

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	若宮商工会（法人番号 2290805005675） 宮 若 市（地方公共団体コード 402265）
実施期間	令和4年4月1日～令和9年3月31日
目標	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 販路開拓・拡大支援による売上・利益の増加</li> <li>2. I T・D X活用によるビジネスモデルの再構築</li> <li>3. 事業承継支援の強化により廃業率低下</li> <li>4. 脇田温泉を核とした観光関連事業者の売上・利益の増加</li> </ol>
事業内容	<p>経営発達支援事業の内容</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>3. 地域の経済動向調査に関すること             <ol style="list-style-type: none"> <li>①地域の経済動向分析 ②地域内小規模企業景気動向分析</li> </ol> </li> <li>4. 需要動向調査に関すること             <ol style="list-style-type: none"> <li>①宮若市特産品と脇田温泉を核とする観光関連調査</li> </ol> </li> <li>5. 経営状況の分析に関すること             <ol style="list-style-type: none"> <li>①経営分析セミナーの開催 ②経営分析</li> </ol> </li> <li>6. 事業計画策定支援に関すること             <ol style="list-style-type: none"> <li>①D X推進セミナーの開催 ②事業計画策定セミナーの開催</li> </ol> </li> <li>7. 事業計画策定後の実施支援に関すること             <ol style="list-style-type: none"> <li>①事業計画策定事業者に対するフォローアップ</li> </ol> </li> <li>8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること             <ol style="list-style-type: none"> <li>①商談会・展示会への参加支援</li> <li>②I T・D Xを活用した販路開拓支援</li> </ol> </li> <li>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</li> <li>10. 経営指導員等の資質向上等に関すること</li> </ol>
連絡先	<p>若宮商工会 〒822-0101 福岡県宮若市福丸 250-1 TEL:0949-52-0640 FAX:0949-52-1765 E-mail:wakamiya@shokokai.ne.jp</p> <p>宮若市 産業観光課 〒823-0011 福岡県宮若市宮田 29-1 TEL:0949-32-0519 FAX:0949-32-9430 E-mail:syoukou@city.miyawaka.lg.jp</p>

## 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

宮若市は、福岡都心から約 35 km、北九州市小倉北区から約 35 km と両政令指定都市のほぼ中間に位置し、総面積 140 km<sup>2</sup> である。

###### ・ 沿革

平成 18 年 2 月に旧宮田町と旧若宮町が合併を行い宮若市が発足。市内には、旧宮田町を管内とする宮若商工会議所と、旧若宮町（以下当地域とする）を管内とする若宮商工会の 2 団体が併存している。令和 2 年 4 月 1 日現在、当地域の人口は 9,042 人である。20 年前の平成 2 年と比較すると 1,201 人減少しており、割合としては 88.2% と大幅に減少している。

###### ・ 人口（推移）

	平成 2 年	平成 12 年	平成 27 年	令和 2 年
人口（当地域）	10,243	9,964	9,441	9,042
減少率	100.0	97.2	92.1	88.2

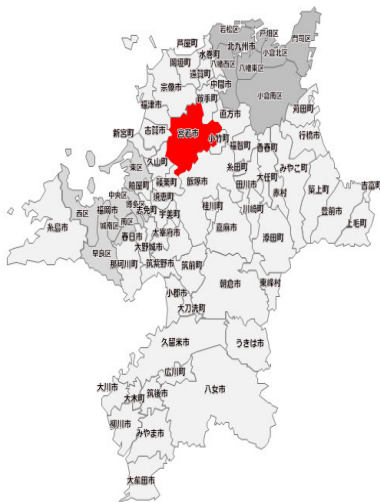
※減少率は、平成 2 年を 100 とした比較

（総務省・国勢調査）

###### ・ 交通

交通面においては、鉄道は無く J R 運営のバス路線及び市が運営するコミュニティバス路線がある。国道は東へ北九州方面、西は福岡方面が主要幹線道路であるが、九州各地を結ぶ九州自動車道の 2 つのインターチェンジを有し、広域のアクセスが充実していることから、トヨタ自動車九州株式会社関連企業を中心に、各種製造部品や運送・運搬の要になっている。

(宮若市の位置)



(宮若市の地図)



・産業

地域の産業は、旧宮田町は明治17年に石炭採掘が開始されて以来、石炭産業で栄えて来たが、昭和30年代から始まったエネルギー革命の影響による炭鉱閉山後は、工場誘致により自動車産業を中心とした工業の町として発展した。一方、当地域は、美しい山々に囲まれた自然豊かな農村地域であるため農業を主な産業とし、また、脇田温泉や国指定史跡の竹原古墳などによる観光のまちとして発展してきた。



