

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	江北町商工会（法人番号：7300005003564） 江北町（地方公共団体コード：414247）
実施期間	令和4年4月1日～令和9年3月31日
目標	（1）小規模事業者の経営力強化に向けた支援 （2）創業・事業承継支援による安定した経営基盤の構築に向けた支援 （3）地域産品を活用した新商品開発と新たな需要の開拓支援
事業内容	<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</p> <p>（1）地域の経済動向の分析、公表 （2）全国連の中小企業景況調査等データの収集、分析、提供</p> <p>4. 需要動向調査に関すること</p> <p>（1）自社に於けるアンケート調査の実施 （2）イベント時の需要動向に関する調査の実施</p> <p>5. 経営状況の分析に関すること</p> <p>（1）経営分析セミナーの開催 （2）経営分析シートを活用した小規模事業者の経営分析実施</p> <p>6. 事業計画策定支援に関すること</p> <p>（1）DX推進セミナーの開催及びIT専門家派遣の実施 （2）事業計画策定事業者の掘り起こしと策定支援セミナーの開催 （3）事業計画策定の個別支援の実施 （4）創業・後継者育成塾の開催</p> <p>7. 事業計画策定後の実施支援に関すること</p> <p>（1）事業計画策定事業者のモニタリング、フォローアップの強化 （2）進捗状況に応じた支援策提案、実施支援</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）首都圏で開催される商談会への出展支援 （2）ITを活用した販路開拓支援の実施</p>
連絡先	<p>江北町商工会 経営支援課</p> <p>住 所：849-0501 佐賀県杵島郡江北町大字山口 3360 番地 2 TEL : 0952 - 86 - 2151 FAX : 0952 - 86 - 4889 メール：kouhoku@sashoren.or.jp</p> <p>江北町 地域振興課</p> <p>住 所：849-0501 佐賀県杵島郡江北町大字山口 1651 番地 1 TEL : 0952 - 86 - 5615 FAX : 0952 - 86 - 2130 メール：bikkie@town.kouhoku.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

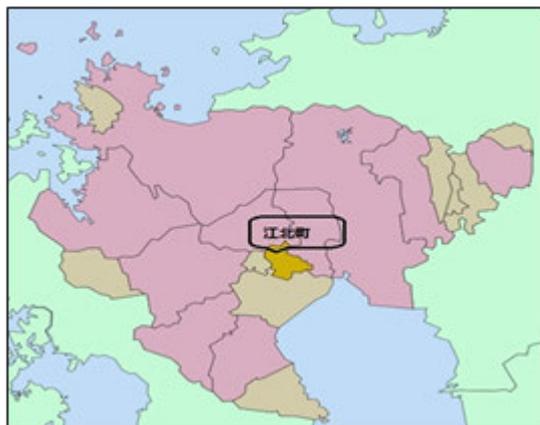
1. 目標

(1) 地域の現状及び課題

①現状

江北町は、佐賀県のほぼ中央に位置することから「へそのまち」をキャッチフレーズとしている。本町の地形は北部の山地と南部の平坦地に二分されており、東西 5.6 km、南北およそ 7.2 km、面積 24.49 km²で、東部は小城市、西部は大町町、南部は一級河川六角川を隔てて白石町に接し、北部は多久市に接している。

JR肥前山口駅を中心に、長崎本線や国道34号の結節点（当町より、長崎・佐世保方面に分岐）となる交通の要衝である。



当町は、特急（みどり号、かもめ号、ハウステンボス号）が停車する県内でも数少ない「町」であり、特急での所要時間は博多駅まで約45分、佐賀駅、武雄温泉駅までは約15分という、都会に近い田舎である。

歴史的には、中世期から拠点集落形成が確認されており、江戸時代には長崎街道が開通し、交通至便の要地として人馬の往来が多くなったことで、宿場町小田宿として繁栄を見せた。

近代は全国有数の炭鉱の町として栄えたが、昭和44年の炭鉱閉山以降は人口減少や小売業の減少など衰退の一途を辿った。しかし、企業誘致による国内大手企業の町内進出や、国の鉱害復旧事業による公共工事の増加により町に活気が戻った。さらに、平成に入って長崎本線の南側に国道34号線のバイパス道路開通がきっかけとなり、郊外型大型店などの町外資本が流入したことで、近隣市町からの来町者は多い。

