

経営発達支援計画の概要

<p>実施者名 (法人番号)</p>	<p>赤村商工会（法人番号 2290805007705 ） 赤村（地方公共団体コード 406091）</p>
<p>実施期間</p>	<p>令和 6 年 4 月 1 日から令和 11 年 3 月 31 日</p>
<p>目標</p>	<p>① 小規模事業者の自立的な経営力強化による地域産業基盤の維持 ② 地域農産物を活かした商品等の販路開拓支援の強化 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へ繋げる</p>
<p>事業内容</p>	<p>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 「RESAS」(地域経済分析システム) を活用した地域の経済分析を行い、事業計画策定等に活用する。</p> <p>4. 需要動向調査に関すること DOCORE ふくおか商工会ショップの催事を活用し、アンケート・ヒアリング調査を行い、分析結果を事業計画に反映させる。</p> <p>5. 経営状況の分析に関すること 経営指導員等の巡回や窓口相談で、対話と傾聴を通じて本質的な課題の把握に繋げ、「財務分析」と合わせて「非財務分析」を実施し、事業計画策定に活用する。</p> <p>6. 事業計画策定支援に関すること 経営分析を踏まえ、DX 推進セミナーや事業計画策定セミナー等にて知識を学び、事業者が当事者意識を持って能動的に取り組めるように策定支援を行う。</p> <p>7. 事業計画策定後の実施支援に関すること 事業者の自走化を意識し、事業計画の実行スケジュールに基づき、個々の事業者に必要なフォローアップを行う。</p> <p>8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること ふるさと納税サイト、商談会への出展支援や SNS、EC サイト等の IT・DX 支援を行い新たな販路開拓に繋げる。</p>
<p>連絡先</p>	<p>赤村商工会 〒824-0432 福岡県田川郡赤村大字内田 1166 番地 1 TEL : 0947-62-3333 Email: akamura@shokokai.ne.jp 赤村 産業建設課 〒824-0432 福岡県田川郡赤村大字内田 1188 番地 TEL : 0947-62-3000 E-mail : aka-s. sansin@vill. aka. lg. 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

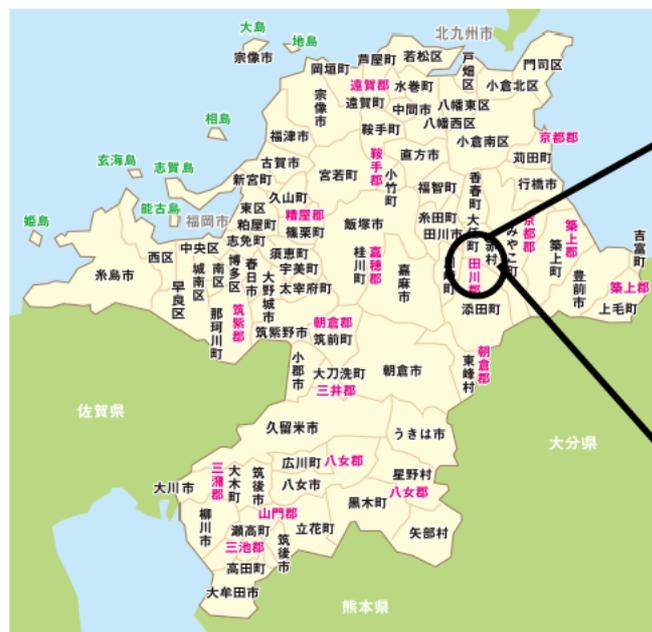
・赤村の立地

当商工会の管轄地域は赤村の全域となっている。赤村は福岡県内で2か所しかない村の1つで、福岡県の北東部、筑豊地域の東端部に位置している。筑豊と京築（※1）を分かち内陸部、英彦山から扇状に走った山麓に囲まれた細長い盆地で、英彦山を源流とした今川が流れている。土地は肥沃で昔から良質米が生産されており、山間部一帯では、緑と清流が作り出した素晴らしい景観が広がっている。

車を利用すると、福岡市から 57 km で所要時間は 90 分、北九州市から 34 km で 60 分の位置にあり、直方と行橋を結ぶ平成筑豊鉄道田川線が東から北西に向かって貫いている。近隣の田川地区を往来する主要な幹線道路から離れており、行き止まりの孤立した盆地に位置している。

