

経営発達支援計画の概要

実施者名	東峰村商工会（法人番号：7290005007708） 東峰村（地方公共団体コード：404489）
実施期間	令和7年4月1日～令和12年3月31日
目 標	<p>経営発達支援事業の目標</p> <p>①小規模事業者の経営力強化として、事業者との対話と傾聴を通じて事業者が抱える本質的な課題に気づくよう促し、今後5年間の事業計画の策定を支援する。</p> <p>②情報発信力による新たな商圏の確立として、商圏の制限のない販売方法、新たな広報手法に向けて、激変する経営環境に対するDX推進に関する取組を実施する。</p> <p>③地域全体での持続的発展への取組みとして、地場産業を育成強化し、小規模事業者の事業機会や雇用の創出を図り、地域全体の価値創出に裨益する。</p> <p>地域への裨益目標</p> <p>東峰村は観光立村を掲げており、その中心となる窯業による「地産外商による販路拡大」、「交流人口の拡大と雇用の創出」など地域産業の持続的発展に向けて既存商品のブラッシュアップ・新商品等の高付加価値化の支援、展示会や商談会出展における地域ブランドの販路開拓支援を実施する</p>
事業内容	<p>I. 経営発達支援事業の内容</p> <p>3. 地域の経済動向調査に関すること</p> <p>①国及び県内の経済動向調査結果を整理分析し事業所へ提供する</p> <p>②RESASを活用して地域内の経済動向を調査し、国及び県等のデータと分析し事業所へ提供する</p> <p>4. 需要動向調査に関すること</p> <p>①展示商談会や物産展等での消費者等ニーズ調査を実施</p> <p>②ふるさと納税返礼品申込者に対してオンライン調査を実施</p> <p>5. 経営状況の分析に関すること</p> <p>①経営分析セミナー開催</p> <p>②専門家による経営分析の支援</p> <p>6. 事業計画の策定支援</p> <p>①経営分析を行った事業所を中心に事業計画策定セミナーを開催し、その後専門家による個別相談会を実施し経営計画策定を支援</p> <p>②事業承継・創業セミナーを開催後、専門家による個別相談会を開催し、経営計画策定を支援</p> <p>③DXに関する意識の醸成や基礎知識の習得のため、DXに向けたITツールの導入などの取組みを推進するためにセミナーを開催し小規模事業者の競争力の向上を行う</p> <p>7. 事業計画策定後の実施支援に関すること</p> <p>①定期的な巡回指導を行い、事業計画策定事業者・創業計画者・事業承継事業者等への進捗管理と必要に応じた対策の実施</p> <p>8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること</p> <p>①展示会・商談会への出展支援</p> <p>②東峰村が実施する経済活性DX推進事業において、ふるさと納税返礼品に代わる地域ポイント発行選択者を対象とした販路開拓支援</p> <p>③事後支援（フィードバック・ブラッシュアップ支援）</p>
連絡先	<p>①東峰村商工会 〒838-1601 福岡県朝倉郡東峰村大字小石原941番地1 TEL：0946-74-2121 FAX：0946-74-2284 E-mail：touhou@shokokai.ne.jp</p> <p>②東峰村 ふるさと推進課 〒838-1792 福岡県朝倉郡東峰村大字宝珠山6425 TEL：0946-72-2312 FAX：0946-28-7723 E-mail：furusui@vill.toho.fukuoka.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

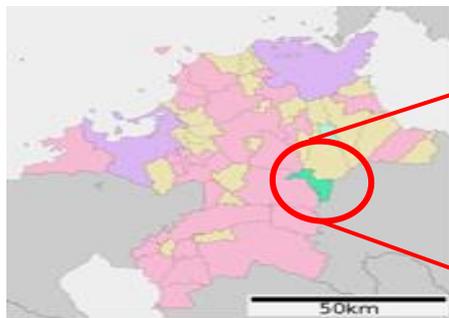
■立地

東峰村商工会の存在環境は、東峰村一行政区内に単独で存在する。

東峰村は、福岡県中央部の東端にあって、大分県との県境に接し平成17年3月に旧小石原村と旧宝珠山村が合併して発足した自治体で、福岡県朝倉郡に属している。

本村の総面積51.97平方キロのうち山林原野が86%を占め、北端にある小石原盆地は、標高460～480mで冬季には積雪をみる事が多くある。

平成29年7月5日に発生した九州北部豪雨災害(局地激甚災害指定)、令和5年7月10日に発生した「令和5年梅雨前線豪雨」と度重なる被災に見舞われている。



■交通

本村の幹線道路は、南北方向に本村を縦断する国道211号とこれに接続する国道500号がある。国道211号は、筑豊地方から大分県西部、熊本地方を結ぶ大型トラックや乗用車の通行量が多く、国道500号は朝倉市と本村、筑豊地方を結ぶ重要な道路である。大分自動車道杷木I.Cまで15分、福岡市まで1時間と、高速道路網の発展により都市へのアクセスの利便性は高いと言える。

平成29年7月5日の九州北部豪雨災害で被災して不通であったJR日田彦山線(北九州市と大分県日田市を結ぶ)は、令和5年8月28日にBRT(バス高速輸送システム)として日田彦山線添田駅～夜明・日田駅間で新たに開通した。

バス路線は、西鉄バス(西日本鉄道株式会社)によるバスが杷木・宝珠山・小石原間を1日7往復(土日・祝日は6往復)運行されているが、令和7年3月末で西鉄バス(西日本鉄道株式会社)から運行廃止の通達を受けており今後住民の交通手段の確保の検討が急務となっている。

東峰村は、村民及び来訪者の移動の利便性を維持・確保するとともに、地域交通をより使いやすい物にするため、令和5年8月21日より無料による乗合タクシー試験運行を開始し、令和6年4月1日より有償での運行に移行した。

また、タクシーチケット(タクシー助成事業として高齢者、運転免許証返納者、障がい者等を対象に配布)によるタクシー利用が可能となっている。

■人口（推移）

○人口推移

（資料：東峰村役場住民福祉課提供（施設入所者含む））

項目		平成31年 4月	令和2年 4月	令和3年 4月	令和4年 4月	令和5年 4月
総人口		2,118	2,056	1,998	1,962	1,875
年齢階層別	0 - 14歳	209	190	188	186	178
	15 - 64歳	1,005	968	912	883	820
	65歳以上	904	898	898	893	877
構成比 (%)	0 - 14歳	9.8	9.2	9.4	9.5	9.5
	15 - 64歳	47.5	47.1	45.7	45.0	43.7
	65歳以上	42.7	43.7	44.9	45.5	46.8
世帯（戸）		864	860	838	831	809
戸あたり人員（人/戸）		2.45	2.39	2.38	2.36	2.32

東峰村の人口は、平成17年合併時の国勢調査では、2,749人、令和5年4月東峰村役場住民福祉課提供の資料では1,875人と人口減少が続いている。

年齢別の構成比では、平成17年0～14歳が11.5%、15～64歳が51.7%、65歳以上が36.8%に対し令和5年4月では、0～14歳が9.5%、15～64歳が43.7%と共に減少し、65歳以上が46.8%と高齢者の構成比のみ増加している。

同じくして、福岡県の高齢者化率が県内で1位となっています。（下記参照）

○福岡県の高齢者人口及び高齢化率の推移

65歳以上人口一覧表（令和6年4月1日現在）

番号	郡市名	市町村名	総人口	65歳	高齢化率	高(低)	75歳	率	高(低)
45	朝倉郡	東峰村	1,812	869	47.96%	1	465	25.66%	2

（資料：福岡県庁ホームページ引用）

■東峰村商工業者推移

		商工業者数	小規模事業者数	小規模比率 (%)
経済センサス 推移	H21年(2009)	185	170	91.8
	H24年(2012)	171	157	91.8
	H28年(2016)	167	154	92.8
	R3年(2021)	154	144	93.5
	2009 - 2021 増減	-31	-26	83.8

（資料：経済センサス）

東峰村商工業者数推移によると、H21年(2009)からR3年(2021)の12年間で31事業所が減少している。東峰村の産業は、製造業が63事業所と多く、その内窯業が48事業所あります。

