

経営発達支援計画の概要

実施者名	遠賀町商工会（3290805004783） 遠賀町（403849）
実施期間	令和4年4月1日～令和9年3月31日
目標	経営発達支援事業の目標 (1) 事業計画の策定・見直しによる他社との差別化 (2) 広報ツール導入・インターネット販売促進および商談会・展示会への出展支援 (3) 事業承継（後継者）の掘り起こし及び円滑な事業承継の体制づくりの構築
事業内容	経営発達支援事業の内容 1. 地域の経済動向調査に関すること 国が提供するビッグデータおよび独自の景気動向調査結果を分析し、ホームページ等で公表することで地域経済動向の共有化を図る。 2. 需要動向調査に関すること 地域イベントを通じたアンケート調査を実施し、調査分析の結果を店舗改装、接客、品揃えにフィードバックすることで、魅力ある店舗づくり及び商品・サービスのブラッシュアップを図る。 3. 経営状況の分析に関すること 経営分析セミナーおよび巡回時に希望者の掘り起こしを行い小規模事業者の持続的発展のために経営分析を行う。 4. 事業計画策定支援に関すること 経営分析を完了した小規模事業者に対し、事業計画策定前にDXセミナー等を行い、小規模事業者の競争力の維持・強化を目指し、小規模事業所に応じた新たな事業計画策定支援を行う。 5. 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全ての事業者を対象とし、事業計画の進捗状況の確認を定期的に行い、必要に応じて集中的に支援し、事業計画の見直しや修正・実行支援を行う。 6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること 販路開拓に資するための商談会・展示会への出展支援を実施する他、IT・SNSを活用した広報活動の充実・強化支援を行う。
連絡先	遠賀町商工会 〒811-4307 福岡県遠賀郡遠賀町遠賀川2丁目6番18号 TEL 093-293-0165 E-mail onga@shokokai.ne.jp 遠賀町産業振興課 〒811-4307 福岡県遠賀郡遠賀町大字今古賀513 TEL 093-293-8233 E-mail sangyou@town.onga.lg.jp

(別表 1)

経営発達支援計画

経営発達支援事業の目標

1. 目標

(1) 地域の現状及び課題

① 現状

-1 立地

遠賀町（以下「本町」とする。）は、嘉麻市馬見山に源を持つ遠賀川の下流に開けた遠賀平野の中心に位置し、東西は約4km、南北は約6kmに広がり、総面積22.15km²を有している。

町域は、大半が遠賀川沿いの低地で起伏の少ない平坦な地形で形成され、農地が35%を占め、良好な水田を有する農村地帯で水と緑に囲まれた自然豊かな町である。

また、北九州都市圏に属する遠賀郡（芦屋町・岡垣町・遠賀町・水巻町）の中心に位置し、北に芦屋町、東に水巻町、西に岡垣町、南に中間市や鞍手町と接する。

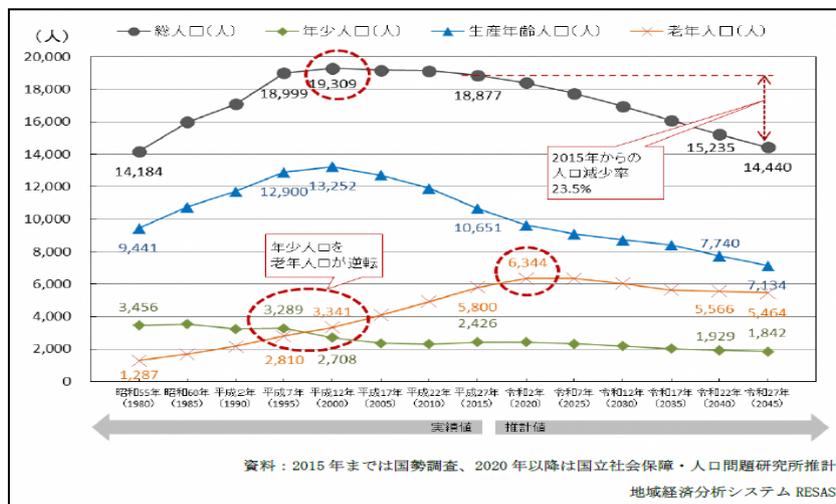


-2 人口

本町の人口は国立社会保障・人口問題研究所の人口推計によると、平成12年以降減少が続く、令和27年には14,440人まで減少するとみられている。（平成27年の18,877人からの人口減少率は23.5%）年齢3区分別にみると、生産年齢人口（15～64歳）は平成12年の13,252人をピークに減少に転じている。また、平成7年から平成12年の間に老年人口（65歳以上）と年少人口（15歳未満）が逆転し、老年人口の増加が続いている。

しかしながら、増加している老年人口も令和2年をピークに減少に転じるとみられることから、人口減少が急激に進むと予想される。

<年齢3区分別の人口推移>



-3 産業

事業所数は、昭和50年から平成13年にかけて年々増加していたが、平成13年以降減少に転じた。その後、平成28年から再度増加している。事業所構成は、卸売・小売業（25.2%）が最も高く、続いて建設業（13.7%）、宿泊・飲食サービス業（11.7%）、製造業（10.9%）となっている。また、従業者数においても平成28年に7,709人で最も多くなった。

