

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	小竹町商工会 (法人番号) 4 2 9 0 8 0 5 0 0 5 6 7 3 小竹町 (地方公共団体コード 4 0 4 0 1 2)
実施期間	令和 6 年 4 月 1 日～令和 1 1 年 3 月 3 1 日
目標	①魅力ある商品・サービスの開発・提供する小規模事業者の販路開拓支援 ②小規模事業者の自立的な経営力強化による事業継続の実現 ③小規模事業者との対話と傾聴を通じて、個々の課題を設定した上で、地域経済を支える小規模事業者の力を引き出し、地域全体での持続的発展の取組みへ繋げる
事業内容	3. 地域の経済動向調査に関すること ①地域の経済動向調査 国が提供するビッグデータ等を活用し、地域の経済動向分析を行う。 ②景気動向調査 ヒアリングシートを使用した聞き取り調査を行い、回収したデータを整理し、外部専門家と連携し分析を行う。 4. 需要動向調査に関すること ①魅力ある商品・サービスの開発を支援するために、マーケットインの考え方を取り入れたアンケート調査を行う。 5. 経営状況の分析に関すること ①小規模事業者自らが本質的な課題を抽出し、自社の強み・弱みなどの気づきを与えることで、自社の経営課題等を把握し、事業計画の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。 6. 事業計画策定支援に関すること ①DX 推進セミナーの開催 ②事業計画策定セミナーの開催 7. 事業計画策定後の実施支援に関すること ①事業計画策定支援を行った小規模事業者に対し巡回訪問を行い、事業計画の進捗状況を確認し目的達成ができるまでのフォローアップを行う 8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること ①アンテナショップや商談会への出展支援 ②SNS を活用した販路開拓支援
連絡先	小竹町商工会 〒820-1103 福岡県鞍手郡小竹町大字勝野 3519-6 TEL 0949-62-0315 FAX 0949-62-5163 E-mail:kotake@shokokai.ne.jp 小竹町企画調整課 〒820-1192 福岡県鞍手郡小竹町大字勝野 3167-1 TEL 0949-62-1214 FAX 0949-62-1140 E-mail:shoko@town.kotake.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						
◆立地						
当商工会の管轄地域である小竹町は、福岡県のほぼ中央にあり、北部は直方市と宮若市、西部は宮若市、南部は飯塚市、東部は直方市と飯塚市に隣接している。昔から長崎街道を擁す交通要衝の地でもあり、現在は遠賀川沿いの国道200号、これと並走するJR九州筑豊本線が、飯塚方面から北九州方面への交通の要衝となっている。また、福岡市や北九州市の都市圏のほぼ中間地点にあり交通アクセスにおいて好立地におかれている。						
						
◆小竹町の人口						
小竹町の人口は、昭和30年において19,843人と町制施行以来の最高値を示したが、石炭産業の衰退とともに人口の流出が続き、昭和35年から昭和45年までの間で7,274人が減少し、急激に過疎化が進んだ。						
現在では7,048人（令和5年7月末現在、住民基本台帳より）まで減少し続け、国立社会保障・人口問題研究所が公表している「日本の地域別将来推計人口」によると、令和22年には4,166人にまで減少すると推測されている。						
また、65歳以上の人口が増加しており、令和3年4月時点で高齢化率は41.75%となり、今後も人口減少及び高齢化は進んでいくことが予想される。						
小竹町の人口の推移（小竹町 HP より）						
年月	平成30年	令和元年	令和2年	令和3年	令和4年	令和5年
人口(人)	7,752	7,554	7,151	7,279	7,119	7,048
世帯数(世帯)	3,900	3,855	3,210	3,830	3,806	3,786

◆小竹町の産業

小竹町では石炭産業の衰退により地域の活力低下を余儀なくされ、新規産業の創出は鉱害問題により立ち遅れた。しかしながら、小竹町は福岡市、北九州市の双方の中間地点にあり、高速道路のインターチェンジ、町の中心部を走る鉄道、空港や港などへのアクセスに優れた立地条件の優位性（九州自動車道若宮 IC まで車で約 25 分、福岡空港まで約 1 時間）を活かして、企業誘致を積極的に推進しており、九州全域はもちろん、アジアを視野に入れた工業都市への転換を目指している。町内の工業団地は完売状態であり、特に隣接する宮若市にあるトヨタ自動車九州株式会社関連の製造業が多く進出している。この企業誘致は小竹町の経済の活性化や雇用の創出などに大きく貢献している。

