

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	篠栗町商工会（法人番号 2290005006193 ） 篠栗町（地方公共団体コード 403423）
実施期間	令和 6 年 4 月 1 日～令和 11 年 3 月 31 日
目標	経営発達支援事業の目標 ①小規模事業者との対話と傾聴を通じ、事業者の本質的な課題を抽出し、各事業者の特性等を最大限に生かした経営力向上支援 ②地域資源・観光資源を有効に活用し、魅力のある商品・店づくり、特産品支援及び販路開拓・拡大支援 ③地域経済の新陳代謝を促すための円滑な事業承継支援並びに地域での創業促進支援 ④急激に変化する経営環境に対応するため、SNS 等 IT リテラシーを高めたうえで、DX の導入による生産性向上、業務効率化を支援
事業内容	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 経営指導員等が地域経済分析システムを活用した地域経済動向分析や当会独自項目も含めた景気動向分析を実施し HP にて公表する。 4. 需要動向調査に関すること マーケットインの考え方を取り入れた商品・サービス改良のため、消費者へアンケート調査を行い、調査結果を事業者へフィードバックする。 5. 経営状況の分析に関すること 対話と傾聴を通じ、経営分析の重要性・必要性の理解を深める。収益性・安全性などの財務分析や SWOT 分析を中心とした非財務分析を実施する。分析結果は事業者へフィードバックし事業計画策定に活用するとともに、職員間で共有し、スキルアップにも活用する。 6. 事業計画策定支援に関すること 今後の経営の指針となる事業計画の策定支援を実施する。事業者の生産性向上・販路開拓・拡大を図るための DX セミナーを開催する。 併せて事業計画策定セミナーや地域経済の新陳代謝を促すため創業セミナーも開催する。 7. 事業計画策定後の実施支援に関すること 全ての事業計画策定事業者を対象に、事業計画の進捗状況や事業者の課題等に関してフォローアップを実施する。 8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること 展示会・商談会等の情報提供、出展支援を行う。また EC サイト、SNS 等の DX 推進による販路開拓支援を実施する。
連絡先	篠栗町商工会 〒811-2417 福岡県糟屋郡篠栗町中央 1 丁目 1 番 17 号 TEL：092-947-4141 FAX:092-947-4451 e-mail：sasaguri@shokokai.ne.jp 篠栗町 産業観光課 〒811-2492 福岡県糟屋郡篠栗町中央 1 丁目 1 番 1 号 TEL：092-947-1217 FAX：092-947-7977 e-mail：shoukou@town.sasaguri.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) 地域の現状及び課題

①現状

○立地

当会は篠栗町全域を管轄区域としている。篠栗町は福岡都市圏に属し福岡市中心地から東に約12kmのところの位置しており、町の面積は38.93km²で、東西約8km、南北約7km、町の約7割を林野が占めている。

宮若市、飯塚市、須恵町と接する三方を鉾立山・八木山・若杉山の峰々に囲まれ、自然豊かな町である。町の中央には博多湾に繋がる多々良川が東西に流れ、その周囲に平地が開けている。広範囲に広がる山林には、ウォーキングコースやキャンプ場などのレクリエーション施設や、180年の歴史があり日本三大新四国霊場の一つである篠栗四国八十八ヶ所霊場に結びつきのある歴史的な寺院や史跡などが数多く点在している。中でも篠栗四国八十八ヶ所霊場総本山である南蔵院にある全長41m・高さ11m・重さ300tのブロンズ製の釈迦涅槃像としては世界最大級の釈迦涅槃像は県内外問わず人気の観光スポットとなっている。



南蔵院
釈迦涅槃像

○交通

福岡市中心地まで車で 20 分、町の東西を走る JR 篠栗線（福北ゆたか線）を利用すれば九州の玄関口博多駅まで 15 分、筑豊地区の中心機能を持つ飯塚市まで 25 分の距離にある。町内には JR 駅が 3 駅あり、篠栗駅は JR 九州管内においても上位 50 位内の乗降者数である。

国道 201 号線と県道 607 号線が町を横断しており、沿線上に大型店やチェーン店が出店しており、車の往来も多く、福岡都市圏のみならず、筑豊都市圏にもアクセスしやすい。また、九州自動車道福岡インターまで 15 分、福岡空港国内線ターミナルまで 30 分と大変利便性の良い町である。



○人口の推移

篠栗町は昭和 45 年頃から福岡都市圏のベッドタウンとして発展し、緩やかに人口が増加し、昭和 50 年の国勢調査では 16,930 人だったところ、ピーク時の平成 25 年に 31,537 人であった。その後、世帯数は増えているものの、高齢者単身世帯が増え、人口は徐々に減少傾向を辿っており、令和 4 年に 30,966 人となっている。国の研究機関である国立社会保障・人口問題研究所の 2018 年推計によると、2040 年には 29,572 人、2060 年には 26,687 人と予想されており、今後も減少が続く見込みとなっている。高齢化率（総人口に占める 65 歳以上の割合）も 10 年前と比較し約 4% 上昇しており、今後も高齢化は進んでいくものと見込まれる。

図表 1-1. 篠栗町人口推移

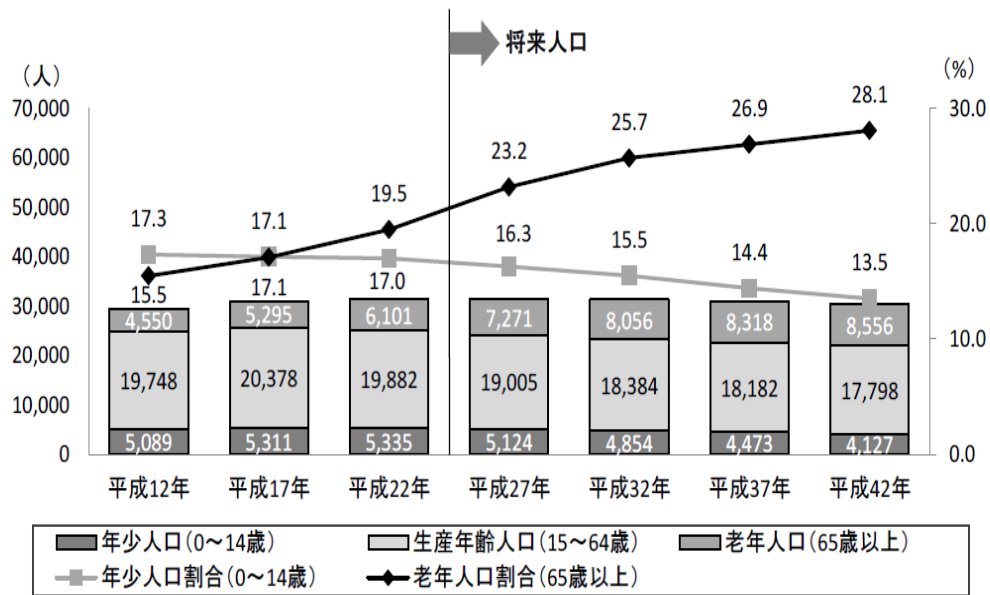
年	昭和 50 年	平成 25 年	令和元年	令和 2 年	令和 3 年	令和 4 年
人口	16,930 人	31,537 人	31,496 人	31,380 人	31,162 人	30,966 人
世帯数	-	12,597	13,484	13,575	13,648	13,760