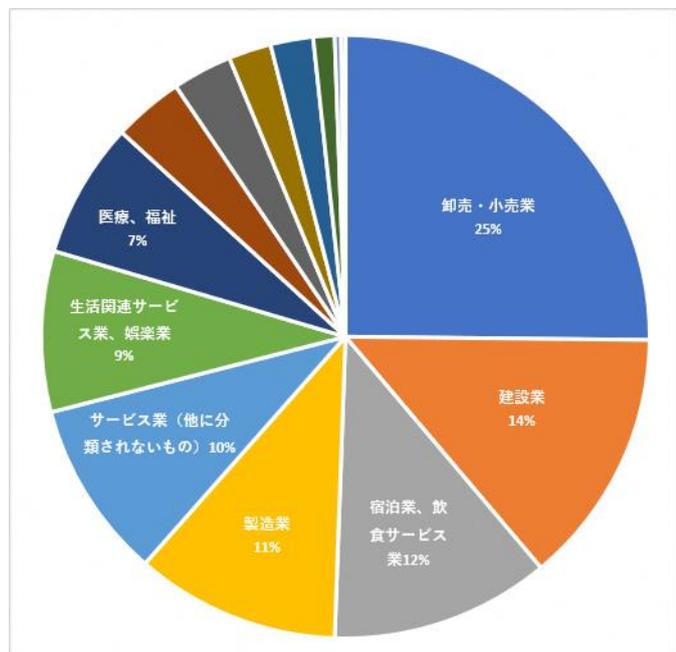
＜事業所数・従業者数の推移＞



＜平成28年度の事業所構成＞

順位	大分類	事業所数	割合
1	卸売・小売業	222	25.1%
2	建設業	121	13.7%
3	宿泊業、飲食サービス業	103	11.7%
4	製造業	96	10.9%
5	他に分類されないサービス業	84	9.5%
6	生活関連サービス業、娯楽業	76	8.6%
7	医療、福祉	64	7.2%
8	不動産業・物品賃貸業	33	3.7%
9	運輸業、郵便業	28	3.2%
10	学術研究、専門・技術サービス業	20	2.3%
11	教育・学習支援業	20	2.3%
12	金融業・保険業	10	1.1%
13	複合サービス事業	3	0.3%
14	情報通信業	2	0.2%
15	農業	2	0.2%
遠賀町内事業所		884	100.0%

資料：経済センサス



資料：経済センサス

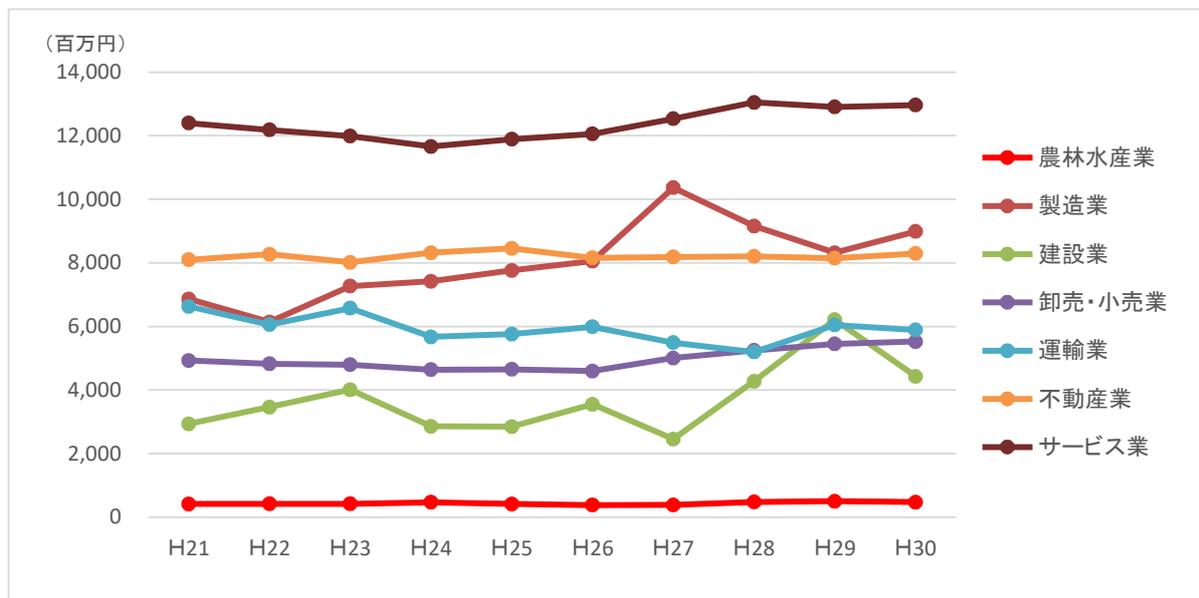
＜小規模事業所数の推移＞

	平成 28年度	平成 29年度	平成 30年度	令和 元年度	令和 2年度
建設業	139	138	125	126	133
製造業	44	42	39	37	42
卸売業	11	10	9	9	10
小売業	83	84	70	70	76
飲食業	77	74	67	67	67
宿泊業	0	0	0	0	1
娯楽業	2	2	2	2	2
サービス業	190	194	175	181	191
その他	1	0	1	6	7
計	548	545	488	498	529

※遠賀町商工会が独自調査により作成した「商工業者台帳」より

過去5年間の業種別小規模事業所数の推移を見ると、平成28年度から減少傾向にあったが、令和元年度から増加に転じ、令和2年度ではコロナ禍の中でも全体的に増加傾向にある。

＜産業別町内総生産の推移＞



※資料：平成30年度福岡県市町村経済計算より

平成21年度から平成30年度間の産業別町内総生産の推移は上図のとおりである。

なお、平成28年経済センサス-活動調査の事業所構成及び平成30年度福岡県市町村経済計算の産業別町内総生産の推移によると、本町の業種ごとの状況は以下のとおりである。

- ・サービス業の総生産は平成 28 年より 130 億円に達している。
- ・建設業の総生産は、年度毎に増減があるが、長期的にみると増加傾向にある。
- ・卸売・小売業では、消費税率が 8%に引き上げられた平成 26 年度から微増傾向にある。
- ・製造業の総生産はピークである平成 27 年度の 103 億円から減少しているものの、平成 30 年度では 89 億円となっており、長期的にみると増加傾向にある。
- ・不動産業（物品賃貸業含む）と運輸業（郵便業含む）は、事業所構成比率（6.9%）に比べ、総生産が高く生産性が高い。

産業全体の総生産は平成 22 年度の 492 億円から平成 30 年度は 574 億円と伸びている。ただ、地域経済分析システム（RESAS）によると地域経済循環率は 76.3%（2015 年）となっており、県平均 91.9%と比べると低く、町外からの流入・流出が大きい経済状況となっている。また、令和 2 年度から新型コロナウイルス感染症による緊急事態宣言及び不要不急の外出自粛の影響により、一部を除き全ての業種への経済的打撃が大きく、休業及び操業停止、材料・資材の高騰、入手困難、来店客減少及び顧客のリピートサイクルの延長などによる売上高の減少、利益率の低下が生じている現状にある。