<脇田温泉・湯の禅>

<国指定文化材・竹原古墳>

<各種葡萄>

当地域の商工業者数は令和2年の調査では383社であり、商工業者数を産業別に分類すると「サービス業」が最も多く179社(46.7%)、次いで「卸売業・小売業」が94社(25.8%)、「建設業」が73社(19.0%)、「製造業」37社(9.6%)の順となる。なお、10年の増減率で見ると、全体としては、ここ10年で1割の減少となる。業種別の増減で見ると建設業の減少幅が大きいですが、これはここ10年の公共工事の落ち込みと経営者の高齢化などが影響をしている。小規模事業者の割合は全体では356社(92.9%)、特に建設業に至っては73社(100.0%)となっており、地域経済における小規模事業者の役割がいかに重要であることを示す結果となっている。

		建設業	製造業	卸売小売業	サービス業	合計
令和 2年	商工業者数	73	37	94	179	383
	小規模事業者数	73	30	89	164	356
平成 27年	商工業者数	82	37	99	186	404
	小規模事業者数	82	33	99	171	385
平成 12年	商工業者数	91	33	101	191	416
	小規模事業者数	91	27	97	173	388
10年 増減率	商工業者数	80.2	112.1	93.0	93.7	92.0
	小規模事業者数	80.2	90.0	91.7	94.7	91.7

[出典] 若宮商工会作成「商工会実態調査」再編加工  
小規模事業者数については商工会独自調査

・新しい動き

令和3年9月、宮若市と株式会社トライアルホールディングスとの間で、「リテールAI技術開発拠点の開設等に関する連携協定」が締結され、当地域において日本初のリモートワーク

タウンづくりが始まった。キャッチフレーズは「むすんで、ひらくまち」である。遠く離れていても、リモート技術でむすばれて、その結果、人の叡智が花ひらき、「まち」も「人」も世界に向けて広くひらかれるまちづくり構想である。



A I 研究開発施設外観



A I 研究開発施設入口

#### ・宮若市総合計画

宮若市の第2次宮若市総合計画によれば、宮若市は商業の振興について次の3つの施策、

- 施策1 「観光と連動した商店街の活性化」
- 施策2 「中小事業者の経営支援と新規事業者の育成」
- 施策3 「地域に密着した商業の活性化」

を掲げ、特に施策3の「地域に密着した商業の活性化」を重点施策としている。

工業の振興としては、次の2つの施策、

- 施策1 「地場産業の育成、新規創業の支援」
- 施策2 「事業者間の交流、連携機会の拡大」

を掲げ、宮若市中小企業振興条例に基づき、「中小企業の経営支援」・「新規創業・事業拡大に対する支援」を実施することで経営を支援し、雇用を増やすとしている。

#### ②課題

##### ・観光業が直面する経営環境の変化

当地域は豊かな自然をいかした「脇田温泉」を核に、旅館業・飲食業・小売業等の観光関連産業が一体となって発展してきた。現在は、新型コロナウイルス感染症の影響により、インバウンド顧客が消滅し、団体客の激減により、非常に厳しい経営環境に晒されている。また、観光産業はすそ野が広く、地域の農業者や小売業者との取引も多いため、地域の産業が苦境に立たされている。これからも、当地域が福岡県内有数の観光地としてありつづける為には、旅館・飲食・小売業に携わる小規模事業者が大手企業との差別化を図る必要がある。また、脇田温泉全体としてのブランド力向上の為には、行政と支援機関が一体となったプロモーション活動が課題である。

さらに、本会が中心となり育ててきた宮若市PRマスコットキャラクター（宮若追い出し猫）を、脇田温泉や観光の新たな集客にどのように活用するかなどの検討も必要である。

##### ・少子高齢化・人口減少による地域購買力の低下

当地域の人口は、平成2年10,243人、令和2年には9,042人と30年で人口が1割以上減少しており、高齢化比率も毎年のように上昇し、少子高齢化の進行による、地域商工業にもたらす地域購買力の低下が深刻な課題となっている。

また、事業者の高齢化により、ITやインターネットを駆使した販路拡大やキャッシュレス決済の対応、SNSを活用した時代の変化に対応できない事業者も多く、廃業リスクを高める要因となっていることから、小規模事業者に対するIT・DXの支援が喫緊の課題である。

