

経営発達支援計画の概要

<p>実施者名 (法人番号)</p>	<p>多久市商工会 (法人番号：4300005002569) 多久市 (地方公共団体コード：412040)</p>
<p>実施期間</p>	<p>令和4年4月1日から令和9年3月31日</p>
<p>目標</p>	<p>①事業計画の策定及びフォローアップ支援による小規模事業者の経営基盤の強化 ②IT・デジタル技術の活用とDX社会に対応できる小規模事業者の創出 ③特産品開発による多久ブランドの確立並びに観光の魅力アップ</p>
<p>事業内容</p>	<p>I. 経営発達支援事業の内容 3. <u>地域の経済動向調査に関すること</u> ①国が提供するビッグデータの活用 ②管内の景況動向調査の実施 4. <u>需要動向調査に関すること</u> ①ふるさと納税WEBアンケート調査の実施 ②商談会での需要動向調査の実施 5. <u>経営状況の分析に関すること</u> ①自社の現状再認識シートの活用による経営課題の把握 ②「ネットde記帳」活用した財務分析とフィードバック ③小規模事業者支援システムを活用した経営分析支援の実施 6. <u>事業計画策定支援に関すること</u> ①DX推進セミナー・IT専門家派遣の開催 ②事業計画策定セミナーの開催 7. <u>事業計画策定後の実施支援に関すること</u> ①フォローアップシートを活用した支援の実施 ②事業計画の進捗状況に応じた定期支援の実施 8. <u>新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること</u> ①商談会への出展支援の実施 ②SNSを活用した顧客獲得支援の実施 ③ECサイト利用支援の実施 ④自社HPによるネットショップ開設支援の実施</p>
<p>連絡先</p>	<p>多久市商工会 経営支援課 〒846-0002 佐賀県多久市北多久町大字小侍 687-19 TEL 0952-74-2144 FAX 0952-74-4090 Mail:taku@sashoren.or.jp 多久市 商工観光課 〒846-0002 佐賀県多久市北多久町大字小侍 7-1 TEL 0952-75-2117 FAX 0952-75-2129 Mail:shokokanko@city.taku.lg.jp</p>

経営発達支援事業の目標

1. 目標

(1) 地域の現状及び課題

【地域の現状】

■多久市の概要

多久市は佐賀県のほぼ中央部に位置し、三方を山に囲まれた盆地で、東は小城市、北は唐津市、南は杵島郡江北町、大町町、西南は武雄市と接している。佐賀市中心から約25km、JR唐津線で約30分、長崎自動車道の多久ICがある。

1954年(昭和29年)、いわゆる「昭和の大合併」により小城郡の1町4村(北多久町、東多久村、南多久村、多久村、西多久村)が合併し現在の多久市として発足した。

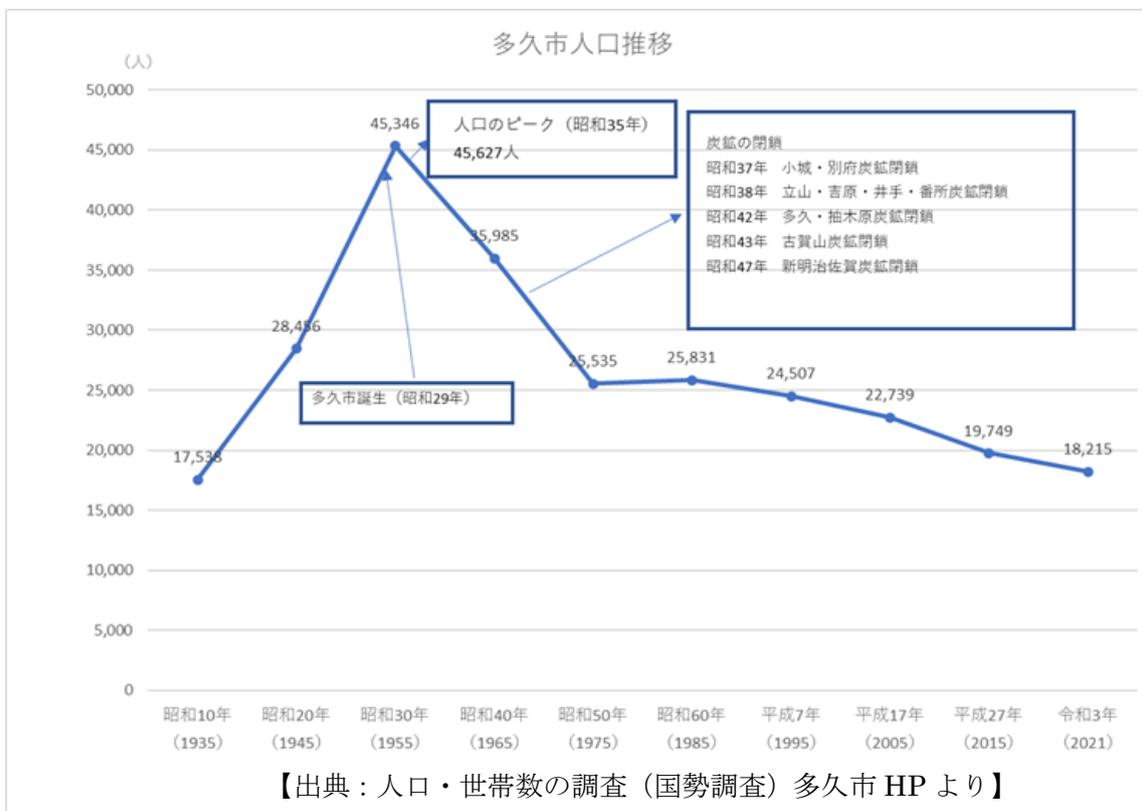
多久市は歴史的・地理的な条件や開発等によって地区ごとに個性的な地域が形成されている。市の中心市街地が形成されている北多久町、早くから工業地域が形成された東多久町、多久聖廟など歴史的遺産が多い多久町、優良な水田地帯が広がる南多久町、農業を基盤に歴史伝統が息づく西多久町と、5つの特色ある地域で構成されている。