図表 1-2. 篠栗町高齢化率

年	平成 25 年	令和元年	令和 2 年	令和 3 年	令和 4 年
65 歳以上	6,537 人	7,672 人	7,732 人	7,802 人	7,725 人
高齢化率	20.7%	24.3%	24.6%	25%	24.9%

「篠栗町統計情報より」

図表 1-3. 篠栗町将来年齢別人口割合の推移と将来設計



「篠栗町人口ビジョンより」

○篠栗町の産業

篠栗町は面積の約 7 割が林野であり、市街化調整区域に指定されているため、用地は少ない。国道及び県道沿線上の限られた地域に飲食店や小売店、全国展開のチェーン店が出店している。

篠栗四国八十八ヶ所霊場に参拝されるお遍路さんや福岡市内から 20 分程度の距離も相まって、観光に訪れる方をターゲットとした小売・飲食・宿泊・サービス業が町内事業者の約 70%を占めている。

市街化区域が少なく、新規創業などは、既存店舗などで廃業した場所に出店しており、5 年おきの比較を見ても商工業者数にほぼ変化がない状態である。但し、小規模事業者数は 10 年前と比較し、約 40 社増えている。

図表 2. 篠栗町業種別商工業者数推移

業種	平成 25 年度 商工業者数	平成 29 年度 商工業者数	令和 4 年度 商工業者数
建設業	107	106	106
製造業	48	47	47
卸売業	17	19	19
小売業	166	161	161
飲食・宿泊業	96	106	104
サービス業	160	158	156
その他	30	28	30
合計（小規模事業者数）	624（418）	625（457）	623（457）

約 70%

「商工会実態調査より」

【業種別景況感】

〈建設・製造業〉

建設業については、一人親方の独立開業は見受けられるが、他市町村との競合や人手不足により大きく発展していない。後継者不足も顕著であり、事業継続に課題を抱え、廃業を選択せざるを得ない状況の事業者も多い。一方、営業手法も変化してきており SNS を活用した販路開拓・拡大を検討している事業者も増えてきている。製造業については、町内に工業系用途地域が少なく、発展するのが難しい地域となっている。町の北西部には、機械器具製造業を中心とする福岡東鉄工団地、北部には、大企業の支店等の食品製造業があり、それぞれ安定した事業活動が行われている。また、町中心部の県道沿いに準工業用地があり、製造業の小規模事業者は高齢化による廃業や移転などで入れ替わりがあるが、横ばい状態が続いている。

〈商業・サービス業〉

篠栗町は町東部にある八十八ヶ所霊場参拝の観光客をターゲットとし、霊場周辺の飲食店、土産物店、旅館などが栄えていたが、観光客が減少するにつれ、徐々に人の流れが変わり、篠栗町役場や JR 篠栗駅といった人が集まる町中央部が商業の中心となっている。町中央部にある飲食店や小売店は小規模事業者で、大半が家族経営で事業を営んでおり、なじみの固定客が付いており、安定した経営状態である。

しかしながら、経営者自身の高齢化や後継者不足に伴い、事業承継に関する問題や店舗・設備の老朽化に伴う資金繰り、就労者が町外や雇用条件の良い大型店などへ流出するなど慢性的な人材不足、多様化する消費者ニーズ・キャッシュレス決済をはじめとする IT への対応など、様々な問題に直面しており早急な対応が迫られている状態である。

【特産品等について】

町東部にはブロンズ製世界一の釈迦涅槃像を有する南蔵院や川遊びや BBQ が楽しめる鳴淵ダム清流公園、町南部には若杉楽園キャンプ場や博多湾から福岡市内の夜景を一望できる米ノ山展望台、町西部には SNS でもジブリの世界と話題になった、九州大学と篠栗町が共同で整備・管理している、広さ約 17ha、約 50 種の常緑広葉樹と約 40 種の落葉広葉樹が生育されている篠栗九大の森があり、観光資源として町内外に広く浸透している。一方、特産品としては、町内産のお米と弘法大師ゆかりの霊峰若杉山の伏流水を使用した「篠栗伝説」という米焼酎があるが、町内の飲食店では提供されているものの周知が行き届いておらず認知度は低い。

特産品の開発又は売れる商品づくりを行うとともに認知度向上の取組みが求められる。



← 鳴淵ダム清流公園

↓ 米ノ山展望台から福岡市内の夜景



篠栗九大の森 →



○第7次篠栗町総合計画について

篠栗町の第7次総合計画では、『人と人 人と自然がつながる 喜びのまち』を掲げており、8つある基本目標の一つに、「地域の資源を生かし、にぎわいと産業を創出するまちに」とある。また、第2期篠栗町まち・ひと・しごと創生総合戦略の基本目標に「安定した雇用を創出する」とあり、企業誘致等や地域資源等の有効活用による新事業展開並びに雇用の創出、創業希望者の重点支援による地域経済の新陳代謝を促し活性化に繋げるとしている。

