

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	新宮町商工会（法人番号 2290005005402） 新宮町（地方公共団体コード 403458）
実施期間	令和6年4月1日～令和11年3月31日
目標	経営発達支援計画の目標 ①小規模事業者の現状分析に基づく今後の経営基盤強化及び経営力向上支援 ②生産性向上による高付加価値化に向けたDX推進 ③小規模事業者のマーケットイン思考に基づく新たな特産品開発や商品・サービス改良支援 ④地域経済や賑わいづくりの新たな担い手を育成する創業支援と円滑な事業承継支援
事業内容	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地域の経済動向分析を実施、年1回公表 ②景気動向調査を実施、年4回公表 広く町内小規模事業者にも周知するとともに、事業計画策定支援等に活用する。 4. 需要動向調査に関すること ①地元イベント会場で行う新商品開発の消費者アンケート調査実施 マーケットイン思考転換に向け調査結果を活用、事業計画策定支援に繋げる。 5. 経営状況の分析に関すること ①定量面（財務分析）・定性面（非財務分析）双方から現状分析を実施 特に4. 需要動向調査対象者を重点支援先とし、事業計画策定に繋げる。 6. 事業計画策定支援に関すること ①「DX推進セミナー」開催 ②「事業計画策定セミナー」開催・事業計画策定支援 ③「（糟屋4町合同）創業塾」開催・創業策定支援 ④「事業承継計画」策定支援 DX及び上記4. 5. を踏まえた事業計画策定を支援するとともに、地域経済の新たな担い手創出と事業承継を支援する。 7. 事業計画策定後の実施支援に関すること ①当会独自様式のリポートシートをもとに、定期・継続的にフォローアップ 全職員での情報共有や専門家も交えるなど、組織力を活かして実施する。 8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること ①Food EXPO Kyushu 出展支援 ②地域大型店（スーパー）での催事開催 ③DOCORE ふくおか商工会ショッップを活用した新規取引先獲得 ④SNS及びECサイトの活用 DXの取組みを踏まえた、新たな需要獲得に伴う販路開拓支援を実施する。
連絡先	新宮町商工会 〒811-0112 福岡県糟屋郡新宮町下府3丁目17-1 TEL:092-963-4567 FAX:092-962-4355 E-mail: shingu@shokokai.ne.jp 新宮町 産業振興課 〒811-0192 福岡県糟屋郡新宮町緑ヶ浜1丁目1-1 TEL:092-962-0238 FAX:092-962-0725 E-mail: sangyo@town.shingu.fukuoka.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・交通

新宮町は面積 18.93 k²で福岡県北西部に立地し、南は福岡市、北は古賀市、南東は久山町の3市町に接し、玄界灘に面する北西部には白砂青松の新宮海岸があり、江戸時代から防砂防風の歴史が刻まれている玄海国定公園に指定されている。

また、新宮海岸から北西 8 kmほど離れた地に、大陸との交流の舞台となった玄界灘に浮かぶ相島も有する。相島は、面積 1.22 k²・周囲 8 kmの海釣りスポットとして著名である。ここ数年は、「猫の島」という愛称が付くほど猫が多い島としても人気を集め、コロナ禍前は外国人客も多く訪れており、国内外を問わず観光客数回復を見込む。

加えて、南東部には中世の立花山城（立花城）の跡としても知られている、標高 367m・樹齢 300 年を超えるクスノキの大木が生き続ける立花山は、風光明媚で認知されている。

交通面では、九州の大動脈である国道 3 号線と九州自動車道のほかに、国道 495 号線や県道筑紫野古賀線等の幹線道路・JR 鹿児島本線や西鉄貝塚線の鉄道が南北に走り、広域的なアクセスに恵まれていること。また、JR 新宮中央駅から博多駅（福岡市）までは約 25 分の距離で、福岡市に隣接していることから商工業の土地利用でも発展してきた。

また、JR 新宮中央駅周辺は宅地化が進み、大規模マンションの建設が相次いだことや、国道 3 号線沿いには国内外資本の大型店舗出店が進んだことで、特に休日は福岡県内をはじめ、遠くは九州・中国地方西側各県など、域外からも家族連れや若年層が多く訪れる。

なお、当会は新宮町全域を管轄している。



(出所：新宮町HP行政区地図)

◇人口推移

新宮町の人口推移については、西部・中部地域における大規模な宅地開発や分譲マンションの建設を受け、若年層や子育て世代の転入などにより増加傾向（図表 1）にあるものの、人口増加の大きな要因であった開発もピークを越え、令和 22 年（2040 年）をピークに人口減少に転じることが想定（図表 2）されている。

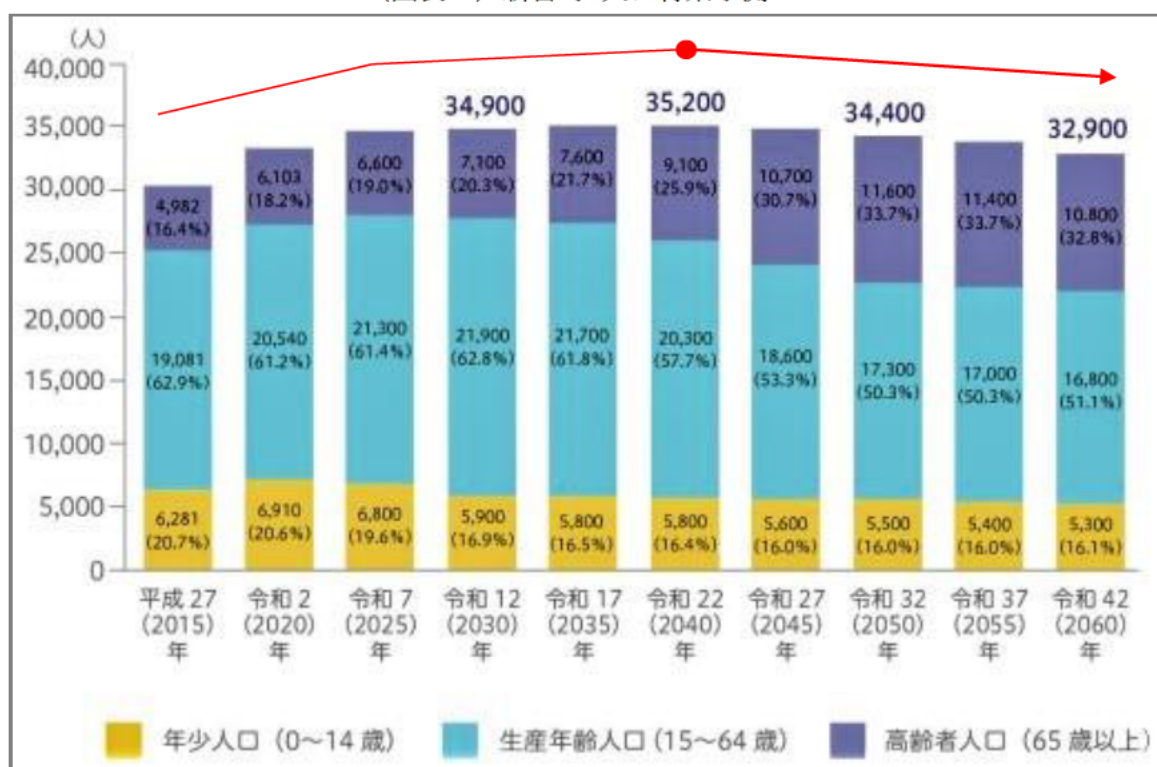
特に、同年代が集中している地域での急激な高齢化や空き家の増加などが懸念され、既に少子高齢化に伴う生産年齢人口減少の進行が進んでいる東部地域や相島では、コミュニティ維持懸念や空き家問題、小規模事業者減少、農漁業従事者の後継者不足等の問題が顕在化している地域もある。