国の伝統的工芸品に指定されている小石原焼が村の観光の柱となり、交流人口の活性化を担っている。他の製造業と建設業で本村の就業の場を担っている。

■東峰村商工会

	会員数	(計)	会員事業所の業種内訳									定款会員数
			建設業	製造業	卸売業	小売業	飲食業・宿泊業		サービス業		その他	
							飲食業	宿泊業	娯楽業	娯楽業以外		
総合計	116	109	13	56	0	14	10	1	0	12	3	7

(令和6年4月1日 東峰村商工会員数)

上記の表は、東峰村商工会員の業種別内訳です。製造業56事業所の内、窯業が44事業所ある。

商業・サービス業においては、ほとんどの店舗で後継者等は別の職業に進まれ、経営者の高齢化と共に廃業が続いている。村内の多くの方が近隣の市町へ勤務しており、帰宅の際 食料品等の購入を済ませているため、村内需要は減少し経営としては厳しく、現在村内で食料品取扱店舗は、0軒の状態である。

製造業・建設業においては、当村の立地条件も重なり、人材確保が課題となっている。

下記の表は、令和6年7月現在の後継者一覧です。当会青年部は、13人中12人が窯業である。

(令和6年4月現在)

	商工業者の業種別内訳							合計
	建設業	製造業	卸売業	小売業	飲食・宿泊業	サービス業	その他	
総事業所数	20	63	0	15	14	19	3	134
後継者=有り	5	30	0	5	2	4	3	49
会員企業数	13	56	0	14	11	12	3	109
後継者=有り	4	29	0	4	1	3	2	43
当会青年部		12			1			13

■創業支援事業への着手

年度	受講者	居住者別		性別			
		村内	村外	男性	(村内者)	女性	(村内者)
27	10名	5名	5名	5名	3名	5名	2名
28	6名	5名	1名	4名	3名	2名	2名
29	3名	1名	2名	3名	1名	—	—
30	6名	2名	4名	3名	1名	3名	1名
31 (R1)	2名	1名	1名	2名	1名	—	—
R2	6名	5名	1名	4名	4名	2名	1名
R3	3名	3名	—	1名	1名	2名	2名
R4	5名	5名	—	2名	2名	3名	3名
R5	6名	6名	—	4名	4名	2名	2名
合計	47名	33名	11名	21名	16名	17名	11名

当会は、東峰村より受託事業として平成27年度より令和5年度まで毎年度創業塾を開催している。創業塾の受講者内訳表を上記に記載している。

受講者の中から既に村内居住者の男性6名、女性2名の方が創業した。

国の産業競争力強化法113条の第1項の規定に基づき創業支援事業計画の認定を東峰村が受け、平成27年4月1日から令和7年3月31日までの10ヵ年の実施期間における目標値は、創業支援者数2名に対し、既に8名の方が創業され、目標値を上回っている。

●東峰村第2次総合計画 後期基本計画（2020年から2024年）

背景：東峰村では2015年から2024年までを計画期間として第2次総合計画を策定し、5つの基本目標を定めて様々な取り組みを推進してきた。同時に平成27(2015)年度から令和元年度(2019)年度までの5か年で「東峰村人口ビジョン及び総合戦略」を策定し取り組んできた。

しかし、平成29年(2017)7月5日に発生した九州北部豪雨災害で人命が犠牲になるなど甚大な被害が発生した。このため平成30(2018)年3月に東峰村復興計画を策定し、前期基本計画及び総合戦略で取り組んできた施策の継続に加えて、復興計画を推進する必要がある、これらの計画を包括する総合計画として第2次総合計画の後期5か年を対象とする後期基本計画が策定された。



施策

- (1) 個人商店の活性化・情報提供の充実
 - ①村の祭り・イベント時の催しの実施
 - ②ホームページ等による個人商店情報提供の充実
 - ホームページ等を利用した最新情報の提供、○パンフレットやチラシによる個人商店の紹介
- (2) 空き店舗・空き地の活用
 - ①特産品等の販売所としての活用
 - ②村外からの新規ビジネスの場の活用
- (3) 地場産業の振興
 - ①地場産業の育成・支援
 - 地場産品のブランド化推進、○専門分野の研究開発や技術開発支援、○伝統工芸と観光の連携
 - 海外への市場開拓、○相談、融資等の制度充実支援、○消費拡大策の支援(地域振興券)
 - ②窯業復興への支援
 - 窯業の再生・活性化、○焼き物の流通・販路拡大
 - ③地場産業における連携促進
- (4) 雇用の場の創出
 - ①企業誘致の推進
 - 企業立地にむけ地域特性を活かした誘致活動
 - ②新たな雇用の創出
 - 地域資源を活かした製品開発の促進、○商工会との連携による中小企業の支援
 - 地域社会を支えるコミュニティビジネスの育成支援

●第2期東峰村まち・ひと・しごと総合戦略（2020年から2024年）

□目標：東峰村の魅力を活かして「しごと」をつくり出すとともに、「ひと」を呼び込み新たな交流を生み出し、活気ある「むら」を実現していく。

基本目標Ⅰ：地域資源を活かした魅力ある「しごと」をつくる

東峰村の恵まれた自然環境の中で育まれた農林業や小石原焼・高取焼の伝統工芸を活用した商品開発や販路拡大による産業の活性化、村の魅力を活かした観光に関わる仕事の創出により、新たな雇用を生み、村内の若い世代や移住者の就業促進を図る。

主要施策：農林産物の6次産業化に向けた商品開発と運営体制の構築

- ：滞在・回遊型の観光・交流促進事業の推進
- ：事業者と連携した伝統産業の振興

基本目標Ⅱ：村を担う人材の育成・定着とU I ターンを進める

人口の維持、産業の活性化につながる人の流れを作るため、様々なニーズに対応した住環境の整備と移住・定住の支援制度の充実を行い、村に活力を生み出す人材の移住・定住を促進。

主要政策：村内での起業を促進する制度の構築

：子育て世代等の誘致に向けた住環境の実現

●東峰村：持続可能な地域DX推進環境整備事業（2023年から2025年）

□目標：デジタルを活用し『住民生活の質向上と地域経済の活性化』、『一人も取り残さない持続可能な地域交通の実現』、『人々が健康でいきいきと暮らせるむら』、『安全・安心なむらを実現』により住民のウェルビーイングを実現する。

主要施策

- ：域内事業者の大半を占める窯業については、本事業で整備した基盤も利用し産業活性化を行う。伝統産業の新たな担い手として、域外から陶芸を専攻する若者の招致、創業支援、事業承継や技術承継の優遇策等でも活用する
- ：小石原焼を国内外、特に海外への情報発信、国際的なブランド構築、並びにデジタル活用による伝統産業のエコシステム再構築を地域が進められるように、自治体として支援を行うことで、強いブランド力を発揮して高い技術に見合ったプレミアム獲得が行える地域を実現していく。
- ：伝統産業を抱える自治体として、国外からの経済効果の還流によりプレミアムが獲得できるように図りたいことから、3年目(2025年)にPay for Success (成果連動型委託契約)型のオンラインを活用した海外販路開拓をトライアルとして開始し、国外からの流入ポイントの構築を着手する。

■東峰村との連動性・整合性

窯業観光による「地産外商による販路拡大」、「交流人口の拡大と雇用の創出」など、地域産業の持続的発展を目標としており、商工会の支援役割と合致・連動している。

当会としては、管内小規模事業者の経営改善・経営力向上を目指し、経営発達支援事業を推進することで地域経済の維持・活性化・発展に寄与することである。小規模事業者に寄り添った細やかな相互コミュニケーションを通じて、事業計画の立案から実施・フォローアップまでの伴走支援に取り組む。伴走支援を通して、小規模事業者の経営基盤を強化し、事業の低迷や廃業を抑制するとともに、販路開拓支援による地域経済の発展を図る。創業及び事業承継等により新たな担い手の創出と雇用の拡大を図ることで、地域住民が住みやすい村づくりのために支援機関としての責務を果たしていく。