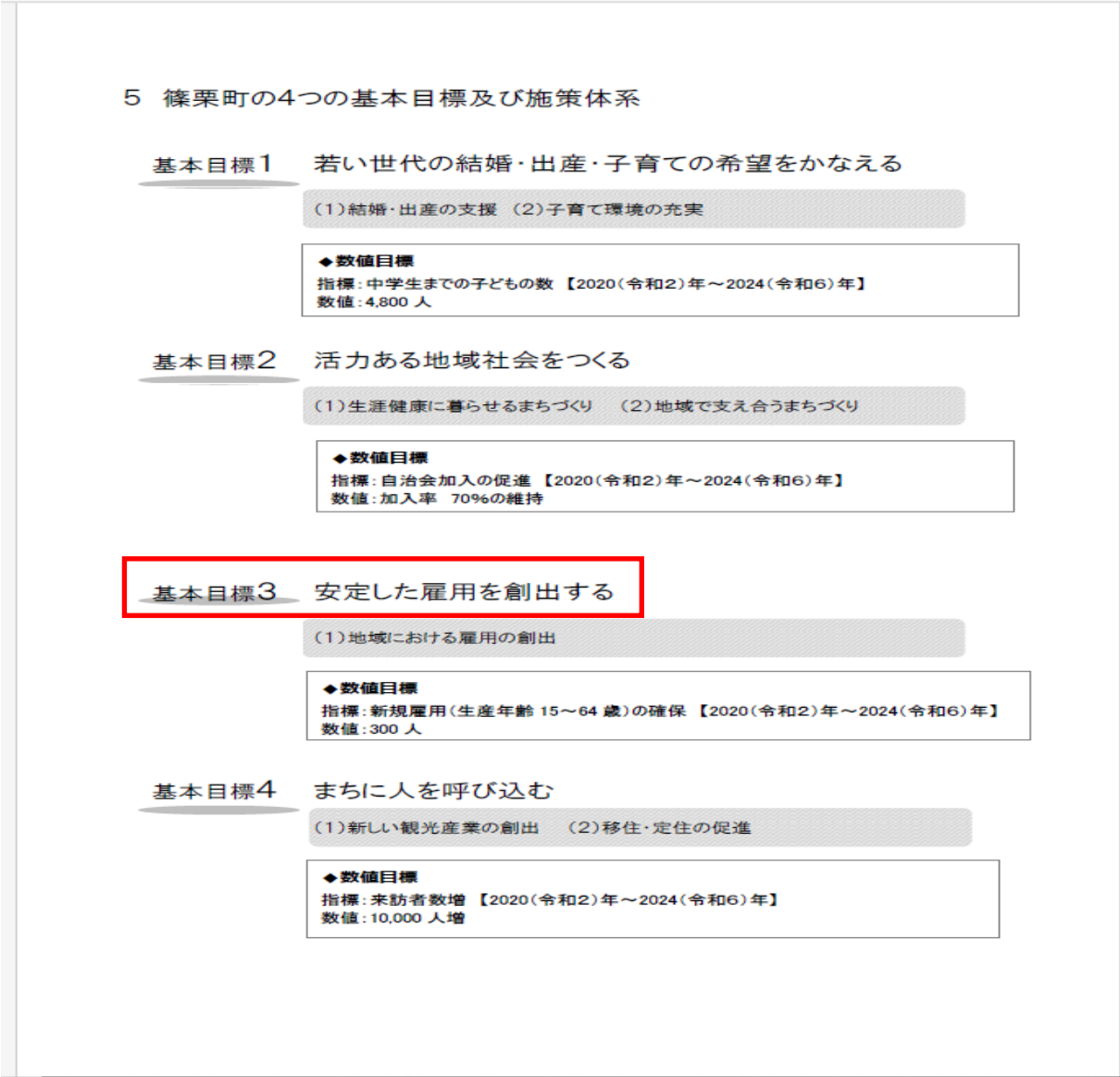
図表 3. 施策体制



「第7次篠栗町総合計画」より

具体的方針として、第7次篠栗町総合計画には、商工業については、企業誘致だけでなく、イベントの開催や地元特産品ブースの設置等により、新しい人の流れをつくるとしてある。

図表 4. 篠栗町の 4 つの基本目標及び施策体制



「第2期篠栗町まち・ひと・しごと総合戦略より」

②課題

○小規模事業者の経営力向上支援

当会の管轄する地域は、家族経営の個人事業者が多数を占めており、高齢化も進んでいる。高齢化による後継者問題のみならず、近年、消費者ニーズの多様化、人材不足、大型店・チェーン店の出店など、小規模事業者にとっては大変厳しい経営環境が続いている。そのような中、小規模事業者は、本質的な経営課題解決に至らず、成り行き経営となっている事業者がほとんどであるため、これらの事業者の経営力向上が求められる。

○特徴ある店舗・商品づくり、特産品等の支援

篠栗町には、地元産のお米と弘法大師ゆかりの霊峰若杉山の伏流水を使用した「篠栗伝説」という米焼酎があるものの、認知度は低く、他に特産品といわれるものもない状態である。

地域の事業者の中には、特産品の構想は持っているものの、どのように作っていったら良いかわからない事業者や、地域の特性を生かした商品開発を行っているもののパッケージやデザイン等まで目が行き届かず、商品市場や消費者のニーズに合致していない事業者も見受けられる。

インターネットの普及により商圈範囲は広がっており、販路開拓や魅力ある商品・と特産品づくりのブラッシュアップが必要である。

篠栗町は福岡都市圏に位置し、博多駅まで15分、福岡一の商業地である天神地区にも30分以内と交通の便としては大変良いものの、需要を取込めて

おらず、逆に、町内の消費が流出している。地域の特性や強みを生かした魅力ある店づくりの支援も必要と考える。

○事業承継支援・創業者育成支援

福岡県事業承継・引継ぎセンターと行っている事業承継アンケートにおいても、事業承継に関して問題や不安を抱えている事業者は多い。円滑な事業承継を行う必要がある。また、創業支援で適地が少ない等の問題はあるが、創業者は近年増加しており、篠栗町と協力し創業セミナーの開催、創業計画書策定支援を行い、地域での創業を促す。事業承継支援、創業支援を円滑に遂行し、事業者の新陳代謝を促し、地域経済の活性化に繋げていくことが求められる。

○事業環境変化への対応支援

新型コロナウイルスの蔓延により様々な業種が影響を受け業況が悪化した事業者が多い。ウィズコロナ・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、急激な事業環境の変化への対応が求められている。原材料の高騰、人手不足・人材の育成、DXを取り入れた生産性の向上、SNSを活用したビジネス対応など、変革についていけない事業者が多くそれに対応できるように支援が必要である。

(2) 小規模事業者に対する長期的な振興の在り方

【10年後程度を見据えた小規模事業者に対する振興の在り方】

篠栗町の10年後を見据えると、高齢化や人口減少に加え、事業環境・産業構造の変化により事業者も減少が進んでいくと考えられる。人口の減少は需要や供給面でマイナスの要因となり、小規模事業者の減少は労働人口の流出、町の活力低下に直結することから早急な対策が必要である。著しい環境変化においても、小規模事業者が時代に合った商品・サービスの提供を意識し、ブランド価値を高めることで地域経済の活性化及び持続可能な経営に繋げる必要がある。今後10年を見据えた小規模事業者に対する振興の在り方については、以下の通りと考える。

- ・小規模事業者の競争力を高め、事業者の潜在能力を引き上げ、経営力の強化を図るため、事業者自らが本質的な経営課題を解決できるよう対話と傾聴を通じて伴走型支援を行い、小規模事業者の持続的発展と篠栗町の振興に寄与する。
- ・地域ブランド・企業ブランドを高めるため、地域産業資源を組み合わせた新しい特産品の開発、魅力ある店舗・商品づくりを支援し、地域事業者と篠栗町の継続的発展に寄与する。
- ・地域経済の新陳代謝（新産業の創出やリノベーション）を高めるため、新たな創業者の発掘・育成と円滑な事業承継を支援し、商工業の発展と篠栗町の振興に寄与する。
- ・労働力不足の解消・地域内外への販路開拓を図るため、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の支援を行い、小規模事業者の事業継続・発展に寄与する。

【篠栗町総合計画との連動性・整合性及び商工会の役割】

篠栗町の「地域の資源を生かし、にぎわいと産業を創出するまちに」、「安定した雇用を創出する」という計画から、商工会としては、地域資源や観光資源を有効活用し、地域特産品の開発、魅力ある商品づくりを支援する。