※1 筑豊：福岡県の中央部をさす地域名で飯塚市、嘉麻市、嘉徳郡、鞍手郡、田川市、田川郡、直方市、若宮市が属している。

京築：福岡県の東部に位置する地域名で行橋市、豊前市、京都郡、築上郡が属している。



赤村の位置



赤村の地図

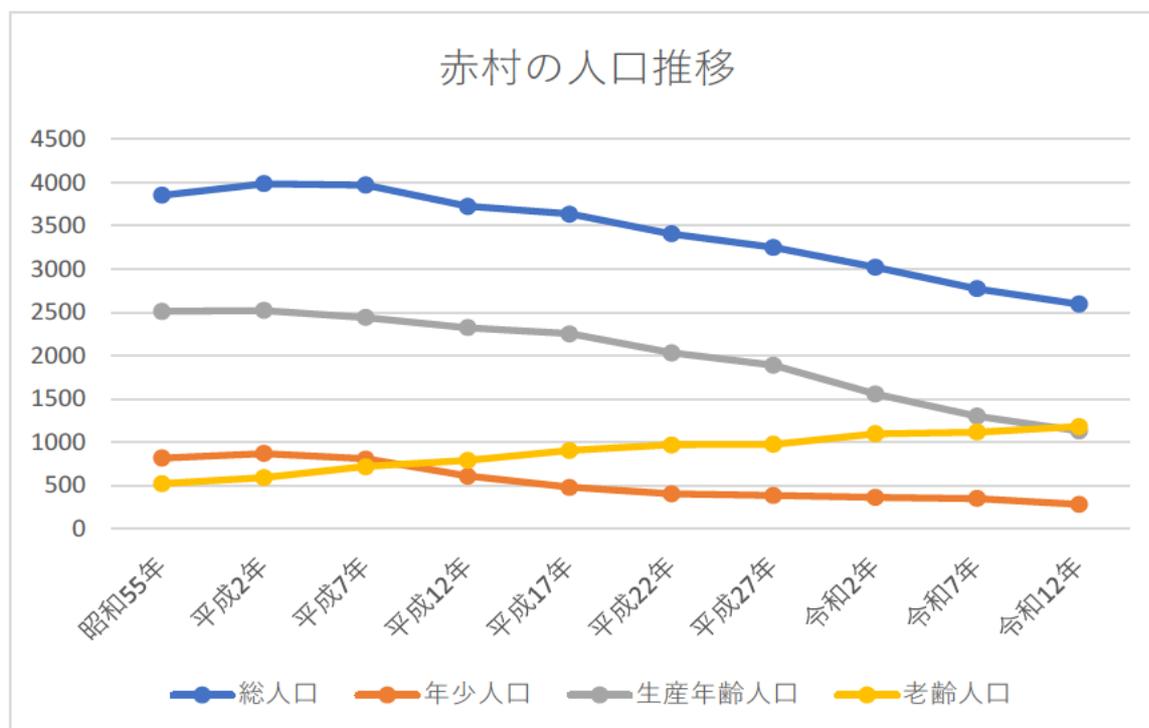
・人口の推移

村の総人口は、近隣地域の石炭産業が全盛期だった昭和 30 年代に最も多くなったが昭和 55 年には 3,853 人となり、令和 2 年には 3,022 人にまで減少している。

令和 2 年の人口構成は生産人口（15～64 歳）が 1,560 人の 51.6% となっており、総務省がまとめ

た平成 28 年 10 月時点の生産年齢の総人口に占める割合の 59.1%を大きく下回っている。

また、65 歳以上の人口が増加しており、令和 5 年 4 月の高齢化率は 44.94%で福岡県の 60 市町村の中で 3 番目に高くなっている。今後も人口減少、少子高齢化の傾向が続くと推計されている。



【出典】 RESAS 人口マップ

福岡県の市町村の高齢化率（令和 5 年 4 月）

順位	市町村名	高齢化率
1	東峰村	46.8%
2	添田町	45.0%
3	赤村	44.9%
4	小竹町	42.6%
5	香春町	42.1%
6	みやこ町	41.8%
7	嘉麻市	40.7%

【出典】 福岡県 HP

・赤村の産業

村では古くから現在まで豊かな自然を活かし、農業、林業、畜産等の 1 次産業が産業の中心となってきた。産業別就業人口で見ると平成 28 年度の 1 次産業の就業人口が 14.9%と福岡県全体の 2.9%を大きく上回っている。反面、筑豊地区で唯一、炭鉱開発が行われず経済的な恩恵はあまり受けてこなかった。昭和 50 年代から行政を中心として企業誘致にも取り組み 3 件の大型工場を誘致したが、平成 15 年までにすべてが撤退、廃業した。

