

経営発達支援計画の概要

実施者名	宇美町商工会（法人番号 1290005006194） 宇美町（地方公共団体コード 403415）
実施期間	令和 8 年 4 月 1 日～令和 1 3 年 3 月 3 1 日
目標	地域・社会の変化に合わせて柔軟に経営を行おうとする小規模事業者に対して宇美町商工会は①観光の振興と交流人口の拡大②地域の特性を活かした『活気ある産業と交流』をうみだすまちの創出③創業・事業承継支援事業の充実を通じて支援を行っていく。また支援に際しては町や地元金融機関、国、県の各支援機関との関係強化を行い、民間団体らとも協力して、地域ぐるみで支援を行っていく。
事業内容	<p>経営発達支援事業の内容</p> <p>2. 目標達成のための基本方針</p> <p>①観光の振興と交流人口の拡大～地域資源の可視化と魅力発信の強化～</p> <ul style="list-style-type: none"> ・宇美八幡宮や大野城跡などの観光資源を活かした商品開発する ・飲食店組合や職人団体と連携し、地域ブランドを磨く ・SNS やふるさと納税サイトで情報発信を強化する <p>②地域の特性を活かした『活気ある産業と交流』をうみだすまちの創出～地域の特色を活かし地域を牽引する事業者や取組の普及拡大～</p> <p>地場産業（家具・金属加工・運輸など）と地域クリエイター集団等との連携をする 新商品・新サービスの開発や新分野進出を支援する</p> <p>③創業・事業承継支援事業の充実～経営基盤の新陳代謝を促進するための事業の実施～</p> <p>起業塾や事業承継診断を通じて創業・承継を支援し、事業計画の策定支援を強化し、次世代の担い手を育成する</p> <p>3. 地域の経済動向調査に関すること</p> <p>RESAS 等のビッグデータを活用し、地域経済の分析を年 1 回公表する 小規模事業者 20 社に対し四半期ごとにヒアリング調査を実施し、景気動向を把握・公表する</p> <p>4. 需要動向調査に関すること</p> <ul style="list-style-type: none"> ・バイヤー・消費者へのニーズ調査を年 4 者ずつ実施する ・プレミアム付き商品券の利用者アンケートを年 50 件実施する <p>これらの調査結果を商品改良や販路戦略に活用する</p> <p>5. 経営状況の分析に関すること</p> <p>年間 40 社を対象に財務分析+SWOT 分析を実施し、結果をもとに課題を共有し、事業計画策定や支援に活用する</p> <p>6. 事業計画策定支援に関すること</p> <p>年間 30 社を対象に、創業・承継・DX などに応じた 4 つの支援メニューで計画策定を支援する</p> <p>7. 事業計画策定後の実施支援に関すること</p> <p>計画策定後の事業者に対し、年 4～6 回の定期訪問や相談で進捗を確認し、利益率や売上の向上を目指し、必要に応じて専門家を派遣して支援する</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> <ul style="list-style-type: none"> ・地域資源を活かした商品で外需を開拓するための展示会・商談会（BtoB・BtoC）への出展支援（年 3 者） ・EC サイト構築や SNS 広告など DX 導入支援 <p>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</p> <p>10. 経営指導員等の資質向上等に関すること</p> <p>伴走支援ノウハウの習得に向け、職員の外部研修への参加、職場内での OJT の強化 情報の共有を実施し経営支援員を含む職員の資質向上を図る</p> <p>11. 1. 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</p> <p>事業の円滑な事業遂行に向け、各支援機関と情報交換を含め緊密な連携を図る</p> <p>11. 2. 地域経済の活性化に資する取り組みに関すること</p> <p>行政との連携強化を図るとともに、各団体との連携を行っていく</p>
連絡先	<p>宇美町商工会</p> <p>〒811-2101 福岡県糟屋郡宇美町宇美 5 丁目 2 番 14 号 TEL:092-932-0443 FAX:092-932-7563 E-mail:umi@shokokai.ne.jp</p> <p>宇美町役場 シティプロモーション課</p> <p>〒811-2192 福岡県糟屋郡宇美町宇美 5 丁目 1 番 1 号 TEL:092-932-1111 E-mail:c-pro@town.umi.lg.jp</p>

