

経営発達支援計画の概要

実施者名	那珂川市商工会（法人番号 2290005003026） 那珂川市（地方公共団体コード 402311 ）
実施期間	令和8年4月1日～令和13年3月31日
目標	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 地域第三次産業小規模事業者の稼ぐ力の強化</li> <li>2. 地域第三次産業小規模事業者のSNS、HP等を活用した販路開拓のための情報発信の強化</li> <li>3. 地域資源を活用した観光産業の振興</li> <li>4. 創業支援・事業承継支援</li> </ol>
事業内容	<p>経営発達支援事業の内容</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>3. 地域の経済動向調査に関すること 国等が提供するビックデータや経営指導員等が地域経済分析システムを活用し地域経済動向分析を行いHPにて公表する。これらの分析結果により地域経済・消費動向等を掴み、小規模事業者に対して的確な支援を行う。</li> <li>4. 需要動向調査に関すること 小規模事業者に対し、その事業者が必要としている需要動向調査を実施し、その調査結果データを基に事業計画への反映を行うと共に、新たな需要開拓への取組に有効活用する。</li> <li>5. 経営状況の分析に関すること 経営課題の「見える化」を行うため、財務分析、強み・弱みなどを踏まえ小規模事業者の課題抽出を行い、個社の経営状況を把握し、事業計画策定に活用する。</li> <li>6. 事業計画策定支援に関すること 上記3～5で明らかになった課題に対して解決に向けた事業計画策定を支援する。また、創業者・事業承継者に対する事業計画策定支援を行う。より、実現性の高い事業計画に寄与できるようDX推進セミナー等を開催し、小規模事業者の競争力の向上を目指す。</li> <li>7. 事業計画策定後の実施支援に関すること 事業計画策定者に対して、定期的な巡回を通じ事業計画進捗状況の確認や課題解決に関する支援を行う。</li> <li>8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること 自社と自社商品・サービスの情報発信を行っていない、もしくは取り組みの弱い小規模事業者に対してはSNS・HP等活用による販路開拓支援を行う。また、福岡女子商業高等学校と福岡県商工会連合会と連携した地場小規模事業者の需要開拓支援（商品開発支援等）を行う。</li> </ol>
連絡先	<p>那珂川市商工会 〒811-1242 福岡県那珂川市西隈 3-1-10 TEL：092（952）2949 FAX：092（952）9101 e-mail：nakagawa@shokoukai.ne.jp</p> <p>那珂川市 地域振興課 〒811-2392 福岡県那珂川市大字安徳 702 番地 1 号 TEL：092（408）9864 FAX：092（953）4563 e-mail：<a href="mailto:tiiki@city-nakagawa.fukuoka.jp">tiiki@city-nakagawa.fukuoka.jp</a></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

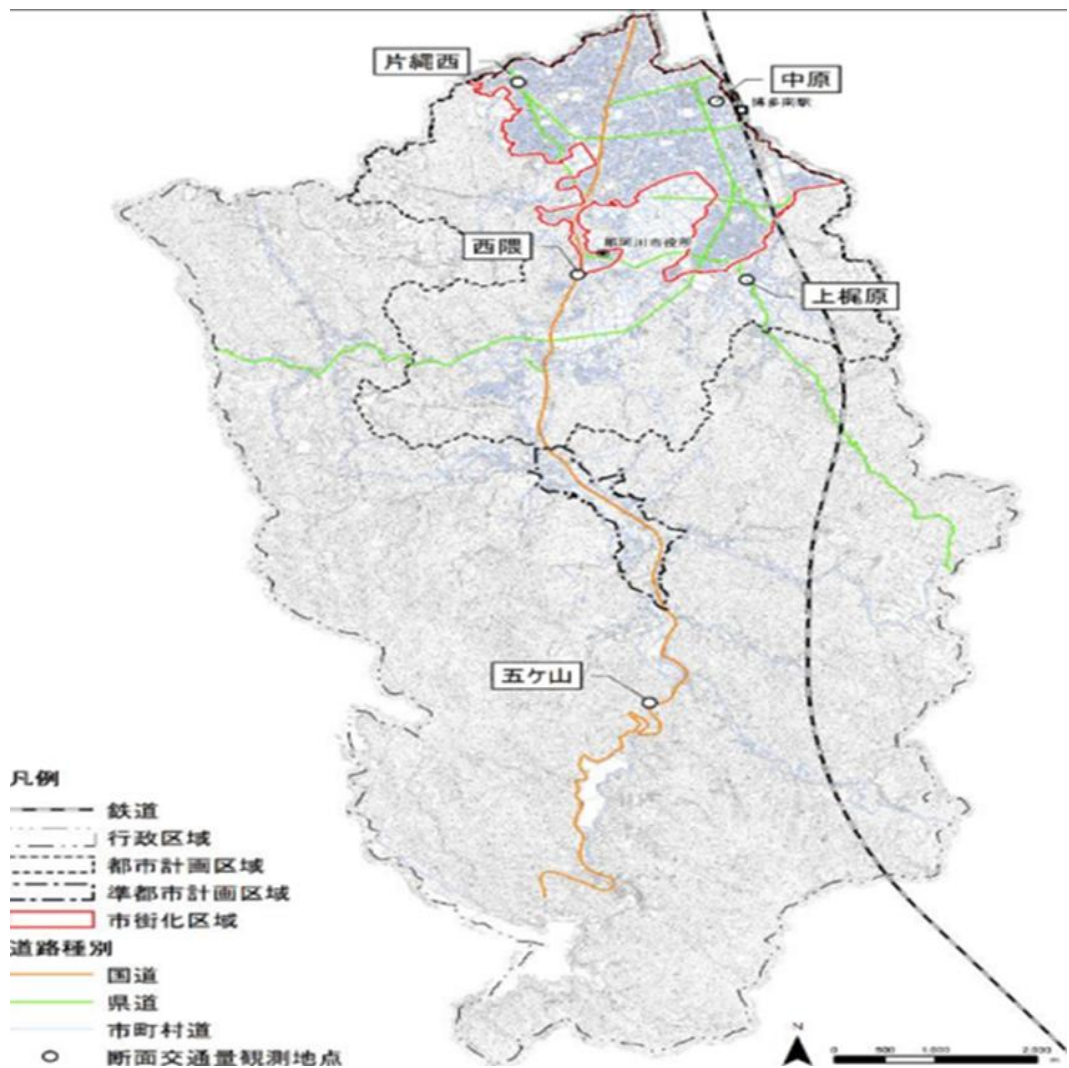
◆ 立地と特性

当会は那珂川市全域を管轄している。

「那珂川市」は福岡県西部にあり、南高北低の地形で総面積は 74.95 平方 km で市域の約 70%が森林である。北部・西部は福岡市に接し、福岡市の都心部から 13km の距離に位置しているほか、東部は春日市と大野城市、筑紫野市、南部は佐賀県、福岡都市圏の一部を構成する。南部側は三方を背振連山に囲まれ、市の名称にもなった那珂川が市の中央を南北に貫いている。新幹線博多南駅や西鉄バス那珂川営業所の周辺を中心とする市北部の平地部はベッドタウンとして発展しているが、他の地域は農地や山地となっており、那珂川の上流には南畑ダムや県内最大の五ヶ山ダム・背振ダムがあり、福岡都市圏の水がめとなっている。その周辺には溪谷や滝が点在している。

近年では、『都心から近いアーバンアウトドアの聖地』を那珂川市総合計画 2021-2030 の中で掲げており、アウトドアブランド「モンベル」が手がけるキャンプ場やコワーキングスペースを備える中ノ島公園や博多南駅ビルなど、変化する消費者ニーズに応えるスポットが増えている。また、福岡市南部の外縁地区（南区鶴田・老司・警弥郷・弥永など）や春日市西部の外縁地区よりも市の中心部は商業が発達しているためこれらの地区から買い物に訪れる人も多い。





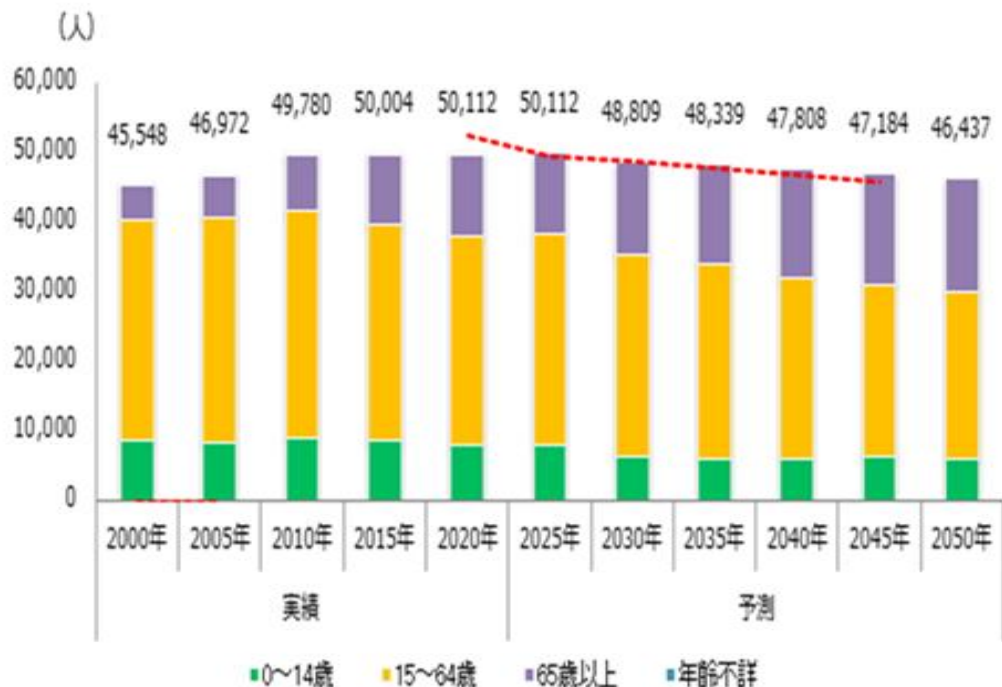
資料：平成 27 年交通センサス

◆ 人口等の特徴と推移

市全体で見ると 2020 年に 50,112 人と順調に人口は増加していたが、北部の一部地域では都市化により人口が増加している反面、面積の大半を占める中南部地域では過疎化と高齢化が進行している地域もあるなど、同じ市の中でも正反対の特性を持っている。市の人口の約 8 割近くが市街地に集中しており、那珂川市の中心地区は福岡市や春日市との間で境界がスプロール化している場所が多い。この一極集中型の市街地のため、人口密度は人口集中地区では 7,000 人/平方 km に近くなる一方、市全体では 663 人/平方 km と約 10 分の 1 の人口密度になる。