また、平成 9 年の介護保険法制定以降は、高齢者人口の増加と地価の安さ、環境の良さなどから大型介護施設の建設が増加している。

・赤村総合計画における商工業の振興

第5次赤村総合計画（計画期間：令和元年度～令和10年度の10年間）では目指す姿として「既存商工業の振興に努めるとともに、観光業と連携した魅力ある商工業の形成に努め、活力のあるむらを目指す。」としており、商工業振興の主な取組として以下の施策を掲げている。

- ・商工業者に対する相談体制の強化と経営基盤の安定
- ・新規顧客の掘り起こしと需要の拡大支援
- ・起業支援と起業後のフォローアップ

・産業の現状

＜赤村の商工業者＞

赤村の産業は、農林業の生産基盤が脆弱であることに加え、商工業においても商店街や工場集積群等の形成はない。

村の商工業者数は「サービス業」（39.3%）、「小売業」（23.2%）、「建設業」（21.4%）が多く、小規模事業者が大半を占めており、資本力の弱さ、商圏の狭さ、消費人口と消費額の少なさ、就労人口の少なさなどを背景に高齢化・後継者不在による事業廃止が増加している。また、JAの購買部が撤退したことにより、村内には食料小売店が5店舗しかなく、平成11年に開業した「赤村特産物センター」が地域の商業の中心となっている。

赤村の商工業者数及び構成比

	建設業	製造業	卸売業	小売業	飲食業	サービス業	合計
商工業者数(人)	24	6	3	26	9	44	112
小規模事業者数(人)	24	6	2	21	9	41	103
産業別構成比(%)	21.4%	5.4%	2.7%	23.2%	8.0%	39.3%	100.0%

【出典】令和3年度 経済センサス

②課題

＜小規模事業者の業種別課題＞

■商業・サービス業

管内小規模事業者の約70%を占めるサービス、小売業、飲食業では、人口の減少と高齢化による購買力の低下、消費者ニーズへの対応の遅れ、不足商品（日配品、生活雑貨、家電、書籍、医薬品など）、不足業種（コンビニ、娯楽施設等）による近隣市町への購買流失、ネット通販の利用等によって年々売上が減少している。また管内の食料品小売業者12事業者のうち、後継者がいる事業者は2事業者だけで、今後、廃業による食料品小売業者の減少などにより、地域住民の生活にも影響する恐れがある。

■建設業・製造業

管内の製造業6事業者のうち、4事業者は食品製造販売を行っており、地元農産物を利用した「トマトケチャップ」「トマトゼリー」「ゆずごしょう」等の商品を製造している。しかし、現状では販売先が、村近隣に限られおり知名度も低いため、今後販路開拓支援や製品のブラッシュアップのための支援が必要である。

建設業については、土木工事業が12事業者と半数を占め、村や県の公共事業に売上のほとんどを依存している状態である。今後、公共事業の減少などに対応するための経営分析・財務分析の支援が必要になっている。

(2) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

以上、管内の小規模事業者の現状と課題を踏まえ、以下の方針で小規模事業者の中長期的な振興を実施する。

①10年程度の期間を見据えて

赤村の今後10年先を見据えていくと、人口減少・少子高齢化は避けられない状況である。今後も生産年齢人口が減少することで、消費需要が減少することから小規模事業者を取り巻く環境は厳しさを増していく。

小規模事業者の経営の持続と小規模事業者の増加に努め、併せて雇用機会の確保を図り地域の活力を維持する。

さらに、行政や各団体との連携を強化し、当地区の地域資源を活かした6次産業の振興支援などによる、商品開発や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と共に、経済団体としての立場から地域課題を抽出し課題解決に向けた取り組みにより、魅力ある地域づくりに取り組む。

②赤村総合計画との連動性・整合性

「第5次赤村総合計画後期基本計画」では産業振興の基本施策として「農林産物の特産品の開発やブランド化を図るなど競争力を高め、体験型観光の開発や「食」文化の創出を促進していきます。」としている。

