

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	大刀洗町商工会（法人番号 4290005010631） 大刀洗町（地方公共団体コード 405035）
実施期間	2023/04/01 ～ 2028/03/31
目標	<p><b>経営発達支援事業の目標</b></p> <p>（１）事業承継支援や創業支援による事業者数の維持拡大  （２）生産性向上・業務効率化・付加価値向上のためのビジネスモデル構築支援  （３）地域資源を活用した商品・サービスの掘起こしと販路拡大支援  （４）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</p>
事業内容	<p>I. 経営発達支援事業の内容</p> <p>1. 地域経済動向調査に関すること  ①地域の経済動向分析 ②管内の景気動向分析</p> <p>2. 需要動向調査に関すること  ①催事等でのマーケティング調査 ②展示会でのマーケティング調査</p> <p>3. 経営状況の分析に関すること  ①経営分析を行う事業者の発掘 ②経営分析</p> <p>4. 事業計画の策定支援  ①DX 推進セミナーの開催 ②事業計画策定支援  ③事業承継計画策定支援 ④創業計画策定支援</p> <p>5. 事業計画策定後の実施支援  ①事業計画策定事業者に対するフォローアップ</p> <p>6. 新たな需要の開拓支援  ①展示会・商談会への出展支援 ②IT・DX を活用した販路開拓支援</p>
連絡先	<p>大刀洗町商工会  〒830-1201 福岡県 三井郡大刀洗町大字富多 819  TEL:0942-77-2182 FAX:0942-77-5599  e-mail:tachiarai@shokokai.ne.jp  大刀洗町 産業課  〒830-1201 福岡県 三井郡大刀洗町大字富多 819</p>

	TEL:0942-77-6201 FAX:0942-77-3063
--	-----------------------------------

	e-mail:sangyo@town.tachiarai.fukuoka.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】

大刀洗町は福岡県の中南域を占める筑後平野の北東部、筑後川の中流域北岸に位置している。面積は22.83㎢で、町域すべてが筑後平野に含まれており、地形は平坦である。

町内には、大分自動車道や国道322号・500号、主要地方道久留米筑紫野線の他10路線の県道によって結ばれており、久留米市中心部へ約15km、福岡市中心部へ約30kmと都市部への通勤も可能である。バスは、高速バス路線の停留所と路線バスの停留所と町が運営するコミュニティバス路線がある。鉄道路線は西日本鉄道甘木線と甘木鉄道の2本が貫通し、鉄道駅も3駅設置され、バスよりも身近な公共交通となっている。

筑後小郡ICと甘木ICに近い自動車交通の便の良さから、行政が積極的に企業誘致を進め、町北部には工業団地を形成している。

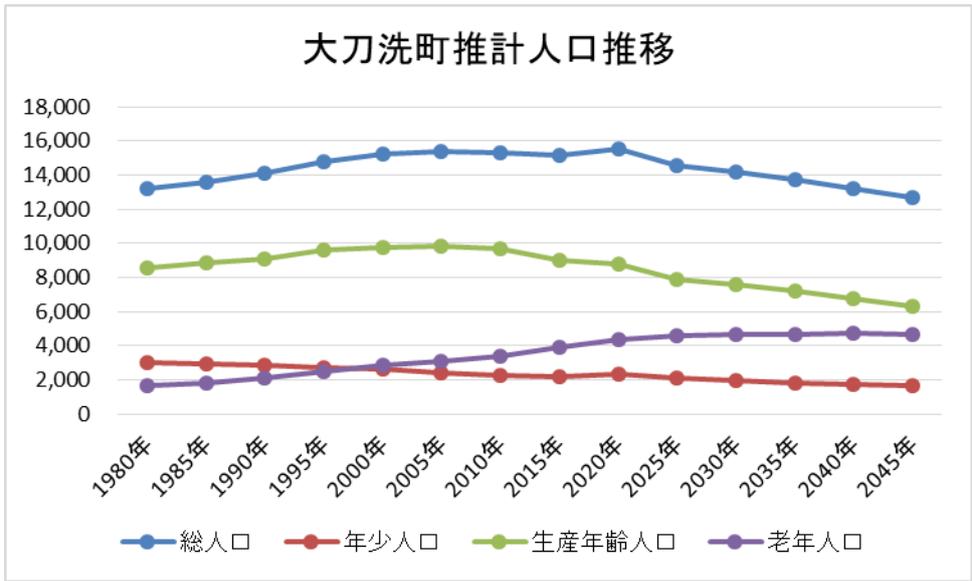


###### 【人口推移】

大刀洗町の人口は、令和4年(2022年)9月現在で15,968人である。平成17年(2005年)から減少傾向にあったが、町内の新興住宅地の増加、町の企業誘致や移住促進施策の結果、平成27年(2015年)から5年間で383人増と近年は微増傾向に転じている。しかし、生産年齢人口(15~64歳)は平成17年(2005年)から減少し続けており、老年人口(65歳以上)は増加が続いている。

