

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	早良商工会（法人番号 9290005002541） 福 岡 市（地方公共団体コード 401307）
実施期間	令和4年4月1日～令和9年3月31日
目標	<p>経営発達支援事業の目標</p> <p>(1) 小規模事業者の経営基盤の改善と強化</p> <p>(2) 計画策定に重点を置いたプッシュ型の創業支援や事業承継支援による事業所数の減少抑制</p> <p>(3) 収益力強化、経営の効率化に直結するDXを目指したITの活用推進</p> <p>(4) マーケットインの考え方を取り入れた商品開発とマーケティングに基づいた販売戦略の構築</p>
事業内容	<p>I. 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国、市等が提供するビッグデータ、統計データの編集と提供</p> <p>②調査票を活用した管轄内企業の景気動向分析調査によるとりまとめと情報提供</p> <p>4. 需要動向調査に関すること</p> <p>①消費者モニター覆面調査</p> <p>②消費者グループインタビュー調査</p> <p>5. 経営状況の分析に関すること</p> <p>①経営分析セミナーでの経営分析</p> <p>②各種補助金申請時や記帳指導の際に指導員による経営分析</p> <p>6. 事業計画策定支援に関すること</p> <p>①事業計画策定セミナーを通じた事業計画策定</p> <p>②DX活用セミナー</p> <p>③創業セミナーを通じた創業計画策定</p> <p>④事業承継計画策定支援</p> <p>7. 事業計画策定後の実施支援に関すること</p> <p>当初計画との差異分析による課題の顕在化、解決への取り組み</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展示会・商談会出展事業者への支援</p> <p>②DXの取組み推進支援</p> <p>II. 地域経済の活性化に資する取組</p> <p>9. 地域経済の活性化に資する取組に関すること</p> <p>①通過点を目的地に変えるため、様々な関係団体と連携をし、地域内企業や資源の効果的な情報発信の取り組み</p> <p>②早良南ブランドの構築と育成</p>
連絡先	<p>早良商工会 〒811-1102 福岡市早良区東入部 2-14-10 TEL:092(804)2219 FAX:092(804)4455 Email:sawara@shokokai.ne.jp 福岡市 経営支援課 〒812-0011 福岡市博多区博多駅前 2-9-28 福岡商工会議所ビル 2F TEL:092-441-2171 FAX:092-441-3211 Email: keieishien.EPB@city.fukuoka.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

早良商工会の管轄地である福岡市早良区南部（旧早良町）地域の現状

【福岡市早良区南部の概要、立地】

福岡市は、九州の北部、福岡県の西部に位置している。また政令指定都市でもあり、東アジアと国内各地を結ぶゲートウェイとして重要な役割を担うと同時に、博多湾を基点とする新鮮な海産物の生産基地と大消費地が共存している都市でもあり、全国的にも珍しいスタイルの都市である。

福岡市早良区は、北部は博多湾に面し、南部は脊振山地で佐賀県と接しており、南北に長く、福岡市の7つの区の中でも最も広い面積（95.87k㎡）である。

北部の百道（ももち）地域にはシーサイドももち、福岡タワー、福岡 PayPay ドームなどがあり、西の副都心を形成しており、人口も集中している。この北部地域は福岡商工会議所の管轄地域にあたり、地下鉄、バス、都市高速といった交通手段が発達しているため、非常に便利であり、商業施設や公共施設、オフィスビル、高層マンションなども多く早良区の人口の約9割は北部地域で占める。

一方、当商工会の管轄区域である早良区の南部地域（以下本会管轄地域という）は入部、内野、脇山、早良地域で構成され面積は75.81k㎡（早良区全体の約80%を占める）である。福岡市が昭和47年に政令指定都市への移行後、昭和57年に早良区・城南区・西区に分離され現在に至っている。

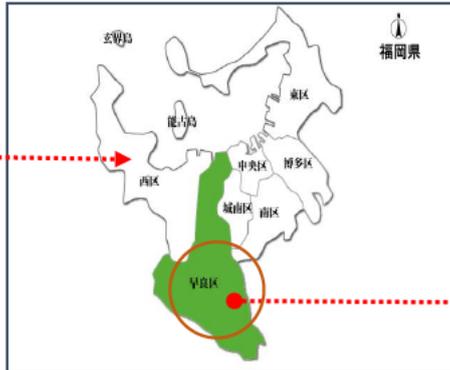
北部に隣接した地域については宅地化されているものの、市街化調整区域が多い。全体的には農村の雰囲気を色濃く残しており、最南部は脊振山地が広がり、山間部が多くホテルも見ることが出来る自然豊かな地域である。

佐賀県三瀬峠に抜ける国道263号線（通称早良街道）や、隣接する糸島市及び那珂川市に抜ける県道56号がメイン道路で、佐賀県や周辺都市と福岡市都心部へのアクセスの要となっていることから、本会管轄地域を通過する車両の通行量が多い。

① 九州の中の福岡県

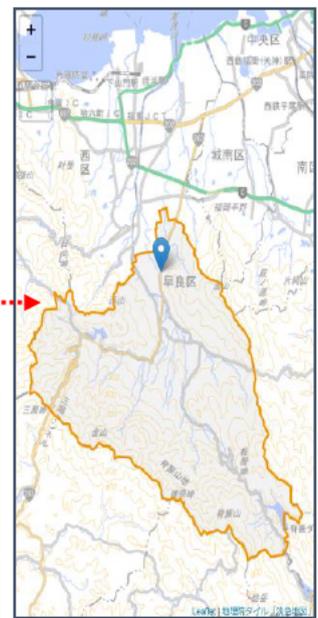


② 福岡市の中の早良区



福岡市・早良区面積の比較		
福岡市全体	343.46k㎡	
早良区全体	95.87k㎡	100%
早良区のうち 本会管轄面積	75.81k㎡	79.08%

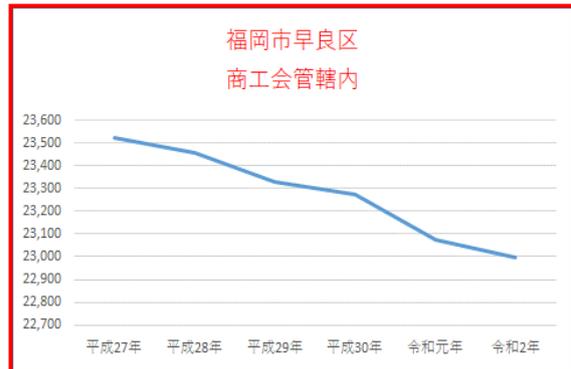
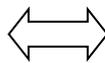
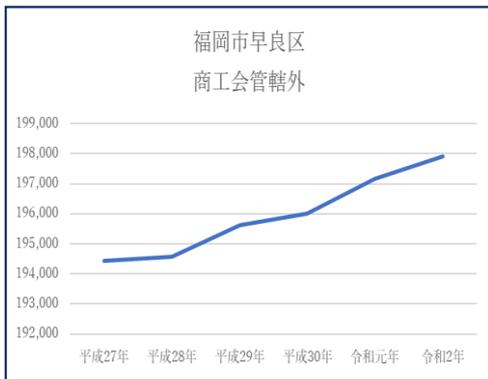
③ 本会管轄地域



【早良区南部の人口動向】

福岡市全体で捉えた場合、人口は増加傾向にあり、令和2年9月1日現在で人口1,603,043人、世帯数は832,635である。年齢別構成では15歳未満が約15%、15～64歳までは約61%、65歳以上約15%となっている。また平成24年に策定された福岡市総合計画の推計値を大幅に上回っており福岡市人口ビジョン（令和2年改訂版）によると、令和17年をピークとして今後10年は増加傾向と推定されている。一方、早良区全体の人口は220,919人、世帯数は100,718でそのうち本会管轄地域である早良区南部地域の人口は22,997人、世帯数は8,987である。ここ6年間は微減状態となっている。面積は前述のとおり早良区全体の約8割を占めているが、早良区の人口の殆どは管轄外の北部地域都市部に集中しており、本会管轄地域の人口は約1割強程度である上、今後の都市化も期待できない。