・小規模事業者の減少による担い手不足

当地域における事業者数は、平成12年416社であったが、令和2年では383社となり10年間で約1割減少している。同様に小規模事業者数も、平成12年388社あったが、令和2年には356社と約1割減少している。宮若市は、総合計画の中で創業支援に注力しており、本会としても、創業支援と事業承継支援の強化が課題である。

「宮若追い出し猫」解説 宮若追い出し猫振興会（商標登録第4056709号）

400年ほど前、西福寺というお寺に猫好きな和尚さんが住んでおり、ある時、一匹の大ねずみが住み着き近隣を荒らして回り、その後和尚さんにも危害がおよぶようになり、見かねた飼い猫が何百匹もの仲間を集め、見事大ねずみを退治。追い出し猫は、この民話をもとに災いを追い出し、福を招く縁起物としてつくられました。（災い退散、開運招福のお守りとして）

## （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

当地域の今後10年を見据えると、人口減少・高齢化は避けられず、経営者の高齢化や後継者不足による廃業が増加することが予想される。

小規模事業者においては、経営環境が激変していく中で、IT・DXを活用した生産性の向上、新たな販路開拓による売上・利益の向上が強く求められている。

本会においては、マーケットインの発想により、小規模事業者の商品・サービスの付加価値を向上させ、新たな販路拡大を行っていくことが必要である。さらに、新型コロナウイルス感染症の影響で売上が激減している事業者も多く、長期的な視点で積極的な経営戦略が実行できるよう資金面の安定を図ることも重要である。

地域の産業としては、脇田温泉を核とした観光産業の振興と令和3年度に設立されたAI研究開発施設を核とした宮若市との連携によるIT・DX関連企業の創出が要となる。

### 2 宮若市総合計画との連動制・整合性

第2次宮若市総合計画（2018年度～2027年度）において、「ひと・みどり・産業が輝くふるさと宮若—市民・地域・産業が賑わう住みよいまちを目指して—」を目標に掲げ、商工観光関連に関する主な施策として「観光と連動した商店街の活性化」、「中小事業者の経営支援と新規事業者の育成」、「地域に密着した商業の活性化」、「地場産業の育成・新規創業の支援」、「事業者間の交流・連携機会の拡大」を掲げており、地域密着で小規模事業者の持続的成長を支援する本会の方針とも合致し、連動性・整合性を有している。

### ③若宮商工会としての役割

商工会としては、「第2次宮若市総合計画」、「宮若市中小企業振興条例」を踏まえ、本会の10年の期間を見据えた長期的な振興の在り方をもとに、地域経済社会の形成に大きな役割を果たしている小規模事業者に寄り添った、伴走型支援を継続的に実施することで、小規模事業者振興と発展を図る。

### (3) 経営発達支援事業の目標

小規模事業者の現状・課題・長期的な持続的発展を踏まえ、本計画期間における目標を以下のとおりとする。

- ① 販路開拓・拡大支援による売上・利益の増加
- ② IT・DX活用によるビジネスモデルの再構築
- ③ 事業承継支援強化による廃業率低下
- ④ 脇田温泉を核とした観光関連事業者の売上・利益の増加

## 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】 販路開拓・拡大支援による売上・利益の増加

販路開拓の支援対象には、福岡県の経営革新計画の承認を目指す（または承認を受けた）小規模事業者と宮若市特産品認定委員会で特産品の認定を受けた小規模事業者を優先する。選定された事業者は、販路拡大を行う為にも、事業計画を策定し、計画に従い商品・サービスのブラッシュアップを行う。販路開拓に必要な機器等の環境整備の為、小規模事業者持続化補助金等の支援施策を積極的に活用する。特産品の認定を受けた事業者の支援には、各種商談会への参加を促し、具体的な販路拡大の支援を行う。

##### 「宮若市特産品認定委員会」解説

現在事業者が持つ商品、また新たな商品の品質と地域特産品としての位置づけ等、地域内外へ明確な説明と自信をもって発信するための特産品認定委員会を若宮商工会が平成25年に設置。外部、消費者の代表者含む7名で構成し、3部門各10項目の認定審査基準を設け、合格点数を獲得した商品を宮若市長に報告後認定とする。同委員会で特産品の認定を受けた小規模事業者は26者、認定商品点数は90品である。（令和3年度11月現在）

