

経営発達支援計画の概要

|      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 実施者名 | 久留米商工会議所（法人番号 5290005009854）<br>久留米市（地方公共団体コード 402036）                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| 実施期間 | 令和7年4月1日～令和10年3月31日                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| 目標   | ① 小規模事業者の自立的な経営力強化による事業継続を実現<br>② デジタル技術活用による小規模事業者の生産性向上の推進<br>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、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り組みへつなげる                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| 事業内容 | <p>3. 地域の経済動向調査に関すること</p> <p>① 地場企業景況調査の実施</p> <p>② 商圈分析レポートデータベース「M i e N a」による市町村単位での地域経済動向調査の実施</p> <p>③ 商圈分析レポートデータベース「M i e N a」による市町村単位での個別商圈分析調査の実施</p> <p>4. 需要動向調査に関すること</p> <p>① 業種別審査辞典による個別需要動向調査の実施</p> <p>② 日経テレコンPOSEYESによる個別需要動向調査の実施</p> <p>5. 経営状況分析に関すること</p> <p>○ 成長ステージ別経営状況分析講座の実施</p> <p>6. 事業計画策定支援に関すること</p> <p>① DX推進講座の実施<br/>及び個別フォローアップ（IT専門家派遣）の実施</p> <p>② 成長ステージ別事業計画策定講座の開催<br/>及び個別フォローアップ（専門家派遣）の実施</p> <p>7. 事業計画策定後の実施支援に関すること</p> <p>① 半期に一度個別フォローアップの実施</p> <p>② 高度な課題解決が必要な場合の専門家派遣の実施</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 ザ・ビジネスモールへの出展推進</p> <p>② ECサイトを活用した販路開拓推進</p> |
| 連絡先  | <p>久留米商工会議所 経営支援課<br/>〒830-0022 福岡県久留米市城南町 15-5<br/>TEL 0942-33-0213 FAX 0942-33-0933<br/>E-Mail sodan@kurume.or.jp</p> <p>久留米市 商工観光労働部 商工政策課<br/>〒830-0022 福岡県久留米市城南町 15-3<br/>TEL 0942-30-9133 FAX 0942-30-9707<br/>E-Mail syoko@city.kurume.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

###### ○立 地

久留米市は、九州の北部、福岡県南西部に位置し、九州の中心都市である福岡市から約40キロメートルの距離にある。市域は東西32.27キロメートル、南北15.99キロメートルと東西に長い形状を示し、行政面積は229.96平方キロメートル。

地勢は、市の北東部から西部にかけて九州一の大河「筑後川」が貫流し、筑後川に沿って南側を東西に耳納山、高良山、明星山などの山々が連なっており、全体的に東南の山麓・丘陵地から、西北から西部にかけて緩やかに傾斜し、筑後川によって形成された広大な沖積平野の平坦地に続いている。

平成17年に1市4町「久留米市、三潴町、城島町、北野町、田主丸町」が広域合併し、優れた中小企業の分厚い集積やダイハツ九州久留米工場等の新たな産業の誘致、豊かな自然と芸術文化、ご当地グルメ・筑後の酒といった多彩な地域資源が充実した。広域合併前の当地域には久留米商工会議所と6つの商工会があったが、平成20年に久留米南商工会、三潴町商工会、城島町商工会が合併して久留米南部商工会が発足した。また、平成23年に東久留米商工会、北野町商工会が合併して久留米東部商工会が発足した。現在は久留米市内に1商工会議所と3商工会（久留米商工会議所、久留米南部商工会、久留米東部商工会、田主丸町商工会）が共存している。＜図1＞参照。



＜図1＞

###### ○人 口（令和6年12月1日時点）

久留米市全域：30万338人 管内：19万9674人

###### ○産 業

高速道路や鉄道といった交通インフラが整っているため、産業構造においても、農業・商業・工業がバランスよく集積しており、福岡県南部の中核都市としての機能を果たしている。基幹産業はブリヂストン、アサヒシューズ、ムーンスターをはじめとするゴム産業、筑後川や肥沃な大地に恵まれた筑後平野にて栽培する野菜や苗木等の農業が盛んである。

## ○特産品

日本酒、久留米ラーメン、ゴム製品、久留米餅、つばき等

## ○交 通

福岡県南部の中核都市で、九州自動車道と大分・長崎自動車道のクロスポイントにも近く、国道３号の他、５つの国道が通っていて、交通の要衝となっている。

鉄道は九州新幹線、ＪＲ鹿児島本線、ＪＲ久大本線、西鉄天神大牟田線、西鉄甘木線が乗り入れており、県庁所在地の福岡市内までは約３０分で、乗り換え不要でアクセスは良い。福岡空港からも高速バスで約１時間の距離である。

## ○久留米市新総合計画第４次基本計画（令和２年度～令和７年度）の引用（商工・観光部分）

久留米市では、平成１２年に「久留米市新総合計画 基本構想」を策定した。令和２年度からは中期的な取組の方向性をまとめた「第４次基本計画」のもと、新しいまちづくりをスタートしている。

以下、久留米市新総合計画第４次基本計画（令和２年度～令和７年度）「第３章 活力あふれる中核都市 久留米」より、商工・観光部分を引用。

### 「第１節 知恵と技術を創造するまち」

#### 【施 策】

- ・多様な地域産業の創出と振興

（内 容）企業誘致、産業団地整備、ＩＣＴ等成長分野の情報収集、研究、誘致に取り組む。

- ・多様な人材が活躍する労働環境の整備

（内 容）生産性向上への取り組み支援策の周知、技能実習生等の外国人労働者の受け入れ支援に取り組む。

#### 【目指す姿】

地域経済をけん引する魅力的な成長分野の産業が創出され、地域産業が活性化し、更なる集積が進むことで、新たな雇用の場が生まれる活力のあるまちを目指す。

多様な人材がそれぞれの能力を発揮しながら活躍し、その能力やライフスタイルに応じて、多様な職業を選択できる労働環境が整備された、働きやすいまちを目指す。

### 「第２節 アジアに開かれたまち」

#### 【施 策】

- ・学術研究都市づくりの推進

（内 容）研究活動支援、国や県及び民間の先導的な研究プロジェクトによる研究成果を地域産業へ還元する取り組みの推進

- ・国際性豊かな地域づくりの推進

（内 容）海外展開の支援、一元的な相談窓口の設置や行政情報の多言語化、日本語教育の機会確保に取り組む。

#### 【目指す姿】

豊かな文化資源や産業技術が蓄積された学術、文化、産業の創造的な拠点都市を目指すとともに、更なる経済成長が期待でき、様々な分野において交流の可能性があるアジアにつながる国際交流都市を目指す。