区分	面積距離等
面積	96.56平方キロメートル
東西	14.96キロメートル
南北	11.6キロメートル

■人口の推移及び今後の予想

人口はR3.4.1現在で18,215人、世帯数は6,965世帯、人口は5年間で約8%減少している。近隣市町への流出としては特に県都である佐賀市が多い。また人口減推移は全国平均や県平均を上回る勢いで少子高齢化が進行している。



■地区内商工業者の動向

地区内商工業者及び小規模事業者の動向については、ここ10年で約100件の事業所が廃業している。特に小売業については、件数及び減少率においても非常に大きい状況である。その要因としては、大型店等の出店並びに市外勤務地での購入による売上不振と共に後継者不在による廃業が挙げられる。

また、多久駅周辺の再開発・区画整理事業が計画されたが、区画整理事業のみ行われ、再開発計画は立ち消えとなり、閉店・廃業が多い状況となっている。

平成23年4月1日現在

業種 区分	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	合計
商工業者数	213	82	23	202	97	163	45	825
小規模 事業者数	208	59	18	187	95	151	34	752

令和3年4月1日現在

業種 区分	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	合計
商工業者数	192	77	19	160	86	153	44	731
小規模 事業者数	189	50	15	146	84	138	33	655

※商工会実態調査による

※H23とR3の比較：件数（減少率）

業種 区分	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	合計
商工業者数	△21 (△9.9)	△5 (△6.1)	△4 (△17.4)	△42 (△20.8)	△11 (△11.3)	△10 (△6.1)	△1 (△2.2)	△94 (△11.4)
小規模事 業者数	△19 (△9.1)	△9 (△15.3)	△3 (△16.7)	△41 (△21.9)	△11 (△11.6)	△13 (△8.6)	△1 (△2.9)	△97 (△12.9)

■地区内観光客の推移

多久市には国の重要文化財の多久聖廟と大型リゾート施設の2大観光施設があり、歴史文化の体験・遊びが出来る街として平成12年の80万人をピークに観光人口も大型レジャー施設「ゆうらく」・「シェスタ・パティオ」の閉鎖の影響もあり、平成21年は34万人まで減少した。

ここ数年前まではインバウンドによるゴルフツアーや「天山多久温泉TAQUA」（平成30年7月オープン）などにより令和元年度は55.4万人まで回復したが、コロナ禍により令和2年度は大幅に落ち込んでいる。

(単位：千人)

暦年	平成11年		平成21年	平成11年 比較	令和元年	平成11年 比較
観光客数	812	100%	341	42.0%	554	68.2%

※令和3年3月発行の平成31年・令和元年佐賀県観光客動向調査による。平成11年を100とする

■第5次多久市総合計画

令和3年度に多久市において策定された第5次多久市総合計画の中では「産業間連携で拓く雇用と活力を生み出す産業づくりをキーワードに、担い手の育成・確保や生産基盤の充実や観光・交流機能の強化とこれと連動して取り組む商工業の振興等による産業振興・雇用対策の充実を図る」とされている。

■商工業者の現状と課題

【商業】

商業については、多久市内には6千㎡を超える業務スーパー「スーパーコンボ多久店（テナント含む）」や2店のホームセンター（ナフコ・コメリ）、2店のドラッグストア（コスモス・ドラッグストアモリ）、ダイレックス、ヤマダ電機、また地元食品スーパー3店（500㎡以上）の影響を受け小規模小売業の売上が伸び悩んでおり、ここ10年間で41（21.9%）店舗減少し、ますます厳しい状況にさらされている。

このように商業を取り巻く環境が大きく変わっていく中、個々の商店が事業活動を維持するため、時代の変化に対応していけるような経営環境を整えることが求められている。このためニッチ分野での取り組みやネット販売への進出など個店の特色を見出し活かしていくことが課題である。

【工業】

工業については、市内に多久北部工業団地が造成され、ここ10年で4社の進出により現在11企業となっている（大企業1社、中小企業10社）。小規模企業は市内に点在する中、ここ10年で9事業所減少しており、経営難や後継者不在による廃業もあるため、円滑な事業承継は課題である。このため第三者承継やM&Aの支援強化が必要である。

また市内に点在する小規模企業については、大半が下請け企業として事業を営んでいる状況にあり、下請け体質からの脱却、技術承継、ITやデジタル技術を活用してのDX対応能力も求められており、早急な対応が必要となっている。

【建設業】

多久市は旧産炭地であり地理的要因から建設業者が多く、全小規模事業者の約30%を占めており、地域内で元請業者、協力業者の関係を維持し、協力体制を敷いている事業者が多い。管内でのここ数年多発する自然災害の復旧工事等により公共工事の受注額は増加傾向である。一方で民間工事について住宅建設の需要は高いが、大手のハウスメーカー等での建設が多く小規模事業者は苦戦している状況である。このため特色ある建設手法やIT・デジタル技術を活用した小規模事業者ならではの小回りの利く営業展開を行い、受注に繋げることが喫緊の課題である。

【観光業】

国の重要文化財に指定されている多久聖廟への観光者とインバウンドによるゴルフツアーや「天山多久温泉TAQUA」などにより観光客は増加傾向であったが、コロナ禍により激減している。