## 【方針2】IT・DX活用によるビジネスモデルの再構築

事業の持続的発展には、環境の変化に対応することが不可欠である。インターネットは、企業を取り巻く様々な状況を一変させ、今や小規模事業者もこれに対応できなければ顧客から支持を得ることができなくなり、しいては廃業を早めることにもなりかねない状況になっている。一方で事業者の高齢化は進み、対応ができるところとできないところの格差が広がっている。これを改善する為、商工会は、DX推進セミナーの開催、IT専門家派遣等により支援を実施する。

## 【方針3】事業承継支援の強化により廃業率低下

事業承継に関しては、特に60歳以上で後継者が決まっていない経営者にターゲットを絞り、円滑な事業承継ができるよう、経営指導員による伴走支援を行う。支援にあたっては、福岡県事業承継・引継ぎ支援センターと連携を密にして実施し、事業承継計画策定につなげていく。

## 【方針4】脇田温泉を核とした観光関連事業者の売上・利益の増加

当地域において、地域産業の振興の要は、脇田温泉を核とした観光産業である。観光産業はすそ野が広く、地域の様々な事業者に波及する。観光地としての魅力を高めるには小規模事業者の商品・サービスを時代の変化にあわせた魅力向上が求められる。

本事業では、事業計画策定を通じた補助金の活用、経営分析データの情報提供、専門家の助言等を通じ、魅力ある脇田温泉と個店の魅力創出への支援を行い、福岡で有数の観光地となるよう支援する。

## 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]

本会による独自調査は実施しておらず、全国商工会連合会が実施する「小規模企業景気動向調査」、株式会社日本政策金融公庫が実施する「全国中小企業動向調査結果」を経営指導員が巡回時に情報提供を行っている。

##### [課題]

地域の経済動向については、ビッグデータ等を活用した専門的な分析が出来ていなかったため改善して実施する。調査結果については、ホームページを活用し、広く当地域の事業者等に周知する。

#### (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）を活用し、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・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

当地域の景気動向等についてより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」に独自の調査項目を追加し、当地域の小規模事業者の景気動向等について年4回調査・分析を行う。

【調査手法】調査票を郵送もしくは巡回により手渡し、返信用封筒で回収する。  
 経営指導員が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】当地域の小規模事業者30社（製造業、建設業、卸売業、小売業、サービス業から）

【調査項目】売上額、仕入金額、経常利益、資金繰り、雇用 等

### (4) 成果の活用

- 調査した結果はホームページに掲載し、当地域の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]

全体的な消費者アンケートは実施しているものの、小規模事業者の販売する商品・サービスや売上・利益増につながるという観点では十分な調査は実施されていなかった。

#### [課題]

これまで実施した消費者アンケートは、経営状況分析、事業計画策定とはつながっていない。今後は、小規模事業者の売上・利益増につながるマーケットインの考えに基づき本調査に取り組んでいく。



調査結果は、事業計画策定に反映させ、商品・サービスの開発、販売につながるよう支援する必要がある。

## (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調査対象 事業者数	—	5者	5者	5者	5者	5者

## (3) 事業内容

地元産品を活用し、新商品の販路開拓や既存商品の改良を行いたい「宮若市特産品認定委員会」で認定された事業者や脇田温泉を核とする観光関連事業者を5者選定し、展示会出展時に来場するバイヤーやその他専門家からの意見をアンケート形式で調査する。また、当調査の分析結果を各支援対象者の事業計画に折り込み、実現可能性を高める。

【調査対象者】 「宮若市特産品認定委員会」で認定された事業者や脇田温泉を核とする観光関連事業者。

【サンプル数】 1者あたり来場者10名

【時期】 年1回、10月～11月

【調査手段・手法】 バイヤー、販売促進、デザインの専門家、その他イベント関係者などを対象に調査。調査票に上記調査対象者が記入。商品の改善に必要だと思われる項目を厳選する。

【分析手段・手法】 調査結果は、中小企業診断士等の専門家に意見を聞きつつ、経営指導員が分析を行う。

【調査項目】 ①味 ②サイズ ③価格 ④パッケージ 等

【調査・分析結果の活用】 分析結果は、経営指導員等が当該事業者に対して直接説明する形でフィードバックし、更なる改良等を行う。

## 5. 経営状況の分析に関すること

### (1) 現状と課題

[現状]

これまで金融斡旋・税務対策・労働対策・販路開拓相談や補助金申請などを通じ、経営状況を知っていただくために経営分析を行ってきた。だが、個人事業者となると貸借対照表まで作成した事業者は29%しかおらず、ほとんどの個人事業者は日々の経営に追われ自社の状況が把握されてないのが現状である。経営分析を通じ、そういった事業者へ対して出来るだけ分かりやすく現状把握がどれだけ大切かを説明してきた。

