

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	志免町商工会（法人番号 3290005006192） 志免町（地方公共団体コード 403431）
実施期間	2023/04/01 ～ 2028/03/31
目標	<p>経営発達支援事業の目標</p> <p>①小規模事業者への経営力向上支援及び、販路開拓支援</p> <p>②経営資源の効果的な活用による生産性向上の支援</p> <p>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</p> <p>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</p>
事業内容	<p>I. 経営発達支援事業の内容</p> <p>1. 地域経済動向調査に関すること</p> <p>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>2. 需要動向調査に関すること</p> <p>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組みに有効活用する。</p> <p>3. 経営状況の分析に関すること</p> <p>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>4. 事業計画の策定支援</p> <p>上記①～③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、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>5. 事業計画策定後の実施支援</p> <p>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>6. 新たな需要の開拓支援</p> <p>関係機関が開催する商談会等の情報の発信・周知、商品PRのための支援、大型商業施設との連携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>志免町商工会</p> <p>〒811-2244 福岡県糟屋郡志免町志免中央 1丁目14番10号</p> <p>TEL:092-935-1337 FAX:092-935-1349</p> <p>e-mail:shime@shokokai.ne.jp</p> <p>志免町 まちの魅力推進課</p> <p>〒811-2292 福岡県糟屋郡志免町志免中央 1丁目1番1号</p> <p>TEL:092-935-1854 FAX:092-935-3417</p> <p>e-mail:miriyokuk@town.shime.lg.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

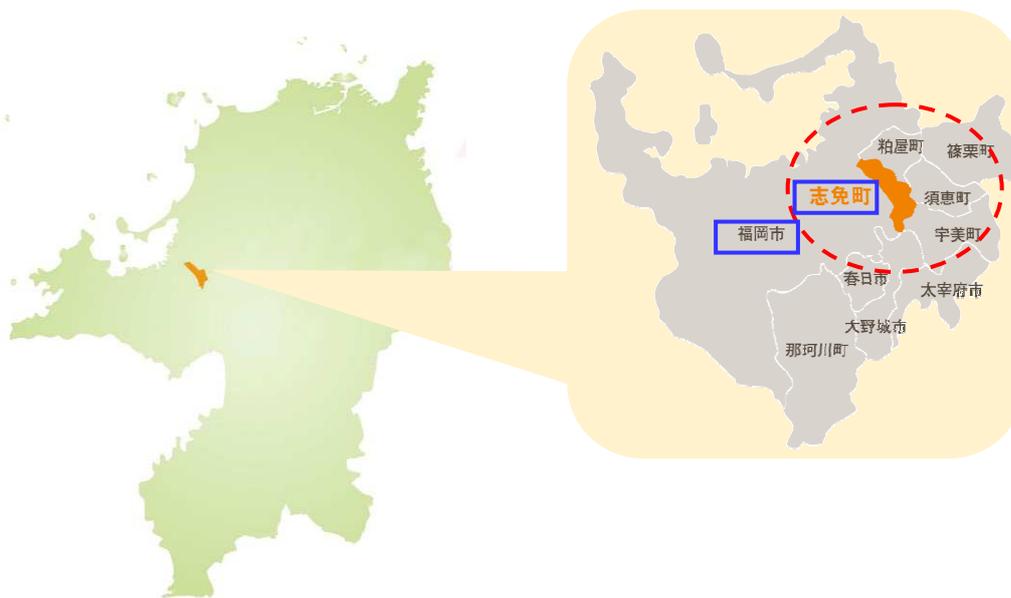
◆ 立地、歴史特性

志免町は、福岡県の西部、福岡都市圏のほぼ中心に位置しており、福岡市(人口約150万人の都市)に隣接した南北に細長い総面積8.69km²の県下では3番目に小さな町である。

町内には山岳はなく、住宅地が密集する一部に丘陵地があるものの、そのほとんどが平坦地であり、福岡市以外に、粕屋町・須恵町・宇美町・大野城市に隣接している。

町の歴史としては、戦前より炭鉱のまちとして栄えた後、昭和40年以降は、福岡市の中心部まで約8キロメートルという地の利に恵まれ、福岡市のベッドタウンとして住宅開発が進み、これまで人口が増加してきた。

交通に関しては、かつて町内を運行していた鉄道路線が昭和60年に廃線となったが、直通路線バスが充実しており、福岡市の中心地である博多まで30分、天神まで40分と利便性が良い。また、福岡空港にも隣接しているため、福岡空港「国内線ターミナル」まで車で15分程度で移動できるため、空港利用者にとって大変利便性が良い町である。



◆人口の推移

志免町の人口の推移を見てみると、福岡市のベッドタウンとして、また福岡空港も近いことから町の住宅開発が進み、約40年前(昭和55年)と比較すると、約14,000人程度増加し、令和4年7月現在の人口は46,747人となり大きく増えている。

