

経営発達支援事業の概要

<p>実施者名 (法人番号)</p>	<p>八女市商工会 (法人番号：1290005009494) 八女市 (地方公共団体コード：402109)</p>
<p>実施期間</p>	<p>令和3年4月1日～令和8年3月31日</p>
<p>目標</p>	<p>①地域を支える小規模事業者の経営力の強化 <ul style="list-style-type: none"> ・地域内外の景気動向や業況等の各種調査から比較・分析を実施し地域の傾向・特徴を把握する。 ・独自のヒアリングフォーム活用や経営分析による強み・課題の早期把握から適切な支援を行う。 ・経営力向上に向けた各種事業計画の策定支援と、実施支援によって伴走支援を拡充する。 ・外部データの活用と共に地域住民・道の駅などでの観光客などからの需要動向を調査する。 ・既存インフラ活用によるマッチングや販路を活用し、需要開拓等の具体的な支援を向上する。 </p> <p>②商品・サービスの強化による新規顧客の獲得 <ul style="list-style-type: none"> ・需要動向に基づく商品開発や品揃えサービスの強化を図る。 ・特に地域資源を生かした商品開発を展開する。 ・展示会、商談会、IT活用などで広域から新規顧客の獲得を目指す。 </p>
<p>事業内容</p>	<p>1 経営発達支援事業の内容</p> <p>3-1. 地域の経済動向調査に関すること 国が提供や公表しているデータ (RESAS、経済センサス) を活用しながら地域経済動向に関するデータを年1回分析して傾向を掴み公表する。また、管内の景気動向調査・分析して商工会HP上で公開する。</p> <p>3-2. 需要動向調査に関すること 展示会や商談会などにおいて商品やサービスの需要を調査し、その結果を個社へ提供することで商品やサービスの開発・強化の支援に繋げて行く。また、地域資源や特産品についての調査も行い各業界へフィードバックし顧客ニーズにマッチした商品開発などの取り組みを支援していく。</p> <p>4. 経営状況の分析に関すること 商品・サービスの開発、売上増加や顧客確保等での活用を進めるため、イノベーションマトリックスを活用して巡回時のヒアリングを充実していくことで、経営分析を強化し、発達支援の機会や課題等を早期に把握し、伴走支援につなげていく。</p> <p>5. 事業計画策定支援に関すること 各種セミナー等や巡回の実施を通して経営分析を行い、課題を見出し取り組みの動機付けや掘り起こしを行う。創業者には創業塾の受講だけでなく事業計画策定支援を行う。</p> <p>6. 事業計画策定後の実施支援に関すること 計画立案から実行、評価、対策までを支援するために、フォローアップを実施して課題解決し、計画実現可能性を高めていく。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場合には、当該ズレの発生原因及び今後の対応方策を検討の上、フォローアップ頻度の変更等を行う。</p> <p>7. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること 小規模事業者の弱点である「営業力」や「情報発信力」を強化し、地域内外の潜在的な需要の掘り起こしと新たな需要の開拓を支援する。又、実施後のフォローアップを行うことで、改善策の提案や協議を進め、より効果的な販促策の実現を図る。</p> <p>地域経済の活性化に資する取組</p> <p>11. 地域経済の活性化に資する取組に関すること 八女市、八女商工会議所との連携により、商工業と観光に係る協議会を開催し地域経済の活性化を検討していく。また、地域イベント等の販売の場を地域経済活性化につなげる取り組みや、地域資源を活用した商品開発の連携を深めることで地域経済の活性化を図る。</p>
<p>連絡先</p>	<p>八女市商工会 住所：〒834-1292 福岡県八女市黒木町今 1314-1 電話：0943-42-0153 F A X：0943-42-0209 e-mail：yame@shokokai.ne.jp URL：http://www.yameshi-shokokai.jp/ 八女市企画部商工・企業誘致課 住所：〒834-8585 福岡県八女市本町 647 番地 電話：0943-24-9177 F A X：0943-24-8003 e-mail：syoukou@city.yame.lg.jp URL：http://www.city.yame.fukuoka.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

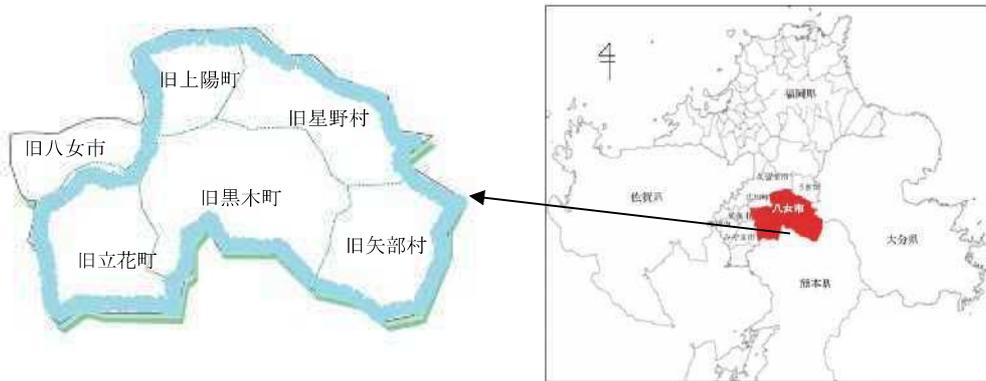
(1) 地域の現状及び課題

①現状

【立地・文化・歴史・人口】

・立地

八女市は福岡県の南部、福岡市から南へ約 50km に位置し、北は広川町・久留米市・うきは市、西は筑後市、南は熊本県、東は大分県と県境に接している。平成 18 年と平成 22 年の 2 回に渡る合併により、旧八女市と近隣 3 町 2 村が合併し、482.44 km²となる総面積は県内 2 位の市となった。面積の 2/3 が森林で占められ、概ね当商工会地区は中山間地域に立地している。市の中央部を国道 3 号線が南北に、国道 442 号線が東西に交差し、西端には九州縦貫自動車道が走り、八女インターチェンジが立地している。福岡都市圏から約 1 時間と交通の要衝となっている。



青色で囲まれた地域が八女市商工会管轄地域



八女市公共交通マップ (八女市 HP より引用)

・文化・歴史

日本最古の歴史書「日本書紀」にある『この地方に女神あり、その名を八女津媛といい、常に山中にある』という一節が、『八女』という地名の由来と言われている。岩戸山古墳をはじめ多くの古墳が広がり、八女津媛神社、大円寺、松尾弁財天、五條家御旗祭等この地の歴史文化を象徴する古社寺群や伝統的祭り、町家群が残る。そのような背景から江戸～昭和戦前より提灯、石灯籠、仏壇、手すき和紙等の伝統工芸生産も盛んとなり、その伝統は続いている。こうした八女の歴史や伝統、町並みを活かした多数の観光施設の整備やイベントが行われており、本市の観光振興につながっている。



手すき和紙



お茶



町家群

・商工会管轄地域及び人口

前項の通り、旧黒木町・旧上陽町・旧立花町・旧星野村・旧矢部村にそれぞれ存在していた商工会が平成 22 年 4 月に合併し、八女市商工会を設立し同地区を管轄することとなった。尚、旧八女市は八女商工会議所が管轄している。

下表は商工会管轄地域の人口推移（旧八女郡 5 地区）と八女市全体の人口の推移表したものとなる。平成 22 年 2 月 1 日に 5 地区は行政合併して八女市に編入された。商工会地区の人口は平成 22 年 3 月末には、30,963 人であったが、令和 2 年 3 月末には人口は約 20%減少しており、旧星野村・旧矢部村の減少が著しい。

八女市商工会地区の人口・八女市全体の人口の推移

	旧黒木町	旧上陽町	旧立花町	旧星野村	旧矢部村	商工会 地区合計	八女市 全体
平成 22 年(3 月末)	12,291	3,518	10,602	3,144	1,408	30,963	69,057
平成 27 年(3 月末)	11,429	3,303	10,121	2,780	1,312	28,945	66,773
令和 2 年(3 月末)	9,926	2,736	8,788	2,351	1,074	24,875	62,379