「国立社会保障・人口問題研究所」のデータ(平成30年3月公表)に基づく推計値によると、このペースでいくと生産年齢人口は、令和2年(2020年)の8,798人から令和27年(2045年)には6,334人になると推計されている。

### 大刀洗町推計人口推移



【出典】総務省「国勢調査」、国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口」  
 【注記】2025年以降は「国立社会保障・人口問題研究所」のデータ（平成30年3月公表）に基づく推計値。

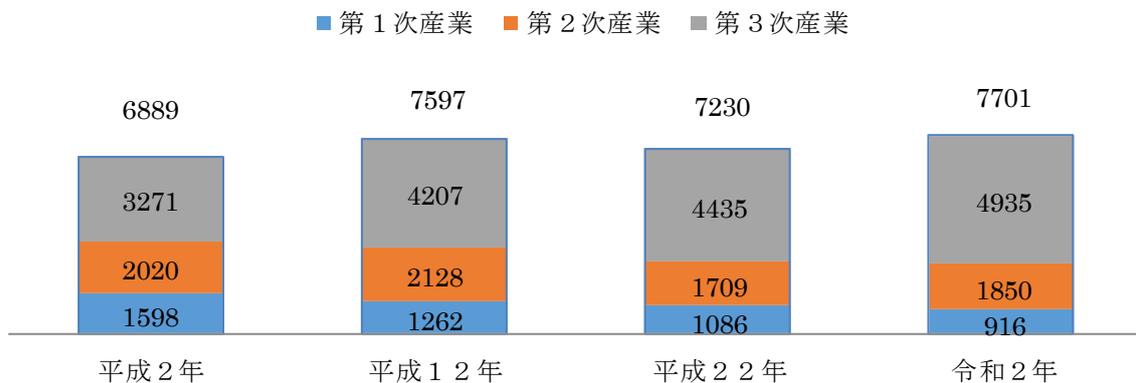
### 【産業】

大刀洗町の令和2年の国勢調査における就業人口は7,701人となっており、産業3分類別就業者構成は第1次産業が916人で全体の11.9%、第2次産業が1,850人で全体の24.0%、第3次産業が4,935人で全体の64.1%となっている。

平成2年から令和2年にかけての30年間の産業別就業人口の推移をみると、第1次産業は1,598人から916人に大幅減少、第2次産業は平成12年が多く2,128人であったが、その後1,850人に減少、第3次産業は3,271人から4,935人に大幅増加している。

離農傾向が進み、地域内の雇用の受け皿である第2次産業の製造業・建設業等の減少により、新たな就労先を求めて就労者が町外へ流れている。

### 大刀洗町産業別人口



【出典】総務省「国勢調査」（一部調整）

## 商工業

商工業者数は令和4年の福岡県商工会実態調査では450社、うち小規模事業者数は349社で、商工業者数は5年前(435社)と比べて若干増加しているが、地域経済を支える小規模事業者数は384社から349社と大幅に減少している。業種別に見ても、一人親方が多い建設業以外はすべての業種で減少している。

小規模事業者数の減少の要因として、中・大型店の進出による競争激化や経営者の高齢化・後継者不足による廃業が進んでいることが挙げられる。

	業種	建設業	製造業	卸・小売業	サービス業	合計
平成29年	商工業者数	81	54	160	140	435
	小規模事業者数	71	47	143	123	384
令和4年	商工業者数	90	56	166	138	450
	小規模事業者数	85	32	125	107	349
増減率	商工業者数	111.1	103.7	103.7	98.5	103.4
	小規模事業者数	119.7	68.0	87.4	86.9	90.8

(出典) 福岡県商工会実態調査

商業・サービス業は、町内に商店街などの小売店集積地はなく大型店も無いが、中型店はゆめマート、トライアル、マミーズ、Aコープ、ホームプラザナフコがあり、その他小規模店舗が町全域に点在している。小規模店舗は大通りに面していないわかりにくい場所にある店舗が多い。町内には住民の生活に密着した小売・飲食店の他、呉服店や製菓店等の代々続く老舗店舗や筑後地域の伝統工芸である久留米織や緋の技術を活用した被服製造販売店に加え、最近では、若手パティシエが活躍する洋菓子店や養鶏場が運営するスイーツ店、地元農産品を使った飲食店、さらに、造花やフラワーアレンジメントを扱う店舗等が賑わいを見せている。

工業は、北部地域に2つの工業団地を形成して企業誘致を進め、一定の企業集積が図られている。近年整備された工業団地ではICに近い等の特性を活かして運輸業や倉庫業の企業が進出してきている。その他、金型や自動車部品等の製造業や土木や大工等の建設業においては、原材料の高騰や生産年齢人口の減少による人手不足が深刻化している。

