業種別「補助金支援策チラシ」の支援者向け活用ガイド

チラシを「ただのご案内」から「事業者の課題解決の一歩」へ

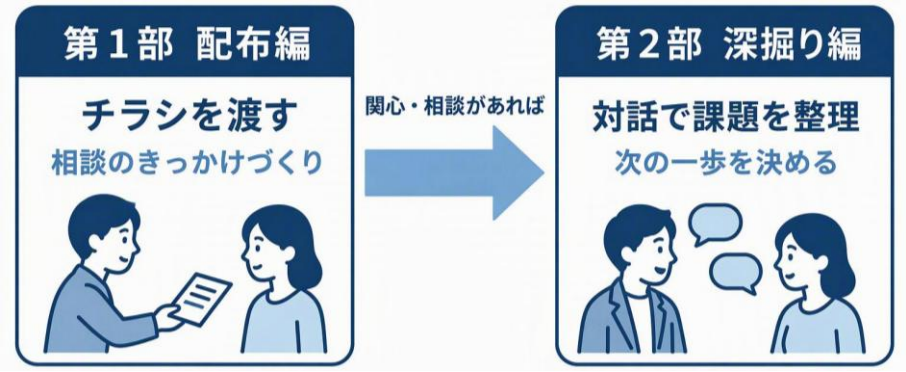
はじめに ― このガイドの目的と使い方

本資料は、商工会・商工会議所、よろず支援拠点、金融機関等の支援機関の皆様が、**業種別「補助金支援策チラシ」を効果的に活用するための実践ガイド**です。

本ガイドはチラシを事業者との接点づくりに使う**「配布編」**と、困りごとを引き出して経営課題を整理する**「深掘り編」**の二部構成となっています。

まずは積極的にお渡しいただき、次の展開につなげていくときに「深掘り編」をご活用ください。

チラシをきっかけとして事業者と対話を深め、事業者の課題を具体化し、解決手段や支援策を検討することで、事業者の次の行動につなげる支援にお役立てください。



～業種別「補助金支援策チラシ」とは～



業種別「補助金支援策チラシ」は、飲食業、建設業、宿泊業、小売・卸売業、製造業、運輸／倉庫業、美容業の7業種について、「人手不足」「業務効率化」「販路開拓」などの事業課題と、設備（ハード）・IT（ソフト）・販促（広告）等の具体例、導入効果、活用できる補助金をパッケージ的に整理したものです。

事業の運営方法は事業規模や業種によって異なるため、このチラシは比較的小規模な事業者向けに、業種ごとに作成しているのが特徴です。

省力化（設備投資）で時間を生み、IT（ソフト）で仕組みを整え、販促（広告）で売上を伸ばす、というストーリー仕立てになっています。

補助金に関する事例やスケジュールなど、様々な情報が整理されている「補助金活用ナビ」（チラシ右上 QR コード）にも掲載され、全国の商工会・商工会議所やよろず支援拠点等に配布されています。

第1部　配布編 ― まずは気軽に、どんどん渡す

1. 渡す場面を広げる

前提として、事業者への訪問時や窓口等への来訪時には、難しいことは考えず、事業者の業種に対応する業種のチラシをご用意いただき、積極的にお渡しください。

チラシの対象業種に関連する地域の「業界団体」や商店街等とのやりとり、賀詞交換会や特定業種向けの研修会など、事業者が集う機会での配布も有効です。

商工会・商工会議所等においては、新規会員の獲得につなげるきっかけとして、金融機関では、既存顧客との対話に加え、**新規開拓のドアノックツール**としても活用できます。