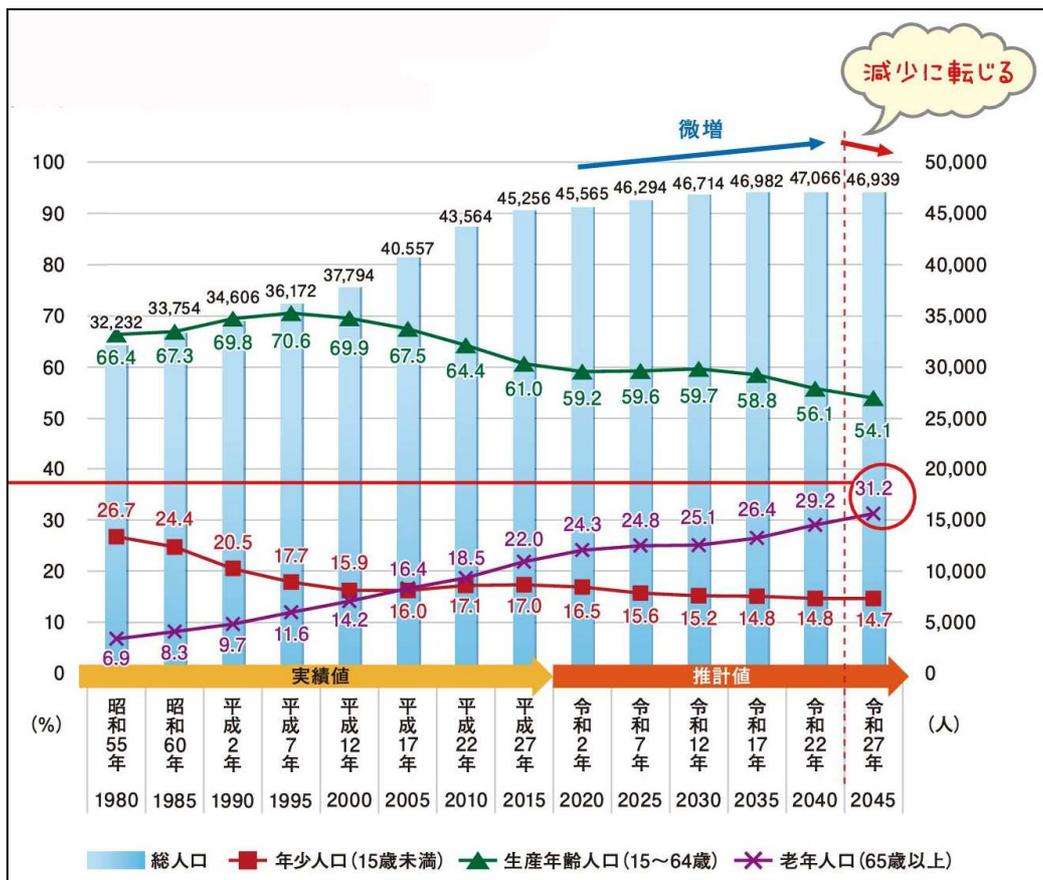
人口密度は5,337人/km²(令和2年国勢調査)と全国の町村では第1位の町となっているものの、近年は微増傾向、また、将来的には減少に転じる見込みである。また、町の住宅開発は、昭和40年以降から行われているため、当時からの住民の高齢化が進んでおり、年々高齢化率が高くなっている。

一方、志免町への移住者の属性として、直近5年間で志免町への移住者の年齢別では「30歳～39歳」の移住者の傾向が高く、比較的若い「家族層」の人口が増えてきている傾向である。

志免町人口、世帯推移

年月	平成30年	令和元年	令和2年	令和3年	令和4年
人口	45,990	46,167	46,547	46,444	46,747
世帯数	19,595	19,850	20,217	20,395	20,725

「令和4年志免町勢情報より」



「志免町第6次志免町総合計画より」

◆志免町の産業

志免町は小さな町で用地も限られているため、町内には農地は少ない。工業系用途地域を削り住宅開発が進み、ベッドタウンとして人口が増え続け、周辺に大型ショッピングセンター・全国展開チェーン店舗等が多数出店した。

かつて、志免町は石炭の町として栄えたものの、今では「商業のまち」となっており、商工業者数を見ても、「卸・小売業、飲食業・サービス、その他」の事業者の割合が 77%を占める状況である。大型店等の出店の影響により、志免町の業種別商工業者数は、最近 10 年間で、全体で 187 事業者数の減少、小規模事業者は全体で 349 事業者が減少しており、小規模事業者においては、厳しい環境となっている。(志免町の業種別商工業者数の推移参照)。

志免町の業種別商工業者数等の推移について (10 年比較)

業種	平成 23 年		令和 3 年		増減 ③-① (件)
	①事業者数 (件)	②業種割合 (%)	③事業者数 (件)	④業種割合 (%)	
建設業	336	20	198	14	△138
製造業	189	12	130	9	△59
卸・小売業	463	28	486	33	23
飲食店, 宿泊業	178	11	193	13	15
サービス業	321	19	284	19	△37
その他	171	10	180	12	9
商工業者合計	1,658	100	1,471	100	△187
小規模事業者数	1,409		1,060		△349

「令和 23 年、令和 3 年実態調査より」

【業種別の景況感】

< 商業・サービス業 >

志免町はベッドタウンとして栄え、商店街も形成されるなど、小規模事業者のお店が賑わいをみせていたものの、ここ数十年の間に、同商圈内に、超大型イオンモールやドラッグストア等の大型店や、全国展開の飲食店・小売チェーン店舗が新たに進出してきた。その影響を受け、商店街等は無くなり、現在では、家族経営を中心とした小規模事業者(食料品店、パン屋、肉屋、八百屋、雑貨店、くすり屋、電気屋、美容室、習い事教室、飲食店など)は、全体的に衰退している傾向にある。