## 農業

町面積全体に占める田畑面積の割合が60%と福岡県内市町村で最も高く、ほとんどの農地が農業基盤整備を完了している。レタスやホウレン草等の野菜を中心に米・麦・大豆などの生産農業が盛んである。最近では、この耕作に適した優良農地を活用し、いちご・レモングラス・花等を栽培し商品開発に取り組む事業者も見られるようになった。

## 観光資源・地域資源

大刀洗町は、田園風景が広がる中、いたるところに歴史的資源が息づいている。国指定重要文化財である今村天主堂は、隠れキリシタンの歴史を持ち、わが国のレンガ造教会として最も完成度が高いと評されている。また、国指定史跡の下高橋官衙遺跡は、奈良時代の郡役所が完全な形で残っている。ほかにも、「大刀洗」という地名の由来となった菊池武光の像や、県指定文化財の西光寺木造阿弥陀三尊像は、中世の豪族三原氏の菩提寺である西光寺にあり、鎌倉時代から南北朝時代のもので歴史的価値が高い。三原氏の居城とされる三原城址は、県内でも数少ない平城の城跡である。最近では、三川地区の佐田川と筑後川合流域のほたる生息地が、福岡県の快適な環境スポット30選にも選ばれている。

地域資源に目を向けると、大刀洗町の東南端に誰もがうらやむ水質の良い筑後川が流れている

ことから酒造りが盛んで、高品質な酒や焼酎が生産されている。そのことから地元の酒店では角打ちスペースを作り地酒を提供している店が多い。町内には3つの酒蔵会社があり、最近では知名度も上がり都心部や海外へ進出している酒蔵会社もある。また、大刀洗町では古くからお祝いや親戚寄り合いの席で馬刺しを食べる習慣があり、町内には馬刺しを提供する精肉店が4店舗もある。町内の老舗醤油店が馬刺し専用醤油を開発する等、馬刺しの食文化が根付いている。更に、三川地区ではかつて盛んであった九州特産伝統工芸品である久留米緋の染料となる藍の栽培とすくも（藍染めする際の染料）の製造を蘇らせようという取組みが行われている。



(藍の栽培)

### 【大刀洗町総合計画】

第5次大刀洗町総合計画（2019年度～2028年度）では、町の目指す未来の姿「わたしたちが創る 誇れるよかまち たちあらい」をみんなで共有し、誰がどんなことに取組んでいくのかを明らかにするため35の施策を掲げている。その中の1つ、商工業に関係するものとして施策14「商工業の振興と雇用促進」をあげている。

#### 施策14「商工業の振興と雇用推進」

目標：事業者の経営が安定し、新しい事業者もうまれ、働きたい人に活躍の場所があります。

##### 取組①後継者問題への対策、町内企業への支援

町内事業者の安定した経営の持続のためには、後継者問題への対策が必要です。そのために、関係団体にて開催される事業継承に関するセミナーの活用に力を入れていきます。また、町内企業への支援を行うことも、町内の安定した経営の持続に繋がるため、商工会と連携して町内での消費喚起の支援や町内企業の人材確保の支援を行います。

##### 取組②創業のきっかけ・場所の提供

町内での起業を促すことを目的に、創業のきっかけ・場所の提供を行います。移動販売市場の「かてて～Ka t e t e～」や、店主が日替りで営業する「ドリームカフェ」のさらなる活用を図ります。

### 【大刀洗町まち・ひと・しごと創生総合戦略】

大刀洗町が設置した、大刀洗町総合計画を掘り下げ今後5年（2021年度～2025年度）の地方創生について話し合う大刀洗町まち・ひと・しごと創生総合戦略審議会に大刀洗町商工会として参加し、大刀洗町の将来に向かったビジョン「大刀洗よかまち創生プロジェクト」を策定した。この中に産業振興について以下の通り記載がある。

##### 戦略①「やってみたい」起業・就業の応援

企業等へ就職を希望する方をサポートするとともに、起業意欲のある方を後押しできるような取り組みを行い、やってみたい、働きたいという希望を後押しする。

戦略②「誇りにしたい」魅力ある農・商工業の応援

町内にある既存産業が、持続可能な経営ができるように、商品に付加価値をつけたり、ビジネスマッチングなどを行う取り組みを応援する。

戦略③「探したい」魅力の発見

町にある魅力的な地域資源を掘り起こすため、外部人材も活用しながら町を見つめ直し、新たな町の魅力を発見する。

## ② 課題

### ・小規模事業者数の減少

事業主の高齢化と後継者の不足により小規模事業者数が減少している。地域経済の衰退につながり、町の活性化にも影響を与えるため本会としても事業承継支援と創業支援の強化が課題となる。

### ・購買力の町外流出

近隣市町村への大型商業施設の進出やネットショッピングの普及により、購買力の町外流出が大きな課題となっている。また町の人口も今後減少見込みにあり、町内における消費活動にも影響を及ぼすと予想されている。