また、「既存商工業の振興に努めるとともに、観光業と連携した魅力ある商工業の形成に努めて、活力あるむらを目指します。」となっている。

主な取組として（「第5次赤村総合計画後期基本計画」より抜粋）

・農産物のブランド化の推進（農業）

観光振興と連携した農産物のブランド化を推進するとともに新商品開発や販路の拡大、加工原料生産などといった6次産業化に取り組む担い手を支援する。

・経営基盤の安定（商工業）

補助・支援制度などの積極的な情報提供を行い、それらを活用することにより事業者の経営基盤の安定を図る。

・新規顧客の掘り起こし（商工業）

各種物産展への出展機会を増加させることにより、新規顧客の掘り起こしを強化する。

・需要の拡大支援（商工業）

新たな販売形態（電子商取引など（EC））の推進による需要の拡大を支援する。

これらの考えは、経営発達支援事業の目標である、小規模事業者の経営力強化による地域産業基盤の維持、地域資源を活かした商品等の販路開拓支援による地域の活性化と産業の発展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、村と商工会は連動性・整合性を図っている。

③商工会としての役割

本会は、「第5次赤村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、新たな取組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や(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、「地域への裨益」や当地区の主な産業でもある農業との関係性の高い地域の農産物を使った農産物加工業者を本事業の重点支援する小規模事業者と想定して、販路開拓等の支援に取組み、これらを通じて地域経済の活力であり担い手である小規模事業者の持続的発展及び地域の活性化を図るため、下記の通り目標を定める。

【目標1】小規模事業者の自立的な経営力強化による地域産業基盤の維持

【目標2】地域農産物を活かした商品等の販路開拓支援の強化

【目標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 小規模事業者の自立的な経営力強化による地域産業基盤の維持

激変する環境変化に対応し、業務改善を図っていく上で、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い、事業者を活性化させることで、地域産業基盤の維持に繋げる。

② 地域農産物を活かした商品等の販路開拓支援の強化

地域農産物を活かした商品を小規模事業者が県内外への販路開拓や需要拡大を図るために、食品関係の展示商談会・アンテナショップへの出展等を活用し販路開拓支援を実施していく。また、DX推進に向けての支援も取り入れることで、より競争優位性を確立し、売上の確保、利益の拡大を図ることで、小規模事業者の持続的な発展を目指す。

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、自己改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)

本会による独自調査は実施しておらず、各機関が実施する「景気・金融・雇用動向に関する調査」や「中小企業景況調査報告書」等を参考に当地域の景気動向分析を年4回実施し、地域の経済動向を把握し、その資料を事業者に情報提供してきた。

(課題)

景気動向調査や景況調査は、小規模事業者が事業計画を策定する前段階の資料としては参考程度のものであり、実際に小規模事業者が求める調査内容からは乖離しており、その後の事業計画策定に結びつきにくい状況である。そのため今後は、地域経済動向調査自体が計画策定に結びつくための調査を行っていく必要がある。

(2) 目標

	公表方法	現行	R6 年度	R7 年度	R8 年度	R9 年度	R10 年度
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

(3) 事業内容

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」→ 産業の状況等を分析
⇒上記について総合的に分析し、事業計画策定支援等に反映する。

(4) 調査結果の活用

- ・情報収集・調査、分析した結果はホームページに掲載し、広く管内小規模事業者等に周知する。
- ・経営指導員等が指導を行う際の参考資料とする。
- ・事業計画策定における外部環境分析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)

消費者ニーズを把握するために DOCORE ふくおか商工会ショップ(※2)の催事を活用し、地域農産物を利用した商品開発及び販売に取り組んでいる小規模事業者の商品やサービスを対象としたヒアリング及びアンケート調査を実施している。

(課題)

調査項目が一般的なものであり、小規模事業者に有益な情報としてフィードバックできていなかった。よってマーケットインの考え方を取り入れたヒアリング調査を実施し、支援事業者にとって商品やサービスの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 DOCORE ふくおか商工会ショップ

福岡県商工会連合会が取り組む小規模事業者への広域型販路開拓支援事業。地域産品等の販路開拓支援を目的に共同販売拠点(アンテナショップ)を博多駅に隣接する博多マルイ2Fに設置。

(2) 目標

	現行	R6 年度	R7 年度	R8 年度	R9 年度	R10 年度
調査対象事業者数	1 者	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者

(3) 事業内容

村内の農産物加工業者2者の地域農産物を使った商品を対象にマーケットインの考え方を取り入れたヒアリング調査を行い、新たな販路開拓に向けた支援を行う。具体的にはDOCORE ふくおか商工会ショップの催事を活用し、試食、ヒアリング調査を実施する。また、当該調査の分析結果を各支援事業者の事業計画に反映させ、実現可能性を高める。

【調査手法】

(情報収集) DOCORE ふくおか商工会ショップの催事出展時に、来場者に試食をしてもらい、経営指導員等または販売員が聴き取りを行い、ヒアリングシートへ記入する。