また、市民が主体的に取り組む国際協力や国際交流活動が活発に行われ、外国人にとって訪れやすく、住みやすい環境が整備された多文化共生のまちを目指す。

### 「第３節 人と情報が行き交うにぎわいのあるまち」

#### 【施 策】

- ・にぎわいと憩いの創出

（内 容）学会や大会、イベント開催等による集客を中心商店街や市内の各分野に経済効果として波及させる取り組みの推進

- ・魅力ある観光の振興

（内 容）久留米市を訪れる国内外の旅行者の嗜好や動向を分析し、観光ルートの提案や効果的なプロモーションを通じた外国人観光客の誘客強化及びブランド力や認知度向上に向けた取り組みを推

進する。

【目指す姿】

中心市街地の施設や機能を生かし、人、もの、情報等が行き交い、まちを楽しみながら活動できる、にぎわいのあるまちを目指す。

また、豊富な地域資源を活かした観光地づくりが進み、全国や海外からの誘客や市域を越えた連携が充実した、活力ある交流拠点都市を目指す。

「第4節 拠点都市の役割を果たすまち」

【施策】

・シティプロモーションの強化

（内 容）豊かな自然や食、文化芸能、ものづくり、健康、医療等の地域資源の魅力向上を図り、ターゲットに合わせた戦略的な情報発信、メディアの活用、市民との協働による様々なシティプロモーションを行い、移住や定住、交流人口の拡大に取り組む。

【目指す姿】

福岡県南地域の中核都市として、県や佐賀県東部を含む近隣市町と連携しながら、都市圏としての一体的な活力を持ち、地域をけん引する拠点性と求心力のあるまちを目指す。

② 課 題

・業種別の景況感（令和6年度4～6月期地場景況調査結果より引用）

【建設業】

業況D Iは業種別で当該期唯一2.2（前期比31.5ポイントマイナス幅縮小）プラスに転じているが次期以降は▲8.9（当該期比11.1ポイントマイナス幅拡大）と見通し、減少・悪化の事業所が多い。「人件費以外の経費が上がっている」「各種法改正への対応に苦慮している」という事業所の声がある。

【製造業】

業況D Iは▲13.5（前期比4.6ポイントマイナス幅縮小）、次期は▲11.8（当該期比1.7ポイントマイナス幅縮小）と見通し、若干ではあるが増加・改善の事業所が多い。「資源有効利用促進法の改正に伴う再生プラスチックに関する計画策定や報告義務付け、罰則規定への対応が難しい」という事業所の声がある。

【卸売業】

業況D Iは▲33.3（前期比16.9ポイントマイナス幅拡大）、次期は▲28.3（当該期比5.0ポイントマイナス幅縮小）と見通し、若干ではあるが増加・改善の事業所が多い。「円安の影響」「物流2024年問題に起因するリードタイム、発注ロットの大幅な変化、需要の停滞により当該期は苦しい結果」という事業所の声がある。

【小売業】

業況D Iは▲21.7（前期比0.5ポイントマイナス幅縮小）、次期は▲21.7（当該期比不変）と見通し、横這いの事業所が多い。メーカーにアメリカや中国に負けない商品開発力を期待する事業所の声がある。

【サービス業】

業況D Iは▲25.9（前期比8.0ポイントマイナス幅拡大）、次期は▲27.6（当該期比1.7ポイントマイナス幅拡大）と見通し、若干ではあるが減少・悪化の事業所が多い。「人手不足に尽きる」「洗剤やビニール袋の値上げサイクルが早い。人件費も含めた経費増加が顕著」という事業所の声がある。

・業種別小規模事業者数及び従業者数の比較

| 項<br>目<br>業<br>種 | 事業者数<br>(件) |        | 比較<br>増減<br>(件) | 従業者数<br>(人) |        | 比較<br>増減<br>(人) |
|------------------|-------------|--------|-----------------|-------------|--------|-----------------|
|                  | 平成 28 年     | 令和 3 年 |                 | 平成 28 年     | 令和 3 年 |                 |
| 製造業              | 650         | 608    | △42             | 7,286       | 6,987  | △299            |
| 建設業              | 1,115       | 1,120  | 5               | 4,528       | 4,787  | 259             |
| 卸・小売業            | 2,653       | 2,490  | △163            | 18,404      | 17,718 | △686            |
| 宿泊・飲食業           | 1,430       | 1,433  | 3               | 9,769       | 8,813  | △956            |
| サービス業            | 2,642       | 2,674  | 32              | 45,452      | 51,024 | 5,572           |
| 農林漁業他            | 7           | 5      | △2              | 214         | 267    | 53              |
| 合 計              | 8,497       | 8,330  | △167            | 85,653      | 89,596 | 3,943           |

(平成 28 年、令和 3 年経済センサス活動調査結果及び久留米商工会議所小規模事業者名簿より作成)

・業種別付加価値額の比較

| 項<br>目<br>業<br>種 | 付加価値額<br>(百万円) |         | 比較<br>増減<br>(%) | 1 事業者あたり<br>付加価値額<br>(万円) |        | 比較<br>増減<br>(%) | 従業者 1 人あたり<br>付加価値額<br>(万円) |        | 比較<br>増減<br>(%) |
|------------------|----------------|---------|-----------------|---------------------------|--------|-----------------|-----------------------------|--------|-----------------|
|                  | 平成 28 年        | 令和 3 年  |                 | 平成 28 年                   | 令和 3 年 |                 | 平成 28 年                     | 令和 3 年 |                 |
| 製造業              | 84,421         | 72,594  | 86.0            | 10,435                    | 9,958  | 95.4            | 600                         | 535    | 89.2            |
| 建設業              | 37,605         | 42,777  | 113.8           | 3,358                     | 3,878  | 115.5           | 486                         | 546    | 112.3           |
| 卸・小売業            | 128,470        | 103,837 | 80.8            | 3,692                     | 3,278  | 88.8            | 472                         | 404    | 85.6            |
| 宿泊・飲食業           | 24,149         | 15,356  | 63.6            | 1,575                     | 1,086  | 69.0            | 211                         | 140    | 66.4            |
| サービス業            | 256,537        | 280,714 | 109.4           | 103,965                   | 94,820 | 91.2            | 5,794                       | 6,853  | 118.3           |
| 農林漁業             | 3,450          | 4,230   | 122.6           | 3,353                     | 4,431  | 132.2           | 294                         | 257    | 87.4            |
| 合 計              | 534,622        | 519,508 | 97.2            |                           |        |                 |                             |        |                 |

(平成 28 年、令和 3 年経済センサス活動調査結果より作成)