(データは八女市 HP より引用)

【地域産業・商工業の現状】

・産業

本市の主要産業は、農業等の第 1 次産業で農業産出額では県下有数の産出額である。とりわけ茶は、全国的な生産地として、平成 27 年 12 月、八女伝統本玉露が地理的表示保護制度のもとで、地域ブランドとして認定・登録された。現在生産されたお茶は、地元で加工され「八女茶ブランド」として販売されている。

また、製造業については、仏壇や提灯等の伝統工芸が特徴的な産業であったが、消費者ニーズの変化に伴い産業の斜陽化が進んでいる。しかし、農業を基盤とした、茶や筍等の食品加工業は、横ばいから微増の出荷額と堅調に推移している。

・商工業者数

平成 22 年 4 月の商工会設立以降、商工業者数は減少の一途をたどっている。廃業が多い業種は小売業・建設業である。特に小売業の特徴として、地域の人口と関係の深い地元密着型の事業所が大半で、後継者を残せないことが原因となっている。

八女市商工会地区の商工業の推移

業種 事業者数		建設	製造	卸売	小売	飲食 宿泊	サー ビス	その他	合計
		商工業者数	H26 414	R 1 370	228 227	73 71	307 242	89 100	189 195
小規模事業者	H26	413	221	66	293	87	175	71	1,326
	R 1	366	219	67	232	97	172	54	1,207
会 員 数	H26	289	162	54	224	69	125	36	959
	R 1	270	166	54	183	73	125	31	902

(商工会データベースより)

・商業・サービス業

本地区の商業・サービス業の立地の特徴として、国道や県道沿いに酒・食品小売店や料理飲食店が散在的に展開し商業の集積がほとんど行われてこなかった。商店街組合が数件存在する旧八女市と異なり、旧黒木町の国道 442 号線沿い東西約 2km、旧上陽町県道 54 号線沿い東西 約 1km、近隣型商店街が立地するのみである。近年、旧八女市街に進出した大型量販店等の存在や、道路インフラの整備により消費者の域外流失が顕著になり、後継者不足による経営者の高齢化や廃業が増えている。重ねて、地域住民の高齢化や小売店等の廃業により、買い物弱者が予測され、関係機関と連携してその対策が求められる。このような状況の中、福岡都市圏からの交流人口を顧客とした、お土産品等の小売店や料理飲食店の一部が売上を伸ばし強みとなっており、飲食やサービスの商工業者数は増えている。

・製造業・建設業

製造業においては地域資源を活かした、茶、筍缶詰等の食品製造業の立地が目立ち、地域の製造業を牽引している。中でも、茶は地域ブランドの形成が進んでいる。旧黒木町には老舗の醤油製造業 2 件、酒製造業 2 件が立地している。また、林業が盛んであったことから、製材業、木製品（家具等）製造業も各地に点在しており、事業者数はある程度維持できている。

建設業関連については、土木業をはじめ建築業、左官業、塗装業、屋根工事業、電気工事業、住宅設備業、造園業等、その業態は多岐にわたり、ほぼ全業種を網羅できるほど存在するが、土木の一部を省いて経営規模は小規模である。しかし、公共工事に過度に依存しないため、早くから顧客を地区外に求めたことにより、後継者等のいる事業所が多いことが強みとなっている。

だが一方で、周辺住民への業務内容等のアピール不足は顕著で、地元住民が地域外の手ハウスメーカーに元請工事を依頼するケースは散見され、遠方への工事対応、下請け工事主体の受注形態による収益性の悪化は続いている。

・小規模事業者

基幹産業である農林業の担い手不足や近年度重なる豪雨等の自然災害による転居により、過疎化が進んでいる。加えて都市部への消費流出によって年々、市場規模が縮小し小規模事業者の事業の存続も危ぶまれる状況となっている。また、消費者ニーズの多様化など外部環境の変化に順応できず、商品力が弱いなど売れるものが少なく競争力を失っている。時代に即応した事業の展開ができず経営のマンネリ化が続いている。

背景として、長い経験を頼りに経営を行ってきた結果、経理関係の帳票類や顧客リストなどの

整備がおろそかになっている事業所が多い。計数等の管理も未整備であり経営の問題点を把握しにくい状況にある。

更に、小資本での経営や財務内容の悪化に伴い、新規卒業者を雇用し、中長期的に人材を育成採用できる環境にない。そして、後継者の育成などの新陳代謝が進んでいない。八女茶、筍など、地域資源が豊富な当地域では関連事業者が多く、後継者の育成は地域にとっても重要であり積極的な事業承継を推進することにより事業所の新陳代謝を促進し企業の活力を生み出す必要がある。また、新規従業員等の雇用促進し、持続的な経営安定を図る必要がある。

・新型コロナウイルス感染の影響

新型コロナウイルス感染による事業への影響は都市部に比べてその規模は小さいものの、特に飲食業・旅行サービス業にとっては死活問題となって直面する問題にある。各種イベントの中止や外出自粛のあおりを受け今後感染の推移によっては他の産業への大きな影響は避けられない。

【八女市総合計画抜粋】

・八女市総合計画の引用（商工・観光部分）

八女市が策定した「第4次八女市総合計画 基本構想 平成23年度～令和2年度」において「第4章 将来都市像実現のための基本目標」内に産業の振興について以下の通り記載がある。

〈第4次八女市総合計画 基本構想 平成23年度～令和2年度〉

- ・八女らしい新産業が育つまちをつくる
- ・観光地としての魅力を高め、都市との交流が広がるまちをつくる
- ・魅力的な商店街があるまちをつくる
- ・雇用につながる工業が発展するまちをつくる

そのなかで総合計画を達成するための中期プランとして、平成27年度以降について、以下の通り方針が出された。

〈八女市まち・ひと・しごと創生総合戦略 平成27年度～令和2年度〉

- * 八女の資源を活かして経済を活性化し、安定した雇用創出をする。
 - ・就業の場の拡大（後継者の育成、産業間の連携、企業誘致、創業支援）
 - ・生産性の向上（生産基盤整備、産業の育成（八女ブランド・販路開拓支援、新商品開発）

* 訪れ・住み・交流する新しい人の流れを作る

- ・移住、定住の促進（空き家改修や住宅改修）
- ・交流拡大（観光集客資源の創出、観光商品の創出、観光情報発信、地域間交流）
そのような動きの中、現在の取組みとして八女市・八女商工会議所・八女市商工会で協議して以下のような制度を新設し、小規模事業支援を行っている。
 - ・八女市新規創業・新事業展開補助制度（平成27年4月施行）
 - ・八女市新規創業資金等借入者信用保証料 利子補給補助制度（平成27年4月施行）

【地域活性化の現状】

・観光振興・地域イベント

八女市は、観光振興や地域イベントに注力しており、入込客増加を地域活性化の柱としてきた経緯があった。それと同様に商工会は合併前から各行政の要請により、観光振興や地域イベントの主催や共催、実行委員会への参画、観光協会事務局の受託等を行い商工会事業の中で観光振興や地域イベントは非常に大きなウエイトを占めてきた。

しかしながら、そこには本来経済団体として、販路拡大、特産品宣伝、商店街振興といった効

果も検討していく必要があると言えるが、一過性の「地域活性化＝観光振興、にぎわいづくりの運営」に終始してきた経緯がある。

- ・地域資源の有効活用の問題

地域資源を活用した商品はあるものの、消費者ニーズをとらえた新商品開発や既存商品のブラッシュアップが図られていない。また八女茶以外では地域ブランドの構築が弱く商品力・訴求力が弱いため全国に展開することができない状況となっている。

②課題

【商工業における課題】

- ・商業・サービス業

大型量販店等への消費者流失に少しでも歯止めをかけ、これまでの経営のマンネリ化を脱却し、消費者ニーズを把握した新たな商品・サービス開発による新規顧客獲得などの経営戦略を行うことが必要である。