令和4年春ごろには、町主導によりJR肥前山口駅北口に大小のコンテナを5つ設置したコンテナショップ「エキ・キタ」がオープン予定（飲食関係の事業者が出店予定）であり、他にも駅周辺の歩道や南口と北口の連絡通路等のリニューアルが計画されていることから、駅周辺の活性化とにぎわいの創出に寄与することが見込まれる。

また、有明海沿岸道路にアクセスする県道339号線（江北－芦刈線）も開通し、九州佐賀国際空港まで30分程度でアクセスできる状況となっており、有明海沿岸道路についても、鹿島市までの完成を目指し工事が進んでいる。

さらには、九州新幹線西九州ルートも令和4年の秋頃に開通予定である。

しかし、沿岸道路自体は当町内を通らず、また、新幹線も全ての列車が当駅に停車するとは考えられないため、交通量や鉄道乗降客の減少が予想され、これまで当町が果たしてきた結節点として機能が薄れ、地域経済の沈滞化が懸念される。

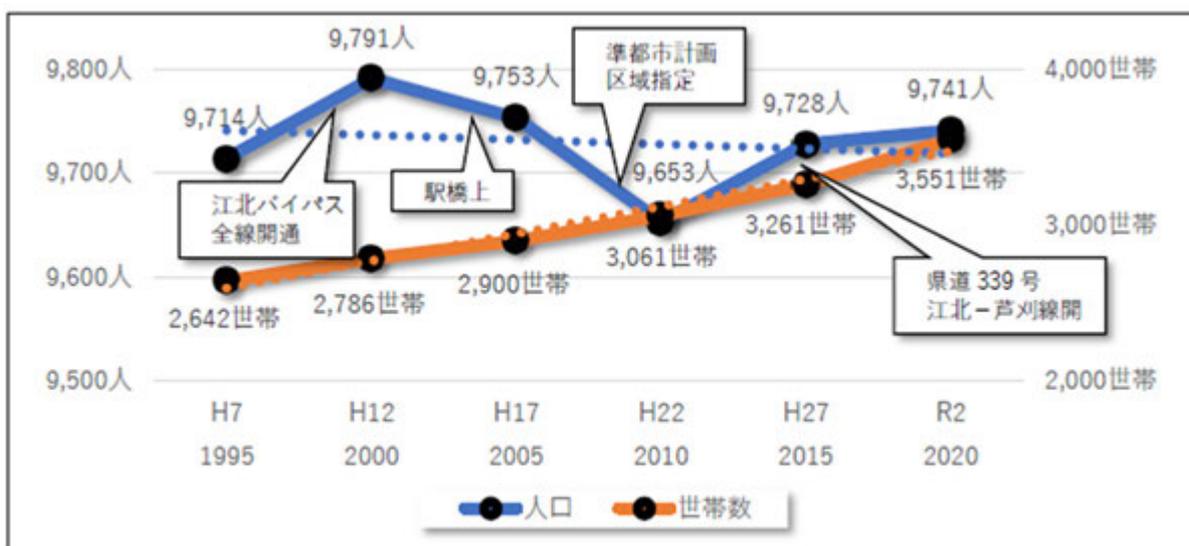


国道34号江北バイパス

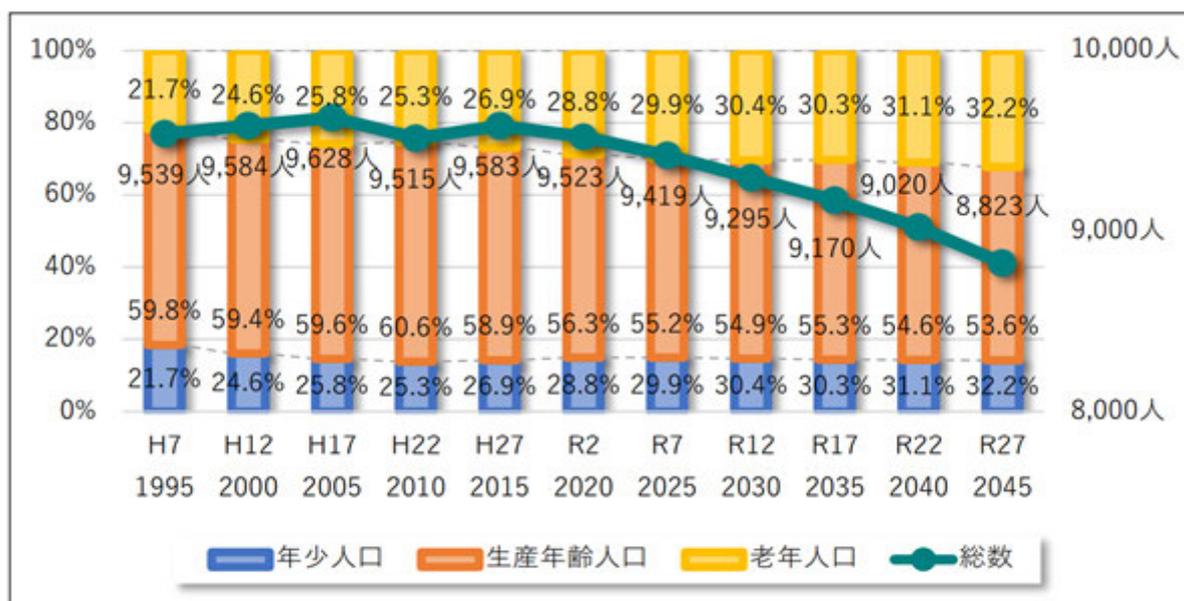
◆人口及び世帯数について

本町の令和2年4月30日現在の人口は9,741人、世帯数は3,551世帯となっている。平成11年（1999年）の江北バイパス全線開通以降、駅南地区における大規模な住宅地開発などにより、世帯数は25年間で約1.3倍と急増しているものの、町全体としては少子・高齢化の影響による人口微減の状況となっている。

また、近年は年齢区分の構成が変化しており、年少人口や生産年齢人口の割合が低下する中、老年人口の占める割合が総人口の28.8%を占めるようになってきている。そのため、現状において人口は微減と維持しているものの、今後において少子・高齢化はさらに着実に進行していくものと考えられ、基幹産業の担い手不足による労働力不足や、技術の承継が困難になることでの経営基盤の落ち込み、さらには人口の流出が進んでいるまちの周辺部において賑わいの低下が課題となることが予想される。



引用：住民基本台帳に基づく人口、人口動態及び世帯数調査（各調査年の基準日 現在）



