

## 経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	水巻町商工会 (法人番号 9290805004836) 水巻町 (地方公共団体コード 403822)
実施期間	令和4年4月1日～令和9年3月31日
目標	<p><b>経営発達支援事業の目標</b></p> <p>(1)広域のマーケットにおいても競争力のある小規模事業者を育成するため、マーケットイン視点の事業コンセプトを踏まえた計画・目標・課題解決・具体策の展開支援を行い円滑な事業継続及び小規模事業者の儲ける力を育む。</p> <p>(2) DX 推進支援を行い小規模事業者の販路開拓促進と業務効率化を推進し売上・利益につなげる。DX 推進により小規模事業者の売上・利益だけでなく消費者の購買・リピート購買という形で消費者の満足度向上も図る。</p> <p>(3)水巻町が進める商業集積の各拠点を中心に、経営者の高齢化が進む小規模事業者の事業承継の円滑化支援と創業の促進により地域小規模事業者の減少を抑える。</p>
事業内容	<p><b>経営発達支援事業の内容</b></p> <p>3. 地域の経済動向調査に関すること 国が提供するビックデータの活用と公表、町内小規模事業者の景況調査の調査分析を公表し、事業計画策定に活用する。</p> <p>4. 需要動向調査に関すること アンテナショップでの需要動向調査、クラウドファンディング等でのテストマーケティングを活用しマーケットインの商品開発・改良に繋がる支援を行う。</p> <p>5. 経営状況の分析に関すること 経営分析セミナー、経営分析個別相談会を開催し、財務分析やSWOT分析等により自社の課題を明確にし、事業計画策定の基礎資料とする。</p> <p>6. 事業計画策定支援に関すること 「DX 推進セミナー」「事業計画策定セミナー」開催し、DX 活用について知識・実務を学び、各種調査、経営分析を反映させた事業計画策定支援を実施する。</p> <p>7. 事業計画策定後の実施支援に関すること 事業計画を策定した事業者の計画難易度、実行レベルなどを勘案しフォローアップの頻度を臨機応変に設定することで目標達成に向けて着実な遂行を支援する。</p> <p>8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること EC サイト・ネットショップやDX 技術を活用した BtoC・BtoB 支援やアンテナショップ等への出店支援を実施することで、新たな販路の開拓に繋げる。</p>
連絡先	<p>水巻町商工会 〒807-0022 福岡県遠賀郡水巻町頃末北 1-9-7 TEL:093-201-7551/FAX:093-202-9699/E-mail:mizumaki@shokokai.ne.jp</p> <p>水巻町 産業環境課 〒807-8501 福岡県遠賀郡水巻町頃末北 1-1-1 TEL:093-201-4321/ FAX:093-201-4423 /E-mail:syoukou@town.mizumaki.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

ア) 立地

水巻町は、福岡県の北部に位置し、東には福岡県を代表する2大都市の北九州市がある。水巻町は、北九州市に隣接することから、北九州都市圏のベッドタウンとして発展してきた。北九州市のほか、中間市、芦屋町、遠賀町と隣接し、総面積は11.01k㎡で、県内では4番目に小さく、遠賀川東岸の南北に細長い町域を形成している。

交通においては利便性が良く、福岡市と北九州市とを結ぶ主要幹線である国道3号線が東西に走り、鉄道ではJR鹿児島本線「水巻駅」とJR福北ゆたか線「東水巻駅」を抱える。北九州都市圏、福岡都市圏への交通アクセスに優れるとともに、様々な都市機能がコンパクトにまとまって生活しやすい環境が整っている。

北九州市・中間市とは石炭産業が盛んであった時代から深い交流関係を持ち、北九州市を中心とした北九州都市圏に属し、同市の中でも、かつて同じ遠賀郡に属していた八幡西区（折尾・黒崎地区）との関係は特に親密である。

【水巻町の位置】



【水巻町の交通現況】



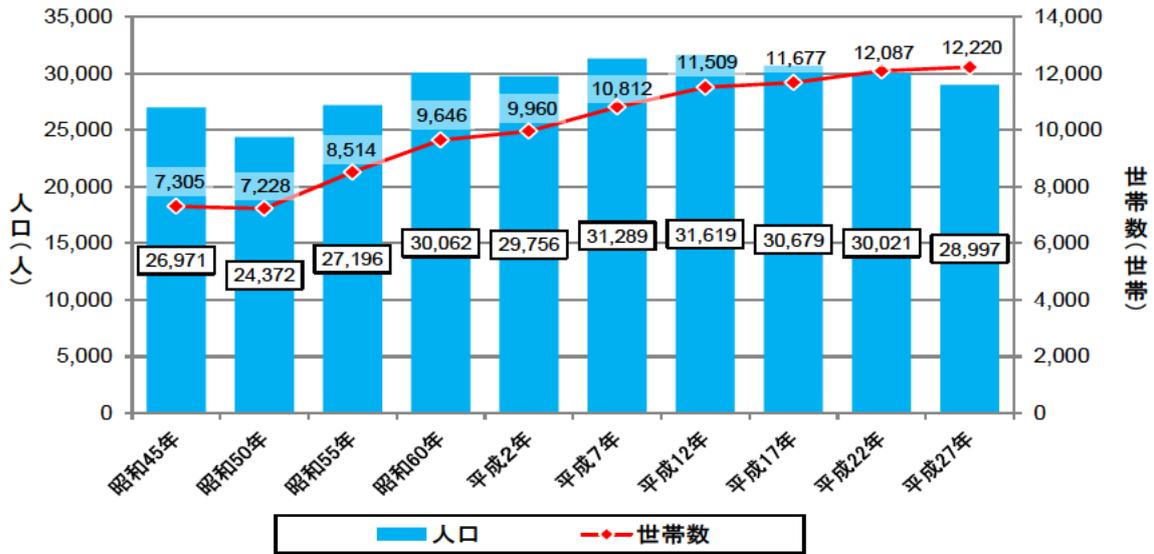
イ) 人口

水巻町の人口は、平成27年現在28,997人、世帯数は12,220世帯である。昭和50年以降人口

は増加していたが、平成 12 年の 31,619 人をピークに減少傾向に転じている。年齢層別では生産年齢人口が減少し老年人口が増加、特に高齢化率（65 歳人口割合）は平成 7 年で 15.2%だったが、平成 27 年は 30.2%まで増加している。

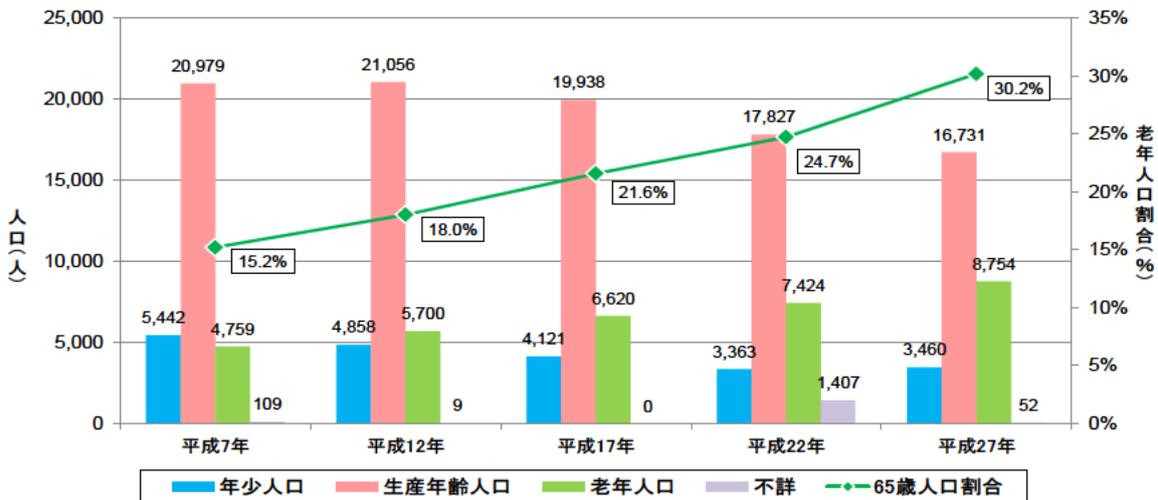
町域内を通る国道 3 号線や鹿児島本線などの沿線では住宅団地やマンションが多数建設されており、北九州市のベッドタウンとしての役割をもっている。町域の大半が市街化されており人口密度は 2,500 人を超え、隣接する北九州市より高く、北九州市最大の人口の八幡西区とほぼ同水準である。