また地域ブランドを確立するため多久の眠った地域資源を掘り起こし、市内50の団体の観光に関する連携を深めるため平成24年1月に多久市観光振興協議会が設立された。名物料理部会において、「孔子みそ」という名で地域7店舗の飲食店等で孔子みそを使った料理が開発提供されている。その他にも伝統野菜として女山大根（地域団体商標登録）や桐岡なすなど地域を代表する農産品はあるが、季節の限定や数量が少ないこともあり通年の農産品として付加価値を見出せていない。

コロナ収束後の新たな観光客の受け入れ態勢の整備、リピート促進のため、魅力ある地域の自然を活かしたグリーンツーリズムの開発やインバウンドに取り組むための観光開発が必要であり、そのためにはIT・デジタル技術を活用した観光振興施策の構築等を進めていく必要がある。

■商工会の現状と課題

多久市商工会は、これまでも多久市と連携して小規模事業者に対する経営支援として各種助成金・補助金等の支援を通じ経営の発展並びに持続化事業に取り組んできた。

前回の経営発達支援計画では経営状況の分析に基づく経営計画策定、提案型・伴走型の実行支援を通じ、売上・利益の拡大等、経営基盤強化を行う中、行政及び各種団体と連携し、新たな多久のブランド開発を通じ、地域経済の活性化を図ることで、小規模事業者の事業の機会を導き出し持続的経営を確立することを目的として事業実施してきたが、マネジメントサイクルを効果的に回して支援することができなかった。特にフォローアップについて実施は行ってきたものの、売上や利益の増加などの経営力向上に直結する実績を計上した小規模事業者が少ないのが現状である。このため今後はフォローアップに重点を置き効果的な実行支援を行うことが課題である。

(2). 小規模事業者の長期的な振興のあり方

① 10年程度の期間を見据えて

小規模事業者を取り巻く状況を踏まえ、小規模事業者の個々の現状課題に応じて持続的発展を支援するため個社支援及びフォローアップを強化する。

各小規模事業者の経営課題に即応するために、新しい取引先の確保と新商品開発のため商談会などへの出展支援を行い、多久市の地域資源を活用した新商品開発に繋げ、企業活力向上を実現するとともに、多久ブランドの開発を図る。

また、益々多様化する消費者ニーズを踏まえICTを活用したSNSでの販促やeコマースへの出展支援を図りDX社会に対応していくことで、交流人口や定住人口の増加を図り、小規模事業者の増加に繋げていく。

② 多久市総合計画との連動性・整合性

多久市の総合計画では商業経営基盤の強化への支援、ICTを活用した新たな産業の構築、企業経営の安定、高度化の推進、魅力ある観光地づくりの推進など多くの部分で多久市商工会の小規模事業者に対する長期的な振興のあり方と連動していることから「第五次多久市総合計画」と連動性・整合性の高い内容となっている。

【多久市の商工業振興及び観光振興の方針】

多久市では、令和3年度第5次多久市総合計画基本構想（期間10年）を作成し、産業育成に関する基本計画（令和3～令和8年度）について以下のように示されている。

《商業振興への今後の主要施策》

- ・ 商業経営基盤の強化への支援
- ・ ICTを活用した新たな産業の構築
- ・ 中心市街地の活性化
- ・ 空き店舗対策の取り組み

《工業振興への今後の主要施策》

- ・ 企業誘致活動の推進
- ・ 多久市産業連絡協議会活動の充実推進
- ・ 企業経営の安定、高度化の推進
- ・ 若者等の定住化に向けた就業機会の拡充等の推進

《観光振興への今後の主要施策》

- ・ 「孔子の里 多久」の魅力の創造
- ・ 地域連携による観光の振興
- ・ おもてなし体制の整備
- ・ 魅力ある観光地づくりの推進
- ・ 観光宣伝の強化
- ・ 広域観光の推進
- ・ 天山多久温泉TAQUAの観光の振興

③ 商工会としての役割

市内で唯一の総合経済団体として、商工会にしかできないサービスを提供することにより、地域内の小規模事業者の持続的発展を図り様々な経営課題解決支援を実施してきた。

今後益々進行する超高齢化社会という現状の中で、小規模事業者の経営環境は更に厳しさを増すと思われるため、新たな商品・サービス開発や販売方法など時代に対応した変化が求められる。このため商工会として時代に対応した支援スキルを身に付け、より多くの小規模事業者を支援して行き、繁盛店をより多く創出していくことが重要である。

(3) 経営発達支援事業の目標

上記長期的な振興のあり方を踏まえ、当会では地域における小規模事業者を支援し、多久市の賑わいを創出し活性化を図るため以下の目標を設定する

- ① 事業計画の策定及びフォローアップ支援による小規模事業者の経営基盤の強化
- ② I T・デジタル技術の活用とD X社会に対応できる小規模事業者の創出
- ③ 特産品開発による多久ブランドの確立並びに観光の魅力アップ

2. 経営発達支援事業の実施期間、目標の達成方針

(1) 経営発達支援事業の実施期間（令和4年4月1日～令和9年3月31日）

(2) 目標の達成に向けた方針

①事業計画の策定及びフォローアップ支援による小規模事業者の経営基盤の強化

最新の経営情報を提供するとともに小規模事業者の課題に応じた事業計画策定及びフォローアップ支援により事業基盤を強化する。最終的には自らPDCAサイクルを構築し、経営力向上が図られた自立型小規模事業者の創出を図る。

②IT・デジタル技術の活用とDX社会に対応できる小規模事業者の創出

新たなデジタル時代にも十分に勝ち残れるように、IT・デジタル技術を積極的に活用し、DX社会に対応できる小規模事業者を創出し生産性の向上を図るために、外部専門家や関係機関と連携し課題に応じた支援をしていく。

③特産品開発による多久ブランドの確立並びに観光の魅力アップ

市内の関係団体と連携し、多久の隠れた地域・観光資源活用を行い、関連事業者への伴走型支援により特産品開発での多久ブランド確立並びに観光魅力アップを図り、多久市の更なる魅力を確立するとともに積極的な情報発信を行う。