(情報分析) 調査結果は、販路開拓等の専門家に意見を聞きつつ、経営指導員等が分析を行う。

【サンプル数】 50件

【調査項目】 ①味 ②大きさ ③見栄え ④価格 ⑤ネーミング ⑥その他商品に求めるもの

【調査結果の活用】 調査結果は、経営指導員等が対象事業者へフィードバックし、販売戦略・商品戦略・広報戦略の立案や経営分析・事業計画策定における外部環境分析資料として活用する。

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

(現状)

金融・税務・創業・事業承継等の巡回窓口相談をはじめとした支援の中で、小規模事業者の経営状況の分析を行ってきた。

(課題)

経営状況の分析は実施しているものの、分析を行う事業者の掘り起こしが十分とは言い切れない。また、ローカルベンチマーク等を活用しておらず、財務分析が中心であり、定性分析の充実を図る必要がある。経営状況の分析にあたっては、「対話と傾聴」を通じて経営の本質的課題の把握に繋げる必要がある。

(2) 目標

	現行	R6年度	R7年度	R8年度	R9年度	R10年度
経営分析事業者数	3者	20者	20者	20者	20者	20者

(3) 事業内容

①経営分析を行う小規模事業者の発掘

経営指導員等が窓口相談・巡回訪問、広報を通じて、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。

【手 段】 商工会ニュース、成功事例集、各種施策のチラシ等を活用し相談時に啓蒙を行う。

②経営分析の内容

【対象者】 需要動向調査対象事業者や事業の拡大・継続に意欲的な小規模事業者や新商品・新サービスで販路拡大を目指す事業者 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(SWOT 分析)」の双方を行う。

《財務分析》 売上高、粗利益率、損益分岐点、経常利益等

《非財務分析》自社の強み、弱み、脅威、機会等について、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」等のツールを活用し、外部専門家と連携し、経営指導員等が分析を実施する。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、当該事業者にはフィードバックし、事業計画の策定等に活用する。
- ・分析結果は、データベースに入力し内部共有することで、今後の経営指導に活用する。

6. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

(現状)

各種補助金申請や金融支援の際に、事業計画策定支援を行っているが、自ら事業計画を策定する事業者はほとんどいない状況である。また小規模事業者の高齢化も進んでおりDXについての取組みは進んでいない。

(課題)

補助金申請等の制度活用に向けた事業計画策定の割合が大きく、本来すべき事業者にとっての持続的発展や経営課題解決を目的とした事業計画策定は実施出来ていない。またセミナーについては管内の小規模事業者が少なく、単独での開催は参加者が集まりにくいので、近隣商工会との共同開催等を検討する必要がある。DXについては小規模事業者でも取り組みやすい身近なテーマから始め、まずは関心を持ってもらうような取り組みが必要になる。

(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、日常における対話と傾聴を通じて、事業計画策定の必要性を理解してもらい、自らの経営分析を通じて、事業者が自社の強みや弱み等の本質的課題を把握した上で事業者が当事者意識を持って事業計画策定に能動的に取り組めるよう、事業者の内発的動機づけを行っていく。「5. 経営状況の分析に関すること」で経営分析を行った事業者の中から、商品・サービス等の開発や販路開拓に取り組みたい事業者に対し、事業計画の策定を提案し支援を行う。

セミナーは近隣商工会と調整を行い共同で開催し、内容は小規模事業者が興味を引くようなものを検討し多くの参加を促す。

また、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、小規模事業者のデジタル化による競争力の維持・強化を目指す。

(3) 目標

	現行	R6 年度	R7 年度	R8 年度	R9 年度	R10 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	6者	15者	15者	15者	15者	15者

(4) 事業内容

①DX推進セミナー開催

DXに関する意識の醸成や基礎知識を習得してもらい、活用に向けたITツールの導入やWEBサイト構築などを推進していくためセミナーを開催する。

【支援対象】経営分析を行った事業者及びDX化に対応した取り組みを行いたい事業者、DX化

に対し意欲の高い事業者

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

【講師】IT専門家

【回数】1回

【参加者数】20名

【セミナー内容】

- ・DX総論、DX関連技術（クラウドサービス、AI、電子マネー商取引）など具体的活用例
- ・クラウド型顧客管理ツール紹介
- ・SNSを活用した情報発信方法
- ・ECサイトの利用方法など

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を行い、必要に応じて専門家派遣を実施する。

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が提供可能となり、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及び事業計画策定に関心がある事業者