(別表1)

経営発達支援計画

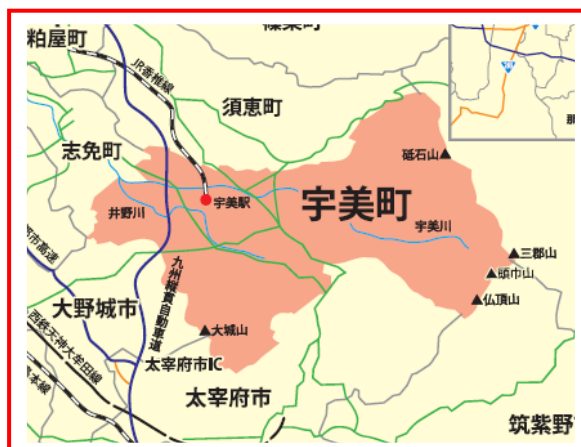
経営発達支援事業の目標

1. 目標

(1) 地域の現状及び課題

① 宇美町の概要

宇美町（以下当町とする）は福岡県の北西部、福岡市の東南東約15kmの場所に位置し、福岡都市圏に属する糟屋郡の町で、西は大野城市と福岡市、北西は志免町、北は須恵町、東は飯塚市、南は太宰府市と筑紫野市にそれぞれ隣接している。商工会が管轄する地域は当町全地域であり、総面積は30.21km²。内、耕地0.98km²、宅地5.40km²、森林18.37km²と、およそ6割を山林が占めており、自然豊かな町である。



当町の歴史は古く、西暦665年に築城された日本最古の古代山城「国指定特別史跡 大野城跡」をはじめ、近年、魏志倭人伝に記載がある「不彌（ふみ）国」として注目される根拠となった「国指定史跡 光正寺古墳」などの史跡がある。



《宇美八幡宮》



《国指定史跡 光正寺古墳》

そして、古事記や日本書紀に、神功皇后が応神天皇を出産された地を「宇美（産み）」と呼ぶようになったという記述があるように、安産の神様として全国的に有名な「宇美八幡宮」がある。「宇美八幡宮」は、およそ年間70万人が訪れる宇美町でも人気のスポットである。