（図表 1）新宮町 人口・世帯数の 5 年毎推移

項目	平成 17 年(2005)	平成 22 年(2010)	平成 27 年(2015)	令和 2 年(2020)
総人口	23,447	24,679	30,344	32,927
男性	11,505	11,973	14,799	15,894
女性	11,942	12,706	15,545	17,033
世帯数	8,140	8,865	10,946	12,469

（出所：国勢調査結果による新宮町人口及び世帯数等の推移）

（図表 2）新宮町 人口将来予測



（出所：第 2 期 新宮町まち・ひと・しごと創生総合戦略人口ビジョン）

◇産業

新宮町の1次産業就業者数は農業179人・漁業52人等（図表3）で、特産品はみかんやいちご等の果物や、海産物である。また、経営耕地面積が30アール以上又は農産物販売金額50万円以上の農家数を示す、販売農家率（販売農家数／総農家数）は53.9%と、県平均65.7%（全国平均58.8%）より低く、町の方針「町の産業を“稼げる産業”として確立させる」においては、農産物販売方法や6次化体制の構築に課題が生じている。

商工業においては、令和4年度業種別商工業者数は991社となっており、平成29年度（5年前）と比べて計137社減少しており、その内、小規模事業者は27社減少（図表4）している。

業種別内訳においては、建設業・飲食業・サービス業・その他は増加傾向にある反面、製造業・卸小売業は減少傾向にある。なお、製造業には大企業も存在し、全国的に知名度が高いパン製造業や菓子製造業の複数社が、地域経済及び雇用の牽引役を担っている。

他方、特に大幅減となった卸小売業については、人口増加に伴う大型店（スーパー・ホームセンター・ディスカунストア）の出店が相次ぎ、加えてその大型店同士も価格競争を繰り広げる中、今後も卸小売業事業者数の回復は見通せない。

（図表3）新宮町 産業別就業者数

1次産業就業者数 250 人	2次産業就業者数 2,661 人	3次産業就業者数 11,969 人
----------------	------------------	-------------------

（出所：福岡県町村会HP内 令和2年度 新宮町データ）

（図表4）新宮町 業種別商工業者数 5年間推移

業種	平成29年度		令和4年度	
	事業者数	構成比	事業者数 (H29比増減)	構成比 (H29比増減)
建設業	124	11%	146 (+22)	15% (+4)
製造業	125	11%	60 (△65)	6% (△5)
卸小売業	355	31%	220 (△135)	22% (△9)
飲食業他	107	10%	120 (+13)	12% (+2)
サービス業	179	16%	185 (+6)	19% (+3)
その他	238	21%	260 (+22)	26% (+5)
商工業者合計	1,128	100%	991 (△137)	100%
(内、小規模事業者数)	895		868 (△27)	

（出所：平成30年度・令和5年度 新宮町商工会実態調査）

◇業種別景況感

【建設・製造（建設系）】コロナ禍でも公共工事による需要下支えや民間建設需要は大きく減衰せず、概ね堅調である。他方、事業主の高齢化に伴う、事業承継課題が存在する。

【商業・サービス業】コロナ禍で大きく変化した消費者の購買方法（EC・キャッシュレス等）の嗜好など、多様化する消費者ニーズ対応に遅れた事業者は、需要を取りこぼしている状況である。加えて、大型店出店による小売業（小規模事業者）の衰退が生じている。

【全業種共通】原材料価格高騰に歯止めがかからない現状を懸念する声が多く聞かれ、価格転嫁を含めた収益性確保が喫緊の課題である。

◇第6次新宮町総合計画【令和3年（2021）年度～令和12年（2030）年度】について
新宮町「第6次総合計画」では、7つの分野別基本目標を掲げ、その中で商工会と連携して取り組む、基本目標6「地域の魅力を活かし賑わいを生みだすまち」がある。

- 基本目標1 子育て環境が充実したまち
- 基本目標2 自分らしく豊かな心を育むまち
- 基本目標3 共に支え合い健やかに暮らせるまち
- 基本目標4 環境にやさしく快適に暮らせるまち
- 基本目標5 安全で安心して暮らせるまち
- 基本目標6 地域の魅力を活かし賑わいを生みだすまち
- 基本目標7 みんなの力でつくる持続可能なまち

- 1. 農水産業の振興
- 2. 商工業の振興
- 3. 観光の振興
- 4. 地域振興の推進

【新宮町商工会と連携した商工業の振興の方向性】

- ・商工会と連携し、新宮町の交通利便性など好立地の環境を活かして、流通業務施設や商業施設などの誘致や立地を積極的に推進する。誘致や立地に必要な環境づくりにより、町内企業の事業拡大や商工業の活性化、地域を牽引する企業育成を進めていく。
- ・また、中小企業や小規模事業者が抱える課題に対して、適切な対応ができるよう、町、商工会、金融機関、中小企業支援各種団体と連携しながら産業支援体制を強化する。
- ・さらに、町全体が活性化できるように、商工会などと連携しながら、町内製品のPRとさらなる特産品の開発を進めるとともに、大型店舗と小規模商店との共存が可能となるような様々な仕組みづくりを検討し、実践していく。

（出所：第6次新宮町総合計画 主要施策6-2）

【新宮町の商工業振興の具体的施策と主要施策の指標】

具体的施策（図表5）及び主要施策の指標（図表6）は以下のとおりである。

（図表5）商工業の振興の具体的施策

○商工業の振興

- ・町内製品のPR
- ・新たな特産品開発と改善
- ・経営安定化、基盤改善支援
- ・事業者のECサイト構築支援
- ・流通業施設、商業施設の誘致
- ・事業承継支援、創業支援