また、町内の業種別事業所数は下記の通りであり、建設業、製造業、小売業、医療・福祉の事業所が多く、そのほとんどが小規模事業者である。

産業別景況感について、建設業は落ち込んでいた受注が回復傾向にあるが、材料費の単価上昇により採算は悪化している。製造業に関しては、若干の動きはあるものの、全体では横ばいとなっている。小売業は、仕入れ価格の上昇などから、大幅な悪化となっている。

小竹町の業種別事業所数（令和 3 年度経済センサス-活動調査より）

業種	事業所数	小規模事業者数
建設業	41	40
製造業	43	30
運輸業、郵便業	20	15
卸売業	9	7
小売業	35	30
金融業、保険業	1	0
不動産業、物品賃貸業	5	4
学術研究、専門、技術サービス業	4	4
宿泊業、飲食サービス業	5	4
教育、学習支援業	9	2
医療、福祉	46	11
複合サービス業	3	2
サービス業（他に分類されないもの）	25	20
合計	246	169

◆小竹町総合計画

○工業の振興

【基本的方向】

商工会等関係機関と連携し、中小企業の経営基盤の強化や育成のための経営革新など、総合的な中小企業の支援を行います。

【主な取組】

①経営力強化に向けた支援

地場企業の振興と雇用の場の確保・拡充を図るため、資格取得やスキルアップ支援等の人材育成に係る支援や、関係機関と連携した中小企業の経営の安定と高度化の支援、地場企業の PR に取り組みます。

②経営基盤の強化

商工会等関係機関と連携しながら、相談・指導体制の強化と各種助成制度等の有効活用を促進し、経営基盤の強化を支援します。

○商業の振興

【基本的方向】

商工会と連携を図りながら、消費者ニーズを的確にとらえ、既存店舗の経営の合理化や近代化を促進し、住民の消費生活の利便性向上や商業の拡充・強化を図ります。

【主な取組】

①経営安定化への支援

商業の活性化を図るため、商工会との連携により、創業スクールを開催し、新規創業者の開拓はもとより、創業から間もない経営者の経営基盤の安定に向けた支援を行います。

②経営基盤の強化

商工会を通じ、経営・労務・金融等の相談や経営体質の改善への対応を図る企業への支援により、中小企業の経営基盤の強化に努めます。

②課題

◆地域の課題

【町内の人口減少】

地域の現状及び課題の「小竹町の人口」で記載の通り、小竹町は本格的な人口減少局面を迎えつつあり、地域商工業にもたらす地域購買力の低下が深刻な問題となっている。

【町外への消費流出】

町内には核となる商店街がないことから、消費者は駅近くに進出してきた大型ディスカウント店（スーパーセンタートライアル）や、町外の大型商業施設を利用することが多く、町内の小売店舗で買い物をすることがほとんどない。

◆商工業の課題

【商業（主に小売業）】

町内の事業者は、人口減少が著しい地域住民をターゲットとするだけでは事業が成り立っていかないことから、域外（飯塚・直方地区）へ地道に販路を開拓し、新規顧客の確保に努め、なんとか事業を継続している。

企業の誘致が進み、そこで働く就労者の数も増えたが、町内での購買に結び付いておらず、また駅利用者に関しても取り込みができていない。これらの人々や町内の人々は大型ディスカウント店へ買い物利用が集中している。

【工業（主に製造業）】

工業においては、町内の工業団地に自動車関連や電機関連の製造業などが誘致企業として数多く進出してきている。

その中には、小規模ながら高い技術をもち、関東・関西への部品供給を行っている事業所なども存在している。

一定の規模がある事業者は、自動車や電機関連の仕事を受注することが出来ているが、事業者の規模が小さくなればなるほど、技術力としては受注可能な仕事であっても、生産設備や検査体制等の問題で受注できないことが少なくない。

(2) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

① 10年程度の期間を見据えて

当商工会地域の小規模事業者は、人口の減少や大型店への購買力の流出により、今後もより厳しい環境におかれることは、避けられない状況である。

このことを踏まえ、小竹町と連携を図りながら、消費者ニーズを的確に捉え、既存店舗の経営の合理化や近代化を促進し、小規模事業者の経営基盤の強化に取り組んでいかなければならない。