また、商工業者の経営力向上支援、事業承継支援を行い、地域経済の活性化並びに新事業創出、創業者の育成支援を図り、地域における雇用の創出、安定を支援することで、第7次篠栗町総合計画及び第2期篠栗町まち・ひと・しごと総合戦略と連携ができるものとする。

(3) 経営発達支援事業の目標

篠栗町の地域経済活性化並びに小規模事業者の経営基盤の強化・安定化のため、長期的な振興の在り方を踏まえ、以下の目標を設定する。

目標①小規模事業者との対話と傾聴を通じ、事業者の本質的な課題を抽出し、各事業者の特性等を最大限に生かした経営力向上支援

目標②地域資源・観光資源を有効に活用し、魅力のある商品・店づくり、特産品支援及び販路開拓・拡大支援

目標③地域経済の新陳代謝を促すための円滑な事業承継支援並びに地域での創業促進支援

目標④急激に変化する経営環境に対応するため、SNS 等 IT リテラシーを高めたうえで、DX の導入による生産性向上、業務効率化を支援

2. 経営発達支援事業の実施期間、目標達成方針

(1) 経営発達支援事業の実施期間（令和6年4月1日～令和11年3月31日）

(2) 目標達成に向けた方針

目標①小規模事業者との対話と傾聴を通じ、事業者の本質的な課題を抽出し、各事業者の特性等を最大限に生かした経営力向上支援

小規模事業者の経営力向上、経営基盤安定のために、事業者との対話と傾聴を通じ、一時的な経営課題だけでなく、本質的な経営課題を抽出し、自己研鑽によって課題解決できる力、自走化できる力を身につけられるよう導き、持続的発展への取組に繋げる必要がある。そのため、地域経済動向分析や需要動向分析、SWOT分析などの各種分析データを用いて、実現可能な事業計画の策定を支援する。さらに、事業計画を基にしたPDCAサイクルで経営の舵取りを行い、強固な経営基盤を構築する事業者を増加させることで、地域経済の活性化を図っていく。

目標②地域資源・観光資源を有効に活用し、魅力のある商品・店づくり、特産品支援及び販路開拓・拡大支援

地域資源や観光資源、市場ニーズを踏まえながら、小規模事業者が持つ技術やノウハウ・アイデアを活用した商品・特産品の開発、既にある商品等のブラッシュアップ、魅力ある店づくりを支援する。

小規模事業者が望む商圏やレベルに応じ展示会、商談会の出展等、InstagramなどのSNSやECサイトの利用といったITを活用した販路開拓・拡大支援も行う。

目標③地域経済の新陳代謝を促すための円滑な事業承継支援並びに地域での創業促進支援

事業承継支援については、後継者の育成・マッチングにあたって事業承継計画の策定に後継者の参画を促し、事業承継（親族・M&A等）の計画を進め、早期の事業継続体制を構築する。事業承継計画策定後も巡回指導を通じ定期的にフォローアップを実施する。創業支援では、地域内での創業促進のため篠栗町と連携し、セミナーを開催して、創業希望者の掘り起しを実施。創業の際に必要な町独自の情報も含めた知識の習得、実現可能な創業計画書の策定を支援し、事業承継、創業支援で地域経済の活性化、新陳代謝を促す。

目標④急激に変化する経営環境に対応するため、SNS等ITリテラシーを高めたうえで、DXの導入による生産性向上、業務効率化を支援

激変する経営環境に対応するため、データやデジタル技術を活用し、顧客ニーズや市場ニーズを的確にとらえた商品・サービス、消費者目線での新しい価値観への対応を支援する。小規模事業者のDX化に積極的に取組み、SNSの活用など、更なるIT活用を実現しながら、業務の効率化、競争力の強化、生産性の向上といった課題解決を支援していく。

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、地域経済動向調査については、巡回・窓口指導の際に情報収集を行うのみであったため、定点観測や事業者への情報提供は不十分なものであった。

〈課題〉

これまでの地域経済動向調査は、事業者に対しての情報提供が不十分であり、情報内容と情報の鮮度が低かった。また、事業計画や創業計画を策定支援する際には市場情報評価ナビ MieNa を使用し個社支援ツールとして活用するにとどまっていた。事業者に対して、豊富な情報内容や的確な情報を提供し支援に繋げるため、国のビックデータである地域経済分析システム「RESAS」を活用した上で、今後は情報の収集・整理を行う。また、分析した情報結果を商工会のホームページで公表する等の改善を図り、情報提供を実施する。

(2) 目標

内容	公表方法	現行	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度
①地域の経済動向分析の公表回数	HP 掲載	—	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
②景気動向分析の公表回数	HP 掲載	—	2 回	2 回	2 回	2 回	2 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、観光資源や地域資源を活用して販路開拓・拡大に取り組む事業者や、自社の技術やサービス・商品の開発を積極的に行い販路開拓に取り組む事業者に対し、限られたマンパワーの中で、効率的な経済活性化を目指すため、経営指導員等が地域経済分析システム「RESAS」を活用した地域の経済動向分析を行い年 1 回公表する。

【調査方法】

経営指導員等が地域経済分析システム「RESAS」を活用し、篠栗町を中心に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 → 何で稼いでいるか等を分析
- ・まちづくりマップ → 地域の人々の動き、流れ等分析
- ・産業構造マップ → 各産業の現状を把握し、地域の特性を分析
- ・消費マップ → キャッシュレス状況の調査、消費動向等を分析
- ・その他、各種経済指標

②景気動向分析

全国商工会連合会が実施する「小規模企業景気動向調査」をベースとして、当会独自の景気動向調査を実施する。地域内の中小企業景気動向の調査を行い、地域の経

済状況等を示した情報を半期ごとに提供できるようにする。

【調査方法】

当会が独自作成した調査票を郵送。Google フォームなど WEB 回答或いは返信用封筒にて調査を行う。また、必要に応じ巡回での聞き取り調査も行う。得られた情報は整理し、外部専門家等と連携し分析、公表する。

【調査対象】

篠栗町内の小規模事業者 50 社（建設・製造・卸売・小売・サービス・飲食業）の調査を行う。業種ごとの調査数は町内小規模事業者の比率によって按分する。

【調査項目】

売上高、仕入価格、売上総利益、減価償却費、人件費、営業利益、設備投資、資金繰り、従業員数、借入金残高、事業承継の有無、IT 活用状況等

（４）調査結果の活用

調査結果は当会ホームページに掲載し、広く地域内小規模事業者等に周知し、経営課題の把握、事業計画策定に活用してもらう。また、経営指導員等が巡回・窓口支援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〉

これまでは、観光サービス・土産物を取扱う事業者の商品を対象に消費者アンケートを実施し、当該事業者へフィードバックするようにしていたが、新型コロナウイルスの影響により観光客が激減し、思うようなアンケート調査が実施できなかった。そのため、専門機関が公表している需要動向調査を提供するのみで、効果的な事業者支援に繋がっていなかった。