【人口・世帯数の推移】



【出典：平成 27 年国勢調査】

【年齢層別人口推移】



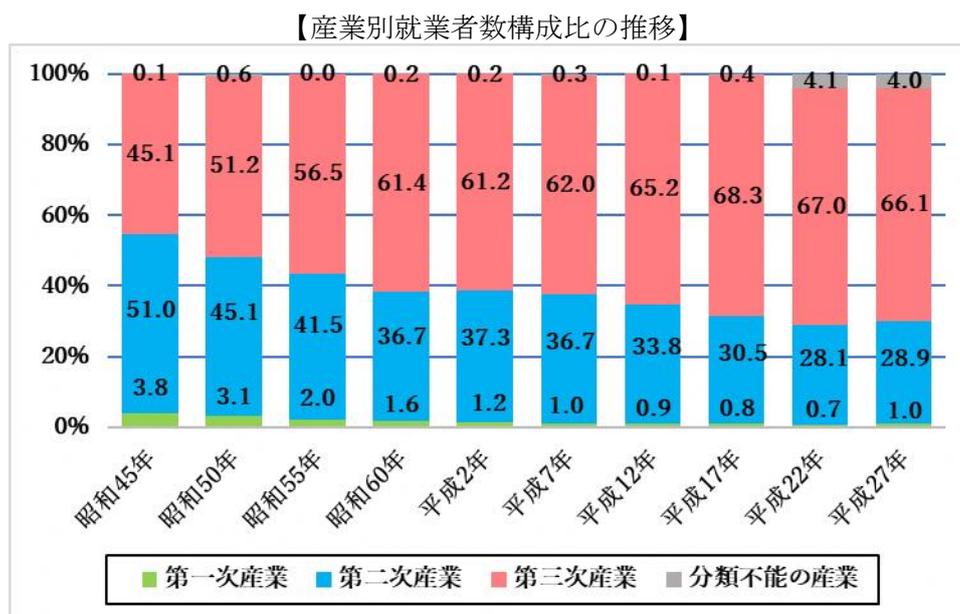
【出典：平成 27 年国勢調査】

ウ) 産業

明治維新以後、石炭鉱脈の発掘によって、炭鉱の町として一時的に隆盛を極めたが、昭和 46 年の炭鉱閉山後、人口減少等により急速に衰退した。当時大小 8 か所あった商店街も衰退し今は商店街といえるものは存在しない。工業・建設業も炭鉱閉山後の鉱害復旧工事の終焉とともに公共

工事が減少し優良企業が町外に転出した。現在も土地が狭く人口が密集・市街化していることから、企業の成長とともに町外に転出する傾向にある。

平成 27 年の産業別就業者数は 12,026 人で、このうち第 3 次産業が 7,948 人（66.1%）と最も多い。産業別就業者数構成比の推移をみると、第 1 次産業と第 2 次産業就業者の割合が減少し、第 3 次産業就業者の割合が増加している。



【出典：平成 27 年国勢調査】

水巻町の小規模事業者数は年々減少しており、令和 2 年度は 564 事業者となっている。



【出典：商工会実態調査】

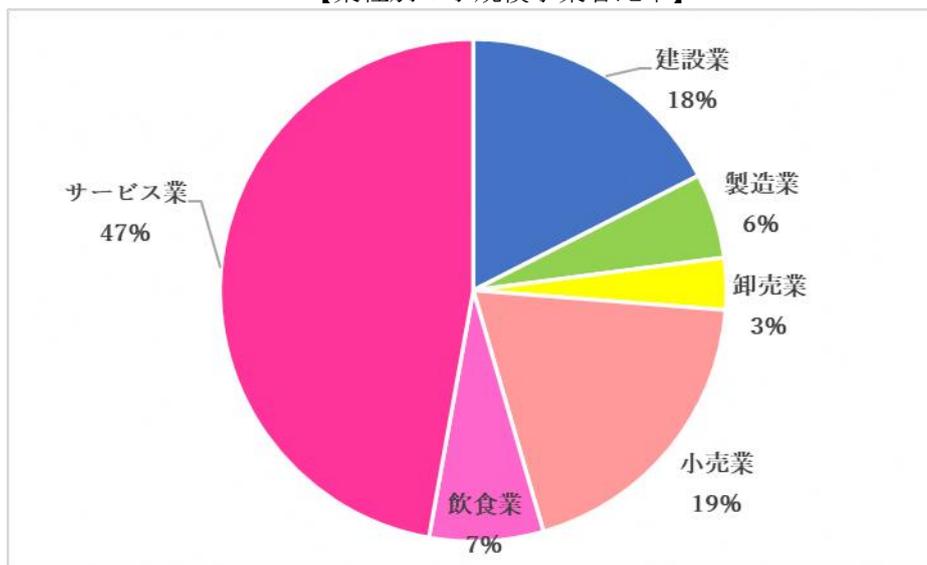
経済センサスによる小規模事業者の業種別の実態では、平成 28 年度の小規模事業者数は 659 事業者であり、このうち第 3 次産業が 508 事業者（サービス 311、飲食 48、小売 127、卸 22）となっており 77.1%を占めている。当町の経済・雇用両面において第 3 次産業である商業・サービス業が重要な役割を担っている。

【業種別小規模事業者数の推移】

年度	建設業	製造業	卸売業	小売業	飲食業	サービス業	小規模事業者数
平成 24 年	132	42	60	143	57	349	783
平成 28 年	115	36	22	127	48	311	659

【出典：平成 28 年経済センサス】

【業種別の小規模事業者比率】



【出典：平成 28 年経済センサス】

## ②課題

水巻町の小規模事業者の半数は 60 歳以上であり高齢化してきている。また、土地が狭く人口が密集しているところが多いため、必要な土地の広さを確保できない場合、町外転出することもある。

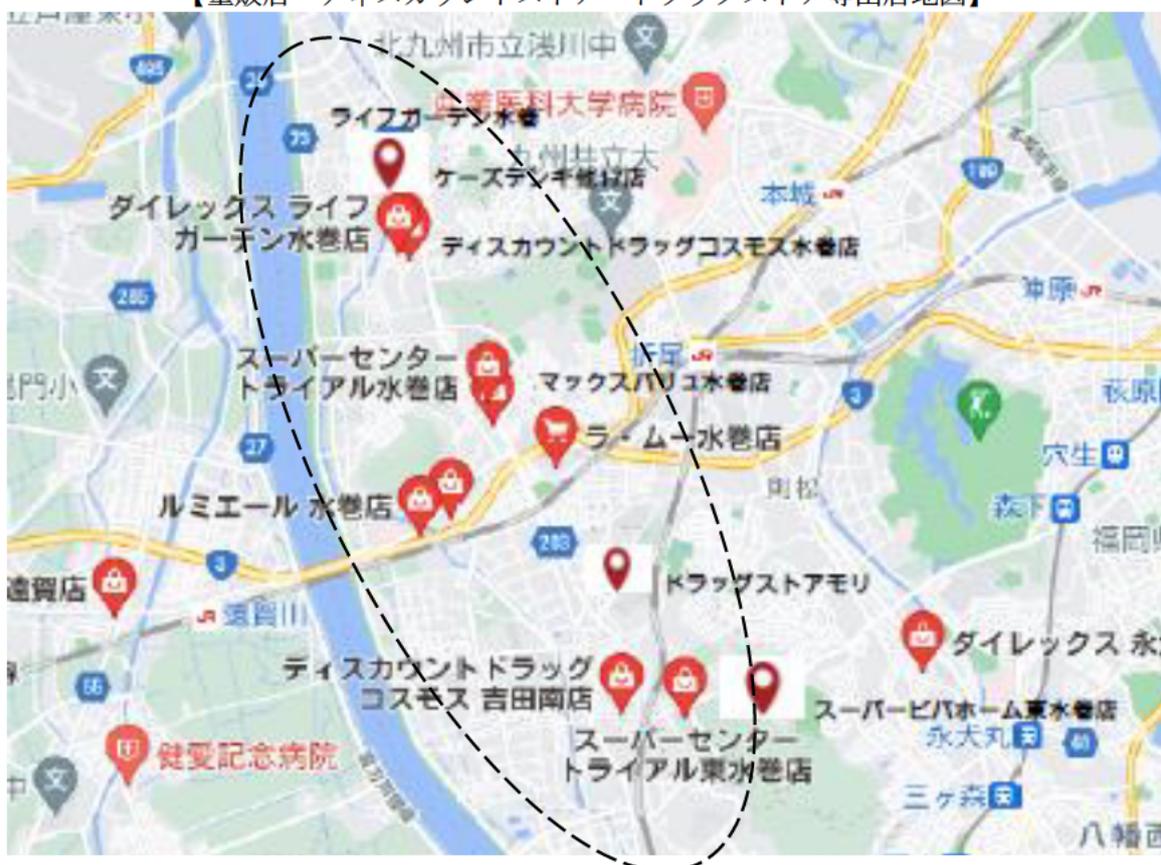
水巻町の町内人口は減少傾向にあり、下図のとおり消費購買力も比較的低い地域である。また、これまでは商業集積もなく消費が町外に流出していたが、近年、北九州市に隣接し交通の利便性が高いことからディスカウントストアの進出が相次ぎ、特に生活必需品を取り扱う小売業は町内の購買客を奪われたが、一方で量販店やディスカウントストア目当ての町外からの購買客流入が増加した。

加えて、水巻町の誘致により令和元年秋に町北部にディスカウントストア・家電量販店を核とする 18 の商業集積施設（ライフガーデン水巻）がオープンし、同じく町南部の再開発に伴い誘致したディスカウントストア・ホームセンターが令和 2 年春にオープンした。現在、町の面積がわずか 11 km<sup>2</sup>ながら、ディスカウントストア 5 店舗（ルミエール・ダイレックス・ラムー・トライアル 2 店舗）、ドラッグストア 3 店舗（コスモス 2 店舗・ドラッグモリ）、ホームセンター 1 店舗（ビバホーム）、スーパー 1 店舗（マックスバリュ）、家電量販店 1 店舗（ケーズデンキ）の 11 の量販店・ドラッグストア等が出店している。