※平成27年以前は国勢調査の数値

令和2年以降は国立社会保障・人口問題研究所『日本の地域別将来推計人口』による推計値

◆業種別の商工業者数

産業別の状況は下記の通りである。商工業者数 383 社、うち小規模事業者数は 325 社 (85%) で、商工業者数は 5 年前 (376 社) と比較して約 1.9% の微増、小規模事業者数 (317 社) は 2.5% 増加している。佐賀県中部の交通の要衝ということもあり、商工業者数・小規模事業者数ともに微増となっているものの、当町を通過しない有明海沿岸道路の完全開通・JR 肥前山口駅に停車しない九州新幹線西九州ルートの開通による影響は大きく、小規模事業者数だけでなく、その経営環境についても厳しい状況となることが予想される。

小規模事業者の業種別推移

	商工業者	小規模事業者	建設業	製造業	卸売業	小売業	飲食店 宿泊業	サービス業	その他
平成 28 年	376	317	67	15	10	86	34	63	42
平成 29 年	386	327	69	15	12	85	38	74	34
平成 30 年	386	329	69	15	11	82	35	92	25
令和 元年	389	333	68	16	12	79	39	93	26
令和 2 年	389	330	67	16	11	77	38	95	26
令和 3 年	383	325	68	16	10	74	34	94	29

(資料：「商工会運営資料」佐賀県商工会連合会)

◆産業の振興

【商業の振興】

魅力ある商業環境を形成するために、関係団体との連携を図りつつ、商店・事業所の経営改善や後継者育成、並びに起業・経営革新など経営に関する支援を行い、地域商業の振興を図る。

また、高齢化社会の進展に対応するために、地域消費者に密着した小売・サービス業がその事業を持続・維持できるよう支援策を講じ、高齢者などにやさしい商業環境の形成を目指す。

【工業の振興】

町内事業所の経営改善や経営革新などの経営支援に努めるとともに、社会情勢に併せて企業誘致活動にも努めていく。また、企業支援制度や SOHO (小規模・在宅起業) 支援制度の確立を図り、多様な産業おこしを推進する。