他にも、夏場にはキャンプや避暑を目的として人が集まる「一本松公園」や、冬には「河原谷の大つらら（通称：冬の難所ヶ滝）」などの自然を楽しめる観光資源も多くある。

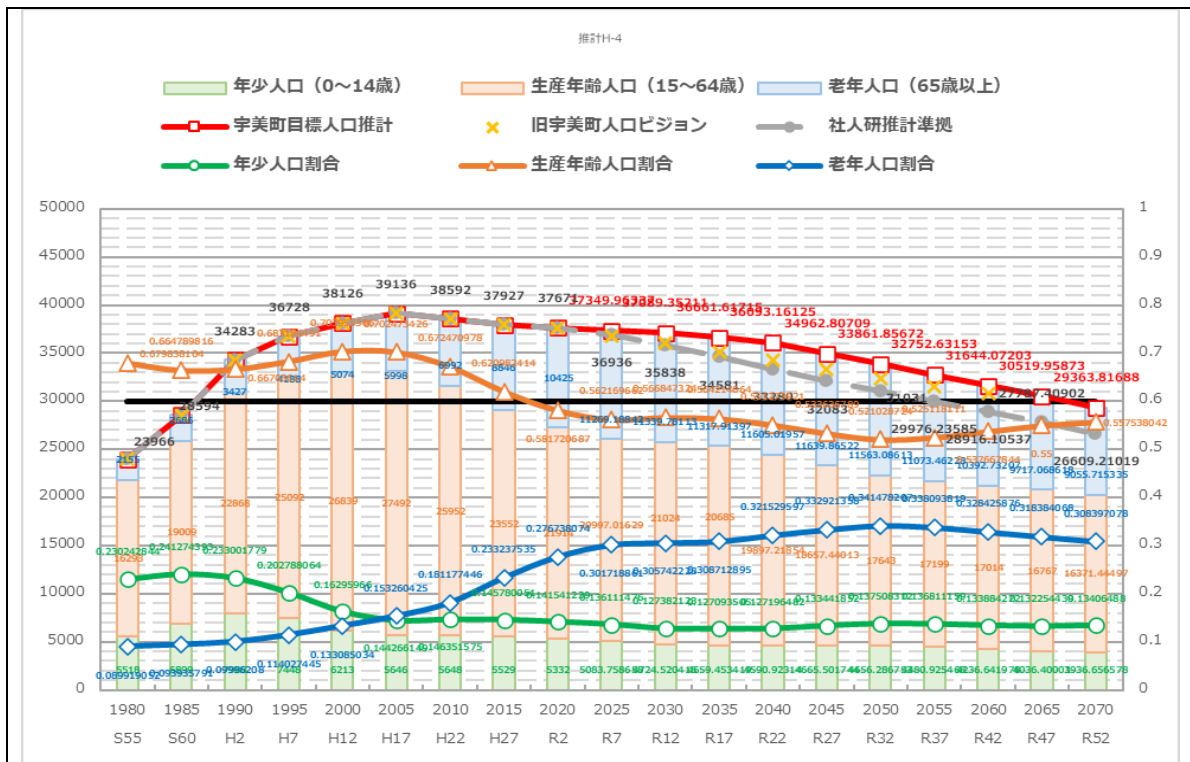


《一本松公園（昭和の森公園）》



《河原谷の大つらら（冬の難所ヶ滝）》

当町の人口は昭和44年（1969）以降、福岡市との近接性により有力なベッドタウンとして発展し、平成2年（1990）には30,000人を超える町となった。その後も増加が続いたが、平成17年（2005）の39,136人をピークに減少に転じ、令和7年（2025）の段階で36,936人となっている。



【実績】総務省「国勢調査」より加工、集計（宇美町 企画財政課作成）

【推計】2050（R37）年までは、社人研「日本の地域別将来推計人口（令和5（2023）年推計）」

2055（R42）年からは、デジタル田園都市国家構想実現会議事務局「将来推計用ワークシート」より加工、集計（宇美町 企画財政課作成）

さらに国立社会保障・人口問題研究所の推計では人口減少傾向は将来的に続くとして予測されており、令和37年（2055）には30,000人を割り込む見込みである。加えて居住者の高齢化も進んでおり今後生産年齢人口は減少する一方で、反対に老年人口は上昇すると予測されている。

② 宇美町の産業

当町の商工業者数は令和6年の調査によると1,090社であり、その内小規模事業者が918社で全体の84.2%を占めている。小規模事業者を産業別に分類すると「サービス業」が最も多く364

社 (39.6%)、次いで「建設業」が 274 社 (29.8%)、「卸売業、小売業」が 137 社 (12.5%)、「製造業」143 社 (15.5%) の順となる。なお、第一次産業事業規模で行っているところはなく、わずかな兼業農家が見られるのみである。

宇美町の商工業者数並びに小規模事業者数とその推移 (令和 4 年～令和 6 年)

年		建設業	製造業	卸売・小売業	サービス業	合計
令和 6 年	商工業者数	293	173	183	441	1,090
	内小規模事業者数	274	143	137	364	918
令和 5 年	商工業者数	296	177	191	436	1,100
	内小規模事業者数	276	146	141	356	919
令和 4 年	商工業者数	284	179	190	432	1,085
	内小規模事業者数	265	148	141	397	951

【出典】宇美町商工会作成「商工業者台帳」、「商工会実態調査」再編加工、小規模事業者数については商工会の独自調査

次に、第二次産業の特徴として、金属製品製造業と非金属製品製造業（窯業・土石製品など）の割合を、全国・福岡県・当町で比較したところ、以下の通りであった。

製造業に占める割合 (2022 年・2023 年データ)