現在、那珂川市全体の平均年齢は 44 歳で、65 歳以上の割合は 25% 程度。45～49 歳の働き盛り世代が 8.6% と最も多く比較的住民年齢が若い市となっている。これは福岡市の都心部から 13km の距離にあること、最寄りの新幹線博多南駅から博多駅まで新幹線で最速 8 分、330 円で利用できることが考えられる。

## 那珂川市の人口推移



【2020年】

総面積 (km <sup>2</sup> )	75	平均年齢 (歳)	44.0	昼夜間人口比率 (%)	83.2
人口密度 (人/km <sup>2</sup> )	668.6	※昼夜間人口比率のみ2015年時点			

※図中の点線は前掲2018年3月公表の「将来人口推計」の値 © jp.gdfreak.com

総務省 国勢調査及び国立社会保障・人口問題研究所 将来推計人口、総務省住民基本台帳に基づく人口、人口動態及び世帯数を基に GD Freak! が作成

### ◆ 那珂川市の産業 総括

商工業者数は令和元年と令和6年を比較するとコロナ禍の影響を受け商工業者数、小規模事業者数ともに減少した。特に小規模事業者は10.9%の減少となっている。対人接触が多いと思われるサービス業のみ大きく減少しており、市業者割合は5%減っている。業種構成割合別にみると令和元年はサービス業が28%と一位で以下、建設業が22.7%、小売業が18.2%と続く。令和6年度は建設業が24%で一位、以下サービス業23%、小売業19%と続き、一位がサービス業から建設業に入れ替わっている。コロナ禍も過ぎたことから今後サービス業の創業等が増えていくものと考えられる。

産業別総生産額をみると第三次産業が総生産の83.1%を占めている。令和6年の那珂川市の業種割合は建設業が24%で一位を占め、製造業の8.7%を合わせると32.7%になるが、第二次産業全体の生産額は15.5%と低い状況である。

那珂川市の業種別商工業者数等の推移について（6年比較）

	令和元年		令和6年		増減③-① (件)	増減 (%)
	①事業者数 (件)	②事業者割合 (%)	③事業者数 (件)	④事業者割合 (%)		
建設業	375	22.7	382	24.0	7	1.9
製造業	134	8.1	139	8.7	5	3.8
卸売業	112	6.8	107	6.7	△5	△4.5
小売業	300	18.2	303	19.0	3	1.0
飲食業	188	11.4	184	11.5	△4	△2.2
サービス業	462	28.0	366	23.0	△96	△20.8
その他	80	4.8	113	7.1	33	41.3
商工業者合計	1,651	100	1,594	100	△57	△3.5
小規模事業者数	1,271		1,133		△138	△10.9

令和元年、令和6年商工会実態調査より

那珂川市の産業別総生産額

単位：百万円、%

	令和元年 (4年版)		令和2年 (5年版)		令和3年 (6年版)	
第一次産業	473	0.5	447	0.5	425	0.4
第二次産業	11,591	12.4	17,331	17.9	15,091	15.5
第三次産業	80,639	86.3	78,502	81.1	80,923	83.1
その他	743	0.8	543	0.6	990	1.0
合計	93,446	100	96,803	100	97,429	100

出典：福岡県「令和4年～令和6年年福岡県県勢要覧」

【業種別の特徴と景況感】

＜全業種共通＞

少子高齢化に起因する我が国の労働力供給制約がある中、コロナ禍後経済社会活動の回復等に伴う人手不足の問題も再び顕在化しており那珂川市においても例外ではない。

＜商業・サービス業＞

市内の商業の歴史は新しく、古くからの商店街などはほとんどない。那珂川市が都市化し始めた昭和55年以降ユニード（現：ダイエー・グルメシティ）・サニーなどが進出した。現在は都市化も進行し、マルショク、サニー、マックスバリュといったスーパーマーケットのほか、MEGAドンキ、トライアルといったディスカウントストアもあるが、大型複合商業施設クラスのものではなく、幹線道路沿いにロードサイド店舗が数多く立地している。小規模事業者が営む小売店の中には地域に親しまれている良いお店（優良店）はあるものの、他地域から顧客を誘引できる有名店はなく、スーパーやディスカウントストアの進出により全体としては厳しい状況である。

＜建設・製造業等その他＞

建設業是那珂川市の業種構成では最大であるが生産額は15.5%で製造業を含めても第三次産業の83.3%に比べて著しく低い。工業は今光・片縄地区の一部でみられる程度である。

- ◆ 那珂川市総合計画 2021-2030  
那珂川市総合計画 2021-2030 では『地域資源を活かした活力あるまちづくりを掲げ、『地域の経済・雇用を支える産業を創出・育成する』ことを目標としている。新たな起業の育成、地場産業のイノベーションによる商工業の活性化に加え、那珂川市の豊かな自然環境を活かした観光振興により域内消費の拡大に取り組んでいる。

- ◆ 市の計画に対して商工会ができること

那珂川市総合計画 2021-2030 の具体的施策	商工会が市と連携してできる こと
<p>商工業の活性化</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ 商工業の活性化 ⇒プレミアム商品券の発行 ⇒農業・商工業が連携した交流イベントの促進 ⇒特産物の販売促進</li> <li>➤ 中小企業の育成支援 ⇒中小企業の経営基盤の強化 ⇒各種融資制度の周知</li> <li>➤ 企業誘致と雇用の確保 ⇒継続して関係団体と連携を取りながら積極的な情報発信・情報収集に取り組む</li> </ul>	<p>地域経済を支える小規模事業者の持続的発展への支援</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ 商工業の活性化 ⇒プレミアム商品券の発行 ⇒農っ工ら商（※1）</li> <li>➤ 中小企業の育成支援 ⇒経営革新支援、財務強化、資金繰り・金融支援、生産性向上支援（DX支援、キャッシュレス対応支援等） ⇒個店のブランド化・差別化推進、DX推進、SNS等の活用、Google Mapの活用等による販路拡大 観光部会・商業部会のN・P A S S事業（※2）との連携</li> <li>➤ 雇用の確保 企業業績向上による雇用の促進</li> </ul>
<p>新たな企業の育成</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ 起業・創業者の育成支援 ⇒創業塾の開催 ⇒創業者のフォローアップ</li> <li>➤ 地域産業のイノベーション支援 ⇒起業・創業者・金融機関とマッチングする交流機会の促進</li> </ul>	<p>地域経済活性化と新陳代謝の促進</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ 創業者育成支援、事業承継支援 ⇒創業塾の開催 ⇒創業者のフォローアップ</li> <li>➤ 異業種交流会の開催や福岡よろず支援拠点のセミナー開催</li> </ul>
<p>地域資源を生かした観光の開発</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ 観光情報の発信 ⇒観光ルートマップ、リーフレット、SNS、HPの活用 ⇒地域ブランディングの確立</li> </ul>	<p>地域振興事業の推進</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ 商工会（観光部会）と連携した情報発信 ⇒新たなモニターツアーの開発</li> </ul>

<p>⇒域内周遊性の向上の推進</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ 体験型アクティビティの実施 ⇒アウトドア環境を生かして、主要施設周辺でのキャンプ、湖面アクティビティなどの充実を図る。</li> <li>➤ 五ヶ山クロスを核とした滞在型観光の推進 ⇒五ヶ山クロスを起点に市内の観光拠点や施設を周遊する滞在型観光を推進し、域内消費の拡大を推進する。</li> <li>➤ 周辺自治体と広域連携による観光の検討 ⇒観光連携協定を締結した佐賀県吉野ヶ里町を中心に国道385号線や背振山系で繋がる周辺自治体との連携による広域的な観光振興を検討する。</li> </ul>	<p>⇒SNS、HPの活用</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ 商工会（観光部会）が行っているモニターツアーとの連携</li> <li>➤ 滞在型観光企業の育成、滞在型観光企業間の連携推進、特産品の開発支援 ⇒体験を好む消費者ニーズに合う特産品の開発</li> <li>➤ 吉野ヶ里商工会との連携（観光イベントの共同企画等）</li> </ul>
---	--

※1：那珂川市商工会主催の地域振興イベント

※2：那珂川シティパスポートの略で那珂川市内の飲食業、食品小売業、生活関連商品小売・サービス業、建設業など約110社程度の事業所を掲載。回遊や売上促進のため抽選でプレミアム商品券が当たる仕組みを取り入れている

(1) 課題

◆ 小規模事業者の経営力向上が必要

- ・那珂川市では、若い世代が多いことから、コンビニは21店舗、スーパー・ドラッグストアなどの量販店は25店舗ある。これらの店舗が地域の雇用を支えていることは確かだが、地域の小規模事業者にとっては厳しい経営環境が続いている。
- ・当会が支援する小規模事業者は主に個人経営等の事業者が中心であり、事業主の高齢化も進んでおり、事業計画策定や経営分析を行わずに成り行き経営になっている事業者も少なくない。
- ・コロナ禍の影響を受け、いったん商工業者数、小規模事業者数ともに減少したものの、コロナ禍収束とともにサービス業の出店・創業が増加に転じている。このような状況ではあるが小規模事業者においては強み等の把握ができておらず、同業他社との差別化（ブランド化）が不十分であり、売上不振に陥ることが予想される。
- ・小規模事業者の今後の活路を見出すためには、小規模事業者ならではの独創性、強みを活かした経営力の向上が必要である。

◆ ニーズに合った商品の提供、販路開拓、生産性向上・DXへの取組が必要

- ・小規模事業者の多くは、経営者自身の経験や個人的主観、自社が得意とするものに基づいた商品等を提供する傾向が強く、メインターゲットとなる地域の顧客ニーズや消費動向の変化を把握できていないため、売上に結びつかないケースが多い。
- ・市の中心部は福岡市南部の外縁地区（南区鶴田・老司・警弥郷・弥永など）や春日市西部の外縁地区よりも商業が発達しているためこれらの地区から買い物に訪れる人も多い。那珂川市の消費者も含めて店舗等の販路開拓（情報発信）が必要であるが、実行できていないことが多く売上拡大の機会を失っていることが多い。
- ・現在の消費者の多くはSNSやGoogle Mapなどを使い自分のニーズに合う店舗を探す、小規模事業者はITリテラシーが低いことから、ネットやスマホを活用したSNS