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、町には新しい家族層も増えてきており、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。その上、就労者が町外に流出していることも雇用の問題にも通じている。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。

＜建設・製造業＞

製造業については、工業系用途地域が縮小傾向にあり、製造業の発展が難しい地域である。町西部に位置する町内唯一の亀山工業団地では、機械・金属工業など製造業である大企業の支店等を中心として約 100 社以上の事業活動が行われているが、町北部の準工業地域に立地する小規模製造業者は、撤退や移転などが増えているため衰退が進んでいる。(志免町の業種別商工業者数の推移参照)。

建設業については、一人親方等の独立開業は見られるものの、大手との競争や事業主の高齢化、人手不足等に伴い、事業継続に対する課題に直面している事業者も少なくはない。

また近年、福岡市や、関東の業者等のインターネットを使った町外からの営業展開により、一般個人宅向けのリフォームや改修等工事について、商圏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。

【特産品等について】

志免町はかつて炭鉱町として栄えたため、鉄筋コンクリート製の高さ 47.6m の代表的な旧志免鉱業所堅坑槽があり、国の重要文化財に指定されているものの、観光資源としての具体的な活路は見いだせていない。

志免町には「地域資源や地域産品がない」ことから、当会にて志免ブランド認定制度(※)を立ち上げ、志免町とも連携しながら、特産品・名産品に係るアイデアを広く町民や事業者に募り、これまで、「曲物、すしケーキ、石炭あんぱん」などを認定している状況である。

しかしながら、現段階では広く浸透しておらず、認知度が低い状況であるため、当会としては、引き続き、特徴ある商品づくりを支援し、特産品又は、売れる商品づくりを支援していきたいと考える。

志免ブランド認定制度(※)とは

- ・ 「ただ、いいものを一途に。創造とこだわりが生んだ、志免でしか生まれなかった逸品・巧の技・飲食物など」志免町らしいこだわりの逸品を地域へ、そして全国へお届けしたいとの思いから、志免町商工会が発足した「志免ブランド」を認定する制度である。
- ・ 志免ブランド認定委員会では、委員として商工会、町役場及び専門家等などから選出した、経営・マーケティング・流通・行政・住民と多彩な分野から委員を委嘱し認定を行い、現在 11 事業者(14 商品)を認定している。
- ・ 「志免ブランド」のコンセプトは「エネルギー」。日本の産業を支えた石炭の町として栄えた志免町が生んだ「志免ブランド」は、たくさんの方々の笑顔や感動、そして元気を与える「新しいエネルギー」として全国の皆様へお届けするコンセプトである。
- ・ 現在の志免ブランドの発想の原点は「プロダクトアウト」の発想が強く、認定基準も厳しいことから、認定事業者や品目も少ない状況であり、知名度も高くないのが現状である。

◆【志免町の第6次総合計画について】

志免町の「志免町第6次総合計画」では、基本目標の1つに「“ひと”と“まち”がにぎわい魅力あふれるまち」を掲げており、「まちの魅力の向上と歴史文化・産業振興」を掲げ、実施内容の中で「地域の商工業と新たな創業者の育成を支援する」としている。

基本目標1 “ひと”と“まち”がにぎわい魅力あふれるまち【ひとづくりと地域づくり】

施策4 まちの魅力の向上と歴史文化・産業の振興

◆町の取り組み 4-3◆ 地域の商工業と新たな創業者の育成を支援する

実施事業名(担当課)	事業の概要	事業費の内容
商工業支援事業 (まちの魅力推進課)	町内商工業の活性化のため、商工会への補助及び事業連携や支援等を行う ・商工会との事業、融資事務等の連携や情報共有 ・商工会主催行事を含む各種イベントへの協力、支援 ・しめたもんブランドPR等の協力 ・商工会が行う電子商品券発行事業への補助【拡充】	・商工会事業費補助金 ・料飲店組合事業費補助金 ・消耗品費 ・商品券事業補助金

「第6次志免町総合計画より」



「町民意識調査より」

- 具体的な施策として、町内商工業者の活性化のため、商工会への補助、事業連携や支援の実施、融資事務等の連携や情報共有、商工会が行う電子商品券発行事業への補助などを掲げている。
- 志免町民の意識の把握を行うため、令和元年7月から8月にかけて行った町民意識調査を(上図)によると、特に重要な課題は「商業、サービス業の活気」との回答が、前回調査(平成26年)に引き続き、多い状況となっている。時代の潮流も踏まえた産業の振興を図っていく必要がある。



◆【町の計画に対して商工会が連動できること】

志免町第6次総合計画より	商工会が連動できること
「“ひと”と“まち”がにぎわい魅力あふれるまち」	魅力あるお店、商品づくりを支援する。また電子商品券事業に伴うキャッシュレス決済の推進や地域事業者PRに伴い事業者のDXを促し生産性向上を支援する。
「地域の商工業と新たな創業者の育成を支援する」	地域の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。また新たな創業者の育成を支援する。