【東峰村第3次総合計画、総合戦略の大枠のまとめ方に関する提案と審議】

<令和6年10月22日開催 第1回東峰村総合計画等審議会 会議資料から下記抜粋>

これまでの総合計画の文言・形式を継承し、複雑な行政用語や理解しにくい文章で列記した総合計画書は村ならではの新たな施策も明確にならず、村民に村のビジョンが伝わりにくいと考えます。～中略～

「これから10年にわたるむらづくりのバイブル」を目指します。特に国や県に対する意思表示をする項目については本報告書において詳しくその必要性を説きます。

【第3次総合計画。総合戦略のまとめ方について（提案）】

1. 村民の暮らしやニーズが明確に見える調査結果から、村が抱える課題と対応策を明確に分析する
2. 難解な表現や重複する項目、東峰村にはそぐわない項目を整理・削除し、簡潔な文章で組み立てなおす。
3. 今後10年にわたる村のビジョンを誰にでもわかりやすい振興策や施策として明記。
4. 今の時代に合致した独自性の強い施策を構築し、村落の維持や未来へ繋がる施策を各課の協業で提示する。
5. 概念図や美しくわかりやすいイメージ図、ポンチ画を添えることで老若男女に村づくり計画を広く周知する。

(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

当村における進みゆく過疎化と事業者の高齢化及び後継者不足により、東峰村内の経済活動は縮小傾向となる。ただ伝統的工芸品である小石原焼を中心に窯業観光という形で年間70万人の交流人口を保つことができています。今後、村内の小規模事業者に求められることは、ネット販売などの事業者間競争の激化、多様化する消費者ニーズに対して、事業者自身が順応していく必要がある。加えて、外貨を稼ぐために商品開発、既存アイテム等のブラッシュアップを推進すると共に地域のDXへの対応、ウェルビーイング経営への実現に向けて推進していく必要がある。

② 東峰村商工会としての役割

ビジョン1. 当村が抱える課題（人口減少、少子高齢化、過疎化）に伴う人材不足や生産性低下を打破し、激変する経営環境に対するためにDX推進に関する取組を実施。

ビジョン2. 事業計画に基づいた強い経営を推進し、地域経済の発展や雇用の確保を目指すため、事業承継や創業支援の充実を図り、小規模事業者数を維持する。

ビジョン3. 事業者の持続的発展を支援するため、行政の施策の広報・周知・関係機関との連携による支援のワンストップ化を図り、実効性のある小規模事業者支援を行い、事業者のあるべき姿の実現に向けてフォローアップを行い、地域経済の活性化へ繋げていく。

(3) 経営発達支援事業の目標

当村における小規模事業者の現状と課題を踏まえ、小規模事業者の10年後のあり方を実現するために各支援機関と連携しながら、且つ東峰村の支援策等も主管課を通じて実施しながら経営指導員による地域に密着した伴走支援を行い小規模事業者の支援強化を実施していく。

その上で当初5年間の目標を次のとおり設定する。

目標1. 小規模事業者の経営力強化

事業者との対話と傾聴を通じて事業者が抱える本質的な課題に気づくよう促すことで、小規模事業者が経営を維持し発展していける今後5年間の事業計画の策定を支援する。その事業計画に基づく着実な取り組みから売上増加に繋げることで、小規模事業者の事業継続を実現する。

＜事業計画策定事業者数＞ 15者/年

＜経営力再構築伴走支援事業者数＞ 3者/年

＜経営力再構築伴走支援フォローアップ支援事業者数＞ 3者/年

目標2. 情報発信力による新たな商圏の確立

交流人口70万への対面販売やこれまでの個々の限られた商圏だけでは、売上高・顧客数拡大、既存の業務効率化において限界が生じてしまうことから、商圏の制限のない販売方法、新たな広報手法に向けて、激変する経営環境に対するためにDX推進に関する取組を実施する。

＜展示・商談会への参加＞ 6者/年・売上額10万/者

＜クラウドファンディングマーケティングへの参加＞ 4者/年・売上額25万/者

＜DX活用対前年比売上高5%増加事業者数＞ 5者/年

目標3. 地域全体での持続的発展への取り組み

地場産業を育成強化し、小規模事業者の事業機会や雇用の創出を図ることで、村の魅力と事業所の特徴や強みが連動した地域全体の価値創出に裨益する。事業者が自ら考えて行動する力を高め、自立した経営が実現するように働きかけ、商工業全体への波及効果を創出し、地域経済の持続的発展に繋げていく取り組みを実施する。

＜創業計画策定事業者数＞ 1者/年

＜事業承継計画策定事業者数＞ 1者/年

【地域への裨益目標】

東峰村は観光立村を掲げており、その中心となる窯業による「地産外商による販路拡大」、「交流人口の拡大と雇用の創出」など地域産業の持続的発展に向けて既存商品のブラッシュアップ・新商品等の高付加価値化の支援、展示会や商談会出展における地域ブランドの販路開拓支援を実施する。また村行政と連携し村内事業者支援を実施していく。このことで新たな事業の担い手を創出させると同時に経済圏の維持へ貢献することにつながる。

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7年4月1日 ～ 令和12年3月31日）

(2) 目標の達成に向けた方針

地域経済団体としてまた支援団体として商工会職員は多種多様な支援・相談等に対応すべく、その役割は重要度を増している。職員の支援体制、スキル向上を図るため各種研修会へ参加し、常に新しい技術が投入されるDXへも対応できるように支援ノウハウを身に付けていくことが重要である。役員においては、商工会の果たす役割を認識し、地域の小規模事業者支援団体としての有効活用の周知と地域の現状を提言し、東峰村の商工業振興を積極的に推進し、地域活性化・地場産業振興の一助を職員と一緒に担っていく。

目標1. 小規模事業者の経営力強化の達成方針

～小規模事業者自らが思考し経営課題を解決する事業計画の策定支援～

社会経済活動が目まぐるしく変化する中で多様化する消費者ニーズに対応し、小規模事業者の持続的発展を実現するためには小規模事業者との「対話と傾聴」を通じて、個々の本質的課題への気づきを与えた上で腹落ちすることで、自走化のための内発的動機付けを行い、事業者の潜在能力を引き出すことが必要である。

そのために自社の経営分析による現状把握から見えてくる本質的経営課題に気づきを与え、より具体的な実効性のある事業計画策定に繋げ、多様なDXツール・各種補助事業・支援事業の提案を行いながら支援を実施し、事業者の意識向上により売上増加の成果に結びつくよう支援を行う。

目標2. 情報発信力による新たな商圏の確立の達成方針

～地域内事業者の持続的発展と継続性を育てるためにDX推進の支援～

人口1812人に対し交流人口70万、その基幹となるのが伝統的工芸品に指定されている小石原焼である。新たな市場開拓に向けて、SNSの活用による情報発信、EC戦略による販路開拓、IT化・デジタル化を活かし、国内外問わない情報発信を行い新たな商圏の確立を支援し、小規模事業者の限られたリソースのなかでも経営の効率化や生産性向上等を同時に支援する。

目標3. 地域全体での持続的発展への取り組み達成方針

～創業及び事業承継支援～

当村における小規模事業者の平均年齢は67歳と経営者の高齢化が進み、基幹産業である窯業でさえ事業承継者の不在、他の業種においても事業の継続性が将来を見通せない状況にあり、地域においてもコミュニティ維持が危機的状況にある。そのため経営発達支援事業を通して創業・第二創業や後継者育成、親族内承継や従業員承継が円滑に進めるための事業承継計画策定支援、M&Aによる第三者承継支援により事業の継続性を高める必要がある。事業承継に対しては、後継者等が継ぎたくなくなるような企業価値の向上及び経営者の意識改革を支援、創業支援に対してはスタートアップがスムーズに進むよう各種支援制度（東峰村創業者支援制度の活用）の周知及び活用促進を実施し、実現性の高い事業計画の策定支援を行い各種資金制度への対応をフォローし、地域経済活動の一環を担う企業数の維持と減少緩和に繋げていく。

【地域への裨益目標の達成に向けた方針】

東峰村は観光立村を掲げており、その原動力となるのが交流人口である。商工会として交流人口の増加により、地域の消費購買力確保及び創出での小規模事業者の販売促進を図る。