販路開拓やキャッシュレス決済、デジタル技術を活用した業務効率化などについていけない事業者も多い状況である。

- ・町内には人手不足の状況にある事業者が多いため、DXを取り入れた生産性の向上や販売促進等に取り組む必要がある。

◆ 那珂川市の豊かな自然環境（地域資源）を生かした観光振興

- ・豊かな自然を生かしたキャンプ場などのレジャー施設、レストランや、グランピングなどの宿泊施設が増えてきているが、夏期に繁忙期が集中する。官民とも十分に地域資源を生かしていくため、冬期の観光産業振興に力を入れていく余地がある。

◆ 事業承継・創業者育成が必要

- ・那珂川市は比較的若い市ではあるが、経営者の高齢化は今後高齢化が進んでいく（※）また、コロナ禍の影響から抜け出せず、業績不振にて廃業に至る事業所が顕在化しつつあるなか、那珂川市総合計画（2021－2030）に挙げられているとおり新たな雇用の場の創出、及び地場産業の活性化のため今後の円滑な事業承継や創業者への育成が必要である。

※那珂川市商工会の会員の約37%は60歳以上の経営者であり18%は70歳以上となっている。

(2) 小規模事業者に対する長期的な振興の在り方

那珂川市の今後10年を見据えると、経営者の高齢化、大手の小売店チェーン店の出店、ネット社会への対応など小規模事業者を取り巻く経営環境は厳しさを増していくものと思われる。

地域の現状と課題を踏まえ、那珂川市総合計画2021－2030における産業振興を見据えながら、地域経済を支える小規模事業者の持続的発展に向けて、今後10年の振興の在り方について、下記のように考える。

① 地域第三次産業小規模事業者の稼ぐ力の強化

10年後における地域のあるべき姿：地域の小規模事業者が独創性や独自の付加価値を持つなどの強みを活かした経営を行い、ブランドを確立し収益を伸ばしている姿

理由：市内の小売業者等はナショナルブランドの店が多く価格面では太刀打ちできないため独自ブランドを確立するための情報提供や販路開拓の支援を行っていく。

② 地域第三次産業小規模事業者のSNS、HP等を活用した販路開拓のための情報発信の強化、消費者ニーズに基づいた新商品開発支援

10年後における地域のあるべき姿：地域の実店舗をもつ商工業者が顧客ニーズに基づいた商品やサービスの情報を積極的に発信し所在地以外からも大きく売上を伸ばしている姿

理由：那珂川市の人口は2025年をピークに今後減少に転じる予想であり、特に増加周辺自治体からの顧客の誘因が必要である。現在の消費者の購買行動については、AISAS（アイサス）の法則（※）にみられるようにインターネットで検索することが多く、顧客の商品等の購入行動後、「口コミ」が消費者間で共有され、更なる広告宣伝効果を発揮している。また、商品やサービスの開発に当たってはメインターゲットとなる地域の顧客ニーズや消費動向の変化を把握することが重要だが、地域の小規模事業者はできていない。このため顧客ニーズに基づいた商品・サービスの開発とその販路開拓のため情報発信を行えるよう支援していく。

※ AISAS（アイサス）の法則とは、Attention（認知・注意）、Interest（興味・関心）、Search（検索）、Action（行動）、Share（共有）の5つの頭文字をとった消費者の購買行動モデル

のこと。

③ 地域資源を活用した観光産業の振興

10年後における地域のあるべき姿：那珂川市の魅力が認知され、通年で体験型コンテンツが確立し、宿泊・飲食・体験・物販が回遊導線で結ばれ、観光消費単価が向上する姿である。平日・閑散期にも地元の資源を生かした着地型観光の増加。

理由：体験型観光が定着することで創業の増加が見込まれること、地場産業と関連する各種商品・サービスの提案により粗利を高め、観光の裾野を地域小規模事業者に広く波及させるためである。

④ 創業支援・事業承継支援

10年後における地域のあるべき姿：創業支援は年間創業数が安定的に9件、創業支援者の5年生存率が70%を維持する姿である。事業承継支援は後継者候補育成と第三者承継の市場が整備され、支援企業の30%が計画的に承継完了する姿である。

理由：創業支援は、新しいビジネスの創出を促し、地域経済の活性化や雇用の創出に繋がるため重要である。事業主の高齢化で事業の担い手が不足する中、創業により新陳代謝と産業の多様化を促し、地域の稼ぐ力を再構築する必要がある。単発支援ではなく、計画・資金・実行・検証の伴走体制を整え、失敗コストを下げて生存率を高めることが重要である。事業承継支援は、企業の存続と成長を支え、廃業による雇用や技術の喪失を防ぐために不可欠で、早期の事業承継計画、M&A仲介・金融・専門家連携の仕組み化が不可欠であり、承継後の経営改善まで切れ目なく支援する必要がある。

(3) 経営発達事業の目標

① 地域第三次産業小規模事業者の稼ぐ力の強化

支援計画の認定期間（5年間）目標

KG I：売上高、経常利益率10%増

KPI：新規顧客獲得数 従業員一人あたりの売上高10%増加

設定した理由：売上や利益は最終的な事業の成長を数値で捉え、経営の健全性を判断できる。その過程の中で新規顧客獲得数 従業員一人あたりの売上高を高めることがまず必要である。

② 地域第三次産業小規模事業者のSNS、HP等を活用した販路開拓のための情報発信の強化

支援計画の認定期間（5年間）目標

《SNS、HP活用をした販路開拓》

KG I：売上高10%増

KPI：フォロワー数10%増、サイトアクセス数10%増

設定した理由：売上は事業の成長に直結する最も重要な指標でありSNSやHPからの購買を直接的に促すため。SNSのフォロワー数、HPのサイトアクセス数の増加は売上に係る特に重要となる要因

《消費者ニーズに基づいた新商品開発支援》

KG I：顧客ニーズの商品化による売上10%増

KPI：新規顧客獲得数、新製品売上高比率10%増加

設定した理由：新商品の事業に及ぼす影響を測定するため設置

③ 地域資源を活用した観光産業の振興

支援計画の認定期間（5年間）目標

KG I：観光入込客数 10%増加

KP I：那珂川市や市内観光関連事業者との情報交換会 年 3 回

設定した理由：情報交換・共有を行いながら観光コンテンツの開発や地域イベントの開催につなげる。

④ 創業支援・事業承継支援

支援計画の認定期間（5年間）目標

《創業支援》

KG I：創業件数 45 件、5 年生存率 80%以上、創業後 3 年の売上初年度比 10%増

KP I：創業計画 9 件（年）年 6 回のフォローアップ支援

設定した理由：創業は地域経済の活性化や雇用の創出に繋がるため現状の創業者数から件数を設定

《事業承継支援》

KG I：承継完了 5 件、承継後 2 年で売上 10%増・雇用維持率 80%

KP I：承継診断実施 18 社、事業承継計画策定 6 社、（年間）年 6 回のフォローアップ支援

設定した理由：事業承継は企業の存続と成長を支え廃業による雇用や技術の喪失を防ぐために必要である。65 歳以上の経営者から件数を設定

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 8 年 4 月 1 日～令和 13 年 3 月 31 日）

(1) 経営発達支援事業の内容

① 地域第三次産業小規模事業者の稼ぐ力の強化

**達成方針 1**：丁寧なヒアリング等経営状況の把握

財務の定量的な分析及び自社の強みや弱みなどの定性分析も併せて行う。

**設定した理由**：自社の経営状況を把握し、問題点について腹落ちしなければ自発的経営改善行動に結びつかない。

**達成方針 2**：経営分析に基づいて経営改善に係る事業計画策定を支援する。

計画実行に当たっては自走化できるように合わせて指導する。

**設定した理由**：事業計画を立てることで、経営の目標や達成方法が具体的になり、経営資源を効率的に配分できるようになる。会社全体の進むべき道が明確になるため、迅速な意思決定が可能となり、間違った判断をするリスクも最小限に抑えられる。

**達成方針 3**：定期的なフォローアップ（進捗確認）

フォローアップの際に明確になった課題に関しては優先順位を付けて課題解決にあ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う。

**設定した理由**：現状の通り事業計画策定後のフォローを行わないと、日々の営業活動に追われる小規模事業者は、現状と計画との乖離が大きく生じて、計画どおりに実行できていないことが多い。

**全体のスケジュール**：これまで経営指導に当たっては財務分析などの定量分析が主で自社の強みや弱みなどの定性分析は十分ではなかった。小規模事業者の稼ぐ力の強化には財務の

定量分析に加え定性分析を踏まえた事業計画の策定とその実行が不可欠である。また人手不足や業務効率化に取り組むことが小規模事業者の稼ぐ力の強化につながる。よってDXセミナーと経営分析を行った事業者を対象に経営計画策定セミナーを行い稼ぐ力強化する。事業計画策業者には計画的にフォローアップを行い進捗確認と計画阻害要因があれば適切に改善策を支援する。必要に応じてSNS、HP等を活用した販路開拓のための情報発信の強化、新商品開発支援も併せて行う。

- ② 地域第三次産業小規模事業者のSNS、HP等を活用した販路開拓のための情報発信の強化、新商品開発支援

《SNS、HP等を活用した販路開拓》

**達成方針1**：まずは経営指導員等が事業所と一緒にITを活用した情報発信を行い事業者が自ら行えるように支援していく。

**設定した理由**：近年では社会生活の変化と共に、インターネットやスマホなどIT技術を使った販路開拓が必要不可欠になっている。これに対して、那珂川市の小規模事業者の多くは販路開拓について人材不足やITリテラシーの低さ（経営者の高齢化）によりITを活用した販路開拓等のDXに向けた取り組みが進んでいない。

**全体のスケジュール**：Googleビジネスプロフィール（Google Map）やInstagramは比較的簡単に携帯で扱えるため短時間で運用を開始し、効果を検証できるように経営指導員等がまず中心となって支援する。その後、効果が芳しくない先については専門家等の支援を実施する。