福岡都市圏からの交流人口を顧客としたお土産品等の小売店や飲食店の一部は、売上を伸ばしており、事業者数は増えていることから、さらに事業者数を増加させていくことも必要である。

コロナ禍やその後の影響も鑑みて、IT ツールやEC サイトなどの積極的活用や新たな業態へのチャレンジを推進していくことは事業者の活力や地域の活力を維持向上させるためにも必要である。

- ・製造業・建設業

製造業は、お茶が地域の製造業を牽引している一つであり、地域ブランドの形成が進んでいる。また、特産品の加工商品も多く土産物店などの小売や卸売業への波及効果が大きい。

これらの加工商品は、消費者の需要動向やニーズの変化を捉え、商品見直しによる改良（ブラッシュアップ）や新商品開発をしていく必要がある。

建設業においては、収益性を高めるためにも経営分析や事業計画を立て、計数管理を導入することで経営者の経験に頼りがちな経営からの脱皮を図り経営力の強化に努めていく必要がある。

- ・後継者について

また、一般的に後継者不足による経営者の高齢化や廃業が増えており、後継者の育成も近々の課題である。後継者の育成とマッチングによる積極的な事業承継を推進することにより事業所の新陳代謝を促進し企業の活力を生み出す必要がある。

【地域活性化における課題】

- ・観光振興・地域イベント

八女茶・たけのこ・イチゴ等の農林水産資源が豊富な事や伝統的建造物群保存地区、石橋などの地域資源ともいえる歴史遺物が多く残されている地域ではあるが、各関係団体が連携した観光プログラムなどの観光関連商品作成が課題である。また、地域一体となって関係団体が連携したPRの充実による知名度アップも必要課題である。

一般社団法人 FM 八女(代表は商工会長)が地域 DMO に登録され関係機関との連携が必要な状況となっており課題と言える。

- ・地域資源の有効活用

近隣市町村では食・観光・宿泊がセットとなった観光商品が存在しているために、八女市独自の観光商品開発も急務と言える。そのためにニーズにマッチした地域資源の有効活用によって八女ブランドとして親和性の高い取り組み促進し地域活性化に資する商品開発や訴求力の向上などの取り組みを商工会のみならず、各支援機関の連携づくりによって向上していく必要がある。

(2) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

①10年程度の期間を見据えて

小規模事業者の経営力強化の支援を行う事で、急速に減少していく商工業者数、特に小規模事業者数を可能な限り維持しつつ、広域から集客できる魅力ある事業者を増やしていくこと。

また、事業承継の支援や創業者とのマッチング等を通して、新しいビジネス機会の創出、後継者の育成・確保、雇用維持・創出などの支援が充実することで地域経済の活性化に貢献する。

②八女市総合計画との連動性・整合性

八女市では平成23年度に今後10年を見据えた第4次八女市総合計画が制定され、総合計画の中に、『地場産業・観光の振興と地域資源を活かした新産業の創出、雇用の確保』が記載されており、地場産業の振興や小規模事業者における新規創業者の育成、事業展開、経営基盤強化・販路拡大が図られること。

③商工会としての役割

他の支援機関と有機的な連携を促進し、相互の支援力を補完し合う体制を構築しつつ、税務指導、金融指導といった一元的な支援に留まらず、巡回訪問を中心とした密接な関わりの中から、課題や情報を多面的に分析し、小規模事業者の真の経営課題解決に協同で取り組める支援体制の構築と職員の資質向上を継続的に実施していくこと。

(3) 経営発達支援事業の目標

①地域を支える小規模事業者の経営力の強化

地区内外の景気動向や事業者の経営状況を把握し、商品・サービスや経営に関する、適格な経営課題の抽出と具体的な売上・販売につながる支援に結び付けていくことで、事業者の経営力を強化するとともに後継者の育成や創業支援も強化していく。

②商品・サービスの強化による新規顧客の獲得

顧客ニーズに基づいた地域資源を生かした商品やサービスを継続的に行うことによって、新たな顧客の獲得を強化していく。また展示会、商談会やITの有効活用、デジタル化の推進などを通じて地域へのより一層の浸透を図るとともに商圈範囲を拡大していく。

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3年4月1日～令和8年3月31日）

(2) 目標の達成に向けた方針

①地域を支える小規模事業者の経営力の強化

- ・ 地域内外の景気動向や業況等の各種調査から比較・分析し地域の傾向・特徴を把握する
- ・ 独自ヒアリングフォーム活用や経営分析による強み・課題の早期把握から適切な支援を行う
- ・ 経営力向上に向けた各種事業計画の策定支援と、実施支援によって伴走支援を拡充する
- ・ 外部データの活用と共に地域住民・道の駅などでの観光客などからの需要動向を調査する
- ・ 既存インフラ活用によるマッチングや販路を活用し、需要開拓等の具体的な支援を向上する

②商品・サービスの強化による新規顧客の獲得

- ・ 需要動向に基づく商品開発や品揃えサービスの強化を図る。
- ・ 特に地域資源を生かした商品開発を展開する。
- ・ 展示会、商談会、IT活用などで広域から新規顧客の獲得を目指す。

3-1. 地域の経済動向調査に関すること

(1) 現状と課題

[現状] これまで当会では地域経済動向の調査及び情報の提供については巡回や窓口相談での簡単な聞き取りや情報の提供のみに留まっており、正確に景気動向を把握、分析し、小規模事業者へ広報していないのが現状であった。また、補助金申請をサポートする際に地域経済動向等の情報提供を実施してきたが、情報提供のレベルは質・量共に不十分さを感じる。国が提供するビッグデータも活用していない。

[課題] これまでは上記の現状のため、小規模事業者を対象に景気動向調査を複数回実施する必要がある。また、国が提供するビッグデータを活用した専門的な分析が出来ていなかったため、分析データの提供を図る必要がある。

(2) 目標

事業内容	現状	R3年度	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度
①地域の経済動向分析の公表回数	-	1回	1回	1回	1回	1回
②景気動向分析の公表回数	1回	4回	4回	4回	4回	4回

(3) 事業内容

①国が提供するビッグデータの調査

国が提供や公表しているデータ（RESAS、経済センサス）を活用しながら地域経済動向に関するデータを年1回分析して傾向を掴み地域の経済動向分析を行い年1回公表する。

【調査項目】

- ・ 商工業に関する景気動向、事業者数、消費動向、雇用情勢、観光動向、創業比率、人口構成、将来人口推計、生産分析など

【分析方法】

- ・ 担当経営指導員が各種データについて、調査・収集し域内の動向を分析する。

②管内の景気動向調査

管内の景気動向についてより詳細な実態を把握するために、定期的実施している巡回訪問時において独自の調査項目を作成してヒアリングを行い管内小規模事業者の景気動向等について年4回の調査・分析を行う。

【調査対象】

- ・ 全体 50社（製造業、建設業、卸売業、小売業、サービス業 各10社）

【調査項目】

- ・ 中小企業の景況調査に関する内容を中心として個別の状況も収集する。
- ・ 業況・売上・採算・資金繰り・設備投資・経営上の問題（景況調査に準じた内容）
- ・ 景況・金融・雇用の動向（景気金融雇用動向調査に準じた内容）

【調査手法】

- ・ 上記収集項目を網羅したヒアリングシート※を作成し、年4回、巡回・窓口によるヒアリングを行う。
- ・ 会員巡回をしながら独自アンケート調査を実施する。ゲータールフォームに入力してデータベースを蓄積していく。

【分析手法】

- ・ 全国や県の景況調査と比較しやすいように各調査項目において同様の分析手法を行う。具体的には、前期、前年同期、将来の見通しで悪化、不変、好転の推移の分析を基本とする。

(4) 成果の活用

- ・ 「RESAS、経済センサス」を活用した地域経済動向分析を商工会のホームページ上で公開
- ・ 巡回・窓口対応において適宜情報提供及び説明を行う。
- ・ 地域の経済動向の変化をとらえながら早めの対策を促すなど、旧態依然としマンネリ化した経営体質の改善を促す。
- ・ 「八女市商工会景況レポート」を作成して商工会のホームページ上で公開する。
- ・ 経営状況と経営課題の抽出を行い、職員間で共有できるようファイリングする。
- ・ 各事業者へフィードバックを行い、経営課題の早期発見を支援し、事業計画づくりなどへの取り組みを促す。