### ・経営力の弱体化

事業者の高齢化や慢性的な人手不足だけでなく、キャッシュレス決済を代表とする取引のオンライン化、SNS やインターネット等を通じた販促活動等、近年急速に進む IT・デジタル化などへの順応が遅れている。その他にも、昨今の新型コロナウイルス感染症の影響や原油価格の高騰等、様々な外部環境の変化に対する対応力等、事業者の経営力が弱体化しており、この急激な変化に対応できない小規模事業者は存続の危機に追い込まれる可能性がある。

## (2) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

地域の現状と課題を踏まえ、「大刀洗町総合計画」や「大刀洗町まち・ひと・しごと創生総合戦略」との連動性・整合性を図りながら、本会としての今後 10 年を見据えた小規模事業者に対する振興のあり方を以下の通りとする。そして、地域の商工業者の拠り所として、事業者に寄り添い、共存していくものとする。

- ① 地域事業者の円滑な事業引継ぎ支援や新たな創業支援、さらには経営力アップを目指した支援を通じて、地域の産業を維持し、地域経済の安定化につなげること。
- ② 事業者の稼ぐ力アップを目指した支援を通じて、自社や自社の製品を含めた地域の魅力を磨き、それを発信し、地域経済の全体的な発展につなげること。
- ③ 地域事業者に対する IT 活用と DX 推進に向けた支援を通じて、持続可能な経営基盤を確立し、地域経済の底上げにつなげること。

## (3) 経営発達支援事業の目標

小規模事業者に対する長期的な振興のあり方を踏まえ、本計画における目標を以下のとおりとする。

- ① 事業承継支援や創業支援による事業者数の維持拡大
- ② 生産性向上・業務効率化・付加価値向上のためのビジネスモデル構築支援
- ③ 地域資源を活用した商品・サービスの掘起こしと販路拡大支援

- ④ 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5年4月1日～令和10年3月31日）

(2) 目標の達成に向けた方針

### 目標①事業承継支援や創業支援による事業所数の維持拡大

事業承継支援については、経営指導員のヒアリングによりピックアップした要支援事業者に対して、福岡県事業承継・引継ぎ支援センター等と連携しながら事業承継計画書の策定や円滑な事業承継にむけてのフォローを行っていく。

創業支援については、行政や地域との連携を密にとり、創業者の情報をいち早く入手し、支援につなげていく。具体的には、創業塾の開催や創業支援のためのワンストップ窓口を創設し、創業計画策定と創業後のフォローアップを行っていく。

### 目標②生産性向上・業務効率化・付加価値向上のためのビジネスモデル構築支援

事業者が持つそれぞれの課題を、対話と傾聴により設定し、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通じ、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。

DX推進やITツール導入のためのセミナーを開催することで、設備の自動化、多能工化、ICT化による生産性向上や業務効率化の支援を行う。

### 目標③地域資源を活用した商品・サービスの掘起こしと販路拡大支援

地域資源や市場ニーズを踏まえながら、小規模事業者の技術やノウハウ・アイデアを活用した商品・サービスの開発を、事業計画策定支援を通して促進する。

事業計画を策定する（または策定した）小規模事業者の目指す商圏やレベルに応じて、展示会等の出展等の販路開拓支援を行う。併せて、自社ホームページ・SNSの開設やECサイト活用といったITを活用した販路開拓支援も実施する。全国規模の販路開拓の支援対象は、経営革新計画の承認を目指す（または承認を受けた）小規模事業者を優先する。

### 目標④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。

外部環境が急激に変化する中で、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。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]

全国商工会連合会が行う「小規模企業景気動向調査」をもとに、経営指導員が独自に行った域内の動向情報の収集結果を加え、ホームページで公表している。

[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を行っていないため、小規模事業者が策定する事業計画に結び付くような有益な情報を与えることができていない。

#### (2) 目標

	公表方法	現行	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9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	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

管内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、域内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等により手渡しし、返信用封筒もしくは巡回等で回収する。経営指導員等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】域内小規模事業者40社（建設業、製造業、卸・小売業、サービス業から10社ずつ）

【調査項目】売上額、仕入単価、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、広く域内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事

### (1) 現状と課題

[現状]

プレミアム付商品券発行事業の際に普段地元の店でどのようなものを購入しているかといった簡単な消費者アンケートを行っている。

[課題]

全体的な消費動向調査しか実施しておらず小規模事業者の販売する商品・サービスに直接関係する調査が行えていないため、小規模事業者が市場ニーズにあった商品・サービスを開発するうえで必要な情報を提供できていない。

### (2) 目標

	現行	令和 5年度	令和 6年度	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度
①BtoC マーケティング調査対象事業者数	—	4者	4者	4者	4者	4者
②BtoB 商談会でのマーケティング調査対象事業者数	—	3者	3者	3者	3者	3者