《消費者ニーズに基づいた新商品開発支援》

**達成方針1**：福岡女子商業高等学校と連携した顧客ニーズ調査と新商品開発

**設定した理由**：福岡女子商業高等学校は女子商マルシェ（※1）を19年にわたり運営し、生徒自らの感性により新商品を企画・提案するなど実績があり、若者ニーズにマッチした商品開発が期待できる。

**達成方針2**：DOCORE（どおこれ）によるテスト販売

**設定した理由**：お客様の声を出品者にフィードバックし「商品の育成」をコンセプトにしているアンテナショップであることから、顧客ニーズに対応した売れる商品開発が期待できる。

**全体のスケジュール**：毎年11月まで福岡女子商業高等学校と連携した顧客ニーズ調査と新商品開発を先行させ、その後引き続きDOCORE（どおこれ）によるテスト販売にてブラッシュアップできるように支援していく。

※1：『女子商マルシェ』全校生徒によって毎年2日間行われる経営実践（販売実習）で来場者数は4,000人超、売上は1,000万円を超えることもある。

※2：DOCORE（どおこれ）は福岡県商工会連合会が運営する博多駅から徒歩3分の博多マルイ2階にあるアンテナショップで、お客様の声を出品者にフィードバックし「商品の育成」をコンセプトにしている。また、商品の導入及びフォローにあたっては、必要に応じて、専門家と連携するなど事業者の段階にあった支援を行っている。

- ③ 地域資源を活用した観光産業の振興

**達成方針1**：那珂川市・関係商工業者との協議の加速

**設定した理由**：本格的な取り組みはこれからであり那珂川市の総合計画2021-2030に基づく市の取組と商工会の取組みについて関係商工業者を交えて協議を行い連携しながら実

施するためである。

**達成方針 2：**回遊導線の設計を行う。 駅・宿・飲食・物販・体験を結ぶ回遊マップを整備し、スタンプラリーと特典で移動を促す。宿泊者向け割引クーポンを発行し、体験後の物販購入へ誘導する。

**設定した理由：**点在資源を線で結ぶことで滞在時間と支出を拡大できるためである。導線設計は 機会損失を減らし複数拠点の売上に波及するためである。

**達成方針 3：**冬期観光コンテンツの造成し、コンテンツ利用後の冬期限定商品購入や SNS 投稿特典等を設ける。

**設定した理由：**現在の夏期偏重の観光コンテンツは人や設備の稼働の波と収益の不安定を生むためである。冬期商品・サービスにより人員と設備の稼働を均一化し、売上と回遊を同時に高められる。冬期の観光コンテンツの開発は物販連動の起点となり、地域全体の収益最大化に寄与するためである。

**全体のスケジュール：**那珂川市・関係商工業者と地域資源を活用した観光産業の振興協議を加速するとともに並行して回遊同線の設計を協議し令和 10 年度には完成させる。関係商工業者には個別に冬期観光コンテンツの開発支援と事業計画支援を行うとともに SNS、HP 活用をした販路開拓のための情報発信の強化支援を併せて行う。

#### ④ 創業支援・事業承継支援

《創業支援》

**達成方針 1：**創業計画策定から資金調達までのワンストップ支援

**設定した理由：**創業は資金調達を伴うことが多く創業の成否を握っている。創業の相談とともに資金調達の準備を同時に行うことでスピーディに創業させる。

**達成方針 2：**創業後の保険手続き、営業体制構築のフォローアップ

**設定した理由：**創業後は事業運営に係る体制を早く確立することが求められる。

**達成方針 3：**定期的フォローアップ体制の構築

**設定した理由：**創業計画の確実な実行とともに 5 年生存率のアップを図る。

**全体のスケジュール：**創業支援に当たっては支援者ごとに日本政策金融公庫や地域金融機関と綿密に連携を図り資金調達を支援するとともに、併せて保険会社等と連携を図り営業体制の構築を支援する。フォローアップについては計画的に訪問して創業計画の進捗確認と計画阻害要因があれば適切に改善策を支援する。

《事業承継支援》

**達成方針 1：**早期診断と事業承継計画策定

60 歳以上の経営者に承継診断を実施し、資産・知財・人材の棚卸しを行う。5 年計画テンプレートを提供し、関係者・金融機関の合意形成する場を設定する。必要に応じて課題別に税務・法務の専門家を派遣する。

**設定した理由：**可視化がなければ承継は停滞するためである。事業承継計画策定により関係者の期待が整合し、金融支援も得やすくなる。早期着手は選択肢を広げ、税務リスク低減や価値向上につながるため効果が高い。

**達成方針 2：**第三者承継のマッチング体制

主に日本政策金融公庫、福岡事業承継引継ぎセンターの連携窓口を設置し、買い手候補リストを整備する。

**設置した理由：**親族承継だけでは母集団が不足するためである。公的・民間ネットワークの統合で成約率が上がる。

全体のスケジュール：60歳以上の経営者に順次アプローチして事業承継の重要性を啓発するとともに希望者には早期診断と事業承継計画策定支援を行う。併せて親族内承継が難しい事業者には日本政策金融公庫、福岡事業承継引継ぎセンターと連携し支援を行う。

## 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】

これまで地域経済動向調査は実施しておらず、景気動向調査分析については全国商工会連合会（全国連）が分析した小規模企業景気動向調結果（以下、全国連調査結果）を内部資料として職員間で共有しているのみで那珂川市独自の加工や公表までは行っていない。

##### 【課題】

地域経済動向調査については、国のビックデータ『RESAS』（地域経済分析システム）等を活用した地域経済動向調査分析を行う。景気動向分析については全国連調査結果に加え商工会独自調査を合わせて実施し、地域の小規模事業者に対してよりの確な情報提供を行う必要がある。

#### (2) 目標

内容	公開方法	現行	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度	令和12年度
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
景気動向分析の公表回数	HP掲載	—	2回	2回	2回	2回	2回

#### (3) 事業内容

小規模事業者に対して、よりの確な支援を行うため以下の①地域経済動向分析、②景気動向分析を行う。

##### ① 地域経済動向分析（国のビックデータ『RESAS』等を活用）

限られたマンパワーの中で効果的に地域経済・消費動向を把握し、小規模事業者を的確に支援するために、経営指導員等が『RESAS』等を使い地域の経済動向分析を行い年1回公表する。

調査手法	主に『RESAS』（必要に応じてMieNa）を活用し、消費動向等に関する情報を収集し経営指導と専門家と連携して経済動向分析を行う。
調査項目	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 『RESAS』（地域経済分析システム） <ul style="list-style-type: none"> <li>・地域経済循環マップ⇒地域のお金の流れを把握し、どのような産業が地域に大きな影響を与えているか分析</li> <li>・産業構造マップ⇒各産業の現状を詳細に把握し地域の特性を分析</li> <li>・企業活動マップ⇒地域別の企業の経営状況を比率等で分析</li> <li>・まちづくりマップ⇒地域における人の流れ等を分析</li> <li>・他各種経済指標</li> </ul> </li> <li>◆ 『MieNa』（市場情報評価ナビ） <ul style="list-style-type: none"> <li>・那珂川市の市場特性、成長性、富裕度、家族層、消費購買力等の指標を用いた商圈分析</li> </ul> </li> </ul>

② 景気動向分析

那珂川市の景気動向等について、より効果的な実態を把握するため、全国連が行う「小規模事業景気動向調査」に加え、引き続き商工会独自のヒアリングシートにて年2回調査・分析を行う。

調査手法	経営指導員等が巡回・窓口指導時に、商工会独自のヒアリングシートを使用し、聞き取り調査を行い、回収したデータを整理し、専門家と連携し分析を行う。
調査対象	那珂川市内の小規模事業者を中心とした30社 (建設業：12社、製造業：2社、卸・小売業・飲食業：8社、サービス業：8社を目標) ※
調査時期	6か月ごとに実施(30社×年2回)
調査項目	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 事業所概要(業種、主な取扱商品、従業員数)</li> <li>● 事業の景況(売上高、仕入高、経常利益、資金繰り、今後の見通し、設備投資) うち商業者(客数、客単価等) うち工業者(受注単価、工場稼働率等)</li> <li>● 経営上の課題や問題点</li> <li>● 今後の支援策などの要望</li> </ul>

※各業種の件数については那珂川市の業種割合による。

(4) 調査結果の活用

分析した経済動向及び景気動向の結果は本会HPに掲載・公表し広く市内小規模事業者等に周知することで、経営課題の把握や今後の経営計画策定に活用してもらう。また、経営指導員等が巡回・窓口指導や各種支援を行っていく際の参考資料として活用する。

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

近年、各事業所の商品・サービスについての需要動向調査を行って、新たな販路に結びつけようと努めてきたが、成果が上がらず、人員不足も相まって本調査が十分に実施できていない。そのため、事業者支援の際に、専門機関が公表している需要動向情報を提供していたものの、地元の消費者のニーズが反映されていない、一般的な情報提供となっていたため、効果的な事業となっていなかった。

【課題】

那珂川市内には、地域に親しまれている良いお店(優良店)はあるものの、他地域から顧客を誘引できるような「有名店」がない。本調査を通じて、地域を活性化させる『核』となる「有名店」が育成できていない。今後は、『核』と成り得る「有名店」を育成し、その他の事業者へ波及させ地域事業者の活性化を図る必要がある。そのため、(那珂川市に特に特産品等がない中で)漠然と小売業の商品に対する需要動向調査を行うのではなく、地域の特性を活かした名物やブランド品等の開発可能性の高い業種などに調査対象の絞り込みを行ったうえで、需要動向調査を行い、地域活性化の起爆剤になるような支援を行う必要がある。

(2) 目標

内容	現行	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度	令和12年度
需要動向調査のフィードバック業者	—	10者	10者	10者	10者	10者

内 飲食業		5 者	5 者	5 者	5 者	5 者
内 (製造) 小売業者		5 者	5 者	5 者	5 者	5 者

(2) 事業内容

地域の消費者のニーズに基づいたマーケットインの考え方を取入れ、さらに魅力ある商品等開発、核となる有名店の育成を行うため、『私が選ぶ那珂川市のお気に入りの店舗』と題して一般消費者を対象にアンケート調査を実施する。なお、調査については、福岡女子商業高等学校で年2日行われる『女子商マルシェ』や商品券事業に付帯して実施する。

調査対象事業者については、(1) 地域の特性を活かしたブランド品等の開発可能性の高い「飲食店」と、(2) (製造) 小売業とし、調査結果のフィードバックはアンケートで名のあがった飲食店5社、(製造) 小売業5社の合計10社に対して行う。