【農林業の振興】

担い手を中心とした生産の組織化を進め、農地の利用集積と効率的な機械利用体系の整備を図り、生産性の向上に努める。

また、複合経営の促進や消費ニーズに即した特色ある農産物 (環境保全型農産物) づくりに努める。一方、環境資源の有効活用として消費者との交流を基軸にした「観光・食育・地産地消」をテーマに、自然の中で人がふれあう場づくりを行う。

さらに、農業者の減少や高齢化、混住化の進行等による集落機能の低下により、農地・農業用施設等の資源や農村環境の悪化が懸念されているため、非農家を含めた多様な団体の参画による地域の生産・環境資源を守る共同活動を推進していく。

◆江北町まちミライ創生プラン

江北町では、まちミライ創生プラン (計画期間：2021 年～2025 年) を策定し、基本目標の一つとして「暮らしを守り、豊かなまちを創造する」と定めている。

【江北町 まちミライ創生プラン (抜粋)】

<基本目標>暮らしを守り、豊かなまちを創造する

・基本的方向

豊かで活力ある産業を育成するために新たな産業の創出を図るとともに、基幹産業である農業の経営安定や既存産業の維持、継承など地域資源の活用に取り組みます。

◇具体的な施策

- 新たな産業やビジネスチャンスをつくる
 - ・産業を維持、発展のための連携体制の構築
 - ・販路や流通量の拡大を支える生産性の強化
 - ・分野にとらわれない知識と技術が結集した新たな産業の展開
 - ・景気動向による影響を最小化するための経営の多角化支援

- 生産基盤向上の支援
 - ・生產品の高付加価値化による経営の安定化
 - ・新たな知見や技術を活用した生産性と収益性の拡大
 - ・組織の育成・強化の取り組み

- 後継者不足の解消と新たな担い手の育成
 - ・経営的視点を持ちあわせた事業者や農業者の育成
 - ・事業内容の最適化による収益性の向上と事業承継の確保

②課題

◆産業

本町の基幹産業でもある農業においては、農業所得の減少、就農者の高齢化・兼業化による農業従事者の減少、後継者不足など多くの課題を抱えている。

商業においては、町外からの専門店の進出や交通手段の進展により地域消費者の購買動向は大型店舗へと流出（シフト）の度合いを増しており、地元商店や事業所の存続が、その後継者問題と相俟って大きな課題となっている。

【建設業】

新型コロナウイルス禍の影響で仕入値が高騰し、価格転嫁できないなどで売上減少に陥る事業者も一定数いるが、町の公共事業も一定の入札が行われており、また、民間取引による町外からの発注を受けて売上が拡大し、地域経済に寄与している事業者が多い。しかし中期的な事業計画に基づいているとは言い難く、経営分析や計画の重要性を把握することが課題である。

【卸・小売業】

大型小売店が企業誘致により整備され、棲み分けをおこないながら事業を継続してきた。しかしながら、隣接地域にも大型小売店が進出したことにより、消費者の地域外流出が避けられない状況となっている。町内の小売業においては、江北フレッシュカード会を組織してポイントの発行を行い、町外への顧客流出対策を行っているものの、後継者不在等で加盟店は減少傾向にあり、新たな商品提供方法の提案、事業承継対策が課題となっている。また卸売業においても、商工会のプレミアム商品券事業等を利用して活路を見出すなど、独自の事業展開への取り組みが課題となっている。

【飲食・サービス業】

具体的な販路開拓計画を実行しながら一定の成果を挙げている事業者もあるが、事業者意識は2極化しており、売上を増加させるための魅力ある商品や店舗づくり、新サービスの展開などの取り組みが課題となっている事業者もまだまだ多くある。

【地域産品】

イチゴ・今村みかん・玉ねぎ・レンコンなどの青果物の他、米、皮製品（ロウケツ染）、かしわめし弁当（駅弁）が主な地域産品としてあげられるものの、加工品は未だ少なく、すべてにおいて認知度も低い。そのため、地域産品を活用し個々の特性を活かした商品開発及び新たな需要の開拓の取り組みが課題となっている。

(2) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

① 3～5年程度の期間を見据えて

「エキ・キタ」の開発を契機に、町内小規模事業者が事業発展への取り組みを実施することが重要であり、江北町商工会では、地域産品を活かした商品開発や新たな販路の開拓への取り組みを推進することで、地域の事業者の生産性の向上及び事業発展につなげていく。