福岡市人口推計の推移(出典：福岡市ホームページ推計人口より)



※同じ早良区内でも人口の推移は対照的であり、本会管轄地域は年々微減状態にある。

【本会管轄地域の産業構造等】

福岡市全体で見ると、長く福岡市の基幹産業であった卸売業・小売業は事業所数・従業員数とも減少する傾向にある中、全国的な傾向と同様医療・福祉の増加など、産業構造は変化してきており、今後は地場産業のイノベーションを促進するとともに、雇用基盤の確保・強化をしていくことが求められている。従業員数の割合は、医療・福祉業、卸・小売業、建設業・製造業の順となっている。一方、業種構成は特段の基幹産業は認められないが、特色として建設工事関連需要の多い福岡市都心部エリア内に位置しているため、職人であり一人親方として活動する小規模事業者が多い。

＜管轄地域内商工業者数＞

	企業数
H28	770社
H30	645社
R02	627社

＜令和3年度管轄地域内小規模事業者数＞

	建設業	製造業	卸売業	小売業	飲食業 宿泊業	サービス 業・その他	合計
企業数	161社	36社	21社	81社	35社	128社	463社
割合	35%	8%	5%	18%	8%	28%	100%

(令和3年度 商工会実態調査データによる)

また、本会管轄地域において特筆すべき事業者として、米やタケノコ、キャベツなど地元の農産品や水等を活用し商品やメニュー、サービスとして取り入れ提供している飲食店、小売店、惣菜製造業等の小規模事業者や、創業以来100年を超える調味料製造の老舗企業などがある。それに加え、伝統的工芸品についても400年の歴史を持つ博多人形作家が複数あることや陶器等の作家もおり、それらは製造小売事業者としての業態で一定の固定客も有している。

更にコロナ禍により厳しい状況下で宿泊業者は2社あったが1社は閉鎖を余儀なくされている。残る1社については、小規模ながら恵まれた地元自然環境のロケーションにあり築100年を超える建物を活かし、提供するサービスに工夫をしながら経営に尽力している事業者もある。

本会としては、このような地域資源（農産品、伝統工芸、地元の歴史的資源等）に関連する経営資源を“早良南ブランド”として位置づけ（以下、早良南ブランドという）、今後これに該当するサービス・商品を取り扱う小規模事業者または取り入れる予定の小規模事業者を伴走支援していくものとする。

【福岡市基本構想及び中小企業振興条例とそれに基づくみんなで応援！中小企業元気都市プラン】

現在福岡市は、長期的に目指す都市像として“福岡市基本構想”（平成24年12月策定）を立てている。基本構想概要は以下のとおり。

<基本構想>

- ・自律した市民が支え合い心豊かに生きる都市
- ・自然と共生する持続可能で生活の質の高い都市
- ・海に育まれた歴史と文化の魅力が人を引きつける都市
- ・活力と存在感に満ちたアジアの拠点都市

それに加え、福岡市では地域社会全体で中小企業の振興を図り、中小企業が生き生きと活動する活力ある福岡市の実現を目指し、中小企業振興条例及びそれに基づくみんなで応援！中小企業元気都市プランを策定し、中小企業に特化した支援方針を打ち出している。

福岡市の中小企業振興条例の全面改正（平成29年7月1日）

急速な人口減少、少子高齢社会の進展、世界経済の変動リスク、第4次産業革命とも呼ぶべき技術革新など、中小企業はこれまでにない経営環境の変化に直面しており、このような状況の下、市の発展のためには、中小企業が直面している経営環境の変化を新たなビジネスチャンスと捉え、挑戦すること、そして地域社会全体で中小企業の主体的な取組みをバックアップすることが必要であるため、全面的に条例の改正がなされた。

以下、中小企業者と中小企業支援団体（商工会等）の役割として以下のとおり抜粋する。

中小企業者の努力（一部抜粋）

- ・経済的社会的環境の変化に対応して、自主的に経営基盤の強化、生産性の向上をはじめとする経営の改善及び経営の革新を図るよう努める。
- ・地域社会を構成する一員としての社会的責任を自覚し、中小企業者相互の連携及び協力に努め、その事業活動を通じて、地域社会の発展及び市民生活の向上に貢献するよう努める。
- ・雇用の安定及び人材の育成並びに従業員の労働環境の整備及び福利厚生の実施に努める

中小企業支援団体等（商工会等）の役割（一部抜粋）

地域社会を構成する一員としての社会的責任を自覚し、基本理念に基づき、中小企業者が行う自主的な経営基盤の強化、生産性の向上をはじめとする経営の改善及び経営の革新を図るための取組を積極的に支援するとともに、中小企業振興施策に協力するよう努める

このように“中小企業者の努力”に対して、支援団体の“積極的支援”が謳われている。またこの条例を基に平成29年12月には、基本計画である“みんなで応援！中小企業元気都市プラン”《第1次》が策定され、現在は素案の段階ではあるものの《第2次》令和4年度～令和6年度版が示されている。概要は以下のとおり。

＜《第2次》みんなで応援！中小企業元気都市プラン素案＞

中小企業・小規模事業者振興の3つの基本姿勢

- ① 福岡市の特徴、強みを生かした中小企業の振興及び経営支援に努めていく。
- ② 国、県、商工会議所等の経済団体、大学と連携しながら、企業の前向きな取組みを支援する。
- ③ 地域の様々な主体が、中小企業の健全な発展を支援することにより、新たな成功事例につながる好循環を創出する。

上記の基本姿勢より“取組の方向性”並びに“支援項目”について、本会が実施する経営発達支援事業と密接な関連性があるものについて下記のとおり抜粋、記載する。

取組の方向性	支援種別	支援項目
①中小企業の経営基盤の強化と持続的発展の促進 市民生活と地域経済を支えるため、引き続き、中小企業の事業継続を支援する	基礎的な支援	経営に関する相談・助言
		資金の供給の円滑化
		その他の経営支援
	人材に関する支援	人材確保への支援
		人材育成への支援
	事業運営・領域等の変更への支援	生産性向上への支援
		販路開拓の促進
		事業・業種転換への支援
		事業の承継
	その他の支援	伝統産業・技能の振興
		地域と中小企業との連携
	新型コロナウイルス感染症関連	コロナの影響を受けた中小企業への対応
②多様で活力のある成長発展の促進 生活様式や社会ニーズの大きな変化への対応を支援するとともに、この機会を捉え、新しい価値の創造に向けたチャレンジを促進する。		スタートアップへの支援
		新商品・新サービスの開発、技術革新、事業化の促進
		海外市場への事業展開、海外需要の取り込み

②課題

＜課題1＞認知度の低さからの機会損失により、恵まれた“地の利”を活かせていない。

既述の佐賀県に抜ける国道263号線や糸島市、那珂川市に抜ける県道56号は、交通量は比較的多いが、単なる通過点としてしか認識されていない。自然豊かで大消費地に隣接しているという“地の利”を活かすことができていない。

また、前述のとおり本会管轄地域の人口は、減少の一途をたどっている。このことから地域内の需要は減衰傾向であることに加え、地域外のスーパーストアやドラッグストアに消費が流れていることから、特に近隣エリアをターゲットにしている小売業・サービス業については本会管轄地域内外からの需要の獲得が課題となっている。