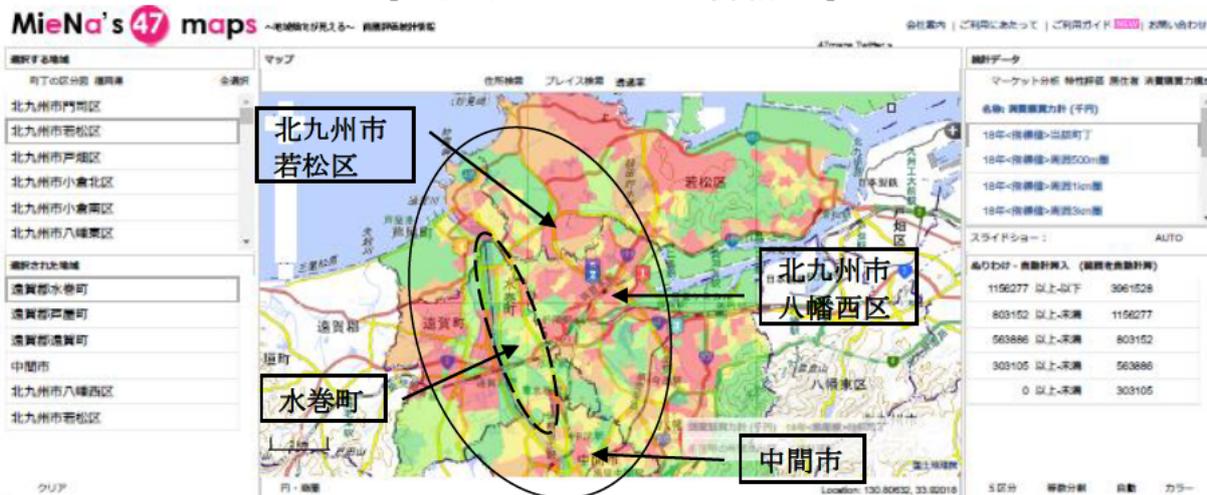
小規模事業者にとって大型量販店・ディスカウントストア出店は逆境と考えられてきたが、都市間競争が進む中、水巻町を取り巻く近年の町外消費者の購買行動の変化は、特に町内の 77.1% を占める商業・サービス業にとっては大きなビジネスチャンスとして捉えられる。しかしなが

ら、現状では北九州市との近接性や近隣市町との交通の利便性等の好立地条件を活かしきれておらず、新たなターゲットとなる水巻町外の消費力のある購買層に対しても必要な情報発信等ができていないため、自店舗・事業所に呼び込めてないことが課題である。また、情報発信等には IT 化が必要不可欠であり、DX（デジタルトランスフォーメーション）に関する技術の活用が有益であることに気付いていない小規模事業者が多いことも課題である。

【量販店・ディスカウントストア・ドラッグストア等出店地図】



【水巻町及び周辺市町の消費購買力】



(※市場情報ナビ MieNa「2018年消費購買力データ」より)

平成 30 年マーケット分析 特性評価 居住者消費購買力構成 年間世帯消費支出額（推計）

・赤色 11,562～3,961 千円、橙色 3,961～803 千円、黄色 803～563 千円、  
薄緑 563～303 千円、緑色 303～0 千円

※赤色の地域の消費購買力が高く、緑色になるにつれ消費購買力が低い。

※「市場情報評価ナビ MieNa」：株式会社日本統計センターが提供する商圈分析レポート。人口・世帯データや消費支出・購買力データ、富裕層データ等のあらゆるデータを駆使し、指定した地域の評価を行う。分析・評価したい地域の中心点(町丁名)を指定することで各種データベースを駆使した分析レポートが利用できる。

## (2) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

①水巻町の現状と課題を踏まえ、水巻町商工会として、これから 10 年間の小規模事業者の振興のあり方を以下のとおりとする。

ア) 小規模事業者が大企業との差別化を図り、マーケットインの視点による計画と目標をもった経営を行うことで、広域なマーケットにおいても競争力のある小規模事業者の育成を図ること。

イ) 小規模事業者の情報発信等に有益な DX 推進により、販促力・集客力・ブランド力の強化を支援するとともに、DX に関する技術を活用した生産性の高い経営への移行支援を行うこと。

ウ) 小規模事業者の高齢化、成長企業の町外移転に備え、事業承継の円滑化・創業支援による地域小規模事業者の新陳代謝を活性化させること。

②第 5 次水巻町総合計画（計画期間：平成 30 年度から令和 9 年度）及び

水巻町都市計画マスタープラン（計画期間：平成 30 年度から令和 9 年度）との連動性・整合性（※上位計画である第 4 次水巻町総合計画に即し、水巻町における商業振興地域及び商業振興計画を規定する水巻町都市計画マスタープランを町の総合計画の代替として取り扱う。）

### 第 5 次水巻町総合計画における商業振興方針

「商工会との連携による町の事業所の事業継続に向けた取り組み支援」

「(広域的な) 創業支援や事業の掘り起こしと町内事業所サポート」

### 水巻町都市計画マスタープランにおける商業振興方針

面積 11.01k m<sup>2</sup>の比較的小さな町土を生かし、幹線道路ネットワークの充実を図ることによって、町内各地域が相互に連携したコンパクトで利便性の高い都市構造を形成し、北九州市など都市間交流を視野に入れつつ商業・業務機能を強化し、工場団地や未利用地への企業誘致等を進め、魅力と活力のある都市空間を形成することを目指している。

### 水巻町の商業振興計画

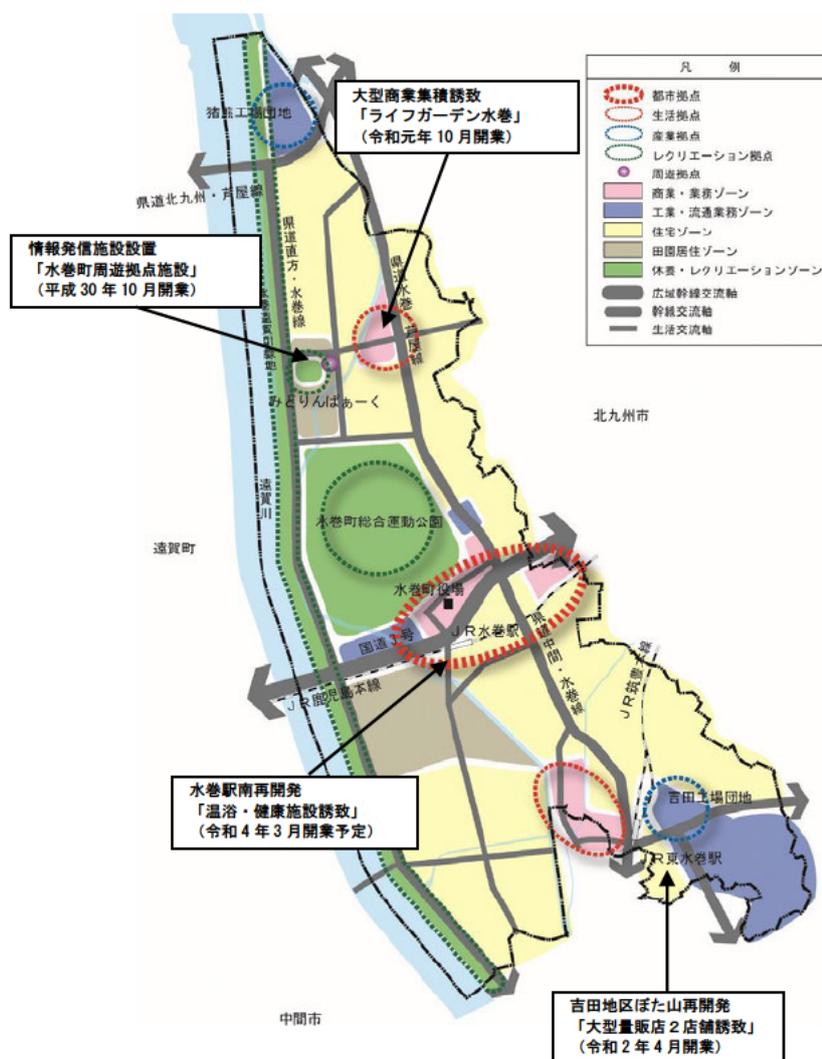
ア) JR 水巻駅周辺や JR 東水巻駅周辺を商業業務地として位置付け、既存商業の活性化を図る。

イ) JR 水巻駅周辺及び国道 3 号沿道の地区は、行政施設・商業・業務施設の都市機能の集積を図り、都市拠点にふさわしい中心商業地の形成を図る。

ウ) 県道水巻芦屋線、県道中間水巻線沿道の店舗集中地区は近隣商業地として、地域住民のための店舗、事務所等の集積を図る。

エ) 大人から子どもまで楽しめる町民の憩いの公園「みどりんぱーく」に隣接した拠点に賑わいを創出し、情報発信を行う施設の整備を図り、周辺エリアの活性化を目指す。

水巻町は上記の商業振興計画において、商業業務地における商業・業務施設の再構築を推進しており、これまでに水巻町北部・南部の商業集積や周遊拠点づくりが実施された。現在は、水巻駅南側の再開発が行われており、駅南口が整備されるほか、温浴施設・健康施設を誘致し、令和3年度末に開業予定となっている。



### ③水巻町商工会の役割

水巻町商工会は小規模事業者の伴走支援のプラットフォームとして、水巻町と連携し町が計画した商業拠点を中心に、次の支援を行うことで真に儲かる小規模事業者の育成・創出を実現する。

#### ア) 小規模事業者の事業に即した事業計画の策定支援

経営資源が不足する小規模事業者が、顧客の視点を事業コンセプトに取り込み、自己の分析・目標設定・計画策定等を行う環境を商工会が提供し、広域なマーケットでも競争力のある小規模事業者の創出のため専門家を交えた支援や実行支援を併せて行うこと。

#### イ) 小規模事業者のDX推進支援

IT に精通する小規模事業者は多くなく、活用できる IT ツールに対する情報・知識や使い方

について、商工会が必要な情報・専門家による支援やその後のフォローアップ支援を行うこと。また、町内小規模事業者と町内外消費者・取引先を繋ぐ出会いの場を IT によるプラットフォームを活用し提供することで、マッチングの仕組みづくりを行うこと。