これらを基本方針として、小規模事業者の新たな事業機会の創出と地域力の向上を目指していく。

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)

当商工会では全国商工会連合会の中小企業景況調査と、相談カルテ入力システム（※小規模事業者支援システム）から得られた当地区の景況動向との比較分析を行い多久市の実情を反映した分析を行うとしていたが、小規模事業者支援システムでは全国商工会連合会の調査項目と連動していなかったため、効果的な分析が行えていない。

(課題)

今後は、小規模事業者に対して的確な支援を行うため、ビッグデータ等を活用した専門的な分析、を行っていく必要がある

(2) 目標

内容	公表方法	現行	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度
地域経済動向分析の公表回数	HP掲載	—	1回	1回	1回	1回	1回
景況調査公表回数	HP掲載	2回	2回	2回	2回	2回	2回

(3) 事業内容

①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

⇒上記のデータを総合的に分析し、事業計画策定支援等に反映する。

②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、管内小規模事業者の景気動向等について、年2回調査・分析を行い、HPにて公表する。

【調査対象】管内小規模事業者40社

(製造業、建設業、卸売業・小売業、サービス業から10者抽出選定)

【調査項目】売上額、仕入価格、経常利益、資金繰り、雇用、設備投資等

【調査手法】巡回・窓口にて、抽出した対象企業に対し、調査票による年2回の定期アンケート調査を実施

【分析手法】経営指導員等が外部専門家と連携し分析を行う

(4) 成果の活用方法

分析結果については、当会HPや巡回等を通じ小規模事業者に対して成果の情報を公開するとともに、事業計画策定の際の環境分析に用いるなどの活用を図っていくこととする。

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

(現状)

新たな地域ブランドの確立に向けた需要動向把握のための取り組みとして、「孔子味噌」を使った料理や加工品アンケート調査とふるさと納税で返礼品として提供している特産品等の商品に対する評価やニーズを収集するためのアンケート調査を行ってきた。

(課題)

これまで実施したアンケート調査は、消費者向け (BtoC) で事業者向け (BtoB) の調査は行っていない。このためバイヤーが売りやすい商品や消費者ニーズに沿った商品とは何かを具体的に理解してもらうために商談会・展示会に出展しバイヤー等の生の声を聞き、商品開発に生かすことが課題である。

(2) 目標

内容	現行	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度
ふるさと納税WEBアンケート調査対象事業者数	—	20者	20者	20者	20者	20者
バイヤーニーズ調査対象事業者数	—	2者	2者	2者	2者	2者

(3) 事業内容

多久市のふるさと納税返礼品についての商品満足度やその他のニーズを把握するため各種の項目についてWEB回答方式のアンケート調査を実施する。ふるさと納税返礼品に対する評価を収集・分析し、商品のブラッシュアップ等へ繋げ消費者ニーズに対応したより良い商品づくりへの活用を図るためWEBアンケート調査を実施する。

また、「地銀フードセレクション」等の商談会に出展した事業者の商品について、参加バイヤーや専門家等からの意見をアンケート形式で調査しバイヤーの視点からのマーケットインの発想を反映させ新商品開発及び商品改良に繋げていく。また、調査結果を分析し各事業者の事業計画に折り込むことで、実行可能性を高めていく。

①ふるさと納税WEBアンケート調査の実施

多久市のふるさと納税返礼品についての商品満足度やその他のニーズを把握するため下記の項目についてWEB回答方式のアンケート調査を実施する。ふるさと納税返礼品に対する評価の収集・分析し、商品のブラッシュアップ等へ繋げ消費者ニーズに対応したより良い商品づくりへの活用を図る。

【調査手法】

全国商工会連合会提供のWEBアンケートシステムを活用する。方法については、ふるさと納税返礼品の商品発送の際にアンケート調査の協力文を同封し、協力文にはWEBアンケート用のURLを記載するとともにQRコードも添付することで、購入者のスムーズなアンケートの回答に繋げていく。併せて回答者に対しては抽選で賞品を提供することとし回答率の向上を図る。

【調査項目】

- ・居住地区、年齢、性別
- ・商品の満足度（味、使用感、量、パッケージ）
- ・過去の多久市ふるさと納税の利用実績
- ・返礼品として他に利用してみたい商品
- ・返礼品の選定理由 等々

【サンプル数】 返礼品登録事業者20者×10＝200

【調査結果の活用】

調査結果は、経営指導員等が返礼品登録事業者に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ことで売上増加を図り新商品開発に結びつけていく。

②商談会での需要動向調査の実施

「地銀フードセレクション」等の商談会に出展した事業者の商品に対し、試食、アンケート調査を実施する。

【調査手法】 事業者の商品について、参加バイヤーからの意見をヒアリング並びにアンケート形式で調査する

【調査項目】 ①食品

味、見た目、価格、容量、パッケージ、改善点など

②工芸品等

機能、デザイン、価格、サイズ、改善点など、

【サンプル数】 2者×10＝20

【調査結果の活用】 調査結果は、経営指導員等が商談会出展事業者に直接説明する形でフィードバックし、FCPシートのブラッシュアップをすることで、売上増加を図り新商品開発に繋げる。

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

(現状)

自社の現状再認識シートを活用し、情報収集と課題解決のための分析を協議し共有化を図る。併せて、小規模事業者への金融支援・税務支援などを行う際の決算書等の定量的データや職員個々が巡回や相談の際に得た定性的データを小規模事業者支援システムに一元管理し共有化する仕組みを構築し効率的な内部環境分析を行っている。

(課題)

入力したデータは一元管理し共有化する仕組みを構築しているが、定性的データの入力はできていないものの本会で確定申告をしていない事業者分の経営分析については時間を要している。