10年先を見据えて、行政や各団体との連携を強化し、販路拡大の支援に係る情報提供・事業計画策定・需要の開拓に資する提案や支援を伴走型で実施していく。

② 第5次小竹町総合計画との連動性・整合性

小竹町の第5次総合計画(後期基本計画)では、基本テーマ「活力に満ち、発展を続ける町」の中で地域経済の活性化と、雇用の更なる確保を図るため、「事業拡大を目指す工業の振興」と「地域に密着した商業の振興」がかかげられている。

その中に、「町内の商店を活性化するため、個々の店舗の自助努力を促すとともに、大型店では求めることのできない、消費者が必要とするモノとサービスを提供できる店づくり、消費者の購買意欲が湧くような魅力ある商店づくりに努める必要がある。」としており、また「商工会を通じ、経営・労務・金融等の相談や経営体質の改善への対応を図る企業への支援により、中小企業の経営基盤の強化に努めます」とある。

これらの考えは、経営発達支援事業の目標である、小規模事業者の魅力ある商品・サービスの開発・販路開拓支援や経営力強化支援の取組内容と概ね一致しており、それぞれの計画における目標達成に向け、小竹町と商工会は連動性・整合性を図っている。

③ 商工会としての役割

商工会としては、「第5次小竹町総合計画(後期基本計画)」を踏まえ、地域経済の形成に大きな役割を果たしている小規模事業者の経営に関する身近な相談機関として、各小規模事業者と対話による信頼関係を築き、事業者の本質的課題の把握・共有に努め、事業者自らが課題に向き合い解決できるように支援を行う。また、セミナーの開催や斡旋などを積極的に行い、経営に関する知識習得の機会を創出するとともに、新たな取り組みに挑戦する事業者を発掘し、経営分析による事業の可視化、事業計画策定につなげ、計画の進捗状況の把握及び遂行中に発生した課題の解決に向けた支援を実施することによって、事業者の持続的発展を目指していく。

(3) 経営発達支援事業の目標

上記(1)地域の現状及び課題および(2)小規模事業者に対する長期的な振興のあり方を踏まえ、本事業において、重点的に支援を行うべき小規模事業者は、魅力ある商品・サービスの開発・提供する食品製造小売業と飲食業とし、下記の通り目標を定める。

①魅力ある商品・サービスの開発・提供する小規模事業者の販路開拓支援

②小規模事業者の自立的な経営力強化による事業継続の実現

③小規模事業者との対話と傾聴を通じて、個々の課題を設定した上で、地域経済を支える小規模事業者の力を引き出し、地域全体での持続的発展の取組みへ繋げる

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

①魅力ある商品・サービスの開発・提供する小規模事業者の販路開拓支援

市場ニーズを踏まえながら町内の小規模事業者の魅力ある商品・サービスの開発を事業計画策定支援を通して促進する。また、小規模事業者の目指す商圈やレベルに応じた展示会・商談会・アンテナショップを活用した販路開拓支援や、IT技術を活用した販路開拓支援を通じて、新たな需要を開拓し、魅力あふれる地域づくりに貢献する。

②小規模事業者の自立的な経営力強化による事業継続の実現

激変する環境変化に対応し、業務改善をはかっていく上で、財務データ等から見える表面的な経営課題だけでなく、事業者との対話と傾聴を通じて経営の本質的な課題を事業者自らが認識することに重点を置き、本質的課題を反映させた事業計画策定の支援を行う。

また、将来的な自走化を目指し、多様な課題解決ツールの活用提案を行いながら、事業者が深い納得感と当事者意識を持ち、自らが事業計画を実行していくための支援を行う。

③小規模事業者との対話と傾聴を通じて、個々の課題を設定した上で、地域経済を支える小規模事業者の力を引き出し、地域全体での持続的発展の取組みへ繋げる

人口減少社会において地域経済の維持、持続的発展に取り組む上で、地域を支える個々の小規模事業者への経営課題の設定から課題解決の伴走において、経営者や従業員との対話を通じて潜在力を引き出すことにより、個社にとどまらず地域全体で課題に向き合い、自己変革していく機運を醸成する。

I. 経営発達支援事業の内容

3. 地域の経済動向調査に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

地域の経済動向調査や実態把握については、商工会独自のヒアリングシートを使

用した独自調査を行い、小竹町の地域経済動向に関する情報を収集・整理・分析し、その結果をホームページで公表している。

【課題】

これまで実施してきた調査は、ビッグデータ等を活用した専門的な分析ができていないため、小規模事業者の事業計画策定や計画実施支援をより専門的、そして的確に支援するために商工会独自調査と合わせて国が提供するビッグデータ等を活用分析した上で、情報を提供する必要がある。