ウ) 事業承継・創業支援

地域経済の担い手である小規模事業者の経営発達のため、既存の高齢事業者等の事業引継ぎの掘り起こし及び担い手への承継支援、創業の掘り起こし及び創業支援を行うこと。

(3) 経営発達支援事業の目標

北九州市に隣接し、近隣都市との交通アクセスに利便性がある立地特性と、大型店等の町内出店集中による消費者の行動変化を踏まえ、5 年間の中期計画の目標として、水巻町商工会は、経営資源が乏しい小規模事業者の事業の持続的発展のため、次のとおり目標を定める。

- ①小規模事業者の強みを活かし、大企業との差別化を図り、広域のマーケットにおいても競争力のある魅力ある小規模事業者を育成強化するため、マーケットインの視点による事業コンセプトを踏まえた計画と目標を持ち、課題を解決するための具体策の展開を支援することで、円滑な事業継続及び小規模事業者の儲ける力を育む。
- ②小規模事業者が必要とする DX 推進支援を行い、販路開拓の促進と業務の効率化を推進し売上・利益につなげる。DX 推進により小規模事業者の利益と消費者が求める価値がマッチし、お互いが win-win の関係となるよう支援を行い、小規模事業者の売上・利益だけでなく消費者の購買・リピート購買促進という形で消費者の満足度向上も図る。
- ③水巻町が進める商業集積の各拠点を中心に、経営者の高齢化が進む小規模事業者の事業承継を円滑に行うとともに、創業を促進することで地域小規模事業者の減少を抑える。

## 経営発達支援事業の内容及び実施期間

### 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4年4月1日～令和9年3月31日）

(2) 目標の達成に向けた方針

#### ①事業計画の策定及び実施後のフォローアップ支援

##### ・定期的な巡回訪問とフォローアップ

定期的な巡回訪問により事業者の現状把握に努め、地域経済動向や需要動向のほか、施策情報、支援事例の提供及び経営発達に向けた提案を行う。また、支援が必要な小規模事業者を発掘し、経営分析を行い事業規模や経営資源の状況を確認し、事業計画策定、事業計画策定後の計画的なフォローアップまで一貫した経営支援を行い、小規模事業者の課題に対し随時必要な情報提供や専門支援を行いながら、小規模事業者の持続的発展と儲ける力の育成を図る。

##### ・マーケットインの販促支援

小規模事業者が自身の強みを整理しそれぞれの特性を活かし、市場動向や需要動向データをもとにしたマーケットインの商品開発やサービスを促進できるように支援する。また、大型店と共存共栄できる付加価値の高い新サービス、新商品の提供による販路拡大、広域のマーケットにおいても競争力のある魅力ある商品・サービス・個店づくりを支援する。

#### ②DX推進支援による地域外需要の取り込み・生産性向上支援

町内だけでなく町外の消費者ターゲットを明確化し、DX技術活用により自身の持つ商品・サービスをターゲットとなる消費者に的確に情報発信し、販促・集客・購買リピートができる仕組みの構築を支援する。また、DX技術活用により業務省力化、顧客管理等の生産性向上にかかる仕組みの構築を支援する。

#### ③事業承継・創業支援

「福岡県事業承継・引継ぎ支援センター」と連携し、事業承継が必要な高齢の経営者等の掘り起こしを行い円滑な事業承継に向けた支援を行う。また、遠賀郡4商工会（芦屋町・水巻町・遠賀町・岡垣町）、遠賀郡4町、遠賀信用金庫、日本政策金融公庫八幡支店で構成された「おんが創業支援協議会」と連携し町内の創業支援を促進する。

##### ※福岡県事業承継・引継ぎ支援センター

福岡県が設立した組織。親族承継・第三者承継など事業引継ぎの相談口として、事業承継に関する悩みに対応し円滑な事業のバトンタッチを支援する。

##### ※おんが創業支援協議会

遠賀郡内の4つの町（芦屋町、水巻町、遠賀町、岡垣町）、4つの商工会（芦屋町、水巻町、遠賀町、岡垣町）、日本政策金融公庫および地元金融機関である遠賀信用金庫による官民一体となったワンストップの創業支援組織。

## 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)

第1期経営発達支援計画では、水巻町地域経済動向調査票として独自の調査シートにより、約200者に向けて調査（定量面・定性面）を行い100者程度の回答により調査分析を行った。しかし、郵送形式で調査回答を事業者に任せたため、業種の隔たりや質問項目に対する回答の欠損等が多く客観的で信ぴょう性の高いデータとはいえ地域全体の経済動向としては偏る内容となっていた。調査分析も専門家に依頼し冊子にまとめ当初広く配布したが、専門家に依存していたため継続して実施できていなかった。また、国等のビッグデータは必ずしも積極的に活用できていなかった。

景気動向調査は、全国商工会連合会の小規模企業景気動向調査、福岡県商工会連合会の景気・金融・雇用動向に関する調査等定期的な調査結果活用について、巡回・窓口指導の個社支援の際に景気動向として情報提供を行ってきており、小規模事業者への伴走支援の情報提供としては一定の成果があった。

##### (課題)

- ・国が提供するビッグデータを活用しきれていなかったことを踏まえ、第2期経営発達支援計画では分析するデータ及び内容を絞り、客観的な地域の経済動向分析を行い幅広く情報提供し伴走支援に繋げていく。
- ・地域の景気動向調査においては、能動的で正確な情報収集を行う必要があると考える。そのため、業種に隔たりなく調査する手法を採用し、詳細な景気動向の分析を行い個社支援に繋げていく。

#### (2) 目標

	公表方法	現行	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8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	4回	4回	4回	4回	4回

#### (3) 事業内容

##### ①地域の経済動向調査分析（国が提供するビッグデータの活用）

当地域において真に稼げる産業や事業者に対し、限られたマンパワーや政策資源を集中し、効率的な経済活性化を目指すため、RESAS（地域経済分析システム）のデータを活用し、法定経営指導員が中心となって分析を行う。また、当地域の今後の発展を担う若手事業者及び後継者のいる事業者等が自社の経営資源を有効かつ効率的に使用し、地域の中核事業者を目指すために下記補助項目データも活用分析し、年1回公表する。

##### 【主に活用するデータと分析項目・手段】RESAS（地域経済分析システム）

- ・「地域経済循環マップ・生産分析」 ⇒ 何で稼いでいるのか
- ・「まちづくりマップ・from-to分析」 ⇒ 人の動きを分析
- ・「産業構造マップ」 ⇒ 産業の現状等を分析

主項目	提供者	時期	データ項目
地域経済分析システム (RESAS)	経済産業省	随時	人口動向、流動人口、滞在人口、 年間商品販売額、地域経済循環 図、産業構造図、企業活動マップ

補助項目	提供者	時期	データ項目
市場情報評価ナビ Mie-Na	日本統計センター	随時	町丁の規模、成長性、富裕度、消 費購買力等の指標を用いた商圈分 析
ふくおかデータウェブ	福岡県	随時	福岡県の人口動態、産業構造、経 済センサスに関する調査

## ②景気動向分析

町内の景気動向について定量的に実態を把握するため、町内小規模事業者の売上及び利益状況等について、町内小規模事業者のDX推進をはかり、クラウドサービスを活用した調査・分析を年4回行う。また、分析にあたっては下記の「小規模企業景気動向調査」「景気・金融・雇用動向に関する調査」「金融機関による景況調査」の内容も加味しより多岐にわたる分析結果を提供する。

【調査対象】 町内小規模事業者 25 者（製造業、建設業、小売・卸売業、飲食業、サービス業からそれぞれ 5 者ずつ）

【調査項目】 売上額・仕入額・経常利益・資金繰り・雇用・設備投資等。

【調査手法】 グーグルフォーム等クラウドサービスを利用した調査票を作成。調査対象がクラウド上のフォーマットに入力する形式で調査を実施する。

【分析手法】 クラウドサービスが集計・分析した内容をもとに、法定経営指導員が中心となり経営指導員・経営支援員とともに分析を行う。

補助項目	提供者	時期	データ項目
小規模企業景気動向調査	全国商工会連合会	四半期	国内の業種別 DI（景気動向指数）
景気・金融・雇用動向に関する調査	福岡県商工会連合会	四半期	県下 15 ブロック・業種別の景況感・企業動向・金融や雇用に関する状況調査
金融機関による景況調査	日本政策金融公庫 福岡県信用保証協会 地域金融機関など	月 1 回	経済動向、新規開業に関する調査、設備投資動向調査、生活衛生関係営業に関する調査

## (4) 調査結果の活用

- ・ 情報収集・調査・分析した結果は本会ホームページに地域の経済動向調査の分析結果を年 1 回、景気動向調査の分析結果を年 4 回公表し、広く管内事業者等に周知する。
- ・ 行政等との協議の場において、町の状況を共有し理解する資料として使用する。
- ・ 経営指導員等が巡回及び窓口指導を行う際の参考資料とする
- ・ 事業計画策定等を支援する小規模事業者には、その基礎資料として積極的に活用する。また、小規模事業者の経営状況と同業種企業との比較等ができるように情報提供を行う。

#### 4. 需要動向調査に関すること

##### (1) 現状と課題

###### (現状)

県・町と実施した地域プレミアム商品券事業の消費者アンケート調査を年 1 回実施し、約 100 件の購買状況調査回答を分析し小規模事業者の支援の基礎データとしてきた。また、事業計画策定や事業計画策定後の個社支援において、小規模事業者が販売する商品・サービスの需要動向を提供するためにピンポイントで「総務省家計調査」「市場情報評価ナビ Mie-Na」「日経テレコンの POS 情報システム」「ネット等による業界情報」「招聘した専門家による情報」を活用し、支援対象事業者へ計画策定・計画実施のための伴走支援に繋げてきた。