＜課題2＞中長期的視点に欠けた事業承継や漫然とした創業により脆弱な経営に陥っている。

経営者の年齢割合は、60歳以上の経営者が本会会員の場合51.4%であり、全国平均が52.0%（東京商工リサーチ令和3年2月5日掲載「全国社長年齢分析」）と比すると全国平均水準ともいえるが、現状として事業承継に着手している企業は少ない。本会にて事業承継の掘り起こしを目的とし、取り組んできた「事業承継アンケート」においても目先の経営を優先するあまり、“円滑な承継”と“事業の継続”という中長期スパンでの視点が欠落している事業所も一定数存在している。一方創業者においては、創業段階での意識や計画レベルの格差が大きく、既に経営に着手している者もいれば、事業方針さえも不鮮明な者も多い。

＜課題3＞IT活用等、デジタル技術への関心の低さによる競争力の低下が危惧される。

建設業や製造業、サービス業等においては、他店には無い優れた商品・サービス・技術を有しながらも認知度が低いなどの理由により売上獲得に至っていない企業も少なくない。

また福岡市経済観光文化局の直近資料「企業間取引のデジタル化実態調査」からFAXによる企業間取引割合について、飲食サービス業の発注は59%、卸売業発注51%、卸売業受注46%と多くデジタル活用度がとりわけ低い実態が示されている。このように知名度向上のための情報発信や生産性向上、事務の効率化などに対して関心が低いため競争力の低下（収益力の脆弱化・業務の非効率化）が“将来のリスク”として懸念材料となっている。

(2) 小規模事業者に対する長期的な振興の在り方

＜今後10年を見据えた振興の在り方＞

既述の福岡市“みんなで応援！中小企業元気都市プラン”や課題を踏まえ、本会管轄地域の実状に照らした以下の振興の在り方を念頭に置いた小規模事業者支援を本会の責務として小規模事業者に対する長期的な振興の在り方を以下のとおり取り組むこととする。

- ①生活様式や社会ニーズなどの大きな経営環境変化に対応可能な企業を育成し、企業生存率を高めることで地域経済を活性化する。
- ②円滑な事業承継や創業者育成を行い、小規模事業者の新陳代謝を活性化させることで地域経済の安定化を図る。
- ③DX推進に取り組み、IT活用に取り組む小規模事業者を支援し、新たなビジネスモデルの構築を図る。
- ④早良南ブランドの付加価値を高め、販売を促進することで売上向上と管轄内の活性化を図る。

以上の在り方を踏まえ、商工会は小規模事業者に対して、福岡市と密に連携し、企業の現状・経営資源に応じた最適支援を心掛け、企業活動、雇用を含めた地域経済の持続的発展を責務とする。

(3) 経営発達支援計画の目標

上記振興の在り方に基づき経営発達支援の目標を以下のとおりとする。

- ①小規模事業者の経営基盤の改善と強化。
- ②計画策定に重点を置いたプッシュ型の創業支援や事業承継支援による事業所数の減少抑制。
- ③収益力強化、経営の効率化に直結するDXを目指したITの活用推進。
- ④マーケットインの考え方を取り入れた商品開発とマーケティングに基づいた販売戦略の構築。

以上の内容を本計画の主な柱として、福岡市や県・国の各支援機関、地元金融機関との協力・連携を行いながら、小規模事業者に特化した機動的な支援を行っていく。

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基盤の改善と強化

積極的、主体的な取組を行う小規模事業者に対して巡回等を徹底、深掘りしたヒアリングを行うことで、企業実態やニーズに応じた細やかな支援、事業計画の策定を行い、厳しい環境下でも着実に稼ぐ力を身に付けた企業群の支援育成を行う。このような企業を1社でも多く育成していくことで、新たな企業活動や雇用にシナジー効果が生まれ、地域経済を“面で支える”こととなる。

② 計画策定に重点を置いたプッシュ型の創業支援や事業承継支援による事業所数の減少抑制

既存事業所にとって事業承継計画による円滑な引継ぎは、極めて重要な課題である。そのため巡回等による徹底した情報収集を行うことで、承継に対する現状認識や具体的課題を顕在化させ早期の対策支援を可能にする。また創業予定者に対しては、進捗、課題に応じた実務的支援を行い、創業の円滑な推進、安定性の向上に繋げ、管内企業数の維持に努める。

③ 収益力強化、経営の効率化に直結するDXを目指したITの活用推進

DXを見据えた販路拡大や生産性向上を図るハンズオン支援を効果検証しながら、取り組んでいく。概要説明や小規模事業者の先進事例等の内容を踏まえたセミナーを開催し、効果や目標を示すことにより啓発を図っていく。併せて職員も外部開催セミナー等に積極的に参加し、DX取組推進に関する実務支援の精度向上を図る。

④ マーケットインの考え方を取り入れた商品開発とマーケティングに基づいた販売戦略の構築

早良南ブランドの構築などに取り組み、認知度が低い名店”がもつ「優れた商品」、「隠れた逸品」（地元伝統工芸品や調味料・地元素材等を活かした食品等）をマーケットインの視点によりブラッシュアップを重ね、商談会・即売会等により認知度を高めていく事で、大消費地である都心部に隣接する“地の利”を最大限に生かし、近隣はもとより県内、国内の販路にも繋げていく。

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>

本会は早良区の一部地域（旧早良町地域）を管轄している。福岡市全体または区ごとまでのデータは福岡市が公表しているものの、本会管轄区域内に特化した経済動向に関するデータは存在せず、小規模事業者が地域の景況感や地域を取り巻く環境などは、経営指導員（以下、指導員とする）等の巡回・窓口指導を通じたコミュニケーションを通じて得られる感覚的なものに依存している。

また、調査で得られた情報については、個社支援の際に事業者に提供してきたが、地域の小規模事業者へ広く提供を行うことはできていなかった。

<課題>

地域の経済動向や景気分析の調査対象・手法を明確にし、事業計画策定の参考資料となるように分析を行った上でデータを提供する。また、国や市が提供するビッグデータ、統計データを活用し他の地域との比較を行うことで地域の情報をより分かり易くまとめ提供する。

(2) 目標

	現行	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度	R8 年度
①地域経済分析の公表回数	—	1回	1回	1回	1回	1回
②景気動向分析の公表回数（独自調査）	—	4回	4回	4回	4回	4回

(3) 事業内容

①国、市等が提供するビッグデータ、統計データの編集と提供

経済産業省と内閣官房が提供している RESAS 並びにコロナ禍の影響が適時示されている V-RESAS や政府統計の総合窓口である e-Stat などを活用する。また福岡市経済観光文化局が提供している“福岡市経済の概況”の内容について提供する。これらの活用については本会管轄地域に限定にはできないものの、福岡市、早良区などの商圈領域として捉えた場合、他県や他の市町村との比較をすることにより、福岡市・早良区内の地域の参考情報として提供が可能となる。

【調査手法】 指導員により、福岡市の人流や商流、売れ筋商品などを簡潔にとりまとめ、現状や今後の経営の参考資料として分析、編集する。

【調査項目】 産業構造マップ（業種別比率）、From to 分析（他県との商流比較）、決済データから見る消費動向（売れ筋商品）、POS で見る売上動向（売れ筋商品）、飲食店情報の閲覧数（料理ジャンル、店舗形態別）、地場企業の開業率・廃業率、経済活動別市内総生産（業種別総生産）など。

②調査票を活用した管轄内企業の景気動向分析調査によるとりまとめと情報提供

本会管轄地域の小規模事業者に向け実態を把握するために調査票を活用したヒアリングを行い定期的に集計した情報を地域に特化した経営の参考情報として年 4 回提供する。

【調査手法】 調査票を用い、窓口対応並びに巡回指導時に、ヒアリングの実施、回収を行う。上記情報を集計し、指導員等にて協議、編集し、シンプルな項目建てをして視覚的・直感的に理解しやすい内容として提供する。

【調査対象】 管轄内小規模事業者 22 社（内訳：建設業 7 社※、製造業 3 社、卸売業 3 社、小売業 3 社、飲食業 3 社、その他サービス業等 3 社）・・・計 22 社