<商業>

小売業については平成 26 年商業統計調査によると、平成 21 年度の 226 事業所から平成 24 年に 132 事業所と大きく減少した後、微増となっている。

その原因として、人口減少や少子高齢化、後継者不足、町内への大型店進出等が挙げられる。現在の消費者の買い物方法は、近隣都市のショッピングモール（＝大型店）への買い物やインターネット通販利用者が増加しており、その影響もあって町内にある 2 つの商店街では空き店舗が増加している。

その町内小売業では、地域住民が買い物をする場所として事業を継続している店舗も見受けられるが、環境の変化に対して商品やサービスの内容が昔から変化がなく、現在の消費者ニーズと合致していない事業所が多い。飲食業については、昼間のランチ営業を行っている店舗や弁当・惣菜を販売している店舗が少なく、住民にとっての選択肢も限られている現状にある。

<工業>

本町の工業事業所数は、金属製品製造業や一般機械器具製造業が多い。売上は食料品製造業が最も高い。従業員数は、電気機械製造業が特に多く、続いて金属製品製造業となっており、町内の雇用吸収産業となっている。製造業の受注は一部の会社を除き、世界情勢・景気変動に左右されるため、売上は乱高下をしている。平成 28 年 9 月に町が実施したアンケートの結果によると先行き不透明であるため設備投資については、思い切った投資ができないなどの声がある。

② 課題

現在のコロナ禍において、テイクアウトを強みとした事業所や EC サイトなど非接触の販売方法を持つ事業所、専門分野に特化し固定客を有する事業所など一部を除き、新しい生活様式に適應するため、生き残りをかけた競争社会となっており、特に飲食を含むサービス業ではその傾向が著しいものとなっている。

なお、前述のアンケートの結果によると、「売上の伸び悩み」、「利益率の低下」「人材不足」は、商業・工業共通の課題であり、他に商業では「事業所・設備の老朽化」、「同業他社との競合」、「原料・仕入れ価格の引き上げ」、工業では「従業員の高齢化」、「需要・受注量の減少」などが課題として挙げられている。

-1「人口減少、高齢化による町内の需要減少」

「(1) 地域の現状及び課題、①現状、-1 人口」で示したとおり、令和2年度をピークに生産年齢人口（15～64歳）、老年人口（65歳以上）、年少人口（15歳未満）全ての人口が減少となる。また、地域経済循環率も県平均と比べると15%も低く、町内での需要の喚起、経済循環率の向上または町外需要の取り込みによる売上増加及び利益率増加が課題である。

-2「変化する外部環境の分析と需要への対応」

本町や近隣の大型ショッピングセンター、ディスカウントストア等の出店、インターネット通販などの利用者増加により商業を取り巻く環境は大きく変化している。町内消費者の行動も遠賀郡内、北九州市、福岡市など、目的に応じて買い物場所を決めるなど消費者行動が変化している。その中で、本町では、商品やサービスにおいて、昔ながらの商品・サービスのまま経営を行っている小規模事業者が多い。現在は固定客がついている事業所であっても、刻々と変わる外部環境に対応し顧客を確保するために、外部環境の分析と消費者ニーズへの対応が課題である。

-3「後継者確保と育成への教育」

「地域の現状及び課題、①現状、-2 産業」で示したとおり、平成28年経済センサス-活動調査では、事業所数及び従業員数がともに過去最高の水準となっているものの、商業・工業ともに継続的課題として「人材不足」「後継者不在」が挙げられている。商工会の分析では、人材不足とは単に人手が足りないのではなく、会社の顧客関係性の維持向上や技術等を継承できるレベルの人材を発掘及びその従業員の教育（営業力の強化、技術力の向上）機会の不足ということである。

（2）小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

①今後10年を見据えて

【長期的な振興のあり方】

本町の今後10年を見据えると、高齢化や人口減少による「売上の伸び悩み」それに伴う「利益率の低下」は避けられない状況であり、他社との差別化、売上確保のための営業力強化や販路開拓、後継者育成を行うことが重要である。

そこで、今後の長期的な振興のあり方として、地域の強みや個々の事業者の強みを見つけ出し、その強みをさらに強化し、独自性を持った経営により差別化を図ることで、地域小規模事業者全体の競争力強化に寄与する。それにより、小規模事業者の持続的な発展を実現させ、地域経済の発展に貢献する。

②遠賀町総合計画等との連動性・整合性

「第5次遠賀町総合計画後期基本計画（計画期間：平成29年度から5年間）」に掲げられる5つの基本目標のうち「にぎわいのあるまちづくり」の商工業の振興の主な取り組みとして、「中心市街地・商店街の活性化について、遠賀町商工会や商店街組合等と連携して、商店街の振興方策を講じる」とある。また、同総合計画の下位計画である「遠賀町産業振興計画（計画期間：平成29年度から5年間）」では遠賀町の産業の目指す方向として、「町内経済循環の仕組みの構築による産業基盤の強化」、「地域特性や産業の強みを活かした町外からの集客・購買力の向上」、「既存産業の後継者育成等による町内の労働力の確保・育成」等の記述があることから、商工会として、遠賀町総合計画及び遠賀町産業振興計画と連動性及び整合性を図っている。

③商工会としての役割

遠賀町商工会が今後取り組む事業としては、変化する外部環境及び内部環境の分析と需要への対応ができる小規模事業者の育成である。そのために小規模事業者へ支援を地道に行うものである。小規模事業者を成長させる事により、商店街等を活性化させ、地域経済の発展に貢献する。

(3) 経営発達支援事業の目標

上記(1)、(2)を踏まえて、以下の目標を定める。

目標① 事業計画の策定・見直しを行うことにより他社との差別化を図り、小規模事業者の売上増加、利益率向上を目標とする。

目標② 広報ツール導入を小規模事業者へ促進し、応用スキル(企業・商品ブランディング、HP・SNS活用、市場分析・顧客分析、販売戦略、PR等の実践的な手法)を習得させることで営業力の強化を図る。また、インターネット販売の利用促進及び商談会、展示会への出展による売上増加事業所の増加を目標とする。