商工会として、特産品や地域資源を活用した新商品等の高付加価値を目指し、専門家派遣等を活用した支援及び都市圏で開催される商談会への出展支援により販路開拓や商品開発等の支援を実施することで需要の開拓を目指す。また、村役場とも連携することで広範な商談会・物産展等の情報を共有し、村行政の施策の活用支援を実施していくことで村内事業者の販路を見出せるよう機会の創出を支援する。

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】

地域経済動向調査については、全国商工会連合会から提供される小規模企業景気動向調査を巡回訪問、窓口相談時に必要とされる事業所のみ情報提供を行った。ただ、対象業種の範囲が広く当該地域の限られた業種における小規模事業者にとっては、自らを取り巻く経営環境としての認識に至らず、提供した調査結果を事業計画策定等の実施支援に十分活用しきれてないのが現状である。

【課題】

今後は、地域の経済動向や小規模事業者の経営課題を明確に把握するために、国が提供する地域経済分析システムのビッグデータ等と村内事業者個々の経済動向を組み合わせた調査を実施することで、身近なデータとして調査結果に関心を持ってもらい、実効性のある事業計画策定支援へと繋げていく。

(2) 目標

項目	公表方法	現状	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度
① 地域の経済動向分析の公表回数	HP掲載	0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	0回	1回	1回	1回	1回	1回

(3) 事業内容

① 国のビッグデータ「RESAS」等による地域経済動向分析

経営計画の策定や事業承継を推進する際の資料としての活用を目的とする。

地域経済分析システム「RESAS」を活用し、当村事業者がより身近に感じることができる効果的客観的な経済動向分析を経営指導員と外部専門家と連携して分析を行い、商工会HP等に掲載し年1回公表する。

[調査手法]

- ・主に「RESAS」(必要に応じてV-RESAS)を活用して、消費者動向等に関する情報収集を行い、経営指導員と外部専門家と連携して経済動向分析を行う。

[調査項目]

- ・「地域経済循環マップ」を活用した地域内における生産・分配・支出の流れや影響度を分析。
- ・「産業構造マップ」を活用し、業種毎の売上額、労働生産性、付加価値額など産業の現状等を分析。
- ・「観光マップ」を活用し、経路検索サービスの利用情報を基に、観光客の属性、人の動き等について分析することで、観光需要との関連性を見出し、小規模事業者の事業計画策定・販路開拓支援等に活用する。

② 景気動向調査

村内の小規模事業者の収益状況、後継者の有無、直面する経営課題などについて商工会独自のヒアリングシート(下図参照)を作成し調査を行うことにより、地域内経済の動向と小規模事業者が抱える経営課題に関する情報収集を実施する。

その上で、外部専門家と連携して業種別に課題等を整理し、公表されている各種経済動向調査結果と比較分析することにより、商工会として活用できるデータに整理・蓄積し、小規模事業者に対する指導に役立てるとともに、事業計画策定などに活用する。

分析後は年1回、商工会のホームページ等に掲載し、村内の小規模事業者等に対し広く周知する。

(商工会独自のヒアリングシート)

経営課題チェックシート（ヒアリングシート）

日付	事業所名	事業所所
----	------	------

■10年後を見据えた経営をしていますか（事業承継を含む）

1. はい 2. いいえ

■経営分析について、該当する番号を1つ選んで○印を付けてください

1. 分析している 2. 分析したことがある 3. 一度も分析したことがない

■事業計画（経営計画）の作成について、該当する番号を1つ選んで○印を付けてください

1. 毎年作成している 2. 作成したことがある 3. 一度も作成したことがない 4. 作成してみたい

評価区分	1:できてない 2:あまりできてない 3:どちらともいえない 4:ある程度できている 5:できている
------	---

1. 経営戦略・課題

質問番号	質問事項	採点
1.	既存の商圏・顧客・販路との関係強化	
2.	商圏・顧客ニーズの把握	
3.	新たな商圏・顧客・販路の開拓	
4.	製品・サービスのPR活動や自社の知名度向上	
5.	既存の製品・サービスの改善	
6.	新製品・サービスの開発	
7.	自社の強みの把握・活用	
8.	業務の効率化	
9.	ITの利活用	
10.	人材確保	
11.	事業承継・廃業・M&A	

2. 販促促進

質問番号	質問事項	採点	売上拡大に効果があった順位
1.	雑誌等への広告		
2.	DM		
3.	SNS（X・Facebook・Instagram）の活用		
4.	インターネット広告		
5.	自社のホームページ		
6.	物産展・展示会へ出展		
7.	特に何もしていない		

3. 事業承継

質問番号	質問事項	○印
1.	後継者がいる	
2.	後継者はいないが、後継者候補がいる	
3.	後継者候補を探している（探すことにはしている）	
4.	事業譲渡を検討している	
5.	廃業を予定している	
6.	まだ考えていない	

4. 経営状況

昨年の今頃と比べた現在の状況（半期）				現在と比べた今後の見通し（半期）			
売上高	増加	横ばい	減少	売上高	増加	横ばい	減少
売上単価	増加	横ばい	減少	売上単価	増加	横ばい	減少
経常利益	増加	横ばい	減少	経常利益	増加	横ばい	減少
資金繰り	好調	不変	不調	資金繰り	好調	不変	不調

5. 組織・人材分野・運営・危機管理・社会環境

質問番号	質問事項	○印
1.	適性に応じ、女性、高齢者、海外人材など多様な人材を採用し、活用している	
2.	採用したい人物像の基準が明確になっている	
3.	技能やノウハウの継承を含めた、OJTを計画的に実施している	
4.	業務分担などの社内体制は、柔軟に変更し改善を図っている	
5.	賃金制度や人事・評価制度を明確にしている	
6.	仕事の面白さを体験させるなど、社員のやる気を引き出す工夫をしている	
7.	業務の効率化を図るために、IT化を推進している	
8.	商品や生産現場の状況が誰にでも分かるように「見える化」に取り組んでいる	
9.	災害時の事業承継に必要な具体的対応策を定めている	
10.	3Rに積極的に取り組んでいる（リデュース・リユース・リサイクル）	

6. 専門家に相談したい事がありますか

[]

7. 補助事業を活用したい事業はありますか？

[]

8. メモ

[]

[調査回数]

- ・年1回

[調査項目]

- ・事業の景況：売上高、仕入高、経常利益、資金繰り、雇用、今後の見通し、設備投資
- ・独自項目：事業承継に関する状況（事業承継の意向、承継計画策定への取組み）

[調査対象事業所]

- ・各年度における会員事業所の1/2（建設業、製造業、小売業、飲食業・宿泊業、サービス業）
- ※1/2の理由は、製造業56者に対し窯業44者と一業種に偏りが大きいいため。

[調査方法]

経営指導員が各事業所を巡回し、調査票を用いてヒアリングを実施。
収集したデータを整理し、外部専門家と連携して分析を行う。

(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、本会ホームページに掲載・公表し、広く村内の小規模事業者にも周知することで経営課題の把握や今後の事業計画の策定に活用する。
また、経営指導員が巡回指導や各種支援を行う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] 当村には、農産物等を活用した製造業の件数が極端に少なく、需要動向調査の対象となる商品が限られている。食品関連事業者においては、当村で採れた米粉を使った菓子製造業者と自家酒米で仕込んだ酒造会社で、両社とも村外に販路を求め事業者である。
また、基幹産業である窯業従事者については44軒で、陶器においては、需要動向調査というより消費者の趣味趣向による選択となるため、それぞれの事業所における販路開拓・拡大支援として、インターネット販売会を実施してきた。
販売額としては実績を伴ってきたが、その商品等への評価・動向分析は行うことはなかった。

[課題] これまでは商品のブラッシュアップへ繋がる情報を事業者へ提供できていなかったため、今後は、支援する事業所の商品が提供される「商談会」・「ネット販売会等」に出品した際、以下の調査項目を設定し、クロス集計や分析方法を具体的に設定して調査を行い、対象事業所に商品力を高めるための効果的なフィードバックを実施する。