[課題]

今後は、それぞれの事業者の経営状況を分析することが経営に極めて重要であることを理解してもらうため、定期的にセミナーを開催する。また、巡回・窓口相談を活用し、対象の掘り起しを行う。

## (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	12者	40者	40者	40者	40者	40者

## (3) 事業内容

### 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。

【募集方法】チラシを作成し、ホームページで広く周知、巡回・窓口相談時に案内。

### ②経営分析の内容

【対象者】当地域の事業者のうち、意欲的な事業者 40 者程度

【集客方法】商工会のホームページ、会報等で周知する他、経営指導員等巡回・窓口相談を活用し参加を促す。経営者の年齢が 60 歳以上で後継者の定まっていない事業者については、別途個別に案内を行う。

【分析項目】定量分析たる「財務分析」と、定性分析たる「SWOT分析」の双方を行う。

<財務分析>売上高、経常利益、粗利益率 等

<SWOT分析>強み、弱み、脅威、機会 等

【分析手法】経済産業省の「ローカルベンチマーク」、中小機構の「経営計画つくるくん」等のソフトを活用し、経営指導員等が分析を行う。

非財務分析はSWOT分析のフレームで整理する。

## (4) 分析結果の活用

○分析結果は、当該事業者にフィードバックし、事業計画の策定等に活用する。

○分析結果は、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]

小規模事業者は、経営資源に乏しく日々の作業に追われることが多いため、企業の成長に有益である事業計画についても、その意義や効果を把握していないケースが多く、策定しているものは少ない。当会では、これまで補助金申請等の面談をする際に、事業計画の重要性について説明し、事業計画の策定に向けて進めるようにしているが、事業計画を立てるだけでPDCAサイクルがうまく機能していないケースが多い。

### [課題]

補助金申請を入口とする事業計画策定は、事業計画を策定するきっかけとしてはよいが、補助金を受けることで目的が終始し事業計画がその場限りとなってしまうがちである。事業計画を着実に実行する為には、経営指導員等の定期的なフォローアップ支援が課題である。補助金申請も電子申請が一般化し、社会の様々な場面でIT化が加速している中、小規模事業者のIT化、DXに対する意識は低く、IT・DXに対する意識の向上は喫緊の課題である。

## (2) 支援に対する考え方

2023年10月から導入されるインボイス制度をふまえ電子インボイスへの対応や補助金申請における電子申請など、IT化の取組が加速する中で、今後、小規模事業者にも様々な局面でDXに向けた取組が必要だと理解・認識させるための支援（DXに向けた意識の向上の為、DXに関するセミナーの開催）が必要である。

また、小規模事業者に対し、事業計画策定の意義や重要性を漫然と述べても、実質的な行動や意識変化を促せる訳ではないため、「事業計画策定セミナー」のカリキュラムについても、工夫し事業計画策定を目指す。

## (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
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	7者	40者	40者	40者	40者	40者

## (4) 事業内容

### ①「DX推進セミナー開催・IT専門家派遣」の開催

経営分析を行い、解決すべき課題、向かうべき方向性が明確になった事業者に対し、課題の解決の手段としてITツールやデジタル技術等が重要になってくる。

そのため事業計画を策定する前の段階で、事業者に対し現在どのようなITツールやデジタル技術があるかについて情報提供を行い、それを踏まえた事業計画策定ができるよう、DX推進セミナーを開催する。

【支援対象】DXの取り組みが可能な事業者。

【募集方法】商工会のホームページ・会報で周知する他、巡回・窓口相談により案内。

【講師】DXの取り組みに精通している、中小企業診断士

【回数】年1回

【参加人数】40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
- ・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針
- ・ ECサイトの利用方法 等

また、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、経営指導員等による相談対応・経営指導を行う中で必要に応じてIT専門家派遣を実施する。

## 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を対象とする

【募集方法】 商工会のホームページ・会報で周知する他、巡回・窓口相談により案内。

【講師】 中小企業診断士

【回数】 年1回

【カリキュラム】

- ・ 事業計画策定の意義、効果
- ・ 身近な計画策定事例

【参加者数】 40者

【支援手法】 事業計画策定セミナーの受講者に対し、経営指導員等が担当制で張り付き、外部の専門家も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]