（出所：第6次新宮町総合計画 主要施策6-2）

（図表6）商工業の振興主要施策の指標

商工業 主要施策の指標		
指標名	R1実績値	R7目標値
流通業誘致数、商業施設誘致数、その他企業の誘致数	—	5件
特産品開発件数	—	5件
創業支援事業を受講した新規創業数	—	3件

（出所：第6次新宮町総合計画 主要施策6-2）

②課題

〔課題１〕 成り行き経営からの脱却

【計画に基づく狙いのある経営】

当会会員を含め、町内小規模事業者の多くは個人事業が中心であること、また、高齢化が進んでいることなども要因となり、現状は経営分析等に基づく事業計画策定意識を持つ事業者が少なく、いわゆる成り行き経営となっている事業者が散見される。今後は事業計画に基づく狙いをもった経営による経営基盤強化の促進が求められる。

【DX化対応による生産性向上】

町内小規模事業者の弱みのひとつとして、特に「商業・サービス業」においては、コロナ禍中に大きく変化した消費者の購買方法（EC・キャッシュレス等）など、多様化する消費者ニーズ対応に遅れたことが挙げられ、需要取りこぼしが生じた事業者も存在する。また、社内業務がアナログ方式な面も散見されるなど、作業時間・内容において生産性が低いことも弱みであり、生産性向上に向けた速やかなDX化対応も求められる。

〔課題２〕 魅力ある商品・サービス開発とその販路拡大

【特産品等の開発と販路拡大】

新たな特産品開発支援はもとより、開発後のマーケットイン思考においても、展示会出展やチャレンジショップ活用など新たな販売チャネル獲得や磨き直しが必要である。

また、地域に出店している大型店との連携を通じた販路拡大に対し、新宮町とも連携して取組むことが求められる。

〔課題３〕 地域経済の持続的発展

【創業支援と事業承継支援の強化】

少子高齢化や生産年齢人口減少が進行している東部地域や相島など一部地域を除き、幹線道路沿い等の人口増加地域周辺においては、徐々に創業希望者が増加傾向にある。

新たに地域経済の担い手を育成する創業者支援においては、安全な創業を支援することに加え、まちの賑わいづくりや新たな雇用創出の可能性など、その支援効果を多面的に捉えることが求められると共に、これまで地域経済を支えてきた小規模事業者の事業承継を円滑に進めることで地域経済の持続的発展を図ることが求められる。

(2) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

【10年程度の期間を見据えた小規模事業者に対する振興のあり方】

新宮町の試算によれば、令和22年(2040年)をピークに人口減少に転じることが想定され、少子高齢化に伴う生産年齢人口減少の進行によるコミュニティ維持困難の懸念や空き家問題、小規模事業者減少、農漁業従事者の後継者不足問題等が顕在化していく見込みである。

他方、今後10年で見れば生産年齢人口・高齢者人口ともに増加見込みであり、地域商圏は概ね拡大傾向で推移する。若年層や子育て世帯をターゲットにした創意工夫ある販路開拓や、更に多様化する消費者ニーズ(外部環境変化)に適応するための意識改革促進や経営基盤強化支援が求められる。

【新宮町と商工会の連動性】

新宮町 第6次総合計画	商工会の連動施策
町内企業の事業拡大や商工業活性化で地域牽引企業の育成を推進するとともに、経営課題に対し、町と商工会や支援機関等が連携して産業支援体制を強化。	経営者自らの本質的課題設定を通じた自己変革を促進し、経営力向上・事業継続並びに事業承継支援を通じた地域牽引企業の育成や、新たな創業者育成を支援。
町内産品PR・新特産品開発により、大型店と小規模店が共存可能な仕組みの構築。	マーケットイン思考に基づく、商品・サービスの開発及び改良を支援。

以上を踏まえ、今後10年を見据えた振興のあり方について、以下のとおりと考える。

- ・小規模事業者が事業計画の策定目的を理解し、明確な目標と計画に基づく経営を実行するうえでの経営基盤強化を支援し、持続的発展や地域経済活性化に繋げる。
- ・多様化する消費者ニーズへ対応することでの販路開拓や、社内業務も含めて広く生産性向上を遂げるために必要となるDXを推進する。
- ・小規模事業者のマーケットイン思考に基づく商品・サービスづくりへの取り組みを支援するにあたり、展示会出展やチャレンジショップ活用、大型店と連携した催事の開催などを通じて新たな需要の獲得に繋げる。
- ・創業支援や円滑な事業承継の支援を通じて町内小規模事業者減少を食い止め、地域経済活性化とまちの賑わいづくりの維持発展に繋げる。

【商工会の役割】

当会は、「迅速かつ柔軟な意思決定」「専門的知識・技術を活かしたきめ細かな商品・サービス提供による高い顧客満足度」で差別化に取り組むべき町内小規模事業者の、生産性向上や高付加価値化の支援を通じて持続的発展へと繋げることである。

(3) 経営発達支援事業の目標

新宮町の現状と課題・長期的な振興のあり方等を踏まえ、本計画期間における目標として以下4項目を設定する。なお、支援実施にあたっては特に対話と傾聴プロセスを通じて自己変革を促進するとともに、自走化と持続的発展を遂げることが支援を通じたあるべき姿である。

目標①小規模事業者の現状分析に基づく今後の経営基盤強化及び経営力向上支援

目標②生産性向上による高付加価値化に向けたDX推進

目標③小規模事業者のマーケットイン思考に基づく新たな特産品開発や商品・サービス改良支援

目標④地域経済や賑わいづくりの新たな担い手を育成する創業支援と円滑な事業承継支援

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

本事業実施にあたっては、事業者との対話と傾聴を重ね、事業者自らが本質的課題を見出し、内発的動機付けによる自己変革を経て自走化へと向かう支援を念頭に置く。

方針①小規模事業者の現状分析に基づく今後の経営基盤強化及び経営力向上支援

小規模事業者自らが多様化する消費者ニーズ・流通方法変化への対応に必要な情報収集等を行うには限界があるため、経営指導員等を中心に「経営状況の分析（現状分析）」を実施することで、小規模事業者に客観的根拠を提供し、事業者が腹落ちする今後の経営資源活用方法を伴走型で検討し、事業計画に基づく経営基盤強化と経営力向上に繋げる。

方針②生産性向上による高付加価値化に向けたDX推進

コロナ禍を経て、より一層多様化している消費者ニーズ・流通方法変化への対応や人手不足等、社内業務改善も含めた観点での経営資源の効率運用による生産性向上が必要である。SNS活用やEC販売導入を支援するとともに、「経営状況の分析（現状分析）」に基づき、社内業務のDX化を含めた生産性向上支援を実施することで、事業者が商品・サービスの高付加価値化に取り組める環境づくりに繋げる。