・業種別小規模事業者数及び従業者数の比較と業種別付加価値額の比較における増減早見表

| 項<br>目<br>業<br>種 | 事業者数 | 従業者数 | 付加価値額 | 1 事業者あたり<br>付加価値額 | 従業者 1 人あたり<br>付加価値額 |
|------------------|------|------|-------|-------------------|---------------------|
| 製造業              | 減少   | 減少   | 減少    | 減少                | 減少                  |
| 建設業              | 増加   | 増加   | 増加    | 増加                | 増加                  |
| 卸・小売業            | 減少   | 減少   | 減少    | 減少                | 減少                  |
| 宿泊・飲食業           | 増加   | 減少   | 減少    | 減少                | 減少                  |
| サービス業            | 増加   | 増加   | 増加    | 減少                | 増加                  |
| 農林漁業他            | 減少   | 増加   | 増加    | 増加                | 減少                  |
| 合 計              | 減少   | 増加   | 減少    |                   |                     |

業種別小規模事業者数及び従業者数の比較と業種別付加価値額の比較における増減早見表を見ると、建設業を除く全ての業種において減少項目がある。

特に、製造業、卸・小売業においては全ての項目が「減少」となっており、宿泊・飲食業においては事業者数を除く全ての項目が「減少」となっている。人口減少による人手不足や最低賃金引上げ傾向を踏まえ、生産性向上のための対策を講じる必要が有る。

また、サービス業においては、サービス業全体での付加価値額は増加しているものの 1 事業者あたり

の付加価値額は「減少」となっているため競争が激化していると考える。サービス業は従業者数が最も多い業種であるものの「業種別の景況感」では人手不足に苦慮する事業者もあり、人手確保の競争も激化していると言える。また、最低賃金引上げへの対策が急務である。

5業種で唯一全項目「増加」となっている建設業は、令和3年経済センサス活動調査結果には反映されていない令和6年4月からの働き方改革関連法の適用対応による時間外労働上限規制や、法定時間外労働への割増賃金引上げ、環境規制の厳格化、デジタル化、資材の高騰等を踏まえると楽観視できない事業環境にある。実際に「業種別の景況感」により、今後の業況悪化を懸念している事業者が多いことが分かる。

以上を踏まえ、製造業、建設業、卸・小売業、宿泊・飲食業、サービス業全ての業種において、様々な事業環境の変化に対応し生産性向上を図ることが課題である。

## **（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**

当所では「小さな企業の大きな元気～行動する商工会議所」をスローガンに、コロナ禍を経て小規模事業者の事業継続とデジタル化支援を通じた活力強化に取り組んでいる。小規模事業者が「自ら気づき、学び、強みを磨き、元気に行動し自立する」ことをビジョンに掲げ、小規模事業者個々の事業継続、事業環境の変化に適応し、持続的に発展していくための支援を柔軟に取り組む。

### **② 久留米市総合計画との連動性・整合性**

久留米市は新総合計画「第4次基本計画」にて、目標を「将来にわたって、より長く人口30万人が維持できる都市づくり」としている。「活力あふれる中核都市 久留米」を目指す都市の姿のひとつに設定し、今後加速度的に進行する人口減少、超高齢社会において、地域の活力を維持し、持続可能な都市として自立していくために、産業基盤の確立と多様な人材が活躍する環境をつくり、AIやIoT等のICT分野における先進技術を活用して新たな時代を先駆的に乗り切り、官民一体となって地域の活性化につなげていくとしている。当所では、久留米市の施策との連動性・整合性を図りながら、事業環境の変化への適応を含め、地域経済の中心である小規模事業者の事業継続、持続的発展のための支援に取り組む。

### **③ 商工会議所としての役割**

地域総合経済団体であり支援機関でもある商工会議所は、小規模事業者の経営の伴走者として機能することが求められる。特に経営資源の乏しい小規模事業者は、人口減少・超高齢社会に加え、事業環境の変化への対応によって厳しい経営環境に直面している。商工会議所は小規模事業者の持続的発展を支援するため、公的支援策の広報・周知、支援のワンストップ化を図り、実効性ある小規模事業者支援に取り組み、事業者のあるべき姿の実現に向けてフォローアップしていかなければならない。この積み上げが小規模事業者個々の振興となり、地域経済の活性化と発展の実現につながる。

## **（３）経営発達支援事業の目標**

当地域の現状、課題や小規模事業者に対する長期的な振興のあり方を踏まえ、本計画期間の目標を以下のとおり設定する。

- ① 小規模事業者の自立的な経営力強化による事業継続を実現**
- ② デジタル技術活用による小規模事業者の生産性向上の推進**
- 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、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り組みへつなげる**

## 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7年4月1日～令和10年3月31日）

（２）目標達成に向けた方針

### **① 小規模事業者の自立的な経営力強化による事業継続を実現**

激変する事業環境変化に対応し、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。一概に「小規模事業者」と言っても、成長ステージ毎にその意識レベルや意欲レベルは様々である。当所では、支援する小規模事業者の成長ステージを踏まえ、意識レベルや意欲レベルに応じた階層別に支援方針を定める。

| 【低】 ⇒ ⇒ ⇒ 【意識レベルや意欲レベル】 ⇒ ⇒ ⇒ 【高】                       |                       |                                                              |                                        |                                                                                         |
|---------------------------------------------------------|-----------------------|--------------------------------------------------------------|----------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|
| 何も<br>危機感を<br>感じていない                                    | 何となく<br>危機感を<br>感じている | 確実に危機感を<br>感じているが<br>課題が不明確                                  | 確実に危機感を<br>感じて課題も<br>明確であるが<br>解決策が不明確 | 自ら課題解決に向けて<br>行動することができる                                                                |
| ↓                                                       | ↓                     | ↓（階層別個社支援の方針）↓                                               |                                        | ↓                                                                                       |
| <b>気づき・動機付け</b><br><br>（方 針）<br>セミナー等で気づきを与え<br>意識改革を促す |                       | <b>伴走型の個社対応</b><br><br>（方 針）<br>経営状況分析により課題を抽出し<br>解決策を明確にする |                                        | <b>更なる発展と自立化</b><br><br>（方 針）<br>事業計画策定を支援し<br>需要動向調査や新たな<br>需要開拓の支援を行い<br>更なる成長発展を支援する |