事業計画を策定しても、事業者自身事業計画の有益性の理解不足もあり、策定しただけになることが多い。また、計画実施に努めようとする場合であっても、外部環境の変化にうまく対応できず、思ったように進捗できないことがある。

[課題]

事業者自身で事業計画を実践・継続するためには、事業計画のPDCAサイクルを円滑に回す仕組み作りが必要である。PDCAサイクルが軌道にのるまでは、経営指導員が定期的に巡回訪問を行い支援する必要がある。

### (2) 支援に対する考え方

事業計画を策定した全ての事業者を対象とするが、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ない事業を見極めた上で、フォローアップ頻度を設定する。

### (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	10者	40者	40者	40者	40者	40者

頻度（延回数）	14回	200回	200回	200回	200回	200回
売上増加 事業者数	2者	5者	5者	5者	5者	5者
利益率3%以上 の事業者数	2者	5者	5者	5者	5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、経営指導員が独自様式のフォローアップシートを用いて巡回訪問等を実施し、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40者のうち、5者は毎月1回、35者は四半期に一度とする。ただし、事業者からの申出等により、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する場合には、外部専門家など第三者の視点を投入し、当該ズレの発生要因及び今後の対応方針を検討の上、フォローアップ頻度の変更等を行う。

### 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]

販路開拓については、福岡県・福岡県商工会連合会・全国商工会連合会等が主催する商談会・展示会の情報提供や特産品等のブラッシュアップにより、販路開拓に努めてきた。

一方で、近年のIT・DXの活用については、当地域内小規模事業者の多くがITを活用した集客・販売に関心があるものの、「高齢化」、「知識不足」、「人材不足」等の理由により、ITを活用した販路開拓・生産性向上や業務改善、DXに向けた取組が進んでおらず、商圏が近隣の限られた範囲にとどまっている。

##### [課題]

商談会・展示会の出展に係る情報提供については、これまでも実施しているものの、商談会・展示会出展の事前・事後のフォローアップが不十分であったため売上増加には、なかなかつながらないことも多いので、改善した上で実施する。

また、IT・DXを活用した販路開拓については、今後事業を継続・拡大するためには必須であることを理解・認識してもらい、取組みを支援していく必要がある。

#### （2）支援に関する考え方

当地域は、温泉と農業を主体とした観光産業が盛んであることから、経営状況の分析、事業計画策定支援を行った意欲ある旅館・飲食店を中心に、ECサイトへの掲載を推進する。

商工会が自前で商談会・展示会等を開催するのは困難なため、福岡県内で開催される各種商談会展示会、福岡県商工会連合会や全国商工会連合会等が首都圏で開催する既存の展示会への出展を目指す。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。

特に、「宮若市特産品認定委員会」で認定された小規模事業者の商品については、重点的に支

援する。

DXに向けた取組として、データに基づく顧客管理や販売促進・SNS情報発信・ECサイトの利用等、IT活用による営業・販路開拓に関するセミナー開催や相談対応を行い、理解度を高めた上で、導入にあたっては必要に応じてIT専門家派遣等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

	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展示会出展事業者数	—	2者	2者	2者	2者	2者
売上額／者	—	10万円	10万円	10万円	10万円	10万円
②商談会参加事業者数	1者	4者	4者	4者	4者	4者
成約件数／者	—	3件	3件	3件	3件	3件
③SNS活用事業者	—	10者	10者	10者	10者	10者
売上増加率／者	—	10%	10%	10%	10%	10%
④ECサイト利用事業者数	1者	5者	5者	5者	5者	5者
売上増加率／者	—	10%	10%	10%	10%	10%
⑤ネットショップの開設者数	1者	2者	2者	2者	2者	2者
売上増加率／者	—	10%	10%	10%	10%	10%

### (4) 事業内容

#### ①展示会出展（BtoC）

DOCORE ふくおか商工会ショップや福岡県ふるさとフェア等を活用することで福岡都市圏の消費者の声を聞くとともに売上増となるチャレンジショップや各種イベントを活用し、新たな商品を開発するヒントになる消費者の意見を収集し、商品改良につなげながら直接的な売上増をめざす。

「DOCORE ふくおか商工会ショップ」解説

【概要】福岡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常設店舗（場所・福岡市博多駅前博多マルイ2階）、育成の場として地域商品等の販路拡大と商品ブラッシュアップを通して、小規模事業者の商品展開力・販売力の向上等を図るとともに地域情報の発信拠点として地域活性化に寄与することを目的とする。