### (3) 事業内容

#### ①BtoC マーケティング調査

毎年10月に本会が主催で行うイベントである「大刀洗ひばり市」や福岡県商工会連合会が運営している「DOCORE ふくおか商工会ショップ」のテストマーケティングにおいて、商品の試食や来場者アンケートを実施し、調査結果を事業者へ提供することで市場ニーズにあった商品・サービスの開発につなげる。

【対象事業者】地域産品や地域資源を活用した商品を販売・開発する小売店や製造・飲食業等の事業者

【サンプル数】1社あたり来場者10名

【調査手段・手法】来場客に商品の試食やアンケート調査を実施する。

【分析手段・手法】調査結果は、経営指導員及び専門家が分析を行う。

【調査項目】①味、②大きさ、③価格、④デザイン、⑤商品の意見や感想等商品に応じて設定。

【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。

#### ※大刀洗ひばり市

大刀洗町商工会が主催する軽トラック市。大刀洗町の野菜・加工品・お菓子・グルメや近隣市町村の品々が出店する。約3,000人の来場がある。

#### ※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内にあり、県内の地域産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。

## ②BtoB 商談会でのマーケティング調査

県外で開催される展示会において、来場した全国のバイヤーに対し、事業者と経営指導員が商品・サービスの試食やアンケート調査を実施する。

【対象事業者】地域産品や地域資源を活用した商品を販売・開発する小売店や製造業等の事業者

【サンプル数】1社あたり来場者10名

【調査手段・手法】来場者に出展した商品の試食やアンケート調査を実施する。

【分析手段・手法】調査結果は、経営指導員及び専門家が分析を行う。

【調査項目】①味、②大きさ、③価格、④デザイン、⑤商品の意見や感想、⑥取引条件等商品に応じて設定。

【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、次回出展に向けて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]

補助金申請や金融斡旋、経営革新計画等の事業計画策定支援の際の簡易な経営分析にとどまっている。

[課題]

これまで実施しているものの、その場限りの経営分析にとど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

	現行	令和 5年度	令和 6年度	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度
経営分析事業者数	32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

本会のホームページ、広報誌等で周知する他、経営指導員等の巡回・窓口相談の際にチラシ等を活用しながら、経営分析によって自社の経営課題等を把握し、事業計画等の策定に繋げていくことを説明し、対象事業者の掘り起こしを図る。

#### ②経営分析の内容

【対象者】自社の経営課題に意識（興味）を持った自社分析に意欲的な事業者40者程度

【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、粗利益率、経常利益、損益分岐点 等

《非財務分析》自社の強み、弱み、脅威、機会等、対話を通じて気づきを与えることで、自社の経営課題等を把握する。

【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」、「経営デザインシート」、中小企業の「経営計画つくるくん」等のソフトを活用し、外部専門家と連携を取りながら分析を行う。

#### (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]

補助金等の申請、経営革新計画の申請、創業融資申請等の際に事業計画策定支援を行っているがその場限りの計画書になりがちである。また、事業計画策定に対するハードルが高く経営分析で終わってしまう事業者が多い。

DXの推進についての取組は、事業者からの要望に応じてITに関する個別指導等の対応は行っているが全体的な取り組みは行っていない。

##### [課題]

小規模事業者の経営課題を克服するための事業計画を策定していく必要がある。また、急速なデジタル化が進む中、事業計画に盛り込むべきDXに対する小規模事業者の意識が低いため関心を持ってもらう取組が必要である。

#### (2) 支援に対する考え方

地域の経済動向調査、需要動向調査、経営分析により浮き彫りになった経営課題に事業者が当事者意識を持って向き合い、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。

DXに向けた意識向上のため、セミナーを開催し、DXを事業計画に盛り込める環境を作る。

#### (3) 目標

	現行	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度
①DX推進セミナー	—	1回	1回	1回	1回	1回
②事業計画策定事業者数	25者	20者	20者	20者	20者	20者
③事業承継計画策定事業者数	1者	1者	1者	1者	1者	1者
④創業塾	1回	1回	1回	1回	1回	1回
④創業計画策定事業者数	8者	4者	4者	4者	4者	4者
計画策定事業者数合計	34者	25者	25者	25者	25者	25者

#### (4) 事業内容

##### ①「DX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、また実際にDXに向けたITツールの導入やWebサイト構築等の取組を推進していくために、セミナーを開催する。

【支援対象】 経営課題を解決するためDX導入に関心が高い小規模事業者

【募集方法】 商工会のホームページ・広報誌で周知する他、巡回・窓口相談で案内

【講師】 IT専門家やDXに精通している中小企業診断士等

【回数】 年1回

【参加人数】20 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法
- ・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事業計画策定支援

【支援対象】経営分析を行った事業者の中で策定意欲の高い事業者

【支援手法】経営状況の分析で浮き彫りとなってきた経営課題を克服するために、経営指導員等が担当制で張り付き、必要に応じて外部専門家も交えて事業計画の策定につなげていく。また、事業者が事業計画策定に取り組みやすいように事業者のレベルに応じた事業計画を策定する。