調査対象業種	(1) 飲食店、(2) (製造) 小売業者
調査手法	女子商マルシェ、商品券アンケートに付帯して行う。
サンプル数	来女子商マルシェ 200 人、商品券 100 人
調査項目	<p>(1) 【飲食店に対する調査】</p> <p>① 個別需要・ニーズ調査</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 性別 年齢</li> <li>● 那珂川市でのお気に入りの店舗及び料理とその理由</li> <li>● 料理・サービスの改善点、要望等</li> </ul> <p>② 一般個別需要・ニーズ調査</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 飲食店を利用する頻度</li> <li>● 飲食店を選ぶ基準 (値段、量、キャパ、健康、店主店員の人間性)</li> <li>● 飲食店を利用する目的 (朝食、昼食、夕食、会食宴会)</li> <li>● 飲食店を利用するときの人数 (1 人、2 人 3 人、) それ以上)</li> <li>● 何料理が好きか (洋食、中華、和食 その他)</li> <li>● 具体的に好きな料理を教えてください。</li> <li>● 家族で食事するときが一番重要視するものは何ですか。</li> <li>● 飲食店に求める料理以外のサービス等 例えばキャッシュレス、クーポン、接客、キッズルーム</li> </ul> <p>(2) 【(製造) 小売り業者に対する調査】</p> <p>① 個別需要・ニーズ調査</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 性別 年齢</li> <li>● 那珂川市でのお気に入りの店舗及び商品とその理由</li> <li>● 商品の改善点、要望等</li> </ul> <p>② 一般個別需要・ニーズ調査</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 当該業種を利用する頻度</li> <li>● 当該業種を選ぶ基準 (値段、サービスの質、利用時間店主及び店員の人間性)</li> <li>● 当該業種に求める主サービス以外のサービス等</li> </ul>

(3) 調査結果の活用

調査結果は、『私が選ぶ那珂川市のお気に入りの店舗』に名の上がった小規模事業者に対して経営指導員等が整理・分析を行い（必要に応じて、専門家の助言を入れ）、フィードバックし、地域消費者ニーズに合った更に売れる商品（メニュー）、サービスの開発・改良・改善につなげ、『核』と成り得るモデル企業になるよう伴走支援を行う。  
また、調査結果データを活用し、課題の抽出を行い、今後の経営分析・事業計画策定に繋げ有効活用する。

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

経営状況の分析については、当会の記帳指導や金融指導を行っている事業者、経営革新、持続化補助金など各種補助金申請支援事業者に対して定量分析（財務分析）に加え適宜SWOT分析・3C分析（※）など定性的分析（非財務分析）を行っているが、記帳指導先については定性的分析（非財務分析）による自社の強みや課題など本質の抽出や提案は十分には行えていない。

※：3C分析とは、Customer（市場・顧客）、Company（自社）、Competitor（競合）という3つの「C」について分析する方法で、事業計画やマーケティング戦略を決定する際などに用いられる。マーケティング戦略を決定する際、自社ではコントロールできない外部環境と自社の内部環境の両面から見ていく必要があるが、3C分析では外部環境として「市場・顧客」「競合」、内部環境として「自社」を分析対象としている。

【課題】

小規模事業者は総じて数字に対し苦手意識があり、自身で経営分析に取り組むことはハードルが高いと感じている事業者が多いため、あらゆる相談の際に経営分析の必要性を理解してもらう必要がある。これに加えて、コロナ禍からの回復期にあるとはいえ、昨今の物価高騰、人件費高騰の影響を受け経営状況が大きくマイナスに転じている事業者が増えてきている中、経営分析必要性は以前にも増して大きくなっている。経営基盤が脆弱な小規模事業者は経営分析の必要性を「対話と傾聴」を通じて十分に理解させ、定量分析（財務分析）、定性的分析（非財務分析）を行って本質的課題把握し具体的な事業計画を策定する必要がある。

(2) 目標

内容	現行	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度	令和12年度
経営分析（事業者数）（※1）	50者	120者	120者	120者	120者	120者

※1：令和8年度以降、経営指導員一人当たり 40者×3人

(3) 事業内容

当会のエリアでも全業種にわたり人員不足感が強く、セミナーを開催しても参加が少ない。そのため当会においては巡回や窓口相談により経営分析の必要性を説明し、事業計画策定や今後の販路拡大・自社DXに前向きな事業者の掘り起こしを行い経営指導員等が経営分析を実施する。なお、経営分析は対話と傾聴を通じて、小規模事業者自らが本質的な課題を抽出し、強み等の気づきを与えることを基本姿勢とする。

【巡回・窓口相談時における経営分析】

売上向上を図る等、下記の事業者を対象として巡回・窓口相談時に経営分析を行い経営課題が明らかになった場合、中小企業診断士と連携し解決策（例えば販売力、営業力の強化、コスト

低減・業務効率化による収益性の向上)を相談者に提示する。

対象者	<ul style="list-style-type: none"> <li>・売上向上を図る事業者</li> <li>・商品・新サービスで販売拡大を目指す事業者</li> <li>・経営改善が必要な事業者</li> <li>・事計画策定に意欲的な事業者</li> <li>・記帳指導事業者</li> </ul>	
分析の項目	<p>財務分析：収益性、安全性、成長性等の財務指標により業種平均と比較し、財務上の強みと弱みを把握し改善の方向を見出す。</p> <p>非財務分析：下記の項目について、対話と傾聴を通じて、事業者の内部環境の強み、弱み、事業者を取り巻く外部環境の機会、脅威を整理し、最適な意思決定に繋げる。</p>	
	内部環境	外部環境
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・商品、サービス</li> <li>・ノウハウ等の知的財産</li> <li>・仕入先、取引先</li> <li>・デジタル化、IT活用状況</li> <li>・人材、組織</li> <li>・事業計画の策定・運用状況</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・商圏内の人口、人流れ</li> <li>・業界動向</li> <li>・競合</li> </ul>
分析手法	<p>売上向上を図る記帳指導先は福岡県連使用の既システムを活用し、その他の売上向上を図る事業者の財務分析は経済産業省の「ローカルベンチマーク」、中小企業基盤整備機構の「経営自己診断システム」等を活用し経営指導員が分析を行う。</p> <p>なお、非財務分析はSWOT分析又は3C分析のフレームを活用して整理する。</p>	

#### (4) 分析結果の活用

上記分析結果は、当該分析事業所に対してフィードバックを行う。

- 解決すべき財務的経営課題と外部的・内部的経営課題、競合や顧客を把握することで、小規模事業者の経営改善及び事業再構築・多角化の方向性や処方箋を明らかにするとともに実現性の高い事業計画策定支援の基礎として活用する。
- 同業他社や業界の経営指標や自社の目指すべき経営指標を基に、対話と傾聴を重ね自社の経営課題と目指すべき姿を見つめ、事業計画の重要性に気づきを与える。
- 専門的な課題やより深い分析が必要な場合は、福岡県商工会連合会や福岡県よろず支援拠点の専門家・コーディネーター等と連携し小規模事業者の抱える経営課題に対してサポートを行う。
- 分析結果は本会内の共有フォルダにデータベース化し、経営指導員等のスキルアップ及び今後の各種支援に対する参考資料として活用する。

## 6. 事業計画策定支援に関すること

### (1) 現状と課題

#### 【現状】

昨年、当会において事業計画策定セミナーはできていない状況ある。また、これまでの一般的な傾向としてセミナーの参加者は当会より参加を促した参加者が大半であり、自発的参加者が少ないことを考えると一般的に小規模事業者において事業計画策定の意義や重要性が十分理解されていないことが分かる。

また、当会の事業計画策定支援においても、金融斡旋や補助金申請の為の事業計画策定支援となっていることが多く、一時的な効果はあるものの、一過性の事業計画で終わるケースも少なくない。

**【課題】**

今日の急変する経営環境を乗り越えるためには、小規模事業者が自身の強みを把握した上で、消費者ニーズに沿った事業計画策定が必要であるが、日々の事業活動に追われていることが多いことから、成り行き経営となっているケースが多く、自ら事業計画を策定する事業者はほとんどいない状況である。

今後は、対話と傾聴を通じ、事業計画策定の必要性を理解してもらうことが重要である。また、DXの進んでいない事業者には計画の中に取り組みを促し加えていくことが必要である。

(2) 支援に対する考え方

- 事業計画策定の必要性を理解してもらうため、対話と傾聴を通じ、経営分析を行い、自社の強みや弱み等の本質的課題を把握した上で、事業者自らが当事者意識を持って事業計画策定に能動的に取り組めるよう、経営者の内的動機付けを行う。
- 事業計画策定支援の前段階において、小規模事業者の競争力の強化に向けて販路開拓や生産性向上を図るため、より効果的な事業計画策定ができるよう、DXに向けたセミナーを行い経営改善への取組を支援する。
- 創業者育成支援についてはより丁寧な伴走支援を行う。
- 事業承継支援が必要な小規模事業者に対しては、福岡県事業承継・引継ぎセンター等と連携して実現可能な事業計画策定支援を行う。

(3) 目標

内容	現行	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度	令和12年度
DX推進セミナー	1回	1回	1回	1回	1回	1回
事業計画策定セミナー	—	1回	1回	1回	1回	1回
事業計画策定事業者数(※1)	33者	36者	36者	36者	36者	36者
創業セミナー(※2)	随時	1回	1回	1回	1回	1回
創業計画策定事業者数(※3)	13者	15者	15者	15者	15者	15者
事業承継計画策定事業者数(※4)	2者	3者	3者	3者	3者	3者

※1：令和6年の実績を踏まえ、指導員一人当たり12者×3人。

※2：創業セミナーは現在個別対応として随時開催。令和8年以降はセミナー方式も対応

※3：令和6年の目標を踏まえ、指導員一人当たり5者×3人

※4：指導員一人当たり指導1者×3人

(4) 事業内容

①「DX推進セミナー」の開催

セミナーを受講した事業所の中から取組意欲の高い事業者に対しては経営指導員等が相談対応し、必要に応じてIT専門家等の派遣を実施する。

支援対象	デジタル技術を用いた経営に関心が高いDX推進希望事業者及び、経営分析を行った事業者
募集方法	商工会・市HP、商工会・市LINE公式アカウント、募集チラシ
講師	ITに強い中小企業診断士、IT専門家、福岡よろず支援拠点
開催回数	年1回
参加者数	20名

カリキュラム	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ D X 総論、D X 関連技術や具体的な活用例</li> <li>➤ S N S 等を活用した販促・情報発信手法</li> <li>➤ E C サイト構築支援、E C サイト利用方法等</li> </ul>
--------	--