## ② デジタル技術活用による小規模事業者の生産性向上の推進

激変する事業環境変化に対応し、生産性向上を推進していくためデジタル技術の活用を推進していく。推進にあたっては、事業者の意識レベルや意欲レベルに応じて無理のない程度で実情に即したデジタル技術の活用を提案する。

| 【低】 ⇒ ⇒ ⇒ 【意識レベルや意欲レベル】 ⇒ ⇒ ⇒ 【高】                                        |                       |                                                                                                     |                                        |                                                                                                  |
|--------------------------------------------------------------------------|-----------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 全く<br>必要性を<br>感じていない                                                     | 何となく<br>必要性を<br>感じている | 確実に必要性を<br>感じているが<br>課題が不明確                                                                         | 確実に必要性を<br>感じて課題も<br>明確であるが<br>解決策が不明確 | 自ら課題解決に向けて<br>デジタル技術を<br>導入して活用している                                                              |
| ↓                                                                        | ↓                     | ↓（デジタル技術活用推進の方針）↓                                                                                   |                                        | ↓                                                                                                |
| <b>気づき・動機付け</b><br><br>（方 針）<br>セミナー等で気づきを与え<br>自分事への置き換えを通じて<br>意識改革を促す |                       | <b>無料で試す・使ってみる</b><br><br>（方 針）<br>経営状況分析により課題を抽出し<br>デジタル技術活用した<br>課題解決策を明確にした上で<br>無料版を試し、使うことを促す |                                        | <b>更なる発展と自立化</b><br><br>（方 針）<br>無理のない程度で<br>実状に即して<br>デジタル技術<br>本格導入の投資を行い<br>事業計画実行支援に<br>取り組む |

## 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、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り組みへつなげる

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]

- ①地場企業景況調査の実施（任意抽出600者への景況調査）
- ②「RESAS」（地域経済分析システム）を活用して地域経済動向調査の実施

[課 題]

過年度、経営指導員等による巡回、窓口相談時に任意抽出の5業種25者ずつ合計125者に聴き取り調査を行い、業種毎にレポートを作成してきた。任意抽出だったため特定事業者への偏りや聴き取り内容の濃淡等、調査精度に課題があった。これを踏まえ「RESAS」（地域経済分析システム）の活用を計画に盛り込んだが、活用は経営指導員等任せだったこともあり各々必要に応じ検索するに留まった。

#### (2) 目 標

|                                     | 公表方法 | 現行 | 令和7年度 | 令和8年度 | 令和9年度 |
|-------------------------------------|------|----|-------|-------|-------|
| 地場企業景況調査結果の<br>公表回数                 | HP掲載 | 4回 | 4回    | 4回    | 4回    |
| 「MieNa」による<br>地域経済動向調査の<br>公表回数     | HP掲載 | —  | 1回    | 1回    | 1回    |
| 「MieNa」による<br>個別商圈分析調査の<br>実施回数     | 個別提供 | —  | 1回    | 1回    | 1回    |
| 「MieNa」による<br>個別商圈分析調査の<br>実施対象事業者数 | —    | —  | 55者   | 55者   | 55者   |

#### (3) 事業内容

##### ① 地場企業景況調査の実施

管内の景気動向等について詳細な実態を把握するため、当所が実施する地場企業景況調査により地域及び業界の経済動向を調査・分析する。

【調査時期】四半期毎に調査（年4回）

【調査手法】調査票を郵送し返信用封筒で回収する

【調査対象】任意抽出600者（建設業、製造業、卸売業、小売業、サービス業）

【調査項目】業況、売上額、客単価、客数、仕入単価等の増減等

資金借入難度、設備投資、雇用、今期直面している経営上の課題等

##### ② 商圈分析レポートデータベース「MieNa」による市町村単位での地域経済動向調査の実施

当地域において真に稼げる産業や事業者に対し、限られた経営資源を集中投下し、効率的な経済活性化を目指すため、経営指導員等が株式会社日本統計センター提供の商圈分析レポートデータベース「MieNa」を活用して地域経済動向分析を行う。

【調査時期】毎年度初め

【調査手法】経営指導員等が商圈分析レポートデータベース「MieNa」からデータ抽出

【調査項目】（居住者）

- ・規模：「居住者」及び「昼間、定常的に流入してくる人」の大きさを示す指標  
→マーケットのボリュームを図る。



- ・**年代構成**：居住者の年代構成を示す指標  
→ターゲットとなる年代の多さの確認やどの年代をターゲットにしたら良いか、商品構成はどうすべきか等の評価する。
- ・**労働力**：就業状況を示す指標  
→労働力人口のうち、どの程度が職に就き、失業しているのはどの程度か、富裕度はどの程度かを確認する。
- ・**世帯**：構成住宅の所有形態、世帯員構成を示す指標  
→マーケットの特性を評価する。借家や単身の世帯は転居の可能性が高く、「固定客として長期にわたり確保できない」といった「定住性」の視点で捉えることもできる。
- ・**成長度**：人口や当該市区町村にある事業所の従業者数の伸びを示す指標  
→中心地性居住人口に対する昼間人口（通勤・通学者と昼間在宅者）の比率を示す指標で、人の流入度を評価する。居住者が少なくとも昼間は有望なマーケットとなりうる地域かどうかとも評価できる。
- ・**富裕度**：就業者所得及び高齢者比率を示す指標  
→高齢者は「一般的に裕福だとされている」ことを踏まえ評価する。
- ・**消費生活**：支出項目別の消費支出額構成を示す指標  
→居住者特性（家族構成や住居所有形態等）も反映して評価する。

#### （産 業）

- ・**規模**：公務を除く民営事業所の総数  
→法人（事業者）をターゲットにする場合、この指標でマーケットボリュームを評価する。
- ・**業種構成**：公務を除く民営事業所の業種構成を示す指標  
→特定の事業所に注目して評価する場合は「規模構成」も併せて評価する。
- ・**規模構成**：従業者規模別に公務を除く民営事業所数の構成を示した指標  
→成長度事業所数と成果（小売販売額、製造品出荷額、着工建築物）の両面から成長度（伸び率）を評価する。近年の成長力を確認するとともに、将来動向を捉える手掛かりにもなる。
- ・**中心地性**：人的な集中度（昼夜間人口比）と小売・製造・金融面からみた集中度を示す指標  
→人口との対比で産業の成果をみることにより、当該市町村がどの程度中心的な機能を備えているのか評価する。
- ・**成果**：製造、卸・小売、建設分野での成果をボリューム（実数）で捉えた指標
- ・**労働生産性**：製造、卸・小売、建設分野での生産性を示す指標

#### （社会環境）

- ・**都市開発**：産業面での開発度を示す指標
- ・**施設充足度**：居住者にとっての施設がどの程度充足しているかを評価する指標  
→業種によっては「競合」という視点で捉えることもできる。
- ・**就業・就学**：働く場、教育の場がどの程度確保されているかを示す指標  
→将来像を捉えるための指標で出生率と年代別死亡率から予測した将来人口に基づいている。

### ③ 商圏分析レポートデータベース「M i e N a」による市町村単位での個別商圏分析調査の実施

事業者が限られた経営資源を集中投下し、効率的な経済活性化を目指すため、経営指導員等が商圏分析レポートデータベース「M i e N a」を活用して市町村単位で支援事業者の商圏分析を行う。