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

【講師】中小企業診断士

【回数】1回

【参加者数】20名

【セミナー内容】事業計画策定の必要性、経営戦略構築

【支援手法】事業計画策定セミナー受講者に対し経営指導員等が伴走支援しながら、適宜外部専門家を交えて確実に事業計画の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)

事業計画策定後の実施支援として定期的に進捗状況の確認を行っており、状況に応じて経営指導員が助言等を行い、また適宜外部専門家による指導を受けている。

(課題)

事業計画の進捗確認と状況に応じた支援を行ってきたが、各種補助金に係る補助事業計画の実行支援といった補助金の実績報告までの支援レベルで、売上や利益の推移といった事業計画の進捗状況までは把握できていない状況である。

(2) 支援に対する考え方

自走化を意識し、経営者自身が「答え」を見いだすこと、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の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付けを行い、潜在力の発揮に繋げる。

事業計画の実行スケジュールに基づき、個々の事業者の支援必要量の見極めとフォローアップを行う。

(3) 目標

	現行	R6年度	R7年度	R8年度	R9年度	R10年度
フォローアップ対象 小規模事業者数	3者	15者	15者	15者	15者	15者

頻度(延回数) ※	12回	70回	70回	70回	70回	70回
売上増加小規模事業者数	—	2者	2者	2者	2者	2者
利益率3%以上増加の小規模事業者数	—	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

10者(四半期に1回) →10者×4回=40回(一般事業者)

5者(2ヵ月に1回) →5者×6回=30回(進捗状況の悪い小規模事業者)

40回+30回=70回

(4) 事業内容

事業計画を策定した小規模事業者に対し、原則、四半期に1回の頻度でフォローアップを実施する。進捗状況の悪い小規模事業者に対しては2ヵ月に1回のフォローアップとし、進捗是正の支援に努める。ただし、小規模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、外部専門家等の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)

管内の小規模事業者はオンラインによる販路拡大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いない。尚、ITを販路開拓に活用している小規模事業者への支援はスポットで行っている状況である。また、商談会の案内などは積極的に行っているものの、商談会等への出展対象となる小規模事業者が非常に少ないため、商談会等を通しての販路開拓支援はほとんどできてない。(過去10年間で参加実績3者)

(課題)

赤村産の農産物加工品を取扱う農産物加工業者の多くは、ネット販売などITの活用等に取り組んでいないため、商圏が近隣の限られた範囲にとどまっている。今後、新たな販路の開拓にはDXの考え方を取り入れる必要があることを理解・認識してもらい小規模事業者のレベルに沿った支援を行う必要がある。商談会等については、管内の小規模事業者は狭い商圏で事業を行っていることから、生産設備が整っておらず生産量が限られているという課題があるため、商談会等への出展対象となる小規模事業者が少ない。そのため、管内の各小規模事業者にあったものを提案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、事業計画策定支援を実施した赤村産の農産物加工品を取り扱う農産物加工業者の商品を赤村のふるさと納税サイトに登録してもらい、これをIT導入の入り口とし、次のITを活用した販路開拓、DXに向けた取組支援に繋げていく。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、IT活用の有用性を理解してもらう。導入にあたっては、まずは簡易なIT導入支援を行い、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あった支援を行う。また、管内に商談会等の出展対象となる小規模事業者が少ないことから、対象となり得る小規模事業者に合った商談会等を提案していくことから始める。当面

は福岡県内で開催される商談会への出展を目指し、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。

(3) 目標

	現行	R6 年度	R7 年度	R8 年度	R9 年度	R10 年度
①ふるさと納税返礼品出品者	—	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者
売上額/者	—	10 万円				
②商談会出展小規模事業者数 (Foodstyle kyushu)	—	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者
成約件数/者	—	1 件	1 件	2 件	2 件	2 件
③無料または格安アプリ導入 支援	—	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者
売上増加率/者	—	10%	10%	10%	10%	10%
④EC サイト利用事業者	—	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者
売上増加率/者	—	10%	10%	10%	10%	10%
⑤SNS 活用支援	—	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ふるさと納税返礼品出品事業者の支援 (BtoC)

経営状況の分析、事業計画策定支援を行った赤村産の農産物加工品を取り扱う農産物加工業者の商品を、赤村のふるさと納税サイトに登録するよう提案する。経営指導等は販路開拓等の専門家と連携し、登録する際に商品の魅力の伝え方についての支援や需要動向調査を実施することで商品のブラッシュアップに繋げ、ECサイトでの販売や商談会への出展商品として成長させていく。