方針③小規模事業者のマーケットイン思考に基づく新たな特産品開発や商品・サービス改良支援

顧客（消費者）ニーズに基づく商品・サービス提供により、顧客満足度向上や競争力強化と大企業との差別化を実現するため、「地域の経済動向調査」「需要動向調査」を通じて小規模事業者のマーケットイン思考に有益な情報を提供する。

また、新たな特産品開発や既存商品・サービスの改良においては、上記調査結果を活用することを小規模事業者に促すことや、第6次新宮町総合計画における大型店との共存に加え、展示会出展等を通じて売上や利益率の増加に繋げる。

方針④地域経済や賑わいづくりの新たな担い手を育成する創業支援と円滑な事業承継支援

創業支援については、糟屋4町で合同開催する「創業塾」を開催し、商工会の支援を訴求することで不安解消を図る。次に、具体的な準備段階に進んだ対象者に対しては、「経営状況の分析（個人の経験・スキル・資金）」「地域の経済動向調査」「需要動向調査」をもとに、マーケットイン思考の創業計画策定支援を実施する。

事業承継支援については、親族内承継・従業員承継・第三者承継の類型ごとに整理し、事業承継引き継ぎ支援センターとの連携のもと事業承継計画の策定を支援する。

以上により、地域経済活性化とまちの賑わいづくりの維持発展に繋げる。

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】全国商工会連合会が行う「小規模企業景気動向調査」などをもとに、事業者の求めに応じて経営指導員等が個別提供しているが、ホームページ等で公表はできていない。

【課題】地域の経済動向調査については、ビッグデータ等を活用した専門的な分析まで実施できておらず、改善したうえで実施すること及びその調査結果の提供が求められる。

(2) 目標

項目	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	—	4回	4回	4回	4回	4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）

小規模事業者の事業計画策定基礎資料等とするため、「RESAS」（地域経済分析システム）で地域の経済動向分析を行い、年1回公表する。当会としても、限られた職員数・時間で効率的に分析、事業計画策定支援に活用する。

【調査手法】経営指導員等が「RESAS」（地域経済分析システム）を活用し、地域の経済動向分析を行う。

【調査項目】「まちづくりマップ・From-to 分析」→ 新宮町の人の動き等を分析
「地域経済循環マップ・生産分析」→ 新宮町の稼ぐ力等を分析
「産業構造マップ」→ 新宮町の産業全般の現状等を分析

②景気動向調査

町内小規模事業者の景気動向等について、より詳細な実態把握のため、全国商工会連合会が行う「小規模企業景気動向調査」に独自項目を追加し、年4回調査・分析を実施する。

【調査手法】調査票を郵送やメール（Google フォーム回答）で送付し、回収した回答を経営指導員等や外部の中小企業診断士と連携し分析する。

【調査対象】新宮町内の小規模事業者 50 社（建設・製造・卸小売・飲食・サービス業から各業種 10 社）を対象に調査を実施する。

【調査項目】売上額・仕入価格・経常利益・資金繰り・雇用・設備投資・支援策要望等

(4) 調査結果の活用

調査結果は当会HPで公表し、広く町内小規模事業者に周知する。また、経営指導員等の巡回指導や事業計画策定支援の際に活用する。

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「まつり新宮 ※1」開催時に調査予定であったが、新型コロナウイルス蔓延に伴うイベント中止が続いたため実施できていない。

〔課題〕

コロナ禍を経て、消費者ニーズや流通方法が多様化するなか、小規模事業者自らが消費者ニーズを調査・把握することは限られた経営資源面からも難しい。今後は消費者ニーズ把握に基づくマーケットイン思考での商品開発支援のための調査と提供が求められる。

※1 まつり新宮（来場者数 2.5 万人）

産業・文化・スポーツ・教育など、町の活力あるひと・ものが一堂に会し、町の元気、魅力を発信する新宮町の最大イベントです。出店では、約 100 店舗の出店があり、地元の農水産物や特産品・商工業者の商品などの展示販売や体験コーナーなどを予定しています。（出所：新宮町HP）



(2) 目標

項目	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
新商品開発の 調査対象事業数	—	5 者	5 者	5 者	5 者	5 者

(3) 事業内容

①新商品開発の消費者アンケート調査

町内飲食業や菓子製造小売業を中心としつつ、特産品開発又は、他社との差別化に向けた独自性のある商品開発・改良に取り組む 5 者を対象に、新宮町特産のみかんやいちご等を使った新メニューやスイーツを開発する。その際、新宮町産業振興課の推薦事業者も募り、新宮町特産品の販路開拓も実現する。

調査は上記「まつり新宮」来場者のうち、試食等をされた来場者に対してアンケート調査を行い、その結果を対象 5 者にフィードバックすることで、製品改良・価格設定・販売場所・宣伝方法等の検討材料とし、その後の事業計画策定支援にも繋げる。

【調査手法】

(情報収集) まつり新宮来場者に対し、開発中の新メニューやスイーツを試食してもらい、経営指導員等がヒアリングを通じてアンケート調査を実施する。

(情報分析) アンケート結果をもとに、商品開発の専門家等にも意見を求め、経営指導員等が分析を実施する。

【サンプル数】 75 名 (1 商品×15 名×5 者) ※複数商品開発する事業者は 2 商品まで調査可

【調査項目】 ①属性：年齢・性別・居住地・趣味等

②商品：味・ネーミング・価格・サイズ・その他事業者の希望項目等

(4) 調査結果の活用

調査結果は経営指導員等が対象事業者にフィードバックし、必要に応じて専門家も交えて協議を重ね、商品改良に活用する。また、新たな事業計画策定支援の根拠として活用する。

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

金融・税務・補助金申請・経営革新計画の策定支援の際に行う簡易財務分析のみであり、本質的な問題・課題抽出や改善策設定までには至っていない。

【課題】

これまでの経営分析は補助金申請等における現状把握としての側面が強かった。今後は、経営者自らが本質的な経営課題を設定し、自己変革に繋げる支援が必要であるため、対話と傾聴を深めながら経営分析を実施し、非財務分析情報（SWOT 分析や DX 活用ヒアリング等）を含めた本質的課題や改善策設定を通じた持続的成長支援を実施することが求められる。

(2) 目標

項目	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	12 者	40 者	40 者	40 者	40 者	40 者

経営指導員 2 名×20 者を目標設定

(3) 事業内容

①経営状況分析の内容

4. 需要動向調査や補助金申請支援、確定申告支援等を実施した小規模事業者に対し、簡易な内部環境分析（自社の強み・弱み等）を中心に現状把握することで、自己変革への気づきを得る機会にするとともに、事業計画策定を通じた経営改善・発達の対象となりえる小規模事業者の発掘を行う。