【調査時期】 支援開始時

【調査手法】 経営指導員等が商圏分析レポートデータベース「M i e N a」からデータ抽出

【調査対象】 支援事業者毎

【調査項目】 年代別人口構成、世帯数、就業者数、所得、購買力、

#### （４）調査結果の活用

○地場企業景況調査結果と商圈分析レポートデータベース「M i e N a」による市町村単位での地域経済動向調査結果は当所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。

○商圈分析レポートデータベース「M i e N a」による市町村単位での個別商圈分析調査結果は経営指導員等が巡回・窓口支援を行う際に支援対象事業者に提供し、その後事業計画策定等に活用する。

### 4. 需要動向調査に関すること

#### （１）現状と課題

[現 状]

①当所主催バイヤー求評会での需要動向調査の実施（年１回２０者程度の流通業バイヤー対象）

②一般消費者への需要動向調査の実施（年１回５者程度の小規模事業者対象）

[課 題]

流通業バイヤーへの需要動向調査は特定業種（食品製造業等）のみが参考となる指標であることから偏った需要動向調査である。特定業種への偏りを是正し、かつ多様化する消費動向を踏まえた調査を実施する必要がある。一般消費者への需要動向調査は、ある程度の規模で実施しなければ個人の嗜好が強く反映した結果となってしまう調査結果として信憑性を欠く。また、外部環境の変化にも着目した動向調査を実施すべきである。

#### （２）目 標

|                                           | 現行 | 令和７年度 | 令和８年度 | 令和９年度 |
|-------------------------------------------|----|-------|-------|-------|
| 業種別審査辞典による<br>個別需要動向調査の<br>実施回数           | －  | １回    | １回    | １回    |
| 業種別審査辞典による<br>個別需要動向調査の<br>実施対象事業者数       | －  | ５５者   | ５５者   | ５５者   |
| 日経テレコンPOSEYESによる<br>個別需要動向調査の<br>実施回数     | －  | １回    | １回    | １回    |
| 日経テレコンPOSEYESによる<br>個別需要動向調査の<br>実施対象事業者数 | －  | ５５者   | ５５者   | ５５者   |

#### （３）事業内容

##### ① 業種別審査辞典による個別需要動向調査の実施

事業者が限られた経営資源を集中投下し、効率的な経済活性化を目指すため、経営指導員等が支援対象事業者とともに業種別審査辞典を活用して支援対象事業者の業種別に需要動向を調査する。

本事業で活用する業種別審査辞典は第１５次全面改訂版とする。第１５次業種別審査辞典は、地域経済の再生と活性化に取り組む地場産業の他、ＡＩ・ロボット関連、シェアリングエコノミーといったテクノロジーの進展と日本人の消費性向の変化を捉えた新業態が多数収録されている。新規業種８７が追加され、これまでで最大の１６００業種に拡充されている。内容面においても、コロナ禍による経済活動の停滞、ウクライナ情勢をはじめとした地政学リスクの増大という足元の状況変化も織り込み、各産業・業種の構造変化を考慮したものとなっている。

【調査時期】支援開始時

【調査手法】業種別審査辞典活用方法の講義とワークショップ

【調査対象】支援事業者毎

【調査項目】・需給動向 →製品・商品の生産・販売・消費量、価格動向、輸出入動向の推移  
季節変動も考慮し、季節資金需要の要否判定に役立てる。

他業界からの参入状況は同一業界内での競合他社との力関係を知るきっかけとする。

- ・海外展開 →主要企業の動向や海外の主な生産・販売拠点の特徴を把握する。
- ・課題と展望 →経営高度化や国際化への対応、環境問題、少子・高齢化問題、DX、IT投資、IT活用の動向、業界再編等、業種・業界を取り巻く環境変化をマクロ的視点で把握し、業界が抱える諸問題と今後の対応・改善策を把握する。
- ・取引形態と条件 →当該業種の製品・商品・原材料仕入・受注・販売等の取引形態、支払・回収条件を業界平均と比較し、取引条件の優劣判定の指標とする。
- ・資金需要 →設備資金、運転資金、決算資金、季節資金等資金使途の内容に応じて検討すべきポイントを把握する。資金需要は業種・業態によってその発生原因、資金需要の形態に差異があるので各業種の特性を把握する。

## ② 日経テレコンPOSEYESによる個別需要動向調査の実施

事業者が限られた経営資源を集中投下し、効率的な経済活性化を目指すため、経営指導員等が支援対象事業者とともに日経テレコンPOSEYESを活用して支援対象事業者の業種別に需要動向を調査する。

日経テレコンPOSEYESは日本経済新聞社が提供する「日経四紙」のバックナンバー検索や、ニュース速報、クリッピングの他、日本経済新聞社が提供する企業情報や人物情報を利用することができる。業種別審査辞典で収集できない情報を収集し補完するために活用する。

【調査時期】支援開始時及び支援実施期間随時

【調査手法】日経テレコンPOSEYES活用方法の講義とワークショップ

【調査対象】支援事業者毎

【調査項目】・記事情報 →過去30年分以上540を超える媒体から情報収集する。

・企業情報 →国内外の大手調査会社が提供する国内約150万社の企業情報を収集する。

・専門情報 →土地建物評価情報や法律情報といった専門性の高いデータを収集する。

・業界ニュース・業界サマリ →国内外550業種以上の最新の業界解説レポートを収集する。

・各種データ・ランキング →マーケティング資料やグラフ作成に使えるデータと専門家による分析結果を収集する。

・海外情報 →国内情報だけでなく米国やアジアを中心に海外メディアによる報道内容を収集する。

## (4) 調査結果の活用

業種別審査辞典による個別需要動向調査結果及び日経テレコンPOSEYESによる個別需要動向調査結果は経営指導員等が支援対象事業者に提供し、その後事業計画策定等に活用する。

## 5. 経営状況分析に関すること

### (1) 現状と課題

〔現 状〕

会員、非会員を問わず、窓口相談や巡回相談にて経営状況分析の必要性を周知して分析対象事業者の掘り起こしを行っている。また、小規模事業者に対して経営分析に関する知識の習得やその必要性を啓発するためのセミナーを開催している。

〔課 題〕

セミナーを軸に経営状況分析に関する知識の習得やその必要性を啓発しているが、事業者の成長ステージ毎に提供する情報や優先事項が異なるためセミナー参加に留まり、その後の事業計画策定に至らない事業者もある。

## (2) 目 標

|                        | 現行 | 令和7年度 | 令和8年度 | 令和9年度 |
|------------------------|----|-------|-------|-------|
| 成長ステージ別<br>経営状況分析講座の実施 | —  | 6回    | 6回    | 6回    |
| 成長ステージ別<br>経営状況分析事業者数  | —  | 55者   | 55者   | 55者   |