② 10年程度の期間を見据えて

人口減少や少子高齢化が進行していく中、将来の江北町の振興のためには地域経済の支えとなっている小規模事業者が、外部環境や産業構造の変化に対応し持続的な発展をしていくことが重要である。江北町商工会では、各種支援機関等と連携し、新商品、新サービスの開発や販路拡大、創業者の創出、観光客の誘致等の支援を通じて小規模事業者の発展に力を注ぎ、当町に寄って頂けるような魅力づくりを推進していく。

③江北町 まちミライ創生プランとの連動性・整合性

地域経済の支えとなっている小規模事業者に対し、各支援機関等と連携し、事業承継、生産品の高付加価値化、新たな産業の展開、経営の多角化への取り組みを支援していくことで、江北町がまちミライ創生プランで掲げる「豊かで活力ある産業の育成」との連動性・整合性を図る。

④江北町商工会としての役割

江北町商工会は、商工業の総合的な経営改善を図り、兼ねて社会一般の福祉の増進に資するという目的を根底とし、地域の伝統や文化を支えるなど地域コミュニティの中核的存在である小規模事業者のニーズを的確に把握する中、経営基盤（ヒト、モノ、カネ、情報等）の強化、後継者の育成、経営革新に向けた適切な小規模事業者支援を展開するとともに、売上と利益を増加させるための支援体制を構築する。

また、地域雇用の重要な受け皿として、新規創業や新技術・新商品の開発、新事業分野への進出等を支援する。

(3) 経営発達支援事業の目標

振興のあり方を踏まえ、各事業者が持続的かつ経営力の強化を図り、自律的な体制に成長していくために以下の目標を設定する。

①小規模事業者の経営力強化に向けた支援

②創業・事業承継支援を通じた、計画的で安定した経営基盤と円滑な事業承継に向けた体制の構築に向けた支援

③「エキ・キタ」の開発を契機とした、地域産品（れんこん、玉ねぎ、いちご等）を活用した新商品開発と新たな需要の開拓支援

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 小規模事業者の経営力強化に向けた支援

円滑な事業実施に向け、経営状況の分析と現状把握を行い、課題を抽出することで事業計画策定への意識啓発を図るとともに、事業計画策定支援においては、事業者に合わせて伴走型且つ提案型の指導・助言を行い、事業の持続的発展に向けた支援を実施する。

② 創業・事業承継支援を通じた、計画的で安定した経営基盤と円滑な事業承継に向けた体制の構築に向けた支援

創業支援については、創業希望者等をセミナーで掘り起こし、創業に向けた計画等の策定支援を実施することで、客観的に事業計画を把握し、計画的で安定した経営に向けた体制の構築ができるよう促す。

また、事業承継支援については、後継者の育成・マッチングにあたって、事業計画に後継者の参画を促し、事業承継(親族・M&A等)の計画を進めて、早期の事業継続体制を構築する。なお、事業計画策定後も引き続き支援するため、巡回によるフォローアップの実施を行う。

③ 「エキ・キタ」の開発を契機とした、地域産品(れんこん、玉ねぎ、いちご等)を活用した新商品開発と新たな需要の開拓支援

個々の特性(商品・サービス等)を理解・把握し、それぞれの特性を活かして新たな需要の開拓を行う為にも、商工会で需要動向調査を行い消費者と町内小規模事業者をマッチングできる体制を構築し、地域経済の発展と新たな産業の創出をはかる

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] 小規模事業者等への経済動向等の情報提供は、一般的な統計調査やメディアの情報を加えたものを巡回指導や窓口での相談時に主に口頭で説明しているだけである。

[課題] これまで実施しているものの、一般的な情報提供にとどまっており、ビッグデータを活用・分析し、地域の経済・消費動向等を把握した上で、分かりやすく小規模事業者提供等、改善した上で実施する。

(2) 目標

	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
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

(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「中小企業景況調査」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4回調査・分析を行う。

【調査対象】 管内小規模事業者15社

（製造業、建設業、卸売業、小売業、サービス業から3社ずつ）

【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】 調査票を郵送し返信用封筒で回収する

【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) 調査結果の活用

情報収集・調査・分析した結果は、本会ホームページに掲載し、広く管内事業者等に周知する。また、経営指導員等が経営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こと

(1) 現状と課題

[現状] 小規模事業者は、自社の取り扱う商品及び、サービスに対し率先してマーケティングリサーチを行っていることは極めて少ない。本会でも、需要動向に関する具体的な情報提供や調査・分析が実施できていない。また、職員間での情報収集能力の差があり、十分なフィードバックもできていない。