購入者の属性	居住地・年代・性別
購入商品の評価	食 品：味覚・分量・価格・パッケージデザイン・購入動機等 陶 器：価 格・デザイン・サイズ・購入動機・使用後の意見等
改善提案	市場トレンドとの整合性

(2) 目 標

支 援 内 容	現状	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度	令和 11年度
調査対象事業者：食品事業者	0社	2社	2社	2社	2社	2社
調査対象事業者：陶器事業者	0社	5社	5社	5社	5社	5社

(3) 事業内容

当会は消費者の意見を取り入れたマーケットインの考え方を取り入れ、事業者の「定番」となり得る商品づくりを支援するために、これまで実施してきたインターネット販売会を通じて購入者に(1)課題で設定した調査項目を実施する。また、当該調査の分析結果を事業計画に反映する。

[対象事業者] →商品改良・売上拡大・事業計画作成に取り組む7社/年
(食品事業者2社及び陶器事業者5社)

[調査手法] →インターネット販売会

[サンプル数] →30件/1社あたり

[分析手段・手法] →調査によって得られた情報を、経営指導員と中小企業診断士等の専門家と連携して分析を行う

(4) 調査結果の活用

調査結果は、経営指導員と専門家と一緒に当該事業者に直接説明する形でフィードバックし、さらなる商品改良等の支援を行い、売上増加に結びつけるための課題克服に繋げるとともに、今後の事業計画策定に向けたツールとして活用する。

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

[現状] 令和2年度から令和6年度の5年間は毎年、経営分析セミナー・事業計画策定セミナー・事業計画策定個別指導のスリーステップで中小企業診断士を招いて事業者の事業計画策定支援を実施してきた。また、経営革新申請事業者に対してもローカルベンチマークを使って経営分析を実施している。

[課題] 当地域における小規模事業者の経営状況を分析し、経営課題を正確に把握することは、事業計画策定に向けての基礎資料となり、経営の持続化に向けて重要性を持つ。

今後は、小規模事業者の持続的発展を支援していく上で、事業者自身が本質的経営課題に向き合うために「対話と傾聴」を通じて経営分析の重要性について理解をさらに求めていく必要がある。

(2) 目標

年度	現状	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度	令和 11年度
経営分析実施事業者数	18社	18社	18社	18社	18社	18社
経営分析セミナー	1回	1回	1回	1回	1回	1回

※ 現状は、令和5年度までの平均実績

(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）

入口として実際に事業者自身が経営分析を体験できる経営分析セミナーを開催し、自社の経営課題を認識し、事業計画、事業承継計画策定等への活用について理解を深めていく。

そのためにまず当会の公式LINEアカウントを通してセミナー開催を周知する。それ以外に経営指導員の巡回相談や窓口相談を通じて、売上向上を図る意欲ある事業者・事業承継に意欲的な事業者等を中心に「対話と傾聴」を重ね、セミナーにより認識された経営課題の更なる深掘りを図り、本質的課題を特定していく。

事業の実施にあたっては、専門家を招聘して実施していく。

②経営分析の内容

①対象者	<ul style="list-style-type: none"> ・セミナー参加者15名（需要動向調査対象者7者含む） ・新たな事業展開や販路拡大などより経営基盤強化を目指す小規模事業者 ・事業承継に意欲的な事業者 			
②分析項目	定量分析「財務分析」と定性分析「非財務分析」の双方を実施			
	定量分析	財務分析	㊦：収益性 ㊧：生産性 ㊨：安全性 ㊩：成長性	
	定性分析	非財務分析	内部環境	<ul style="list-style-type: none"> ・商品、製品、サービス ・技術力、ノウハウ等の知的財産 ・取引先、人脈 ・DX活用状況 ・事業計画の策定、運用状況 ・人材、組織
	定性分析	非財務分析	外部環境	<ul style="list-style-type: none"> ・商圏内の人口、流入人口 ・競合。他社の動向 ・業界状況
③分析手法	<ul style="list-style-type: none"> ・抽出財務分析は、従来からセミナーで活用してきた経済産業省の「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。 ・非財務分析は、SWOT分析のフレームを活用し個者との対話と傾聴を通じて整理する。 上記を実施するにあたり、経営指導員と専門家と連携して分析を行う。			

(4) 分析結果の活用

- ・分析した内容は、当該事業者フィードバックし事業計画の策定に活用する。
- ・分析結果で得られた財務的経営課題と外部的・内部的経営課題を把握することで、小規模事業者の経営改善及び事業再構築伴走支援への方向性が明示されることから、事業者に沿った事業計画策定の基礎として活用する。
- ・分析結果は、本会内の共有フォルダにデータベース化し、職員間で共有化させることで効率的な支援体制の構築を図る。

6. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

[現状] 令和2年度から令和6年度の5年間は毎年、経営分析セミナー・事業計画策定セミナー・事業計画策定個別指導のスリーステップで中小企業診断士を招いて事業者の事業計画策定支援を実施してきた。しかし参加者にとって事業計画書の意義や重要性は、他の機関からの提出を求められたときにその存在の重要性を認識する程度であり、限定的な要因によるケースが少なくない。

[課題] 事業計画策定の意義や重要性、活用性を広く浸透させるには、新たな事業展開や販路拡大などにおいて事業者自らが事業計画を策定し自走化できるように支援していくことに重点を置くことが重要である。そのために、経営者自身の克服すべき5つの壁(①見えない・②向き合わない・③実行できない・④付いてこない・⑤足りない)を克服し、自己変革力を身につける支援を実施することが必要である。

更に、経営力の向上や事業承継においてもITの活用は不可欠であり、それを踏まえた販路拡大や生産性向上、事業承継などの諸課題についても「意識」を向上させる取組みが必要である。

(2) 支援に対する考え方

①小規模事業者に対し地域経済動向調査・需要動向調査の結果を踏まえ、「対話と傾聴」を通して本質的経営課題を特定し、自ら経営課題を克服する自己変革に到達するまで、専門家や関係機関と連携したうえで事業計画の策定を支援することで自走化に向けた取り組みにつなげる。

②事業承継を控えている事業者に対し、関係機関や専門家との連携により実現性の高い事業承継計画策定を目指す。また、小規模事業者持続化補助金や東峰村の補助事業制度など各種制度申請を視野に経営計画の策定を目指す事業者を対象に事業計画策定につなげていく。

③事業計画の策定前段階においてDXに向けたセミナーを行い、DXの基礎知識の習得やITを活用した販路開拓、業務効率化を図り、小規模事業者の競争力の維持・強化、経営力向上を目指していく。

④これまで通り経営分析セミナー・事業計画策定セミナー・事業計画策定個別指導のスリーステップの実施は継続しつつ、各種セミナーを通じて今後必要とされる事業計画・承継計画・DX他を自らが認識し向き合って各種計画策定に取り組めるよう個別相談、巡回、窓口指導による対話を通じて最良な意思決定の支援に繋げるよう行っていく。

(3) 目標

内 容	現状	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11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	1回
事業計画策定個別指導	2回	2回	2回	2回	2回	2回
事業計画策定事業所数	15者	15者	15者	15者	15者	15者
③創業セミナー	1回	1回	1回	1回	1回	1回
創業計画策定事業者数	1者	1者	1者	1者	1者	1者
④事業承継計画策定事業者数	1者	1者	1者	1者	1者	1者

※ 現状は、令和5年度までの平均実績

※DXセミナーは、今後5年間においてより効果的な導入に結びつけられるようテーマを協議して年1回開催していく。

(4) 事業内容

①「DX推進セミナー」の開催

人口約1800人の当村において、年間約70万人の交流人口があることから、村外に商圈を広げることはこれからも最重要取組みである。年間を通して小規模事業者の売上に結びつけることができるデジタル化によるIT活用やDXに関する知識の習得を支援し、生産性の向上と国内及び海外を見据えた販路拡大を支援して売上増・収益向上に結びつけるセミナーを開催する。また、セミナーを受講した事業者のうち、さらに高度・専門的な取組みに意欲のある事業者に対しては専門家派遣を行う。