(2) 目標

項目	現状	R3 年度	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度
①新商品等開発の調査対象事業者数	0	5 社	5 社	5 社	5 社	5 社
②試食、アンケート調査対象事業者数	0	5 社	5 社	5 社	5 社	5 社
③地域資源活用に係るアンケート回数	0	5 回	5 回	5 回	5 回	5 回

(3) 事業内容

展示会や商談会などにおいて商品やサービスの需要を調査し、その結果を個社へ提供することで商品やサービスの開発・強化の支援に繋げて行く。また、お茶、筍などの地域の特産品についての調査も行い各業界へフィードバックし顧客ニーズにマッチした商品開発などの取り組みを支援していく。

想定する展示会・商談会や需要動向調査の場所の名称について

項目	名称等	開催地	来場者数	出展企業数	調査対象者
①	スーパーマーケットトレードショー	東京	8 万人/3 日間	2,300 社	バイヤー
②	しんきん合同商談会	福岡	6,000 名/日	402 社	〃
②	岩田屋久留米バイヤー求評会	久留米	—	—	〃
③	(有)道の駅たちばな	八女市	100 万人/年間	—	一般消費者
③	(一財)星のふるさと	〃	5 万人/年	—	〃
③	グリーンピア八女	〃	3 万人/年	—	〃
③	ほたと石橋の館	〃	2 万人/年	91 名	〃
③	八女市アンテナショップ 八女本舗	〃	11 万人/年	178 名	〃

①新商品等開発の需要動向調査

支援対象者	・事業計画策定した飲食料小売業・製造業、工業製品や加工商品、地場産品製造等の事業者で商品開発や改良を実施し、販路開拓を図る事業者等。
サンプル数	・来場者 50 名 (バイヤー・専門家・他の参加事業者等を想定する)
収集項目	・(食品) 味、見た目、価格、パッケージ、容量、品質、課題、市場ニーズ ・(物品) 使用感、見た目、価格、サイズ、パッケージ、課題、市場ニーズ
手 段	・バイヤーや専門家に対しては意見をヒアリングし「指導調査票」にまとめる。 ・他の出展者等については「アンケート調査票」に記載してもらい回収する。 ・「指導調査票」「アンケート調査票」づくりや分析は経営指導員が支援を行う。 ・必要があれば専門家の支援も依頼する。 ・展示会が中止になった場合は、他の展示会などで実施する。
活用方法	・調査結果を収集したものを分析して事業者へフィードバックを図り商品などのブラッシュアップに役立てる

②地元信用金庫が開催する『しんきん合同商談会』や、『岩田屋久留米店バイヤー求評会』において、来場するバイヤーに対し試食、アンケート調査を実施する。

支援対象者	・事業計画策定した飲食料小売業・製造業、工業製品や加工商品、地場産品製造等の事業者で商品開発や改良を実施し、販路開拓を図る事業者等。
サンプル数	・来場者 20 名
収集項目	・小規模事業者の商品・サービス情報全般 ・売れ筋商品の動向・新商品の動向によるニーズの発掘
手 段	・個別商談会、物産展で実施予定 ・バイヤーからの意見徴収を行う。事前にヒアリング項目を検討しバイヤーからの意見とともにこちらのヒアリング項目についても意見をもらう。
活用方法	小規模事業者の商品・製造品・サービス品につき、既存の商品情報との比較等により「事業計画策定」で以下のような活用を図る。 <ul style="list-style-type: none"> ・ 店舗別の品揃え計画策定のための資料 ・ サービス業における提供メニュー策定のための資料 ・ 価格動向を反映した売上目標設定のための資料 <p>調査結果は経営指導員等が参加事業者を訪問して代表者・担当者へ直接フィードバックを行って製品・商品のデザインや価格等の改良・改定を図っていく。</p>

③地域資源活用に係る需要動向調査の実施

収集項目	地域資源や特産品に関する来客者の商品やサービスのニーズ
手 段	・ 「(有道の) 駅たちばな」、「(一財) 星のふるさと」、「グリーンピア八女」、「ほたと石橋の館」、「八女市アンテナショップ 八女本舗」への来客者の需要動向調査を連携により実施する。各施設と連携して、アンケート調査を行う。
活用方法	・ 域外からの来客者の求める商品やサービスのニーズ調査を顧客の視点より分析をおこない、観光客が求めている商品やサービス情報を地域資源関連事業者に提供する。 ・ 活用にあたっては、地域資源や特産品に関する既存商品のブラッシュアップや新商品開発の基礎資料として、関連製造業や小売店などへフィードバックする。

4. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

[現状] 前回の経営発達支援事業の期間内においてこのセクションの経営分析支援数は平成 30 年度には 26 件、令和元年度には 25 件、今年度には 28 件(予測)と着実に推移して来た。そして持続化補助金やものづくり補助金等の各種補助金申請をはじめ、経営革新計画策定、経営力向上計画策定、先端設備導入計画策定といった各種経営支援時には経営分析を行って来た。

[課題] 分析件数は順調に推移して来たものの当会管内の小規模事業者数は 1,029 事業者(令和元年 12 月 10 日現在)となっており全体数から見れば決して十分な経営分析が出来ているとは言えず、ほんの一部に留まっている。また当会管内の事業者の現状は経理・金融・税務・労務・記帳や経営上の諸問題を抱えながら営業を続けているために自社の経営状況の分析を行って理解するプロセスが不十分である。従って事業所の多くが自社の強み、弱みなど定性分析や財務に関わる定量分析を不得意としている点が課題である。支援を実施する方としてもっと多くの事業者の分析を実施しながら、適切なフィードバックを行って自社の経営改善に結びつけることが必要である。

(2) 目標

	現状	R3 年度	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度
経営分析の件数	25 件	100 件				

(3) 事業内容

周知活動	地域内の小規模事業者を対象に中小企業診断士による経営支援相談会を月 1 回実施し、小規模事業者が直面する事業承継を含む問題点の把握、課題の抽出につなげる。さらに小規模事業者自体での経営状況の把握・分析が困難であることが多いことからセミナーを通じて経営分析の必要性を訴求する。なお、募集にあたっては巡回・窓口訪問で周知を行う他、当会 HP やチラシを活用して広く周知を行う。セミナーの開催は年 2 回、1 回で 20 名程度の参加者を想定する。
分析対象者	経営支援相談会やセミナーに参加した地域内の小規模事業者また、小規模事業所の内から 100 件の分析件数を目指す。(黒木地区 70、上陽地区 20、立花地区 25、星野地区 20、矢部地区 15 を想定する)できるだけ業種が偏らないようバランスを取りながら進めて行く。
分析項目	イノベーションマトリクスによるヒアリングをもとに、定性分析を進めながらローカルベンチマークの財務のシートで定量分析を行う。 《イノベーションマトリクス》強み、弱み、課題、解決方法 《ローカルベンチマーク》売上高、経常利益、損益分岐点、粗利益率 等の財務分析を中心とする。
分析手法	セミナー参加者の地域内小規模事業者へのアプローチを進め、ヒアリングしながらイノベーションマトリクスによる定性分析を実施して課題と成長点の抽出を図る。また、ローカルベンチマークで財務分析を中心とした定量分析を行い、業界との比較や経年の推移による課題や傾向などを明確化する。

【イノベーションマトリクスについて】

イノベーションマトリクスとは福岡県商工会連合会が管理しているグループウェアの中にある機能を指す。このグループウェアは商工会にて活用されている管理システムで、情報の共有化やスケジュール管理、日常業務管理、事業所情報管理、労働保険業務、など商工会業務において幅広く活用されている。イノベーションマトリクスでは下図のように各事業所の現状と課題が一目で確認できる表となる。当会では令和元年度からこの活用の取組みを始め、巡回等によるヒアリングによって現在までに 80 事業者以上のデータの蓄積実績を有する。

