経営発達支援計画の概要

実施者名 （法人番号）	粕屋町商工会（法人番号 9-2900-0500-6195） 粕屋町（地方公共団体コード 403491）
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.　経営力再構築伴走支援モデルに基づく経営力向上支援 2.　ＤＸを取り入れた生産性向上と販路開拓支援 3.　創業者の育成と事業承継の促進による地域経済の活性化
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 小規模事業者に対して、より的確な支援を行うためビックデータを活用した地域経済動向分析と粕屋町独自の景気動向分析を行う。 4．需要動向調査に関すること 地域の特性を活かした名物やブランド品等の開発可能性の高い飲食業・生活関連サービス業を対象に需要動向調査を行う。 5．経営状況の分析に関すること 対話と傾聴を通じ、経営分析の必要性等の理解を深め、定量分析・定性的分析を行って本質的課題を把握し強み等の気づきを与える。分析結果を事業者へフィードバックし事業計画策定に活用する。 6．事業計画策定支援に関すること 上記 3～5 で明らかになった課題に対して解決に向けた事業計画策定を支援する。より効果的な事業計画策定ができるようＤＸ推進セミナーを開催する。 7．事業計画策定後の実施支援に関すること すべての事業計画策定者に対して、定期的な巡回を通じ事業計画進捗状況の確認や課題解決に関する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 粕屋町の小規模事業者にとって効果的なＤＸ支援（ＩＴを活用した販促支援）を行い、Google ビジネスプロフィール（Googlemap）や Instagram などのＳＮＳやホームページを活用し販路開拓支援を行う。
連絡先	粕屋町商工会 〒811-2314　福岡県糟屋郡粕屋町若宮 2-3-1 TEL：092（938）2456　FAX：092（938）2500 e-mail：kasuya@shokoukai.ne.jp 粕屋町　地域振興課 〒811-2392　福岡県糟屋郡粕屋町駕与丁 1-1-1 TEL：092（938）2311　FAX：092（938）3150 e-mail：chiiki@town.kasuya.fukuoka.jp

（別表１）

経営発達支援計画

経営発達支援事業の目標

Ⅰ.目標

１．地域の現状及び課題

（１）現状

①立地と特性

粕屋町は、福岡県北西部に位置し、西に福岡市、北に久山町、東に篠栗町・須恵町、南に志免町と１市４町に隣接する町であり、当会は粕屋町全域を管轄している。

交通については、九州自動車道の福岡インターチェンジや福岡都市高速道路のランプを有し、県内を横断する国道 201 号や都市圏を取りまく福岡外環状線が通っているため、交通の要衝となっている。

さらに、町域を縦横に貫く JR 篠栗線（福北ゆたか線）と JR 香椎線には６つの駅があり、博多駅まで JR で約 10 分、福岡空港まで車で約 10 分、博多港まで車で約 20 分という非常に交通利便性の高い町である。

町の面積は 14.13 平方キロメートルと福岡県でも面積が狭い部類（福岡県 75 行政区中 70 位）となるが、自然環境にも恵まれており、福岡市近郊に位置しながら田園も多く残り、米作のほかブロッコリーなどの都市近郊農業も行われているが、生産量は全国的にみて少ない（※1）。

粕屋町は、かつては糟屋炭田の一角を占めており、昭和 30 年代ごろまでは炭鉱と農業の町であった。昭和 39 年、すべての炭鉱が閉山となった後、昭和 50 年代に入ってからは立地の特性から福岡市のベッドタウンとして開発が進み人口が急増している。

近年では商業が発展し、交通の利便性が高いことから、流通拠点を新設する大手企業等が増えている。平成 16 年には町南部に大型ショッピングセンターイオンモール福岡（※2）が開店し、町内外より年間 1,200 万人が訪れている。

粕屋町には、観光資源は無いものの、筑前三大池の一つである駕与丁池をはじめとする大小のため池や多々良川・須恵川を有する緑と水辺に囲まれた町で、町のシンボルの広大な駕与丁公園（周囲約 4.2195ｋｍ）は、四季折々の自然に親しむことができる安らぎと潤いの空間（桜とバラの名所）であり、散歩やランニングコースとして親しまれ、週末ともなると町内外から多くの人が訪れる。

このような都市と自然が調和した環境から、令和２年国勢調査では、粕屋町は全国的に人口減少傾向の中、人口増加率が約 6%伸びており、出生率も高い。また、町民の平均年齢は 40.8 歳と若く、全国でも若さランキング４位であり、子育て世代が多く住む若くて元気の良い町である。

※１：福岡県のブロッコリーの生産量は全国シェアの 3%
※２：イオンモール福岡の売り場面積は 90,000 ㎡。テナントは 197 店

②人口の特徴と推移

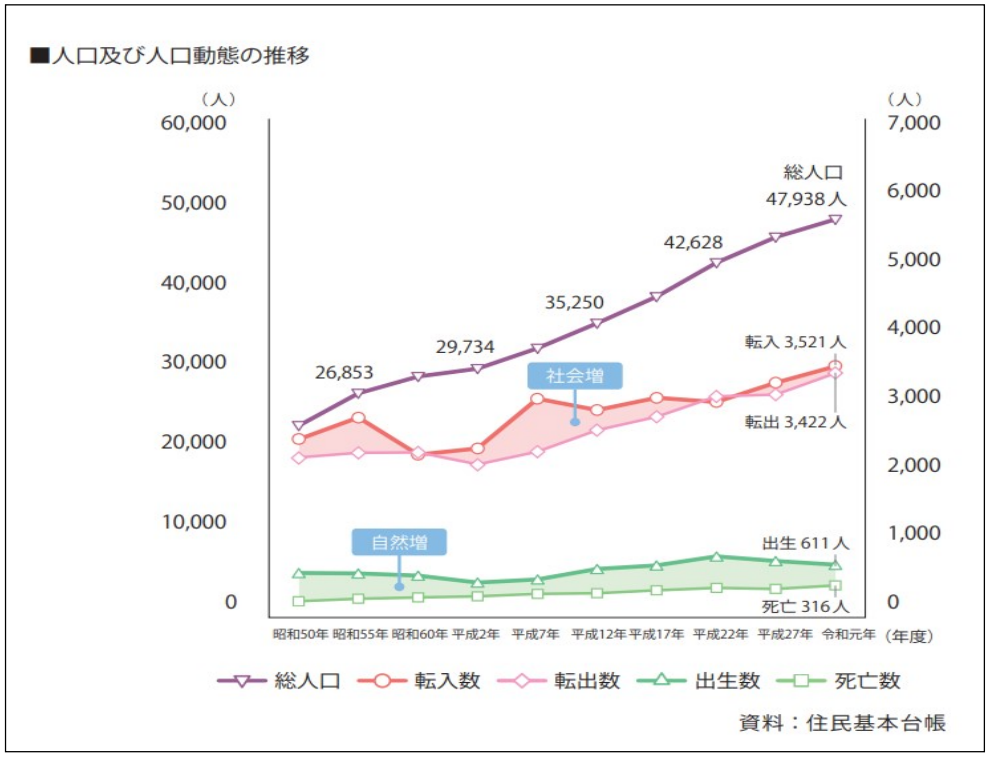
粕屋町は、国の「まち・ひと・しごと創生」の考えに基づき、将来にわたって安定した人口を維持するため、『地域資源を活かした産業の活性化による雇用の創出、安心して子供を産み育てられる子育て支援等、定住促進に注力した町づくり』を目指している。

人口の推移については、全国的に多く見られる人口減少は無く、高齢化の進行も遅い町であり、現在の町の人口は 48,828 人、世帯数は 21,738 世帯と一貫して人口の増加が続いている。（表１、表２参照）