###### (課題)

これまで実施してきた需要動向調査の分析・提供はマーケティングにおいては間違っていないが、消費者のニーズや支援を実施する個社の新商品など特定の商品・サービスに対する需要動向についての情報提供ができていなかった。そのため、新商品・サービスに対する消費者・バイヤー等から直接情報をフィードバックするための取り組みを新たに行う必要がある。

##### (2) 目標

	現行	令和 4 年度	令和 5 年度	令和 6 年度	令和 7 年度	令和 8 年度
①新商品・新サービス開発の調査対象事業者数	0 者	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者
②クラウドファンディングによる調査対象事業者数	1 者	1 者	1 者	2 者	2 者	2 者
③新商品・新サービスに関するペルソナ対象調査事業者数	1 者	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者

##### (3) 事業内容

###### ①新商品・新サービス開発の調査

町内には和洋菓子及びコーヒー等し好品を取り扱う食品製造販売等を行う小規模事業者がおり、食をキーワードにした新商品開発を支援するため、福岡県商工会連合会の「DOCORE ふくおか商工会ショップ」のテストマーケティングや水巻町の「水巻町周遊拠点施設アンテナショップ」来店者への試食・アンケートを実施し、調査結果を分析したうえで当該事業者にフィードバックすることで、マーケットインの商品開発を支援する。また、当該調査の分析結果を事業計画に反映させる。

【対象事業者】 地域で食等にかかわる商品開発を行っている小規模事業者

【サンプル数】 来店者 50 人

【調査手法・手段】 来店された消費者等に商品開発した食品を試食して頂きアンケートで回答。

【分析手段・手法】 調査結果は法定経営指導員を中心に経営指導員が分析を行う。

【調査項目】①味、②大きさ・量、③価格、④パッケージ等商品に応じて設定する。  
事業者の状況に応じて調査項目の見直し等も行う。

※DOCORE ふくおか商工会ショップ

福岡県商工会連合会が運営するアンテナショップ。博多駅前の博多マルイ 2 階に販売拠点を持ち、福岡県内の地域製品の販売だけでなく、商品育成を図るテストマーケティングの場としても活用されている。

※水巻町周遊拠点施設アンテナショップ

水巻町が水巻町を中心拠点として福岡県北部の情報交流拠点・特産品のアンテナショップとして設置し水巻町商工会が運営管理を行っている。アンテナショップでは主に水巻町及び北九州地域の特産品の販売だけでなく、北部北九州地域の消費者に対しての商品のテストマーケティングの場としても活用されている。

②クラウドファンディングを活用したテストマーケティングの実施支援

新商品・サービス開発等に意欲ある小規模事業者を対象として、テストマーケティングの場としてクラウドファンディングを活用する。小規模事業者が企画している新商品・サービスについて、適切なクラウドファンディング事業者の選択を支援し、新商品・新サービスのテストマーケティングや企画する新商品・サービスのアンケート調査を行うことで、マーケットインの売れる商品・サービスの開発支援を行う。

【対象事業者】食料品等製造販売業、ソーシャルビジネス、趣味嗜好品・ペット関連業等

【調査手法・手段】クラウドファンディングによるテストマーケティングの実施。

【分析手段・手法】調査結果は法定経営指導員を中心に経営指導員が分析を行う。

【調査項目】

- ・新食品 : ①味、②大きさ・量、③価格、④パッケージ、⑤ネーミング等
- ・新サービス : ①満足度、②スピード、③技術、④価格、⑤接客、⑥設備、⑦使用頻度、⑧使用条件
- ・新商品 : ①デザイン、②大きさ・量、③価格、④パッケージ、⑤使用頻度、⑥使用条件

調査の内容は商品に応じて設定を調整し、事業者の状況に応じて調査項目の見直し等も行う。

③新商品・サービスに関するペルソナ対象アンケート調査

新商品・サービス・メニュー開発等に意欲ある小規模事業者を対象として、当該店舗・事業者が新たに検討している商品・サービス・メニューについて、当該店舗商品・サービスのペルソナといえる購買客・リピート客を中心に、新商品・新サービスの内容・構想についてアンケート調査を行うことで、マーケットインの売れる商品・サービスの開発・提供を行う。

【対象事業者】飲食業、食料品等販売業、理美容業、自動車販売修理業、建設業、趣味嗜好品・ペット関連業（各年度2事業者）

【サンプル数】当該事業者来店消費者各10人

【調査手法・手段】来店され商品サービスを購入した消費者等にアンケート実施。アンケートはペーパーのほか、LINE や Facebook 等 SNS のアンケート機能も活用する。

【分析手段・手法】調査結果は法定経営指導員を中心に経営指導員が分析を行う。

【調査項目】

- ・飲食メニュー : ①味、②大きさ・量、③価格、④ビジュアル、⑤ネーミング等
- ・新食品 : ①味、②大きさ・量、③価格、④パッケージ、⑤ネーミング等
- ・新サービス : ①満足度、②スピード、③技術、④価格、⑤接客、⑥設備、⑦使用頻度、

⑧使用条件

- ・新商品 : ①デザイン、②大きさ・量、③価格、④パッケージ、⑤使用頻度、  
⑥使用条件

調査の内容は商品に応じて設定を調整し、事業者の状況に応じて調査項目の見直し等も行う。

※「ペルソナ (persona)」: サービス・商品の典型的なユーザー像のこと、マーケティングにおいて活用される概念。

(4) 成果の活用

調査結果を分析したうえで当該事業者にはフィードバックすることで、マーケットインの商品・サービス開発について助言指導を行う。調査結果を踏まえて専門的な支援が必要な場合は、対応できる専門家を招聘し個別支援を実施、売れる商品・サービスづくりに繋げる。

当該調査の分析結果は、事業計画策定等を支援する小規模事業者にはその基礎資料として積極的に活用する。また、小規模事業者の経営状況分析の外部要因・内部要因として情報提供を行う。

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

(現状)

小規模事業者の現状把握と課題解決に向けて、金融相談・事業計画策定・経営革新計画策定・新規事業相談・創業相談・補助金申請相談等の際に経営状況の分析を行い、事業計画策定に役立ててきた。しかしながら財務分析に偏重することも多く、特に金融相談者は資金繰りと決算書を通しての財務分析以外の経営分析への関心が薄いのが現状であり、補助金申請にかかる事業計画策定時に行う経営状況の分析はSWOT分析に偏重している。通常相談時の経営分析は比較的簡易なもの、もしくは必要な一部にとどまっている。

(課題)

分析に際して小規模事業者に課題認識及び目的のある事項についてはじっくりと分析を行うものの、認識がない事項についての分析まで十分にできたとは言いがたい。小規模事業者に課題認識がないところの分析を見逃し、本当に必要な支援が提供されていなかった。

(2) 目標

	現行	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度
①セミナー開催件数	-	1回	1回	1回	1回	1回
②経営分析事業者数	16者	40者	40者	40者	40者	40者

(3) 事業内容

公的機関の提供する経営分析ソフト「経済産業省のローカルベンチマーク」や「中小基盤整備機構の経営計画つくるくん・自己診断システム」等のツールや外部専門家を活用して精緻な経営分析を行うことで自社の課題を抽出、客観的な経営状況を確認できるようにし、今後の事業計画策定に繋げていく。

①経営分析を行う事業者の発掘（経営分析セミナーの開催）

セミナーの開催を通じて、経営分析によって自社の経営課題等を把握し、事業計画策定等への活用について理解を深めるとともに、対象事業者の掘り起こしを行うため、中小企業診断士等を

講師として経営分析をわかりやすく基礎から解説し、実践に役立つ手法を提供するセミナーを実施する。

【対象者】若手経営者及び後継者等で意欲のある者。

【募集方法】チラシを作成し、ホームページで広く周知するとともに、会報での告知や巡回・窓口相談時に対象者に案内する。

【参加者数】10者

## ②経営分析の内容

【対象者】セミナーの参加者、巡回・窓口相談等により何らかの課題があると経営指導員が判断した者の中で、意欲的で販路拡大の可能性の高い40者（経営指導員2名×20者）を選択。

【分析項目】定量分析である「財務分析」及び、定性分析の「非財務分析」の双方を行う。

### 【ヒアリングや決算データを利用した経営状況の調査及び分析の内容】

	分析手法	分析内容
定量分析	財務分析	手法：経済産業省の「ローカルベンチマーク」、中小基盤整備機構の「経営計画つくるくん・経営自己診断システム」を活用し、各指標を業種平均等と比較し、財務面での経営状況を把握する。 項目：収益性、安全性、成長性等
定性分析	SWOT分析※1 クロスSWOT分析※2	手法：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・脅威を特定し、特定した「機会」「脅威」と、自社の「強み」「弱み」の内部要因とを照合して、今後を検討する手法。自社の今後の成長戦略を決定する資料とする。 項目：内部環境（強み・弱み）、外部環境（機会・脅威）
定性分析	ポジショニング分析 （ポジショニングマップ）※3	手法：ターゲット市場における競合商品・競合サービスと自社商品・自社サービスの相対的な位置（ポジション）について、その関係を分析する。 ポジショニングマップは、ターゲット市場における自社の商品・サービスの立ち位置、すなわちポジショニングがどうなっているかを視覚化した図表。競合との差別化を図り、競争優位性のある独自ポジションを導き出す際に使用する。 項目：商品・サービスの特性
定性分析	ファイブフォースモデル分析※4	手法：その業界の魅力を考察する。以下の各種分析と合わせて自社の現状を把握する。 項目：既存同業者の敵対、新規参入企業の脅威、代替品の脅威、売り手の交渉力、買い手の交渉力