②課題

◆小規模事業者の経営力向上支援が必要

- ・ 志免町には、ここ数十年の間、大型店や全国チェーン店が数多く出店してきており、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独創性、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。
- ・ 商工会が実施した小規模事業者アンケート調査結果によると、「コロナ禍において今後の対策をどのようにしてよいかわからない」と回答した数が多かったことから、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

- ・ 志免町では小規模事業者等が作った商品を「志免町の特産品ブランド」認定をしているものの、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、志免町の第6次総合計画にもあげられている通り、今後の円滑な事業承継支援や創業者への育成支援が必要と考える。

(2) 小規模事業者に対する長期的な振興の在り方

● 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

志免町の今後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、志免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、以下の通りと考える。

- ・ 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志免町の振興に繋げる。
- ・ 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。
- ・ 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、商工業の発展と志免町の振興に寄与する。

(3) 経営発達支援事業の目標

志免町の地域経済活性化に向けた町内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 小規模事業者への経営力向上支援及び、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

(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

◆目標の達成に向けた方針

方針① 小規模事業者への経営力向上支援及び、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、事業者と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。
- ・ 「志免町の特産品ブランド」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、社会環境が変わっているため、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、専門家との連携や事業承継引き継ぎ支援センターへの支援を行い、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。
- ・ また、創業者育成支援として、創業者に対する「起業塾」の開催、事業計画策定支援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】

地域経済状況調査については、(商工会独自ヒアリングシートを使用した)商工会独自調査を行い、志免町の小規模事業者の「経営状況や景況感」について集計分析し、その結果をホームページで公表している。

【課題】

これまで、公表した調査結果データにビッグデータは含まれていない。当会において、ビッグデータは、事業者が「経営革新計画や補助金事業計画」を策定する際に、「MieNa」(市場情報評価ナビ)を使い、個者支援ツールとして活用するにとどまっていた。

小規模事業者に対して、よりの確な支援を行うためには、商工会独自調査だけでは、情報量としては不足しているため、今後、商工会独自調査と合わせて、国のビッグデータ「RESAS」(地域経済分析システム)等を活用分析した上で、情報を提供する必要がある。

(2) 目標

内容	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	1回	2回	2回	2回	2回	2回

※現行は令和4年3月末実施数

(3) 事業内容

小規模事業者に、地域経済及び消費動向を用いて、よりの確な支援を行うため、①「RESAS(※)」活用による地域動向調査及び、②商工会独自調査を行う。

※「RESAS」は、自治体のデータが連携しており、人口・産業など信頼性の高い統計調査がグラフ等で表示されているため、直感的にわかりやすいシステムである。

①国のビッグデータ「RESAS」等による地域経済動向分析

限られたマンパワーの中で、効果的に地域経済・消費動向を把握し、小規模事業者を的確に支援するために、経営指導員等がRESAS等を使い、地域の経済動向分析を行い、年1回公表する。

【調査手法】

主に「RESAS」(必要に応じてMieNa)を活用しつつ、消費動向等に関する情報を収集し経営指導員等が専門家と連携して経済動向分析を行う。

【調査項目】

◆「RESAS」(地域経済分析システム)

- ・地域経済循環マップ→地域のお金の流れを把握し、どのような産業が地域に大きな影響を与えているかを分析する
- ・産業構造マップ→各産業の現状を詳細に把握し地域の特性を分析
- ・企業活動マップ→地域別の企業の経営状況を比率等で分析
- ・まちづくりマップ→地域における人の流れ等を分析
- ・他各種経済指標

◆「MieNa」(市場情報評価ナビ)

- ・域内地域の市場特性、成長性、富裕度、家族層、年齢層、消費購買力等の指標を用いた商圏力分析

②景気動向分析

域内の景気動向等についてより詳細な実態を把握するため、引き続き、商工会独自のヒアリングシートにて、域内小規模事業者の景気動向等について、年4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、外部専門家と連携し分析を行う。

【調査対象】志免町内の小規模事業者 50 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。なお、業種毎の調査数は、域内の小規模事業者比率で按分する)

【調査項目】

- ・事業者概要(業種、主な取扱商品、従業員数)
- ・事業の景況(売上高、仕入高、経常利益、資金繰り、今後の見通し、設備投資)うち商業者(客数、客単価)うち工業者(受注単価、工場稼働率)
- ・経営上の課題や問題点
- ・今後の支援策などの要望

(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】

本調査について、これまで商工まつりのイベント会場等で実施していたが、近年は、新型コロナウイルスの関係でイベントが中止となり実施できていなかった。そのため、事業者の計画策定等支援の際に、専門機関が公表している需要動向情報を参考資料として提供したが、漠然とした情報提供となったため、効果的な事業者支援に繋がっていなかった。

【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

内容	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
一般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

一般消費者アンケート調査【新商品開発又は商品改良に向けて】

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に、志免町の小規模事業者の商圏内で開催されるイベント(商工まつり等)会場に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事業者5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50人

【調査項目】味・パッケージ・価格・量・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】

現在は、当会にて記帳指導や金融指導を行っている事業者や経営革新・補助金の申請支援事業者等に対して財務分析を推進しローカルベンチマークで簡易的な経営分析(財務分析)を実施しているが、非財務分析による自社の強みや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】

特に近年のコロナ禍の状況下で、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、非財務分析を通じて本質的な課題を把握し具体的な事業計画策定の必要がある。