#### ③事業承継計画策定支援

【支援対象】事業承継ヒアリングシートで事業承継計画の策定を希望する事業者

【支援手法】福岡県事業承継・引継ぎ支援センター作成の事業承継ヒアリングシートを活用し、事業承継に対する課題を把握する。引き続き、事業承継に対する支援を希望する場合は福岡県事業承継・引継ぎ支援センターと連携し事業承継計画の策定支援を行う。

#### ④創業塾の開催と創業計画策定支援

創業支援については、近隣の三井管内 3 商工会（※）で相互連携を図りながら広域的な支援体制を構築し、取り組んでいる。その取り組みの一つとして、創業塾を定期的実施している。

##### ④-1 創業塾

【支援対象】創業を目指す方、創業後 2 年未満の方

【募集方法】商工会ホームページに掲載、大刀洗町広報誌に掲載、新聞折込、商工会広報誌に同封

【回数】年 1 回

【参加者】20 者（うち、大刀洗町での創業希望者 4 者）

【カリキュラム】創業への心構え、資金計画や資金調達、税務の知識、販路開拓の知識、事業計画の作成について

##### ④-2 創業計画策定

【支援対象】創業塾に参加した方や商工会窓口に相談にきた創業希望者

【支援手法】創業に向けた準備や資金計画・資金調達の支援。創業後の経営に必要な知識の習得と事業計画策定支援を行う。

※三井管内 3 商工会とは

旧三井郡にある小郡市商工会（小規模事業者数：1,104）、久留米東部商工会（小規模事業者数：522）、大刀洗町商工会（小規模事業者数：349）の 3 商工会。

## 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]

事業計画策定後の実施支援を巡回等を通じて行っているが、場当たりのことになることが多く計画的には実施できていない。

[課題]

事業計画の着実な実施のため、事業計画策定支援を行った事業者を計画的に巡回し、進捗状況を確認し、必要に応じて計画の見直しを行う必要がある。

### (2) 支援に対する考え方

定期的な巡回を行い、策定した事業計画の進捗確認と課題の抽出を行う。その際、自走化を意識し、経営者自身が「答え」を見いだすこと、経営指導員との対話を通じてよく考えること、経営者と従業員が現場レベルで当事者意識を持って取組むことなど、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、潜在力の発揮に繋げる。

全ての事業計画策定事業者が対象であるが、事業計画の進捗状況等により、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者を見極めた上で、フォローアップ頻度を設定する。

### (3) 目標

	現行	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度
①フォローアップ対象事業者数	25者	20者	20者	20者	20者	20者
頻度(延回数)	50回	80回	80回	80回	80回	80回
売上増加事業者数	—	4者	4者	4者	4者	4者
②事業承継フォローアップ対象事業者数	1者	1者	1者	1者	1者	1者
頻度(延回数)	2回	2回	2回	2回	2回	2回
③創業フォローアップ対象事業者数	8者	4者	4者	4者	4者	4者
頻度(延回数)	16回	24回	24回	24回	24回	24回
合計フォローアップ対象事業者数	34者	25者	25者	25者	25者	25者
合計頻度(延回数)	68回	106回	106回	106回	106回	106回

### (4) 事業内容

#### ①事業計画策定者

事業計画を策定した事業者を対象として、原則、四半期に1回の頻度でフォローアップを実施する。

#### ②事業承継計画策定者

事業承継計画を策定した事業者を対象として、原則、半年に1回の頻度で福岡県事業承継・

引継ぎ支援センターのコーディネーターと連携しフォローアップを実施する。ただし、事業者からの申出等により、臨機応変に対応する。

### ③創業計画策定者

創業計画を策定した事業者を対象として、原則、2月に1回の頻度でフォローアップを実施する。創業者については、当初の見込みとは異なる事態が発生することも予想されることから、外部専門家と連携を取りながらフォローアップを実施する。

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策を検討の上、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]

事業計画を策定し販路拡大を目指す小規模事業者に対し、福岡県商工会連合会が運営する「DOCORE ふくおか商工会ショップ」等への出品斡旋や地域資源を活用する等地域に波及効果が大きい商品については関東で行われる展示商談会への出展を支援し、取引先開拓を支援している。

一方で、IT・DXの活用については、域内の小規模事業者の多くはオンラインによる販路開拓等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等の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]

出展前後のフォローアップについて、実施はしているが不十分で売上増加につながらないことも多い。今後は出品や出展に至るまでの支援、出品後の売れ行きや商談成立に向けた支援を計画的に継続的に実施する。

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

事業者の目指す商圏規模、業種は様々であり、商工会が自前で展示会等を開催するのは困難なため、事業者や商品のレベルに応じて、県内や首都圏で開催される既存の展示会や商談会への出展を目指す。主として地域産品や地域資源を活用した商品を販売・開発する小売業、飲食業、製造業等の事業者のうち、需要動向調査等を踏まえ、事業計画の作成を済ませた事業者を重点支援先とする。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、きめ細かな伴走支援を行う。