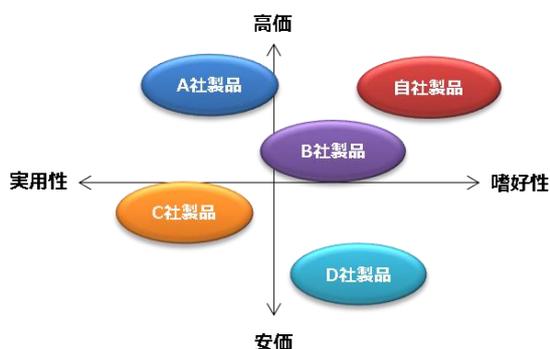
※1 SWOT 分析



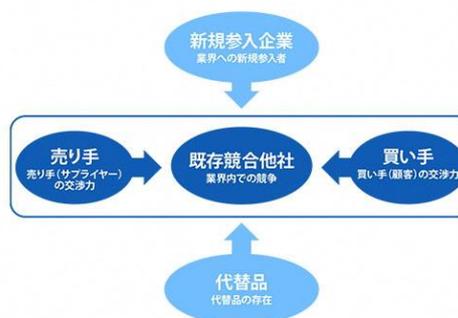
※2 クロス SWOT 分析



※3 ポジショニング分析



※4 ファイブフォースモデル分析



(4) 分析結果の活用

分析の結果については当該事業所にフィードバックすることで、客観的な現在の経営状況を確認し、課題解決に向けた事業計画の策定に繋げることに活用していく。

分析結果をデータベース化し内部共有することで、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)

これまでは各種補助金等の活用や融資等で資金調達する際に事業計画策定を支援するケースが多く、事業計画書も経営指導員等主体で策定するケースも少なくなかったため実効性・継続性が低いものもあった。また事業計画策定セミナーは各種施策を活用したい方が主な参加者となり、真に事業計画策定の必要性からの受講は少なかったが、事業計画策定啓発の入口としては機能していた。

(課題)

今後は、地域の経済動向・需要動向の分析・経営状況の分析結果を踏まえ、小規模事業者が自社の経営課題に気づき、小規模事業者自身が実行性のある事業計画策定支援を行うことが必要である。

事業計画策定セミナーの開催では事業計画策定の意義や重要性、事業計画のワークなどを行ってきたが、各小規模事業者はそれぞれ異なる課題があるため自社の計画策定としては消化不良になりがちであった。そのため水巻町の小規模事業者がかかえる課題・必要とするテーマを絞ったセミナーに見直す。

## (2) 支援に対する考え方

水巻町の小規模事業者の商圏は隣接する市町をまたぐことから、事業の計画策定で ICT を活用した事業戦略・販売戦略が不可欠である。また小規模事業者の生産性向上による収益向上をはかる取り組みに IT ツールが有効であることから、水巻町の小規模事業者の課題の中心として DX 推進にかかるセミナーを事業計画策定セミナーの前に開催し、小規模事業者の競争力の維持・強化を目指す。

上述のとおり水巻町の小規模事業者の経営課題が ICT を活用することにより改善・発展する可能性が高い。課題解決に役立つ「DX 技術活用」を含め、小規模事業者にとって実効性のあるコンテンツで実施することで、経営分析を行った事業者の 5 割程度/年の事業計画策定を目指す。

なお、補助事業・施策活用のための事業計画策定希望者は、申請を契機として実現可能性の高いものを選定し事業計画策定に繋げていくほか、経営革新計画は実現性の高いものとして積極的に策定支援を行っていく。

事業承継にかかる事業計画については「福岡県事業承継・引継ぎ支援センター」と連携し、センターの事業承継計画をもとにコーディネーター・専門家とともに積極的に策定支援を行う。また、創業希望者にはおんが創業支援協議会で実施する「おんが創業塾」において創業計画策定支援を行い、実現性の高い希望者にはその後個別に計画策定支援を行っていく。

## (3) 目標

	現行	令和 4 年度	令和 5 年度	令和 6 年度	令和 7 年度	令和 8 年度
①DX 推進セミナー	-	2 回	2 回	2 回	2 回	2 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	16 者	20 者	20 者	20 者	20 者	20 者

## (4) 事業内容

### ①「DX 推進セミナー」開催・IT 専門家派遣の実施

DX による経営課題解決は大きく「新商品・新サービスの開発・販売等の情報発信・集客等にかかる ICT 活用」と、「会社内部の生産性向上にかかる IT 活用」、及びその双方の 3 点と考えられる。そのため、事前の地域経済動向、需要動向、経営状況の調査分析を踏まえ、課題解決が必要な小規模事業者にとって必要な DX に関する技術の活用ができるセミナーを開催する。

【支援対象】事業計画策定前の調査分析の終了した DX に関する活用に課題のある事業者、DX に興味のある小規模事業者

【募集方法】チラシを作成し、ホームページで広く周知するとともに、会報での告知や巡回・窓口相談時に対象者に案内する。

【講師】DX 技術に精通する IT コンサルタント及び ICT サービスを行うコンサルティング可能な実務事業者

【回数】2 回

【カリキュラム】(※次のカリキュラム単独、もしくは組み合わせた内容とする)

- ・クラウドサービス・アプリケーション紹介及び DX 活用の具体的事例紹介
- ・SNS を活用した情報発信方法 ・EC サイト (オンラインストア) の活用方法
- ・クラウドサービス活用による情報発信・集客方法
- ・コミュニケーション・ツールを活用した情報発信・集客・顧客管理方法

- ・クラウドサービスを活用した顧客管理・業務管理・決済管理等の生産性向上ツール利用方法

【参加者数】各セミナー10～20 者以内（実務型のセミナーとするため 20 者を超える募集は行わない）

なお、セミナーを受講した事業者の中から取り組み意欲の高い事業者に対しては、経営指導員による相談対応・経営指導を行う中で必要に応じて IT 専門家の派遣を実施するほか、事業計画策定セミナー参加に繋げていく。

## ②「事業計画策定セミナー」の開催

【支援対象】上記 DX 推進セミナー参加者のうち事業計画策定を希望する者、事業計画策定前の調査分析の終了した事業者、事業計画策定に興味のある小規模事業者

【募集方法】チラシを作成し、ホームページで広く周知するとともに、会報での告知や巡回・窓口相談時に対象者に案内する。

【講師】(DX に精通する) 中小企業診断士

【回数】1 回

【カリキュラム】小規模事業者の自社の経営課題解決のための事業計画策定を実行支援する。

- ・中小企業基盤整備機構の「経営計画つくるくん」をベースに事業計画策定解説
- ・DX 技術活用の場合の事業計画への落とし込み方
- ・事業計画策定実務（ワーク）

【参加者数】10 者程度（伴走支援型のセミナーとするため 10 者程度）

【支援手法】事業計画策定セミナーの受講者に対し、経営指導員等で受講者を担当（1 人 5 者程度）。講師を交えて確実に事業計画の策定に繋げていく。

## 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)

小規模事業者への計画策定支援が補助金申請・融資等を目的とした短期的なものも多く、その後の継続的な支援につながっていなかった。また、事業者に対して計画の見直しや実行にあたっての必要な支援のタイミングを逸しているなど、計画目標の達成に向けての事業者と経営指導員とで計画の進捗を共有できていないケースがあった。

#### (課題)

事業計画を策定支援した小規模事業者でフォローアップを継続できている者と、あまりできていない者がいるため、計画的な訪問・面談をする必要がある。また、フォローアップ頻度とともに計画の PDCA サイクルの確認が事業者・経営指導員ともに不十分であり、何が実行できて何が実行できていないか、課題は何かを検証するしくみが必要である。

### (2) 支援に対する考え方

事業計画を策定した小規模事業者の中でも意識の温度差があり、計画を実直に進め問題があれば自ら解決を考える者、商工会に支援を求める者がいる一方で、計画実施段階で躓くとそのまま放置する者や逆戻りする者等ある。支援をする小規模事業者の意識や実行する推進力の大きさ、事業計画の進捗度や計画の難易度によって、フォローアップの頻度を変え、集中的に支援すべき事業者と、訪問・面談回数を減らしてもいい事業者を見極めた上でフォローアップ頻度を設定し、計画の実行性を高める。また、フォローアップに際し計画の実現性を担保するために PDCA サイクルを意識し、支援する小規模事業者と経営指導員等とで常に現状の PDCA を確認・共有する。

(3) 目標

	現行	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度
フォローアップ対象事業者数	16者	20者	20者	20者	20者	20者
頻度(延回数)	53回	70回	70回	70回	70回	70回
売上増加事業者数	3者	3者	3者	4者	4者	5者
利益率3%以上増加の事業者数	利益率向上4者	3者	3者	4者	4者	5者

(4) 事業内容

事業計画を策定した事業者を対象として、水巻町商工会の独自様式のフォローアップシートを用いて巡回訪問・窓口相談・リモート面談を実施し、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。

その頻度については、事業計画策定20者のうち、進捗状況等に応じて5者は2カ月に1回、5者は四半期に1回、他の10者については年2回のフォローアップに分ける。進捗経過が順調な事業者についてはフォローアップ頻度を落としていく。但し、小規模事業者からの申し出や経営指導員等から見た進捗状況に応じて臨機応変に対応する。