(2) 目標

	公表方法	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
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	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 地域の経済動向分析（国が提供するビッグデータの活用）

地域の小規模事業者に地域経済及び消費動向を用いて、より専門的で的確な支援を行うため、「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い、年1回公表する。

【調査手法】

経営指導員等が「RESAS」（地域経済分析システム）を用いて情報を収集し、地域の経済動向分析を行う。

【調査項目】

- ・地域経済循環マップ →地域のお金の流れを分析
 - ・産業構造マップ →地域の産業別の現状を分析
 - ・まちづくりマップ →人口や人の流れを分析
- ⇒上記の分析を総合的に分析し、事業計画策定支援等に反映する。

② 景気動向分析

管内の景気動向等の詳細な実態を把握するため、商工会独自のヒアリングシートにて、年4回調査・分析を行う。

【調査手法】

町内の事業者の現状を把握するため、経営指導員等が巡回・窓口相談時に商工会独自のヒアリングシートを使用し、聞き取り調査を行い、回収したデータを整理し、外部専門家と連携し分析を行う。

【調査対象】

町内の小規模事業者20社（建設・製造・小売・サービスから5社ずつ選定）

【調査項目】

売上額・採算・資金繰り・設備投資・従業員数・景況感・業況・問題点

(4) 調査結果の活用方法

収集した情報は、地域経済動向の基礎資料として、小規模事業者の事業計画策定等の基礎データとして活用する。また、調査結果は商工会ホームページにて公表し

広く地域事業所等に周知する。

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

これまで需要動向調査に関しては、新型コロナウイルスの為に軒並みイベントが中止となり、実施できなかった。

【課題】

消費者ニーズを把握するための調査等を実施していないので、新商品の開発や販路開拓に取り組む小規模事業者への消費動向等を踏まえた根拠ある情報提供ができていなかった。

今後はマーケットインの考え方を取り入れたアンケート調査を実施し、支援事業者にとって商品やサービスの開発・改善につながる有益な情報をフィードバックすることによって、事業計画策定につなげていく必要がある。

(2) 目標

	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
一般消費者ニーズ調査/ 対象事業者数	—	5者	5者	5者	5者	5者

(3) 事業内容

魅力ある商品・サービスの開発を支援するために、マーケットインの考え方を取り入れたアンケート調査を行い、新たな販路開拓に向けた支援を行う。具体的には、小竹町民まつり※において来場者アンケートを実施し、調査結果を分析した上で当該事業者へフィードバックすることで商品やサービスの開発・改善に資する。また、当該調査の分析結果を経営分析及び事業計画策定に反映する。

※小竹町民まつり

毎年11月の第2日曜日に行われる小竹町主催の町民まつり。町内外から多くの来訪者が訪れる。

【調査対象】 他社と差別化を図る魅力ある商品・サービスの開発・改良に取り組む食品製造小売業や飲食業の5者

【調査手法】

(情報収集)

町内外から多くの来訪者がある小竹町民まつりの来場者に対して商品の試食やサービスを体感してもらい、経営指導員等が聞き取りの上、アンケート調査を行う。

(情報分析)

調査結果は、販路開拓等の専門家（中小企業診断士）に意見を聞きつつ、経営指導員等が分析を行う。

【サンプル数】 来場者50人

【調査項目】・居住地、性別、年代、家族構成

- ・価格、品質、量、デザイン
- ・サービス、接客
- ・購入意欲、満足度、改善点

(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、経営分析支援や販路開拓支援、既存商品・サービスの改良・改善、新たな商品の開発等に繋げる。また、小規模事業者の事業計画策定等に活用する。

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

巡回や窓口相談時において、金融斡旋や経営革新計画策定、各補助金申請相談時には財務分析を中心とした経営分析を行っているが、財務分析以外の面では、実施していない。

【課題】

これまで実施しているものの、金融斡旋や補助金申請支援等の一環としての経営分析で留まっているため、本質的な課題の把握に繋がっていない。経営分析の重要性をしっかりと事業者に伝え、理解していただく必要があるため、「対話と傾聴」を通じて、経営の本質的課題の把握に繋げる。