支援対象	・経営分析を実施し、事業計画策定を目指す小規模事業者 ・デジタル技術を用いて販路拡大や経営力向上を目指す事業者
募集方法	公式LINEアカウント、募集チラシの配布周知、巡回・窓口相談での案内
講師	IT専門家
開催回数	年1回
参加者数	15名程度
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とその活用について ・ECサイトの新規構築又は再構築、ECサイト利用方法等

②「事業計画策定セミナー」の開催

事業計画策定を目指す小規模事業者に新たな販路開拓や経営革新、事業承継等の様々な課題解決に向けて事業者の実状にあった定量的、定性的な面から事業計画策定を支援する。

支援対象	・経営分析を実施し、事業計画策定を目指す小規模事業者
募集方法	・経営分析を行った事業者への声掛け ・公式LINEアカウント、募集チラシの配布周知、巡回・窓口相談での案内
講師	中小企業診断士等
開催回数	年1回
参加者数	15名程度
カリキュラム	・財務分析、SWOT分析の結果を活用した事業計画作成 ・事業計画策定の具体的方法、販促計画の作り方 ・管理会計：利益計画、販売計画、売上計画 ・投資計画：資金計画、資金調達方法 等
支援方法	・事業計画策定セミナー受講者に対し、経営指導員と専門家と連携して、経営状況分析の結果を踏まえて事業者の本質的経営課題の解決につなげる事業計画策定支援を行う。 ・経営分析を行った事業者に対し、地域経済動向調査、需要動向調査結果を参考とし確実に自走化に向けた具体的な事業計画策定につなげていく。

事業計画策定個別相談会

支援対象	事業計画策定セミナーを受講し、事業計画策定を目指す小規模事業者
講師	中小企業診断士等
開催回数	年2回
支援方法	事業策定セミナー受講者に対し、経営指導員が課題解決に向けた方向性を明確にし、外部専門家を交えて確実に事業計画の策定に繋げる。

③「創業セミナー」の開催

創業支援については、東峰村との連携により、創業に関する施策や移住に係る地域情報を提供し、創業者の掘り起こしを行い、地域おこし協力隊とも連携し、創業予定者の意欲向上を図り創業計画の策定支援を行う。

また、創業後間もない事業者についても創業時の計画の見直しなど経営の安定化に向けた支援を行う。

支援対象	創業予定者及び創業5年未満の小規模事業者
支援方法	創業塾受講者や創業融資希望者に対し、経営指導員等による創業計画策定を行う。また必要に応じて専門家と連携して支援を実施する。
講師	外部専門家、有識者、起業家
開催回数	年1回
参加者数	10名程度
カリキュラム	事業計画策定、販売促進計画、資金調達、税務、DX活用

④「事業承継計画策定」支援

事業承継支援については、経営分析を行った事業者等から事業承継が必要な事業者を掘り起こし、福岡県事業承継・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	事業承継予定者
支援方法	事業承継予定者に経営指導員若しくは専門家派遣を利用して、事業承継事業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] 現状では、事業計画を策定した事業者に対して年3回程度の巡回支援を通して進捗状況確認を実施している。また策定した計画の推移確認するため毎年申告書の提示を求め、進捗状況の数値化を図ってきた。ただし、専門家と共にフォローアップ個別支援の実施までは支援できていない。小規模事業者は、日々の事業活動に忙殺されていることから適切なフォローアップを実施しないと計画との乖離が生じていることに気づいていない方も多いのが現状である。

[課題] 既に作成した事業計画と現実の進捗との間に乖離が生じているため、計画の実践を継続するためのモチベーションを維持することが課題である。そのために専門家を招聘して個別支援を実施し、事業計画進捗状況把握・見直し、新たな経営課題への克服・補助事業申請支援へのアドバイス等を行いながら事業の継続的發展を図っていく必要がある。

(2) 支援に対する考え方

- ①事業計画策定後の実施支援については、専門家を交えて、経営者との対話を通じて事業計画の進捗状況を確認、また家族や従業員からも状況を聞くことで現場目線からの進捗状況についても確認する。
- ②事業者自らが計画的内容の修正や問題点に気づくことによってモチベーションを保つことができ、その問題点等に対して計画のフォローアップを促すことで経営者の内発的動機付けにつながり、自立的で柔軟な経営に取り組めるような支援を目指す。
- ③フォローアップ支援は、事業計画を策定した全ての事業者を対象とするが、事業計画の遅延や軌道修正が必要な際には、集中的な支援が必要となるため巡回訪問の回数を増やすなどの対応を図る。
- ④フォローアップ支援への取組みとして、職員間で情報を共有することはもちろん、指導員以外でも進捗状況のヒアリングができる体制の構築を図ることをこれまで以上に進める。
- ⑤フォローアップ支援の結果、ある程度順調と判断し、「自走化」が見込める場合は、巡回訪問回数を減らすなど臨機応変に対応する。

(3) 目標

内 容	現状	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度	令和 11年度
①事業計画策定後 フォローアップ事業者数	18 者	15 者	15 者	15 者	15 者	15 者
頻度 (延べ回数)	50 回	60 回 (15 者× 4 回)				
売上増加事業者数	—	6 者	6 者	6 者	6 者	6 者
経常利益率 1%以上UP 事業者数	—	6 者	6 者	6 者	6 者	6 者
②創業者 フォローアップ事業者数	2 者	1 者	1 者	1 者	1 者	1 者
頻度 (延べ回数)	4 回	4 回 (1 者× 4 回)	1 回 (1 者× 4 回)	4 回 (1 者× 4 回)	4 回 (1 者× 4 回)	4 回 (1 者× 4 回)
③事業承継支援 フォローアップ事業者数	2 者	1 者	1 者	1 者	1 者	1 者
頻度 (延べ回数)	3 回	3 回 (1 者× 3 回)				

※ 現状は、令和5年度までの平均実績

(4) 事業内容

[事業計画策定事業者に対する支援内容]

事業計画を策定した事業者を対象に経営指導員等が巡回訪問の際、独自の「事業計画進捗評価シート」を活用し、事業計画の進捗を判断し、以下の頻度で定期的にフォローアップを行う。

・フォローアップ支援：四半期に1回（年4回）、なお状況によって支援頻度をUPしていく。

また、事業計画の進捗が順調だと判断される事業者は、フォローアップの経過等についても組織的に対応するため、経営支援員等にも情報共有を通じてノウハウの共有を行う。

[創業計画策定事業者に対する支援内容]

創業者は、経営の経験値が少ないことからこまめな「対話と傾聴」を重ね、支援者との信頼の醸成に努め、創業計画を意識して目標を達成していくという積み重ねを行いながら経営力の向上を図り、スタートアップが円滑に進むよう支援を実施していく。

その頻度については、四半期に1回を基本として経営課題等の発生時や各種補助金・助成金等の活用において、中小企業診断士等の専門家と連携して臨機応変に対応していく。

[事業承継計画策定事業者に対する支援]

計画を策定した事業者に対して、経営指導員等が巡回訪問の際「事業承継計画進捗評価シート」を用いて進捗状況を確認していく。また、フォローアップにあたっては承継予定者の当事者意識も重要であることから承継予定者も含め「対話と傾聴」を重ねて円滑な事業承継が進むよう支援を行っていく。

その頻度については、年3回を基本として、進捗状況や事業者からの申し出等により、臨機応変に対応し出口支援を行っていく。

また高度な経営課題に対しては、福岡県事業承継・引継ぎ支援センター等の連携により、円滑な事業承継を支援する。

[事業計画と進捗状況とにズレが生じた場合の対処方法]

進捗状況を鑑みて、事業計画策定時と現状の経済状況変化により新たな対応が必要と判断する場合は、経営指導員が密に緊急対応を行うとともに、必要に応じて専門家など第三者の視点を加え、計画期間や今後の対応策・目標の変更など検討の上、フォローアップ頻度の変更等も行い、しっかり支援していく。

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] これまで需要開拓に対する取組みとして、インターネット販売会の実施でネット販売会社の指導でLP(ランディングページ)の制作・商品説明の書き方など指導し販路開拓の支援を行ってきた。結果、オンラインによる販路開拓に関心を示す事業者や実際に自社でHP・SNSの活用を行う事業者が増加した。また商談会や展示会への出展支援を行ってきたものの、出展後のフォローが不十分であり十分に出展の効果を上げることが出来ていない。