〈課題〉

消費者ニーズや市場ニーズを把握せず、自身の経験や考えのみで商品をつくり、売上に繋がらないケースが散見される。小規模事業者にとって、需要動向調査を自社で効果的に実施することは容易ではないため、当会で支援を実施し、消費者ニーズを取り入れたマーケットインの考え方を浸透させる必要がある。

（２）目標

内容	現行	令和 6 年度	令和 7 年度	令和 8 年度	令和 9 年度	令和 10 年度
消費者によるアンケート調査対象事業者数	—	5 者	5 者	5 者	5 者	5 者

（３）事業内容

①商品やサービスの開発・改良に関する一般消費者アンケート調査

マーケットインの考え方を取り入れ、魅力ある商品やサービスの開発・改良を支援するため、町内で開催されるイベント会場でヒアリング調査を実施する。当該調査の分析結果を各支援事業者の事業計画に反映させ実現可能性を高める。

【調査対象】

魅力ある商品の開発、商品・サービスの改良に取り組む事業者 5 者
 地域・観光資源を活用し、特産品の開発や競合他社との差別化を図り自社独自の商品・サービス開発・改良に取り組む事業者

【調査手法】

篠栗祇園夏祭り(※)等のイベント会場にて経営指導員等がヒアリングしアンケート調査

(※)篠栗祇園夏祭り：毎年 7 月に開催。地域に根づいた祇園山笠と近隣地域では行っていない花火大会があり、3,000 人ほど来町される。
 篠栗駅前など車両通行止めにし、50 店舗ほど出店している。

【サンプル数】

イベント来場者 50 名

【調査項目】

品質・商品パッケージ・価格・内容量・購入意欲・商品満足度 等

(4) 調査結果の活用

調査結果は必要に応じ専門家の助言等を取り入れ経営指導員等が当該 5 事業者へフィードバックし、商品の開発や改良等を支援する。

調査結果のデータを活用して、課題の抽出を行い、今後の経営状況の分析及び事業計画策定支援へ繋げる。

5. 経営状況の分析に関すること**(1) 現状と課題****〈現状〉**

巡回や窓口での金融斡旋相談、補助金申請相談、経営革新等の事業計画書策定支援の際の簡易的な財務分析にとどまっている。

〈課題〉

これまでは簡易的、その場限りの財務分析であり、また、事業者によっては分析そのものを必要とせず、自身の経験等で経営している状態である。経営分析の重要性や必要性をしっかりと伝え、理解して頂くために「対話と傾聴」に重きを置き、事業者の本質的な経営課題の把握に繋げる。また、DX 活用状況や SWOT 分析などの非財務分析を行う必要がある。

(2) 目標

内容	現行	令和 6 年度	令和 7 年度	令和 8 年度	令和 9 年度	令和 10 年度
経営分析事業者数	30 者	40 者	40 者	40 者	40 者	40 者

(経営分析事業者数＝経営指導員等 2 名×20 者)

(3) 事業内容**①経営分析を行う事業者の発掘**

巡回や窓口指導の際に、売上の向上、販路開拓・拡大等を目指す事業者を中心に、

経営分析の重要性・必要性を説明し、事業計画策定支援が必要な事業者を発掘する。発掘の際には、事業者へ自身の強みや弱みなどの気づきを与えられるよう、対話と傾聴を意識し支援を行う。

②経営分析の内容

【対象者】

巡回・窓口相談により発掘された下記小規模事業者を想定

- ・需要動向調査を実施した事業者
- ・売上向上を図る事業者
- ・魅力ある商品の開発、商品・サービスの改良に取組み販路開拓・拡大を図る事業者
- ・事業計画策定、事業承継計画策定に対し意欲的な事業者
- ・資金繰りなどの金融支援、経営改善が必要な事業者
- ・創業5年未満の事業者

【分析項目】

- ・財務分析 → 収益性、安全性、売上持続性、生産性、成長性等を中心とした定量分析。
- ・非財務分析 → 対話と傾聴を通じ、強み・弱み・脅威・機会を確認してSWOT分析を中心とした定性分析。他にDX活用状況等。

【分析手法】

事業者の状況や局面にあわせて、経済産業省のローカルベンチマークや中小企業基盤整備機構の経営自己分析システムを活用する。財務分析は、収益性・売上持続性・生産性・健全性・効率性・安全性から定量的な経営分析を実施する。非財務分析は対話を通じて、下記項目について、SWOT分析（クロスSWOT分析）のフレームを活用し、機会・脅威に自社の強みや弱みを勘案し今後の成長戦略を決める資料とする。

内部環境	外部環境
・商品、製品、サービス・知的財産 ・仕入先、取引先 ・人材、組織	・商圏内外の人口、人流、消費動向 ・競合 ・業界動向
・デジタル化、IT活用状況 ・事業計画策定、運用状況	

（４）分析結果の活用

経営状況の分析結果については、当該分析事業者へフィードバックし、個別の経営相談、税務相談、労務相談時に活用し、事業計画策定やDX導入による販路開拓・拡大に繋げていく。またこれらの分析結果は当会内の共有フォルダにデータベース化し、職員間で共有することにより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〉

当会はこれまで事業計画策定個別相談会を開催し、事業計画を策定する意義や重要性・必要性を啓蒙してきたが、参加者が少なく十分な効果を得たとは言い難かった。

巡回や窓口相談での補助金申請相談や金融相談の際に、中長期的に考え策定しているというより、一時的に必要に迫られ策定しており、自らが進んで事業計画を策定している小規模事業者は少ないのが現状である。また、DX に関する意識が低く IT ツールを使いこなせない事業者も多い。

〈課題〉

小規模事業者は家族経営が主であり、目先の業務に追われ、成り行き経営となっている小規模事業者が散見される。事業計画策定の意義を理解してもらい、市場ニーズや消費者ニーズを盛り込んだ中長期的な計画策定をもって、成り行き経営を脱却するために小規模事業者の売上向上と経営改善を目指していく必要がある。また、計画にはDXの要素を含めるよう支援していく必要がある。

(2) 支援に関する考え方

事業計画策定は補助金申請や融資を受けるためといった一過性のものでなく、今後の経営の指針となる計画を策定できるよう粘り強く説明を行い、事業者自らが能動的に取り組めるよう対話と傾聴を通じ最適な意思決定のサポートを行う。事業計画策定目標件数については、5. で経営分析を行った事業者の 5 割程度を目指す。事業計画策定前段階において、事業者の競争力の維持、強化に向け、生産性向上・販路開拓・拡大を図るため DX に関するセミナーを開催する。また、新規創業者や事業承継を検討している事業者に対しても優先的に計画策定支援を行う。