目標③ 事業承継(後継者)の掘り起こし及び円滑な事業承継の体制づくりの構築を目標とする。

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

方針① 事業計画の策定・見直しによる他社との差別化

他社との差別化または事業計画策定に意欲的な小規模事業者を対象に、専門家と連携し小規模事業者の定量分析(財務分析)と定性分析(SWOT分析等)を行い、事業計画の策定及び見直しを図ることで新しいサービス、商品の開発・強化等につなげ、小規模事業者がもつ長所の強化を目指す。

方針② 広報ツール導入・インターネット販売促進及び商談会・展示会への出展支援

広報ツール導入方法及びその実践的な応用スキル(企業・商品ブランディング、HP・SNS活用、市場分析・顧客分析、販売戦略、PR等の実践的な手法)を専門家と連携し個別支援を行う他、新商品の開発及び既存商品のブラッシュアップを考えている小規模事業者に対し、商談会(BtoB)・物産展(BtoC)の案内及び商談会・物産展に必要なFCPシートの作成支援を行っていく。また、小売業、飲食業、サービス業向けにIT・SNSを活用した広報活動の充実・強化支援を目指す。

方針③ 事業承継(後継者)の掘り起こし及び円滑な事業承継の体制づくりの構築

引退を考えている小規模事業者から引継ぎを希望する後継者(他小規模事業者)へ向

けて技術承継セミナーを行う他、事業承継の後継者を募集しマッチングさせる取り組みを行う。また、後継者へのセミナーを開催し、後継者育成を行うことで事業承継の体制づくりを構築する。これにより事業承継計画策定支援を行う。

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、経済動向調査として2種類の調査を行った。1つ目は中小企業景況調査による経済動向を四半期ごとにまとめ、小規模事業者等への巡回を行う際、外部環境把握のための資料として活用した。2つ目は巡回時に小売業・飲食業の新規開業、廃業情報の収集、商店街の空き店舗の情報を収集し、地域経済動向調査のデータとして活用した。

【課題】

とりまとめた情報は巡回や窓口などで個別に情報提供を行ったが、特定の小規模事業者に限られており、より多くの小規模事業者が利活用できる情報提供の方法が課題である。よって、今後は小規模事業者へ向けた幅広い情報提供を行っていく必要がある。また、今までビッグデータについて未活用であり、実態に近い経済動向の情報を伝えるため、今後はビッグデータ等を活用し、地域の経済動向の把握が必要である。

(2) 目標

	公表方法	現状	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国が提供するビッグデータの活用」公表回数	HP 掲載 LINE 掲載	-	1回	1回	1回	1回	1回
「②管内の小規模事業者の景気動向調査」公表回数	HP 掲載 LINE 掲載	4回	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）

当地域において真に稼げる産業や小規模事業者に対し、限られたマンパワーや政策資源を集中投下し、効率的な経済活性化を目指すため、経営指導員等が「RESAS」（地域経済分析システム）を活用した地域の経済動向分析を行い、年1回商工会ホームページ及び商工会公式LINEアカウントにて公表する。

※商工会公式LINEアカウントとは

商工会から小規模事業者に対して、最新施策情報をタイムリーにお届けするために作った情報発信LINE。小規模事業者に有益な情報（補助金、支援金、国・県・町の施策、商談会・展示会、プレミアム付き商品券事業、専門家相談日）を掲載している。

【分析手法】

- ・「地域経済循環マップ・生産分析」→何で稼いでいるか等を分析

- ・「まちづくりマップ・From-to分析」→人の動き等を分析
- ・「産業構造マップ」→産業の現状等を分析
⇒上記の分析を経営指導員等と中小企業診断士等の専門家が連携し行う。

②景気動向分析

当地域の景気動向等について、詳細な実態を把握するため、全国商工会連合会が行う「小規模企業景気動向調査」をベースに調査項目を考案し、管内小規模事業者の景気動向を年4回調査・分析を行う。

【調査対象】管内小規模事業者20社（製造業、建設業、卸売業、小売業、サービス業から4社ずつ）

【調査項目】売上額、仕入価格、設備投資の有無、資金繰り、雇用の増減、受注量及び数、客単価及び数 等

【調査手法】調査票を郵送し返信用封筒で回収する

【分析手法】経営指導員等が専門家と連携して分析を行う

（4）成果の活用

- ・情報収集・調査、分析した結果は商工会ホームページ及び商工会公式LINEアカウントに掲載し、広く管内小規模事業者等に周知する。
- ・経営指導員等が巡回指導を行う際の参考資料とする。

4. 需要動向調査に関すること

（1）現状と課題

【現状】

小規模事業者が販売する商品や提供するサービスの需要動向を提供するため、日経テレコンのPOS情報システム、ミラサポ、九州経済産業局等の情報からその需要動向や業界動向の情報を提供してきた。

また、小売業・サービス業を中心とする商店街の事業者支援として、町内外の消費者に対して消費者購買意識調査、グループインタビューを実施してきた。他にも高齢者から住宅リフォームに関するニーズを建設業中心に情報提供してきた。

【課題】

提供した情報の有効活用が認められないなど、提供した情報量や情報自体に課題があった。また、グループインタビューなど継続実施が難しい調査手法に課題があった。そのため、活用しやすい情報量及び継続実施可能な調査手法に変更する必要がある。

（2）目標

	現状	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
調査対象事業者数	58社	20社	20社	20社	20社	20社

(3) 事業内容

歳末得トクセールを活用

歳末得トクセールに参加している小売業者5社、サービス業者5社、飲食業者10社の合計20社程度を支援対象とする。具体的には、毎年12月に商工会が実施している歳末得トクセールでの抽選券配布時において、管内所在店舗が買い物・サービスを受けた消費者に対して商工会が用意したアンケートを実施し、調査分析の結果を店舗改装、接客、品揃えにフィードバックすることで、魅力ある店舗づくり及び商品・サービスのブラッシュアップを図る。また、この調査の分析結果を事業計画及び販路開拓に反映させる。