②商談会への出展支援事業 (BtoB)

ふるさと納税返礼品に出品している事業者のうち、商品開発や現商品のブラッシュアップに意欲的な小規模事業者を対象として、福岡県内で行われる食品関係の商談会では最大規模である「Foodstyle kyushu (※3)」へ出展してもらい、新たな販路開拓の支援を行う。また、出展前には専門家と経営指導員等がブース内の商品陳列、ポップ・チラシについて効果的な支援を実施する。開催当日は、経営指導員等が同行して、小規模事業者の出展フォローを行い、改善点等をまとめて、今後の商談会出展を支援していく。

※3 「Foodstyle kyushu」

“グローバル” “テクノロジー” “生産性向上” “人口減少・高齢化” “気候変動” “原材料高騰” など日本の“食”に関わる全ての方の新たなビジネスチャンスと課題解決のための商談・情報交換の場として開催される西日本最大規模の商談会。

(昨年度実績：来場者数 15,541 名、出展数 1,092 社)

③無料または格安のアプリから始めるDX支援

ふるさと納税サイトに登録した事業者に対して、ITの導入の足掛かりとして、小規模事業者が導入しやすい無料または格安のアプリの導入支援から始める。店舗の情報を登録してGoogle検索やGoogleマップに表示できる「Google ビジネスプロフィール」や、店舗のお知らせ配信や独

自クーポンが発行できる「PayPay マイストア(※4)」等を導入することで、まずは体感してもらおう。また、中小企業基盤整備機構の「ここからアプリ (※5)」から、業種・目的・条件別に導入事例を参考にしながら、その小規模事業者が求めるアプリを検索する。

※4 PayPay マイストア

PayPay 株式会社が発行する事業者向けネットサービス。店舗独自の情報の配信や独自クーポンの発行ができる。

※5 ここからアプリ

小規模事業者向けの業務用アプリケーションを紹介するサイト。目的に合ったアプリケーションを簡単に検索できる他、コストや導入実績数、サポートの有無などを閲覧できる。

④ ECサイトの活用支援 (BtoC)

ふるさと納税サイトに登録後、Google ビジネスプロフィール等を導入した事業者に次のステップとしてECサイトの活用支援を行う。ネットショップの立ち上げの際は、経営指導員等が小規模事業者の商品やサービスの魅力を引き出すため商品構成、ページ構成、PR方法などに積極的に携わり、より専門的な技術を必要とする場合は、WEB専門会社やITベンダー等の専門家と連携して支援を行う。また、ECサイト立ち上げ後も経営指導員等が定期的な巡回訪問を実施し進捗状況を把握するとともに、課題が発生した場合は必要に応じて専門家派遣を行い継続した支援を行う。

⑤ SNS活用支援

重点支援を行う管内の農産物加工業者は管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り込むため、小規模事業者が取り組みやすいSNSを活用し、宣伝効果を向上させるための支援を行う。また、専門性の高い相談については、よろず支援拠点等を活用し課題解決に努める。

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)

毎年度1回、赤村産業建設課課長、外部有識者(中小企業診断士等)、法定経営指導員で構成された事業評価委員会で事業評価を実施している。

(課題)

事業評価委員からは、あらゆる視点から定性的な提言があっている。しかし、その進捗や効果についての評価基準を明確に設定していないため、支援を行う小規模事業者の売上高や利益率等の定量的な評価基準を新たに設け、数値に基づいた評価をしていく必要がある。

(2) 事業内容

経営発達支援事業の進捗管理については、定量的な成果(売上高、利益率等)を法定経営指導員が中心となり把握に努める。赤村産業建設課課長、外部有識者(中小企業診断士等)、法定経営指導員をメンバーとする「事業評価委員会」を年に1回開催し、経営発達支援事業の進捗状況について評価・見直しを行う。評価結果は、理事会に報告した上で事業実施方針に反映させるとともに、ホームページに掲載することで地域の小規模事業者等が常に閲覧が可能な状態とする。

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主催の研修や福岡県商工会職員協議会主催の研究会等に参加している。

(課題)