なお、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した場合には、外部専門家の招聘等により客観的な診断を行い今後の対応策を検討する。必要に応じて計画遂行に向けた解決策の提案、計画の見直しについての検討等を行い、それに合わせて問題解決のための専門家の派遣及びフォローアップの頻度変更を行う。

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)

これまで水巻町商工会では、BtoCでは町内小規模事業者が消費者に情報発信するHPサイト作成を支援し、水巻町商工会がネット上に構築した町内事業所紹介サイト「みずまき探せるネット! (サイト制作数250者)」で消費者への情報発信による集客支援を行ってきた(1ヶ月1万アクセス)。また、BtoBではネット上に「水巻町ビジネスマッチング・サイト(サイト制作・エントリー数23者)」を構築し、町内小規模事業者のエントリーを募り、町内外からサイト閲覧によるマッチング申込に対して、商工会仲介により水巻町商工会・当該事業所にてマッチングを実施してきた(商談成立5者)。

(課題)

サイトの制作時に簡易な経営分析を行い、自社・商品・サービスの強み・弱みやターゲット設定等を行い、コンセプトの明確化と訴求力強化を図ったが、商工会主導によるサイト制作等を行ったため小規模事業者のDX技術の活用力が低く、思った以上に売上を伸ばせていない事業者が多数あり、これに加えて、全国に向けて販路拡大を行いたい事業者のためのECサイト構築支援が不足していた。

また、新商品や新サービスについてリアルなテストマーケティングの場、販路開拓の支援が不

足していたことから、DX 技術の活用推進と共に売れる商品づくりと需要開拓支援ができる場の提供を行う取り組みが必要である。

## (2) 支援に対する考え方

水巻町の小規模事業者の多くは町内完結型の経営形態ではなく、隣接する市町の消費者・取引先も含めた売上・利益により成り立っている。広い範囲に商圈があるため情報発信・取引において DX 活用が今後大きく作用する。そのため、単にサイト制作だけでなく SNS やクラウドサービス・アプリケーションといった ICT ツールの効果的な活用方法を習得させ、また複数のツールによる相乗効果を利用した販売促進の仕組みを定着させる。また、EC サイト構築を支援することで、販路を全国まで拡大し小規模事業者の収益向上を支援する。

水巻町の小規模事業者の新商品・新サービスの開発支援においては、事業者の経営資源を考慮して市場を選択し支援を実施する。町の特産品として和洋菓子及びコーヒー等し好品を取り扱う食品製造販売等を行う小規模事業者は、アンテナショップ等を活用し育成支援を行う。新商品・新サービス開発の最終段階でペルソナマーケティングを実施した飲食業、食料品等販売業、理美容業、自動車販売修理業、建設業、趣味嗜好品・ペット関連事業者には SNS 等 DX 技術を強化した販促支援を行い、食品製造販売・ソーシャルビジネス・趣味嗜好品・ペット関連の事業者でクラウドファンディングを活用した事業者には EC サイト構築・活用等による全国への販促支援を行う。

## (3) 目標

	現行	令和 4 年度	令和 5 年度	令和 6 年度	令和 7 年度	令和 8 年度
①EC サイト・ネットショップ構築支援	-	5 者	5 者	5 者	5 者	5 者
売上増加率／者	-	3%	3%	3%	3%	3%
②DX 技術活用事業者 (BtoC)	34 者	35 者	35 者	35 者	35 者	35 者
売上増加率／者	-	3%	3%	3%	3%	3%
③DX 技術活用事業者 (BtoB)	1 者	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者
成約件数/社	0 者	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者
④アンテナショップ等出店事業者数	-	3 者	3 者	3 者	3 者	3 者
売上額/者	-	5 万円/月	5 万円/月	8 万円/月	8 万円/月	10 万円/月

## (4) 事業内容

①EC サイト（オンラインストア）活用・ネットショップ構築支援による通販開始・通販強化 (BtoC)

全国の消費者に向けて自社商品を販売する意欲のある事業者には、既存の EC サイト（オンライン

ストア) や独自サイトでのネットショップの構築を支援し、地域に留まらず全国の消費者に非対面での情報発信を行い販売促進の強化を図る。支援には専門性と技術が要求されるため、DX に精通する IT コンサルタント及び ICT サービスを行うコンサルティング可能な実務事業者による実効性のある継続した支援とする。

- ・自社サイトを持たずに通販による販売促進を行いたい事業者には、当該事業者の商品や運用の仕方を考え既存の EC サイト (オンラインストア) から活用提案を行い、商品コンセプトを検討し効果的なリード文・写真撮影・商品構成から実際のサイト運用までの伴走支援を行う。
- ・自社サイトによるネットショップ構築を検討している事業者には、商品コンセプト検討・サイトの基本設計・ネットショップのページ構成・SNS・クラウドアプリとの連動及び広告手法・アナリティクスによる分析検証等 PDCA による伴走支援を行う。

#### ②DX 技術活用支援 (BtoC)

水巻町内の顧客と合わせて隣接する市町の顧客の取り込みのため、ICT ツールを活用した情報発信・集客力向上のための支援を行う。支援には専門性と技術が要求されるため、DX に精通する IT コンサルタント及び ICT サービスを行うコンサルティング可能な実務事業者による実効性のある継続した支援とする。

- ・水巻町商工会が運営する水巻町小規模事業所紹介サイト「みずまき探せるネット!」の事業者サイト制作による情報発信支援 (※商品・サービスのコンセプト見える化によるブランド力向上支援)
- ・グーグルマイビジネス登録・制作支援による新規集客増加
- ・SNS 活用 (Twitter、Instagram、Facebook 等) 活用支援による情報発信力強化
- ・コミュニケーション・ツールである公式 LINE アカウント活用支援による顧客リピート促進
- ・Youtube 等動画広告作成支援によるブランド力向上・販売促進強化

#### ③DX 技術活用支援 (BtoB)

水巻町内の取引先だけではなく隣接する市町の取引先、広くは全国への販路拡大のため、次の ICT ツールを活用しマッチング申込増加と商談成立のための支援を行う。支援には専門性と技術が要求されるため、必要に応じて、DX に精通する IT コンサルタント及び ICT サービスを行うコンサルティング可能な実務事業者による実効性のある継続した支援とする。

- ・「水巻町商工会ビジネスマッチング・サイト」の事業者エントリー促進、登録サイト制作による情報発信支援 (※商品・サービスのコンセプト見える化によるブランド力向上支援)

#### ④「DOCORE ふくおか商工会ショップ」及び「水巻町周遊拠点施設アンテナショップ」等出店支援 (BtoC)

福岡県商工会連合会運営の「DOCORE ふくおか商工会ショップ」及び「水巻町商工会運営の巻町周遊拠点施設アンテナショップ」において、事業計画を策定した事業者を優先的に出店し、新たな需要の開拓を支援する。

また、テストマーケティング等による調査・分析をその後の商品開発・改良に活かし、事業所・商品の育成を図る。商品開発や改良にはバイヤー・専門家等を招聘し個別相談による支援を行う。

#### ア) DOCORE ふくおか商工会ショップ

**【概要】** 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り扱う。販路開拓と商品ブラッシュアップを通して、商品展開力・販売力の向上を図る。

**【支援対象】** 需要動向調査を実施し、事業計画策定を行った地元食品関連の小規模事業者

- 【規 模】 平日 100 人、休日 200 人程度、レジ通過 38,547 人/年、客単価約 1,557 円  
【支援手法】 バイヤーが利用する FCP シートを作成し出品申請。採択されると売り場にて販売。福岡県だけでなく九州一円の比較的商圏が広い博多駅周辺で自社の可能性を探る。

イ) 水巻町周遊拠点施設アンテナショップ

- 【概 要】 主に水巻町及び北九州地域の特産品と福岡県の隠れた逸品等を取り扱う。食品だけではなく化粧品等も販売、美と健康に関する商品も取り扱っている。  
【支援対象】 需要動向調査を実施し事業計画を策定した地元の食・美・健康関連の小規模事業者  
【規 模】 令和 2 年レジ通過 3,715 人/年、客単価約 1,529 円  
【支援手法】 水巻町商工会に出品申請を行い採択されると売り場にて販売。北部北九州地域の消費者に対しての商品のテストマーケティングの場として活用。

## 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)

事業評価委員会を年 2 回開催。委員会は外部有識者 2 名（中小企業診断士、経営コンサルタント）、水巻町産業環境課長、会員代表事業者、福岡県商工会連合会職員の 5 名で構成し、事業の評価や見直し、意見・情報交換を行ってきた。また、事業評価には事業ごとに PDCA サイクルをもとにした評価シートを作成しており、定量的・定性的結果を比較し、各委員からの事業ごとの 5 段階評価及び改善・指摘事項を踏まえて、課題の改善・事業の見直しを行っている。

##### (課題)

評価・見直しの結果は事務所に常時備えているが、ホームページ等での公表はしておらず改善する必要がある。

#### (2) 事業内容

毎年度、本計画に記載の事業の実施状況及び成果について、以下の方法により評価・検証を行う。

- ①年 2 回事業評価委員会を開催し、事業企画・遂行、事業の評価・見直しにかかる意見・情報交換を行う。
- ②委員構成は、外部有識者 2 名（中小企業診断士、経営コンサルタント等）、法定経営指導員 1 名、水巻町産業環境課長 1 名、会員代表事業者 1 名、福岡県商工会連合会職員 1 名の 6 名で構成する。
- ③事業評価は、PDCA サイクルを総合的に評価・検証できるものとし、事業の成果を定量・定性両面から評価する。
- ④評価委員会の評価をもとに正副会長会、理事会において評価・見直しの方針を協議・決定する。
- ⑤事業の成果・評価・見直しの結果について、水巻町商工会のホームページで年 1 回公表し、当会事務所に常時備え付け、広く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)