会員巡回などの訪問時や、事業者との会話のきっかけ、接点づくりとしても、積極的にチラシを配布してください。

※追加の増刷も承ります。

2. 連絡先を添え、次の接点をつくる

その場で会話が発生しなくても、チラシそのものが業種別によくある課題とその解決策、解決手段としての補助金の存在や活用例を伝える内容になっています。

裏面には、配布した支援者の連絡先等を記載できる空欄を設けています。事業者が気になったときに連絡できるよう、相談につなげるための資料としてもお使いいただけます。

3. ひと言添えて渡す

金利優遇や自治体制度の案内だけでなく、**「御社の課題解決に役立つ情報をお持ちしました」**と声をかけることで、事業者にとってのメリットが明確になりますので、自然な面談の入口として活用ください。

チラシ活用イメージ

- 「事業の課題解決に補助金も使えますよ」と話のきっかけにして会話につなげる
- 具体的な事例を示しながら解決を先送りしている事業者に気づきや行動を促す
- 金融機関の訪問・新規開拓時の会話のきっかけにする

声かけ例「同じ業種でよくある課題と、その解決例をまとめた資料です。御社にも当てはまるものがないか、一緒に見てみませんか？」

第2部　深掘り編 ― 対話を通じて次の一歩へ

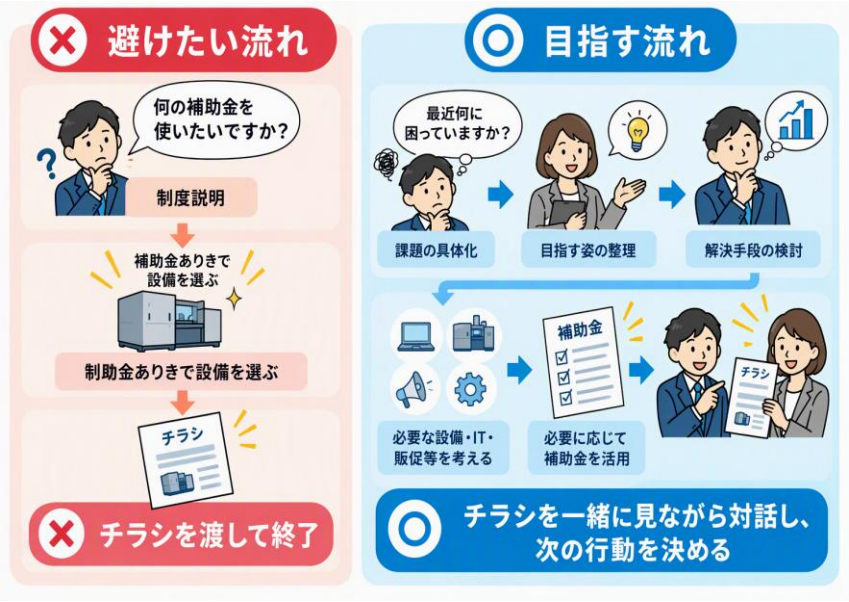
事業者が関心を示したときは、「少し詳しく伺ってもよろしいですか」と声をかけます。

その場で時間が取れない場合は、改めて相談できる接点を残しましょう。

支援者の皆様には、このチラシを、棚においてある単なる補助金の案内資料ではなく、**「補助金も活用できる課題解決策」を事業者に示し、行動につなげるツール**として使っていただくことを想定しています。

時間や資金などの事情から、課題を認識していても解決を先送りしている事業者は少なくありません。業種ごとの身近な課題と具体的な解決策を示すことで、事業者の気づきや行動を促すきっかけになります。

～補助金の相談から始まる場合も、まずは困りごとから～



事業者との会話の中で

「使える補助金はある？」

「なんでもいいから補助金がほしい」

などの発言や相談があった場合でも、最初から制度の適否を答えるだけでは、真に必要な投資や取組にたどり着かないことがあります。

まずは、**事業者から現状と困りごとを伺い、長期的に目指す「ありたい姿」を確認します。**

その「ありたい姿」に近づくために、短期的に到達したい「あるべき姿」を事業者にイメージしてもらい、短期的な課題解決の手段として補助金や支援策を位置づけることが大切です。