## (3) 事業内容

### ○ 成長ステージ別経営状況分析講座の実施

事業者の成長ステージ別にクラス編成し、講義とワークショップを組み合わせたカリキュラムのセミナー事業を実施する。成長ステージ別での開催とワークショップ形式での開催により、成長ステージ特有の課題認識と第三者目線での課題指摘を通じて本質的な課題把握を期待する。

【成長ステージ区分】・概ね創業後5年以内の事業者

・概ね創業後5年超の事業者

※代表者は変わらず、異なる分野への進出や新事業を検討している場合は本グループに含める

・事業承継を検討している事業者を対象とする。

※代表者が変わり、異なる分野への進出や新事業を検討している場合は本グループに含める

【テーマ等】・経営状況分析の必要性や有効性、分析手法

・財務諸表や財務分析手法

・経営計画策定に向けた経営状況分析結果の活用法

【分析項目】定量分析である「財務分析」と定性分析である「非財務分析」の双方をSWOTにて行い、課題を見える化する。

「財務分析」→直近3期分の収益性、生産性、安全性及び成長性の分析

「非財務分析」→下記項目について、事業者の内部環境における強み、弱み、事業者を取り巻く外部環境の脅威、機会を整理する。

(内部環境)・商品、製品、サービス ・仕入先、取引先 ・人材、組織

・技術、ノウハウ等の知的財産 ・デジタル化、IT活用の状況

・事業計画の策定とその運用状況

(外部環境)・商圏人口、人流 ・競合 ・業界動向 ・顧客ニーズ

【募集方法】・当所会報へのチラシ折り込み

・当所ホームページへの開催記事掲載

・巡回、窓口相談時に案内

【講師】中小企業診断士等

【回数】成長ステージ別に2回ずつ（財務分析と非財務分析1回ずつ）

【参加者数】55者 ※内訳 概ね創業後5年以内の事業者：15者

概ね創業後5年超の事業者：30者

事業承継を検討している事業者：10者

## (4) 分析結果の活用

分析結果は当該事業者にてフィードバックし、事業計画策定等に活用する。

分析結果はデータベース化して内部共有することで、担当経営指導員等以外にも見える化する。

## 6. 事業計画策定支援に関すること

### (1) 現状と課題

[現 状]

窓口相談や巡回相談、セミナー等にて経営状況分析対象者として発掘した小規模事業者の事業計画策定支援を経営指導員等が個別に取り組んでいる。また、事業計画策定に関するセミナーを開催し、専門

家を活用しながらフォローアップを行い、計画策定支援に取り組んでいる。

#### 〔課 題〕

コロナ禍を経て小規模事業者持続化補助金や事業再構築補助金等の補助金申請需要が高まり、これらへの申請に向けた事業計画策定支援が主となっている。補助金活用が目的になりがちで補助金申請時が支援のピークという事例もある。

### （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行動や意識変化を促せる訳ではないため、意識レベルや意欲レベルに応じた階層別個社支援に取り組むという前提のもと、成長ステージ毎に事業計画策定支援に取り組む。事業計画策定にあたり、デジタル技術活用による生産性向上を推進するためにDX推進セミナーを行い、小規模事業者の生産性向上とともに競争力強化を推進する。

５．で実施する講義とワークショップを組み合わせた経営状況分析講座を通じて、自ら経営状況分析を行い、事業者が自社の強み、弱み等の気づきを得、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に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

|                         | 現行 | 令和７年度 | 令和８年度 | 令和９年度 |
|-------------------------|----|-------|-------|-------|
| ①DX推進講座の実施              | —  | ２回    | ２回    | ２回    |
| ②成長ステージ別<br>事業計画策定講座の実施 | —  | ９回    | ９回    | ９回    |
| 事業計画策定事業者数              | —  | ５５者   | ５５者   | ５５者   |

### （４）事業内容

#### ① DX推進講座の実施及び個別フォローアップ（IT専門家派遣）の実施

【支援対象】経営状況分析を行った小規模事業者

【募集方法】・当所会報へのチラシ折り込み

・当所ホームページへの開催記事掲載

・巡回、窓口相談時に案内

【講 師】ITコーディネーター等

【回 数】DX推進講座：成長ステージ横断的に年２回

個別フォローアップ（IT専門家派遣）：必要に応じ適宜

【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の紹介

・ECサイトの利用方法

【参加者数】５５者 ※内訳 概ね創業後５年以内の事業者：１５者

概ね創業後５年超の事業者：３０者

事業承継を検討している事業者：１０者

【支援手法】DX推進講座受講者に対し、経営指導員等が同講座担当講師とともに個別フォローアップに取り組み、必要であれば専門家派遣の実施により外部IT専門家も交えて事業計画の策定に導く。

#### ② 成長ステージ別事業計画策定講座の開催及び個別フォローアップ（専門家派遣）の実施

【支援対象】経営状況分析を行った小規模事業者

【募集方法】・当所会報へのチラシ折り込み

・当所ホームページへの開催記事掲載

・巡回、窓口相談時に案内

【講 師】中小企業診断士等

【回 数】事業計画策定講座：成長ステージ別に年３回ずつ

個別フォローアップ（専門家派遣）：必要に応じ適宜

【カリキュラム】・新事業企画や既存事業の改革に向けた計画策定方法

- ・新事業企画に向けたアイデア整理
- ・創業計画書とのギャップ修正
- ・補助金等公的支援策の効果的な活用方法

【参加者数】 55者 ※内訳 概ね創業後5年以内の事業者 : 15者

概ね創業後5年超の事業者 : 30者

事業承継を検討している事業者 : 10者

【支援手法】事業計画策定講座受講者に対し、同講座担当講師と経営指導員等が三人四脚で策定支援に取り組み確実に事業計画の策定に導く。

## 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〕

事業計画策定支援を担当した経営指導員等が必要に応じて実施支援に取り組んでおり、当該小規模事業者からの申し出があった場合に対応するのが主となっているため事業計画策定支援に取り組んだ事業者全ての策定後支援ができていない。このことから決算内容についても対象事業者全てを把握できていない。

〔課 題〕

現状のとおり事業計画策定後の実施支援に関しては受け身で、担当経営指導員等によって支援に濃淡があり、事業計画策定後の実施支援に対する意思統一ができていない。事業計画策定時が支援のピークとなっている事業者がほとんどである。

### （２）支援に対する考え方

事業計画を策定した全ての小規模事業者が支援対象で、半期に一度事業計画の進捗状況等を確認することとする。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に対してはフォローアップ頻度を高めて実施支援に取り組む。