<p>ターゲット</p> <p>商圏・顧客 (年代・性別・BtoBかBtoCか)</p> <p>2019-10-31 09:49</p> <p>現状</p> <p>筑後地区一円、うきは朝倉地区を除く東は矢部村まで西は佐賀市まで、北は久留米南部と鳥飼市まで南はみやま市まで 個人客：法人客=7：3 (売上金額ベース)</p> <p>課題</p> <p>中山道路の個人客は減る一方だ。</p>	<p>チャネル</p> <p>商品・サービスを提供する場所・方法</p> <p>2019-10-31 09:49</p> <p>現状</p> <p>自店舗 最近はアスタラピスタ等のスーパー10店舗が増えてきた。</p> <p>課題</p> <p>卸売（スーパー）が増えて手数料負担増となった。</p>	<p>販売促進</p> <p>商品・サービスを販売するための広告・顧客管理・営業方法</p> <p>2019-10-31 09:49</p> <p>現状</p> <p>タッチパネル式のレジと貯金会計を連携させ、マイクロソフトアクセスで作った販売管理システム(250万円の内110万円IF導入補助金活用)を導入して販売管理している。導入前に比べて大幅な時間短縮となった。</p> <p>課題</p>
<p>調達・生産</p> <p>仕入先・生産方法・掛け率・決済方法・支払いサイト</p> <p>2019-10-31 09:49</p> <p>現状</p> <p>醤油は卸組組合で生産油まで製造する。おしゃれな醤油ビン等はネットで探す。</p> <p>課題</p> <p>醤油樽をかき混ぜる作業が新しいため見学に来られても見せる場面が少ない。併設作業を考えたい。</p>	<p>商品・サービス</p> <p>提供する商品・サービスは何が</p> <p>2019-10-31 09:49</p> <p>現状</p> <p>味噌、醤油、あまぎけ、だし、ポン酢、みりん</p> <p>課題</p> <p>京都の漬物の店からの問い合わせで漬物に合う醤油としてまる醤油油を気に入りもらった。特別に少量でパッケージにも工夫した。1回の取引額も大きいので今後の関係に期待出来る。</p>	<p>課金モデル</p> <p>商品・サービスの価格・決済方法・支払いサイト</p> <p>2019-10-31 09:49</p> <p>現状</p> <p>一部顧客の半分は掛け売りで、半準のサイトである。</p> <p>課題</p> <p>今後、減少していく見込み。</p>
<p>有形資産</p> <p>現金金・在庫・土地・建物・機械・車両・借入金等</p> <p>2019-10-31 09:49</p> <p>現状</p> <p>お母さんの代からの工場があるが、遺産も増えて増してつぎはぎ多く、高齢化や老朽化が進んでいる。</p> <p>課題</p> <p>工場の建て替えには莫大な金額が必要。工場近くに倉庫の物件があったため、購入した。駐車場と倉庫に活用する。</p>	<p>ヒト</p> <p>経営者・後継者・従業員の人柄・能力・支払給与等</p> <p>2019-10-31 09:49</p> <p>現状</p> <p>父母、本人とお母さん、従業員1名がいる。</p> <p>課題</p> <p>工場内を任せられる若い従業員が欲しい。</p>	<p>無形資産</p> <p>ノウハウ・スキル・技術・歴史・信用</p> <p>2019-10-31 09:49</p> <p>現状</p> <p>課題</p>

(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することにより現状を認識が可能となる。また、事業計画の策定等に活用する事が出来る。さらには分析項目・結果を経営カルテ等のデータベースに蓄積して職員間で共有することにより支援スキルの向上や若手職員の早期育成に役立てる。

5. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

[現状] 前回の経営発達支援事業の期間内においてこのセクションの事業計画策定支援数を核に進めてきた。その方法として小規模事業者持続化補助金を始めとする各種補助事業に対する事業計画や経営革新計画、さらには創業支援時における創業計画等として小規模事業者のニーズに合わせた策定支援に取り組んできた。

[課題] 事業者が経営課題を解決するため、経営分析等の結果及び地域内動向調査などの基礎データを取り入れた、効果的な事業計画策定により小規模事業者の持続的発展を図る支援が必要である。

(2) 支援に対する考え方

当会が定期的に小規模事業者を巡回してヒアリングを行っている。その時に需要動向調査や経営分析などの結果を事業者へ伝える活動を通して経営課題やテーマ、経営状況に合わせながらそれぞれに対応した事業計画の策定を支援する。創業者には創業セミナー受講を進めるだけでなくスタートアップの事業計画策定を支援する。事業承継の案件に関しては個別のヒアリングにて応募を受け、専門家派遣を活用しながら個別相談会を開催し事業計画策定支援をする。事業承継の案件は1年以上の長期になるケースが多く見受けられるため、早目の着手をしたい。以上の考えを持った上で経営分析を行った事業者の50%程度/年の事業計画策定を目指す。

(3) 目標

支援内容	現状	R3 年度	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度
事業計画策定件数	15	25	30	50	50	50
創業計画策定件数	3	3	5	5	5	5
事業承継計画策定件数	2	3	3	3	3	3

(4) 事業内容

支援対象	(事業計画関連)
	・ セミナー等に参加し経営分析を行った事業所で、自主的に計画づくりを希望される経営課題を持った事業所 ※①セミナーは経営分析を行った事業者への直接案内と当会 HP にて周知活動を行う。年2回開催し1回20名の受講者を想定する。カリキュラムは成功事例集、グループワークほか、事業継続力強化計画・経営力強化計画セミナーなど小規模事業者の目的や課題に対して着手しやすいものとする。

	<ul style="list-style-type: none"> ・ 巡回時にイノベーションマトリクスでの分析を行った事業所 以下の事業所で経営分析を行った事業所 ・ 経営革新申請や補助金申請などに該当する事業所 ・ 資金計画が必要な事業所 ・ 経営改善が急務な事業所 <p>(創業計画関連)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 創業塾参加者や個別の問い合わせなどで実際に創業される方 ・ 創業間もないスタートアップ時の事業所 <p>※②創業塾は八女市・八女商工会議所と連携して年2回開催、2日間実施する。 参加者は1回あたり10名程度でチラシや、各HPを活用して広く周知する。カリキュラムは創業に関する基礎知識（経営、財務、労務、販路開拓、販売促進、IT化、マーケティング、グループワークによる創業計画書の作成、計画発表）を学ぶ。講師には中小企業診断士、日本政策金融公庫の担当者が中心となり、八女市、八女商工会議所、八女市商工会の担当がアシストする。</p> <p>(事業承継関連)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 経営分析の結果、事業承継を計画している事業所や後継者がいる事業所 ・ 相続問題を抱える事業所 ・ 第三者承継や第二創業を考えている事業所
手段	<p>(事業計画関連)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 各種セミナー等を実施し、経営分析を行い課題を見出し取り組みの動機付けや掘り起こしを行う。 <p>セミナーの内容は上記支援対象の中の※①に同じ</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 経営分析を実施した事業所を職員による巡回を実施してヒアリングで課題発見などを行い取り組みの動機づけや掘り起こしを行う。 ・ 個別相談、巡回指導時に小規模事業者からの相談等を受けるとともに、事業計画策定を目指す事業者の掘り起こしを行う。 ・ 金融相談や各種補助金また経営革新の申請時に事業計画の策定支援を行う。 ・ 計画策定にあたっては中小企業基盤整備機構が提供する「経営計画つくるくん」を活用しながら経営指導員等による複数での事業計画策定支援体制を編成し共同で支援を行う。 ・ より専門的知識を要する場合は、福岡県商工会連合会等支援機関の専門家派遣を活用する。 ・ 事業所の現状を鑑み相談受付後事業所のニーズや処置法を判断して、どのような計画づくりの支援をするのかを明確化（分類）して処理をする。 ・ 具体的な計画作成：事業計画（持続化補助金・経営革新計画・ものづくり補助金・経営力向上計画・事業継続力強化計画・先端設備導入計画・その他事業計画）商品開発・改善等の計画、業務改善・生産性向上等の計画など <p>(創業計画関連)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 創業塾などによる創業計画の掘り起こしや個別の問い合わせによる対応を行う。 <p>創業塾については上記支援対象の中の※②に同じ</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 経営指導員等による複数での事業計画策定支援体制を編成し協働で支援を行う。 ・ より専門的知識を要する場合は、福岡県商工会連合会等支援機関の専門家派遣を活用する。