人口増加の大きな要因としては、表１の「人口及び人口動態の推移」より、出生数の増加（自然増）と福岡市を中心とした転入超過（社会増）である。

また、近隣市町間の移動率（転入率・転出率）が高く、持ち家率は県下でも 46.9%と低くとなっていることから、転居等の多い「人口の流動性が高い町」であることが特徴である。

＜表１＞　人口及び人口動態の推移（昭和 50 年～令和元年＞



出典：粕屋町第５次総合計画（後期基本計画）より

＜表２＞　粕屋町の人口・世帯推移（直近５年の推移）

年月（※）	令和元年	令和２年	令和３年	令和４年	令和５年
人口	47,530	47,938	48,246	48,529	48,828
世帯数	20,235	20,677	21,017	21,385	21,738

粕屋町公式ＨＰより

③粕屋町の産業

粕屋町は、かつては炭鉱と農業の町であったが、福岡市のベットタウンとして宅地開発され人口増加と共に、幹線道路沿いを中心に大型スーパーや大手チェーン店、ドラッグストア、ホームセンターなど大型店等の出店が続いている状況である。

そのため、産業用地の縮小と宅地化が続き、現在では第三次産業が（商業・サービス業等）約８割を占め、まちの基幹産業となった（表３参照）。

また、商工業者数については、商工業者合計は 10 年間で 147 事業者の増加、そのうち、小規模事業者についても 123 事業者が増加となっている。ほぼ全業種が横這いで推移している中で、サービス業は約 100 事業者（7%）増加している状況である。

＜表 3＞粕屋町の産業別総生産額

単位：百万円

	令和２年		令和３年		令和４年	
第一次産業	317	0.2	319	0.2	244	0.1
第二次産業	3724	22.3	32,847	20.2	32,645	19.8
第三次産業	128,830	77.0	128,822	79.0	130,978	79.7
その他	827	0.5	1,008	0.6	717	0.4
合計	167,247	100	163,022	100	164,584	100

出典：福岡県「平成２～４年福岡県勢要覧」

＜表４＞　　粕屋町の業種別商工業者数等の推移について（10 年比較）

	平成 24 年		令和４年		増減
	①事業者数（件）	②業種割合（%）	③事業者数（件）	④事業割合（%）	③-①（件）
建設業	240	18.8	276	19.4	36
製造業	132	10.3	126	8.8	-6
卸売業	124	9.7	102	7.2	-22
小売業	206	16.1	204	14.3	[illegible]
飲食店	105	8.2	108	7.6	71.8
サービス業	298	23.3	432	30.3	134
その他	173	13.6	177	12.4	4
商工業者合計	1,278	100	1425	100	147
小規模事業者数	1,032		1,155		123

「平成 24 年、令和４年商工会実態調査より」

◆【業種別の特徴と景況感】

＜商業・サービス業＞

約20年前の平成16年に大型イオンモール福岡（当時、西日本で最大規模）が出店し、近年では、近隣の市町村を結ぶ幹線道路沿いに飲食店、大型ショッピング店舗等の新たな商業施設が集積するなど競争が激化している。

小規模事業者については、小売・飲食・サービス業など生業を中心とする小規模事業者が町内全域に点在しているのが特徴である。

大型店や大手チェーン店等（以下、大型店等）の進出により、小規模事業者が営業していた既存の地元商店は衰退を余儀なくされ、売上低迷・事業主の高齢化・後継者不在により廃業も増えてきている。

一方で、人口増加と30歳代～40歳代のファミリー層が多いという利点から、生活関連サービス業（美容室・理容室、整体院、ネイルサロン、医療・学童保育、福祉事業など）の小規模事業者の創業が相次いでいる。

全体的には、大型店等や創業者等の新たな層（新規店舗）の売上は増加傾向にあるものの、古くからある既存商業地域の小規模事業者の売上は減少傾向にある。

＜建設・製造業等、その他＞

建設業については、一人親方等の独立開業で若い事業者数は増加しているものの、同業他社との競争、営業の広範囲化、人手不足等の課題に直面している事業者も少なくない。

製造業については粕屋町が小さな地積により、製造業の展開が難しい地域である。町内には工業専用地域は無く、準工業地域・流通地域は福岡インターチェンジ周辺や開発が進んでいる町西部（柚須地区）に広がっているが、すでに大手企業による物流拠点化や宅地化が進んでおり製造業の立地の余地はない。

運送業については福岡インターチェンジが立地し、交通利便性が高いことから大手企業が進出し物流拠点が多い。

その他、町内には、駕与丁公園などの『地域資源』はあるものの、観光客の誘致や交流人口の増加に繋がるような『観光資源』や地域を代表する『特産物』も無いため、地域活性化のためには、特産品等に頼らずに、各個店又は商品等のブランド化や魅力アップを図る必要がある。

④　第5次粕屋町総合計画（後期基本計画）

第5次粕屋町総合計画では、「地域個性を活かした」活力ある産業のまちづくり「地域に活力をもたらす商工業の振興」を揚げ、地場産業の経営基盤の強化を柱に「地域の資源や特性を生かし地域ブランドや産業の活力を創出するまちづくりを進め、粕屋町の魅力を一層高めるとともに、町内外へのシティプロモーション活動を進め、活力のあるまちを目指す」としている。

・ 町の計画に対して商工会が連携できること

粕屋町総合計画の課題と展望	商工会が町と連携してできること
地場産業の経営基盤の強化に向けた支援 ➢ 社会情勢の変化に対応した経営・技術支援 ➢ 粕屋町の魅力を高めるための地域資源を活用したブランド商品開発ＰＲと販路拡大	地域経済を支える小規模事業者の持続的発展への支援 ➢ 経営基盤強化、生産性向上支援、ＤＸ支援、キャッシュレス対応支援等 ➢ 個店のブランド化・差別化推進、ＤＸ推進、ＳＮＳ活用による販路拡大支援 ➢ Google ビジネスプロフィール（Googlemap）の活用等
地域経済発展に向けた企業立地促進、起業支援 ➢ 安定した雇用を維持・拡大	地域経済活性化と新陳代謝の促進 ➢ 事業承継支援、創業者育成支援

（２）小規模事業者の課題と商工会の役割

課題	内容	商工会の役割
①小規模事業者の経営力向上が必要	・粕屋町では、ここ数十年の間、大型店等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厳しい経営環境が続いている。 ・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、事業主の高齢化も進んでおり、事業計画策定や経営分析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。 ・飲食店や生活関連サービス業（美容室・理容室、整体院、ネイルサロン、医療・福祉・学童保育などの福祉事業など）の出店・創業は相次いでいるが、小規模事業者同士においても強み等の把握ができておらず、差別化（ブランド化）が不十分であり、売上不振に陥ることが散見される。	小規模事業者の今後の活路を見出すために、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が必要であるため、商工会においては、経営力再構築伴走支援（※）を行いながら、地域小規模事業者の底上げを図っていく必要がある。
②消費者ニーズに合った商品の提供、販促開拓、生産性向上・ＤＸ取組が必要	・小規模事業者の多くは、経営者自身の経験や個人的主観、自社が得意とするものに基づいた商品等を提供する傾向が強く、メインターゲットとなる地域の顧客ニーズや消費動向の変化を把握できていないため、売上に結びつかないケースが多い。 ・粕屋町は人口の流動性が高いことから、転居等による常連客の入替わりが頻繁にある中で、転入者や現在の消費者の多くはＳＮＳやＧｏｏｇｌｅｍａｐなどを使いお店を探しているため、常に地元の消費者に対して店舗等の販路開拓（情報発信）が必要であるが、小規模事業者はＩＴリテラシーが低いため、対応できていないことが多く売上拡大の機会を失っているケースが多い。	変わりゆく消費者・社会生活の変化に小規模事業者が対応できるように、消費動向の情報提供やＤＸを取り入れた「生産性の向上」・「販路開拓」の支援を行う必要がある。
③事業承継・創業者育成が必要	・経営者の高齢化やコロナ禍の影響から抜け出せず、業績不振にて廃業に至る事業者が増えてきている、また、創業後にうまくいかないケースも散見される。	粕屋町総合計画（第５次・後期基本計画）に揚げられているとおり、新たな雇用の場の創出、及び地場産業の活性化のため今後の円滑な事業承継や創業者への育成を行う必要がある。