#### ②商談会参加事業（BtoB）

福岡県主催の「福岡県よかもんフェア商談会」・「ふくおか農と商工の自慢の逸品展示商談会」や「イオン九州株式会社福岡うまいものフェア合同商談会」、「Food EXPO Kyushu 国内外食品商談会」・「しんきん合同商談会」などに選定し参加させる。参加させるだけでなく、商談会でのプレゼンテーションが効果的になるよう事前研修を行うとともに、事後には、名刺交換した商談相手へのアプローチ支援など、商談成立に向けた実効性のある支援を行う。

「しんきん合同商談会」解説

出展社数 335社

形式 異業種による展示・個別商談会（BtoB方式・企業間商談方式）

福岡・佐賀を中心に13信用金庫が、商談と交流の機会を提供するもので販路や仕入先の開拓新たなビジネスチャンスの機会を提供するために開催するものである。

### ③ SNS活用

現状の顧客が近隣の商圏に限られていることから、より遠方の取込のため、取り組みやすいSNSを活用し、宣伝効果を向上させるための支援を行う。

### ④ ECサイト利用（BtoC）

公益財団法人福岡県中小企業振興センターが運営するショッピングサイト「よかもん市場」等の提案を行いながら、効果的な商品紹介のリード文・写真撮影・商品構成などの伴走支援を行う。

「よかもん市場」解説

よかもん市場は、公的機関（公益財団法人 福岡県中小企業振興センター）が運営する、福岡をはじめとする九州の企業が出展するショッピングサイトです。商品カテゴリーには、食品お菓子・スイーツ、アルコール、水・ソフトドリンク、ファッション・健康、日用品・雑貨・観葉植物、家具・家電の7つがある。

### ⑤ 自社HPによるネットショップ開設（BtoC）

ネットショップの立ち上げから、商品構成・ページ構成・PR方法などWEB専門会社やITベンダーの専門家等と連携し、セミナー開催や立ち上げ後の専門家派遣を行い継続した支援を行う。

## 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]

経営発達支援計画の実行のため、「経営発達支援計画審議会」を年に1回開催している。委員には、地域に精通した宮若市産業観光課長と中小企業診断士を外部専門家とし、事業内容・成果報告・次年度における改善部分などを検討し、次年度の事業計画に反映している。

事業の内容・進捗状況・成果は理事会に報告し承認を得ている。

[課題]

経営発達支援計画の実施結果について、一般の事業者が常時閲覧できる状況にはなっていないことから、商工会のホームページを活用し常時閲覧できるよう改善する。

(2) 事業内容

○当会の理事会と併設して、宮若市産業観光課課長、法定経営指導員、外部有識者として中小企業診断士、福岡ひびき信用金庫支店長等をメンバーとする「経営発達支援計画審議会」を年1回開催し、経営発達支援事業の進捗状況等について評価を行う。

○商工会職員内の情報共有とプロジェクトの進捗確認、状況分析、改善のため、月1回プロジェクト会議を開催し、進捗確認、情報共有、必要に応じ適切に改善実施する。

○「経営発達支援計画審議会」の結果については、積極的に取り入れてP D C Aサイクルを回すことで、成果を高める。

○事業の実施結果は、地域の小規模事業者などが、常に閲覧できるよう若宮商工会のホームページに掲載する。

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研修会や福岡県等の関係機関による研修への参加をしているが、そのほとんどは義務研修であり、それ以外の知識の習得は個人の自発的な取組に任せている。

[課題]

小規模事業者に対し技術の向上、新たな事業分野の開拓等に寄与する情報の提供ができるよう、経営指導員等はA I、F i n T e c h等の新たな技術情報の収集や知識の習得を図らなければならない。現状は、厳しい状況である。また、個人の支援ノウハウを組織内で共有する仕組みができていない。

(2) 事業内容

①外部講習会の活用と職員向け研修会の開催

経営指導員及び経営支援員の支援能力の向上のため、「筑豊地域中小企業支援協議会」が開催する創業支援担当者研修や福岡県事業承継ネットワークが開催するセミナーに参加し、専門スキルや支援ノウハウの取得に努める。また、当会で県連等のアドバイザーを講師に招き、専門ノウハウの取得に努める。

「筑豊地域中小企業支援協議会」解説

福岡県が、県内4地域(福岡・筑後・北九州・筑豊)地域中小企業支援協議会を設置し、地域の創業予定者・中小企業・小規模事業者に対し、県の中小企業振興事務所を核に協議会の構成