※前述の管内事業者数により建設業の割合が高く、サンプル数は 22 社中 7 社とする

【調査項目】 業種、景気実感（コメント）、直前四半期との比較データ：売上高、利益、雇用状況、設備投資、資金繰り等

<②景気動向分析：本会独自調査結果の提供イメージ>

・商工会版経営状況調査（業種別売上高について）

1. 売上高の推移	令和 4 年				令和 5 年		①コメント：建設業 ・ □□□□□□□□□□ ・ □□□□□□ ②コメント：製造業 ・ □□□□□□□□□□ ・ □□□□□□□□ ③②コメント：卸売業 ・ □□□□□□□□□□ ・ □□□□□□□□
	第 1 四半期	第 2 四半期	第 3 四半期	第 4 四半期	第 1 四半期	第 2 四半期	
建設業(7社)	↘	→	→	→	↘	→	
製造業(3社)	↘	→	↘	→	↘	↗	
卸売業(3社)	↗	↗	→	→	→	→	
小売業(3社)	→	→	→	→	→	↗	
飲食業(3社)	↘	→	↘	→	→	→	
その他サービス業(3社)	↗	↘	→	↗	→	↗	

(4) 調査結果の活用

上記調査①、②はいずれも、定期的に本会ホームページに掲載すると共に指導員等が行う巡回指導・窓口指導等において、対象事業所毎に有益性を勘案し、適宜情報提供する。

事業者が自社の経営状況を俯瞰することで現状の把握を明確にいただき、次のステップである経営計画策定・改善に繋げる。またビッグデータを活用することにより福岡市や早良区内の人流や商流などの傾向を掴むことができ、事業方針や商品の品揃え・店舗運営・広告宣伝等の参考資料となるようにとりまとめて提供する。

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

<現状>

これまでは本会管轄地域内の店舗を構える事業所に対して調査会社を活用した店舗診断や商品（製品）のブラッシュアップのための品評会・商圈拡大を目的としたニーズ調査を行ってきた。

本調査を経て商品デザインや接客体制の改善・提供メニューの品質向上等に取り組み、既存顧客から改めて評価を得るなど一定の成果を収めている。

<課題>

特定の選定事業者のサービス・商品に対して消費者目線での提案、助言をすることで、企業に気付きを与え改善の機会を提供はしているものの、全ての事業者の業績向上に至っていないことから改善が認められるまで指導員による伴走支援を行っていく必要がある。

特に早良南ブランドに関連した事業者に対しては本事業で集中的に支援をしていく。

(2) 目標

	現行	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度	R8 年度
①消費者モニター覆面調査 実施事業者数	6者	6者	6者	6者	6者	6者
②グループインタビュー調査 実施事業者数	3者	3者	3者	3者	3者	3者
③データ ベース活用 ニーズ調査	実施事業者数	1者	1者	1者	1者	1者
	調査対象企業数	500社	500社	500社	500社	500社

(3) 事業内容

①消費者モニター覆面調査（顧客目線で店舗並びに商品等全般の分析、改善点を探る）

【対象企業】 早良南ブランドを取り扱う本会管轄地域に店舗を構える飲食店・物販等の店舗。計6者を選定。BtoCを前提とする。

【調査手法】 消費者意識調査等を実施している民間企業を起用。

1事業者（店舗）に対し複数名が店舗に来店し消費者目線でのモニター調査を実施。

【調査項目】 飲食業の場合）味、販売価格、メニュー、接客態度、店舗レイアウトや雰囲気など。小売業の場合）商品の品質、商品陳列レイアウト、品揃え、接客態度など。

【調査・分析結果活用】

マーケティング等の専門家により調査結果レポートを個別面談にてフィードバックする。商品・サービス・店舗等について改善やブラッシュアップが望ましい点等の指導・提案を行う。指導員はそこに同席し、実現可能性や効果を判断しながら、改善等に向けた計画作成と実施までのフォローを伴走支援する。

②消費者グループインタビュー調査（自社商品に対して率直な消費者評価を知る）

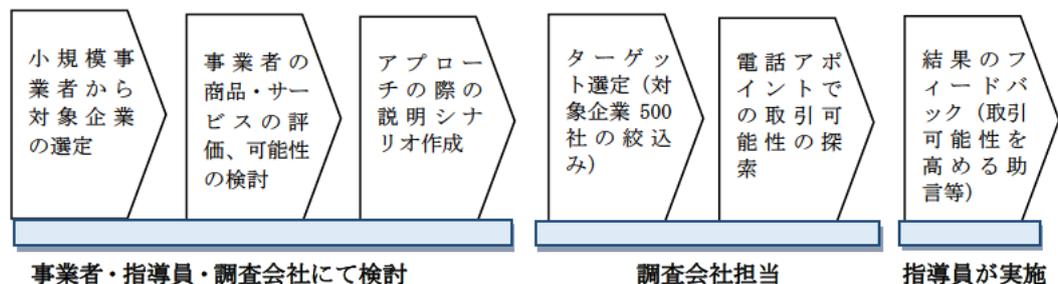
【対象企業】 早良南ブランドに関連した商品を扱う製造業・物販等を行う事業者。計3者を選定。BtoCを前提とする。

- 【調査手法】消費者意識調査等を実施している民間企業を起用。
進行とりまとめ役・消費者モニター（6～7名程度）並びに対象事業者、指導員が会し、自社商品等についての意見交換及び議論を進め、進行とりまとめ役により、その場で販路拡大や改善等に向けた具体的意見を対象事業者に提案する。
- 【調査項目】事業者の既存商品や新商品（製品・メニュー等含む）の五感による評価（視覚・味覚・嗅覚・触覚・聴覚）や、内容、パッケージ流通経路など。
- 【結果活用】事業者へフィードバックすることで、自らの商（製）品等についての顧客目線からの客観的評価や改善点・強みの活かし方・販売価格再考などを体系的に捉える機会となる。これらのアドバイスを受け、指導員は小規模事業者に対し具体的改善に向けた取組の助言や提案を行い、結果の効果検証までを含め伴走支援する。

③企業データベースを活用したオリジナル商品（サービス）等のニーズ調査

- 【対象企業】自社のオリジナル商品・サービスを有しており、全国への販路拡大を目指す事業者。1者。BtoBを前提とする。
- 【調査手法】企業データを保有した民間調査会社を活用。対象企業の有するオリジナル商品・サービス等の特質を踏まえ、取引可能性が高いと想定される企業群や業種、業態をターゲットとして500社を選定。調査の準備段階として、調査会社と指導員が共同で、対象企業から綿密なヒアリングを行い、商品・サービスの品質や有効性、革新性、希少性などを記録・検証する。

※事業実施スキーム



- 【調査項目】製品（商品）への関心、価格、評価、改善希望内容、取引可能性など。
- 【結果活用】分析結果を事業者へフィードバックし、オリジナル商品等の改善（内容、形状、パッケージ、売価、取引最低ロット数）に活用する。また、販路確保のためのターゲット設定など営業活動の構築に活用し、それを織り込んだ事業計画策定・実施支援を行う。

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

<現状>

これまで本会が実施してきた経営分析は、持続化補助金等その他補助金の申請時や経営革新申請時・記帳指導の際に行う簡易的なものであり、事業者も分析の重要性を認識しておらず経営の方向性を見出すための手段としての分析には至っていなかった。

また、高齢のために廃業する旨の情報が直前にしか察知できない場合が多いため、円滑な廃業に向けた事前準備としての状況分析も必要になっている。

<課題>

上記のことから数年スパンの時間軸で自社の経営分析や数値の重要性を認識し興味を持ってもらうことや、貸借対照表の持つ意味合い、キャッシュフローの重要性などを理解してもらうことも同様に必要であり、自社の状況を常に意識してもらうことが優先課題となる。