[課題] 需要動向調査を行う事により、単に表面的な需要を知るという事だけでなく、なぜ需要が増加しているのかといった背景要因などを把握することが重要となってくる。「だれが商品を買うのか」、「どのような商品を購入するのか」、「何に利用するのか」という購買情報を得るという事は市場の優位性を得る為に重要であり、情報を持っていないということは、競争に初めから負けてしまうことを意味する。この事を的確に伝え、小規模事業者に還元できるよう、経営指導員等は、様々な情報を収集し、各自レベルアップする必要がある。

(2) 目標

	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 自社に於ける アンケート調査数	—	2者	2者	2者	2者	2者
② イベント時の アンケート調査数	—	1者	1者	2者	2者	2者

(3) 事業内容

経営分析や事業計画策定を行った事業者から選定し、需要動向調査を行っていく。個社の売上増、利益増に繋がることを目的とするため、事業計画等を策定した顧客アンケートやモニタリング調査を主体として実施する。

アンケートは漠然とした意識調査となってしまう事が予想される為、個社支援に活用する事が困難であり、より個社支援に特化した調査をすべきであるとする。

① 自社に於けるアンケート調査

小売業を営む事業者にとって、消費者の需要動向を把握するには、自店に来店する顧客へのアンケート調査を行うことがもっとも現状に則した調査となる。しかし、小規模事業者において、そのようなアンケートを定期的実施している事業者はほとんどない為、下記による支援を行い小規模事業者の継続的發展に繋げていく。

【調査対象】 小売業

【サンプル数】 来店顧客20人 / 1者

【調査手段・手法】 本会に於いて、事業者の業種・商圈・取扱商品・来店顧客層に応じたアンケートを作成し、各店舗に於いて情報収集を行いやすいように支援を実施する。

【調査項目】 「住んでいる地域・年齢などの基礎的情報」「来店頻度」「よく購入する商品・サービス」「今後欲しい商品・サービス」「改善して欲しい事項」などとする。

【分析結果の活用】 分析結果は、経営指導員等が代表者・担当者に直接説明を行う事によりフィードバックし、商品・サービスの改定を行う事で販路開拓に繋げていく。

② イベント時のアンケート調査

上記の「自社におけるアンケート調査」では、自社に来店する消費者のニーズは把握できるが来店しない消費者のニーズを把握することができない。その為、地域内外の需要動向を把握することを目的とし、需要動向調査を実施する。

【調査対象】 サービス業（飲食業）

【サンプル数】 イベント来場者30人 / 1者

【調査手段・手法】 各種イベントが催され地域内外から多くの来場者が訪れる「ビッキーふれあいまつり」（ビッキーふれあいまつり実行委員会が主催であり、当商工会青年部・女性部も参加、例年11月開催）において来場者へのアンケート調査を実施する。

【調査項目】 「住んでいる地域・年齢などの基礎的情報」「来店頻度」「よく購入する商品・サービス」「今後欲しい商品・サービス」「改善して欲しい事項」などとする。

【分析結果の活用】 分析結果は、経営指導員等が代表者・担当者に直接説明を行う事によりフィードバックし、商品・サービスの改定を行う事で販路開拓に繋げていく。

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

[現状] 販路開拓・生産性向上に取り組みたいと考えている事業者及び金融・税務支援を行っている事業者に対し、決算書の情報を基に経営分析を行い、小規模事業者の経営実態把握や事業計画策定の資料として活用している。

[課題] 事業者は経営分析の重要性について認識が低いため事業計画を作成することが苦手である。経営分析の手法や必要性について事業者に認識してもらい、事業計画に対する苦手意識を払拭する必要がある。

(2) 目標

	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 セミナー 開催件数	—	2回	2回	2回	2回	2回
② 経営分析 事業者数	20者	30者	30者	30者	30者	30者

(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）

セミナーの開催を通じて、経営分析によって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。

【募集方法】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

② 経営分析の内容

【対象者】巡回・窓口（各10者）での相談者やセミナー参加者（10者／1回、計20者）の中から、意欲的で販路拡大の可能性の高い30者を選定

【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」の双方を行う

≪財務分析≫直近3期分の収益性、生産性、安全性および成長性の分析

≪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)	(外部環境)
・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・運用状況 ・商圏内の人口、人流 ・競合 ・業界動向