[課題] 当会におけるIT推進事業では、知識不足・人手不足・高齢化・事業の継続を考えてない事業所も多くあることから、ITを活用した販路開拓意欲を喚起しきれていないことが課題となっている。よって事業計画策定支援の質を高めることで経営基盤の強化、円滑な事業承継を支援するとともに、計画段階からIT活用・DX化の重要性を理解・認識してもらい事業継続・需要開拓意欲を喚起していく必要がある。また、展示会や商談会出展に際しては事前・事後のフォローを強化することで売上向上や商談成立に繋げていく必要がある。

(2) 支援に関する考え方

①経営状況の分析、各種事業計画策定支援を行った小規模事業者（食品事業者・陶器事業者を主とする）を対象に支援していく。

出展は、主に首都圏で開催される既存の展示会への出展を目指す。出展にあたり、経営指導員が事前・事後の出展支援を行うとともに、出展期間中には、陳列・接客などのこまめな伴走支援を行う。

②DXに向けた取組みとして、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・販路開拓に関して、事業計画策定支援における相談対応を行い、理解度を高めた上で、導入にあたっては必要に応じてIT専門家派遣等を実施するなど事業者の段階に合った支援を行う。

③展示会へのサポート的展開としてクラウドファンディングマーケティングを実施する。クラウドファンディングを市場調査の手段として活用していただくために、セミナーを開催。内容は、①Webマーケティングとは？②入門編・実践編③サイトの作り方などを受講していただく。次に、サイト作りの実践支援を実施。内容は、専門家による対面指導とリモート指導によりクラウドファンディングマーケティング運営会社の審査に合格するためのサポートを行う。その後、実際に一般消費者に対し、これまで企画・制作した内容を公開し、実際に支援を募る。クラウドファンディングマーケティング実施によって、小規模事業者の独自の商品・サービスを開発または改良段階から、消費者のニーズを捉え、ブラッシュアップし、テスト販売することで、本格製造・販売前に顧客動向（需要）とファンの獲得を目指す。そのことで新たなチャレンジの成功率向上や不安の軽減を図る。知識不足・人手不足・高齢化・事業の継続を考えてない事業所にも販路開拓を通じてITへの取組みを喚起することが可能となる。

(3) 目標

内 容	現状	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度	令和 11年度
①商談会・展示会等出展 (BtoB、BtoC)事業者数	6者	6者	6者	6者	6者	6者
売上額10万/者×6者	5万円	60万	60万	60万	60万	60万
成約件数2件/者×6者	—	12件	12件	12件	12件	12件
②DX活用事業者 (HP・ECサイト含む)事業者数	3者	5者	5者	5者	5者	5者
売上5%増加率事業者数	—	5者	5者	5者	5者	5者
成約件数5件/者×5者	—	25件	25件	25件	25件	25件
③—1：クラウドファンディング マーケティングセミナー開催	—	4回	4回	4回	4回	4回
③—2：クラウドファンディング マーケティング参加事業者数	—	4者	4者	4者	4者	4者
売上額25万/者×4者	—	100万	100万	100万	100万	100万

※ 現状は、令和5年度までの平均実績

※ ①商談会・展示会出展支援対象者については、食品業者2社・陶器事業者4者の6者である。

(4) 事業内容

①商談会・展示会等への出展支援(BtoB、BtoC)

- ・事業計画策定事業者を対象に、販路開拓や新規顧客獲得に向けた商談会・展示会に参加する。
- ・支援対象事業者：事業計画策定により販路拡大に意欲的な食品業者及び陶器事業者
- ・支援者数：6者

[事前支援]

商品・サービスPRシートやパンフレットの作成、顧客への調査シートの作成や商談等におけるプレゼンテーション力の向上について支援する。調査は、LINEリサーチ機能を利用します。LINEリサーチ機能では、投票形式やアンケート形式でユーザーの意見やニーズを調査することができるため、ペーパーの準備は不要となる。これらの支援の必要性に応じてIT専門家等の派遣を行う。

[出展中支援]

商品陳列やPOP装飾、バイヤーやオーナーの意見収集、不明瞭な説明が生じた際のアイテムに関するフォローアップ等を行う。

[事後支援]

アプリからの集計結果をもとに商品の改善点や課題を明確にする。
必要に応じて専門家を招聘して成約に向けての新商品の検討を行う。

[成果目標]

1事業者について、成約件数2件、売上額10万円

②DX活用事業者への支援(HP・ECサイト含む)

[支援対象者]

食品業者及び陶器事業者で、既にHP・ECサイト構築済み、又はSNS等での情報発信を既に行っている事業所で、事業計画策定により販路拡大や業務効率化に意欲的な小規模事業者

[支援者数]

5者

[支援内容]

- ・既にHP・ECサイト構築済み、又はSNS等での情報発信を既に行っている事業所においてより効率的に売上に直結するよう商品選択など専門家と共に支援を実施し、より効果的なITの活用を促進させていく。
- ・SNSは活用しているものの販売促進に直結していない事業所には、ECサイトの利用提案などを実施し、効果的な商品紹介の文章構成（訴える）・効果的な写真撮影（魅せる）・商品構成（そそる）等の販売手法の伴走支援に専門家を招いて実施していく。
- ・WEB専門会社やITベンダーの専門家を招いて、セミナー開催や個々へのフォローを含め、継続して支援を実施していく。

[成果目標]

1事業者について、成約件数5件、売上5%増加

③クラウドファンディングマーケティング参加事業者への支援

[支援対象者]

食品業者及び陶器事業者で事業計画策定事業者を対象に、販路開拓や新規顧客獲得に意欲的な小規模事業者

[支援者数]

4者

[支援内容]

- ・クラウドファンディングマーケティングを活用し、小規模事業者の独自の商品・サービスを開発または改良段階から、消費者のニーズを捉え、ブラッシュアップし、テスト販売することで、本格製造・販売前に顧客動向（需要）とファンの獲得を目指す。
- ・知識不足、人手不足、高齢化、事業の継続を考えてない事業所にも販路開拓を通じてITへの取組みを喚起する
- ・小規模事業者が、新たなチャレンジにおいて成功率向上や不安の軽減を図る術をセミナー開催や個別指導を通じて専門家を交えて支援していく。

[成果目標]

1事業者について、売上額25万

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]

中小企業診断士、東峰村役場ふるさと推進課課長、福岡県商工会連合会筑後広域連携拠点統括東峰村商工会（正副会長、事務局長、法定経営指導員）で組織する経営発達支援事業評価委員会において、年1回、経営発達支援事業の取組実績を目標数値に対し定量的に評価し、次年度に向けた改善案を協議している。その後、理事会にて事業成果等を報告したうえで、定量的評価表を毎年当会の総会資料に全ページ掲載している。また、村内の小規模事業者がいつでも評価表を閲覧できるように事務所に配置している。

[課題]

経営発達支援事業評価委員会において、評価委員より有益なアドバイスをいただくがその中で事業を実施した結果、小規模事業者の経営、地域にどのような効果があり、改善案を活かしていけるかなど、今後事業実施方針に反映させる仕組みを構築する必要がある。

現在、評価表を当会のホームページに掲載していないため、今後公表していくこととする。

(2) 事業内容

①職員会議の開催

局長以下4名体制である当会において、経営発達支援事業における進捗状況会議を毎月1回開催し、PDCAサイクルによる各事業の進捗管理及び目標設定の確認と見直しを行い、問題点の改善と方向性の修正等を図る。

本事業の進捗状況等を定量的に管理するため、事務局内に設置しているLANDISKに共有データを置き、だれでも一目で進捗状況がわかるようにし、問題点があれば計画の修正や対応策を協議し解決を図る。

②事業評価委員会の設置

外部有識者として中小企業診断士、東峰村役場ふるさと推進課課長、福岡県商工会連合会、東峰村商工会正副会長、事務局長、法定経営指導員で構成する東峰村商工会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、見直しを行い、次回事業実施方針へ反映させる。