(3) 目標

内容	現行	令和 6 年度	令和 7 年度	令和 8 年度	令和 9 年度	令和 10 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
事業計画策定事業者数	15 者	20 者	20 者	20 者	20 者	20 者
③創業セミナー (※)	3 回	3 回	3 回	3 回	3 回	3 回
創業計画策定事業者数	12 者	12 者	12 者	12 者	12 者	12 者
④事業承継計画 策定事業者	1 者	3 者	3 者	3 者	3 者	3 者

(※) 創業セミナーについては当会単独主催を年 1 回、4 町合同（粕屋管内の篠栗町、粕屋町、久山町、新宮町の 4 町担当課及び商工会）で主催する創業塾を年 2 回行っている。

(4) 事業内容

①DX 推進セミナーの開催

生産性向上や業務効率化のための DX 化に向けて、基礎知識習得のためのセミナーを開催する。また、DX に向けた IT ツールの導入や web サイト構築の取組を推進する。併せて、セミナー参加の有無に関わらず、個別相談は随時受け付け、専門性が高い内容については適宜専門家派遣を実施する。

【支援対象】 DX を用いた経営に関心が高い、DX への取組に柔軟な対応が可能な事業者や経営分析を実施した事業者

【募集方法】 商工会ホームページ、募集チラシの配布、役場広報誌への募集記事掲載
経営分析を実施し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】 20 名程度

【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
- ・ クラウド型顧客管理ツールの紹介

②事業計画策定セミナーの開催

【支援対象】 経営分析を実施し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】 経営分析を実施した事業者への声掛け、商工会ホームページ、募集チラシの配布

【講 師】 中小企業診断士等

【開催回数】 年 1 回

【参加者数】 20 名程度

【カリキュラム】 事業計画策定の必要性、経営戦略構築、自社の強み・弱み・課題の抽出、販促計画の作り方等

【支援手法】 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、必要に応じ専門家と連携しながら事業計画策定支援を実施する。

③創業セミナーの開催

創業支援については、当会単独の創業セミナーと平成 27 年から粕屋管内 4 商工会と 4 町担当課で相互連携を図りながら、広域的な支援体制を構築し取り組んでおり、年 1 回の当会主催創業セミナー、年 2 回の 4 町合同創業塾を開催し、地域内創業希望者を支援している。創業希望者は近隣市町村で実際に創業される方も多いため、必要に応じ近隣商工会との連携も図る。また、当町での創業希望者には、空き店舗や観光地、特産品の情報など、町独自の情報提供を行う。

【支援対象】 創業予定者及び創業後 5 年未満の事業者

【募集方法】 商工会ホームページ、役場広報誌に募集記事掲載、募集チラシの配布

【講 師】 中小企業診断士等

【開催回数】 当会主催年 1 回 4 町合同年 2 回

【参加者数】 15 名程度

【カリキュラム】 創業者体験談、税務・労務等の基礎知識、資金調達、販路開拓等

【支援手法】 セミナー参加者には経営指導員等が担当制で張り付き、必要に応じ専門家と連携し、実現可能な創業計画に繋がるよう支援を実施する。また、セミナー等に参加できない創業希望者に対しては個別相談を随時受け付け、専門家派遣などを実施し支援に繋げる。

④事業承継計画策定支援

60 歳以上の事業者を対象に、巡回・窓口相談を通じ事業承継のニーズを洗い出し、

福岡県事業承継・引継ぎ支援センターと連携し事業承継計画策定支援を実施する。

【支援対象】 事業承継を検討或いは予定している事業者

【支援手法】 経営指導員等と専門家を交え、自社の方向性を明確にし、事業承継計画の策定支援を実施。また、後継候補者の意識醸成も不可欠であるため、承継者・被承継者共同での取り組みを促す。

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、事業計画策定後の実施支援は経営指導員等による巡回訪問や窓口相談時に事業計画の進捗状況のヒアリングを実施しているものの、補助金申請に係る計画書作成や補助事業に取り組む事業者の実績報告支援や資金調達支援を行うことに時間を割かれ、策定後のフォローが疎かになっていたところがあった。

〈課題〉

定期的・計画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計画の修正や見直し等速やかな対応が求められる。事業者ごとに異なる計画の進捗状況に合わせて事前にチェック項目を設けるなど客観的な進捗状況の把握を行う必要がある。また、限られたマンパワーで対応できる支援体制を構築し、専門性の高い分野においては専門家と連携し伴走支援を実施していく。

(2) 支援に対する考え方

小規模事業者の自走化を意識し、対話と傾聴を通じ、経営者自身が経営課題の本質を見出し、当事者意識を持って取り組むなど、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付けを行い潜在力の発揮に繋げる。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、ある程度順調に進捗していると判断し、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を実施する。

(3) 目標

内容	現行	令和 6年度	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度
①事業計画策定フォローアップ事業者数	15 者	20 者	20 者	20 者	20 者	20 者
頻度（延回数）	25 回	80 回 (20 者 ×4 回)	80 回 (20 者 ×4 回)	80 回 (20 者 ×4 回)	80 回 (20 者 ×4 回)	80 回 (20 者 ×4 回)
②創業計画フォローアップ事業者数	12 者	12 者	12 者	12 者	12 者	12 者
頻度（延回数）	11 回	48 回 (12 者 ×4 回)	48 回 (12 者 ×4 回)	48 回 (12 者 ×4 回)	48 回 (12 者 ×4 回)	48 回 (12 者 ×4 回)

③事業承継計画フォローアップ事業者数	1 者	3 者	3 者	3 者	3 者	3 者
頻度（延回数）	4 回	6 回 (3 者 ×2 回)	6 回 (3 者 ×2 回)	6 回 (3 者 ×2 回)	6 回 (3 者 ×2 回)	6 回 (3 者 ×2 回)
合計フォローアップ事業者数	28 者	35 者	35 者	35 者	35 者	35 者
合計頻度（延回数）	40 回	134 回	134 回	134 回	134 回	134 回
上記①②③のうち 利益率 3%以上増加の 事業者数	3 者	10 者	10 者	10 者	10 者	10 者

（４）事業内容

事業計画を策定した事業者を対象とし、経営指導員等が独自様式のフォローアップシートを用いて巡回訪問等を実施する。なお、フォローアップシートは把握方法の改善のため、適宜チェック項目の見直しを行う。策定した事業計画が着実に実行しているか、定期的かつ継続的にフォローアップを実施する。

事業計画策定事業者及び創業計画策定事業者については計画的に四半期に 1 度、事業承継計画策定事業者については半期に 1 度の頻度で行う。

なお、事業計画の進捗状況が思わしくないと判断する場合には、外部専門家などと連携を行い、第三者の視点を必ず投入し、今後の対応や方策を検討の上フォローアップの頻度の変更を行う。

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〉

特産品が少なく商談会や展示会に出展を希望する事業者も少ないことから、これまで当会の販路開拓支援としては、販路開拓に関する補助金の情報提供や商談会・展示会の情報提供であった。また、地域内小規模事業者の多くはオンラインでの販路開拓等に関心があるものの、人材不足・高齢化・知識不足などの理由により IT を活用した販路開拓等の DX に向けた取組が進んでおらず、商圈範囲が近隣市町村の限られた範囲にとどまっている。