※経営力再構築伴走支援とは、商工会の経営指導員等が小規模事業者との対話と傾聴を通じて設定した経営課題を小規模事業者自身が納得し、内発的動機付けを経て能動的に解決（自走化）できるように、それぞれの段階においてフォローする伴走支援のことで、対話と傾聴を通じて本質的な課題への気づき・腹落ちを経営者に促し、社内の自発的な行動や潜在能力を引き出すことで企業の自己変革力の向上させる伴走支援を言う。（経営力再構築伴走支援モデル）

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

粕屋町の今後１０年を見据えると、経営者の高齢化、大手の小売店チェーン店の出店、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厳しさを増していくものと思われる。
また、地域の現状と課題、及び第５次粕屋町総合計画（後期基本計画）における産業振興を踏まえながら、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在り方について、下記のように考える。

（１）小規模事業者が競争力を高めて、独創性のある魅力的な事業者となれるよう事業者の経営力向上支援を行い、小規模事業者の経営基盤強化を図り粕屋町商工業の振興に繋げる。

（２）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、生産性の向上や販路開拓支援を行い、事業者の持続的発展を支援する。

（３）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、商工業の発展と粕屋町の振興に寄与する。

３．経営発達事業の目標

粕屋町の地域活性化に向けた町内小規模事業者の経営基盤の強化と安定化に向けた取り組みとして下記の目標を掲げる。

目標①　経営力再構築伴走支援モデルに基づく経営力向上支援 目標②　ＤＸを取り入れた生産性向上と販路開拓支援 目標③　創業者の育成と事業承継の促進による地域経済の活性化

経営発達支援事業の内容及び実施期間

Ⅱ．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．目標の達成に向けた方針

小規模事業者の自己変革力を高め経営基盤強化を行うことで、地域全体の持続的発展へ繋げていかなければならない。
そのため小規模事業者との対話と傾聴を通じて経営の本質的な課題を小規模事業者が自ら認識できることに重点を置き以下に取り組む。

目標①　経営力再構築伴走支援モデルに基づく経営力向上支援

・「経済動向分析」「需要動向分析」「経営分析」を行い、地域ニーズの把握や自社の本質的な経営課題を把握し、実現可能な事業計画策定を支援する。
・事業計画の実行を小規模事業者が深い納得感と当事者意識を持ち、自ら能動的に自走化できるようそれぞれの段階でフォローを行う。

目標②　ＤＸを取り入れた生産性向上と販路開拓支援

・町内には人手不足の状態にある事業者が多いため、ＤＸを取り入れた生産性の向上の支援を行う必要性がある。このことは小売・サービス業などの第三次産産業に留まらず、製造業や建設業などの第二次産業も含む幅広い業種で取組が必要であるとされており、経営分析や経営計画策定支援を通じてそれに向けた支援を行う。
・ＤＸ導入やＩＴリテラシーの低い経営者に対してネットやスマホを活用したビジネスの対応やキャッシュレス決済などに対応できるよう支援を行う。
・地域の小規模事業者が提供する「商品」や「サービス」もしくは小規模事業者そのものを「ブランド」としてネットやＳＮＳを活用して周知するなど販路開拓支援を行う。

目標③　創業者の育成と事業承継の促進による地域経済の活性化

・事業者の高齢化や後継者不足に対する廃業に対応するため、専門家や事業引継ぎ支援センターとの連携を行い、事業承継支援を実施し事業者の新陳代謝を促進する。
・また、創業者育成支援として創業者に対する「創業塾」の開催や経営指導員等による伴走支援を行い個別の創業計画の策定支援、創業資金調達支援を行い地域内での創業を促し、町内の活性化及び創業率の向上を図る。

Ⅲ.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実施できていなかった。景気動向調査分析については、既に全国商工会連合会（以下、全国連）が分析した小規模企業景気動向調結果（以下、全国連調査結果）と商工会独自ヒアリングシートを活用した商工会独自調査結果を公表（※）している。全国連調査結果は粕屋町に特化したものとはなっていない。

※粕屋町小規模事業者の『経営状況や景況感』について令和３年まで実施集計し、その結果をこれまで計５回公表している。

【課題】

これまで地域経済動向調査については実施できていなかったことや、景気動向調査についても全国連調査結果と商工会独自調査結果が別々で連動しておらず、全国に比して粕屋町の特性を示した情報となっていなかった。

今後は国のビックデータ『RESAS』（地域経済分析システム）等を活用した地域経済動向調査分析を行い、全国連調査結果に加え商工会独自調査を合わせて実施し、地域の小規模事業者に対してより的確な情報提供を行う必要がある。

また、これまで景気動向分析の公表は全国連調査結果を年 10 回公表してきたが、全国の情報に留まっていたため、今後は公表回数を年２回に変更し、分析内容の質を高め、より効果的で的確な情報提供を行う必要がある。

（２）目標

内容	公開方法	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
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
景気動向分析の公表回数	HP掲載	11回※	２回	２回	２回	２回	２回

※現行の景気動向分析の公表回数 11 回であったが、主に全国連調査報告であり、効果的な内容でなかった。今後は、より効果的な粕屋町の情報提供を行うため、実施可能な回数で設定する。

（３）事業内容

小規模事業者に対して、より的確な支援を行うため以下の①地域経済動向分析、②景気動向分析を行う。

① 地域経済動向分析（国のビックデータ『RESAS』等を活用）

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、消費動向等に関する情報を収集し経営指導と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分析 ・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) ・粕屋町の市場特性、成長性、富裕度、家族層、消費購買力等の指標を用いた商圏分析

② 景気動向分析

粕屋町の景気動向等について、より効果的な実態を把握するため、全国連が行う「小規模事業景気動向調査」に加え、引き続き商工会独自のヒアリングシートにて年2回調査・分析を行う。

調査手法	経営指導員等が巡回・窓口指導時に、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、専門家と連携し分析を行う。
調査対象	粕屋町内の小規模事業者を中心とした30社 （建設業：6社、製造業：3社、卸・小売業：6社、飲食業：3社、サービス業：12社を目標）
調査時期	6か月ごとに実施（30社×年2回）
調査項目	・事業所概要（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、客単価等） うち工業者（受注単価、工場稼働率等） ・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HPに掲載･公表し広く町内小規模事業者等に周知することで、経営課題の把握や今後の経営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】

近年、新型コロナウイルス感染拡大（以下、コロナ）の関係でイベントが中止となり本調査が実施できていない。そのため、事業者支援の際に、専門機関が公表している需要動向情報を提供していたものの、地元の消費者のニーズが反映されていない。一般的な情報提供となっていたため、効果的な事業となっていなかった。

また、当会がコロナ前までに実施してきた調査についても、地元の小売業などの商品の需要動向を調査していたが、調査効果や目的が曖昧になっており、当該地域の活性化に結び付く、当該地域の特徴に合わせた業種の調査（選定）となっていなかった。

【課題】

当該地区には、良いお店（優良店）はあるものの、「有名店」がないため、本調査を通じて、地域を活性化させる『核』となる「有名店」が育成できていない。

今後は、『核』と成り得る「有名店」を育成し、その他の事業者へ波及させ地域事業者の活性化を図る必要がある。そのため、（粕屋町に特に特産品等がない中で）漠然と小売業の商品に対する需要動向調査を行うのではなく、地域の特性を活かした名物やブランド品等の開発可能性の高い業種などに調査対象の絞り込みを行ったうえで、需要動向調査を行い、地域活性化の起爆剤になるような支援を行う必要がある。