【分析手法】経済産業省の「ローカルベンチマーク」、中小機構の「経営計画つくるくん」等のソフトを活用し、経営指導員等が分析を行う。
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] 経営革新計画承認申請や補助金申請等、経営指導員等が各種施策を周知し、事業計画策定支援を実施している。

[課題] これまで実施しているものの、事業計画策定の意義や重要性の理解が浸透していないため、自発的に事業計画を策定する小規模事業者が少なく、セミナー開催方法を見直す等、改善した上で実施していく。

(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、「事業計画策定セミナー」のカリキュラムを工夫するなどにより、5. で経営分析を行った事業者の6割程度/年について事業計画策定を目指す。

また、経営革新計画の認定申請・持続化補助金の申請を契機として、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。

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、小規模事業者の競争力の維持・強化を目指す。

(3) 目標

	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 DX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	2回	2回	2回	2回	2回
事業計画策定事業者数	10者	20者	20者	20者	20者	20者
③ 創業・後継者育成塾	—	1回	1回	1回	1回	1回
創業・事業承継 計画策定事業者数	—	3者	3者	3者	3者	3者

(4) 事業内容

①「DX推進セミナー開催・IT専門家派遣」の開催

競争上の優位を確立することを目的として、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】DXに関する基礎知識の習得に意欲のある事業者

【募集方法】案内チラシの配布、経営指導員による巡回、本会広報誌、SNS、メール、FAX、HPによる募集

【セミナー（カリキュラム）】

- ・DX総論、DX関連技術（クラウドサービス等）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「事業計画策定セミナー」の開催

【支援対象】経営分析を行った事業者を対象とする。

【支援手法】事業計画策定セミナーの受講者に対し、経営指導員等が担当制で張り付き、外部専門家も交えて確実に事業計画の策定につなげていく。

【募集方法】案内チラシの配布、経営指導員による巡回、本会広報誌、SNS、メール、FAX、HPによる募集

【講師】県連合会専門家派遣事業登録専門家

【カリキュラム】消費者向けサービス・商品力向上のための事業計画策定・計画策定の意義と活用できる政策

③「創業・後継者育成塾」の開催

【支援対象】江北町で開業を希望する者、創業5年以内で創業計画の見直しとフォローアップを希望する者、5年以内に事業承継を行う後継者

【支援手法】セミナーの受講者に対し、経営指導員等が担当制で張り付き、外部の専門家の意見も交えながら、確実に事業計画の策定につなげていく。

【募集方法】案内チラシの配布、経営指導員による巡回、本会広報誌、SNS、メール、FAX、HPによる募集

【講師】県連合会専門家派遣事業登録専門家

【カリキュラム】江北町における企業経営者の創出を促進し、地域経済の活性化を図るため、本町、日本政策金融公庫、佐賀県信用保証協会と連携して「創業・後継者育成塾」を年1回開催し、円滑な創業・事業承継支援を行っていく。

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を伴走型で実施している。事業の進捗状況等を確認するため必要に応じてフォローアップを実施している。

〔課題〕 伴走型支援を実施しているものの、事業計画を策定した全ての小規模事業者に定期的なフォローアップができておらず、支援頻度等を見直し、改善した上での実施が必要である。

(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をフォローアップの対象とするが、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小規模事業者と、ある程度順調と判断し訪問回数を減らしても支障ない小規模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 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 対象事業者数	10者	23者	23者	23者	23者	23者
頻度（延回数）	50回	72回	72回	72回	72回	72回
売上増加 事業者数	—	5者	5者	7者	7者	10者
利益率10%以上 増加の事業者数	—	5者	5者	7者	7者	10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20者のうち、10者は四半期に1回、他の10者については年2回とする。加えて、創業・事業承継計画策定事業者は年4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、他地区等の経営指導員等や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] 展示会、商談会、物産展への出展を希望する企業は、比較的少ない。商談会に出展した際でも商品の見せ方や商品PRの仕方などについて準備不足という感がある、また、物産展に出展した際には、売上目標はあるものの商品に対するアンケートの回収などデータ収集が不足している状況である。

また、地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] これまで実施しているものの、展示会出展の事前・事後のフォローが不十分であったため、改善した上で実施する。