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及び事業計画策定に関心のある事業者
募集方法	経営分析を行った事業者への声掛け、商工会・市HP、商工会・市LINE公式アカウント、募集チラシ
講師	中小企業診断士等
開催回数	年1回
参加者数	20名
カリキュラム	自社の強み・弱み・課題の抽出、事業アイデアの作り方、販促計画の作り方
支援手法	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ 事業計画策定セミナー参加者に対しては経営指導員等が担当制で張り付き、必要に応じて専門家と連携し、事業計画策定支援を行う。</li> <li>➤ 経営分析を行った事業者及び事業計画策定に関心がある事業者に対し地域経済動向調査、需要動向調査、経営分析で行った調査結果を活用し事業者が抱える課題解決に繋がる事業計画策定を行う。</li> </ul>

本会が目標にかける創業促進と事業承継による新陳代謝の促進及び地域経済活性化のため、以下の③、④のセミナーについても取り組む。

③ 「創業セミナー」の開催

現在、特定創業における創業塾は一对一の個別での対応をしているが、集団講習での需要もあることから日本政策金融公庫などの関係機関と連携して集団講習（セミナー形式）を1回併設開催する。創業予定者に対して経営の基礎知識や創業計画書策定指導などの内容について体系的に学べる講義を行う。

支援対象	創業予定者及び創業5年未満の小規模事業者
募集方法	商工会・市HP、商工会・市LINE公式アカウント、募集チラシ
講師	中小企業診断士 起業家、経営指導員
開催回数	1回
参加者数	10名
カリキュラム	『創業体験』『ビジネスモデルの検討』『マーケティングの基礎』『販路開拓』『資金調達・開業手続き』『ビジネスプランの作成』

④ 事業承継計画の策定

事業承継支援については経営分析を行った小規模事業者等から事業承継が必要な事業者を掘り起こし、福岡県事業承継・引継ぎ支援センター等と連携して事業承継計画の策定支援を行う。

支援対象	60歳以上の経営者（法人・個人）事業承継予定の後継者
支援手法	上記の対象者に対し経営指導員若しくは専門家派遣を利用して、事業承継計画策定支援を行う。

## 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、事業計画を策定した小規模事業者に対して継続したフォローアップを随時実施しているものの、マンパワー不足や巡回準備不足などが重なり、不定期的なフォローとなっている状況である。

令和6年度は人員不足のなか、48の事業計画（創業、事業承継計画を含む）を策定したが、内部での支援情報の共有、システム入力、紐づけの不備によりフォローアップ支援は十分できていないとは言えず、実績についても十分把握できていない。

#### 【課題】

現状の通り事業計画策定後のフォローを行わないと、日々の営業活動に追われる小規模事業者は、現状と計画との乖離が大きく生じて、計画どおりに実行できていないことが多い。

また、定期的なフォローを通じて事業計画の進捗状況を把握する中で、新たな経営課題や計画実行阻害要因が生じた場合には事業計画の見直しや、直面した課題の解決支援に速やかに対応することが経営指導員等に求められる。

限られたマンパワーでは対応できないことも想定されるため、経営指導員だけではなく、経営支援員を含めた組織的支援体制を構築していく必要がある。また、内部での支援情報の共有、入力、紐づけの徹底も併せて行う必要がある。

### (2) 支援に対する考え方

定期的な巡回を中心としたフォローアップを実施し、事業計画の進捗管理を行う。その中で事業者自ら能動的に実施し、事業計画に基づく行動の定着（自走化）を目指す。支援の際に明確になった課題に関しては優先順位を付けて課題解決にあ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。フォローアップ支援は全ての事業計画策定事業者が対象で、事業計画、創業計画、事業承継計画と区分ごとに標準のフォローアップ回数を定めるものの、事業計画の進捗状況や支援の緊急性に応じて、訪問回数を増やし、集中的に支援すべき事業者と、ある程度順調と判断し、巡回数を減らしても差し支えない事業者を見極めた上で柔軟にフォローアップを行う。

### (3) 目標

内容	現行	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度	令和 11年度	令和 12年度
経営計画フォローアップ事業者	33者	36者	36者	36者	36者	36者
経営計画フォローアップ（延回数）頻度	66回	144回 （36者 ×4回）	144回 （36者 ×4回）	144回 （36者 ×4回）	144回 （36者 ×4回）	144回 （36者 ×4回）
売上増加事業者数（※1）	—	10者	10者	10者	10者	10者
利益率3%以上増加の事業者（※1）	—	10者	10者	10者	10者	10者
創業者フォローアップ事業者	13者	15者	15者	15者	15者	15者
創業者フォローアップ（延回数）頻	26回	90回 （15者 ×6回）	90回 （15者 ×6回）	90回 （15者×	90回 （15者×	90回 （15者×

度				6回)	6回)	6回)
事業承継フォローアップ事業者	2者	3者	3者	3者	3者	3者
事業承継フォローアップ(延回数)頻度	4回	12回 (3者× 4回)	12回 (3者× 4回)	12回 (3者× 4回)	12回 (3者× 4回)	12回 (3者× 4回)

※1：フォローアップ対象企業の約30%で設定

#### (4) 事業内容

##### 【支援内容・手段】

##### ① 事業計画策定事業者

###### 【支援内容・手段】

事業計画策定事業者については経営計画策定後、経営指導員が年4回(四半期に1回)フォローアップを実施する。計画と進捗状況にズレが生じている場合にはフォローアップ頻度の見直しを行うとともに、中小企業診断士等の助言を受け計画の修正の方向性に対して第三者の視点でチェックできる体制を敷く。

##### ② 創業計画策定事業者

###### 【支援内容・手段】

創業支援については、経営計画策定後、経営指導員が年6回(2か月に1回)を目安に原則巡回訪問し、フォローアップを実施する。計画と進捗状況にズレが生じている場合には巡回指導等フォローの頻度を上げることにより、資金不足等危機的状況に至らないよう留意するとともに必要に応じ中小企業診断士等の外部専門家と連携し販路開拓に関するアドバイス、資金繰りに関する分析など創業者個々の目標に対して、修正改善を図り臨機応変に対応する。

##### ③ 事業承継計画策定事業者

###### 【支援内容・手段】

事業承継計画策定事業者については経営指導員が年3回(4か月に1回)を目安に巡回訪問によりフォローアップを実施し、進捗を確認する。福岡県事業承継支援ネットワークなどの専門家派遣制度を活用し、スムーズに進捗するようサポートする。計画と進捗状況にズレが生じている場合には事業承継支援ネットワークと連携して計画の見直しや助言を行うことで、当初計画とのズレや想定していなかった課題などに対応し、フォローアップの頻度の変更を適宜行う。

#### 8. 新たな需要開拓に寄与する事業に関すること

##### (1) 現状と課題

###### 【現状】

過年度は伴走型支援において個別企業の要望に伴う需要動向調査を実施していたが、需要開拓に結び付かず成果を挙げられていない。また、商業部会において那珂川市の飲食業・小売業、生活関連サービス業、住まいに係る建設業など112社を紹介したN・PASS(※1)を4年前から発行、掲載事業所の販路開拓支援を実施している。また、工業部会においては住まいの相談センター(※2)を組織し、那珂川市の住まいに係る工事を構成員に斡旋し収益の創出に寄与してきた。

N・PASSについては紙媒体であり、成果についてもITのように消費者からの売上や閲覧数などの定量情報や口コミや評判などの定性情報の収集、情報発信もできない状況である。住まいの相談センターも電話の取次ぎが主流でありもっと効率的で効果が上がる販促を考える余地があると思われる。

また、近年では社会生活の変化と共に、インターネットやスマホなどIT技術を使った販路開拓が必要不可欠になっている。これに対して、那珂川市の小規模事業者の多くは販路開拓について人材不足やITリテラシーの低さ（事業主の高齢化）によりITを活用した販路開拓等のDXに向けた取り組みが進んでいない状況である。

※1：那珂川シティパスポートの略で那珂川市内の飲食業、食品小売業、生活関連商品小売・サービス業、建設業など約110社程度の事業所を掲載。回遊や売上促進のため抽選でプレミアム商品券が当たる仕組みを取り入れている。

※2：那珂川市内の住まいに係る建設業者36事業所で組織。取次受注額は年度によって異なるが直近3年でみると約5,600千円～約14,500千円程度である。受注がない、少ないところも散見され、ムラがある。

### 【課題】

那珂川市は特に飲食小売業についてはナショナルブランド商品を取り扱う店舗や大型店が多く存在することから、価格以外の高付加価値の自社商品、サービスについて販路開拓を行う必要性がある。

現在の消費者の購買行動については、AISAS（アイサス）の法則にみられるようにインターネットで検索することが多いため、顧客の商品等の購入行動後、さらに「口コミ」が消費者間で共有され、更なる広告宣伝効果を発揮している状況である。

しかしながら、那珂川市の小規模事業者においては、ITリテラシーの低さやDXによる販促効果の高さを理解されていないことが多いため、Googleビジネスプロフィール（Google Map）やSNS、HP等のツールを活用できていない、もしくはその活用が十分でない場合が多く、顧客を逃している事が多い状況であるため、今後はDX推進の必要性について十分に理解、認識してもらい売上拡大に向けた取り組みを行う必要がある。

また一方で、単に特徴のない商品等をインターネット上に掲載している事業所もあり、消費者の関心に至らずに、売上に結び付かないケースも散見される。このため、サービスの差別化や小規模事業者自体のブランド化を行うことが必要である。

今後、体験型観光を推進することで生まれる創業者とその商品・サービス、地場産業と関連する各種商品・サービスについては観光の裾野を地域小規模事業者に広く波及させるため周知を強力に進める必要がある。

### (2) 支援に対する考え方

消費者の購買行動の変化への対応に対する効果的な販路開拓支援を行うため、那珂川市の小規模事業者にとって効果的なDX支援（ITを活用した販促支援）を経営分析・事業計画策定支援を行った意欲ある事業者で、BtoCを対象とした飲食業・製造小売業・観光サービス業を重点的に支援する。

支援については、地域の小規模事業者が提供する商品やサービスを差別化（ブランド化）しGoogleビジネスプロフィール（Google Map）やSNS（Instagram）、HP等を活用した販路開拓支援を行う。

那珂川市にある福岡女子商業高等学校と福岡県商工会連合会と連携した地場小規模事業者の需要開拓支援（商品開発支援）を行う。福岡女子商業高校では平成19年から19年に渡り、生徒自ら様々な企業から商品を仕入れ、店長・仕入部長・経理部長・広報部長など色々な役回りを行いながら経営実践（販売実習）を行う『女子商マルシェ』を開催しており、この中では新たな商品企画やテスト販売なども行っている。商工会と連携して新たな那珂川市の特産品開発や地場小規模事業者の新商品開発を進める。また新たに企画した商品については福岡商工会連合会が運営するアンテナショップであるDOCORE（どおこれ）と連携しテスト販売を行う。