これらの課題の改善策として、金融支援・税務支援先以外の事業者については経営相談時に直近3期分の決算書を持参していただくこととする。

(2) 目標

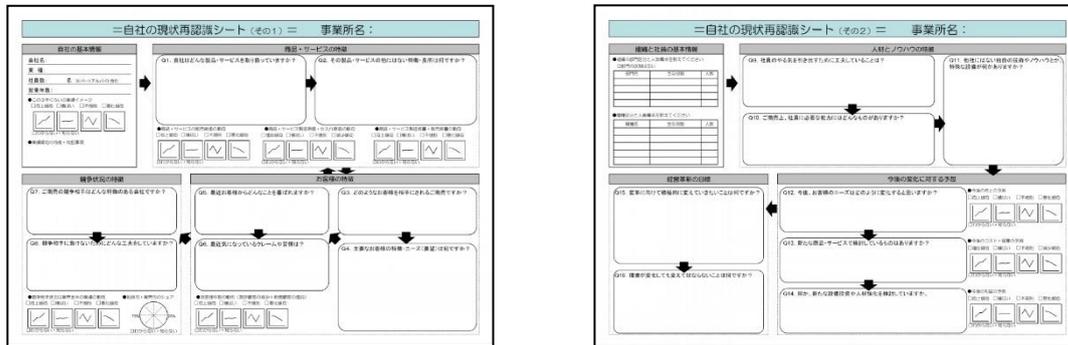
内容	現行	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度
経営分析事業者数	12者	40者	40者	40者	40者	40者

(3) 事業内容

窓口での相談者や巡回指導時の相談者に対して、以下の①～③を一体とした経営分析を実施し、データ化による支援メニューの策定を行う。

① 自社の現状再認識シートの活用による経営課題の把握

自社の現状再認識シートを活用し、事業所の強みや弱みなどの内部環境の現状分析に用いる。結果は事業者へフィードバックするとともに事業計画策定の際に活用することとする。



(参考：自社の現状再認識シート)

② 「ネットde記帳」を活用したフィードバック

決算内容説明時に、支援員のみで説明していたが、経営指導員も同席し財務分析や課題の把握を行った上で、結果をフィードバックし小規模事業者とともに改善策の協議・提案を行う。



(参考：損益分岐点図表、経営計数分析表、経営分析レーダーチャート)

③ 小規模事業者支援システムを活用した経営分析支援の実施

小規模事業者支援システムを活用し財務分析データをシステムに入力し共有化を図る。また、確定申告の電子申告を行った際に使用するe-Taxデータを先述の小規模事業者支援システムへ決算数値のデータ取り込みを行い、損益計算書や貸借対照表をグラフ化し、小規模事業者へフィードバックすることで、決算書の見える化を図るとともにシステムによる職員間でのデータの共有化を図る。なお、定量データのみならず職員が巡回や相談を行った際に得た小規模事業者の強みや弱みなどの定性的な情報を小規模事業者支援システムへ入力し蓄積することで、データの一元管理を図り、分析結果については事業計画策定を行う際に小規模事業者本人にフィードバックし、現状分析や課題点の抽出などに活用する。

(情報収集等を行う項目)

- ・ 小規模事業者の決算書等の定量的な財務データ
- ・ 小規模事業者の強みや経営課題や問題点など定性的な内部環境データ

(分析等を行う項目)

- ・ 小規模事業者の強み・弱みなどの内・外部環境のSWOT分析
- ・ 売上高総利益率、売上高営業利益率、流動比率、自己資本比率などの指標分析、損益分岐点分析

(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)

コロナ禍以前の令和元年度まではこれまで事業計画作成セミナーなどを開催し参加事業者に対してのフォローアップを行ってきたが、令和2年度よりセミナーの開催が厳しいために感染防止対策を講じ、専門家等による個別相談で対応している状況である。

(課題)

今後はパンデミック等にも対応できるように状況に応じてオンラインセミナー・個別相談会を実施していく必要がある。更に小規模事業者自らがIT・デジタル技術を活用して競争上の優位性を確立できるように事業計画の作成支援を商工会が主体的に行なっていくことが課題である。

(2) 支援に対する考え方

経営分析を行った事業者の5割程度/年の事業計画策定を目指す。

事業計画の策定を目指す事業者の中から、実現可能性の高いものを選定し、事業計画の策定につなげていく。

また、小規模事業者がIT・デジタル技術を活用し競争上の優位性を確立できるようにDX推進セミナーを開催する。参加から計画作成、その後のフォローアップとして個別相談会を行うなど一貫した支援を行い、小規模事業者の競争力の維持・強化を目指す。

(3) 目標

(目標)

内容	現行	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度
①DX推進セミナー	—	2回	2回	2回	2回	2回
②事業計画策定セミナー	1回	2回	2回	2回	2回	2回
事業計画策定セミナー事業者数	10者	20者	20者	20者	20者	20者

(4) 事業内容

①「DX推進セミナー・IT専門家派遣」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】 経営分析をおこなった事業者

【募集方法】 郵送

【講師】 佐賀県商工会連合会の登録専門家

【回数】 2回/年

【カリキュラム】 SNSを活用した情報発信方法、ECサイトの利用方法等

【参加者数】 10名/回

また、セミナーを受講した事業者の中から取り組み意欲の高い事業者に対しては、経営指導員等による相談対応・経営指導を行う中で必要に応じてIT専門家派遣を実施する。

②「事業計画策定セミナー」の開催

経営分析を行った5割程度の事業者について、事業計画策定の支援を実施する。

【支援対象】 経営分析をおこなった事業者

【募集方法】 郵送

【講師】	佐賀県商工会連合会の登録専門家
【回数】	2回／年
【カリキュラム】	事業計画策定
【参加者数】	10名／回

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)