急速なデジタル化に対応できていない小規模事業者のDXに向けた取組として、SNS情報発信、ECサイトの利用等についての相談対応を行い、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 5年度	令和 6年度	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度
①展示会(BtoC)出 展事業者数	3者	4者	4者	4者	4者	4者
売上額/者	—	10万円	10万円	10万円	10万円	10万円
②商談会(BtoB)参 加事業者数	3者	3者	3者	3者	3者	3者
成約件数/者	—	2件	2件	2件	2件	2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	—	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	—	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 (BtoC) 出展事業

事業者の段階にあった出展支援を行う。地域での販路開拓を目指す事業者には大刀洗町が運営している「かてて～K a t e t e～」(※1)への出品を支援し、福岡都市圏への販路開拓を目指す事業者には「DOCORE ふくおか商工会ショップ」や「RKB ラジオまつり」(※2)への出店を支援する。さらに、商品をブラッシュアップし十分な商品力をつけた事業者には首都圏で開催される「グリーンマーケット」(※3)等を活用し全国規模の販路開拓及び販売促進を支援する。

#### ※1 かてて～K a t e t e～

大刀洗町の野菜や加工品、小物雑貨などを販売する町の移動式マルシェである。大刀洗町役場や商業施設で定期的に出店している。出品しやすく消費者の声も直接聞くことができる。

#### ※2 RKB ラジオまつり

地元のラジオ放送局 RKB が県内各地から地域産品や特産品、工芸品等を扱う出展者を募り10月に開催する物産販売会。来場者は約50,000人で多くの消費者に自社商品をPRすることができ、直接生の声を聴いて商品のブラッシュアップの場として活用することができる。

#### ※3 グリーンマーケット

首都圏で10万人以上の来場者のある大規模展示会「エコプロ」(SDGs等、持続可能な未来や社会課題解決をテーマとする展示会)内に設置されたマルシェ形式の販売エリアであり、エコや健康、伝統等SDGsをテーマとした幅広いカテゴリーの商品を取り扱っている。首都圏の消費者の反応を確認し、商品のブラッシュアップと販路開拓につなげることができる。本会からは地域産品や伝統工芸品を販売・開発する小売業・製造業者を対象に出展。

#### ②商談会 (BtoB) 参加事業

福岡で開催される「FOOD STYLE Kyushu」(※4)、首都圏で開催される「Japan Home & Building

Show」(※5)、などに事業者にあった商談会を選定し参加してもらう。参加してもらうだけでなく、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支援を行うとともに、事後には、名刺交換した商談相手へのアプローチ等、商談成立に向けた実効性のある支援を行う。

#### ※4 FOOD STYLE Kyushu

福岡市内で2日間開催される九州最大規模の食料品商談展示会。2021年の来場者数は14,924名で外食産業の来場者が1/4を占める。本会からは食品製造業や飲食業者を対象に出展。

#### ※5 Japan Home & Building Show

首都圏で開催され、建材やインテリア製品、構造材・部材、設備、サービスなど住宅から商業施設、まちづくりにおける建築に関する幅広い製品が出展する商談会である。建築のプロ約20,000名以上が来場する。本会からは造花等のインテリア製品を扱う事業者を対象に出展。

### ③SNS活用

現状の顧客が近隣の商圈に限られていることから、より遠方の顧客の取込のため、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。町内に点在している小売店や飲食店の他、製造業等のうち、比較的年齢層の高い事業者を中心に、幅広い販路開拓を目指す。必要に応じて、専門家による指導を行う。

### ④ECサイト利用 (BtoC)

大刀洗町が運営委託する「ふるさと納税サイト」(※6)、公益財団法人福岡県中小企業振興センターが運営する「よかもん市場」(※7)、全国商工会連合会が運営する「ニッポンセレクト」(※8)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。これらのECサイトは自社でECサイトを作成するより管理が簡単であるため、これからECサイトを利用したい事業者の入口として提案していく。

#### ※6 ふるさと納税サイト

ふるさと納税のため町が運営委託する通販サイト。大刀洗町のふるさと納税寄付金額は毎年、全国で100位前後を保っている。

#### ※7 よかもん市場

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店するショッピングサイト。九州ならではの伝統工芸品、食品農産物など自慢の逸品が出品されている。

#### ※8 ニッポンセレクト

地域経済を支える小規模事業者等が、農商工連携や地域資源の活用などにより開発した商品等や、魅力ある隠れた地域産品等をウェブを通じて紹介・普及を行うことにより、地域の優れた産品を紹介・販売し、小規模事業者の商品展開力・販売力の向上等を図ることを目的とした全国商工会連合会公式のサイト。