なお、フォローアップに取り組むにあたり、支援対象事業者が当初計画の進捗状況や目標値とのギャップといった現状を正しく認識した上で、今後も能動的に事業計画を実践するために対話と傾聴を通じた内発的動機づけによる実施支援を行う。

### （３）目 標

|               | 現行 | 令和7年度 | 令和8年度 | 令和9年度 |
|---------------|----|-------|-------|-------|
| フォローアップ対象事業者数 | —  | 55者   | 55者   | 55者   |
| 頻度（延べ回数）      | —  | 110回  | 110回  | 110回  |
| 売上増加事業者数      | —  | 20者   | 20者   | 20者   |
| 利益率3%以上増加事業者数 | —  | 20者   | 20者   | 20者   |

### （４）事業内容

事業計画を策定した全ての小規模事業者を対象として、経営指導員等が巡回訪問等を実施し、策定支援した事業計画が着実に実行されているか半期に1回定期的かつ継続的にフォローアップする。ただし、進捗状況が思わしくなく、策定した事業計画との間にズレが生じて計画見直しが必要な場合は外部専門家等の第三者の視点を必ず投入し、当該ズレの発生要因及び今後の対応方策を検討の上、専門家派遣の実施やフォローアップ頻度を高める等して対応する。

## 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]

過去の販路開拓支援事業は支援対象が食品や雑貨を取り扱う事業者に限定されていたため、特定業種に偏らない事業としてECサイトを活用した国内及び海外向け販路開拓、新たな販売方法導入、商品力及び訴求力向上を図る事業に取り組んでいる。

#### [課 題]

特定業種への偏りは解消できたが、本事業のみスポット参加する事業者が多数を占めており、地域の経済動向調査や需要動向調査にはじまり、事業計画策定といった一連の支援との一貫性に欠く。

### (2) 支援に対する考え方

経営状況の分析を経て事業計画策定支援を行った事業者の内、デジタル技術を活用した販路開拓に意欲的に取り組む事業者を重点的に支援する。

DXに向けた取り組みとして、データに基づく顧客管理や販売促進、SNSによる情報発信、ECサイトの利用促進、IT活用による営業・販路開拓に関する相談対応を行い、事業者の理解度を高め、さらにデジタル技術活用推進の方針に即して事業者の段階に合った支援を行う。

### (3) 目 標

|                        | 現行 | 令和7年度 | 令和8年度 | 令和9年度 |
|------------------------|----|-------|-------|-------|
| ザ・ビジネスモール新規出展事業者数      | —  | 10者   | 10者   | 10者   |
| ザ・ビジネスモール新規出展による新規成約件数 | —  | 5件    | 5件    | 5件    |
| ECサイト利用事業者数            | —  | 20者   | 20者   | 20者   |
| ECサイト利用による売上増加率／者      | —  | 10%   | 10%   | 10%   |

### (4) 事業内容

#### ① ザ・ビジネスモールへの出展推進

【支援対象】デジタル技術を活用して販路開拓に取り組みたい小規模事業者

ザ・ビジネスモールは日本全国570団体以上の商工会議所・商工会が運営する商取引支援サイトである。取引先候補となり得る企業数は約29万社で、仕入先・調達先として登録する自社PRページは簡易ホームページとしても活用することができる。ザ・ビジネスモール提供サービスのひとつ「ザ・商談モール」は365日毎日利用でき、全国から寄せられる仕入・調達希望情報が案件登録され、これらに対する見積書や提案書を全てウェブ上でやり取りすることができる機能を持っている。まずは、ザ・ビジネスモール活用方法に関するセミナーを開催し、ウェブ上に転がる販路開拓案件の収集、成果をあげるための見積書や提案書の出し方、ウェブ上で接点を持った後のリアル商談への導き方のコツ等を教授し、デジタル技術を活用した販路開拓支援に取り組む。

【活用予定のデジタルモール】日本全国570団体以上の商工会議所・商工会が運営する商取引支援サイト「ザ・ビジネスモール」

#### ② ECサイトを活用した販路開拓推進

【支援対象】デジタル技術を活用して販路開拓に取り組みたい小規模事業者

初期費用をかけずにローリスクで気軽に出品できる既存のプラットフォームを活用した越境ECサイトへの出品を推進していく。越境ECに関する講座を開催し、越境ECの現状と市場性、事例紹介等を説明する。まずは越境ECへの出品を自分事とする意識変化を図るために出品することからはじめ、ECサイトで成果をあげるための写真撮影の仕方、見出しの付け方、SNS活用方法、商品紹介動画制作のポイントといったコツを教授する。

【活用予定の越境ECサイト】Zen Group株式会社が運営しているZen Plus

## 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]

学識経験者、福岡県、久留米市、政府系金融機関支店長、中小企業診断士、法定経営指導員をメンバーとする事業評価委員会を設置し、経営発達支援事業の進捗状況を含め、年に1回委員会を開催し、前年度事業の実績について評価を行っている。実績と評価については、当所ホームページに掲載し、管内小規模事業者等が常に関連可能な状態にしている。

##### [課 題]

人事異動や新入職員採用により、経営指導員等の間で経営発達支援計画、当該年度事業の進捗状況、実績と評価に関する認識や意識レベルに差がある。

#### (2) 事業内容

##### ① 経営発達支援事業評価委員会の設置及び開催

学識経験者、福岡県、久留米市、政府系金融機関支店長、中小企業診断士、法定経営指導員をメンバーとする事業評価委員会を設置し、経営発達支援事業の進捗状況を含め、年に1回委員会を開催し、前年度事業の実績について評価を行う。なお、評価項目は計画に記載した全ての項目（事業）とする。委員会では、法定経営指導員が経営発達支援事業の進捗状況や実績について説明し、委員会メンバーからの質問や意見に対応する。

##### ② 経営発達支援事業実績と評価の公表

事業評価委員会による評価結果は、その後の経営発達支援計画の実行に反映させるとともに、当所ホームページに掲載し、管内小規模事業者等が常に関連可能な状態にしておく。

なお、毎年度初めに当該年度の事業計画や目標を経営指導員等に説明する機会を設け、計画への認識や意識レベルの均一化を図る。実績と評価についても、評価委員会前に経営指導員等で多角的な視点で考察し課題抽出を行い、解決策を皆で導き明確化する。また、上半期経過後に中間実績を集計し、下半期に向け再度計画や目標値を確認し、確実な計画実行のための中間報告の場を設ける。

### 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]

日本商工会議所や福岡県商工会議所連合会、中小企業大学校九州校・人吉校、福岡県、久留米市等が主催する研修会への参加を主としている。また、経験豊富な経営指導員等が経験の浅い経営指導員等にOJTを実施して支援能力の向上に努めている。