経営者と経営指導員等が対話と傾聴を深めながら、精緻な内部環境分析や外部環境分析・財務分析を実施（必要に応じて中小企業診断士等専門家を交える）し、経営者の自己変革促進と経営の本質的課題把握へと導く。

【募集方法】 4. 需要動向調査対象者を重点支援先とするほか、補助金申請支援や確定申告支援等を実施した小規模事業者を対象に、窓口・巡回指導時に案内する。

【対象者】 深く経営分析を行うことで、経営者自ら課題設定や収益拡大に意欲を持つ 40 者を対象とし、事業計画策定支援に繋げる。

【分析項目】 定量面は財務分析で、定性面は非財務分析で実施する。

定量面（財務分析）

資料	分析項目
決算書 3 期分	収益性・安全性・生産性・成長性

定性面（非財務分析）

内部環境	外部環境
商品・サービス、仕入先・取引先、技術・ノウハウ、デジタル化・IT 活用状況、人材、設備、流通チャンネル、顧客情報	業界動向、商圈人口、法律・規制、価値観・生活習慣、技術、代替品、材料価格

【分析手法】 事業者の状況や局面に合わせて、経済産業省の「ローカルベンチマーク」や「経営デザインシート」、中小企業基盤整備機構の「経営計画つくるくん」等のソフトを活用し、経営指導員等が分析する。
非財務分析は、上表の分析フレームワークや、その他に対話を重ねて得た情報をもとに、経営指導員等が「クロス SWOT 分析」、「VPIO 分析」、「PEST 分析」、「5 フォース分析」等を行う。

（4）調査結果の活用

調査結果は対象事業者にフィードバックし、必要に応じて専門家も交えて協議を重ねて商品改良や事業計画策定支援の際の根拠として活用する。

また、本会の共有サーバーにデータベース化し、経営指導員等のスキルアップ及び、今後の各種支援の参考資料とする。

6. 事業計画策定支援に関すること

（1）現状と課題

〔現状〕

補助金申請・経営革新計画の策定支援の際に行う事業計画策定支援時の一過性な事業計画策定支援が主になっている。

〔課題〕

これまでの事業計画策定は補助金申請等が目的のものが多かった。今後は、経営者自らが本質的な経営課題を設定し、自己変革に繋げる計画策定が必要であるため、対話と傾聴を深めながら事業計画策定を実施し、本質的課題や改善策の設定を通じて持続的成長に繋がるような計画づくりを実施することが求められる。

また、小規模事業者の円滑な創業、承継計画については、他の公的支援機関とも連携しながら進めることが求められる。

(2) 支援に対する考え方

当会HP等により小規模事業者向けにセミナー周知等を行うが、支援対象の中心は4. 需要動向調査・5. 経営状況の分析を行った事業者に設定する。その理由として、事業者との対話と傾聴を繰り返すなど、一定程度の時間を経た信頼関係構築をベースとして、事業者自らの内発的動機付けに基づく自己変革を促進することができるためである。

各種セミナーや実際の事業計画においては、DXを用いて多様化する消費者ニーズの取り込みや、社内業務効率化による生産性向上を促進する内容を盛り込むものとする。

また、事業承継引継ぎ支援センターとの連携により、慎重に対話と傾聴を重ねながら円滑な事業承継に繋げる。創業支援については、支援の間口を広げることで創業計画や資金確保など事前準備の重要性を広く訴求することが求められる。

(3) 目標

	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 ※2	12者	20者	20者	20者	20者	20者
③(糟屋4町合同)創業塾	1回	1回	1回	1回	1回	1回
創業計画策定者数 ※3	3者	4者	4者	4者	4者	4者
④事業承継計画策定事業者数 ※4	1者	2者	2者	2者	2者	2者

※2 事業計画策定事業者数：「5. 経営分析」を実施した事業者の半数程度／年を目標設定

※3 創業計画策定者数：経営指導員2名×2者を目標設定

※4 事業承継計画策定事業者数：経営指導員2名×1者を目標設定

(4) 事業内容

①「DX推進セミナー」の開催

小規模事業者の販路開拓や社内業務効率化も含む生産性向上に向けたDX推進のため、セミナーを開催する。多様化する消費者ニーズやDXの基礎知識をはじめ、社内向けに業務効率化ソフトの紹介や販路拡大面ではSNS活用やECサイト構築等について、DXに詳しい専門家を講師に設定し、実施する。

受講者の中でも取組意欲の高い事業者は、経営指導員等や専門家による対話と傾聴を通じ、事業者自らの内発的動機付けに基づく、DXを踏まえた事業計画策定支援へと繋げる。

【支援対象】 4. 需要動向調査対象者及び5. 経営分析を実施した事業者を中心に、DX対応を希望する小規模事業者

【募集方法】 チラシを当会HPで広く周知、会員宛には郵送や巡回・窓口相談時に個別案内

【開催内容】・DXの概要やメリット、DXの成功事例や失敗事例

・DXを推進するための具体的な方法

・DXツール運用（キャッシュレス・SNS・ECサイト・業務ソフト・生成AI等）

【開催回数】年1回

【講師】IT（特にDX）に精通する専門家

【定員】30者程度

②「事業計画策定セミナー」の開催

経営分析結果を踏まえた事業計画策定、その後の実行支援までの一連の流れを重視するため、「5. 経営分析」事業者や上記DXセミナーを受講した事業者を中心に、事業計画策定セミナーを開催する。

セミナー実施後、事業者自らの意思で持続的発展を遂げるため、更に対話と傾聴にもとづく支援を通じ、自己変革のきっかけとなる事業計画策定へと繋げる。

【支援対象】4. 需要動向調査対象者、5. 経営分析対象者、上記DXセミナー受講事業者を中心に、事業計画策定への取り組み意欲のある小規模事業者

【募集方法】チラシを当会HPで広く周知、会員宛には郵送や巡回・窓口相談時に個別案内

【開催内容】現状・あるべき姿・今後の課題抽出および課題解決策の設定方法等についてワークショップ形式で、経営指導員等が会場内で抽出・設定フォローを行う。

【開催回数】年1回

【講師】中小企業診断士及び経営指導員等

【定員】30者程度

③「(糟屋4町合同) 創業塾 ※5」の開催

第6次新宮町総合計画の主要施策にも挙げられている創業支援について、糟屋4町で合同開催している創業塾を今後も継続開催し、地域経済活性化の新たな担い手を支援する。

※5（糟屋4町合同）創業塾

糟屋郡内の4町（新宮町・粕屋町・久山町・篠栗町）行政及び各商工会が連携して開催する創業塾。

特定創業支援事業対象カリキュラムとして例年40名程度の申込があり、その後の商工会個別指導を通じて創業計画のブラッシュアップや創業融資獲得支援を実施している。（令和5年度実績：36名受講）