また、粕屋町は人口の流動性が高く、住民の入れ替わりが多いという特徴から、定期的なマーケティングが必要である。

（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
需要動向調査のフィードバック業者 内　飲食業 内　生活関連	－	10 者 ５者 ５者	10 者 ５者 ５者	10 者 ５者 ５者	10 者 ５者 ５者	10 者 ５者 ５者

（３）　事業内容

地域の消費者のニーズに基づいたマーケットインの考え方を取入れ、さらに魅力ある商品等の開発や、『核』となる有名店（モデル企業）の育成を行い、それを横展開することで第３次産業が８割を占める地域全体の経済活性化に資すると考える。

そのために、粕屋町の小規模事業者の商圏内で開催される商工祭り会場や商品券事業の際に、『私が選ぶ粕屋町のお気に入りの店舗』含めた調査項目について、一般消費者を対象にアンケート調査を実施する。

なお、調査結果は、『私が選ぶ粕屋町のお気に入りの店舗』で選出された、下記の①②のそれぞれの業種の上位５者（合計１０者）にフィードバックし、経営分析や事業計画策定に活用することで、モデル企業になるよう支援を行う。

	業種	選定理由等
①	飲食店（５者）	地域の特性を活かしたブランド品等の開発可能性の高いため
②	生活関連サービス事業者（５者）	粕屋町でもっとも多い業種であるため（理美容業・健康（整体・整骨・ジム・痩身）・エステサロン・ネイル等）

【具体的な調査内容】

調査対象 業種	①　飲食店 ②　生活関連サービス業者
調査手法	商工祭り会場、商品券アンケートに付帯して行う。
サンプル数	来場者等 200 人
調査項目	①　【飲食店に対する調査】 （ア）個別需要・ニーズ調査 ・性別、年代 ・粕屋町でのお気に入りの店舗及び料理とその理由 ・料理・サービスの改善点、要望等 （イ）一般個別需要・ニーズ調査 ・飲食店を利用する頻度 ・飲食店を選ぶ基準（値段、量、キャパ、健康、接客態度） ・飲食店を利用する目的（朝食、昼食、夕食、会食宴会） ・飲食店を利用するときの人数（１人、２人　３人、）それ以上） ・何料理が好きか（洋食、中華、和食　その他） ・具体的に好きな料理を教えてください。 ・家族で食事するときに一番重要視するものは何ですか。 ・飲食店に求める料理以外のサービス等 （例えばキャシュレス、クーポン、接客、キッズルーム） ②【生活関連サービス事業者に対する調査】（理美容業・健康（整体・整骨・ジム・痩身）・エステサロン・ネイル等） （ア）個別需要・ニーズ調査 ・性別、年代 ・粕屋町でのお気に入りの店舗及びサービスとその理由 ・サービスの改善点、要望等 （イ）一般個別需要・ニーズ調査 ・当該業種を利用する頻度 ・当該業種を選ぶ基準 （値段、サービスの質、利用時間、接客態度） ・当該業種に求める主サービス以外のサービス等

（４）　調査結果の活用

調査結果のフィードバックは、『私が選ぶ粕屋町のお気に入りの店舗』に名の上がった小規模事業者に対して行う。経営指導員等が整理・分析を行い、必要に応じて、専門家の助言を入れたうえで、フィードバックし、地域消費者ニーズに合った更に売れる商品（メニュー）、サービスの開発・改良・改善につなげ、『核』と成り得るモデル企業になるよう伴走支援を行う。

また、調査結果データを活用し、課題の抽出を行い、今後の経営分析・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】

経営状況の分析については、当会の記帳指導や金融指導を行っている事業者、経営革新、持続化補助金など各種補助金申請支援事業者に対して定量分析（財務分析）を実施しているが、定性的分析（非財務分析）による自社の強みや課題など本質の抽出や提案は十分には行えていない。資金繰りに苦慮している経営改善計画策定事業者のみ定量分析に加えてＳＷＯＴ分析・３C 分析（※）など定性的分析（非財務分析）を行っている状況である。

> ※　3C 分析とは、Customer（市場・顧客）、Company（自社）、Competitor（競合）という 3 つの「C」について分析する方法で、事業計画やマーケティング戦略を決定する際などに用いられる。3C 分析では外部環境として「市場・顧客」「競合」、内部環境として「自社」を分析対象としている。

【課題】

小規模事業者は総じて数字に対し苦手意識があり、自身で経営分析に取り組むことはハードルが高いと感じている事業者が多いため、あらゆる相談の際に経営分析の必要性を理解してもらう必要がある。

これに加えて、コロナ禍からの回復期にあるとはいえ、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に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、定量分析（財務分析）、定性的分析（非財務分析）を行って本質的課題を把握し具体的な事業計画を策定する必要がある。

（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
経営分析（事業者数）（※）	84 者	60 者	60 者	60 者	60 者	60 者

※：現行の 84 者は、ほぼ全てが定量分析（財務分析）のみ実施であったため数値が大きい。令和 6 年度からはＳＷＯＴ分析等定性的分析を加えて実施するため、目標数は経営指導員一人当たり 20 者×3 人で設定する。

（３）　事業内容

粕屋町は、小売・サービス業が多いため、少人数体制や人員不足等の理由によりセミナーを開催しても参加されない事業者が多い。

そのため当会においては、巡回や窓口相談の際に、経営分析の必要性を説明し、事業計画策定や今後の販路拡大・自社ＤＸに前向きな事業者の掘り起こしを行い経営指導員等が経営分析を実施する。

なお、経営分析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。

【巡回・窓口相談時における経営分析】

売上向上を図る等下記の事業者を対象として巡回・窓口相談時に経営分析を行い、経営課題が明らかになった場合、中小企業診断士と連携し解決策（例えば販売力、営業力の強化、コスト低減・業務効率化による収益性の向上）を相談者に提示する。

<table>
<tr><td>対象者</td><td>・売上向上を図る事業者
・商品・新サービスで販売拡大を目指す事業者
・経営改善が必要な事業者
・事計画策定に意欲的な事業者
・記帳指導事業者</td></tr>
<tr><td>分析の項目</td><td>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と比較し、財務上の強みと弱みを把握し改善の方向を見出す。
非財務分析：下記の項目について、対話と傾聴を通じて、事業者の内部環境の強み、弱み、事業者を取り巻く外部環境の機会、脅威を整理し、最適な意思決定に繋げる。
<table><tr><th>内部環境</th><th>外部環境</th></tr><tr><td>・商品、サービス
・ﾉｳﾊｳ等の知的財産
・仕入先、取引先
・デジタル化、IT 活用状況
・人材、組織
・事業計画の策定・運用状況</td><td>・商圏内の人口、人流れ
・業界動向
・競合</td></tr></table></td></tr>
<tr><td>分析手法</td><td>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が分析を行う。
なお､非財務分析はＳＷＯＴ分析又は３Ｃ分析のフレームを活用して整理する。</td></tr>
</table>

（４）分析結果の活用

上記分析結果は、当該分析事業所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、競合や顧客を把握することで、小規模事業者の経営改善及び事業再構築・多角化の方向性や処方箋を明らかにするとともに実現性の高い事業計画策定支援の基礎として活用する。

・同業他社や業界の経営指標や自社の目指すべき経営指標を基に、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や福岡よろず支援拠点の専門家・コーディネーター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ホルダ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策定セミナーを開催してきたものの、参加者は非常に少ない状況である。その参加者についても当会より参加を促した参加者が大半であり、一般的に小規模事業者において事業計画策定の必要性や重要性が十分理解されていないことが分かる。

また、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、一時的な効果はあるものの、一過性の事業計画で終わ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を把握した上で、新たな需要開拓に繋がる効果的な事業計画策定が必要であるが、小規模事業者は日々の事業活動に追われていることが多いことから、成り行き経営となっているケースが多く、自ら事業計画を策定する事業者はほとんどいない状況である。