- 具体的な計画作成：創業計画
- (事業承継関連)
- 事業承継のニーズがありそうな事業所を抽出する。
 - 若手の後継者候補がいる事業者へのアプローチを試みる。
 - 経営指導員等による複数での事業計画策定支援体制を編成し協働で支援を行う。
 - より専門的知識を要する場合は、福岡県商工会連合会等支援機関の専門家派遣を活用する。
 - 具体的な計画作成：事業承継計画など

6. 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] 事業計画策定後のフォローは巡回や窓口相談時の中で事業計画に対する進捗状況ヒアリングにて課題内容等の状況把握は行っているが、その場限りの支援に終わるものも多く定期的な確認には至っていない。今まではこの様な状況に対して経営指導員としての対応も充分でなく、小規模事業者が求める事業計画の達成にまでは至っていない場合も多かった。

[課題] 経営指導員による巡回等ヒアリングを実施し、計画立案から実行、評価、対策までを支援することで、共に課題解決し、計画実現可能性を高めていく。

(2) 支援に対する考え方

効果的な伴走支援には計画の進捗確認を行って必要に応じた軌道修正をする事が重要となる。そのために巡回の際の進捗確認することと、事業者からの報告をもらう事も重要なポイントとなる。職員の体制も大きく関わってくるために業務効率化を図りながら進めて行く。共に課題解決し、計画実現可能性を高めていく意識が必要となる。事業計画策定初年度については、状況確認のため四半期毎に経営指導員による巡回等ヒアリングを実施し、進捗状況を勘案して以下の支援対応を行う。

(3) 目標

【事業計画】

	現状	R3 年度	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度
各種事業計画フォローアップ事業所数	15	25	30	50	50	50
フォローアップ頻度 (延回数)	45	60	80	100	100	100
売上増加事業者数	3	5	8	10	20	20
利益率1%以上増加の事業者数	1	3	3	5	5	5

【創業計画】

	現状	R3 年度	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度
各種事業計画フォローアップ事業所数	3	3	5	5	5	5
フォローアップ頻度（延回数）	9	9	15	15	15	15
売上増加事業者数	2	2	3	3	3	3
利益率 1%以上増加の事業者数	1	1	1	1	1	1

【事業承継計画】

	現状	R3 年度	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度
各種事業計画フォローアップ事業所数	2	3	5	5	5	5
フォローアップ頻度（延回数）	9	9	15	15	15	15
売上増加事業者数	1	2	3	3	3	3
利益率 1%以上増加の事業者数	1	1	1	1	1	1

(4) 事業内容

【事業計画】

- ・ 支援対象者は事業計画策定事業者を対象とする。
- ・ 経営指導員・支援員の巡回によるフォローアップ支援は、事業計画策定後、四半期毎に巡回訪問し進捗状況を確認するとともに、助言・支援を行う。
- ・ 事業計画策定の 1 社につき 3 回以上のフォローアップ支援を基本とする。ただし、事業者からの申出等により、臨機応変に対応する。
- ・ 必要があれば、福岡県商工会連合会の経営相談活用による専門家の派遣支援も行う。
- ・ 事業計画策定後、国、県、市の行う施策および福岡県商工会連合会等が開催する各種セミナー、研修会、講習会を広報、巡回、窓口にて周知し、参加斡旋を行う。
- ・ 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、当該ズレの発生原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。

【創業計画】

- ・ 創業計画策定後、創業後の事業所及びに八女市新規創業補助制度を活用された事業所については全てを対象先としてフォローアップとする。
- ・ また 1 事業所につき 3 回以上のフォローアップを基本とするが、専門家の派遣支援、各種セミナー、講習会などの周知、事業計画のズレの発生に関しては上記の（事業計画）の対処と同様に適切に対応する。

【事業承継計画】

- ・ 事業承継計画を策定された事業所については全てを対象先としてフォローアップとする。
- ・ また 1 事業所につき 3 回以上のフォローアップを基本とするが、専門家の派遣支援、各種セミナー、講習会などの周知、事業計画のズレの発生に関しては上記の（事業計画）の対処と同様に適切に対応する。
- ・ 事業引継ぎセンターとの連携を図り、よりスムーズな事業承継計画を目指す。

【以下は資金調達支援に関して】

- ・ 日本政策金融公庫が創設する「小規模事業者経営発達支援融資制度」等を活用できるよう、資金計画の策定による設備・運転資金の負担軽減を支援する。
- ・ 八女市新規創業資金等借入者信用保証料 利子補給補助制度を活用する。
- ・ 日本政策金融公庫の創業関連資金の活用
- ・ 福岡県中小企業融資制度の活用

7. 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] 本会の小規模事業者に対する販路開拓支援は、福岡県商工会連合会等が開催する物産展や商談会の広報と出店斡旋が中心で、小規模事業者の要望や成長に応じた的確なサポートには至っていない。ただし令和元年度よりスーパーマーケットトレードショーへの出展を募って2社の出展を支援し、それぞれ成約2件の獲得につながった。



[課題] 事業者の要望や成長段階にマッチした展示会出展の事前・事後のフォローを十分に支援する必要がある。資金面や人材面などで消極的な事業者であっても魅力のある商品などを有する事業者には積極的に支援を働きかける必要がある。成り行き支援となることが多く事前の販路開拓計画が十分に練られていないことが多かった。

(2) 支援に対する考え方

小規模事業者の弱点である「営業力」や「情報発信力」を強化し、地域内外の潜在的な需要の掘り起こしと新たな需要の開拓の支援を考えていく。また、企業の経験値や成長の具合を鑑みて適切な段階の出展に支援を行うことで適切なステップアップを図ることが出来るようにする。

展示会や商談会へのエントリー準備には商品開発と商品ブラッシュアップ、新たな情報発信手段の提供、実施後のフォローアップ（受注・成約進捗状況の把握、取引先の要望・提案の把握）を行うことで、改善策の提案や協議を進めより効果的な販促策の実現を図る。また、事前に小規模事業者への基礎知識を高める支援として4P分析、商談スキル、ビジネスマナー、FCPシート作成、POP、レイアウト等の要素を専門家から受けられるアドバイス相談会を開催する。

さらに販路開拓におけるITの活用が不得意とする小規模事業者も多く、そのレベルは事業所それぞれであるため段階に応じた活用支援が必要となる。また、地域の建築関連業者数が多いものの下請け依存の業態が多い。自社のPR不足や営業活動にかかる資本、労力、時間も不足している現状をITを活用し改善していく。以上のように商工会職員にとってもこの事業を通じて支援スキルを向上させ事業所の成果を出していく必要がある。

(3) 目標

【BtoB 支援】

	現状	R3 年度	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度
①スーパーマーケットトレード ショーへの 出店事業者数(社)	3	3	4	4	5	5
〃 成約件数(件)	2	2	4	4	5	5
②Food EXPO Kyushu への 出店事業者数(社)	1	1	2	3	3	3
〃 成約件数(件)	1	1	2	3	3	3
③ふくおか農と商工の自慢の逸品 展示商談会への 出店事業者数(社)	-	2	3	4	5	5
〃 成約件数(件)	-	2	3	4	5	5

【BtoC 支援】

	現状	R3 年度	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度
④DOCORE ふくおか商工会ショップへの 出店事業者数(社)	3	3	4	4	5	5
〃 売上額/社 (円)	50,000	60,000	80,000	80,000	100,000	100,000
⑤RKBラジオまつりフェアへの 出店事業者数	-	1	2	3	3	3
〃 成約件数	-	1	2	3	3	3