(2) 目標

内容	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

※現行分析を行っている30者に関しては、新型コロナウイルス発生の影響もあり、思うような経営分析を行うことが出来なかった

(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ことを基本姿勢とする。

② 経営分析の内容

【対象者】 独自ヒアリングシート(当会作成)にて地域経済動向調査を行う小規模事業者を中心として、以下の項目に該当する者に対して実施する。

- ・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

【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:対話を通じて自社内外の状況を、マクロ環境(社会全体)やミクロ環境(業界)の外部環境の動向から自社の事業機会、事業脅威を特定し、特定した「機会」、「脅威」と自社の「強み」、「弱み」を照合して自社の将来を予測し、自社の今後の成長戦略を決める資料とする。

【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処方箋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、福岡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。
- ・ 分析結果は本会内の共有フォルダにデータベース化し、経営指導員等のスキルアップ及び今後の各種支援に対する参考資料として活用する。

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ことが多く、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必要であると考えます。

そのためには、事業計画策定の意義を理解してもらい、成り行き経営からの脱却、経営者自身が克服すべき5つの壁(①見えない②向き合わない③実行できない④付いてこない⑤足りない)を乗り越え、小規模事業者の経営改善と売上向上を目指していくことが必要である。

(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い、また事業承継支援が必要な小規模事業者に対しては、福岡県事業承継・引継ぎ支援センター等と連携して実現可能な事業計画策定支援を行う。

(3) 目標

内容	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 DX 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 ※1	30者	30者	30者	30者	30者	30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	11者	12者	12者	12者	12者	12者
④事業承継計画策定事業者数 ※3	1者	3者	3者	3者	3者	3者

※1. 事業計画策定支援目標数は、経営分析を行った事業者60者のうち5割程度/年を目指す。

※2 創業計画策定事業者数は、経営指導員3名×4者を目標とする。

※3 事業承継計画策定事業者数は、経営指導員3名×1者を目標とする。

(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】商工会ホームページ、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】30 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

【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、商工会ホームページ、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】30 名程度

【カリキュラム】自社の強み・弱み・課題の抽出、事業アイデアの作り方、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。

③創業セミナーの開催

志免町総合振興計画にも掲げている創業者の育成を目指して、窓口支援のほか、志免町と連携してセミナーを3町合同(志免町・宇美町・須恵町)で開催し体系的に支援する。

また、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、必要に応じて近隣の商工会と連携を図る。

【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を行い支援を行う。

【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】12 名程度

【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事業承継計画策定

事業承継支援については、経営分析を行った者等から事業承継が必要な事業者を掘り起こし、福岡県事業承継・引継ぎ支援センター等と連携して、事業承継計画の策定支援を行う。

【支援対象】承継予定者

【支援手法】承継予定者に対し経営指導員等若しくは専門家派遣を利用し、事業承継事業計画策定支援を行う。

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。事業期間の短期間の計画実行においても、適切なフォローを行わないと、現状と計画との乖離が大きく生じて、計画自体実施されずに終わる事業者も多いのが実情である。

【課題】

現状に記載のとおり、策定後のフォローを行わないと、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など、さまざまな対応が経営指導員等に求められる。限られたマンパワーでは対応できないことも想定されるため、経営支援員も含めた組織的支援体制を構築していく必要がある。

(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、当会の行う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ことをスタンスとして支援する。

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。

(3) 目標

内容	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
計画策定フォローアップ事業者数	30者	30者	30者	30者	30者	30者
計画策定フォローアップ (延回数)頻度	317回	120回 (30者×4回)	120回 (30者×4回)	120回 (30者×4回)	120回 (30者×4回)	120回 (30者×4回)
売上増加事業者数	-	5者	5者	5者	5者	5者
利益率3%以上増加の事業者数	-	5者	5者	5者	5者	5者
創業者フォローアップ事業者数	11者	12者	12者	12者	12者	12者
創業者フォローアップ (延回数)頻度	67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)
事業承継フォローアップ事業者数	1者	3者	3者	3者	3者	3者
事業承継フォローアップ (延回数)頻度	3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)

※現行の計画策定フォローアップ延回数(317回)については、コロナ対策により、事業者が複数の補助金を採択したため、平常時の目標件数の3倍近い数値であり、「経営力再構築伴走支援」とは異なり、「対応や処理に追われたフォロー」となっている。

(4) 事業内容

【支援内容】

事業計画を策定した事業者を対象として、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し、策定した計画が着実に実行されているか定期的かつ継続的にフォローアップを行う。

また、事業計画策定後のフォローアップの経過等についても組織的に対応するため、経営指導員のみならず、経営支援員等にも情報共有を通じてノウハウの共有などを行う。

【支援手法】

計画策定後の事業者フォローアップについては、計画策定支援の段階で、自ら事業計画の進捗をチェックしていくことができる「事業者用チェックシート」(当会作成)を提供する。

「事業者用チェックシート」には、いつまでに何を行うのかを事業者自ら管理(タスク管理)できるように、事業計画を実行するうえでの行動計画を深化したもので、「いつまでに、何を行うか、処理完了、未処理欄を設け、未処理欄については、なぜ期日までにできないか、また課題等をメモできる」等の記入欄を設ける。