【支援対象】創業予定者及び創業後5年未満の小規模事業者

【募集方法】チラシ・ポスターを制作し、当会HPや町広報誌への折込で広く周知する。

【開催内容】特定創業支援事業に基づく4分野（経営・財務・販路拡大・人材育成）の知識習得を中心とするが、創業者が活用できる公的支援施策や、商工会の活用方法（支援メニュー等）も訴求し、創業に向けた不安解消を図る。

【開催回数】年1回

【講師】中小企業診断士・経営指導員等及び直近5年以内の創業経験者

【定員】2会場×各20名（計40名）

④「事業承継計画」策定

上記③同様、第6次新宮町総合計画の主要施策にも挙げられている事業承継支援を実施するにあたっては、信頼関係構築に基づく繊細な支援が必要となる性質上、上記②「事業計画策定セミナー」受講者を中心に対象者とし、計画策定支援を実施する。

【支援対象】①上記「事業計画策定セミナー」受講者のうち、60代以上の経営者

②事業承継支援を希望する小規模事業者

【支援内容】事業承継引継ぎ支援センターと連携し、対話と傾聴を重ねながら信頼関係を構築するなかで、ヒアリングシートから具体的な事業承継計画策定へと繋げる。

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】

これまでの事業計画策定後支援の中心は、補助金等の実行支援等が中心で、事業運営全体の実行支援まで踏み込むことができていなかった。

【課題】

上記のように、これまでの事業計画策定後支援は補助金事業の管理側面が主であったため、今後は6. 事業計画策定支援による本質的課題の設定をもとに、定期フォローによる進捗確認や市場環境変化等に伴う新たな課題設定支援など、事業者の自走化に向け必要に応じた計画見直し支援等を実施することが求められる。

(2) 支援に対する考え方

策定した事業計画の進捗状況について、ヒアリングを通してフォローアップを実施するが、その際には自走化を念頭に、対話と傾聴を重ねるなかで事業者の主体性を引き出し、自らの腹落ちと内発的動機づけによる実行となるような支援を実施する。

(3) 目標

項目	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事業計画フォローアップ事業者数	—	20者	20者	20者	20者	20者
・頻度（延回数）	—	80回	80回	80回	80回	80回
・売上増加事業者数	—	5者	5者	5者	5者	5者
・利益率3%以上増加事業者数	—	5者	5者	5者	5者	5者
②創業フォローアップ対象者数	3者	4者	4者	4者	4者	4者
・頻度（延回数）	5回	16回	16回	16回	16回	16回
③事業承継フォローアップ事業者数	1者	2者	2者	2者	2者	2者
・頻度（延回数）	2回	4回	4回	4回	4回	4回

(4) 事業内容

【支援内容】事業計画策定事業者を対象に、経営指導員等が当会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、定期的・継続的にフォローアップを行う。

また、フォローアップ内容には、税務・労務・補助金事業等の専門課題やITツール導入後の活用状況を含め、計画の進捗や新たな課題が生じたことによる見直し等も想定されるため、経営指導員に限らず全職員での情報共有や専門家も交えるなど、組織力を活かして実施する。

また、計画進捗に停滞等が生じている場合、外部専門家も交えて問題点及び課題抽出後に対応策を検討するとともに、フォローアップ頻度を増加変更する。

【支援頻度】下表の支援頻度については、事業者からの申出や計画進捗が滞っている場合や、事業者自ら新たな課題を設定した際はフォローアップ頻度の増加変更を行う。

対象	頻度	主たる内容
①事業計画フォローアップ 20 者	四半期に 1 回（年 4 回）	進捗や見直し項目の確認と支援
②創業フォローアップ 4 者	四半期に 1 回（年 4 回）	準備進捗や支援要望の確認と支援
③事業承継フォローアップ 2 者	半期に 1 回（年 2 回）	進捗や見直し項目の確認と支援

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】

福岡県商工会連合会が運営するアンテナショップ「DOCORE ふくおか商工会ショップ」への出品支援や I T（D X）を活用した販路開拓支援は一定程度実施しているが、商談会出展については出展案内に留まっている状況である。

【課題】

第 6 次新宮町総合計画における「町内産品 P R と新特産品開発を進め、大型店と小規模店が共存可能な仕組みを構築」の方針に沿う新たな需要開拓においては、バイヤー（B to B）へのアプローチ不足の改善や、多様化する一般消費者ニーズ（B to C）には D X を活用した事業展開で対応を加速する等について、対話を重ねながら事業者自らが考え行動する自己変革力を促進する支援で進める必要がある。

（2）支援に関する考え方

みかんやいちご、海産物等を活かした新たな特産品開発や、地域資源を活用した商品開発・販路開拓を支援するため、上記「6. 事業計画策定支援」で事業計画を策定した事業者を最優先とし、また、その中でも特に小売業・飲食業事業者を重点支援先として商談会出展支援等を展開する。

また、上記新宮町方針のひとつである、「地域大型店との共存関係構築」に向け、町・当会が連携して地域大型店への提案や働きかけを行うことで小規模事業者の新たな域内需要獲得の機会を創り出すことに取り組む。加えて、D X 推進に向けた取組としては S N S 活用・E C サイトでの商品販売を促進することで、新たな販路開拓支援を実施する。

なお、上記いずれの支援においても、事業者自らの主体性発揮を前提とし、これまでの商習慣等からの自己変革を促し、自走化への導きを念頭に支援を実施する。

（3）目標

項目	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
①Food EXPO Kyushu 出展事業者数 ※6 （B to B）	—	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
②地域大型店（スーパー）での催事出品 ※7 （B to C）	—	5 者	5 者	5 者	5 者	5 者
・売上額／者	—	3 万円	3 万円	3 万円	3 万円	3 万円

③DOCORE ふくおか商工会ショッポ出品 ※8 (BtoB) (BtoC)	3 者	5 者	5 者	5 者	5 者	5 者
・成約件数／者	—	1 件	1 件	1 件	1 件	1 件
④D Xを活用した販路開拓支援 (BtoC)	2 者	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

①Food EXPO Kyushu 出展支援 (BtoB)

Food EXPO Kyushu への出展支援を実施する。当食品展示会はバイヤーや流通関係者など約 600 社が参加する商談会であるとともに、セミナー・講演等も行われ、マーケットイン思考について座学で学べる機会も兼ねていることから、小規模事業者支援において相乗効果が期待できる。