〈課題〉

オリジナル性のある商品を取扱う事業者が少なく、消費も町外へ流出している。地域内で特産品の開発や魅力ある店舗・商品づくりを行ったうえで、その認知度向上を図ることが必要である。また、IT ツールを活用した事業者も少なく、新たな取り組みへの積極性が弱い。販路開拓・拡大には DX 推進が不可欠であるため、事業者の DX に対しての理解度・認識力を高めていくことが大事である。

（２）支援に対する考え方

経営状況の分析、事業計画策定支援を行った事業者の中で特産品の開発や魅力ある店づくりを行う意欲のある小売業・飲食業を重点的に支援する。

当会が独自で商談会や展示会を開催することは困難であるため、既存の展示会等の

出展をするとともに、地域内では町主催のイベントなどと連携していく。また、小規模事業者にとっては展示会出展に係る人材の確保等も難しいことが考えられるため、福岡県商工会連合会のアンテナショップ「DOCORE」への出展支援を行い、アンテナショップから商談会・展示会出展へとステップアップしていけるよう伴走支援を実施する。出展に関しては事前準備から事後のアフターフォローを継続し、商品のブラッシュアップ支援や商品情報を的確に伝達できるよう FCP シートの作成等きめ細かな伴走支援を実施する。

DX に向けた取組としては、ホームページや SNS を活用した情報発信、EC サイト等専門家による IT を活用した販路開拓の支援を行う。個別に相談を行い DX に対しての理解度向上並びに成果に結びつく支援を実施する。

(3) 目標

内容	現行	令和 6 年度	令和 7 年度	令和 8 年度	令和 9 年度	令和 10 年度
① DOCORE ふくおか 商工会ショップ 出展事業者	—	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者
売上増加率／者	—	5%	5%	5%	5%	5%
②Food EXP0 Kyushu 等 商談会出展事業者	—	1 者	1 者	1 者	1 者	1 者
成約件数／者	—	1 者	1 者	1 者	1 者	1 者
③DX 推進による 販路開拓支援	—	4 者	4 者	4 者	4 者	4 者
売上増加率／者	—	5%	5%	5%	5%	5%

(4) 事業内容

①DOCORE ふくおか商工会ショップ出展事業支援 (BtoC)

福岡県商工会連合会が運営するアンテナショップで、福岡県内の地域特産品や中小企業・小規模事業者の持つ隠れた逸品等を取扱い、JR 博多駅隣接の博多マルイに常設している。DOCORE ふくおか商工会ショップは地域商品等の販路開拓と商品ブラッシュアップを通して中小企業・小規模事業者の商品展開力・販売力の向上等を図る育成ショップであり、県内だけでなく県外や海外からの消費者も来店が見込まれ商品へのフィードバックを必要とする事業者へ消費者からの声を届け商品の育成を実施することが出来る。

【支援対象】

計画策定支援を行った事業者のうち新商品・新サービスを開発し、販路の開拓・拡大に意欲的に取組む事業者

【支援内容】

商品パッケージや景品表示法等、専門家を交えながら支援を実施する。消費者の声をフィードバックし、データを活用しながら商品の改良等を支援する。

②Food EXP0 Kyushu 等商談会出展支援 (BtoB)

(令和 4 年度実績:出展者数 206 者 来場者数 3,429 人 商談数 361 バイヤー数 29 社)

世界的にも優れた高付加価値の九州産農林水産物、加工食品を国内外に発信し、地場食品関連企業の更なる売上向上、販路拡大及び地域経済の振興を目的にしている個別商談会であり、バイヤー数・商談数も多く、広く販路の開拓・拡大を目指す事業者の出展支援を実施する。

【支援対象】

DOCORE ふくおか商工会ショップ出展事業者、計画策定支援を行った事業者のうち新商品・新サービスを開発し、販路の開拓・拡大に意欲的に取り組む事業者

【支援内容】

更なる販路の開拓・拡大に取り組む事業者の出展支援を行う。FCP シート等作成からバイヤー経験者等を招聘し、バイヤー目線での考え方なども支援する。出展期間中並びに出展後のフォローアップについても必要に応じ専門家と連携し伴走支援を実施する。

③DX 推進による販路開拓支援

商圏や顧客ターゲット層を拡大、Web サイトによる効果的な情報発信や EC サイトの利用、Instagram などの SNS の活用を事業者個々の現状に最適なものを選択し、ハンズオン個社支援を実施し販路の開拓・拡大に結び付ける。

【支援対象】

各計画策定支援を行った事業者のうち IT を活用した販路開拓・拡大に意欲的に取り組む事業者

【支援内容】

各事業者の IT スキルに合わせ、専門家等を交えながら、各種 SNS や Web サイト等を活用した DX 化を通じて到達目標を設定。目標までの道筋を明確にし、適宜フォローし、検証を行いながら、効果的な販路開拓・拡大支援を実施する。

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〉

町役場担当課長、中小企業診断士、商工会正副会長で構成している事業評価委員会にて、事業評価・見直し・改善を図ってきたが、新型コロナウイルス感染拡大を受け、委員会の開催を行わず、それぞれ個別に実施状況等を報告していた。また、ホームページでの公表まではできていなかった。

〈課題〉

事業評価委員より事業の見直しや改善点などの有益な意見を頂いていたが、職員全体が多岐に亘る業務や経営発達の目標数値の達成に追われ、本来の目的とは乖離したことにより改善にまでは至らなかった。

情報公開については、小規模事業者へ浸透できていないため、ホームページや会報等で公表し事業の取組を周知する。また、職員間での情報共有の仕組みが十分でな

いため、事業進捗状況等情報共有の徹底化を図る必要がある。

(2) 事業内容

①事業評価委員会の設置

篠栗町産業観光課担当職員、商工会正副会長、福岡県商工会連合会担当者、法定経営指導員、経営指導員等（事務局長含む）、及び外部有識者として中小企業診断士で構成する篠栗町経営発達支援事業評価委員会を組織する。評価委員会は年1回開催し、本事業計画のすべての事業内容について実施状況、成果の評価・見直しを行う。評価委員会の成果の評価・見直しについては、次年度事業に反映させ、改善対応を図る。

②評価結果の報告及び公表方法

事業の成果・評価・見直しの結果については、理事会へ報告する。報告後、速やかに評価結果を当会ホームページ上で公表し、地域の小規模事業者等が常に閲覧可能な状態とするとともに、職員間で共有し次年度の事業実施方針に繋げる。

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〉

福岡県商工会連合会が開催している各種職種別研修を職員は受講していることに加え、年1～2回の内部職員研修、関係諸団体（税務署・労働局等）主催の研修会にも積極的に参加しており、職員個々が経営支援実務に必要な知識の習得、支援能力向上を図っている。