(2) 目標

		現行	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度	R8 年度
経営分析数		40者	40者	40者	40者	40者	40者
うち数	経営分析セミナー受講者	20者	20者	20者	20者	20者	20者
	確定申告・補助金申請支援対象者	20者	20者	20者	20者	20者	20者

(3) 事業内容

①経営分析セミナーでの経営分析

経営分析セミナーを年1回開催し、経営指標の重要性を理解していただき、経営課題等の掘り起こしと事業計画策定に向けた事前準備として分析を行う。

【支援対象者】 自社の経営状況の把握や積極的に事業の改善を希望する事業者等

【募集方法】 本会ホームページにて周知

【カリキュラム】 決算書の構造、貸借対照表の意味合い、キャッシュフローの重要性、クロス SWOT 分析（強み、弱み、機会、脅威）

【講師】 中小企業診断士・指導員

【支援対象者数】 20名×1回

【支援内容】 セミナー内で中小企業診断士、指導員が講師となり、自身で分析をしていただく。

②各種補助金申請時や記帳指導の際に指導員による経営分析

窓口対応・巡回指導時に経営分析の必要性を説明した上で、指導員が分析を行い企業の現状の把握と課題を認識していただく。

【支援対象者】 各種補助金申請者、記帳指導対象者のうち課題改善の必要性がある事業者

【分析項目】

定量分析

- ・直近3か年の数値の変化
売上原価率・商品回転率・損益分岐点・労働分配率 等
- ・その他：ローカルベンチマークを活用した分析指標提供

+

定性分析

- ・クロス SWOT 分析
現状についての機会と脅威、自社商品（サービス）の強みについての徹底研究、環境変化を織込んだ今後の経営方針、営業戦略等

【分析手法】 定量分析・・・日本政策金融公庫の財務診断サービス、経済産業省のローカルベンチマークを活用。また、Excel で作成したフォーマットにてグラフ表示したものを資料提供する。

定性分析・・・クロス SWOT 分析シート等で、指導員によるヒアリングにて作成、提供する。

(4) 分析結果の活用

指標等のデータに対して関心を高めてもらうことや今後の参考にしてもらうよう指導員より説明や助言を加えながら事業者へフィードバックする。特に、一定レベルを持つ積極的・主体的な取組を行う小規模事業者に対しては、その分析精度を高め、着実に稼ぐことによる持続的発展を目標とした事業計画策定のためのデータとして活用する。

6. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

<現状>

事業者自らが積極的に事業計画の必要性を認識し策定、実行していく事例は少なく、補助金申請等をきっかけに計画策定に取り組む事業者が多い。

事業者と指導員とで行う計画作成のプロセスの中で、改めて経営のヒントや自社の強みなどについて気付き、収益性強化や改善に向けた取組みを自発的に重ねている事業者も少なくない。

また創業者については資金面等から事業計画策定の機会はあるが、事業承継に関する計画策定は少なく、このことが円滑な事業承継の精度を低くしている。

総じて事業計画策定については感覚的なものとしては捉えているが、実際の文書作成や数値を織り交ぜながらの表現については不得手な事業者が多い。

<課題>

コロナ禍により、抜本的な変革を迫られる企業もあり、多角的視野を織り込んだ実現可能性・収益性の高い計画策定が求められている。

これら課題の改善策として、事業計画策定の経験を通して、計画本来の必要性や有効性に気付き、関心を高めてもらうよう支援することとし、併せて今後有益な取り組みとなるデジタル技術の活用やDXへの取組みに対する啓発、IT技術の導入実践を踏まえた計画策定に取り組む。

(2) 支援に関する考え方

集団セミナー開催により、事業計画の必要性、策定方法、効果などを理解していただいた上で、策定希望者に対して個別状況に応じた計画策定を具体的に支援する。事業承継については福岡県事業承継・引継ぎ支援センターとの連携を密にし長期的視点での計画策定を行う。創業者に関してはセミナーを通じ、基礎的な経理、労務及び販路開拓などに関する知識を重点的に身につけた上で創業計画策定に繋げる。

(3) 目標

	現行	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度
①事業計画策定セミナー	—	1回	1回	1回	1回	1回
②DX推進セミナー	—	1回	1回	1回	1回	1回
③創業セミナー	1回	1回	1回	1回	1回	1回
④事業計画策定事業者数	25者	28者	28者	28者	28者	28者
うち数	事業計画策定 事業者数(一般)	21者	21者	21者	21者	21者
	事業承継計画 策定事業者数	2者	2者	2者	2者	2者
	創業計画 策定事業者数	2者	5者	5者	5者	5者

【事業計画策定事業者数の内訳】

①一般事業者（21者）②事業承継対象者（2者）③創業者（5者）の3区分とし、計28者。

(4) 事業内容

①事業計画策定セミナーを通じた事業計画策定

経営分析を行った事業者のうち事業計画策定を希望する事業者に対し、中小企業診断士を講師としたセミナーを開催し、事業者自らが策定する。

【対象事業者】経営分析を行った事業者のうち事業計画策定を希望する事業者

【募集方法】経営分析セミナー受講者に周知するとともに窓口・巡回により指導員より案内する。

【回数】1回

【参加者】21名

【カリキュラム】事業計画の必要性、経営戦略構築、キャッシュフロー経営、販路開拓の手法等

【講師】中小企業診断士

【支援手法】指導員・専門家と共に効率性、実行可能性を含めた事業計画を策定する。

【支援内容】現状分析を踏まえ、マーケティングを含めた戦略性を有する事業計画を策定し、出口である販路確保までを織り込んだ計画策定を図る。また DX 推進の分野においては、現状から IT、SNS の活用手法や、経営全般への効率化、収益力向上に活かす仕組みについて盛り込むこととする。

②DX 活用セミナー

外部環境の変化に対応するため DX の推進を進めていく必要があるが小規模事業者の認識は低い。持続的発展のためにも経営に IT を取り込んだ DX 化が必要になるためセミナーを通じて概念や身近な成功事例を提供することで事業計画に活用していただく。

【対象事業者】 デジタル技術の活用に積極的で DX に向けて事業計画策定に前向きな事業者

【募集方法】 本会ホームページ・巡回・商工会窓口チラシ等にて広く周知し、募集をかける。

【講師】 IT に関する専門家

【回数】 1 回

【参加者】 20 名

【カリキュラム】 DX の概念、IT の具体的な活用、小規模事業者の DX 取組事例等

③創業セミナーを通じた創業計画策定

創業セミナーを開催し創業に対する心構え等を習得した上で、具体的に計画策定を希望する者を 5 者抽出し指導員が個別対応で計画策定を行う。

【対象者】 概ね 1 年以内に創業を計画する者または創業 5 年以内の事業者

【募集方法】 福岡市相談窓口にてチラシ設置、市報・本会ホームページ等にて周知する。

【回数】 1 回

【参加者】 20 名

【カリキュラム】 経営理念、キャッシュフロー経営、資金計画、各種補助金の活用等

【支援手法】 指導員を中心として専門家と共に効率性、実行可能性を含めた事業計画を策定する。

【支援内容】 創業への動機の整理。目的の明確化、自信の経験値、現状の経営資源、同業者の状況などを踏まえた計画を策定する。高度専門的な内容等については専門家を活用する。

④事業承継計画策定支援

60 歳以上の経営者を対象に窓口・巡回指導を通じて事業承継支援のニーズを洗い出し、長期的な取り組みが必要であることを理解していただいた上で事業計画策定を行う。支援にあたっては指導員が中心となって行うが、専門的知識が必要な案件に対しては福岡県事業承継・引継ぎ支援センターと連携して対応する。

【支援対象】 事業承継を視野にいれた事業者から 2 者を抽出。

【支援手法】 経営資源の整理、経営理念やドメインの見直しを指導員がフォローし自社の方向性を明確にした上で事業計画の策定に取り組む。M&A の可能性も視野に入れ、福岡県事業承継・引継ぎ支援センターと連携して支援する。