※歳末得トクセールとは、プレミアム付き商品券と連動し、町内事業所の歳末の賑わいを醸し出すため、購入金額に応じ、加盟店が消費者に対して抽選券を配り、抽選で消費者に賞品が当たるイベントである。歳末得トクセールに参加している小売業者12社、サービス業者14社、飲食業者30社の合計53社程度が参加している。

【サンプル数】 歳末得トクセール利用の一般消費者アンケート200枚

【調査方法】 歳末得トクセールを年1回実施する。セール参加店にて、買い物及びサービス実施後に、来店客にアンケート調査を実施し情報を集約する。

【分析方法】 経営指導員等が専門家と連携し分析を行う。

【調査項目】 ①当店で選んだ商品・サービス
②選んだ理由（特色、技術、味、知識、品揃え、接客、サービスなど）
③改善点、必要なもの

【調査・分析結果の活用】 分析結果は、経営指導員等が当該小規模事業者へ説明し、今後の事業計画検討及び商品・サービス向上に反映させる。

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

商工会では、個別の経営相談時、税務指導時、労務相談時などの際に経営分析を行っている。現状の把握や自社の強み・弱み等を認識する機会として十分である。なお、令和2年度は融資相談等を受ける小規模事業者が多く分析件数は58社であった。遠賀町商工会第1期経営発達支援計画経営分析の令和3年度目標55社をクリアしたが、実際には定量分析及び定性分析ともに行った分析件数は37社であった。

【課題】

定量分析及び定性分析ともに行うことを目標とし、分析を行う事業所の継続的掘り起こしを行うことが課題である。

(2) 目標

	現状	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
分析セミナー開催件数	-	2回	2回	2回	2回	2回
分析件数	37社	40社	40社	40社	40社	40社

(3) 事業内容

小規模事業者の持続的な経営発達のため、小規模事業者に対して経営状況の分析の重要性を説明または案内し、分析の実施へと働きかけていく。具体的な取り組みとしては、会報による経営分析セミナーの案内チラシと巡回による分析希望者の掘り起こしを行った後、個別で経営分析を行う。

①経営分析セミナー開催

【対象者】他社との差別化または事業計画策定に意欲的な小規模事業者

【周知方法】巡回、個別の経営相談、税務指導、労務相談時及び商工会公式LINEアカウント、商工会ホームページ、会報、町広報、町公式LINEアカウントにて周知を行う。

【講師】中小企業診断士等

【回数】2回

【方法】経営分析セミナーを開催し、経営分析の手法を学ぶ機会を提供する。

【参加者数】10名/回

②小規模事業者への個別支援

【対象者】経営分析セミナー及び巡回・窓口相談で対応した小規模事業者の中から、他社との差別化または事業計画策定に意欲的な小規模事業者を優先して行う。

【分析項目】定量分析（財務分析）と、定性分析（SWOT分析等）の双方を行う。

≪定量分析≫売上高、売上高総利益率、営業利益（特前所得）等

≪定性分析≫強み、弱み、脅威、機会、顧客ニーズの変化、市場動向の変化、競争優位性等

【分析方法】定量分析は商工会のネットde記帳等を活用し、定性分析は小規模事業所へのヒアリングや経済動向調査及び需要動向調査を基にし、小規模事業者と経営指導員や専門家が連携し実施する。

※商工会のネットde記帳とは

インターネットを利用したASPシステムで、一般のソフトと同様、伝票入力や決算、各種申告書作成等が「いつでも、どこでも、誰にでも」簡単に行える経理システムである。財務諸表のみ入力可能なため定量分析にも活用できるものである。

(4) 分析結果の活用

経営状況の分析結果は、当該小規模事業者へフィードバックし、個別の経営相談、税務指導、労務相談時に活用し、事業計画策定及び販路開拓に繋げていく。また、それらの分析結果をデータベース化し、職員間で共有するにより経営指導員等のスキルアップに活用する。

6. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

巡回等による経営分析希望者の掘り起こしにより、事業計画策定を行う小規模事業者は増加しているが、自ら事業計画を策定し経営に活用している小規模事業者は少なく、計画を策定している小規模事業者でも中長期の計画まで策定しているところはほとんどないのが現状である。事業計画策定の動機は、補助金申請、経営改善計画申請、事業承継計画が大半であり、当会が継続的に伴走型支援を行った小規模事業者は、売上高の増加や経営の安定につながるなど一定の成果は上がっている。

【課題】

経営において計画の必要性を感じていない、もしくは計画を作ることが未経験のため技能的に困難であるという小規模事業者は非常に多く、事業計画策定の必要性をいかに周知、浸透させられるかが課題である。

(2) 支援に関する考え方

小規模事業者への事業計画策定支援について、前提となるのは地域の経済動向調査及び需要動向調査を踏まえて経営状況の分析を行っていることである。前述のとおり、自ら事業計画を策定し経営に活用している小規模事業者は少なく、計画を策定していても、中長期の計画まで策定していないのがほとんどであるため、補助金申請を念頭に事業計画策定を促し、経営分析を行った小規模事業者の80%程度を事業計画策定へ誘導する方針である。なお、策定前段階においてDXに向けたセミナー（個別相談含む）を行い、小規模事業者の競争力の維持・強化を目指す。また、商業・工業ともに継続的課題として人材不足、後継者不在が挙げられており、廃業が多くなる中、会社の顧客、技術、付加価値等を継承してくれる人材の育成（営業力の強化、技術力の向上）及び事業承継計画策定を目指す。

① DX 推進セミナー・IT 専門家派遣の開催

DX 推進に向けた IT ツールの導入や Web サイト構築等のセミナーを開催し、DX に関する意識の醸成や基礎知識の習得を目指す。

② 小規模事業者への個別支援

各種補助金申請計画、経営改善計画、経営革新計画、経営力向上計画、事業継続力強化計画、先端設備導入計画、事業計画書等の策定及びITツールの導入事例等の説明を行い小規模事業者の経営力向上を目指す。