※6 Food EXPO Kyushu (2022 年度実績)

九州最大級の食品展示会であり、食品メーカー・卸業者・小売業者・飲食店・流通関係者など約 600 社が参加するほか、セミナー・講演・試食会などのイベントが開催される。 (出所: Food EXPO Kyushu HP)

- ・展示商談会 (出展者数 206 社・団体、来場者数 3,429 人) ・一般来場者約 4,000 名
- ・個別商談会 (361 商談) ・会場内セミナー17 開催 (多彩な企業による食に関するセミナー)



【支援対象】「6. 事業計画策定支援」を実施した小売業・飲食店事業者のうち、毎年度1 者

【支援内容】商工会が1 ブースを借り上げ、上記支援対象者の新たな需要獲得機会とマーケットイン思考の獲得機会とする。また、出展事業者には商談件数目標を自ら設定するように促し、営業活動面での自己変革も促進する。

なお、出展にあたってはF C Pシートの作成支援等の事前準備・出展中・事後対応まで、経営指導員等や専門家によるきめ細かな重点支援を実施する。

②地域大型店での催事開催（BtoC）

新宮町方針である「地域大型店との共存関係構築」や、小規模事業者の新たな域内需要を創り出すため、地域大型店4店舗に対し、町と連携して催事開催を提案・交渉する。

また、催事開催実績を作れた大型店（スーパー）とは継続開催に向け関係性を深耕する。

※7 新宮町内の大型店（スーパー）

以下4店舗は、商工会発行プレミアム付商品券取扱店であり、各店長クラスが商品券換金手続きで商工会窓口を訪れる機会が多い。その際にコミュニケーションを積み重ねることで、催事開催の本提案へと繋げる。



ゆめマート新宮店



マックスバリュ新宮杜の宮店



ハローデイ新宮中央店



ハローデイ新宮店

【支援対象】①「4. 需要動向調査」対象事業者を最優先対象に設定

②「6. 事業計画策定支援」を実施した事業者のうち、小売業・飲食店事業者

【支援内容】対象事業者は「4. 需要動向調査」同様、消費者や店舗側のコメントや改良意見を獲得できる機会とし、マーケットイン思考の商品改良を促進する。

また、出店準備（FCPシート・POP作成等）や商品改良等、開催前後において専門家と連携して支援を実施する。

③DOCORE ふくおか商工会ショップを活用した新規取引先獲得（B toB・B toC）

福岡県商工会連合会が運営するアンテナショップ「DOCORE ふくおか商工会ショップ」への出品及び消費者・バイヤーの声をもとに商品磨き上げ（パッケージや内容量の改良等）を支援し、新規取引先（B toB）獲得を支援する。

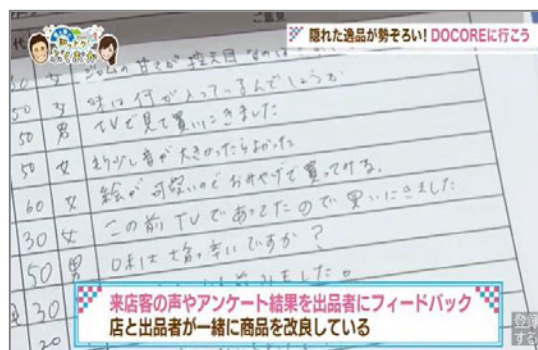
※8 DOCORE ふくおか商工会ショップ（博多駅大型商業施設内）

単なるアンテナショップではなく、お客様の声を出品者にフィードバックし「商品育成」がコンセプトです。みなさんの声が出品者にとって何よりの励みになり、より良い商品づくりの糧となります。是非みなさんの声をたくさん聞かせてください。

（出所：DOCORE HP）



メディア取材多数



消費者の声シート

【支援対象】①「6．事業計画策定支援」を実施した事業者のうち、小売業・飲食店事業者
②加工食品を取り扱うその他小規模事業者には巡回・窓口相談時に案内

【支援内容】福岡市中心部博多駅に立地する大型商業施設内「DOCORE」に出品することで、域内消費者とは違う県内外消費者及びバイヤー意見によるマーケットイン思考の獲得後、専門家を交えて商品磨き上げ支援を実施する。
また、これまでの既存出品者の傾向から、出品を通して得た専門家アドバイスや、バイヤーコメント等は事業者自らが腹落ちできるものも多く、商品磨き上げを通じた新規取引先獲得への内発的動機付け施策としても活用できる。

④DXを活用した販路開拓支援（BtoC）

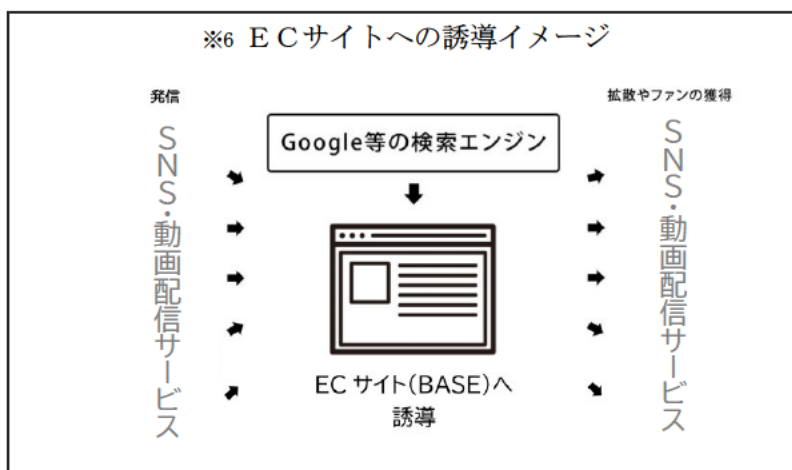
経営資源が限られる小規模事業者は日々の営業活動等がルーティン化しているがゆえに新たな取組（変化対応）が滞る傾向が多くみられる。多様化する消費者ニーズや流通経路を踏まえ、SNSやECサイト活用での商圈拡大や新たな顧客獲得機会の創出を支援する。

【支援対象】①（３）目標に掲げた①②③対象事業者を最優先対象に設定

②その他小規模事業者には巡回・窓口相談時に案内

【支援内容】経営指導員等は事業者のITスキルに合わせて専門家等を交え、「誰に・何を・どのように」発信するかについて、SNS活用のあるべき姿（認知度向上、問合せ数増加・ECサイトへの誘導と拡散等 ※6）を設定し、複数回にわたって個別支援を実施する。