(2) 目標

	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
経営分析事業者数	5者	20者	20者	20者	20者	20者

(3) 事業内容

①経営分析を行う事業者の発掘

需要動向調査対象事業者や税務相談所※利用事業者を中心に経営指導員等が巡回訪問を行い、チラシ等を活用しながら経営分析の必要性を訴え、説明を行う際には対話と傾聴を通じて、自社の強み・弱みなどの気づきを与えることで、自社の経営課題等を把握し、事業計画の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。

※税務相談所

商工会内にある会計帳簿の記帳から税務申告までの一貫した継続指導を行う組織の呼称で、事業者の経営状況の把握ができる。

②経営分析の内容

【対象者】

前述「①経営分析を行う事業者の発掘」の取組みにより発掘した自社の経営課題に意識を持った経営分析に意欲的な事業者20者

【分析項目】

定量分析たる「財務分析」と定性分析たる「非財務分析」の双方を行う。

- ◆財務分析：収益性・生産性・安全性・成長性
- ◆非財務分析：対話と傾聴を通して、自社の強み・弱み・機会・脅威などの内部環境や外部環境を整理する。

【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」や中小企業基盤整備機構の「経営自己診断システム」等を活用し、経営指導員等が分析する。非財務分析に関しては、SWOT分析のフレームを活用して分析する。

（４）分析結果の活用

経営分析等で得られた情報を用いて経営の現状や問題点を明確にし、当該事業者にフィードバックし、事業計画策定の際の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】

経営革新計画策定、補助金申請、融資申込時などの事業計画書策定支援の一環として支援を行ってきたが、制度活用に向けた事業計画策定となっている。また、DXについて意識して経営活動に活かしている小規模事業者は少ない。

【課題】

補助金申請や融資申込等で必要な時にのみ計画策定をするという限定的な事業計画策定支援に留まっており、事業者にとっての持続的発展や経営基盤強化等につながる計画策定支援ができていない。

DXについては、小規模事業者が関心を持って取り組めるような環境づくりが必要である。

（２）支援に対する考え方

小規模事業者に対し、事業計画策定の意義や重要性を漠然と述べても、実質的な行動や意識変化を促せる訳ではないため、具体的な事例や事例発表等を交えた事業計画策定セミナーを開催する。

また、事業計画策定前段階においてDXに向けたセミナーを開催し、小規模事業者の競争力の維持・強化を目指す。

経営分析を行う際は、伴走支援を通じて事業者が自社の強み・弱みなどの気づきを得、現状を正しく認識した上で、分析に基づき、事業者が当事者意識を持って課題に向き合い、事業計画策定に能動的に取り組むため、対話と傾聴を通じて最適な意思決定のサポートを行う。

（３）目標

	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
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	5 者	10 者	10 者	10 者	10 者	10 者
------------	-----	------	------	------	------	------

(4) 事業内容

①DX推進セミナーの開催

DXに関する意識の醸成や基礎知識を習得するためセミナーを開催し、DXに向けたITツールの導入やWebサイトの構築等の取り組みを推進する。

【支援対象】経営分析を行った事業者及びDXに興味を持っている事業者

【募集方法】商工会のホームページによる情報発信や募集チラシの配布周知、巡回や窓口相談時に案内する。

【講師】IT専門家等

【回数】年1回

【参加者数】15者

【カリキュラム】

- ・DX総論、DX関連技術（クラウドサービス、AI等）や具体的な活用事例
- ・SNSを活用した情報発信方法
- ・ECサイトの利用方法

②事業計画策定セミナーの開催

事業計画策定セミナーを開催することにより小規模事業者の事業計画策定を支援する。専門家によるセミナー形式とすることで、複数事業者に対して効率的に専門家の事業計画策定ノウハウを提供可能となり、その後の事業計画策定へとつなげていく。