③ 事業承継への支援

事業承継の後継者を募集しマッチングさせる事業承継個別面談会を行う。また、後継者への教育方法についてのセミナーを開催し、後継者育成を行うことで、営業力の強化、生産性向上を図り、事業承継個別面談会及び後継者育成セミナーを行うことで、実践的な事業承継計画の策定にもつなげる。

(3) 目標

	現状	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
DX 推進セミナー	-	1回	1回	1回	1回	1回
事業計画策定事業者数	58社	30社	30社	30社	30社	30社
後継者育成セミナー	-	1回	1回	1回	1回	1回
事業承継計画策定事業者数	-	2社	2社	2社	2社	2社

(4) 事業内容

①-1 DX 推進セミナー開催

【支援対象】DX に興味がある又は DX 活用課題のある小規模事業者または事業計画策定希望者。

【周知方法】巡回、個別の経営相談、税務指導、労務相談時及び商工会公式LINEアカウント、商工会ホームページ、会報、町広報、町公式LINEアカウントにて周知を行う。

【講師】IT 専門家または IT スキルをもつ中小企業診断士

【回数】1回

【カリキュラム】DX 総論や具体的な活用事例、クラウド型顧客管理ツールの紹介、SNS を活用した情報発信方法、EC サイトの利用方法を習得してもらう。

【参加者数】セミナー方式で5名程度

①-2 小規模事業者への個別支援

【支援対象】経営分析が完了した小規模事業者

【周知方法】巡回、個別の経営相談、税務指導、労務相談時及び商工会公式LINEアカウント、商工会ホームページ、会報にて周知を行う。

【講師】事業計画策定を得意とする中小企業診断士等

【方法】

事業計画策定には、地域の経済動向調査、需要動向調査、経営分析の結果を活用する。事業計画の策定支援は経営指導員が日時と場所を設定し専門家と連携して面談を行い、各小規模事業者に応じた事業計画策定を支援する。また、事業計画策定時にITツールの活用についての説明を加えて行う。

②-1 後継者育成セミナー

【支援対象】後継者（後継者候補）を有する小規模事業者

【周知方法】巡回、個別の経営相談、税務指導、労務相談時及び商工会公式LINEアカウント、商工会ホームページ、会報、町広報、町公式LINEアカウントにて周知を行う。

【講師】 事業承継を得意とする中小企業診断士等

【回数】 1回

【方法】 後継者育成セミナーを開催し、組織の考え方、PDCA、プレゼンスキル、営業方法、接遇対応、ブランディングなど組織運営に必要な内容や後継者のスキルアップに必要な内容などを経営指導員と専門家が連携し、カリキュラムを構築する。

【参加者数】 セミナー方式で10名程度

②-2 事業承継者への個別支援

【支援対象】 技術継承や顧客引継ぎを希望する小規模事業者または創業者（後継者候補）

【周知方法】 巡回、個別の経営相談、税務指導、労務相談時及び商工会公式LINEアカウント、商工会ホームページ、会報、町広報、町公式LINEアカウントにて周知を行う。

【講師】 事業承継を得意とする中小企業診断士等

【方法】 事業承継（引退）を考えている小規模事業者が、技術継承や顧客引継ぎを希望する小規模事業者または創業者（後継者候補）に対して、情報を伝える個別面談を開催し、各小規模事業者の実情に応じた事業計画策定を支援する。

7. 事業計画策定後の実施支援に関すること

（1）現状と課題

【現状】

事業計画策定後のフォローアップは、担当した経営指導員の判断により巡回や窓口、電話対応等の方法で計画の遂行状況確認を行っている。事業計画の大半は補助金申請であるため補助事業遂行の際に、どのように計画を実施してよいかわからないなどの声もある。なお、計画策定後に計画変更などの見直しが必要なケースがある。

【課題】

計画は道筋であり成果を出すことが目的であるため、計画策定後の計画実行をどのように進めるかのサポートが重要である。また、計画変更などがあった場合、目標達成が見込めるのか、その方法などについて再度計画の見直しが必要である。

（2）支援に関する考え方

事業計画を策定した全ての事業者を対象とし、事業計画の進捗状況の確認を定期的に行い、計画の変更があった場合や実行方法で悩んでいる小規模事業者に対し、訪問回数を増やして集中的に支援を行う。なお、専門家と連携し、共に事業計画の見直しや修正・実行支援を行う。

(3) 目標

	現状	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	37社	32社	32社	32社	32社	32社
頻度（延回数）	-	78回	78回	78回	78回	78回
内訳	一般事業者	-	54回	54回	54回	54回
	重点事業者	-	12回	12回	12回	12回
	事業承継者	-	12回	12回	12回	12回
売上額増加事業者数	-	3社	3社	3社	3社	3社
営業利益率前年比 1%以上増加の事業者数	-	3社	3社	3社	3社	3社

※年間フォローアップ回数目標の考え方

一般事業者 27社×2回=54回

重点事業者 3社×4回=12回

事業承継者 2社×6回=12回

合計 78回

(4) 事業内容

【頻度】

事業計画を策定する32社について原則年2回の巡回・窓口相談を行い、重点事業者については年4回、事業承継者に対しては年6回の巡回・窓口相談を行う。

※重点事業者とは

急激な外部環境の変化に伴い、事業計画の見直しが必要な場合や事業計画策定後の実行方法に悩んでいる小規模事業者。

【方法】

事業計画を策定した小規模事業者へ進捗状況を確認した後、事業計画の見直しが必要な小規模事業者に対して、販売促進（集客・売上アップ、販路開拓、企業・商品ブランディング、HP・SNS活用、市場分析・顧客分析、販売戦略、PR）等の実践的な手法の個社支援を専門家と連携し行う。

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】

商工会では、ホームページ内に管内小規模事業者の検索システムを導入しており、提供する商品・サービスの情報発信支援を行っている他、歳末セールによる購買意欲の向上、小規模事業者の状況に応じた物産展、商談会の実施及び案内、特産品及び農商工連携による新商品の取扱店の販売支援、プレミアム付き商品券による新たな販路開拓支援を行っている。