これまで補助金申請や経営革新等をきっかけに事業計画を策定してきたものの、計画策定を行うことにとどまっており、策定支援後の継続的なフォローアップを含めた伴走型支援が十分にできていない。

(課題)

今後は、計画策定支援先に対して定期的な巡回訪問を行い、事業者の持続的なやる気を促していくとともに、計画達成を実現するための実行支援を継続的に行っていく必要がある。

(2) 支援に対する考え方

事業計画を策定した全ての事業者を対象とするが、事業計画の進捗状況等により、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

内容	現行	令和 4年度	令和 5年度	令和 6年度	令和 7年度	令和 8年度
フォローアップ 対象事業者	10者	20者	20者	20者	20者	20者
頻度(延べ回数)	—	100回	100回	100回	100回	100回
売上増加事業者数	—	5者	5者	7者	7者	8者
利益率3%増加 事業者数	—	5者	5者	7者	7者	8者

(4) 事業内容

事業計画を策定した事業者を対象として、経営指導員等が独自様式のフォローアップシートを用いて巡回訪問等を実施し、策定した計画が着実に実行されているか定期的かつ継続的にフォローアップを行う。

その頻度については、事業計画策定15者のうち、5者は毎月1回、5者は四半期に一回、他の10者については年2回とする。ただし、事業者からの申出等により、臨機応変に対応する。なお、進捗状況が思わしくなく、事業計画との間にズレが生じていると判断する場合には、外部専門家など第三者の視点を必ず投入し、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)

これまで当会の需要開拓や販路開拓の取り組みについては、各種展示会や商談会開催の際に事業所をピックアップし、情報提供を行うのみに留まっていた。また、展示会・商談会へ出展をされる事業者があったものの、当会では出展するまでの支援にとどまっており、展示会・商談会でのパイヤーからの指摘や意見等のヒアリングができておらず、その後のフォローまでの一貫した支援ができていない。

(課題)

今後は、新たな需要の開拓や掘り起こしを行うべく、商談会や展示会への出展前から出展時、出展後のフォローアップまで一貫した販路開拓支援を行うとともに、新たな販路の開拓にはDX推進が必要であるということを理解・認識してもらい、取組みを支援していく必要がある。

(2) 支援に対する考え方

商工会が自前で商談会等を開催するのは困難なため、首都圏で開催される商談・展示会への出展を目指す。出展にあたっては、経営指導員等が事前・事後の出展支援を行い、出展期間中には陳列・接客など、きめ細かな伴走型支援を行うと共に商談会での需要動向調査の分析結果に基づきアフターフォローを行う。

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

(3) 目標

内容	現行	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度
①地方銀行フードセレクション出展事業者数	—	2者	2者	2者	2者	3者
成約件数/者	—	1件	1件	1件	1件	2件
②SNS活用事業者	—	5者	5者	5者	5者	5者
売上増加率/者	—	5%	5%	5%	5%	5%
③ECサイト利用事業者数	1者	1者	1者	1者	2者	2者
売上増加率/者	—	5%	5%	5%	5%	5%
④自社ネットショップの開設者数	1者	1者	1者	1者	2者	2者
売上増加率/者	—	5%	5%	5%	5%	5%

(4) 事業内容

①地方銀行フードセレクションの出展支援 (BtoB)

商談会でのプレゼンテーションが効果的になるよう事前研修を行うとともに、事後には、名刺交換した商談相手へのアプローチ支援など、商談成立に向けた実効性のある支援を行う。

【地方銀行フードセレクション概要】

全国の地方銀行主催によるリアル商談会で2019年までに14回開催されており、2019年の出店者数は1031社である。商工会地区の特産品は特に多く出展されており、テストマーケティングはもとより販路開拓に適した商談会である。

【支援対象者】 事業計画策定者、製造業者等

②SNS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自社サイト開設並びに改善支援を行う。

③ECサイト利用 (BtoC)

各ECサイトへの出品提案を行いながら、効果的な商品紹介のリード文・写真撮影、商品構成等の伴走型支援を行う。

④自社HPによるネットショップ開設（BtoC）

自社HPの立ち上げからネットショップへの連動を図り、商品構成・ページ構成・PR方法等について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）

毎年度自己評価をおこない、佐賀県商工会連合会が設置する「経営発達支援事業外部評価委員会」に報告書を提出し評価を得ている。なお、評価結果については理事会等へ報告し、ホームページ等にて公表している。加えて、一部の数値目標については四半期ごとに実績を県連に報告して県内の他商工会と比較検討している。

（課題）

四半期ごとに事業計画策定件数などの一部の数値目標については進行管理をおこなっているものの、経営発達支援事業全体の把握までには至っていない。

（2）事業内容

法定経営指導員等による商工会内部において、四半期ごとに経営発達支援事業の進行状況をPDCA管理しながら課題等を分析し、県連に報告して県内の他商工会の状況と比較検討を行い分析評価を深める。

また、外部有識者（中小企業診断士等）、多久市担当課、法定経営指導員等をメンバーとして「協議会」を設置し、年1回開催して評価の客観性を図る。協議会の評価結果は理事会等にフィードバックしたうえで、事業方針等に反映させるとともにホームページおよび総代会資料に掲載することで、地域の小規模事業者等が常に関連可能な状態とする。

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）

OJTによる資質向上としては、職員間での支援手法等の共有、支援内容のデータベース化、専門家の高度かつ専門的な支援手法の習得に努めるなど、職員全体の支援スキルを高めている。

OFF-JTによる資質向上では、中小企業基盤整備機構・中小企業大学校・佐賀県商工会連合会主催の各種研修会への参加、全職員による経営支援事例の共有、経営指導員等WEB研修を受講するなど支援能力の向上を図っている。