##### [課 題]

管内小規模事業者のDX推進に向けた支援に取り組むにあたり、経営指導員等のITリテラシー向上及びIT・デジタル技術を活用した支援能力向上が課題である。また、個人に帰属する支援ノウハウを組織内で共有、活用する有効な仕組みがない。

#### (2) 事業内容

##### ① 月例勉強会の実施

事業環境の変化への対応によって厳しい経営環境に直面している管内小規模事業者支援に備えるために本計画で実施する事業で取り扱うテーマに関連する内容を中心に職員勉強会を開催する。

(テーマ案)・「M i e N a」活用方法 ・業種別審査辞典活用方法

・日経テレコンPOSEYES活用方法 ・経営状況分析手法（財務面及び非財務面）

・ITリテラシー向上 ・ザ・ビジネスモール活用方法 ・ECサイトの活用方法



## ② OJTの積極的实施

経験の浅い経営指導員や一般職員等が経験豊富な経営指導員等とともに巡回、窓口相談を行い、伴走支援に取り組む一連の手法を学べるよう同行、同席を推進する。

## ③ 小規模事業者支援カルテの充実

経営指導員等が巡回、窓口相談を受けた後は適時、適切に当所業務支援システムにあるカルテへの入力を行い、支援中の小規模事業者の状況等を職員全員が把握できるようにすることで、担当ではない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、個人に帰属しがちな支援内容を組織内で共有することで支援能力の向上を図る。

なお、カルテ入力に際しては「5W3H」を徹底する。

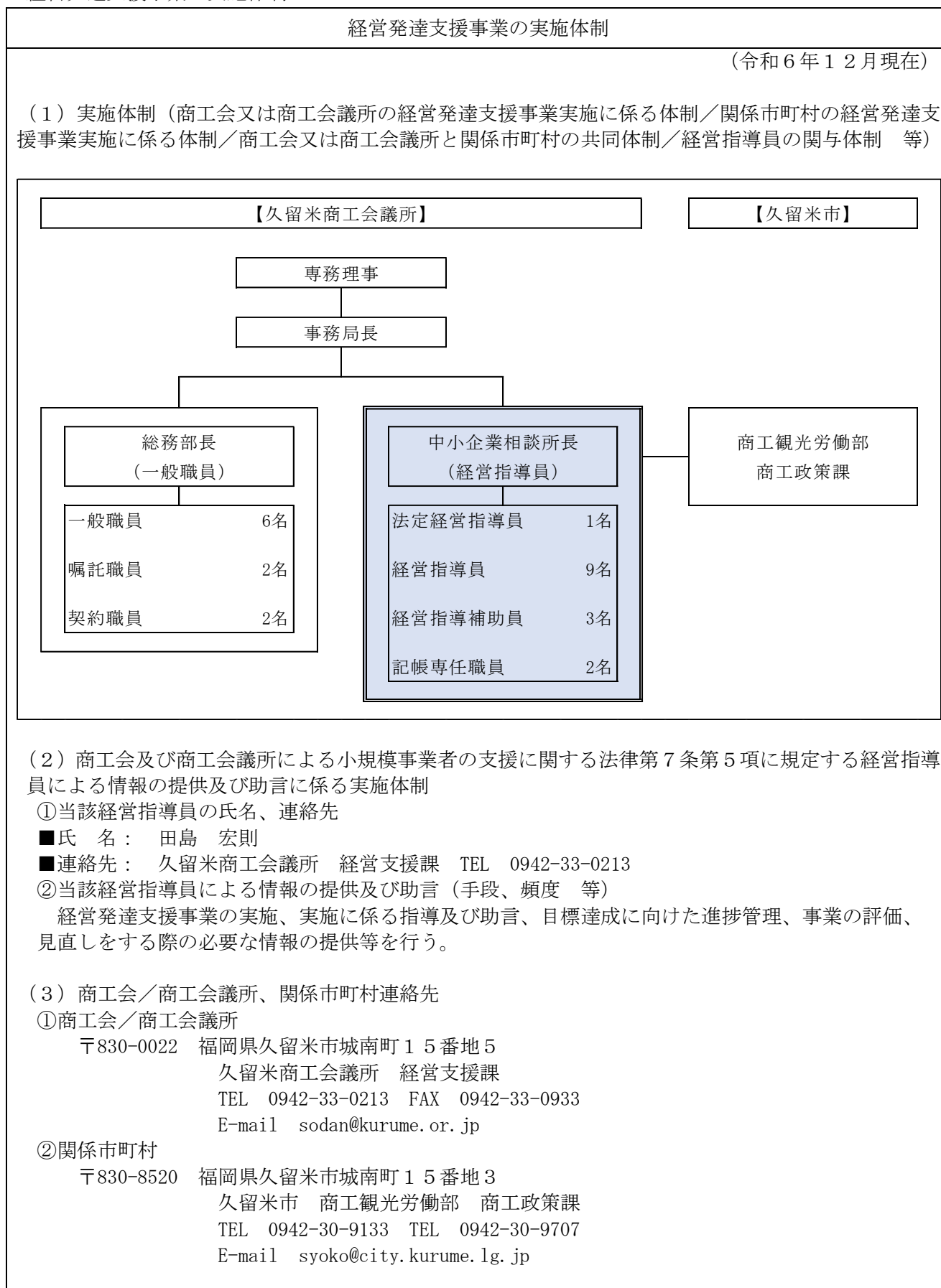
(5W3H)

5W: When (いつ)、Where (どこで)、Who (誰が)、Why (なぜ)、What (何を)

3H: How (どのように)、How many (どのくらい)、How much (いくら)

(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 |
|---------|---------|---------|---------|
| 必要な資金の額 | 7,890   | 7,890   | 7,890   |
| 講師謝金    | 5,910   | 5,910   | 5,910   |
| 講師旅費    | 390     | 390     | 390     |
| 広報費     | 60      | 60      | 60      |
| 印刷製本費   | 250     | 250     | 250     |
| 資料購入費   | 1,050   | 1,050   | 1,050   |
| 通信運搬費   | 30      | 30      | 30      |
| 雑費      | 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                                                                                                                                          |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>・国補助金（伴走型小規模事業者支援推進事業補助金）</li> <li>・福岡県補助金（小規模企業経営改善支援事業補助金）</li> <li>・会議所負担金</li> <li>・受講料</li> </ul> |

(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<br>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                                  |  |
| ①                                              |  |
| ②                                              |  |
| ③                                              |  |
| ・                                              |  |
| ・                                              |  |
| ・                                              |  |
| 連携して事業を実施する者の役割                                |  |
| ①                                              |  |
| ②                                              |  |
| ③                                              |  |
| ・                                              |  |
| ・                                              |  |
| ・                                              |  |
| 連携体制図等                                         |  |
| ①                                              |  |
| ②                                              |  |
| ③                                              |  |