地域	金属製品製造業	非金属製品製造業(窯業・土石など)	出典
全国	約 7.2%	約 3.8%	経済産業省 商工業実態基本調査
福岡県	約 6.1%(出荷額ベース)	約 4.0%(出荷額ベース)	GD Freak 経済構造実態調査
宇美町	約 4.5%(推定)	約 2.7%(推定)	宇美町製造業統計、法人企業一覽

全国・福岡県に比べて当町は金属・非金属製品製造業の割合はやや低めではあるものの、地域密着型での中小企業がしっかりと根を張って営業を行っている印象がある。その理由として、当町が九州高速道路太宰府 IC に近く陸路の輸送拠点に適しているという地理的優位性がある。

これを活かすため当町は町内に早見工業団地や若草工業団地、ゆりが丘工業団地といった工業団地を整備し産業集積に力を入れている。

その他にも家具・装備品製造業者があり、その大半が店舗家具・什器の製作者として高級ブランド店、病院、福岡市内の飲食店などの様々な業種の店舗に製品を提供している。



建設業については福岡市が促進する「天神ビッグバン」などの再開発による建設需要の増加に対して労働力を供給する拠点として、一人親方や小規模事業者数が増加する傾向にある。

当町の第三次産業における運輸・郵便業の割合は (13.2%) で、福岡県 (6.3%) や全国平均 (6.0%) と比べると、かなり高い水準にある。これは、当町の産業構造において運輸・郵便業が重要な役割を果たしていることを示している。

また、当町では卸売・小売業 (19.0%) や医療・福祉 (12.2%) と並び、運輸・郵便業はサービス業の中でも比較的高い比率を占めており、地域経済の柱のひとつとなっている。

当町は、地理的条件が輸送や労働力の供給に適していることから、物流拠点としての機能が強く評価されている。これに伴い、民間による投資も年々増加しており、代表的な事例としては、大和ハウス工業が展開する集合型物流施設「DPL 宇美 (DAIWA PROJECT LOGISTICS)」が挙げられる。2017年1月より稼働を開始したこの大型物流拠点は、当町の立地優位性を活かした施設として注目を集めている。



それに対して卸売・小売業の事業者数は年々減少しており、その原因として考えられるのは平成16年(2004)二次商圏内にイオンモール福岡が建設されたことに代表されるように、当町近郊にロードサイド型の大型店舗が増加し、その周辺に商業集積が再編された結果、民間消費支出の流出が起こったことに起因すると考えられる。

③ 町の方針

宇美町役場では、町の将来像とまちづくりの方針を示す重要な計画として「第7次宇美町総合計画(令和5年～令和12年)」を策定した。この計画では、町の将来像を「『このまちが、いい。』わたしたちの誇り 宇美」と掲げ、「宇美町で、いい。」でなく、「宇美町が、いい。」と思えるようなまちづくりを目指している。この将来像の実現に向けて、計画の柱となる6つの基本目標が定められており、そのひとつに「地域の特性を活かした『活気ある産業と交流』をうみだすまち」がある。この目標のもと、地域産業の振興や人と人との交流を促進するための具体的な施策が展開されている。

- ① 地域経済の活性化
- ② 既存企業の経営基盤強化の促進
- ③ 創業支援事業の充実
- ④ ふるさと納税制度を活用した町内製品の開発・魅力発信
- ⑤ 観光の振興と交流人口の拡大

【出典】第7次宇美町総合計画～基本構想・前期実践計画～ P62～65 参照

④ 宇美町商工会の現状と課題

商工会はこれまで、町と連携しながら地域の小規模事業者に対する経営支援に積極的に取り組んできた。過去の経営発達支援計画においては、経営革新計画をはじめとする各種経営計画の策定支援を行い、それに付随して小規模事業者持続化補助金等を活用した販促支援や、ものづくり補助金を活用した設備の高度化など、事業者の成長を後押しする施策を展開してきた。また、創業の促進や地域特産品の開発、さらにはその販路拡大支援を通じて、地域の商工業・サービス業に関わる小規模事業者の持続的な発展に貢献してきた。