【IT を活用した販路開拓支援】

	現状	R3 年度	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度
建築業斡旋 (件)	-	1	1	2	2	3
売上額/社 (円)	-	50,000	50,000	100,000	100,000	100,000

【建設関連業者斡旋紹介】

	現状	R3 年度	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度
建築業斡旋 (件)	0	1	1	2	2	3
売上額/社 (円)	50,000	100,000	100,000	200,000	200,000	200,000
商工会 HP を通じた成約件数 (件)	0	1	1	2	2	2

(4) 事業内容

【BtoB 支援】

- ・ 支援対象事業者は当会の事業計画策定支援を受けた事業者で、地域内の飲食料品の商品開発事業者とする。
- ・ 当会の出展実績のあるスーパーマーケットトレードショー、Food EXPO Kyushu や今回新たにふくおか農と商工の自慢の逸品展示商談会を想定し、福岡県のブースを活用して出展の小間を確保する。地域、業態を超えた BtoB マッチングと支援機関からの情報提供機会を確保していく。
- ・ 展示会、商談会では成約率を高めるために事前にバイヤーとのマッチングサービスや FCP 商談会等を活用し、商談相手へのアプローチ支援など実効性のある支援を行う。
- ・ 全国の商工会・会議所との情報交換によるフォローアップを行う。

【BtoC 支援】

- ・ 支援対象事業者は当会の事業計画策定支援を受けた事業者で、地域特産品等を取り扱う事業者とする。
- ・ 当会の出展実績のある DOCORE ふくおか商工会ショッポや R K B ラジオまつりフェアを中心に販路開拓と商品ブラッシュアップを通して商品展開力、販売力の向上を図る。

展示会・商談会名	概要	来場者数	出展者数
スーパーマーケット トレードショー	スーパーマーケットを中心とする食品流通業界に最新情報を発信する商談展示会である。	80,428 名	2,331 社
Food EXPO Kyushu	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。	4,384 名	263 社
ふくおか農と商工の自 慢の逸品展示商談会	福岡県内の農林漁業者及び県産品加工業者を一堂に集めた展示商談会である。	110 名	80 社
DOCORE	福岡県商工会連合会が運営するアンテナショッポ。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。	購入客数 約 4 万名	—
R K B ラジオまつり フェア	R K B ラジオが主催する県内各地域の名産・特産品が大集合する物産展である。	54,000 名	200 社

【IT を活用した販路開拓支援】

- ・ 小規模事業者における IT 活用の課題を解決するため、事業者の IT 活用の段階に合わせてホームページや SNS 等を活用した販路開拓を中心に、営業戦略への活用から、セキュリティ対策、簡単なパソコンに関する悩みまで幅広くサポートする。
- ・ 支援対象者は需要動向調査した飲食品小売業・製造業・工業品や加工商品、地場産品製造等の事業者で商品開発や改良を実施し、販路開拓を図る事業者等。
- ・ 支援内容は経営指導員等によるホームページ作成や SNS 等を活用した販促活動、EC サイトの利用などを促進する販路開拓支援を行う。必要に応じて専門家を活用する。

【建設関連業者斡旋紹介】

- ・ 地元業者で受注可能な工事を示した合同チラシ作成や商工会 HP 上にて工事相談ページを特設することを通じ、それまで販促策を講じる機会に乏しかった建設関連業について、積極的な情報の発信、需要開拓を図り新規の販路開拓につなげる。
- ・ 支援対象事業者は当会の事業計画策定支援を受けた建設関連の事業者で地域内の小規模事業者とする。
- ・ 家の工事やリフォーム、都市部からの移転を検討する事業者、古民家移住を考える個人等、どこに依頼したらいいのかわからない等のニーズは少なくない。当会が斡旋する事で信頼関係の溝を少しでも小さくしてスムーズな取引とする。
- ・ 空き家バンクに登録のある物件、リノベーション推進事業や省エネ住宅ポイント等の各種助成制度の活用促進等を紹介しながら建設関連業者の営業力強化につなげる。

8. 事業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]「八女市商工会経営発達支援事業」評価委員会設置規程を定め、八女市商工会事業評価委員会を設置している。評価委員会は外部有識者1名（中小企業診断士）と県担当者1名（福岡県久留米中小企業振興事務所長）と市役所担当課長1名（八女市商工・企業誘致課）、オブザーバ1名（福岡県商工会連合会）によって事業の実施状況、成果の評価、見直し案の提示を行っている。

[課題] 評価委員会において、経営発達支援計画の進捗状況を把握し、PDCAサイクルを総合的に評価、検証することは経営発達支援事業を計画通りに進めるために非常に有効とされており、今後も継続していく。経営発達支援事業の中身が多岐にわたり支援の内容がわかりにくかったり、実施状況・成果を分かりやすく説明する資料の見やすい工夫や評価シート活用による新たな評価方法の導入など、評価委員会の進行方法については継続して改善していく。



(2) 事業内容

毎年度本事業の実施状況や結果について次の方法で評価及び検証を行う。

①「八女市商工会経営発達支援事業」評価実施要領に基づいて、中小企業診断士の外部有識者1名と福岡県久留米中小企業振興事務所より担当者1名、八女市役所担当課より1名、福岡県商工会連合会オブザーバ1名による八女市商工会事業評価委員会を設置し事業の実施状況、成果の評価・見直し案の提案を行う。実施状況の報告等は随時実施し、全体の評価及び見直し案提案のための評価委員会については年度末に1回開催し意見を集約する。評価においては専用の評価シートを作成し、評価の見える化を進める。

②経営発達支援事業評価委員会による評価を基に常任幹事会・理事会において評価見直しの方針を協議・決定する。

③評価・見直しの結果については総代会へ報告して承認を受ける

④評価・見直しの結果については、本会 HP に掲載して小規模事業者が常時閲覧可能な状態にするために公表する

※評価の仕組みを高める為の効果的なPDCAサイクル

計画(Plan)については、計画全体が役職員の共通認識となるようにお互いの共通認識を深めながら進め役職員全員が同じ方向を向いて効率的な支援体制をつくる。実施(Do)については計画書に寄り添って効果的な実行が出来るようにチームワークを心掛けて支援の効率化を図る。点検・評価(Check)については毎年度末に評価委員会で集約するが、職員間においてもミーティング(適宜開催)にてチェック体制強化を図っていく。処置・改善(Actoin)については改善点があれば「改むるにはばかりなことなかれ」の精神で計画や体制の見直しを実施する。さらに効果的な経営発達支援計画の遂行のため、その他の業務の見直しや組織運営体制も並行して改善計画

を立て実施していく。

9. 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] 当商工会では、前回の経営発達支援事業計画の策定に合わせて経営支援チームを組みなおした。旧地区割りに合わせ地区全体を3つに分けてそれぞれに指導員、支援員のバランス取りながら振り分けをした。なお、経営支援チームは1年単位で見直し、組み替えるなどして支援の偏りがしない様に柔軟な対応を取っている。また、外部研修の受講や半年に1回の職員会議・個別のグループ会議を適宜開催するなどして資質向上に努めている。

[課題] 経営指導員と支援員共に前回の経営発達支援事業計画以降に経営分析・事業計画の策定・販路開拓支援数が増えて経験や支援ノウハウの蓄積等により経営支援能力が向上した。しかし、年々高度な支援内容や支援ニーズが増えてきており十分な対応が出来ているとは言い難い。

(2) 事業内容

①外部講習会等の積極活用

【経営指導員の資質向上に関すること】

経営指導員は、経営発達支援計画において、支援計画の円滑な進捗、収集した景況・需要動分析、事業計画の策定と販路開拓策の提供等、主体となる役割を担う。そのためには、情報への鳥瞰的視点と集約分析能力、先見性の高い支援メニューの提供、時代に合わせた新たな支援策の習得が求められる。そこで、国の行う経営発達支援にかかわる説明会および研修会、福岡県商工会連合会経営指導員研修、福岡県商工会職員協議会研修、中小企業大学の能力強化研修、経営指導員 Web 研修、といった OFF-JT により、先進事例、最新の景況等や支援メニューの情報収集、新たな支援ノウハウの習得に努める。