「事業者用チェックシート」を自ら管理し、支援においても対話がしやすいよう「双方で見える化」を図り、自走化に向けて支援し、できない時には、なぜできないかを対話を重ね、チェックシートを使い、改善に向けてチェックシートを基に何度も繰り返し支援を重ね、自発的行動ができるよう又、気づきを与え、内発的動機付けを支援を行う。

支援頻度は、原則として、以下の頻度で巡回訪問等を行い、事業計画の進捗状況確認と課題等の把握を行う。

- ・事業計画策定事業者、創業計画策定事業者については、4半期に1回(年4回)、
- ・事業承継計画策定事業者については、半期に1回(年2回)

但し、緊急性があるものや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する場合には、担当の経営指導員等が密に緊急対応を行うとともに、必要に応じて、専門家など第三者の視点を投入し、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】

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) 支援に関する考え方

商工会が自前で展示会等を開催するのは困難であるため、既存の展示会等の出展を目指す。

なお、事業者の規模や段階にあった展示会を検討し、地元での販路開拓は「地元イオンへの催事の出展」、福岡市が商圏の場合は「DOCORE ふくおか商工会ショップ」への出品支援、九州又は全国規模を目指す場合は、「Food EXPO Kyushu」等とする。

また、また出展に際しては、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、巣ごもり需要の増加など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。データに基づく顧客管理や販売促進、SNS 情報発信、EC サイト利用等の営業・販路開拓に関する個別相談対応を行い、理解度を高めた上で、導入にあたっては必要に応じて、専門家と連携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	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商談会等出展事業者(合計)	2者	5者	5者	5者	5者	5者
①の内訳						
ア)イオン即売会	2者	2者	2者	2者	2者	2者
売上額/者	10万円	10万円	10万円	10万円	10万円	10万円
イ)DOCORE 出品	—	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
ウ)Food EXPO Kyushu 出展	—	1者	1者	1者	1者	1者
成約件数/者	—	1件	1件	1件	1件	1件
②DX 推進事業者	—	5者	5者	5者	5者	5者
上記売上増加率/者	—	5%	5%	5%	5%	5%

(4) 事業内容

①展示販売会(BtoC)事業・展示商談会(BtoB)出展事業

- ・事業者の規模や段階にあった支援や商談会・展示会等を検討し、毎年、事業者を選定し出展等支援を行う。
- ・支援については、商談会でのプレゼンテーションが効果的になるよう事前研修を行うとともに、事後は、バイヤー等に名刺交換した商談相手へのアプローチ支援、商談により得た意見等も今後の商品等のブラッシュアップに結びつけるなど、実効性のある支援を行う。なお、支援者数は、伴走支援可能な事業者数とし成功モデルに導けるよう支援を行う。

◆対象事業者は以下のいずれかの者とする(合計5事業者)。

【支援対象者】

- ・商品開発、商品改良に取り組む事業者で、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
- ・事業計画策定支援を行った者
- ・町内又は、県内外へ販路開拓に取り組む意欲のある小規模事業者

◆商談会・展示会等については、(ア)～(ウ)である。

(ア)地元イオンでの展示販売会出展支援(BtoC)(町内及び近隣市町村)

- ・町内や近隣市町村から多数の来場がある「志免町にあるイオン福岡東店」(イオンと49の専門店が入居する)イオンの1Fにて、志免フェア(食品展示販売会)の出展支援を行う。

【手段手法】

- ・当会にてブースを確保し、2事業者の出店募集し、出店支援や販路開拓支援を行う。
- ・出展者に対してはイオンの担当バイヤーより直接アドバイスを受け、商品をブラッシュアップ支援する。
- ・また展示販売会では試食等を通じて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。

(イ)「DOCORE ふくおか商工会」育成ショップへの出展支援(BtoB)(福岡市)

- ・ 「DOCORE ふくおか商工会」育成ショップは、福岡県商工会連合会が運営するJR博多駅に隣接する商業ビル内にある福岡県内の特産品や隠れた逸品、約400商品を取扱うアンテナショップであり、福岡市の都心部での販路開拓支援を行う。
- ・ また、DOCOREは、小規模事業者等の商品展開力・販売力の向上等を図ることを目的としているため、商品のブラッシュアップ支援を行う「商品育成ショップ」でもある。

【手段手法】

- ・ 商工会で2事業者を推薦し、福岡県商工会連合会と連携し商品ブラッシュアップ支援を行う。
- ・ DOCORE出品に際しては、出品商品の選定会議が開催され、選定の有無にかかわらず、「売れる商品づくり」に向けた商品の改善点についてアドバイスがもらえる。
- ・ 出品後も売上動向やDOCOREでのスタッフが聞いた消費者の声をフィードバックされるため専門家を交えデータ等を活用し需要動向を分析し、更なる改良を支援することができる。

(ウ)Food EXPO Kyushu への出展支援(BtoB)(福岡市)

- ・ 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、4,300名程の来場があり、個別商談が約800件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。