※特産品とは

遠賀菜種油、遠賀の赤芋（芋焼酎）、純米吟醸 遠賀の雫（日本酒）、純米焼酎 遠賀の雫～第2章～（米焼酎）、遠賀べいめん、遠賀の愛（めぐみ）3種等

【課題】

前述の需要開拓支援は小規模事業者のPRに一定の効果をもたらしているが、まだ小規模事業者の情報を知らない町内外の住民が多く、小規模事業者の情報を効果的に発信し、さらに積極的なPRを行うことにより販促効果を高めることが必要である。また、BtoCで営業を行う小規模事業者の多くは一般消費者へ向けての広報不足が課題である。

(2) 支援に関する考え方

商工会が実施する販路開拓支援は、いままでどおり管内小規模事業者の検索システムへの登録、歳末のセールの実施、小規模事業者の状況に応じた物産展、商談会の実施及び案内、特産品及び農商工連携による新商品の販路拡大、プレミアム付き商品券による新たな販路開拓支援を需要動向調査で得た消費者の声・データを活用し行う。その中で、新商品の開発及び既存商品のブラッシュアップを考えている飲食業や小売業等の小規模事業者に対し、商談(BtoB)・物産展(BtoC)の案内及び商談会・物産展に必要なFCPシートの作成支援を行っていく。また、小売業、飲食業、サービス業向けにIT・SNSを活用した広報活動の充実・強化支援を行う。

(3) 目標

	現状	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商談会の出展事業者数	5社	5社	5社	5社	5社	5社
成約件数/社	-	1社	1社	1社	1社	1社
②展示会(イベント)の出展事業者数	5社	5社	5社	5社	5社	5社
売上額/月	-	1万円/月	1万円/月	1万円/月	1万円/月	1万円/月
③IT・SNS活用支援事業者	-	10社	10社	10社	10社	10社
売上額/月	-	1万円/月	1万円/月	1万円/月	1万円/月	1万円/月

(4) 事業内容

①商談会出展事業(BtoB)

新商品の開発及び既存商品のブラッシュアップを考えている小規模事業者を対象に、商談会の案内を行う。商談会の案内は、商工会ホームページ及び商工会公式LINEアカウントなどを使用し広く広報を行うが、生産量が各事業者によって違うため、商談会案内の選択は商工会で行い個別にも案内を行う。その中で商談会出展希望者があった場合、FCPシートのような申請書の作成支援、プレゼン内容など必要に応じた支援を行う。なお、紙ベースだけの情報量では限界があるため、会社独自のホームページの作成支援も必要に応じて行う。

(案内をする商談会)

・独自商談会

概要：遠賀町内の量販店にて新商品(テイクアウト商品、加工食品)の展示会を行う。

対象者：新商品開発及び既存商品のブラッシュアップを考えている小規模事業者

規模：5社程度

・福岡よかもん定期商談会

概要：福岡県の農林水産物を活用した商品に関心を持つバイヤーに対し個別に自社商品を

アピールする事ができる商談会

対象者：新商品開発及び既存商品のブラッシュアップを考えている小規模事業者
規模：100社程度

・FOOD STYLE Kyushu

概要：小売・中食・外食業界へ販路拡大をするための商談展示会

対象者：新商品開発及び既存商品のブラッシュアップを考えている小規模事業者
規模：600社程度

・全国食の逸品EXPO

概要：全国の地域性豊かな食材・飲料を首都圏へ販路拡大外食・中食・小売バイヤーへアプローチできる商談と学びの展示会

対象者：新商品開発及び既存商品のブラッシュアップを考えている小規模事業者
規模：50,000人

②物産展出展事業（BtoC）

新商品の開発及び既存商品のブラッシュアップを考え、販路開拓を行う小規模事業者を対象に物産展の案内を行う。物産展の案内は、商工会ホームページ及び商工会公式LINEアカウントなどを使用し広く広報を行うが、賞味・消費期限、保存方法、出展ルールなど違いがあるため、物産展案内の選択は商工会で行い個別にも案内を行う。その中で物産展出展希望があった場合、商品の陳列、ディスプレイ、ポップ・チラシや商品パッケージ、店舗への来店導線についてSNS（LINE公式アカウント等）を活用し、顧客の囲い込みを行うことにより、次の販売につながるよう支援する。

（案内物産展）

・DOCOREふくおか商工会ショップ

概要：福岡県商工会連合会が運営するアンテナショップ

対象者：新商品開発及び既存商品のブラッシュアップを考えている小規模事業者
規模：400アイテム、100人/1日の来場者数

・よかもん市場（EC）

概要：福岡県の特産品・名産品をお取り寄せできる、公的機関が運営する通販サイト

対象者：新商品開発及び既存商品のブラッシュアップを考えている小規模事業者
規模：1,100アイテム

・ニッポン全国物産展

概要：全国商工会連合会が主催する全国各地からご当地グルメ自慢の味と特産品の物産展

対象者：新商品開発及び既存商品のブラッシュアップを考えている小規模事業者
規模：出展社数400社 20,000人/1日の来場者数

・楽天市場（EC）

概要：楽天グループ株式会社が運営するインターネットショッピングモール

対象者：新商品開発及び既存商品のブラッシュアップを考えている小規模事業者
規模：1億人以上

③IT・SNSの活用支援

飲食業、サービス業の小規模事業者を対象に、集団で基礎知識を学ぶセミナーと応用編である利用方法を学ぶ個別相談会の2つを開催する。募集の方法は商工会ホームページと商工会公式LINEアカウント、会報、町広報、町公式LINEアカウントであり、セミナーの定員は5名程度とする。講師は外部のIT・SNSの専門家を活用し、下記ツールにて広報内容を消費者の購買意欲増加及び販売促進のため、魅せ方・伝え方・表現の仕方、情報詳細の書き方など消費者への伝え方を支援する。

- ・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レンド力向上・販売促進強化
- ・ECサイト（オンラインストア）活用支援による通販開始・通販強化