③評価結果の報告および情報公開

事業の成果・評価・見直しの結果については、理事会へ報告する。報告を行った後、速やかに評価結果を当会ホームページに掲載し、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している具体的な経営改善支援手法等の研修会へ参加していることに加え、税務署や労働局など外部組織の研修会に積極的に参加し、経営支援能力の向上に努めている。

[課題]

小規模事業者の課題は多岐に渡る上、事業者支援に必要な情報を共有した上で資質向上に努めることが課題である。また、生活様式の変容によりDXに関連する相談が増えDXに関連した支援スキルの習得が急務である。

(2) 事業内容

① O J T

中小企業診断士等の専門家派遣に同行し、事業者に対する聞き取り内容や要点など、支援手法に関するノウハウを学び、支援に関する資質の向上につなげる。また経営指導員が支援した各小規模事業者の支援内容のデータを共有するほか、支援業務を他の職員と分担することにより、更なる個々の支援能力の向上を図る。

② O F F - J T

S N S の活用や E C サイトの利用による新規販路開拓等の支援が求められることから、中小企業基盤整備機構が開設している E C オンライン講座など、外部機関が実施する研修を積極的に受講することにより職員全体の I T 活用に関する支援能力の向上を図る。

③ D X 推進に向けたセミナー

小規模事業者の D X 推進に対応するには、職員の I T スキルを向上させ、ニーズに合わせた支援を可能にする必要がある。

経営指導員及び経営支援員に不足している D X 関連知識を補えるよう、下記のような D X 関連セミナーについては積極的に参加する。

<業務効率化>

R P A システム、クラウド会計ソフト、情報セキュリティ対策、電子マネー商取引システム、A I ・ I o T 活用による生産性向上支援の進め方 等

<需要開拓>

S N S 活用、G o o g l e 等ツール活用、ネットショップ運営、補助金等の電子申請、販売促進のための I T 活用支援、I T 活用支援強化研修 等

<その他>

オンラインミーティングツールの利用、オンラインを使った経営指導方法等

④ 経営力再構築伴走支援の基本姿勢の習得

小規模事業者と対話を通じた経営課題の掘り下げや自己変革への気づきを与えられるよう、支援者として相応しい基本姿勢スキルの向上を目指す。下記のようなセミナーに積極的に参加し、対話と傾聴のノウハウや、個社の特性に沿った経営課題の抽出および課題解決に向けた提案力を習得する。

<経営力再構築伴走支援に関するセミナー>

コミュニケーションを向上させるため、経営力再構築伴走支援研修、伴走支援のためのロジカルシンキング、事業価値を捉える対話の進め方、ビジネス雑談力の磨き方、理解力・伝達力が高まるトレーニング等を実施する。

⑤ 職員間の定期ミーティングの実施

情報の共有不足による業務の生産性低下を防ぎ、これまでは必要に応じて開催していたが、職員間にて月 1 回（必要に応じて随時開催）ミーティングを行い、支援事例の成果報告、事業者へのフォローアップ状況、支援内容の検討等について発表し、意見交換を行う。

⑥ データベース化

小規模事業者の各種分析結果や事業計画書についてはデータ管理し、支援内容は事業者別の経営指導カルテを作成する。カルテについては全職員が情報共有できるようにし、支援に必要な情報を取得できるようデータベース化を行い、ノウハウを蓄積し支援能力の向上を図る。

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

当会における他の支援機関との連携状況は、まず金融支援で言えば、東峰村には地銀と呼ばれる金融機関はなく、これまで㈱日本政策金融公庫をメインに小規模事業者支援を行ってきました。臨市に構える金融機関との連携は、融資時の事業状況について協議するのみで、定期的な意見交換会等は実施していません。次に、個別支援事業所への専門家招聘は、福岡県商工会連合会・福岡県よろず支援拠点などを活用して支援を実施している。

今後は、小規模事業者数維持に向けて、事業承継支援・創業者支援・経営革新計画認定などの支援強化を図るため、これまで以上に支援機関との情報交換を実施しながらより一層の支援力向上を目指して小規模事業者数維持に努める。

(2) 事業内容

◇東峰村との情報交換会

【開催】：年2回

【目的】：村担当課と半年毎に情報交換会の場を設けて、経営発達支援事業の遂行状況や村の実情・課題把握に努め、行政施策等を通して効果的な小規模事業者支援を行う。

◇支援機関との情報交換会：〈福岡県筑後地域中小企業支援協議会〉

【開催】：年3回

【目的】：福岡県、筑後地区の14商工会、金融機関、診断士等他支援機関が参加する「筑後地区中小企業支援協議会」において、支援ノウハウを情報交換します。また東峰村商工会小規模事業所における経営課題ケースを提案し、各支援機関からアドバイスをもらうなど積極的な活用を行う。

◇㈱日本政策金融公庫との情報交換会

【開催】：年1回

【目的】：「小規模事業者経営改善貸付推薦団体連絡協議会」において、金融支援ノウハウ及び地域経済動向について情報交換を行う。

◇福岡県商工会連合会主催の情報交換会

【開催】：年4回

【目的】：商工会経営指導員連絡会議、福岡県商工会取組協議会等の取組毎の研修会や連絡会議において、支援ノウハウ・支援の現状などについて情報交換し、職員間の共有を図り、支援能力の向上を図る。

(別表2)

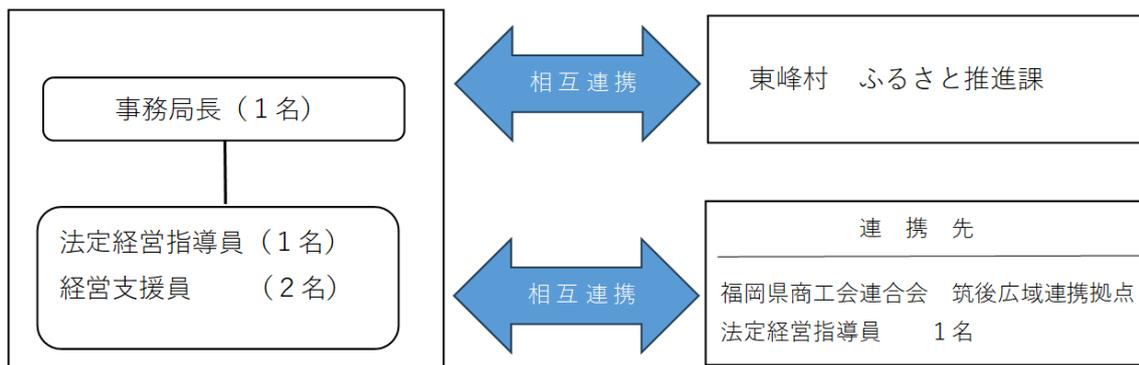
経営発達支援事業の実施体制

経営発達支援事業の実施体制

(令和6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)

下記の組織体制により全職員で経営発達支援事業を遂行する



(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当該法定経営指導員の氏名、連絡先

■氏名：梶原 信彦

■連絡先：福岡県朝倉郡東峰村大字小石原941-1 東峰村商工会

②当該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の提供等を行う

(3) 商工会/商工会議所、関係市町村連絡先

①東峰村商工会

〒838-1601

福岡県朝倉郡東峰村大字小石原941番地1

TEL: 0946-74-2121 FAX: 0946-74-2284

E-mail: touhou@shokokai.ne.jp

②東峰村役場 ふるさと推進課

〒838-1792

福岡県朝倉郡東峰村大字宝珠山6425

TEL: 0946-72-2312 FAX: 0946-28-7723

E-mail: furusui@vill.toho.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7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度
必要な資金の額	5,379	5,379	5,379	5,379	5,379
3. 地域経済の動向調査	154	154	154	154	154
4. 需要動向調査	770	770	770	770	770
5. 経営状況の分析	88	88	88	88	88
6. 事業計画策定支援	1,408	1,408	1,408	1,408	1,408
7. 事業計画策定後の実施支援	539	539	539	539	539
8. 新たな需要の開拓に寄与する事業	2,343	2,343	2,343	2,343	2,343
9. 事業評価会議	77	77	77	77	77
10. 職員資質向上	—	—	—	—	—

(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・県補助金・村補助金・事業受託・手数料収入・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。