団体が連携して支援を行っている。

## ②O J T制度の導入

経験や担当割により、職員によって支援ノウハウに差が生じるので、どの職員でも十分な支援が提供できるようO J T制度を導入する。複数人で対応することで、組織全体としての支援能力向上と、情報の共有化を図る。

## ③職員間の定期ミーティングの開催

支援ノウハウ、情報の習得に関し、職員間で差が生じるため、その差を補うために定期的なミーティング（月1回、年12回）を開催し情報の共有と支援ノウハウの向上を図る。

## ④支援情報のデータベース化

担当経営指導員等が商エイントラの入力を適時・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レベル以上の対応ができるようにする。

## ⑤専門家相談への帯同

商工会で実施する中小企業診断士、I Tコーディネーター等の専門家による事業者への支援に帯同することで、専門家のヒヤリング力、知識、支援ノウハウ、知識を直接学ぶ場とする。帯同する職員については、従来経営指導員のみが同席していたが経営支援員も経営指導員と同席しそのような見識を深める。

## ⑥WEB研修の積極的受講

2023年10月から導入されるインボイス制度をふまえた電子インボイスへの対応や補助金申請における電子申請など、I T化の取組が加速する中で、今後、小規模事業者にも様々な局面でDXに向けた取組が必要になり、経営指導員等においてはその支援が喫緊の課題となっているが、取り組み事例が極端に少ないこともあり、DXの分野の支援ノウハウ、知識が不足している状況を打破する為、全国统一演習研修事業（WEB研修）を活用し、専門的な知識の習得を図る。DX・I T分野においては、経営指導員だけでなく経営支援員も積極的に受講することで、知識の習得に努める。

### 「WEB研修」解説

商工会の全国組織である、全国商工会連合会が全国の商工会職員の資質向上と必要とされるスキルを比較的短期間で効率的に習得できるようにしたカリキュラムをオンライン上、映像で配信するもので、受講する側は、時間や場所にとらわれずに効率的に学ぶことができる。

(別表2)

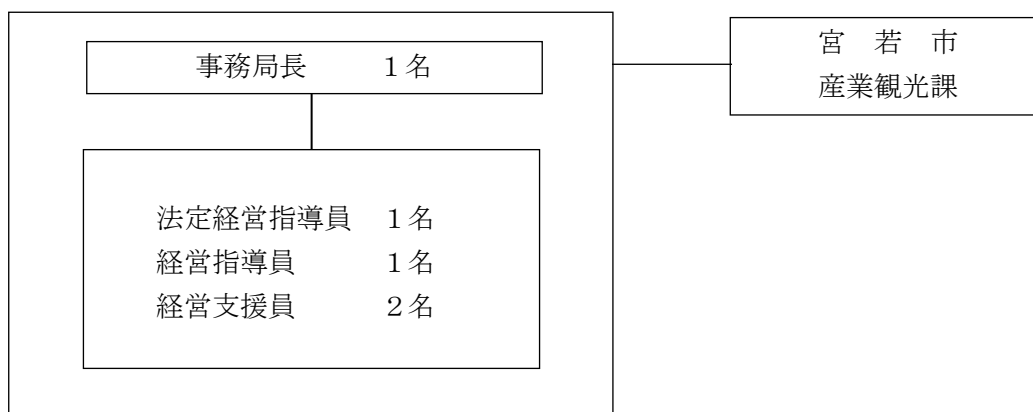
経営発達支援事業の実施体制

経営発達支援事業の実施体制

(令和4年4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)

< 組織体制図 >



(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：山口 康子

■連絡先：若宮商工会 TEL:0949-52-0640

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。

当計画の法定経営指導員については、1名の配置を行うこととする。

(3) 商工会

①商工会

〒822-0101 福岡県宮若市福丸 250-1

若宮商工会

TEL:0949-52-0640 /FAX:0949-52-1765 E-mail:wakamiya@shokokai.ne.jp

②関係市町村

〒823-0011 福岡県宮若市宮田 29-1

宮若市 産業観光課

TEL:0949-32-0519 /FAX:0949-32-9430 E-mail:syoukou@city.miyawaka.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	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000
地域経済動向調査	100	100	100	100	100
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・実行支援	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500
需要開拓支援	400	400	400	400	400
事業評価	100	100	100	100	100
地域活性化イベント	500	500	500	500	500
職員の資質向上	200	200	200	200	200

(備考) 必要な資金の額については、見込み額を記載すること。

調達方法
会費、国補助金、県・宮若市補助金、特別賦課金、手数料、使用料、受託料、助成金、雑収入

(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