今後、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

商工会が自前で展示会等を開催するのは困難なため、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。

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

	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 地銀フード セレクション 出展事業者数	2者	3者	3者	3者	3者	3者
成約件数/者	1件	1件	2件	2件	2件	2件
② SNS活用事業者	—	5者	5者	5者	5者	5者
売上増加率/者	—	10%	10%	10%	10%	10%
③ ECサイト利用 事業者数	—	2者	2者	2者	2者	2者
売上増加率/者	—	10%	10%	10%	10%	10%
④ 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地銀フードセレクション商談会出展事業（BtoB）

全国地方銀行主催の「地銀フードセレクション商談会」に、毎年、管内の主要業種たる卸小売業者4社を選定し、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。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実施する。

【参考】「地方銀行フードセレクション」は、リアルでは年1回、2日間にわたり、全国の百貨店、商社・卸、ホテル、食品スーパー等のバイヤーおよび関係者が延べ約13,000人が来場する恒例イベントで、全国から1,000社以上の出展がある。

② SNS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。

③ 大手ECモールやふるさと納税事業の利活用（BtoC）

大手ECモールが運営するショッピングサイトやふるさと納税事業への出品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、商品構成等の伴走支援を行う。

④ 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〕 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おこない分析評価を深める。

また、外部有識者（中小企業診断士等）、江北町担当課、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役員会等にフィードバックしたうえで、県連に報告して県内の他商工会と比較検討を行う。また、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〕 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つたものの、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・普及及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。経営指導員及び支援員の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。

③職員間の定期ミーティングの開催

事務局長を含む職員全員による運営会議を毎月1回開催、経営支援課長等を中心とした経営支援会議を毎週1回開催し、小規模事業者への各種支援施策と活用状況ならびにIT等の活用方法や具体的なツールの紹介について、意見交換等をおこなうことにより事例の共有と支援能力の向上を図る。

④データベース化

経営指導員や支援員は、経営支援に関する内容について、基幹システムや商工会プラットフォームにデータ入力を適時かつ適切におこなうことで、支援を継続している小規模事業者の状況等を職員全員が相互共有できる。担当外職員において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。

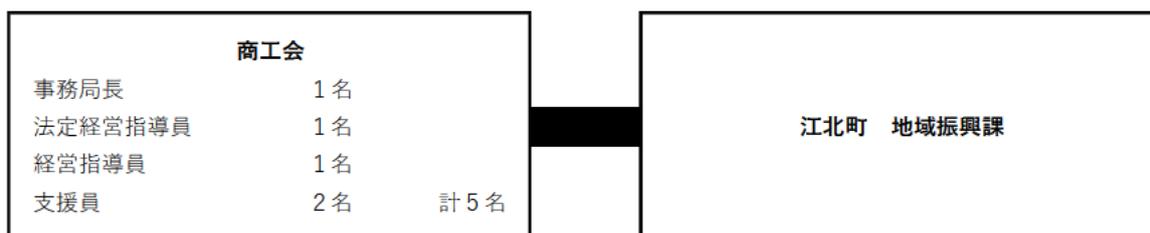
(別表2)

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6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当該経営指導員の氏名、連絡先

■氏名：一ノ瀬 稔

■連絡先：江北町商工会 TEL：0952-86-2151

②当該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おこなう。

(3) 商工会/商工会議所、関係市町村連絡先

①商工会/商工会議所

江北町商工会

〒849-0501 佐賀県杵島郡江北町大字山口 3360 番地 2

TEL：0952-86-2151 / FAX：0952-86-4889

E-Mail：kouhoku@sashoren.or.jp

②関係市町村

江北町 地域振興課

〒849-0592 佐賀県杵島郡江北町大字山口 1651 番地 1

TEL：0952-86-5615 / FAX：0952-86-2130

E-Mail：bikkie@town.kouhoku.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)

	4年度	5年度	6年度	7年度	8年度
必要な資金の額	1,400	1,400	1,400	1,400	1,400
需要動向調査・アンケート調査費	200	200	200	200	200
経営状況の分析・専門家謝金・	200	200	200	200	200
事業計画策定支援・専門家謝金	500	500	500	500	200
新たな需要の開拓・商談会参加費用	500	500	500	500	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、県補助金、市補助金、手数料等収入

(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。

(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 並びに法人にあっては、その代表者の氏名
連携者なし
連携して実施する事業の内容
連携して事業を実施する者の役割
連携体制図等