今後は、対話と傾聴を通じ、事業計画策定の必要性を理解してもらうことが重要である。また、ＤＸの進んでいない事業者には計画の中に取り組みを促していくことが必要である。

（２） 支援に対する考え方

・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、自社の強み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、経営者の内的動機付けを行う。

・事業計画策定支援の前段階において、小規模事業者の競争力の強化に向けて販路開拓や生産性向上を図るため、より効果的な事業計画策定ができるよう、ＤＸに向けたセミナーを行い経営改善への取組を支援する。

・また、本会が目標に掲げる創業者の育成と事業承継の促進による地域経済活性化のため、創業者及び、事業承継に取り組む者についても同様に事業計画策定支援を行う。

創業者育成支援については、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 6年度	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度
ＤＸ推進セミナー	－	1回	1回	1回	1回	1回
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）	24者	24者	24者	24者	24者	24者
創業塾	1回	1回	1回	1回	1回	1回
創業計画策定事業者数（※２）	6者	6者	6者	6者	6者	6者
事業承継計画策定事業者数（※３）	－	3者	3者	3者	3者	3者

※１ 事業計画策定事業者数：現行の策定数を踏まえ、指導員一人当たり８者×3人

※２ 創業計画策定事業者数：現行の策定数を踏まえ、指導員一人当たり２者×3人

※３ 事業承継計画策定事業者数：指導員一人当たり指導１者×3人

（４）事業内容

①「ＤＸ推進セミナー」の開催

セミナーを受講した事業所の中から取組意欲の高い事業者に対しては経営指導員等による相談対応を行い、必要に応じてＩＴ専門家等の派遣を実施する。

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ＨＰ、募集チラシ
講　　師	ＩＴに強い中小企業診断士、ＩＴ専門家
開催回数	年１回
参加者数	20 名
カリキュラム	➢　ＤＸ総論、ＤＸ関連技術や具体的な活用例 ➢　ＳＮＳを活用した販促・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」の開催

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ＨＰ、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	20 名
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
支援手法	➢　事業計画策定セミナー参加者に対しては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が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　「創業塾」の開催

糟屋郡の中部に位置する近隣の粕屋町、篠栗町、久山町、新宮町の４商工会、及び日本政策金融公庫などの関係機関と連携して、産業競争力強化法に基づく創業塾を開催する。創業予定者に対して経営の基礎知識や創業計画書策定などの内容について体系的に学べる講義を行う。

支援対象	創業予定者及び創業５年未満の小規模事業者
募集方法	商工会ＨＰ募集チラシ
講　　師	中小企業診断士　起業家
開催回数	年１回（2 コース）
参加者数	各コース 20 名
カリキュラム	『創業体験』『ビジネスモデルの検討』『マーケティングの基礎』『販路開拓』『資金調達・開業手続き』『ビジネスプランの作成』

④　事業承継計画の策定

事業承継支援については経営分析を行った小規模事業者等から事業承継が必要な事業者を掘り起こし、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	60 歳以上の経営者（法人・個人）事業承継予定の後継者
支援手法	上記の対象者に対し経営指導員若しくは専門家派遣を利用して、事業承継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】

これまで、事業計画を策定した小規模事業者に対して継続したフォローアップを随時実施しているものの、マンパワー不足やコロナ時の緊急対応施策の対応などが重なり、不定期なフォローとなっている状況である。

【課題】

小規模事業者は、日々の営業活動に追われることが多いため、事業計画策定後の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、計画どおりに実行できないことが多い。

また、商工会においても定期的なフォローを通じて事業計画の進捗状況を把握する中で、新たな課題や計画実行阻害要因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ことが経営指導員等に求められるため、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。

そのため、経営指導員だけではなく、経営支援員を含めた組織的支援体制を構築していく必要がある。

（３） 支援に対する考え方

巡回を中心としたフォローアップを定期的に実施する。

支援については、経営者自身に「気づき」を与えられるように、対話や傾聴を通じて経営者との話し合いや会話を通じてよく考えてもらい、当事者意識を持って取組むことなど、経営者へ内発的動機づけを行い、自走化を意識し、潜在力を引き上げるものとする。

また、フォローの際に明確になった課題に関しては優先順位を付けて課題解決にあたり、計画の進捗状況に差異が生じた場合には、必要に応じて専門家のアドバイスを交えながら支援を行っていく。

フォローアップ支援は、事業計画策定支援を行った全ての事業者が対象で、標準のフォローアップ回数を定めるものの、事業計画の進捗状況や支援の緊急性に応じて、訪問回数を増やし、集中的に支援すべき事業者と、ある程度順調と判断し、巡回数を減らしても差し支えない事業者を見極めた上で柔軟にフォローアップを行う。

なお、創業計画、事業承継計画策定支援を行った事業者に対しても同様の考え方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
事業計画フォローアップ事業者(※1)	24 者	24 者	24 者	24 者	24 者	24 者
事業計画フォローアップ（延回数）頻度	150 回	96 回 (24 者 ×4 回)	96 回 (24 者 ×4 回)	96 回 (24 者 ×4 回)	96 回 (24 者 ×4 回)	96 回 (24 者 ×4 回)
売上増加事業者数（※2）	－	3 者	3 者	3 者	3 者	3 者
利益率 3%以上増加の事業者（※1）	－	3 者	3 者	3 者	3 者	3 者
創業者フォローアップ事業者	7 者	6 者	6 者	6 者	6 者	6 者

創業者フォローアップ（延回数）頻度	63 回	36 回（6 者×6 回）	36 回（6 者×6 回）	36 回（6 者×6 回）	36 回（6 者×6 回）	36 回（6 者×6 回）
事業承継フォローアップ事業者	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	2 回	9 回（3 者×3 回）	9 回（3 者×3 回）	9 回（3 者×3 回）	9 回（3 者×3 回）	9 回（3 者×3 回）

※１　事業計画フォローアップ事業者は、事業計画策定事業者数と同数で設定
※２　売上増加事業者数はフォローアップ対象企業の約 10%で設定

（４）事業内容

①　事業計画策定事業者

【支援内容・手段】

事業計画策定事業者については事業計画策定後、巡回を中心としたフォローアップを経営指導員が年４回（四半期に１回）実施し、売上・利益等の事業計画の進捗把握を行う。

計画と進捗状況にズレが生じている場合にはフォローアップ頻度の見直しを行うとともに、中小企業診断士等の助言を受け、計画の修正の方向性に対して第三者の視点でチェックできる体制で実施する。

②　創業計画策定事業者

【支援内容・手段】

創業支援については、計画策定後、経営指導員が年６回（2 か月に１回）を目安に原則巡回訪問し、フォローアップを実施する。

計画と進捗状況にズレが生じている場合には巡回指導等フォローの頻度を上げることにより、資金不足等の危機的状況に至らないよう留意するとともに、必要に応じ中小企業診断士等の外部専門家と連携し販路開拓に関するアドバイス、資金繰り分析など創業者個々の目標に対して、修正改善を図り臨機応変に対応する。

③　事業承継計画策定事業者

【支援内容・手段】

事業承継計画策定事業者については、経営指導員が年３回（4 カ月に１回）を目安に巡回訪問によりフォローアップを実施し進捗を確認する。

計画と進捗状況にズレが生じている場合には福岡県事業承継支援ネットワークと連携して計画の見直しや助言を行うことで、当初計画とのズレや想定していなかった課題などに対応し、スムーズに進捗できるようフォローアップの頻度の変更を適宜行う。

８．新たな需要開拓に寄与する事業に関すること

（１）現状と課題

【現状】

これまでは、町内の大型店にて当会主催の催事『粕屋逸品フェア』を開催し、販路開拓支援を実施していたが、これまでの事業は一過性の効果しかなく、併せて粕屋町の特性に合ったものではなかった。