現状認識　→　あるべき姿（短期）　→　ありたい姿（長期）

1. 基本の型 — 15 分でできる「5つの問い」と実践スクリプト



STEP 1｜入口をつくる

会話例 「最近、お仕事の中で『ここが大変だな』『もう少し楽にならないかな』と感じていることはありますか？」

ポイント　補助金の話を急がず、事業者自身の言葉で現状を話してもらいます。

補助金相談から始まる場合の会話例

事業者：「何か使える補助金はありますか？」
支援者：「いくつか制度はあります。ただ、合う制度は今のお困りごとによって変わるので、先に最近のお仕事の状況を少し聞かせてもらってもいいですか？」

支援のポイント：制度名を即答するのではなく、「適切な制度を探すために状況を聞く」という自然な理由を示します。

STEP 2｜チラシで自分ごと化する

会話例 「同じ業種の方によくある課題や解決策の事例を、この 1 枚にまとめています。
この中で『自社にも当てはまるな』と思うものはありますか？」

ポイント　支援者が答えを示すのではなく、事業者本人に選んでもらいます。

事業者の反応を受け止める会話例

支援者：「こちらは同じ業種の方によくある課題と取組例をまとめたものです。この中で、今の御社に近いものはありますか？」
事業者：「人手不足ですね。特に夕方が大変で。」

支援のポイント：チラシは説明資料ではなく、選択肢を可視化して話しやすくする道具として使います。

STEP 3｜課題を具体化する

会話例 「それは、具体的には誰が・どんな作業に・どれくらい時間を使っていますか？」

ポイント 「忙しい」「人が足りない」を、業務・時間・頻度・担当者などの具体的な事実として整理します。

業務のボトルネックを探る会話例

支援者:「夕方の何が一番大変ですか？」
事業者:「会計と電話予約が重なるんです。」
支援者:「それは誰が対応していますか？ 1 日にどのくらい時間がかかりますか？」

支援のポイント:「人手不足だから人を採る」という短絡的な判断を避け、ボトルネックとなっている業務を探します。

STEP 4｜目指す姿を聞く

会話例 「もしそれが改善したら、生まれた時間や余力を何に使いたいですか？」

ポイント 効率化そのものではなく、接客、営業、新商品、休暇、売上向上など「その先」を確認します。

改善した後の姿を確かめる会話例

支援者:「仮にその作業が半分になったら、その時間を何に使いたいですか？」
事業者:「お客さんへの対応を丁寧にしたいですね。新メニューも考えたいです。」

支援のポイント:導入効果を「〇時間削減」で止めず、経営上の価値へつなげます。

STEP 5｜次の一歩を決める【重要】

取組を考える:課題に合う解決策をチラシから探す

支援者:「そうすると、人を増やす方法だけでなく、会計や予約業務を仕組みで減らす方法も考えられそうですね。このチラシだと、POS レジや予約管理システムなどが近いです。」

支援のポイント:設備・IT・販促は目的ではなく、課題解決の選択肢として提示します。

支援策を確認する:取組の必要性を確かめてから

支援者:「こうした取組には、条件が合えば補助金を活用できる場合があります。ただ、補助金が使えるかどうかより、まずこの取組が御社に必要かを確認しましょう。」

支援のポイント:補助対象だからといって、必ずしも導入すべきとは限らないことを意識します。

会話例 「では、まず何を確認してみましょうか？」

ポイント 設備選定や申請を急がず、現状の作業時間の計測、候補ツールの確認、専門家相談など、小さな次の行動を合意します。

次回につなぐ会話例

支援者:「次回までに、夕方の会計・予約対応に何分くらい使っているか、3 日ほど測ってみませんか。その数字を見ながら、導入した場合の効果と使えそうな制度を一緒に確認しましょう。」