【支援対象】経営分析を行った事業者

【募集方法】経営分析を行った事業者に対して声掛けを行う。

【講師】中小企業診断士等

【回数】年1回

【参加者数】15者

【カリキュラム】事業計画策定の意義や個々の経営課題を解決して消費者のニーズに添えるような事業計画の策定

【支援手法】事業計画策定セミナーの受講者に対し、経営指導員等が張り付き、外部専門家を交えて確実に事業計画策定につなげていく。

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】

これまでは事業計画を策定した事業者に対して経営指導員が巡回訪問し、フォローアップを行っているが、中には事業計画が滞っている事業者もいる。

【課題】

経営指導員が巡回訪問はしているものの、回数や時期も不定期であり、経営指導員の裁量に任されているため、もっと計画的なフォローアップが必要である。

(2) 支援に対する考え方

事業計画を策定したすべての事業者に対して、事業計画の進捗状況により、訪問

回数を増やして集中的に支援すべき事業者と、ある程度順調と判断し、訪問回数を減らしても支障のない事業者を見極めたうえで、フォローアップを行う。

また、自走化を意識し、経営者自身が「答え」を見出すこと、対話を通じてよく考えること、経営者と従業員と一緒に作業を行うことで現場レベルで当事者意識を持って取り組むことなど、計画の進捗フォローアップを通じて経営者へ内発的動機づけを行い、潜在力の発揮につなげる。

(3) 目標

	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
フォローアップ 対象事業者数	5者	10者	10者	10者	10者	10者
頻度（延回数）	20回	54回	54回	54回	54回	54回
売上増加 事業者数	—	5者	5者	5者	5者	5者
利益率3%以上 増加の事業者数	—	2者	2者	2者	2者	2者

※年間フォローアップ回数目標の考え方

3者（3ヶ月に1回）→3者×4回＝12回（一般事業者）

7者（2ヶ月に1回）→7者×6回＝42回（進捗状況の悪い小規模事業者）

合計 54回

(4) 事業内容

事業計画策定支援を行った小規模事業者に対し、原則、3ヶ月に一度巡回訪問し、事業計画の進捗状況を確認し目的達成ができるまでのフォローアップを行う。進捗状況の悪い事業者に対しては、2ヶ月に1回のフォローアップとし、進捗是正の支援に努める。また進捗状況が思わしくなく、計画が滞っている場合は問題点や課題の洗い出しを行い、事業計画の見直しを支援して持続的な発展に繋げる。さらに国・県などの支援施策の情報提供なども行い、必要に応じて福岡県商工会連合会や専門家と連携し課題解決に向けた支援を行う。

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】

現在、小規模事業者への販路開拓については、福岡県商工会連合会による展示会・商談会等の情報提供を中心とした支援に留まっており支援内容が十分といえない。また町内の小規模事業者は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おらず、商圈が近隣に限られた範囲に留まっている。

【課題】

町内の小規模事業者は、町内居住者をターゲットにした狭い商圈で事業を行っていることから、今後は従来からの顧客に加え、広範囲での販路開拓を行わなければならないため、町内の小規模事業者に合わせた商談会等を提案していく必要がある。そして、今後の新たな販路の開拓にはDXが必要であることを理解・認識してもらい、取り組みを支援していく必要がある。

(2) 支援に関する考え方

経営状況の分析、事業計画策定を行った魅力ある商品・サービスの開発に取り組む食品製造小売業と飲食業を重点的に支援する。商工会は自前で商談会等を開催するのは困難であるため、既存の商談会等の出展を目指す。なお、小規模事業者の規模や段階にあった商談会等を検討し、県内での販路開拓は「DOCOREふくおかショップ」への出品支援、九州または全国規模を目指すには「Food EXPO Kyushu」へ出展支援を行う。出展にあたっては、経営指導員等が事前・事後の出展支援を行うとともに、出展期間中には、陳列、接客など、きめ細やかな伴走支援を行う。

DXに向けた取り組みとして、SNS情報発信による営業・販路開拓に関する相談対応を行い、理解度を高めた上で、導入にあたっては必要に応じてIT専門家派遣を実施するなど事業者の段階に合った支援を行う。

(3) 目標

内容	支援事業者数/成果	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
①DOCORE ふくおかショップ出品	支援事業者数	—	2者	2者	2者	2者	2者
	売上額/者	—	3万円	3万円	3万円	3万円	3万円
②Food EXPO Kyushu 出展	支援事業者数	—	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
③SNS活用事業所数	支援事業者数	—	5者	5者	5者	5者	5者
	売上増加率/者	—	10%	10%	10%	10%	10%

(4) 事業内容

①DOCOREふくおかショップ出品支援

事業計画策定支援を行った事業者や魅力ある商品やサービスの開発に取り組む小規模事業者の中から、町内外、県内へ販路開拓に取り組む意欲ある事業者を対象に、DOCOREふくおかショップ※への出品支援を行うことにより、販路開拓を支援する。