また、ECサイト活用においては初期投資を抑えることや、導入等当初から自走化を見据え、小規模事業者に最適な「BASE ※7」を推進する。



※7ECサイト「BASE」

【コンセプト】「最小の労力で、最短ではじめ、最大の売上を得る」

・誰でも簡単にネットショップ ・月額及び初期費用無料 ・豊富なデザインテンプレート

※日本最大級のネットショップ作成サービスで国内 200 万社以上が利用しており、個人・小規模事業者向けネットショップ作成サービスとして、これまで得ている支持の多さからも最適。

(出所: BASE (株) HP)

Ⅱ. 経営発達支援事業の円滑な取組に向けた支援力向上のための取組み

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】

当会正副会長・当会企業振興会会長・小規模振興委員・福岡県商工会連合会・新宮町産業振興課長・中小企業診断士等の外部有識者・事務局長・経営指導員で構成する「経営発達支援計画事業評価委員会」にて、毎年度、事業の実施状況・成果の評価・検証を行うと共に、次年度に向けた見直し案等の方針決定を行うとしていたが、コロナ禍の対面形式会議の開催懸念が生じたため、理事会での口頭報告が中心となっていた。

なお、小規模企業振興委員連絡会議での情報共有や、月1回の職員会議においては各事業の実施内容等について協議している。

【課題】

経営発達支援事業評価委員会が十分に機能しておらず、ホームページ等での結果公表もできていないため、経営発達支援事業評価委員会の開催及び結果公表が求められる。

(2) 事業内容

【経営発達支援事業評価委員会の開催】

経営発達支援事業評価委員会を設置し、年1回開催する。

本委員会の構成員は、当会正副会長・当会企業振興会会長・小規模振興委員・福岡県商工会連合会・新宮町産業振興課長・中小企業診断士等の外部有識者・事務局長・法定経営指導員及び経営指導員とし、事業の実施状況について、主として定量的視点から共有・評価・見直し案検討を行う。

【評価結果等の報告・公表】

事業成果・評価・見直し案等は、理事会へ報告したうえで、事業実施方針等へ反映するとともに当会 HP で公表し、地域の小規模事業者等が常に閲覧可能な状態にする。

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主催の各職種別の研修を受講しているが、加えて、専門的な知識習得・研鑽の場として福岡県中小企業振興事務所主催の講習会等への参加も行っている。また、税務・労務に関しては外部機関主催研修等に参加し、職員個々が支援能力向上を図っている。

【課題】

消費者ニーズの多様化に伴い、小規模事業者の支援ニーズも多様化していくなかで専門性の高い支援ができる職員は限られている。

今後はDX推進を含め、専門知識の習得及び専門的支援がこれまで以上に必要であるとともに、その後の支援ノウハウの組織内共有を図る仕組みづくりが求められる。

(2) 事業内容

①外部講習会等の積極的活用

【専門知識の習得及び支援ノウハウ獲得】

経営指導員及び経営支援員の支援能力向上のため、福岡県商工会連合会・中小企業庁・中小企業基盤整備機構等が主催する支援者向け研修（経営力再構築伴走支援研修等）に参加し、小規模事業者支援に必要となる専門知識の習得や支援ノウハウを獲得し、支援スキルの向上（対話と傾聴力、事業者の自己変革促進力）を図る。

また、全国商工会連合会が運営する経営指導員等WEB研修から、全国各地の商工会支援事例からも先端的な支援ノウハウ獲得を図る。

【DX推進に必要なIT知識等の獲得】

DX推進に必要なIT知識等の獲得に関するセミナーや研修に経営指導員及び経営支援員が参加することで、不足している専門的知識や支援手法を獲得する。

（業務効率化）：クラウド会計・IoT活用・電子申請・テレワーク・生成AI等

（需要開拓）：SNS活用・Googleビジネスプロフィール・電子マネー等

（その他）：オンラインミーティングツール等

【コミュニケーション能力・課題設定及び解決に導く支援スキルの獲得】

経営者自らの内発的動機付けに基づく自己変革促進に必要な支援の基本姿勢「対話と傾聴」をはじめ、支援先の本質的な課題設定能力向上支援に資する研修受講を通じて、課題解決スキル獲得へと繋げる。

②OJT制度の導入

【専門知識の習得及び支援ノウハウ共有】

支援現場において中小企業診断士等が専門的指導を行う際、経験の浅い経営指導員や経営支援員も同席することによる専門的指導手法及び知識習得研修を実施する。

また、経験豊富な経営指導員や経営支援員と経験の浅い経営指導員・経営支援員がチームを組むことで日々の支援現場でもOJTを実施し、対話と傾聴からはじまる支援能力の底上げを図るとともに、支援ノウハウの共有を図る。

③情報のデータベース化と共有

【情報の形式知化を通じた一元管理と共有】

支援のノウハウの組織内共有を図る仕組みづくりとして、全職員を対象とした会議を毎月1回開催し、研修を受講した職員がその内容を職員間で共有することや、支援事業者の状況や各種調査結果を共有する。

また、支援対象事業者の財務分析結果や支援内容・事業計画等については経営指導カルテを作成（データベース化）することで、暗黙知になりがちな情報やノウハウを可能な限り形式知化し、一元管理と共有が可能な体制とする。

(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)	
本事業は、以下体制にて実施する。	
経営発達支援事業評価委員会 事業評価・提言等 【新宮町商工会】 事務局長 1名 法定経営指導員 1名 経営指導員 1名 経営支援員 3名 【新宮町】 産業振興課 ※経営発達支援事業評価委員会の評価・提言等を受け、必要に応じて計画見直し等を実施。	
(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当該経営指導員の氏名、連絡先 氏 名：藤本 勝幸 連絡先：新宮町商工会 TEL：092-963-4567	
②当該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・見直しを実施する際の必要な情報の紙出力やPDF データ配布方式での提供を随時行う。	
(3) 商工会／商工会議所、関係市町村連絡先	
①（商工会） 新宮町商工会 〒811-0112 福岡県糟屋郡新宮町下府3丁目17-1 TEL：092-963-4567 FAX：092-962-4355 E-mail：shingu@shokokai.ne.jp	
②（関係市町村） 新宮町 産業振興課 〒811-0192 福岡県糟屋郡新宮町緑ヶ浜1丁目1-1 TEL：092-962-0238 FAX：092-962-0725 E-mail：sangyo@town.shingu.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	1,800	1,800	1,800	1,800	1,800
・地域経済動向調査	100	100	100	100	100
・需要動向調査	150	150	150	150	150
・経営状況の分析	150	150	150	150	150
・事業計画策定支援	400	400	400	400	400
・事業計画策定後支援	400	400	400	400	400
・新たな需要開拓	500	500	500	500	500
・事業評価及び見直し	50	50	50	50	50
・経営指導員等資質向上	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
会費・手数料収入、新宮町補助金、福岡県補助金、国補助金 等

(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
連携者なし
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