支援のポイント:「検討してください」で終わらせず、「誰が・何を・いつまでに」を具体化します。

2. 回答に応じて対話を深める ― 回答別「次につなぐ」早見表

対話で見えてきた困りごとに応じて、次に何を確認するとよいかを以下にまとめています。
深掘り編「1. 基本の型」の STEP 3「課題を具体化する」で、回答に応じた問い返しとしてご活用ください。

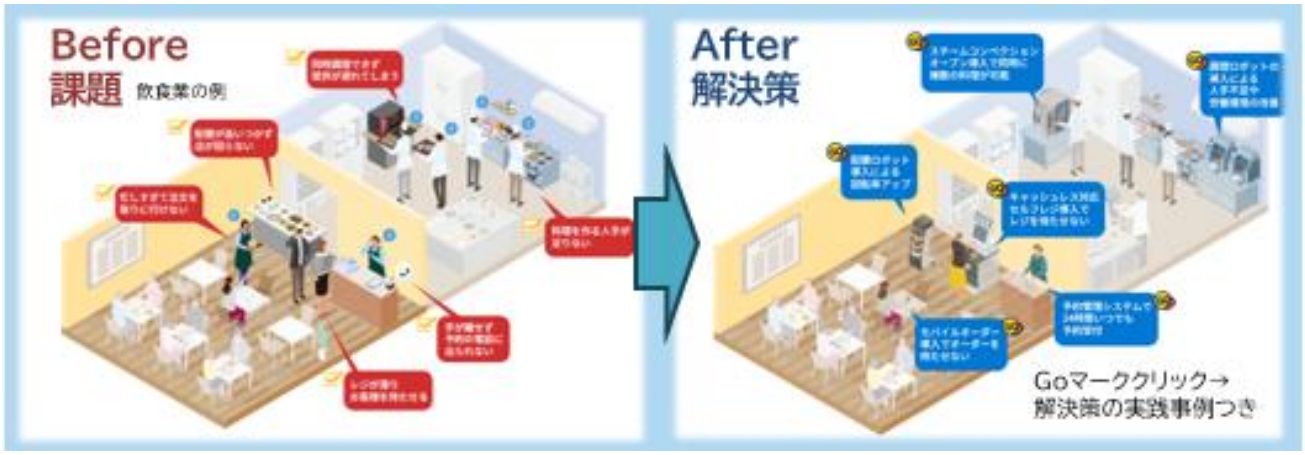


～支援者が意識したい「問い返し」～

- 「人手が足りない」→ どの業務・時間帯で特に人手が足りませんか？
- 「売上を増やしたい」→ 誰に、何を、もっと買ってもらいたいですか？
- 「IT 化したい」→ 今、一番手間がかかっている作業は何ですか？
- 「設備が欲しい」→ その設備がないことで、今どんな機会損失がありますか？
- 「補助金を使いたい」→ 補助金がなくても、その取組は必要だと思いますか？
- 「忙しい」→ 何に時間を使っているか、一日の流れから一緒に見てみましょうか？

3. 一緒にできる次のアクション例

- 省力化ナビをウェブ上で一緒に確認する。(チラシの7業種以外の業種や具体事例があります)
(チラシの PDF データ(裏面)からもリンクアクセスできます。)



- マンガでわかるシリーズで補助金や経営戦略の概要を一緒に理解する。





- 解決策について**資金が必要な場合**は、以下の点を一緒に確認する。

① **投資規模**:現在の年商や収益力と比べ、無理のない金額にします。売上・利益が想定どおり増えるとは限りませんので、**事業者の状況に合わせた投資**が必要です。
② **自己資金**:手元資金をすべて投入せず、急な環境変化に備える余裕を残します。借入残高と返済余力も確認します。一般的に月商 6 ヶ月以上の借入残高がある場合、追加の借入が難しい場合もあります。
③ **補助金**: 原則として**先に自社で支払い、後から補助金を受け取ります。**入金までをつなぐ資金計画が必要です。
④ **借入相談**:「何に使うか」「いつ必要か」「何から返すか」「どう返すか」を整理し、余裕を持って金融機関へ相談します。