【支援内容】 5～10 年後を見据えた事業承継計画を策定。巡回等にて事業承継のニーズの深堀をし、課題の顕在化、解決に向けた“時間軸を意識した事業計画策定”を行う。また後継者の意識醸成も不可欠であるため、極力承継者・被承継者共同で取り組んでもらう。

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>

これまでは、国、県の支援策でもある補助金申請等なども遠因となり事業計画策定自体を第一義的に捉えていたこともあり、策定後のアフターフォローについてはタイミングが遅延し、事業計画を中断しているケースも見られた。

また、事業計画策定事業者のうち希望事業者からの相談要望等への対応は密にしているものの、全ての策定事業者へのアプローチは不完全である。このことから、事業計画の策定後の事業者に向けた進捗確認や状況に応じた計画の修正・改善支援等が疎かになっていた部分もある。

<課題>

事業計画の策定後に出てくる様々な課題に対して、それぞれの状況や適切なタイミングに応じた効果的な支援を講じるためには、事業者と十分な関係性を構築し、定期的なアプローチ・情報収集（傾聴等）することを恒常的取組みとすることが必要となる。

(2) 支援に関する考え方

定期的なフォローアップを行い、計画の進捗管理を行う。支援の際に明確になった課題に関しては優先順位をつけて課題解決に当たり、計画の進捗状況に差異が生じた場合には専門家のアドバイスを交えながら支援を行っていく。また積極的な資金活用が有用と考えられる場面では、資金供給の円滑化を図り設備投資計画や運転資金計画等について返済計画を踏まえた助言・指導を行う。

(3) 目標

			現行	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度
フォローアップ対象者総数			16者	28者	28者	28者	28者	28者
うち 数	既存 事業者	フォローアップ対象者	12者	21者	21者	21者	21者	21者
		頻度（延回数）	64者	84回	84回	84回	84回	84回
		売上又は営業利益増加事業者数	—	15者	15者	15者	15者	15者
	事業承継 対象者	フォローアップ対象者	2者	2者	2者	2者	2者	2者
		頻度（延回数）	—	8回	8回	8回	8回	8回
		売上又は営業利益増加事業者数	—	1者	1者	1者	1者	1者
	創業者	フォローアップ対象者	2者	5者	5者	5者	5者	5者
		頻度（延回数）	—	30回	30回	30回	30回	30回
		売上又は営業利益増加事業者数	—	2者	2者	2者	2者	2者

《売上等増加事業者数の算定》

- ・全体数の概ね70%（創業者・事業承継対象者は各1社）
- ・売上額は前年対比5%以上又は営業利益3%以上を目指す

(4) 事業内容

今後様々な経営環境変化に対して、スピード感のある事業計画のフォローアップが求められ、事業者の置かれた状況によっては、大胆な方針転換を強いられる可能性も孕んでいる。事業者への四半期毎のアプローチは基本であるが、必要な時には事業者が躊躇なく連絡ができるよう日頃からの信頼関係を構築しておくことを基本姿勢とする。

①既存事業者について

指導員が年4回の巡回等によりフォローアップを行う。ヒアリングにより明確になった計画と現状との差異の原因を分析、課題を顕在化させる。そして事業者と共に考えながら新たな関連情報や修正案を提案・助言し、効率性、収益性向上を目指す。また、専門高度な情報・知識を要する課題については専門家等を投入し、改善に向けた支援を行う。

②事業承継対象者について

事業承継においては、目標値の他、承継後に生じた課題に対して機動的な対応を行う。当初計画との差異を分析、課題の抽出、解決策、新たな関連情報の提供や収益性向上を目指すことについての提案等を行う。専門高度な情報・知識を要する課題については専門家等を投入し、改善に向けた実行支援を行う。必要があれば、先代経営者も交え、ミーティングの場を設ける。

③創業者について

創業者については、年6回巡回等を通じて情報の提供等細やかなフォローを行う。指導員がベーシックな課題か、専門的支援が必要な課題かなどを分別し、レベルに応じた指導を行う。当初の計画との差異を分析、課題の抽出、解決策、新たな関連情報の提供や収益性向上を目指すことについての提案等を行う。専門高度な情報・知識を要する課題については専門家等を活用する。

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>

本会では、福岡県内で行われる商談会への参加を積極的に支援し、事業者の販路拡大に努めてきた。特に地域資源を活用した商品の認知度を高める支援に注力し、これまでになかった関西圏への販路拡大等の成果に繋がっている。

また事業者の中には、時代の変化に合わせてECサイトの構築やSNSを活用した情報発信・販路拡大に取り組む事業者も増えてきた。

<課題>

一方で早良南ブランドも含め、「優れた商品（サービス）」、「隠れた逸品」を有しながらも、有力な市場にアプローチする商機の獲得や効果的な情報発信力（SNS、ホームページ、チラシ）や効果的な商品のアピール（効果の高い商品陳列手法、優れたパッケージデザインなど）が不足しているため、利益に繋がっていない事業者もある。また有力なバイヤー等に接することができても、その後のアプローチや商品のブラッシュアップが不足していたために商談に繋がらないケースもあり事前準備・事後フォローも含めて支援していく必要がある。

それに加え、多様な顧客ニーズに対する需要開拓・商圏拡大のために、その事業所に最適なITの利活用を起点としたDX推進を図るため、さらに商圏にとらわれない営業活動を行っていくためにデジタルスキルの強化を図る必要がある。

(2) 支援に対する考え方

商談会に参加する事業者に対して成約率の向上を図るために準備からアフターフォローまで継続した支援を行う。商品の情報を的確に伝えるためのFCPシートの作成・商品のブラッシュアップ支援とバイヤーとの交渉力向上支援に取り組む。

また、DXの取組推進に向けて事業者のレベルに応じた支援をしていき、高度な案件についてはIT専門家を活用した支援を行う。

(3) 目標

NO	事業名	支援事業者数/成果	現行	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度
1	ててて商談会 <BtoB>	支援事業者数	0者	1者	1者	1者	1者	1者
		成約1件以上/者	—	1者	1者	1者	1者	1者
2	Food EXPO Kyushu 2020 <BtoB>	支援事業者数	2者	3者	3者	3者	3者	3者
		売上高3万円以上/者	—	1者	1者	1者	1者	1者
3	DOCORE出展 <BtoC>	支援事業者数	2者	5者	5者	5者	5者	5者
		売上高3万円以上/者	—	2者	2者	2者	2者	2者
	DX取組推進事業者	支援事業者数	6者	6者	6者	6者	6者	6者
		年間利益率3%UP以上/者	—	2者	2者	2者	2者	2者

(4) 事業内容

① 展示会・商談会出展事業者への支援 (BtoB)

自社の強み（商品・サービス）の研究 → 表現力・情報発信力（FCPシート・パッケージデザイン等）のブラッシュアップ → バイヤーとのコミュニケーション力強化・DXへの取組などを主な強化点とし、“BtoCへの転用”の可能性も踏まえながら、段階的支援に取り組む。