## (3) 目標

	現状	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度	令和 11年度	令和 12年度
SNS等販促支援事業者(※1)	—	10者	10者	10者	10者	10者
上記売上増加率/者(※2)	—	5者	5者	5者	5者	5者
商品開発支援事業者(※3)	—	4者	4者	4者	4者	4者
上記売上増加率/者(※4)	—	2者	2者	2者	2者	2者

※1：SNS等販路支援事業者は、飲食業・製造小売業、観光サービス業5社ずつ

※2：上記売上増加率/者は、上記SNS等販路支援事業者の内50%

※3：商品開発支援事業者は（製造）小売業

※4：上記売上増加率/者は、上記商品開発販路支援事業者の内50%

## (4) 事業内容

## ① SNS・HP活用等による販路開拓支援

対象事業者	自社と自社商品・サービスの情報発信を行っていない、もしくは発信力の弱い小規模事業者
支援内容	Googleビジネスプロフィール（Google Map）やInstagram、HPを活用し販路開拓支援を行う。
支援の目的と期待する効果	現在の消費者の購買行動については、インターネットで検索することが多い。また、顧客の商品等の購入行動後、さらに「口コミ」が消費者間で共有され、更なる広告宣伝効果を発揮している状況である。まずは自社と自社商品・サービスが検索できることが重要であり、情報発信することは売上げにつながる。
手段手法	経営指導員等が支援対象事業所に赴き商品（メニュー）、サービス、営業時間等の基本情報及び商品、ファザード等の掲載指導を行うとともにその発信を支援する。

## ② 商品開発支援

対象事業者	独自の商品開発の弱い小規模事業者
支援内容	那珂川市にある福岡女子商業高等学校と福岡商工会連合会と連携した地場小規模事業者の商品開発とテストマーケティングによる販路開拓支援を行う。
支援の目的と期待する効果	単に特徴のない一般的な商品等をインターネット上に掲載するのではなく、消費者ニーズに基づいた商品開発により商品の差別化を図り小規模事業者自体のブランド化を行うことで収益拡大を図る。福岡女子商業高等学校は長年の『女子商マルシェ』の開催で商品企画力を培っており、その若い発想で売れる商品づくりが期待できる。福岡県商工会連合会が運営するアンテナショップは、お客様の声を出品者にフィードバックし「商品の育成」をコンセプトにしている。また、商品の導入及びフォローにあたっては、必要に応じて、専門家と連携するなど事業者の段階にあった支援を行っているため売れる商品づくりに有益である。
手段手法	福岡女子商業高等学校の『女子商マルシェ』の需要動向調査等に加え、応募のあった地場（製造）小売業者と同校の生徒と共に商品企画、新商品を開発する。新たに企画した商品については福岡商工会連合会が運営するアンテナショップであるDOCORE（どおこれ）と連携しテスト販売を行いその結果についてはフー

ドバックし商品改良に利用し、新たな販路開拓に資する。

## II. 経営発達支援計画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】

現経営発達支援計画については経営指導員会議を必要に応じて（ほぼ月に一度）開催し、各事業の実施内容や進捗について協議しているが、評価については内部での簡易な取りまとめを理事会で報告するに留まっている状況である。

##### 【課題】

一部の事業（需要動向調査・新たな需要に寄与する事業）については地域ニーズに合わない特産品開発や展示会への出展支援する事業者探しなど当初計画と現実との間に乖離が生じており、経営発達支援計画全体として効果的な成果に繋がっていない。経営発達支援計画事業の取組自体低調であり既存の評価の仕組みも回っていない。今後はさらに職場全体において経営発達支援事業につて理解促進と情報の共有を推進徹底し、職員の業務適正化を行い、事業のP D C Aの実施体制を強化していく必要がある。また、K P I・成果指標を用いた定量的評価の仕組みを構築する必要もある。

#### (2) 事業内容

##### ① 定量的把握

職員による支援情報の共有を図るとともに、成果については事業計画策定件数、販路開拓支援件数、セミナー参加者数などの、定量的把握に努め、K P Iにて議論する。収集された各種データはなるべく可視化する。

##### ② 評価方法・見直しの頻度

中小企業診断士、那珂川市地域振興部地域振興課の外部有識者委員と事務局長、法定経営指導員、経営指導員、福岡県商工会連合会福岡広域連携拠点で構成する那珂川市経営発達支援事業評価委員会を組織する。評価委員会を毎年1回開催し、総合評価を実施する。評価は5段階評価+改善提案方式で、次年度支援計画に反映する。事務局内で半期に進捗を確認する。

##### ③ 結果の公表方法

方法評価結果の報告及び情報公開

事業の成果・評価見直しの結果については理事会に報告する。報告後速やかに評価結果を当会HP上で公開し、地域の小規模事業者等が常に閲覧可能な状態とする。

### 10. 経営指導員等の資質向上に関すること

#### (1) 現状と課題

##### 【現状】

これまで小規模事業者支援のためのノウハウの習得は福岡県商工会連合会の主催する研修会や福岡県など関係機関による研修への参加、経営指導員はWEB研修の受講であった。義務研修以外の知識の習得は自発的な実施としており、また商工会の内の資質向上に係る研修や情報の共有化は進んでいない。経験の浅い職員も増えており、支援スキルには差が生じている。職員間のO J Tも行っているが十分とは言えない。

##### 【課題】

職員間の支援の差を埋めるためには情報や知識の共有を図る仕組みづくりを行い、積極的にO J Tを行っていく必要がある。

経営資源の脆弱な小規模事業者にとってDXの推進（IT・SNSの利活用含む）は日常業務の省力化・効率化や販路開拓、（地区内）同業他社との差別化、自社のブランド化の取り組みは今後必要不可欠であり、生き残りに直結する。よって、経営指導員等はDXの推進（IT・SNSの利活用含む）についての研修等を積極的に受講し、支援力を高めることが優先課題である。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、経営指導員が接する情報や事業者との接点と支援員が接する事業者情報等については異なる職域のため、個々の支援で完結している。これは一見効率的に見えるが、対処療法的支援の域を出ていない。このことから指導員・支援員間の情報や支援スキル共有については十分とは言えず、チームとしての支援体制構築に向けた改善の必要がある。OJTや具体的支援事例の共有が足りていないことがネックとなっている。商工会の組織力を最大限に発揮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である。

## (2) 事業内容

### 目的

#### ① 外部講師の積極的活用

DX支援能力向上のため福岡県よろず支援拠点と連携し、広告・販売促進のデジタル化、WEB広告・SNS広告、Googleビジネスプロフィール、バスマーケティング等の事業者支援手法について年2回ほど職員向けのセミナーを開催する。また支援時に必要となる対話と傾聴力を高めるため、コミュニケーション能力向上研修も年1回開催する。

#### ② 商工会内OJTの継続実施

マンパワー不足や職員間による支援能力の格差をなくすため、経営支援経験の豊富な経営指導員もしくはベテラン職員と経営支援員等の若手職員で適宜ペアを組み、小規模事業者に対する相談時にOJTを実施、商工会全体として支援能力の底上げをする。

#### ③ 職員間による小規模事業者情報の共有の仕組みづくり

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	情報共有の手段
経営指導員	事業計画全般に係る情報（経営の状況、強み、取扱商品、サービス、事業方針等） 経営革新	<ul style="list-style-type: none"> <li>● ペア巡回（※1）</li> <li>● 商工イントラの活用（データベース化）と職員定期ミーティング（※2）</li> </ul>
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、リスク管理面等）	

※1：経営指導員・経営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。

※2：経営指導員・支援員間の支援情報共有については四半期に一度の職員会議により計画全体の進捗や伴走支援リストを作成。企業ごとの対応について、情報データベ

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向上に直結する。

## 11. 他の支援機関との役割分担と連携強化による効果的な小規模事業者支援に関すること

### (1) 現状と課題

#### 【現状】

これまで下記支援機関と連携して内部研修（資質向上）とし事業者支援を連携して行って来た。

項目 連携支援先	職員 研修	セミ ナー	資金繰 り融資	創業	事業 承継
福岡県商工会連合会	○				
福岡地区商工会（※1）	○			○	
福岡地域中小企業支援協議会（※2）	○				
福岡県よろず支援拠点	○	○			
福岡県事業引継ぎセンター					○
福岡県信用保証協会	○		○	○	
日本政策金融公庫福岡西支店	○		○	○	○

※1：志賀、古賀市、宇美町、篠栗町、須恵町、新宮町、久山町、志免町、粕屋町、糸島市、早良、宗像市、福津市、春日市、大野城市、太宰府市、筑紫野市、那珂川市の18商工会。特に筑紫管内の那珂川市（本会）、春日市、大野城市、太宰府市、筑紫野市の5商工会にて経営支援手法に係るノウハウ、情報の共有を図っている。

※2：福岡県中小企業振興条例に基づき平成27年4月に県内4地域に設立した地域中小企業支援協議会の一つ。地区の中小企業支団体、金融機関、市町村、その他の関係団体で構成され、地域における支援体制の拠点（プラットフォーム）として位置付けられ、県の中小企業振興事務所を核に関係機関が連携・協力し、地域の力を結集して中小企業支援に取り組んでいる。毎月の幹事会、年一回の総会が開かれ、構成機関の取組事例、情報交換会の開催、創業・経営革新指導に係る中小企業支援機関職員向け研修の開催、商談会の開催、経営基盤の強化に資する事業を行なっている。

#### 【課題】

昨今、少子高齢化やコロナ禍による生活様式の変化、ロシアのウクライナ侵攻による燃料・原材料の高騰等、社会構造や経営環境は激変してきている。このような中、好業績の事業者と苦境に陥っている事業者の経営状況を研究し、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。この課題解決のためにこれまで以上に他の支援機関と密に有機的に連携しながら、具体的な効果に直結する支援手法などを共有していくことが必要不可欠である。

### (2) 事業内容

#### 目的

#### ① 市内連携金融機関や福岡県信用保証協会、日本政策金融公庫との連携

市内連携金融機関・福岡県信用保証協会、日本政策金融公庫との全体的な会議を年2回程度開催し、経営発達支援事業に必要な支援ノウハウ、支援の現状等について情報交換を行う。商工会の未加入の事業者については金融機関との取引はあるが、商工