小規模事業者を取り巻く環境変化が加速する中、事業者の支援ニーズも多様化しているが、本会では例年、同じ団体が開催する研修会への参加に留まっており、必ずしも事業者支援に必要な支援能力を充足しているとはいえない。現在の研修は経営支援の知識習得が中心となっているが、対話と傾聴を向上させる必要性や社会のデジタル化が進む中で、管内事業者のDX推進を行うための研修が不足している。そのため、ITスキルの向上及びIT活用の研修へ参加し、支援能力を強化する必要がある。支援ノウハウについても職員間で共有されておらず、属人的なスキルにとどまり、組織として成長する体制になっていない。

(2) 事業内容

①外部研修会等の積極的活用

【経営支援能力向上セミナー】

経営指導員及び経営支援員の支援能力の一層の向上のため、中小企業大学校が実施する専門研修に経営指導員等を派遣し、より専門性の高い支援ノウハウの取得と小規模事業者の事業計画策定や抱える課題解決に向けた支援能力の向上を図る。また、全国商工会連合会主催の「経営指導員等WEB研修」(※6)を活用し、小規模事業者の高度化・多様化するニーズに対応すべく専門性の高い知識や支援ノウハウを習得し支援に繋げる。

※6 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。

【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推進への対応にあっては、経営指導員等の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、中小企業基盤整備機構の「IT支援力向上講習会」へ積極的に参加させ支援能力の向上を図る。

【コミュニケーション能力向上セミナーへの参加】

対話力向上等のコミュニケーション能力を高める研修に経営指導員等が参加することにより、支援の基本姿勢(対話と傾聴)の習得・向上を図り、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繋げる。

②職員間の定期ミーティングの開催

職員が実際に支援した事例や参加した研修会等において習得したIT等の活用方法や具体的なツール等についての紹介、経営支援の基礎から話の引出し術に至るまで、定期的なミーティング(月1回、年間12回)を開催し意見交換等を行うことで、職員の支援能力の向上を図る。

③データベース化

担当経営指導員等が商工イントラ(※7)のデータ入力を適時・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。

※7 商エイントラ

経営指導カルテや事業者情報、財務情報等を入出力する福岡県内商工会の経営支援のためのグループウェア

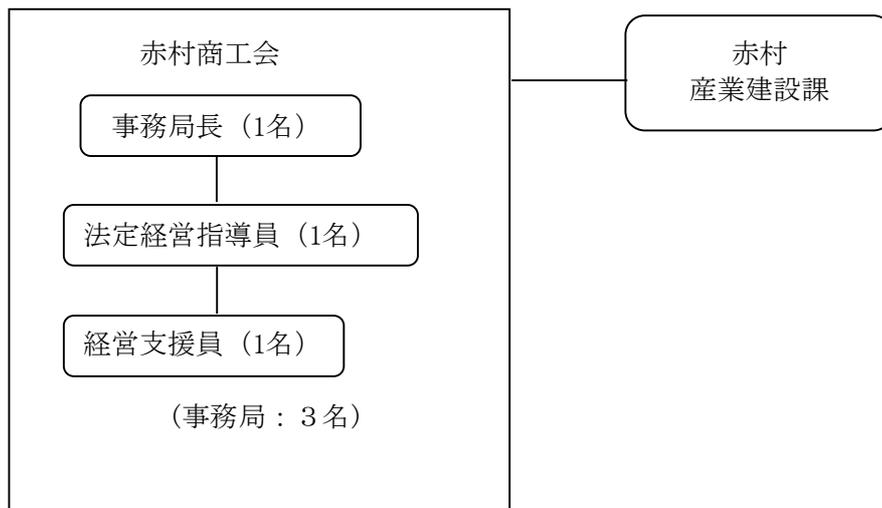
(別表2)

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5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)



(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：野見山 英俊

■ 連絡先：赤村商工会 TEL：0947-62-3333

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 商工会

〒824-0432 福岡県田川郡赤村大字内田1166番地1

赤村商工会

TEL：0947-62-3333 FAX：0947-62-3544 E-mail:akamura@shokokai.ne.jp

② 関係市町村

〒824-0432 福岡県田川郡赤村大字内田1188番地

赤村 産業建設課

TEL：0947-62-3000 FAX：0947-62-3007

E-mail:aka-s.sansin@vill.aka.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)

	R6年度	R7年度	R8年度	R9年度	R10年度
必要な資金の額	600	600	600	600	600
3. 地域経済動向	0	0	0	0	0
4. 需要動向調査	100	100	100	100	100
5. 経営状況の分析	100	100	100	100	100
6. 事業計画策定支援	100	100	100	100	100
7. 事業計画策定支援後支援	100	100	100	100	100
8. 販路開拓	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、福岡県補助金、赤村補助金、共済手数料収入

(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。