アンテナショップへ出品時には、店舗顧客分析資料を基に商品の選定から訴求率の高い販促ツールの作成指導等を行い、出品期間終了後には、福岡県商工会連合会からフィードバックされた売上データや顧客の需要動向調査を分析し、更なる商品等の改良を支援する。また、必要に応じて販路開拓等の専門家派遣を行い継続した支援を行う。

※DOCOREふくおかショップ

福岡県商工会連合会が運営するアンテナショップ。福岡県内の隠れた逸品や生まれたての商品など約400種類を取り扱っており、福岡市の都市部での販路開拓支援を行う。このアンテナショップは博多マルイ2階に常設されており、令和3年度の購買客数は25,356人。

②Food EXPO Kyushu国内外食品商談会出展支援

DOCOREふくおかショップに出展している事業者のうち、商品開発や商品のブラッシュアップに意欲的な県外へ販路開拓に取り組む事業者を対象としてFood

d EXPO Kyusyu 国内外食品商談会※への出展を促し、新たな販路開拓の支援を行う。

商談会出展前には、専門家と経営指導員等が出展書類の作成・商談方法・商品展示方法などを支援し、出展後は新規顧客へのアプローチ方法や商品の品質、デザインなどのブラッシュアップ等について支援を行う。

※Food EXPO Kyusyu 国内外食品商談会

世界的にも優れた高付加価値の九州産農林水産物、加工食品を国内外に発信し、地場食品関連企業の更なる売上向上、販路拡大及び地域経済の振興を目的としている。

この商談会は毎年10月に福岡国際センターで開催されており、約130社のバイヤーが参加し、約40,000人の来場者がある。

③SNSを活用した販路開拓支援

重点支援を行う管内の食品製造小売業と飲食業は、現状の顧客が町内を中心とした狭い商圈で事業を行っていることから、より遠方の顧客を取込むため、取り組みやすいSNSを活用し、宣伝効果を向上させるためITの専門家を交えて事業者の実力に合わせた段階的な支援を行う。

II. 経営発達支援事業の円滑な実施に向けた支援力向上のための取組

9. 事業の評価及び見直しをするための仕組みに関すること

(1) 現状と課題

【現状】

商工会の会長等役員、職員に加え外部有識者（中小企業診断士）を加えたメンバーで年に1度事業評価会議を開催し、事業評価を行っている。

【課題】

事業評価会議は定性的な評価を中心に行っており、定量的な評価が実施できていない。売上高や利益率等の定量的な評価基準を設け、数値に基づいた評価を行う必要がある。

(2) 事業内容

本会の会長等役員、小竹町企画調整課長、法定経営指導員、外部有識者（中小企業診断士）のメンバーで年に1度評価会議を開催する。定量的な成果（売上高、利益率等）や事業実施状況の評価・見直しを行い、改善の方針を決定する。評価結果は理事会で報告し事業実施方針等に反映させるとともに、商工会事務所内にいつでも閲覧可能にし、商工会ホームページにおいて公表する。

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主催する職種別研修会への参加や福岡県商工会職員協議

会が開催する勉強会への参加に加え、商工会独自の勉強会を開き、資質の向上と情報の共有化を行っている。

【課題】

研修会や勉強会への参加はしているものの、研修内容や支援ノウハウを共有していない。また、職員のD Xに関する知識がほとんどないため、小規模事業者への指導を行うにあたって、知識の習得やノウハウを蓄積し支援能力を向上させる必要がある。

(2) 事業内容

①外部講習会等の積極的活用

【経営支援力向上セミナー】

経営指導員及び経営支援員の支援能力の一層の向上のため、中小企業庁が主催する「経営指導員研修」や全国商工会連合会主催の「経営指導員等 WEB 研修※」を経営指導員等が受講し、能力向上を図る。

※経営指導員等 WEB 研修

全国の商工会・商工会議所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に知識と情報が網羅された研修サイトで、365日24時間閲覧可能である。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。

【D X推進に向けたセミナー】

小規模事業者のD X推進への対応のため、経営指導員及び経営支援員のI T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中小企業基盤整備機構が開催する「I T支援力向上講習会」に積極的に参加する。