〈課題〉

研修で得た専門的知識や支援ノウハウを小規模事業者の多岐に亘る課題に十分に発揮しているとは言い難く、支援能力や内容にもバラつきがあるため、更なる支援能力の向上を図ることが必要である。また、一貫した支援が展開できるよう職員間の情報共有を図り、支援体制の構築に努めることが課題である。

(2) 事業内容

①外部講習会の積極的活用

【経営支援能力向上の取組】

経営指導員並びに経営支援員の支援能力向上のため、福岡県商工会連合会が開催する研修の受講に加え、中小企業基盤整備機構や中小企業大学校が主催する講習会等へ積極的に参加する。併せて、全国商工会連合会主催の経営指導員等 WEB 研修については、幅広い専門分野の中から、各自が不足している分野の研修を受講し、充足を図る。

【DX 推進に向けたセミナー参加】

地域の小規模事業者の DX 推進は喫緊の課題であり、対応する経営指導員並びに経営支援員の IT スキルの向上が必要である。小規模事業者の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 関連セミナー等に積極的に参加する。

・事業者の業務効率化等の取組

キャッシュレス決済、IoT 活用による生産性向上支援、クラウド会計システム 等

・事業者の需要開拓等の取組

Instagram 等各種 SNS の活用、EC サイト活用、EC サイト構築運用、G ビズ ID 取得及び補助金電子申請支援 等

【コミュニケーション能力向上セミナー】

経営指導員並びに経営支援員は対話力向上等のコミュニケーション能力を高める研修を受講することにより、支援の基本姿勢（対話と傾聴）の習得・向上をはかり、事業者との対話を通じた信頼の醸成、本質的課題の掘り下げの実践に繋げる。

【小規模事業者課題設定力向上研修】

経営指導員並びに経営支援員は課題設定に焦点を当て、そのポイントと手順を習得することで、その後に続く課題解決をスムーズに行うことを目的とする。

②OJT 制度の導入

支援能力のバラつきをなくし、一貫した支援を展開するため、専門家による支援の場に経営支援員も同席する。また、経験豊富な職員と若手職員とでチームを組み巡回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の支援能力向上を図る。

③職員間の定期ミーティング開催

全職員での内部会議を毎月 1 回開催し、事業の進捗状況、数値目標の達成状況、各事業者への支援状況、支援事例の成果内容や事業者へのフォローアップ状況等活動内容を報告し、情報の共有化及び事業への理解度向上を図る。

④データベース化

小規模事業者の事業計画書、各種分析結果は当会独自の支援カルテに入力しデータ管理する。支援カルテは全職員が情報共有できるようにし、担当職員以外でも対応できるようにし、支援ノウハウを蓄積し支援能力向上を図る。

(別表 2)

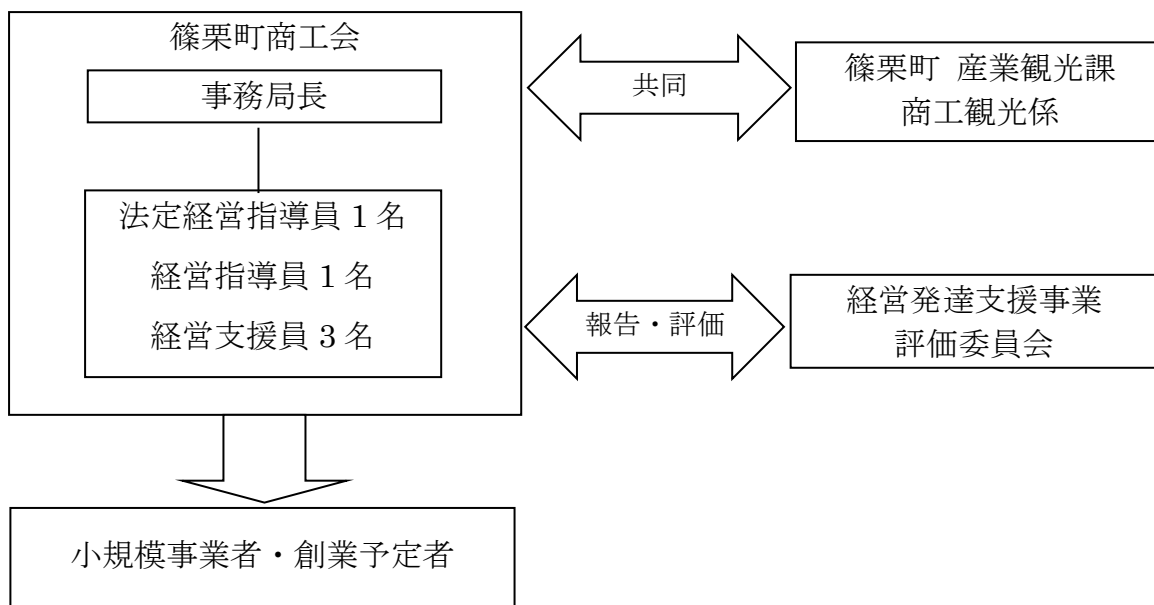
経営発達支援事業の実施体制

経営発達支援事業の実施体制

(令和 5 年 11 月現在)

- (1) 実施体制 (商工会又は商工会議所の経営発達支援事業実施に係る体制／関係市町村の経営発達支援事業実施に係る体制／商工会又は商工会議所と関係市町村の共同体制／経営指導員の関与体制 等)

《経営発達実施体制》



- (2) 商工会及び商工会議所による小規模事業者の支援に関する法律第 7 条第 5 項に規定する経営指導員による情報の提供及び助言に係る実施体制

①法定経営指導員の氏名、連絡先

氏 名：稲永慎一

連絡先：篠栗町商工会 TEL092-947-4141

②法定経営指導員による情報の提供及び助言

経営発達支援事業の実施、実施に係る指導及び助言、目標達成に向けた進捗管理、事業の評価・見直しをする際の必要な情報の提供等を行う。

- (3) 商工会／商工会議所、関係市町村連絡先

①篠栗町商工会

〒811-2417 福岡県粕屋郡篠栗町中央 1 丁目 1 番 17 号

TEL：092-947-4141 FAX：092-947-4451

メールアドレス：sasaguri@shokokai.ne.jp

ホームページ：<https://www.sasagurishokokai.com>

②篠栗町 産業観光課 商工観光係

〒811-2492 福岡県粕屋郡篠栗町中央1丁目1番1号

TEL : 092-947-1217 FAX092-947-7977

メールアドレス : shoukou@town.sasaguri.lg.jp

ホームページ : <https://www.town.sasaguri.fukuoka.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 6 年度	令和 7 年度	令和 8 年度	令和 9 年度	令和 10 年度
必要な資金の額	3,100	3,100	3,100	3,100	3,100
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	200	200	200	200	200
事業計画策定・策定後支援	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
需要開拓支援	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500
事業評価	50	50	50	50	50
職員の資質向上	150	150	150	150	150

(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 他

(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