4. 面談メモ ― 次回につなぐための6項目

※支援者・事業者、双方の記録用にご活用ください。

① 現在の困りごと	
② 誰が・何に・どれくらい	
③ 本当のボトルネック	
④ 改善した後に実現したいこと	
⑤ 考えられる解決手段	
⑥ 次回までのアクション（誰が／何を／いつまで）	

事業者：＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿

次　回：　　月　　日（　）　　時

担　当：＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿

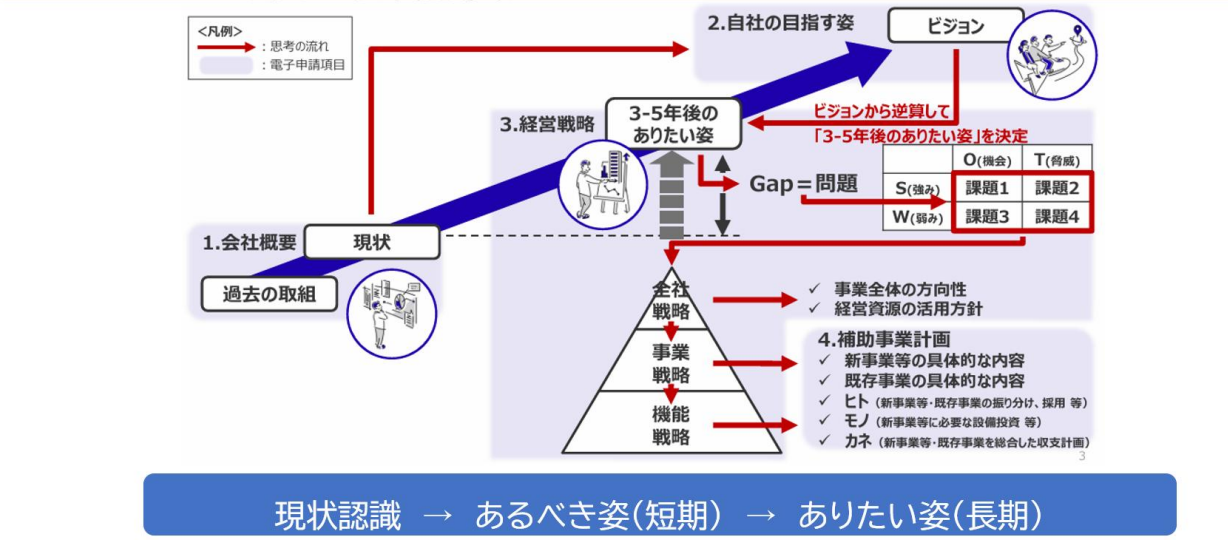
5. チラシ活用のゴール

チラシ → 会話 → 課題発見 → 目指す姿 → 解決手段 → 支援策 → 次の行動

配布編では、業種に合った情報を届け、相談のきっかけをつくることを目指します。その場で会話が生まれなくても構いません。

深掘り編では、事業者が自社の課題に気づき、**「次に何をするか」が一つ決まるところまでを、1 回の対話での目標とします。**





現状認識 → あるべき姿(短期) → ありたい姿(長期)

支援のゴール 事業者が「次に何をするか」を一つ決めます

小さな一歩の合意までを一回の支援単位にします

【参考】

・独立行政法人中小企業基盤整備機構「小規模事業者支援ハンドブック」
・中小機構「支援機関向けガイドブック・マニュアル」
・補助金活用ナビ「業種別『補助金支援策チラシ』のご案内」

※本ガイドは、上記資料の「支援現場で実践的に使える」「対話を通じて課題を整理する」という考え方を参考に、業種別「補助金支援策チラシ」の活用目的に合わせて新たに構成したものです。

※中小企業支援に必要な5つの力である「対話力」「診断力」「構想力」「編集力」「突破力」の考え方を踏襲しています。



以上