入れ替わりの多い粕屋町の消費者の購買行動については、ＡＩＳＡＳ（アイサス）の法則（※1）にみられるようにインター―ネットで検索することが多い。

さらに、顧客の商品等の購入行動後、「口コミ」が消費者間で共有され、更なる広告宣伝効果を発揮している状況である。

近年では社会生活の変化と共に、インターネットやスマホなどＩＴ技術を使った販路開拓が必要不可欠（※2）になっているが、粕屋町の小規模事業者の多くは、人材不足やＩＴリテラシーの低さによりＩＴを活用した販路開拓等のＤＸに向けた取り組みが進んでいない状況である。

※1 AISAS の法則とは、Attention（認知・注意）、Interest（興味・関心）、Search（検索）、Action（行動）、Share（共有）の５つの頭文字をとった消費者の購買行動モデルのこと。

※2　Google ビジネスプロフィールの Googlemap 運用調査 2020 によるとユーザー(消費者）の約 8 割は Googlemap の店舗情報を認知しており、マップ上にまず自店舗を表示させることが何より重要である。さらにマップとオーナー情報を紐づけする（Googlemap オーナー登録）ことにより、HP より簡便に小規模事業主みずから、自店舗情報を無料で簡単に発信できるようになる。
また、特に若い世代、女性は Instagram のハッシュタグ検索を行い飲食店、や商品を探す傾向が強い。

【課題】

粕屋町は人口の流動性が高く人の入れ替わりも早いことから、住民の転居等による顧客喪失のリスクやチャンスもあるため、常に販路開拓を行う必要性がある。

特に店舗探しでは、Googlemap を活用する方も多く、検索した段階で Googlemap に掲載されないとお店の存在が無いものとして扱われることも多い。

そのため、粕屋町の小規模事業者においては、ＩＴリテラシーの低さやＤＸによる販促効果の高さを理解されていないことが多いため、ＨＰやＳＮＳのツールを保持しない、もしくはその活用が十分でない場合が多く、顧客を逃している事が多い状況である。

今後はＤＸ推進の必要性について十分に理解、認識してもらい売上拡大に向けた取り組みを行う必要がある。

また一方で、単に特徴のない商品等をインターネット上に掲載している事業者もおり、消費者の関心を引くまでには至らずに、売上に結び付かないケースも散見される。このため、サービスの差別化や小規模事業者自体のブランド化を行うことも必要である。

（２）支援に対する考え方

消費者の購買行動の変化への対応にあわせた効果的な販路開拓支援を行うため、粕屋町の小規模事業者にとって効果的なＤＸ支援（ＩＴを活用した販促支援）を行う。

支援対象は、経営分析・事業計画策定支援を行った意欲ある事業者で、ＢtoＣを対象とした飲食業・生活関連サービス業を重点的に支援する。

支援については、Google ビジネスプロフィール（※）の Googlemap や Instagram などのＳＮＳやホームページを活用し、小規模事業者の商品やサービス、営業時間等の店舗情報の発信、顧客口コミなどへの返信できるよう販路開拓支援を行う。

また、導入及びフォローにあたっては、必要に応じて、商品やサービスを差別化（ブランド化）の支援を行い、専門家と連携するなど事業者の段階にあった支援を行う。

(※)Google ビジネスプロフィールとは、Google 検索もしくは Googlemap でユーザーが店舗検索をした際、自店舗の情報を表示・管理できる無料のサービスのこと。

（３） 目標

内容	現状	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
ＳＮＳ販促支援事業者（※1）	―	10 者	10 者	10 者	10 者	10 者
上記売上増加率/者（※２）	―	5 者	5 者	5 者	5 者	5 者
ＨＰ導入事業者	―	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者
上記売上増加率/者（※3）	―	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者

※1：ＳＮＳ販路支援事業者は、飲食業・生活関連サービス業 5 社ずつ
※2：上記売上増加率/者は、上記ＳＮＳ販路支援事業者の内 50%
※3：上記売上増加率/者はＨＰ導入事業者の内 100%

（４）事業内容

①ＳＮＳ口コミ等掲載による販路開拓支援

対象事業者	ＳＮＳ発信を行っていない、もしくは弱い小規模事業者
支援内容	主に Google ビジネスプロフィール（Googlemap）や Instagram を活用し販路開拓支援を行う。
手段手法	経営指導員等が支援対象事業者の商品（メニュー）、サービス、営業時間等の基本情報及び口コミ等を掲載できるよう伴走支援する。必要に応じて、専門家と連携し支援する。

② ＨＰ導入による情報発信の推進と販路開拓支援

対象事業者	ＨＰをもたない小規模事業者
支援内容	ＨＰ作成支援（Googlemap オーナー登録も活用）
手段手法	経営指導員等が支援対象事業者のＨＰ作成支援を行うとともに商品（メニュー）、サービス、営業時間等の基本情報及び口コミ等を掲載できるよう伴走支援する。必要に応じて、専門家と連携し支援する。

Ⅳ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・経営指導員会議を必要に応じて（ほぼ月に一度）開催し、各事業の実施内容や進捗について協議しているが、役員等に対する説明は不十分である。また、外部有識者で構成する粕屋町経営発達支援事業評価委員会を毎年 1 回行い、事業の評価、見直しその結果を当会ＨＰで公開しているが、定量評価に偏っているのが状況である。

【課題】

役員会等に対して経営発達支援計画の内容を理解して頂くための説明が行き届いていなかったため、理事会等で説明し本会の重点事業として理解いただくことが必要となる。また、事業の評価が定量的な評価に偏っているため、数値に現れない成果や問題点に関しても、事業評価委委員会に報告し、本事業の精度を高めていく。職員内でも『支援組織としての一体化』を図るため、本事業に対する理解を深め、意識と情報の共有に努めることが課題である。

（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

法定経営指導員にてアクションプランを作成し、事務局長と経営指導員による月 1 回の会議を行い進捗管理し、事業のＰＤＣＡを回す。

また、資質向上のための内部研修とは別に、経営支援員を含めた支援状況の共有会議を四半期に１回行う。

② 事業評価委員会の設置

中小企業診断士、粕屋町地域振興課、福岡県商工会連合会福岡広域連携拠点、日本政策金融公庫福岡支店を外部有識者委員、事務局長、法定経営指導員、経営指導員で構成する粕屋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 評価結果の報告及び情報公開

事業の成果・評価見直しの結果については理事会に報告し、次年度の事業実施方針等に反映させる。また、報告後速やかに評価結果を当会ＨＰ上で公開し、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する経営支援手法等の研修会へ受講していることに加え、毎年1～2回開催している職員組織内部の研修会及び税務署や関係支援機関の研修会を積極的に受講して経営支援能力の向上に各自取り組んでいる。

さらに、これまでは当会職員間において勉強会を開催してきたが、法定経営指導員や会員士業によるＯｆｆ―Ｊ Ｔ中心の研修となっている。職員間のＯＪＴも行ってはいるが十分とは言えない。

【課題】

各職員が受講する研修については事業者支援にとって、タイムリーで有益な情報が豊富ではあるが、日常業務を優先するあまり、速やかな情報共有ができていない。

また、経営指導員が接する情報や事業者との接点と経営支援員（記帳指導員含む全職員）

が接する事業者情報等については異なる職域のため、個々の支援で完結している。これは一見効率的に見えるが、対処療法的支援の域を出ていない。

このことからも経営指導員・経営支援員間（記帳指導職員含む全職員）の情報や支援スキルの共有については十分とは言えず、チームとしての支援体制構築に向けた改善の必要がある。ＯＪＴや具体的支援事例の共有が足りていないことがネックとなっている。商工会の組織力を最大限に発揮するためには無駄のない情報と意識の共有が必要であり、そのような機会を創出していくことが課題である。