【経営支援員の資質向上に関すること】

経営支援員については、会員情報整備、記帳・税務指導、労働保険業務、青年部・女性部等の部会活動指導といった、経営改善普及事業および地域振興事業の一部が業務の主体となっていた。今後、経営支援員の役割としては、経営改善普及事業における実務知識を高めつつ、経営指導員と共に経営発達支援計画を進める上で、個々の小規模事業所の実態把握能力の向上、各経営指標の活用手法といった、事業計画の策定・フォローアップの補佐を担ってもらうことが必要になる。そこで福岡県商工会職員協議会研修、福岡県商工会連合会経営支援員研修といった OFF-JT により、経営改善普及事業における実務知識向上に努める。また、筑後地域中小企業支援協議会へ出席して先進的な取り組みを行う商工会・商工会議所の支援方法を学ぶ。

②OJT 制度の導入

福岡県商工会連合会専門家派遣の同行訪問を行うことや、経営指導員と支援員が巡回指導を同行したりして OJT を進める。また窓口相談の機会を活用した経営分析等にも OJT を積極的に努めることで、組織全体としての支援能力の向上に努める。

③経営支援事例の分析・活用

職員勉強会を開催し、これまで実施してきた経営支援事例内容や成功・失敗の要因等を分析して次なる経営支援に活用していく。なお、必要に応じて各種専門家を招へいして専門的知見から改善アドバイスを受ける。

④データベース化

日々の経営相談から経営分析、事業計画の策定支援に従事した内容、結果等は福岡県商工会連合会が管理しているグループウェアの経営カルテ内に保存することで、職員の誰もが閲覧できる状態とする。

⑤支援ノウハウの共有に関すること

上記の①から④で得られた各種支援ノウハウや情報の共有、事業の進捗確認や課題抽出を目的に、「経営発達支援職員全体会議」を半年に1度開催する。ここでは特に、経営指導員による支援事例の解説や手法説明を通じ、職員全体への支援ノウハウの浸透を図る。併せて指導実績の情報整理、特に経営カルテ・記帳指導カルテの記載内容充実化や事業所情報の整備にも言及し、指導実績の共有にも努める。

10. 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

[現状] 当商工会では、前回の経営発達支援事業計画の策定に合わせて経営支援チームを組みなおした。旧地区割りに合わせ地区全体を3つに分けてそれぞれに指導員、支援員をバランス取りながら振り分けをした。なお、経営支援チームは1年単位で見直し、組み替えるなどして支援の偏りをしない様に柔軟な対応を取っている。また、外部研修の受講や半年に1回の職員会議・個別のグループ会議を適宜開催するなどして資質向上に努めている。

[課題] 経営指導員と支援員共に前回の経営発達支援事業計画以降に経営分析・事業計画の策定・販路開拓支援数が増えて経験や支援ノウハウの蓄積等により経営支援能力が向上した。しかし、年々高度な支援内容や支援ニーズが増えてきており十分な対応が出来ているとは言い難い。

①現在行っている八女商工会議所、八女市との商工施策に関する連絡会議を充実させ、「八女市商工振興会議」を定期的（年4回）に開催し、地域の景況や需要動向の共有、事業計画策定・創業計画策定のノウハウの共有化、販路開拓先の情報交換を通じ、地域小規模事業者への支援充実化を図る。

②日本政策金融公庫久留米支店との経営改善貸付協議会を年2回、福岡県信用保証協会 久留米支所と行う懇談会を年2回開催し、管内の景況、資金需要、金融情報等について情報交換し、効果的な小規模事業者の金融支援策に役立てる。

③福岡県商工会連合会、福岡県中小企業振興センターの専門家派遣を必要に応じて活用し、小規模事業者の経営分析の精査、経営改善計画策定やものづくり補助金申請等、より専門性の高い支援に関する情報交換を行う。

1 1. 地域経済の活性化に資する取り組みに関すること

(1) 現状と課題

[現状] 八女地域の魅力や特性を捉えた新産業の創出や観光産業振興等を図るため、既に個々で活動をしている団体との地域活性化に向けた情報共有や統一意識を持った人材の育成を早期に行う必要がある。前回の経営発達支援事業の取組みの中八女市・八女商工会議所との連携による協議会を開催し、その中で地域経済の活性化に向けた検討は行ったものの十分とは言えない。

[課題] 地域産業資源・観光資源の活用や祭り等についても一過性の「地域活性化＝観光振興、にぎわいづくり」に終始せず、交流人口の拡大や地域の消費喚起につながる魅力ある地域活性化策とは言い難い。八女市が合併して10年が経ち各地域イベントにおける商工会の支援意識を販路開拓へと高めて行く必要がある。

(2) 事業内容

①商工業と観光に係る協議会の開催

八女市、八女商工会議所との連携により、現在年4回開催している商工施策に関する『八女市商工業振興会議』の中身をより拡充させ地域経済の活性化について検討する。商工会、各支援機関、事業者などとの連携により特産品や観光等の情報の発信を行い、認知度向上や都市との交流により、交流人口を増加させ地域ブランド化や地域の賑わいの創出等の提案を図る。併せて地域イベントにおける商工会の支援意識を地域内商工業者の販路開拓へと高めていく。

②地域イベント等の販売の場を地域経済活性化につなげる

商工会の地域振興活動として各地域のイベントの事務局を担う場面が多く、小規模事業者の販売する商品やサービスをイベント開催の前段階より把握しやすい立場にある。小規模事業者の商品・サービスの開発や既存商品等の見直し提言を図り販促支援とし地域経済活性化につなげる。地域イベントでの販売を小規模事業者や創業者のテストマーケティングの場と捉えながら商品開発支援を行うことで販路開拓支援にも結び付けて行く。

③地域資源を活用した商品開発の連携

事業者と共に地域を支える存在である、農業者、林業者の売上・収益向上にも目を向けるべきである。生産者と商工事業者や創業者などをマッチングしてバリューチェーンを作るイメージで取り組む。地域資源を活用した特産品などを使い商品開発を支援したものを、(有)道の駅たちばな、(一財)星のふるさと、グリーンピア八女、ほたと石橋の館、八女市アンテナショップ八女本舗などで取り扱ってもらい、地域の活性化に資する取り組みとして連携を強めていく。そのためには福岡県筑後農林事務所八女普及指導センター、福岡八女農業協同組合、福岡県八女森林組合との連携を図り、商品開発、仕入先等のマッチングを促進する。最終的には農商工連携、6次化産業を見据えた連携づくりとする。

(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 7 年 6 月現在)
(1) 実施体制	
<ul style="list-style-type: none"> 主体：事務局長 1 名、経営指導員 5 名、経営支援員 10 名 	合計 16 名
<ul style="list-style-type: none"> 機構図 	
(2) 商工会及び商工会議所による小規模事業者の支援に関する法律第 7 条第 5 項に規定する経営指導員による情報の提供及び助言に係る実施体制	
① 法定指導員の氏名、連絡先	
氏名 富松宏元、大籠誠、久保田弘美、柳澤一夫、原田郁弥	
連絡先 八女市商工会 電話：0943-42-0153/FAX：0943-42-0209	
② 法定指導員による情報の提供及び助言	
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を行う。	
(3) 商工会、関係市町村連絡先連絡先	
① 八女市商工会	② 八女市企画部商工・企業誘致課
福岡県八女市黒木町今 1314-1	福岡県八女市本町 647 番地
電話：0943-42-0153	電話：0943-24-9177
FAX：0943-42-0209	FAX：0943-24-8003
e-mail：yame@shokokai.ne.jp	e-mail： syoukoushinko@city.yame.lg.jp
URL： http://www.yameshi-shokokai.jp/	URL： http://www.city.yame.fukuoka.jp/

別表 3、別表 4 は
変更ありません。