会の公的支援が及んでいないのが実情であり、ここにスポットを当てる。金融機関の本業支援ができていない事業者に対し商工会が支援をし、地域振興に寄与する。市内の各連携金融機関との個別的な会議については、具体的な案件があれば都度積極的に対応し、支援に係る協議を行う。また、日本政策金融公庫福岡支店とその支店管轄内の商工会が参加して年1回開催される「マル経融資推薦団体連絡協議会」において、国の政策動向や金利情勢のみならず、それぞれの地域の支援状況等について情報交換を行う。

② 福岡地域中小企業支援協議会、福岡県よろず支援拠点、福岡県事業承継・引継ぎセンターとの連携

福岡地域中小企業支援協議会と連携を図り、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等について、適宜情報共有しながら地域に根差した企業支援を行う。また、福岡県よろず支援拠点と連携したセミナー開催や職員に対するSNS等を使った販促等の支援手法に係る研修を実施し、小規模事業者販路開拓への専門的で直接的な支援を連携して行うとともに、職員の支援能力向上を目指す。福岡県事業承継・引継ぎセンターとの連携については案件の毎に都度行う。

③ 福岡県商工会連合会や福岡地区18商工会等との連携

福岡県商工会連合会が開催する「経営指導員研修」や「経営支援員研修」を年2回受講し、職員の支援能力の向上を図る。その他、国や県からの中小企業支援施策情報収集や、他地域の商工会や商工会議所、支援機関等との連携を図る上での窓口として活用する。また「福岡地区経営指導員会議」等において、小規模事業者に対する支援の成功事例やノウハウ、特に同一区域（筑紫管内）の経済・需要動向等に関する情報共有を行う。

## 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】

那珂川市地域振興課と総合的かつ組織だった連絡会議は行っていない。那珂川市は自然も多く、那珂川市も『都心から近いアーバンアウトドアの聖地』を那珂川市総合計画2021-2030に基づきアピールしており、体験型観光に力をいれている。当商工会も観光部会を有しているが、連携した取り組みは行われていない。

また、市内製造小売業などの小規模事業者の商品開発やテストマーケティングの連携にポテンシャルのある福岡女子商業高等学校（※）があるが、連携が十分に図られていない。さらに、地域金融機関との小規模事業者支援の総合的な情報共有が十分図られていない。

※：福岡女子商業高等学校は経営実践型の学びとして生徒が主体的に企業と関わりながら、商品企画、仕入れ等交渉、店舗運営を実践しビジネス力と社会性を育む『女子商マルシェ』を年2日実施している。

#### 【課題】

市の産業振興について那珂川市と連携を強化して組織的でより具体的で実効性の高い地域振興や商工業施策の立案と実行が一元的にできるようにするとともに、福岡女子商業高校とも地域小規模事業者の商品開発や需要動向調査などで連携をはかり、市内金融機関等については金融に止まらず市内小規模事業者（創業者含む）の成長に係る支援を共同でより強固に行うことが課題である。

(2) 事業内容

① 那珂川市との協議による地域活性化への取組

今後は商工業振興支援策や地域資源等を活用した活性化の取組みなど、年2回程度支援の方向性を具体的に協議するとともに、年1回程度、那珂川市議会へ商工会事業報告や建議の場として、意見交換の開催を予定する。また、商工業振興を担当している那珂川市地域振興課とは、密な情報や意見の共有を図りながら、那珂川市中小企業振興条例に基づき小規模事業者が持続的に発展できるよう、以下の問題を解決に向け協議していく。

- 地域の雇用維持と新たな人口の流入機会につながるような、那珂川市と連携した産業支援への取り組み
- 那珂川市の地域資源を活かした新商品開発と地域による横展開
- 那珂川市の魅力を知ってもらうためのモニターツアー等の開催
- 那珂川市中小企業振興条例に基づく施策推進

② 福岡女子商業高等学校及び福岡商工会連合会と連携した地場小規模事業者の商品開発支援

那珂川市にある福岡女子商業高校では平成19年から19年に渡り、生徒自ら様々な企業から商品を仕入れ、店長・仕入部長・経理部長・広報部長など色々な役回りを行いながら経営実践（販売実習）を行う『女子商マルシェ』を行っており、商工会と連携して新たな那珂川市の特産品開発や地場小規模事業者の新商品開発を進める。また新たに企画した商品については福岡商工会連合会が運営するアンテナショップであるDOCORE（どおこれ）と連携しテスト販売を行う。

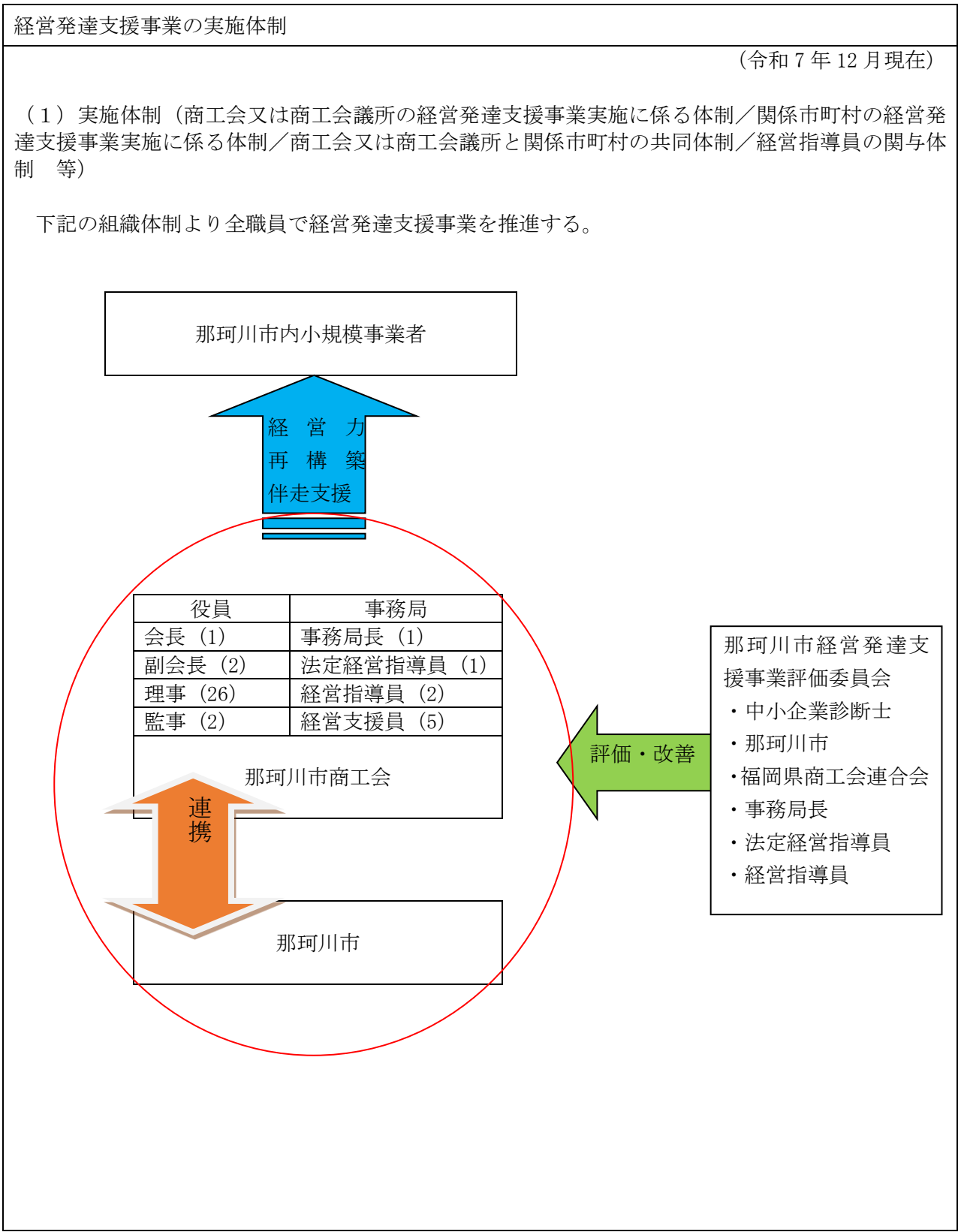
③ 市内金融機関による地域活性化への取組

市内4金融機関（※）（福岡銀行那珂川支店、西日本シティ銀行那珂川支店、佐賀銀行那珂川支店、福岡中央銀行鶴田支店）と年2回程度の勉強会及び情報交換会を開催するとともに、地域振興に係る事業に参画を要請する。

※：上記4金融機関は那珂川市の制度融資の取り扱い金融機関として当商工会との接触が多く企業育成のため情報の共有や協力が特に必要である。

(別表2)

経営発達支援事業の実施体制



(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 横田 健一

連絡先 那珂川市商工会 TEL : 092 (952) 2949

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を行う。

③広域経営指導員の当否

申請書に記載の経営指導員 横田健一は施行規則第7条第2項に規定する広域経営指導員に該当しない。

(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

那珂川市商工会

〒811-1242 福岡県那珂川市西隈 3-1-10

TEL : 092 (952) 2949 FAX : 092 (952) 9101

e-mail : [nakagawa@shokoukai.ne.jp](mailto:nakagawa@shokoukai.ne.jp)

②関係市町村

那珂川市 地域振興課

〒811-2392 福岡県那珂川市大字安德 702 番地 1 号

TEL : 092 (408) 9864 FAX : 092 (953) 4563

e-mail : [tiiki@city-nakagawa.fukuoka.jp](mailto:tiiki@city-nakagawa.fukuoka.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8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度	令和12年度
必要な資金の額	4,026	4,026	4,026	4,026	4,026
3. 地域経済動向調査	0	0	0	0	0
4. 需要動向調査	0	0	0	0	0
5. 経営状況分析	0	0	0	0	0
6. 事業計画策定支援	1,026	1,026	1,026	1,026	1,026
(セミナー)	(990)	(990)	(990)	(990)	(990)
(専門家派遣)	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)
(旅費)	(36)	36	36	36	36
7. 事業計画策定後の 実施支援	0	0	0	0	0
(専門家派遣)	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)
(旅費)	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)
8. 新たな需要開拓に 寄与する事業	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000
(出展料等)	2,700	2,700	2,700	2,700	2,700
(旅費)	300	300	300	300	300
9. 経営指導員等の資 質向上等	0	0	0	0	0
(専門家派遣)	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)
(旅費)	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)
10. 他の金融機関と の連携を通じた 支援ノウハウ等 の情報交換	0	0	0	0	0

(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、市補助金など

(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。