【商談会名称等】 ててて商談会

【支援対象者】 事業計画策定に積極的に取組み、早良南ブランドの伝統的工芸品等において高い技術と実績を有する事業者

【支援内容】 競合商品の情報提供等、展示会の事前準備、プレゼン提案、事後フォローなど

【商談会名称等】 Food EXPO Kyushu <BtoB>国内外食品商談会

【支援対象者】 事業計画策定に積極的に取組み、早良南ブランドの商品化や高い品質や商品価値を有すると判断される事業者

【支援内容】 消費者モニター調査等を踏まえた商品の品質、デザインなどのブラッシュアップ

【商談会名称等】 DOCORE 出展

【支援対象者】 事業計画策定に積極的に取組み、成長過程の商品（製品）を有する事業者

【支援内容】 アンテナショップを活用した認知度向上と顧客ニーズを取り入れた商品の育成支援

＜出展予定の主な商談会等のイベント一覧＞

No.	BtoB BtoC	商談会・イベント等名称	主催・共催等	概要	来場予定者数	出展予定者数
		本会出展事業者数等				
1	BtoB	ててて商談会	ててて協同組合	ものづくりに関しての作りてと使い手との橋渡しを意識しているショップやメディアが来場する場。	3,500名	100社
		本会からの出展予定事業者数 1者				
2	BtoB	Food EXPO Kyushu 2020 <BtoB>国内外食品商談会	Food EXPO Kyuhu 実行委員会	九州の農林水産物・加工食品を国内外に発信し、地場食品関連産業の更なる売上向上、販路拡大及び地域経済振興を目的にしている展示・個別商談会である。	5,000名	263社
		本会からの出展予定事業者数 3者				
3	BtoC	DOCORE出展募集	福岡県商工会連合会	福岡県商工会連合会が運営するアンテナショップ。福岡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事業を実施している。	博多マルイ2階 購入客数約4万名	-
		本会からの出展予定事業者数 5者				

②DXの取組み推進支援

事業者の現状、実現可能性、効率性を追求し、ハンズオンで支援を行う。またコロナ禍の長期化やアフターコロナを踏まえ、オンライン注文や新たなサービスの開発も視野に入れる。

【支援対象者】 日頃からSNSやホームページ、ITの活用に取り組んでいる事業者、または取り組む意欲のある事業者。併せて、それらの取り組みがDXまで発展する可能性が高いと見込める事業者。

【支援手法】 専門家を活用し、ホームページ作成、SNSの活用を具体的成果に結びつくまで段階的支援を行い、効果を検証する。

【支援内容】 SNSホームページの情報発信を媒体として、顧客とのコミュニケーションを図り、自社商品（サービス）の具体的改善や新商品（サービス）の創出に繋げていく。

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>

事業評価委員会を年1回開催。本会において指導実績の豊富な中小企業診断士1名・株式会社日本政策金融公庫西支店融資課長・福岡市職員（商工会と隣接する早良区役所入部出張所所長）及び本会役員（会長、副会長）で構成。事務局からは事務局長、法定指導員、指導員が出席している。委員会にて本計画の実施報告、また成果の評価を受け事業の改善に繋げている。

評価結果については「事務所への常時備え付け」や本会の内部監査会にて監事の視点から評価・改善の助言等を受けている。

<課題>

役員等に対して経営発達支援計画の内容を理解していただくための説明が行き届いていなかったため、理事会等で説明し本会の重点事業として理解いただくことが必要となる。

また、事業の評価が定量的な評価に偏っていたため、数値に現れない成果に関しても委員会で報告し、本事業の精度を高めていく。職員内でも“支援組織としての一体化”を図るため、一層の理解を深め、意識と情報の共有に努めることが課題である。

(2) 事業内容

①中小企業診断士・株式会社日本政策金融公庫西支店融資課長・商工会役員・福岡市経営支援課職員・商工会事務局長・法定指導員・指導員・経営支援員（以下、支援員という）にて年に1回5月末までに前年度の評価を行う。本会が実施した事業は全て評価対象とし評価結果に対して具体的な改善・見直しを行い事業の精度や効果を高めることとする。

②本委員会に指導員のみならず支援員を出席させることで計画の全体像、進捗、評価、課題等を共有し支援組織としての一体化の醸成に繋げる。

③評価結果については「事務所への常時備え付け」を行い、常時閲覧可能にする。

10. 指導員等の資質向上等に関すること

(1) 現状と課題

<現状>

これまでは主に福岡県商工会連合会が主催する研修（web研修含む）の受講や福岡県、その他関係機関が実施する研修の受講を局長以下職員で行ってきた。その他の資質向上については個人レベルの自発的取組に委ねてきた。

<課題>

経営資源の脆弱な小規模事業者にとってDXの推進（IT利活用含む）は、販路獲得や日常業務の省力化等、効率的な収益力強化に向けての取組の必要性は不可逆的であり“将来的アドバンテージ”や“生き残り”に直結する。よって指導員は今後DX取組推進についての研修等を積極的に受講し、小規模事業者に向けた活用を織り込み、実装するための支援力を高めることが優先課題となる。

各職員が受講する研修については、事業者支援にとって、タイムリーで有益な情報が豊富であるが、日常業務を優先するあまり速やかな情報共有ができていない。また、指導員が接する情報や事業所との接点と支援員が接する事業所情報等については異なる職域のため、各々の支援で完結している。これは、一見効率的に見えるが、対症的支援の域からは脱することができない。

このことから指導員・支援員間の情報やスキル共有について十分とは言えず、チームとしての支援体制構築に向けた改善の余地は多大にある。

商工会が組織としてより機能するためには、無駄のない情報と意識の共有が必要であり、そのような機会を創出していくことが課題となる。

(2) 事業内容

①講習会の活用と情報共有

指導員は、積極的にDX、IT、他AI、フィンテックなども含めた研修などの積極的受講により広く情報を収集し、小規模事業者に転用可能なスキルを整理し、習得、その出口として、1件でも多く小規模事業者に向けた実支援に結び付ける。

職員が受講している福岡県、税務署、労働局、労働保険事務組合等が主催する研修内容には、最新の情報、施策・支援等の時宜を得た内容がテーマとなることが多い。研修報告の際には、受講した内容の中で重要と思われるトピックを朝礼において口頭にて伝達すると共に、他の職員に向けての資料等報告書回覧時にトピックやキーワードを記載した部分にラインを引き、重要と思う項目にインデックスを貼付、今後有効と思われる“旬の支援情報の見える化”を促す。

②データベース化

指導員・支援員については前述の四半期に一度の職員会議（前述）により、計画全体の進捗や伴走支援企業リストを作成。企業ごとの対応について、情報データベースである商工イントラに入力されている経営カルテや各職員が得た情報を棚卸し、支援方針の改善やアイデア、具体策などを検討する。このことにより、各職員の事業者との接点を繋げ、幅広い“情報と意識の共有”を行うことが伴走支援力向上に直結する。

③チーム制

指導員・支援員のペア巡回を適宜行い、事業者との接点の幅を広げることで、小規模事業者との密な情報交換が可能となり、課題の顕在化に繋がる。

職種別に収集した情報の共有・確認で支援方針の精度が高められる

職 種	収集する主な情報	情報共有の手法
経営指導員	・事業計画策定全般にかかる情報（経営の状況、強み、新商品（製品）、事業方針等） ・経営革新、持続化補助金申請に必要な事業計画や販路開拓の動き等の内容	・ペア巡回 ・職員会議
経営支援員	・確定申告における年次業績の変化、各経費の割合の変化、労働保険事務による雇用の拡大または縮小、各種保険、共済加入等の状況（資産の状況、危機管理面等）	・商工イントラ

11. 他の支援機関との連携を通じたノウハウ等の情報交換に関すること

(1) 現状と課題

<現状>

これまでは、福岡県、福岡市、中小企業基盤整備機構等、他の支援機関と連携しながら、情報交換・支援ノウハウの共有を図ってきた。

<課題>

元々の景気判断に陰りが見えてきたタイミングとこの度のコロナ禍により社会構造や経営環境は激変してきている。そのような中、好業績の企業と苦境に陥っている企業の経営状態を研究し、小規模事業者の状況に応じた支援策を導き出すことが喫緊の課題である。

課題克服のためには、他の支援機関と連携しながら、具体的効果に直結する支援手法などを共有していくことが肝要である。

(2) 事業内容

①地域金融機関等との連携（年1回以上）

地域金融機関（福岡銀行野芥支店、西日本シティ銀行野芥支店、佐賀銀行干隈支店、佐賀共栄銀行飯倉支店、福岡信用金庫野芥支店）・日本政策金融公庫福岡西支店・福岡県信用保証協会大濠支所などと「早良地区金融懇談会」を開催することで小規模事業者支援のために役立つ金融施策動向や地域経済動向などについて、情報交換を密に行っていく。