（２）事業内容

①　外部講師の積極的活用

・　経営指導員及び経営支援員の支援の一層の向上のため、福岡県商工会連合会主催の経営支援能力向上等セミナーである「職種別研修」及び「階層別研修」を受講する。

・　ＤＸ支援能力向上のため福岡県よろず支援拠点と連携し、広告・販売促進のデジタル化、ＷＥＢ広告・ＳＮＳ広告、Google ビジネスプロフィール、バズマーケマーケティング等の事業者支援手法について年２回ほど職員向けのセミナーを開催する。

・　支援時に必要となる対話と傾聴力を高めるため、コミュニケーション能力向上研修も年１回開催する。

②　商工会内ＯＪＴの継続実施

・　マンパワー不足や職員間による支援能力の格差をなくすため、経営支援経験の豊富な経営指導員もしくはベテラン職員と若手（経験値の低い）職員で適宜ペアを組み、小規模事業者に対する相談時にＯＪＴを実施、商工会全体として支援能力の底上げをする。

・　経営指導員・経営支援員（記帳指導職員含む）のペア巡回を適宜行い事業者との接点の幅を広げることで小規模事業者との密な情報交換が可能となり、課題の顕在化に繋がる。（※１）

③　職員間による定期ミーティングの開催（情報共有の促進）

・　事務局長と経営指導員による毎月の会議による支援状況等の情報共有を行い、経営支援員間（記帳指導職員含む全職員）については、四半期に一度の職職員会議により計画全体の進捗や支援リストを作成し、支援情報の共有を図り、職員の支援能力の向上を図る。

④　データベース化（商工イントラの活用）（※２）

担当経営指導員等が支援情報について、商工イントラに入力を行い、担当外の職員との情報共有が可能となり、支援ノウハウの共有を図り支援能力の向上を図る。

また、各職員が得た情報を棚卸し、支援方針の改善やアイデア、具体策などを検討することも可能となる。

職種	収集する主な情報	情報共有の手段
経営指導員	事業計画全般に係る情報（経営の状況、強み、取扱商品、サービス、事業方針等）、経営革新	・ペア巡回（※１） ・商工イントラの活用（データベース化）と職員定期ミーティング（※２）
経営支援員（記帳指導職員含む全職員）	確定申告における年次業績の変化、各経費の割合の変化、労働保険事務による雇用の拡大または縮小、各種保険、共催加入等の状況（資産の状況、リスク管理面等）	

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、下記支援機関と連携して内部研修（資質向上）とし事業者支援を連携して行って来た。

連携支援先＼項目	職員研修	セミナー	資金繰り融資	創業	事業承継
福岡県商工会連合会	○				
福岡地区 18 商工会（※１）		○		○	
福岡地域中小企業支援協議会（※2）	○				
福岡よろず支援拠点	○		○	○	
福岡県事業引継ぎセンター					○
町内連携５金融機関（※3）		○	○	○	
福岡県信用保証協会	○		○	○	
日本政策金融公庫福岡支店	○		○	○	○

※1　福岡地区 18 商工会

志賀、古賀市、宇美町、篠栗町、須恵町、新宮町、久山町、志摩町、粕屋町、糸島市、早良、宗像市、福津市、春日市、大野城市、太宰府市、筑紫野市、那珂川市の 18 商工会。

※２　福岡地域中小企業支援協議会

福岡県中小企業振興条例に基づき平成27年４月に県内４地域に設立した地域中小企業支援協議会の一つ。地区の中小企業支団体、金融機関、市町村、その他の関係団体で構成され、地域における支援体制のプラットフォームとして位置付けられ、県の中小企業振興事務所を核に関係機関が連携・協力し、中小企業支援に取り組んでいる。毎月の幹事会、年一回の総会が開かれ、構成機関の取組事例、情報交換会の開催、創業・経営革新指導に係る中小企業支援機関職員向け研修の開催、経営基盤の強化に資する事業を行なっている。

※3　町内連携５金融機関（以下、連携金融機関）

福岡銀行粕屋支店、西日本シティ銀行粕屋支店、福岡県信用組合粕屋支店、飯塚信用金庫粕屋支店、遠賀信用金庫空港東店

【課題】

昨今、少子高齢化やコロナ禍による生活様式の変化、ロシアのウクライナ侵攻による燃料・原材料の高騰等、社会構造や経営環境は激変してきている。このような中、好業績の事業者と苦境に陥っている事業者の経営状況を研究し、小規模事業者の状況に応じた支援策を導き出すことが喫緊の課題である。

この課題解決のためにこれまで以上に他の支援機関と密に、かつ有機的に連携しながら、具体的効果に直結する支援手法などを共有していくことが必要不可欠である。

（２）事業内容

① 連携金融機関や福岡県信用保証協会、日本政策金融公庫との連携

連携先等	目的・内容・効果	頻度
連携金融機関、福岡県信用保証協会、日本政策金融公庫との全体的な会議	➢ 経営発達支援事業に必要な支援ノウハウ、支援の現状等について情報交換 ➢ 支援者に必要な情報の共有 ➢ 全体的な支援ノウハウの共有	年２回
連携金融機関、福岡県信用保証協会、日本政策金融公庫との案件別個別会議	➢ 具体的・個別的な支援ノウハウの共有及び知見の蓄積 ➢ 金融機関の本業支援ができていない事業者に対し商工会による支援を実施することにより、個社の発展と地域振興に寄与	必要に応じて随時
福岡地区「マル経融資推薦団体連絡協議会」	➢ 国の政策動向や金利情勢、それぞれの地域の支援状況等について情報交換 ➢ 支援状況の共有	年１回

② 福岡地域中小企業支援協議会、福岡よろず支援拠点、福岡県事業引継ぎセンターとの連携

連携先等	目的・内容・効果	頻度
福岡地域中小企業支援協議会	➢ 創業の促進、経営基盤の強化の促進、新たな事業展開の促進等についての支援手法に係る情報交換と情報の共有 ➢ 地域に根差した企業支援のための情報収集	年１回
福岡県よろず支援拠点	➢ 経営発達支援事業に不可欠な職員に対するIT・SNS等を使った販促等の支援手法に係る研修の実施 ➢ 経営発達支援事業に不可欠な IT・SNS等を使った支援手法・ノウハウの習得・共有 ➢ 職員のIT・SNS等を使った販促支援能力向上	年２回
福岡県事業引継ぎセンター	➢ 事業者の新陳代謝を促進し、粕屋町の振興に寄与するため、事業承継のそれぞれの手法について具体的事例を基に支援ノウハウの共有と知見の蓄積を図る。	随時

③ 福岡県商工会連合会や福岡地区 18 商工会等との連携

連携先等	目的・内容・効果	頻度
福岡県商工会連合会が開催する「経営指導員研修」や「経営支援員研修」	➢ 職員の支援能力向上	年２回
福岡県商工会連合会が開催する福岡管内経営指導員会議（福岡地区 18 商工会等との連携）	➢ 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・需要動向等に関しての情報交換 ➢ 福岡地区経営指導員の支援情報の共有 ➢ 福岡地区経営指導員の支援手法・ノウハウの習得・共有 ➢ 経営指導員の支援能力向上	年２回

Ｖ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こと

（１）現状と課題

【現状】

① これまでは粕屋町役場地域振興課との打ち合わせを事業・担当者ごとに随時開催しているが、総合的かつ組織だった連絡会議は行えていない。

② 町内の連携金融機関と連携協定を結んでいるが、金融機関ごとに連携の濃淡がある。

③ 粕屋町には約 120 件の飲食店があるが、その内、粕屋町料飲店組合に加盟している事業者は 37 件に留まっている。粕屋町料飲店組合には一定額の助成金を毎年支給しているが、具体的な連携した取り組みは行っていない。