現在、一般的な資質向上研修として福岡県商工会連合会主催の各種職種別の研修を職員は受講しており、専門的な知識の習得・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を行っている。また、当会では必要に応じ当会主催の専門家による集団セミナーへの参加や専門家の個別相談指導への同席も行っているが、特に専門性の高いセミナーは経営指導員に限られ、経営指導員以外の職員の専門家の個別相談同席も限られた場合のみにとどまっている。また、商工会職員がそこで得た知識を職員全体で十分共有されていない。

#### (課題)

小規模事業者の支援ニーズが多様化している一方、商工会において専門性のある支援ができる職員は限られている。また、小規模事業者が直面している課題の一つである DX 推進支援についても専門的な支援及びその支援の窓口として必要な知識にも職員間でバラつきがあり、その差を埋め誰もが一定以上の支援ができる体制構築と、そのために必要な知識・情報の共有をはかる仕組みづくりが必要である。

### (2) 事業内容

#### ①外部講習会等の積極的活用

##### 【経営支援能力向上に向けた取り組み】

- ・オンライン研修である「経営指導員等 WEB 研修」を職員全員が計画的に受講し、受講内容について意見交換する場を月 1 回設ける。

※「経営指導員等 WEB 研修」：全国の商工会・商工会議所等に所属する経営指導員及び職員等が、小規模事業者の抱える様々な経営課題に対し、提案型の指導ができるよう知識と情報が網羅された研修サイトで 365 日 24 時間閲覧可能。経営支援における必要な知識、支援実務・ツールの活用方法、支援事例紹介等の全国の経営支援実務が蓄積されたサイト。

- ・経営指導員・経営支援員を問わず、経営発達支援計画実施に必要な知識・実務の習得・研鑽のため、福岡県（中小企業振興事務所等）主催の「経営革新計画策定セミナー」「事業計画策定セミナー」「創業支援セミナー」「事業承継支援セミナー」等のセミナーや福岡県商工会連合会及び中小企業基盤整備機構等関係団体主催の「事業計画策定にかかるセミナー」「DX 推進にかかるセミナー」等に積極的に参加する。

##### 【DX 推進に向けた取り組み】

水巻町の小規模事業者は北九州市西部・中間市も含んだ商圈で成り立っていることから、地域の事業者の課題である DX 推進対応にあたって、経営指導員及び経営支援員の IT スキルを向上させ、ニーズに合わせた相談・指導を可能にするため、下記の DX 推進に係る相談指導能力向上に係る外部セミナーに積極的に参加する。

#### <DX 推進に向けた IT・デジタル化の取り組み>

##### ア) 事業者の需要開拓等のための取り組み

ホームページ等を活用した自社 PR・情報発信方法、水巻町小規模事業者紹介サイト「みずまき探せるネット!」サイト作成・更新、EC サイト構築・運用、SNS を活用した広報、コミュニケーション・ツールを活用した広報、グーグルマイビジネス等クラウドサービスを活用した集客、YouTube 等動画広報、オンライン展示会・商談会等

イ) 事業者の生産性向上（業務改善等）のための取り組み

コミュニケーション・ツールやコミュニケーション・アプリをプラットフォームとした顧客管理・業務管理・オーダー決済システム、クラウドサービスによる顧客管理・業務管理・決済管理、クラウド会計ソフト、電子マネー商取引システム等の IT ツール、テレワークの導入、補助金の電子申請、情報セキュリティ対策等

ウ) その他の取り組み

オンラインによる経営指導方法、金融機関等とのオンライン面談方法等

②OJT 制度の導入

中小企業診断士等の経営コンサルタントや IT 専門家による経営指導に経営支援員も同行・同席し、専門家の支援の場を活用した OJT を積極的に行うほか、支援経験豊富な法定経営指導員に経営指導員・経営支援員が同行・同席し、巡回指導や窓口相談の機会を活用した OJT も積極的に実施することで、組織全体としての支援能力の向上を図る。

③職員間の定期ミーティングの開催

月 1 回（年 12 回）の定期ミーティングを開催する。

内容は、ア) 職員が順番で出席した研修会や受講した経営指導員等 WEB 研修のコンテンツについての講義・意見交換を行い知識の共有をはかる。イ) 経営指導員等が経営支援事例について紹介する。ウ) 専門家同席による個別相談等の内容について紹介する。特に DX 技術活用に関する専門家相談同席職員やセミナー出席職員による活用報告等、IT 等の活用方法や具体的なツール等についての紹介、経営支援の基礎から話の引き出し術に至るまで定期的なミーティング（月 1 回）を開催し、意見交換を行うことで職員の支援能力の向上を図る。

④データベース化

商工会の基幹システムである商工イントラに各職員が職場内で決めた支援データの入力規則に従い随時入力する。その後、担当経営指導員等が経営支援のデータ補正を適時・適切に行い、支援中の小規模事業者の状況等を職員全員が相互共有できるようにすることで、担当外の職員でも一定の対応ができるようにするとともに、支援ノウハウを蓄積し組織内で共有することで、支援能力の向上を図る。

※「商工イントラ」: 福岡県商工会連合会の業務支援グループウェア。商工業者情報、指導実績など商工会の情報・業務及び実績を一元管理することができる。

1 1. 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)

遠賀郡には郡内の創業啓発、創業者発掘・育成支援のため、遠賀郡 4 町（芦屋町、水巻町、遠賀町、岡垣町）、遠賀郡 4 商工会（芦屋町、水巻町、遠賀町、岡垣町）、地元金融機関である遠賀信用金庫及び日本政策金融公庫八幡支店で構成された「おんが創業支援協議会」が設立されており、年 6 回定期的に会議を開催し、地域の創業状況等の意見交換及び創業セミナー・創業塾の開催について協議し、実施している。

(課題)

年々創業セミナー・創業塾への受講者が減少している。地域内外から遠賀郡内での創業意欲向上のための創業啓発・創業希望者の掘り起こし・創業支援情報についての効果的な広報が必要である。

## (2) 事業内容

おんが創業支援協議会実行委員会の参加（年6回）

遠賀郡4町で九州経済産業局に共同提出した「創業支援計画」に基づき、遠賀郡4町の支援担当者と遠賀郡内4商工会の経営指導員及び遠賀信用金庫、日本政策金融公庫八幡支店の支援担当で構成される「おんが創業支援協議会実行委員会」に参加し、創業セミナーや創業塾の企画検討、窓口相談や具体的支援ノウハウの情報共有、意見交換を行い、創業支援力向上と連携支援体制強化を図る。

水巻町商工会は水巻町産業環境課と連携し町内の創業啓発・創業者発掘・創業者支援を進める。課題である受講者の減少については、水巻町商工会と水巻町ホームページや広報誌を活用し広報強化を行う。また、創業セミナー・創業塾開催方法はDX技術を活用したオンライン開催やクラウドサービスによるE-Learning形式での受講を実施するなど創業希望者の利便性向上を図る。

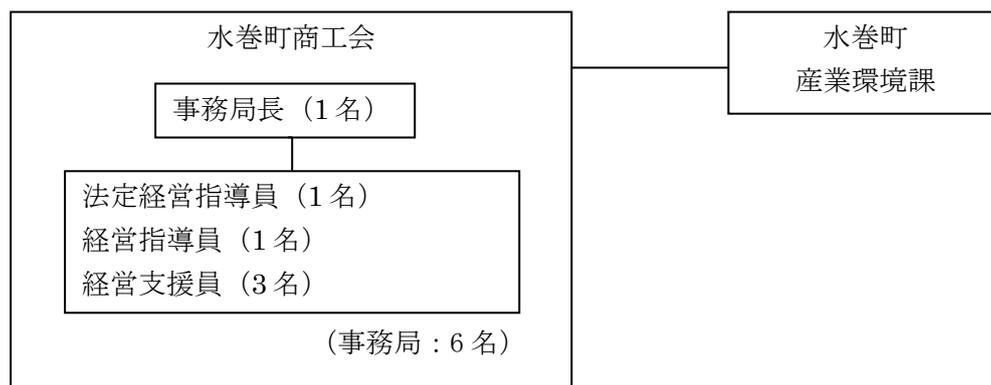
(別表2)

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3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)



当事業実施主体は商工会職員5名で実施。町はセミナー及び水巻町周遊拠点施設アンテナショップでの需要調査・販路開拓事業等での広報支援・会場確保・設営協力、及び水巻町商工会が実施する経営支援事業の予算措置等を行う。

(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： 泉 義也

■連絡先： 水巻町商工会 TEL:093-201-7551

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提供を行う。

(3) 商工会、関係市町村連絡先

①商工会

〒807-0022 福岡県遠賀郡水巻町頃末北 1-9-7

水巻町商工会

TEL:093-201-7551/FAX:093-202-9699/E-mail:mizumaki@shokokai.ne.jp

②関係市町村

〒807-8501 福岡県遠賀郡水巻町頃末北 1-1-1

水巻町 産業環境課

TEL:093-201-4321/FAX:093-201-4423/E-mail:syoukou@town.mizumaki.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4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度
必要な資金の額	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000
専門家派遣費	1,400	1,400	1,400	1,400	1,400
事業評価委員会開催費	100	100	100	100	100
セミナー開催費	200	200	200	200	200
広報費	200	200	200	200	200
調査費	100	100	100	100	100

(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
①国補助金、福岡県補助金、水巻町補助金 ②会費・手数料等収入 ③受託料収入 ほか

(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