【手段手法】

- ・ 商工会で1事業者のブースを確保し、百貨店やスーパー等の広域な販路開拓に取り組む事業者の出展支援を行う。

②DXに向けた販路開拓支援

- ・ 商談会・展示会・即売会へ出展する事業者に対し、DXを活用し宣伝効果を向上させるための支援を行う。
- ・ DXの考えを経営戦略に取り入れ販路開拓を支援するため、データに基づく顧客管理や販売促進、SNSを活用した情報発信、ECサイトの利用等のIT活用による販促支援を実施する。IT活用による販路開拓については、事業者毎の理解深度やスキルが異なる。地道な支援から専門的な課題解決まで振れ幅が大きいため、専門家と連携し、事業者の状況に応じて段階的及び伴走的な支援を行う。

【対象事業者】事業計画に基づきIT活用による販路開拓を目指す小規模事業者

【支援内容】ECサイト利用、SNS販促などIT活用による販路開拓支援

【手段手法】事業者のITスキルに合わせて専門家がアドバイスを行う個別指導形式。

1事業者当たり、約2カ月程度の長期にわたり3回程度の継続指導を行うパッケージ支援事業とする。

始めにIT専門家を交え、事業者のITスキル支援に応じた到達目標を設定し、支援スケジュールを立てる。その後、2回程度の個別指導により、設定した目標に到達できるよう専門家と連携し支援を行う。WEB活用による販路開拓を通じてどのように結果を出すかについて寄り添い、実践と検証を行うことで確実な販路開拓の支援を行う。

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】

現在、事務局長と経営指導員等で構成しているリーダー会議等を必要に応じて開催し、各事業の実施内容や進捗について協議している。また、外部有識者等で構成する志免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、その後理事会にて事業成果等を報告したうえで、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くが、職員全体が多岐に渡る業務に追われていることや、発達支援事業の目標達成水準を満たすことが優先となり、一部の項目は本事業の目的とは乖離し効果的な事業になっていないケースもある。

今後はさらに、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、職員の業務適正化を行い、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

①職員による実施体制の強化と情報共有の強化

実施体制の強化及び情報共有の強化を図るため、事務局長と経営指導員による週2回のリーダー会議、全職員を対象とした会議を毎月1回開催し、進捗状況を確認して情報共有を徹底する。

小規模事業者(個人)支援の進捗状況については、PC上で職員間の情報共有できる経営指導カルテ(経営指導員等が事業者に行った支援を記録したもの)を活用し、問題点があれば計画の修正や対応策を協議し早期の解決を図る。

また、事業評価委員会の提案事項を積極的に導入し、事業効果を高めるため、改善に向けてのPDCAサイクルを適切に回す体制を構築する。

②事業評価委員会の設置

外部有識者として中小企業診断士、志免町まちの魅力推進課担当者、福岡県商工会連合会、法定経営指導員、経営指導員等(事務局長含む)で構成する志免町経営発達支援事業評価委員会を組織する。評価委員会を毎年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。

③評価結果の報告および情報公開

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。報告を受けた後、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。

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、毎年1～2回開催している職員内部研修会の開催、および税務署や労働局など外部組織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

福岡県商工会連合会が主催する研修の受講に加え、中小企業整備基盤機構や中小企業大学校直方校等の教育機関が主催するセミナーに、経営指導員等が年間1回以上受講することで支援能力の向上を図っていく。

小規模事業者のニーズの細分化に対応できる提案型支援スキルの取得のため、全国商工会連合会が運営する経営指導員等WEB研修も活用し知識の習得を図る。

(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。

経営指導員及び経営支援員に不足している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>

RPAシステム、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、補助金等の電子申請、販売促進のためのIT活用支援、IT活用支援強化研修 等

<その他>

オンラインミーティングツールの利用、オンラインを使った経営指導方法等

(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、個社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、理解力・伝達力が高まるトレーニング等を実施する。

②OJT制度の導入

職員間による支援能力の格差をなくすため、支援経験の豊富なベテラン職員と若手職員でチームを編成する。小規模事業者に対する相談時にOJT制度を積極的に実施し、商工会全体としての支援能力の底上げをする。

③職員定期ミーティングによる情報の共有

OJT制度でのチーム編成による積極的な情報交換のほか、全職員を対象とした内部会議を毎月1回開催し、支援スキルの共有化を図る。また、支援事例の成果報告、事業者へのフォローアップ状況、支援内容の検討等について発表し、意見交換も行う。

④データベース化

小規模事業者の各種分析結果や事業計画書についてはデータ管理し、支援内容は事業者別の経営指導カルテを作成する。カルテについては全職員が情報共有できるようにし、支援に必要な情報を取得できるようデータベース化を行い、ノウハウを蓄積し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】

これまで、糟屋南部の3商工会(宇美町、須恵町、志免町)と合同セミナーや研修会を通じて情報交換等を実施してきた。また、志免町役場まちの魅力推進課、志免町飲食店組合、福岡地域中小企業支援協議会、日本政策金融公庫との情報交換について、年間1~2回ほど実施してきた。

【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福岡県商工会連合会や糟屋管内商工会との連携

福岡県商工会連合会が開催する各種研修を年間2回以上受講し、職員の支援能力の向上を図る。また、福岡地区商工会(18商工会)の経営指導員との担当者会議において、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・需要動向等に関する情報共有を行う。