【課題】

① 町の総合振興について粕屋町と連携を強化して、組織的で実効性の高い商工業施策の立案と実行が一元的にできる必要がある。

② 町内金融機関との連携については、町内小規模事業者（創業者含む）の成長に向けた支援をより強固に行う必要がある。

③ 他地域からの吸引力はやはり「美味しいものがあるか」また、それをどのように周知させるかが課題である。粕屋町は、地理的条件・社会的条件・ＪＲ２線があるなど交通利便性が良い町で人口も増加している状況にあり、今後は、さらに食を通じた交流人口の拡大を図ることで地域活性化を図る必要がある。

（２）事業内容

① 粕屋町との協議による地域活性化への取組

今後は、商工業振興を担当している粕屋町役場地域振興課と更に連携し、密に情報共有を図り、新たな人口の流入への取組や、地域資源等の活用、雇用維持など小規模事業者が持続的に発展できるような商工業振興支援策などについて具体的に協議する。また、年 1 回程度、粕屋町議会へ商工会事業報告や建議の場として、意見交換の会議の開催を予定する。

② 町内連携５金融機関(※)による地域活性化への取組

連携金融機関と年 2 回程度の勉強会及び情報交換会を開催し、地域経済活性化に向けた協議を行う。また、商工祭りなど地域振興に係る事業にも参画を要請し、小規模事業者等と接する機会を設け、一層の地域活性化を図る。

※福岡銀行粕屋支店、西日本シティ銀行粕屋支店、福岡県信用組合粕屋支店、飯塚信用金庫粕屋支店、遠賀信用金庫空港東店

③ 粕屋町料飲店組合との連携による地域活性化への取組

地元飲食店の認知度向上が、個社の売上増加に繋がり、さらには粕屋町全体の活性化に繋がるため、粕屋町料飲店組合と年 2 回程度の情報交換、及び町内飲食店の活性化に係る具体策について協議を行う。また、協議の場で出た具体策については実現可能か検証の上、共同で実行する。

（別表２）

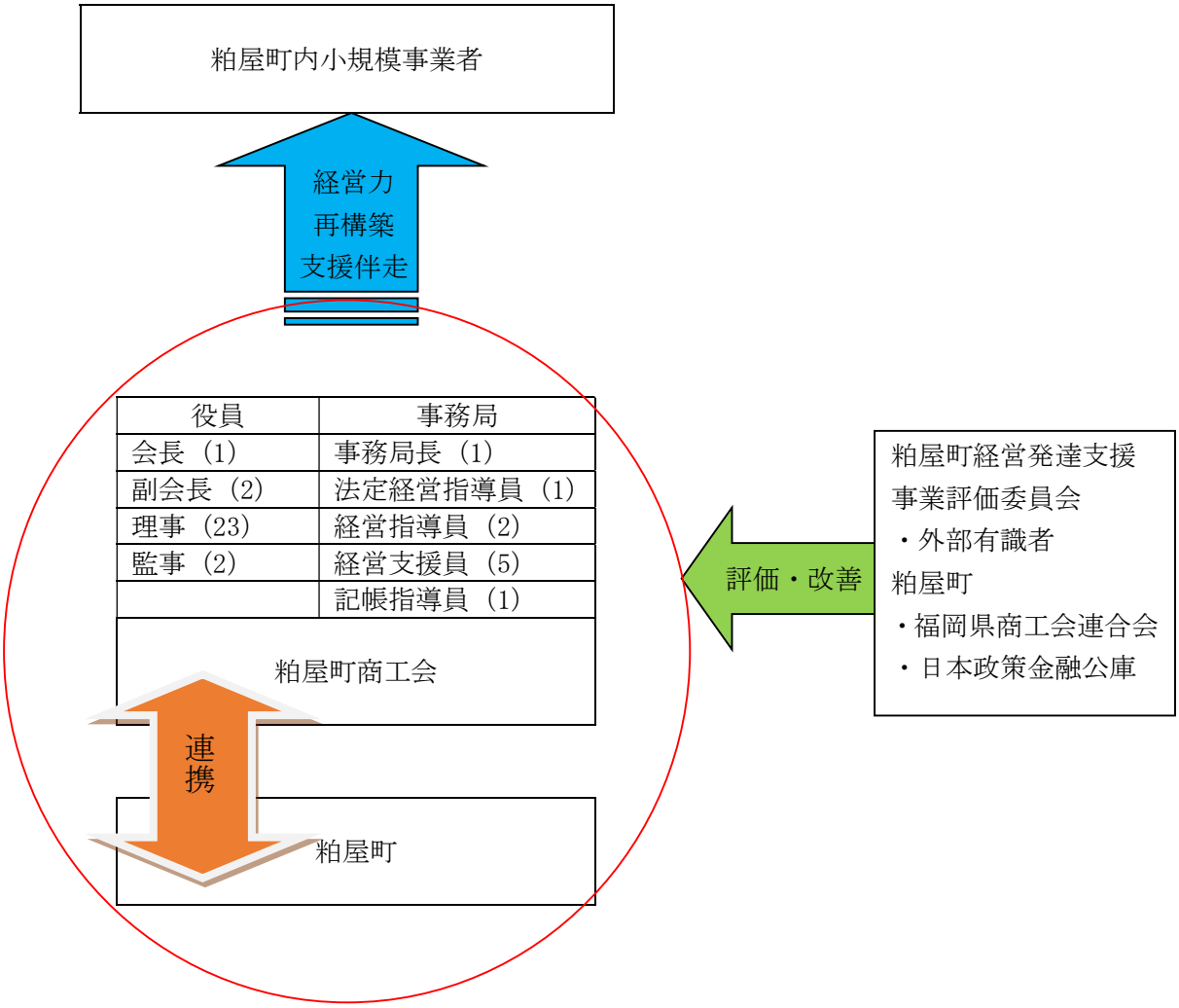
経営発達支援事業の実施体制

経営発達支援事業の実施体制

（令和６年７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）

下記の組織体制より全職員で経営発達支援事業を推進する。



（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当該経営指導員の氏名、連絡先

氏　名　平川　豊延

連絡先　粕屋町商工会　TEL：092（938）2456

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・見直しをする際の必要な情報の提供を行う。

（３）商工会／商工会議所、関係市町村連絡先
①商工会／商工会議所
〒811-2314　福岡県糟屋郡粕屋町若宮 2-3-1
粕屋町商工会
TEL：092（938）2456　FAX：092（938）2500
e-mail：kasuya@shokoukai.ne.jp
②関係市町村
〒811-2392　福岡県糟屋郡粕屋町駕与丁 1-1-1
粕屋町　地域振興課
TEL：092（938）2311　FAX：092（938）3150
e-mail：chiiki@town.kasuya.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	605	605	605	605	605
3.　地域経済動向調査	0	0	0	0	0
4.　需要動向調査	0	0	0	0	0
5.　経営状況の分析	0	0	0	0	0
6.　事業計画策定支援	487	487	487	487	487
（セミナー）	(22)	(22)	(22)	(22)	(22
（専門家派遣）	(440)	(440)	(440)	(440)	(440)
（旅費）	(25)	(25)	(25)	(25)	(25)
7.　事業計画策定後の実施支援	64	64	64	64	64
（専門家派遣）	(44)	(44)	(44)	(44)	(44)
（旅費）	(20)	(22)	(22)	(22)	(22)
8.　新たな需要開拓に寄与する事業	0	0	0	0	0
9.　経営指導員等の資質向上等	54	54	54	54	54
（専門家派遣）	(44)	(44)	(44)	(44)	(44)
（旅費）	(10)	(10)	(10)	(10)	(10)
10.　他の金融機関との連携を通じた支援ノウハウ等の情報交換	0	0	0	0	0

（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・福岡県・粕屋町の補助金の他、会費などの自己財源

（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