（課題）

OJTならびにOFF-JTによる資質向上を実施することで、支援スキルについては一定の効果があったものの、経験年数の浅い職員も増加しており、今後も継続しての知識習得や職員間での情報共有を強化することが必要である。

（2）事業内容

①外部講習会の積極的活用

経営指導員及び支援員の経営支援能力の向上のため、中小企業基盤整備機構、中小企業大学校が主催する「中小企業支援担当者等研修」および佐賀県商工会連合会主催の一般研修（法令や施策）や経験年数に応じた階層別研修（知識や技能）、重要度や受講ニーズが高いテーマ別研修（事業計画策定セミナー）に参加する。

また、喫緊の課題である地域事業者のDX推進への対応としては、啓発・普及および導入に係る身近な相談の場となる佐賀県商工会連合会主催のITフェアに参加する。経営指導員および支援員のITスキルを向上させるとともに、ニーズに合わせた相談・指導を可能にするため、DX推進取組に係る相談・指導能力の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】

- (1) 事業者にとって内向け（業務効率化等）の取組
クラウド会計ソフト、補助金の電子申請、情報セキュリティ対策等
- (2) 事業者にとって外向け（需要開拓等）の取組
ホームページを活用した自社PR、連携ECサイト活用促進（全国連）、オンライン展示会への出展、テストマーケティング、SNSを活用した広報等
- (3) その他取組
非接触オンライン経営相談等

②OJT制度の導入

支援経験の豊富な職員と経験年数の浅い職員がチームを組成し、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

11. 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

(現状)

- ・ 多久市商工会並びに多久市商工観光課との合同会議を不定期で開催している。
- ・ 月1回コンサルタント（中小企業診断士）による定例個別相談を実施しており各種施策や補助金等の最新情報や支援手法等について意見交換し情報を共有している。
- ・ 地域金融機関と新型コロナウイルス対策融資先のフォローアップを行うために意見交換し情報を共有している。
- ・ 商工会・他支援機関との情報交換及び事業取り組みについて協議検討しているが、中長期ビジョンに伴う発展的な協議に至っていない。

(課題)

小規模事業者の支援ニーズは年々多岐にわたり高度な専門知識が必要となってきた。これに対応するためにはこれまで以上に多くの支援団体との情報交換を行うことで情報収集の範囲を広げなければならない。そこでこれまでの取組に以下の団体との連携を加えることで、当会の情報収集力の向上を図っていく。また、支援能力の向上や地域内の各種支援機関が個々の強みを発揮して面的支援スキームを形成が必要である。

今後は、他支援機関の支援情報を効率的に取り入れ、ノウハウを共有するための地域経済支援対策会議の開催が必要であり、いかに地域の小規模事業者の支援に活かしていけるかが重要になっている。

(2) 事業内容

①地域経済支援対策会議の開催（年2回）

多久市行政、多久市商工会、地域金融機関等の関係者が参画する「地域経済支援対策会議」を開催し、最新の経済動向等を把握するとともに、参加者相互の支援ノウハウの交換を行うことで、支援スキル向上を図る。

②多久・佐城地区商工会連絡協議会の開催（年2回）

地域の課題解決や円滑な小規模事業者支援ノウハウの共有を図ることを目的とした協議会を多久市佐城地区の4商工会（多久市商工会、佐賀市北商工会、佐賀市南商工会、小城市商工会）で開催し、支援状況等の情報交換、及び効果的経営支援方法について協議する。

③他支援機関、専門家との連携

経営発達支援事業を実施するにあたり、その他の高度な専門的課題については、よろず支援拠点や中小機構等の関係機関、また専門家と連携しながら情報交換を行い、効果的な支援ノウハウの向上を図っていく。

Ⅲ. 地域経済の活性化に資する取組

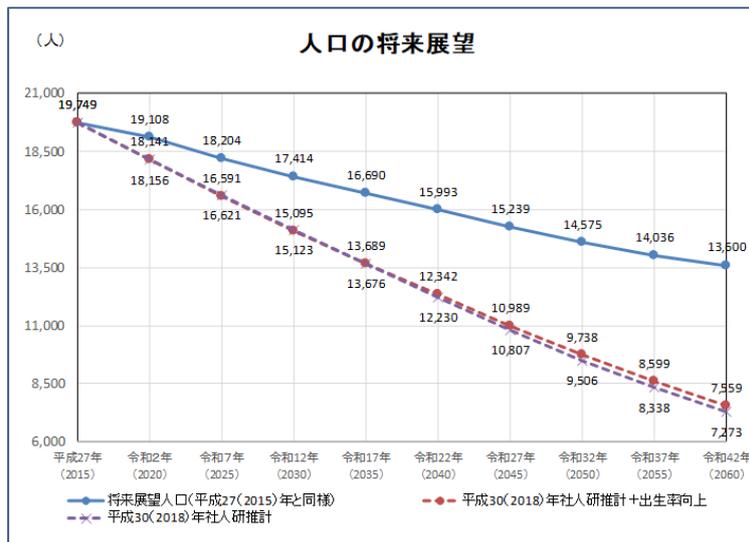
12. 地域経済の活性化に資する取組に関すること

(1) 現状と課題

(現状)

商業地域においては、人口減少に伴う消費購買力の低下や商店の老朽化、事業主の高齢化や後継者不足、近隣都市部への大型店舗進出による消費行動の広域化などの影響により、小規模事業者数は約7%減少となるなど地域経済は衰退傾向となっている。

一方、市が開発、造成した工業団地への誘致が完了し、民間企業等が所有する工業適地へ企業誘致を推進している。また、テレワークを活用したサテライトオフィス等の開設などで県外からのIT関連産業を中心とする事務系企業の誘致も進められている。