〈D Xに向けた取り組み〉

- ・D Xの進め方や導入事例等
- ・I TツールやSNS の活用等
- ・デジタル化のための補助金活用等

【コミュニケーション能力向上セミナー】

全職員を対象にした対話力向上等のコミュニケーション能力を高める研修を実施することにより、支援の基本姿勢（対話と傾聴）の習得・向上をはかり、事業者との対話を通じた信頼の醸成、本質的課題の掘り下げの実践につなげる。

②勉強会の開催

毎月1度、商工会内で職員全員による勉強会を開催し、経営支援ノウハウ・事業計画進行状況・成果等を職員間で共有する。また職員が経営支援の基礎から話の出し術にまでの経営発達支援に関するテーマを自ら決定し、順番で講師を担当し、他の職員に講義をすることで、職員相互の資質の向上を図る。

③O J Tによる資質向上

支援経験の豊富な経営指導員と経営支援員とがチームを組成し、担当業務以外の

経営支援に同行し、支援のあり方を実際に見聞きして、O J Tにより支援能力の向上を図る。

④自己啓発

職員の自主的な能力向上にむけて経営発達支援事業に役立つ公的資格の取得の促進を行う。

⑤情報の共有化

個々の職員が所有する支援ノウハウや小規模事業者の経営状況の分析結果を共有フォルダに集約し、いつでも誰でも閲覧可能・編集可能にし、職員間で情報を共有及び活用し支援能力の向上を図る。

(別表 2)

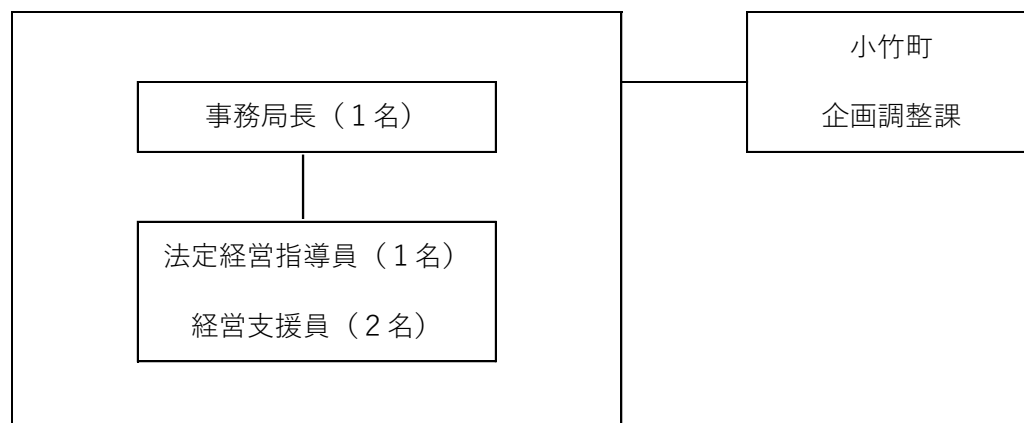
経営発達支援事業の実施体制

(別表 3)

経営発達支援事業の実施体制

(令和 5 年 1 1 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)



(2) 商工会及び商工会議所による小規模事業者の支援に関する法律第 7 条第 5 項に規定する経営指導員による情報の提供及び助言に係る実施体制

① 法定経営指導員の氏名、連絡先

氏 名：大宮 哲也

連絡先：小竹町商工会 TEL 0949-62-0315

② 法定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に係る指導及び助言、目標達成に向けた進捗管理、事業の評価・見直しをする際の必要な情報の提供等を行う。

(3) 商工会、関係市町村連絡先

①小竹町商工会

〒820-1103 福岡県鞍手郡小竹町大字勝野 3519-6

TEL 0949-62-0315 FAX 0949-62-5163

E-mail kotake@shokokai.ne.jp

②小竹町企画調整課

〒820-1192 福岡県鞍手郡小竹町大字勝野 3167-1

TEL 0949-62-1214 FAX 0949-62-1140

E-mail shoko@town.kotake.lg.jp

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	900	900	900	900	900
地域経済動向調査	0	0	0	0	0
需要動向調査	100	100	100	100	100
経営状況の分析	100	100	100	100	100
事業計画策定支援	100	100	100	100	100
事業計画策定後支援	100	100	100	100	100
販路開拓	500	500	500	500	500

(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・福岡県補助金、小竹町補助金、会費収入、受託料収入

(備考) 調達方法については、想定される調達方法を記載すること。

(別表 4)

経営発達支援計画を共同して作成する商工会又は商工会議所及び関係市町村以外のもの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