実際の支援にあたった際の課題等を題材として取り上げるなどし、支援能力の向上・標準化を目指す。月 1 回、年 12 回実施予定。

④支援業務のデータベース化による組織内情報共有→支援能力向上

担当経営指導員等が BIZ ミル（経営支援機関システム）にデータ入力を適時・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以上のレベル向上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。

(別表2)

経営発達支援事業の実施体制



(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 5 年度	令和 6 年度	令和 7 年度	令和 8 年度	令和 9 年度
必要な資金の額	3, 200	3, 200	3, 200	3, 200	3, 200
地域経済動向調査費	300	300	300	300	300
需要動向調査費	200	200	200	200	200
経営分析費	100	100	100	100	100
DX 推進セミナー開催費	300	300	300	300	300
事業計画策定セミナー開催費	300	300	300	300	300
事業計画策定支援後の実施支援費	400	400	400	400	400
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	100	100	100	100	100

(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、熊本県補助金、山鹿市補助金

(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	
①	
②	
③	
・	
・	
・	
連携して事業を実施する者の役割	
①	
②	
③	
・	
・	
・	
連携体制図等	
①	
②	
③	