【出典：第5次多久市総合計画より】

(課題)

人口減少に歯止めをかけるためには、地域企業の稼ぐ力を向上するとともに、若い世代がやりがいや魅力を感じるしごとの創出が必要である。そのためには、企業誘致や既存の地域産業の生産性向上などはもとより、自然、歴史など多久市の資源・環境を活かした新たな事業展開や起業の促進に取り組む必要がある。

また、多様化する価値観やライフスタイル・ワークスタイルを踏まえ、誰もが安心して力を発揮できる就業環境づくりが必要で、他県からの企業を誘致しテレワーク等による新たな雇用の創出が喫緊の課題である。

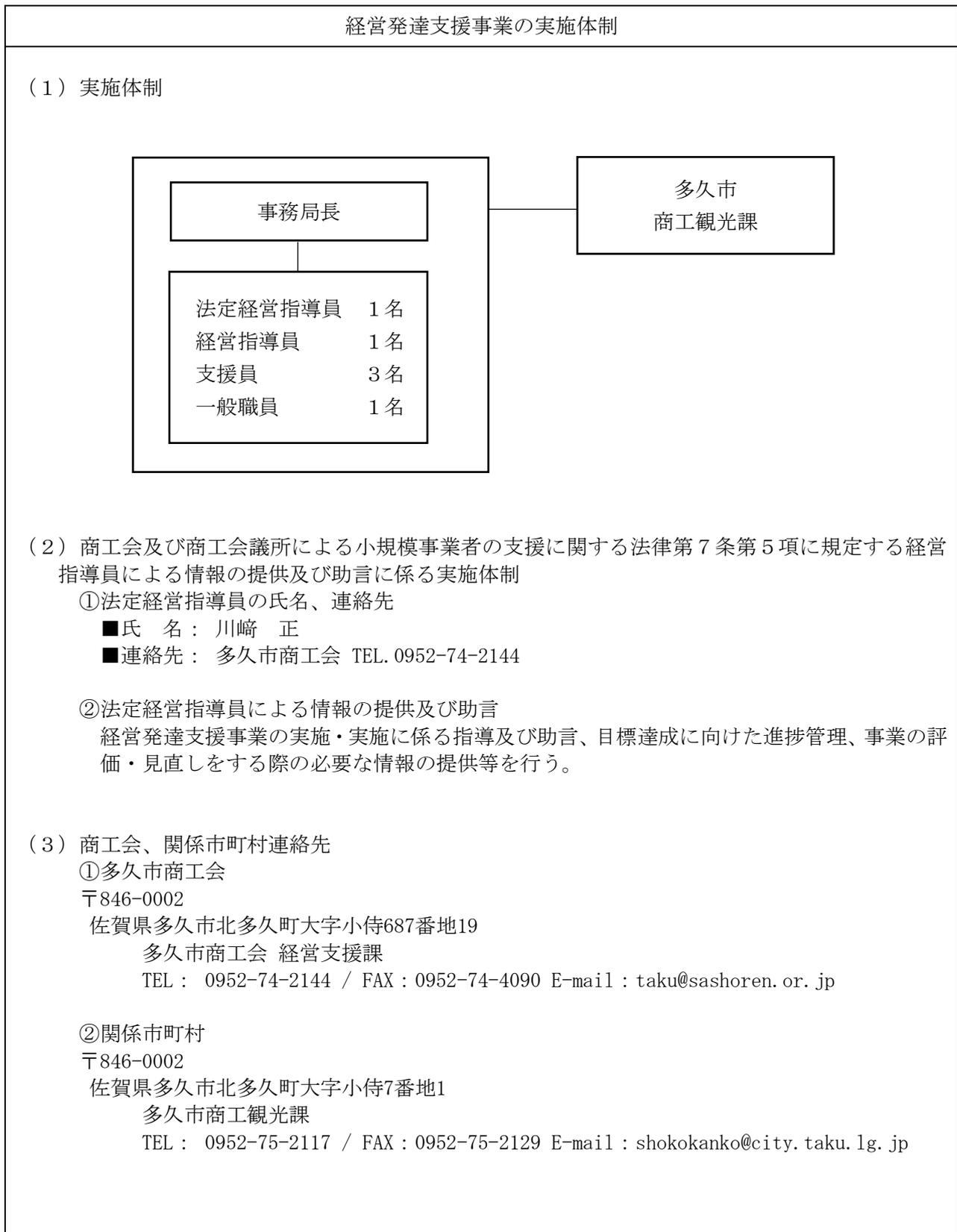
(2) 事業内容

「多久市定住・官・民協働プロジェクト推進会議」(年2回開催)

「多久市定住促進条例」が施行されるにあたり「定住促進の基本計画」「定住促進の実行計画」「定住政策の推進」を目的として行政・商工会建設部会で組織する推進会議が設置された。この会議は、定住条例の施行・改正の際の諮問機関としての機能を持ち、定住に関する多久市の現状分析・課題、補助制度の検討等定住人口に直結する施策を協議するものである。現在、全国的に特色のある定住施策が各自治体で行われているが、今後、商工会のネットワークを活用した成功事例の情報提供や地域活性化の活動事例を提供し、行政と一体となった連携活動を実行していく。

(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4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度
必要な資金の額	1,800	1,800	1,800	1,800	1,800
地域経済動向調査事業	100	100	100	100	100
需要動向調査事業	200	200	200	200	200
経営状況分析事業	200	200	200	200	200
事業計画策定支援事業	500	500	500	500	500
事業計画策定後の実施支援事業	300	300	300	300	300
新たな需要の開拓に寄与する事業	400	400	400	400	400
地域経済活性化事業	100	100	100	100	100

(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・県・市補助金、会費、受託料収入

(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。