### 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方法等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]

商工会の正副会長及び職員、外部有識者として中小企業診断士、大刀洗町産業課担当職員、福岡県商工会連合会筑後広域連携拠点担当職員で事業評価委員会を設置し、年1回事業成果の評価・見直しを行っている。また、事業の進捗状況は理事会にて報告を行っている。

[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閲覧できるように改善する。

#### (2) 事業内容

- 大刀洗町産業課担当職員、福岡県商工会連合会筑後広域連携拠点担当職員、本会正副会長・事務局長・経営指導員、外部有識者として中小企業診断士をメンバーとする「事業評価委員会」を年1回開催し、経営発達支援事業の進捗状況・成果等について評価を行う。
- 事業評価委員会の評価は、理事会にフィードバックした上で、事業実施方針等に反映させるとともに、HPへ掲載することで、地域の事業者が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や関係機関が開催する研修へ参加しているが、そのほとんどは義務研修である。また、商工会内部で独自の研修は行っていない。

[課題]

職員のIT・DXに関する知識が不十分であるため、事業者への相談・支援を可能にするための知識の習得を図らなければならない。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外部講習会等の積極的活用

##### 【経営支援能力向上セミナー】

経営指導員及び一般職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」等に経営指導員等を積極的に派遣する。義務研修では補いきれない分野やより専門的なセミナーを受講する。

##### 【DX推進に向けたセミナー】

喫緊の課題である地域の事業者のDX推進への対応にあたっては、経営指導員及び一般職員の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、下記のようなDX推進取組に係る相談・指導能力向上のためのセミナーについても積極的に参加する。

##### <DXに向けたIT・デジタル化の取組>

##### ア) 事業者にとって内向け(業務効率化等)の取組

RPAシステム、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

##### イ) 事業者にとって外向け(需要開拓等)の取組

ホームページ等を活用した自社PR・情報発信方法、ECサイト構築・運用オンライン展示会、SNSを活用した広報、モバイルオーダーシステム等

ウ) その他取組

オンライン経営指導の方法等

**【コミュニケーション能力向上セミナー】**

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受講することにより、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。

**【小規模事業者課題設定力向上研修】**

課題設定に焦点を当て、そのポイントと手順を習得することで、その後続く課題解決をスムーズに行うことを目的とする。

②商工会内部研修の導入

支援経験の豊富な経営指導員と一般職員とがチームを組成し、巡回指導や窓口相談の機会を活用したOJTを積極的に実施し、組織全体としての支援能力の向上を図る。またOFF-JTによる商工会内部研修会を行う。テーマについては、職員全員で話し合い地域の小規模事業者のニーズに合った知識のものとする。

③データベース化

担当経営指導員等が商工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体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。

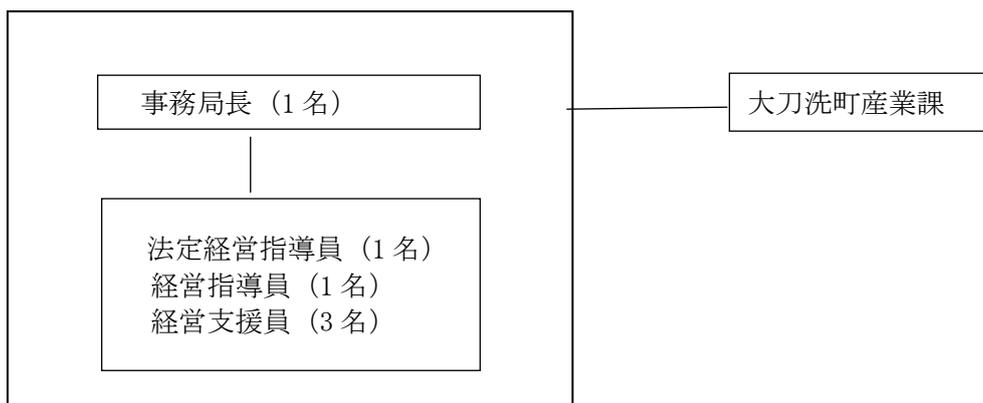
(別表2)

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)



(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： 西牟田 章司

■ 連絡先： 大刀洗町商工会 TEL. 0942-77-2182

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 商工会

〒830-1201 福岡県三井郡大刀洗町大字富多 819  
大刀洗町商工会

TEL : 0942-77-2182 FAX : 0942-77-5599 E-mail : tachiarai@shokokai.ne.jp

② 関係市町村

〒830-1201 福岡県三井郡大刀洗町大字富多 819  
大刀洗町 産業課

TEL : 0942-77-6201 FAX : 0942-77-3063 E-mail : sangyo@town.tachiarai.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5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度
必要な資金の額	4,700	4,700	4,700	4,700	4,700
○専門家派遣費	500	500	500	500	500
○講習会開催費	500	500	500	500	500
○展示会出展費	3,200	3,200	3,200	3,200	3,200
○広報費	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
国補助金、福岡県補助金、大刀洗町補助金、会費収入、手数料収入、特別賦課金

(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。