②福岡地域中小企業支援協議会や福岡県事業承継引継ぎ支援センター等の公的機関との連携

当会が所属している福岡地域中小企業支援協議会と年1回以上協議しながら連携を図り、創業の促進、経営基盤の強化の促進、新たな事業展開の情報共有しながら、地域に根差した企業支援を行う。また、福岡県事業承継引継ぎ支援センターとの連携による事業承継に向けた支援、福岡県よろず支援拠点との連携による販路拡大に向けた支援など、個別相談や協議を年3回以上実施し、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】

志免町は第三次産業のうち飲食サービスが盛んであり、飲食店や食品を活かしたサービスを展開することで、町外からの交流人口を増加させ町内消費の拡大を図り、志免町の振興に繋がることを目標とし活動してきた。志免町飲食店組合とは適宜協議を重ね、共同事業としてグルメイベントである「し〜麺 vs し〜1 グランプリ」の開催や、飲食店応援リーフレットである「#しめエール飯」「志免町応援クーポンマップ」の製作等を毎年実施し、活性化の一助となっている。

【課題】

飲食店を中心とした取組により一定の成果が生まれているが、単なる地域振興ではなく志免町が抱える課題を解決するとともに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。志免町の課題として提議されている、地域製品の PR 不足、産業人口の減少、買い物弱者対策などを通じて、小規模事業者の発展や地域の賑わいを創出できる事業を推進する。

(2) 事業内容

① 志免町との協議による地域活性化への取組

これまで志免町長を中心とした志免町役場との連絡会議を年 1~2 回ほど開催し、商工業振興支援策や地域資源等を活用した活性化への取組みなど、支援の方向性を協議してきた。今後も密な情報や意見の共有を図りながら、志免ブランド認定商品等を活用した地域製品の PR、チャレンジショップやイベント等による新たな人口流入機会の獲得など、小規模事業者が持続的に発展できるよう協力体制を築いていく。

② 志免町飲食店組合との協議による地域活性化への取組

志免町は近隣他町と比べて飲食業が盛んであり、域外より町内飲食店に訪れる方も多く、志免町経済の活性化に繋がっている。交流人口増加や地域活性化の一助となるような事業を、志免町飲食店組合と協業して実施することで、飲食店の認知度向上が小規模事業者の売上向上に繋がり、志免町全体の活性化に繋がると考える。今後も飲食イベントの開催や、紹介リーフレットの作成、SNS 等による外部への情報発信を通じ、活性化に寄与した取組を継続する。

(別表2)

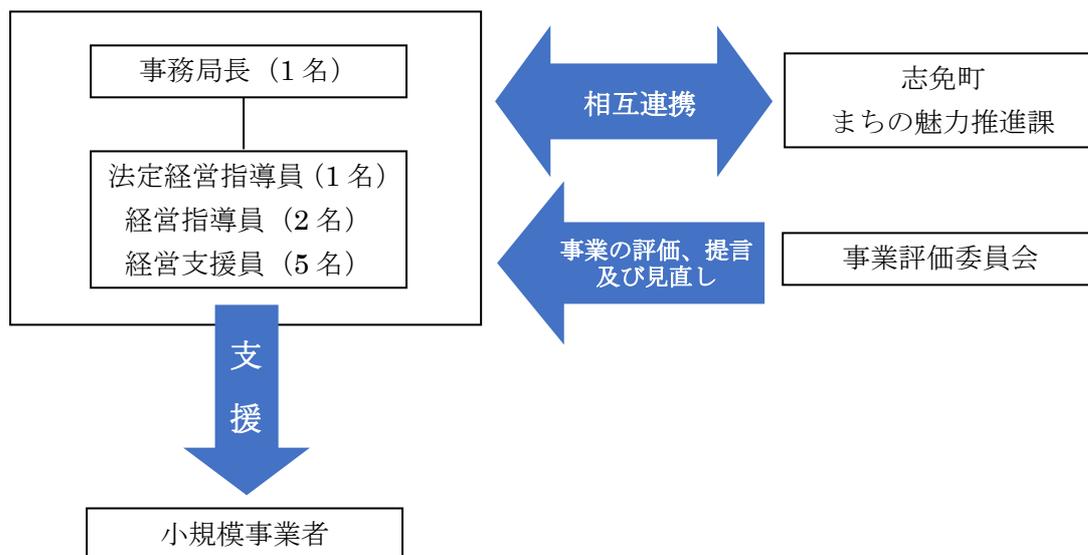
経営発達支援事業の実施体制

経営発達支援事業の実施体制

(令和4年10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)

下記の組織体制により全職員で経営発達支援事業を遂行する。



(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：大堀 喜哉

連絡先：志免町商工会 092-935-1337

②法定経営指導員による情報の提供及び助言 (手段、頻度 等)

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志免町商工会

〒811-2244

福岡県糟屋郡志免町志免中央 1-14-10

TEL：092-935-1337 Fax：092-935-1349 Email：shime@shokokai.ne.jp

②志免町役場 まちの魅力推進課

〒811-2292 福岡県糟屋郡志免町志免中央 1-1-1

TEL：092-935-1854 Fax：092-935-3417 Email：miryokuk@town.shime.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	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000
地域経済動向調査	500	500	500	500	500
需要動向調査	100	100	100	100	100
経営状況の分析	200	200	200	200	200
事業計画策定支援	600	600	600	600	600
事業計画策定後実施支援	500	500	500	500	500
会議運営費	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。

(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