日本政策金融公庫主催で、福岡西支店管内の商工会・商工会議所の指導員を対象に概ね年1回意見交換などを行う「経営改善貸付協議会」において、他地区の現状や地域動向に関する意見交換を行う。

② 福岡県中小企業支援協議会との連携（年2回）

福岡県が福岡県中小企業振興条例に基づき中小企業支援の為に設置した福岡県中小企業支援協議会※に参画・連携を行う。中小企業・小規模事業者の創業の促進、経営基盤の強化の促進、新たな事業展開の促進、小規模事業者の持続的な発展支援等について、他の支援機関と情報共有しながら小規模事業者への支援へと繋げる。

※福岡県中小企業支援協議会

福岡県内の中小企業・小規模事業者の抱える経営課題を解決するため、福岡県内の中小企業支援団体、金融機関等、市町村その他の関係機関と緊密に連携して、商工会・商工会議所が選定した企業の支援を行うもの。

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>

本会管轄地域内にある“早良平野”は市内でも有数の農業地域である。タケノコや米は地域の特産であり、6次化商品の展開などの可能性を秘めている。また都市部に近く、便利で緑豊かな土地の魅力も備えている。本会ではこれまで早良区南部地域の良さを市内外にPRすると共に交流人口の増加を図る取り組みとして関係団体との情報共有を図ってきた。

<課題>

近隣地域と差別化できるような魅力的な商品を有する店舗も多く存在するが、情報発信力が弱いために自動車等の交通量が多いにも関わらず単なる通過点としてしか認識されておらず、個店の売上に結びついていない。今後は早良南ブランド事業者等の育成を含めた店舗等の認知度向上による交流人口を増加させるなどの活性化策への取組みが必要である。

(2) 事業内容

① さわらの秋企画運営委員会

早良区全体の秋の自然や地域の魅力等を広くPRする仕組みを作るため、早良区長、早良区自治協議会会長、西新発展協議会会長、福岡商工会議所、脇山めぐり倶楽部代表、元RKBラジオ局次長、西日本新聞社支局長、株式会社ジェイコム九州福岡局、早良区役所総務部長、早良商工会を構成員とした会議を年2回開催する。

本会の取り組みとして“さわらの秋”では、メディア等の情報発信を戦略的に構築し、本会管轄地域の小規模事業者の優れた逸品や飲食店を中心にした埋もれた名店や早良南ブランドを展開している店舗について、管轄区域外周辺の店舗と差別化させ、一度は立ち寄ってみたい“早良南部の名店”として情報発信を行い“通過点”を“目的地”に変える。

「さわらの秋」(事業概要)

早良区全体の秋の自然や地域の魅力を知っていただくためのイベントやスタンプラリーなどを行う。紹介イベント等多数。スタンプラリーは10月～11月に実施。

② さわらみなみ塾

早良区南部地域を活性化するため入部・早良・脇山・内野・曲渕・野芥、四箇田地区計7校区の自治協議会長7名並びに早良区役所総務部長、早良商工会を構成員とし年2回の会議を開催する。

事業の一環である早良みなみマルシェを通じて事業者の商品PRの場を設け、交流人口増加や地域産品の売上向上に取り組む。またイルミネーション事業をおこない、本会近隣を通過点ではなく、観光などの目的地として訪れてもらうきっかけづくりとする

「早良みなみマルシェ」(事業概要)

新鮮な農産物や出店者の手作り品などの即売会や、ステージでの伝統芸等のパフォーマンスイベントを開催。毎年11月に開催。来場者2,000名。

・「イルミネーション事業」(事業概要)

「早良みなみ塾」で実施する地域活性化事業の一環であり、メイン道路である国道263号線沿いに、恋人・家族・友達同士で訪れたい冬の定番スポットへの発展を目的としている。平成27年度から早良商工会青年部が音頭を取り事業開始。翌年からは商工会と同敷地内にある早良区役所入部出張所と入部公民館及びJA入部支店が加わり合同で事業を実施。毎年11月下旬から年明けまでの約2か月に渡り商工会館及び近隣の建物の壁面等を活用しライトアップを行っている。

以上のように自治体や他団体との事業連携を横展開し、様々な地域の“商流”や“情報流”の中継地点として積極的に参画していくことで、地域経済活性化の一翼を担うことを可能にする。

(別表2)

経営発達支援事業の実施体制

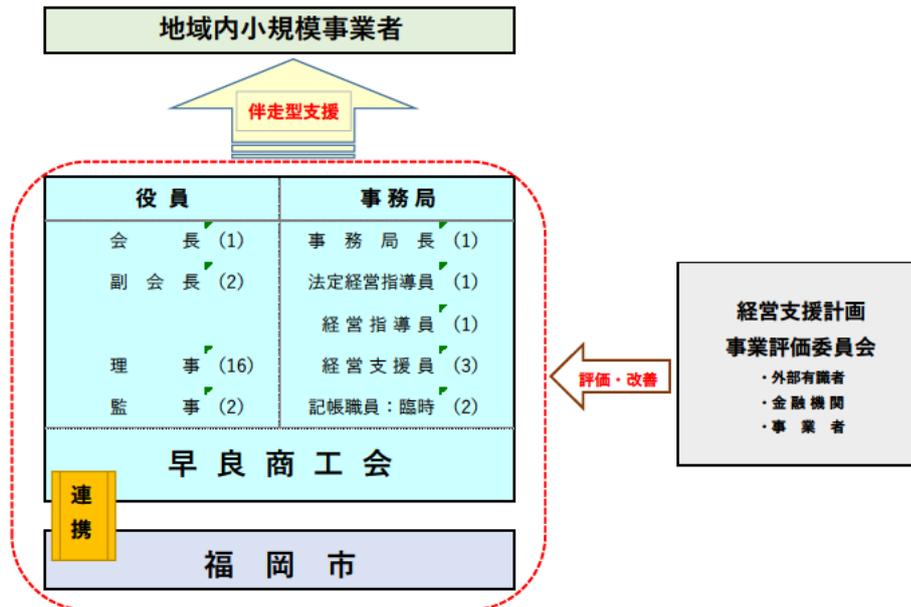
経営発達支援事業の実施体制

(令和5年4月1日現在)

(1) 実施体制

①役員：21名（会長1名、副会長2名、理事16名、監事2名）

②事務局：8名（事務局長1名、法定経営指導員1名、経営指導員1名、経営支援員3名、記帳職員（臨時）2名）



(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当該指導員の氏名、連絡先

■氏名 古藤 真澄

■早良商工会 TEL 092-804-2219

②当該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提供等を行う。

(3) 商工会、関係市町村連絡先

①早良商工会

郵便番号 811-1102 住所 福岡県福岡市早良区東入部2丁目14-10

T E L 092-804-2219

F A X 092-804-4455

E-mail sawara@shokokai.ne.jp

②福岡市 経済観光文化局総務・中小企業部経営支援課 経営金融係

郵便番号 812-0011 住所 福岡市博多区博多駅前2丁目9-28

T E L 092-441-2171

F A X 092-441-3211

E-mail keieishien.EPB@city.fukuoka.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)

	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	4,385	4,385	4,385	4,385	4,385
需要動向調査 経営状況の分析	55	55	55	55	55
事業計画策定・実 行支援	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500
新たな 需要開拓支援	1,800	1,800	1,800	1,800	1,800
事業評価	30	30	30	30	30

(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
会費収入・国補助金・県補助金・市補助金 等

(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)

商工会及び商工会議所以外の者と連携して経営発達支援事業を実施する場合の連携に関する事項

連携する内容
連携者及びその役割
連携体制図等