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】

経営発達支援計画に関する事業評価委員会を年2回開催している。事業評価委員会の公表は行っていない現状にある。評価委員会は商工会（会長、副会長2名、総務委員長・副委員長、事務局長、経営指導員2名）と遠賀町産業振興課長、福岡県商工会連合会、外部有識者（中小企業診断士）の11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、職員と外部有識者（中小企業診断士）で進捗状況会議を年1回行っている。

【課題】

全体的に活発な意見、事業の評価についての議論はなされているため、評価委員会自体の課題はないが、事業の経過状況・結果に対する見直しの公表を行う等、小規模事業者に対しての情報発信が課題である。

(2) 事業内容

評価委員会の構成を、法定経営指導員、遠賀町産業振興課長、中小企業診断士（外部有識者）、福岡県商工会連合会、商工会（会長、副会長2名、総務委員長・副委員長、事務局長）で組織し、商工会にて年2回のサイクルで事業の評価・見直しを行う。その間、進捗状況会議を年1回行う。

なお、評価委員会で評価された内容については、小規模事業者への個社支援へのアプローチとして、商工会ホームページや商工会公式LINEアカウントで公表する。また、ホームページ等で閲覧できない小規模事業者用に商工会事務所にペーパーで常に閲覧できるようにする。

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】

経営指導員等の資質向上の取り組みに関しては、福岡県商工会連合会主催の各種職種別の研修、中小企業大学の経営指導員研修、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。事業者への支援に関しては、全職員で対応しているが、個々の担当職員しかわからな

い・判断がつかない専門分野が多いため、担当職員が不在の際は事業者への対応が困難な場合もある。

【課題】

今後さらなる支援力強化を図るためには、より支援ニーズにマッチした資質向上への取り組みが重要となる。また、職員同士の情報の共有・チームワークの強化を図り、遠賀町商工会全体としての支援力の強化が必要である。

下記の取り組みを実施することにより、職員全体の資質レベルの向上を図り、職員一体となった伴走型支援を実施することを目指す。

(2) 事業内容

①外部講習会等の積極的活用

福岡県商工会連合会が主催する職種別、分野別の専門的な研修に参加することで専門知識の習得に加え、福岡県が主催する研修会や日本政策金融公庫が開催する研修会に積極的に参加することで伴走型支援として経営支援能力の向上を図る。

特にSNSやビジネスアプリは、次々と新しいものが開発されるため、それぞれの機能や有効な使い方などの活用法を学ぶ必要がある。よって、LINE公式アカウントやYouTube、Facebook、Instagram、ビジネスアプリについての講習会には積極的に参加し、DX推進に向けて、小規模事業者への情報提供や経営指導を行うために、まずは職員が知識取得に取り組む。

②OJT制度の導入

巡回支援や窓口相談の機会に、小規模事業者が抱えている課題に対し、経営指導員の指導の過程に意図的に経営支援員を組み込み、キャリアに応じたチーム編成で指導を実施するなど、一緒になって諸問題を解決することにより、OJTが積極的に行われ組織全体としての支援能力の向上を図る。特に、IT系の専門相談については、2人1組となって諸問題に取り組みOJTで知識取得を図る。

③職員間でのプレゼンテーションの開催

研修会等へ出席した職員が順番で講師を務め、経営支援の内容等を他の職員へプレゼンテーションを行うことにより本人の理解度を深め、他の職員へ内容を共有することによりブラッシュアップや情報提供の質の向上など、職員の支援能力の向上を図る。

④データベース化

担当経営指導員等が商工イントラシステムへデータ入力を適時・適切に行い、全職員が担当職員不在の場合でも小規模事業者の状況等を相互共有できるようにすることで、担当外の職員でも対応ができるようにする。

※商工イントラシステム

福岡県商工会連合会が導入しているクラウドサービスで、事業者管理、商工会業務管理（日誌）等の情報共有が可能。福岡県下の全ての商工会が利用しており、事業者の情報や経営カルテの一元管理ができ、商工会内の職員は誰でもその情報を閲覧することができ、情報共有が手軽に行えるシステム。

(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)

現状の遠賀町商工会の職員及び遠賀町産業振興課担当職員で構成

商工会		遠賀町 産業振興課	
事務局長	1名	課長	1名
法定経営指導員	1名	係長	1名
経営指導員	1名	係員	1名
経営支援員	3名	計	3名
	計6名		

当事業は商工会 6 名が主体となり実施し、町はセミナー等での広報支援・会場確保・設営協力や他組織との調整及び予算措置を受け持ち、計画を遂行する。

(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 丹生 宜秀

連絡先 遠賀町商工会 TEL:093-293-0165

②法定経営指導員による情報の提供及び助言

経営発達支援事業の実施・実施にかかる指導及び助言、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

①商工会

〒811-4307 福岡県遠賀郡遠賀町遠賀川2丁目6番地18号

遠賀町商工会

TEL:093-293-0165 / FAX:093-293-7196 E-mail : onga@shokokai.ne.jp

②関係市町村

〒811-4392 福岡県遠賀郡遠賀町大字今古賀513番地

遠賀町 産業振興課

TEL:093-293-1252 / FAX:093-293-0806 E-mail : sangyou@town.onga.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	2,550	2,550	2,550	2,550	2,550
I 経営発達支援事業					
3. 地域の経済動向調査 (印刷費・消耗品費)	150	150	150	150	150
4. 需要動向調査 (印刷費・消耗品費、専門 家謝金・旅費等)	150	150	150	150	150
5. 経営状況の分析 (専門家謝金・旅費、セミ ナー開催費)	500	500	500	500	500
6. 事業計画策定支援 (印刷費・消耗品費、専門 家謝金・旅費、セミナー開 催費)	500	500	500	500	500
7. 事業計画策定後の実施支 援(専門家謝金、旅費)	500	500	500	500	500
8. 新たな需要の開拓 (専門家謝金、旅費、セミ ナー開催費、印刷費・消耗 品費、イベント開催費)	500	500	500	500	500
9. 事業の成果、評価及び見 直し(専門家謝金・旅費、 印刷費)	150	150	150	150	150
10. 経営指導員等の資質向上 (専門家謝金・旅費、印刷 費等)	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

- 【補助金】国・県・町等
【自己財源】会費・手数料収入等

(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