しかしながら、これまでの取り組みの多くは、地域の事業者から相談を受けてから対応するという「受動的な支援」が中心であり、商工会が主体的に支援先を見つけて働きかける「プッシュ型」の支援は十分に行われていなかった。こうした支援活動を通じて、商工会は小規模事業者の持続的な発展には、地域の経済状況や社会環境が密接に関係していることを強く実感するに至った。そのため、今後は単なる事業者支援にとどまらず、「地域の持続的な発展」への貢献という視点を持ち、地域全体の活性化を見据えた支援のあり方を模索していく必要があると認識している。

⑤ 地域の課題

㊦ 人口減少と高齢化が引き起こす産業の地盤沈下

令和7年で、当町の総人口は36,936人と、近年緩やかな減少傾向が続いている。特に生産年齢人口(15歳～64歳)の割合が年々低下しており、これに伴い地域産業における労働力の確保が困難になる懸念が高まっている。

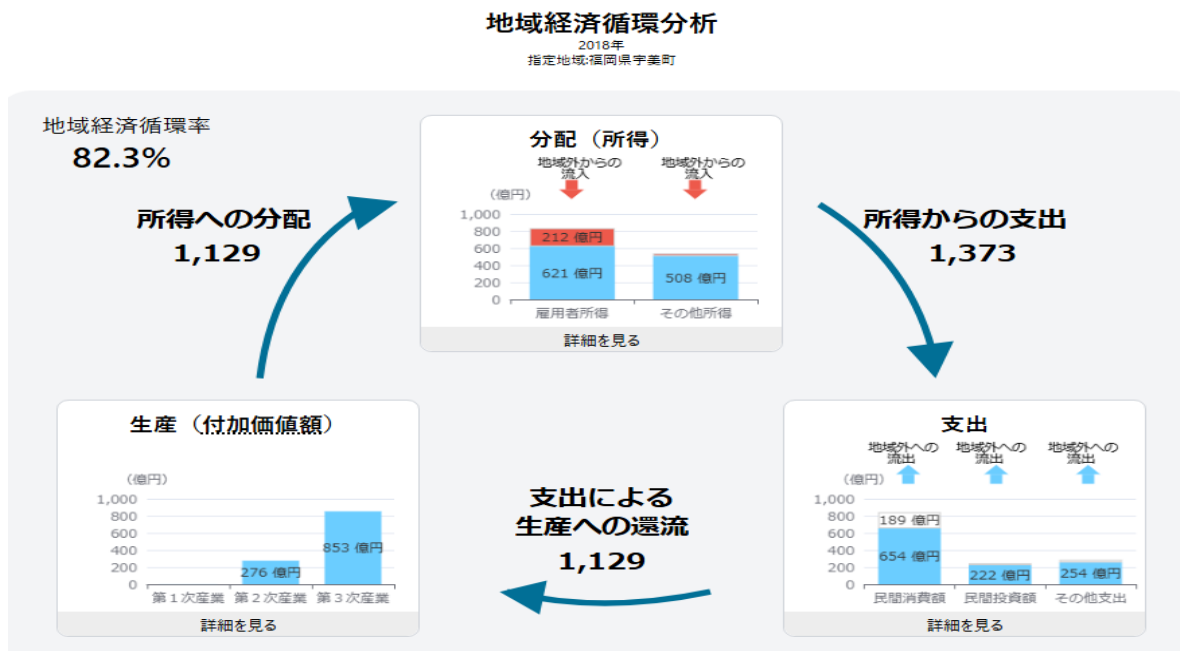
そのなかで、商工会に加入する小規模事業者のうち、令和7年4月現在で65歳以上の経営者は全体の約33.3%を占めており、さらに55歳から64歳の経営者が23.0%に達している。これにより、今後10年以内に56.3%の経営者が65歳以上となると予測され、事業承継の課題が顕在化している。

経営者の高齢化が進むことで、廃業の増加が見込まれ、それに伴う雇用機会の喪失が地域経済に深刻な影響を及ぼす可能性がある。産業の活力が失われれば、他地域からの所得流入の減少や地域内での消費活動の低下を招き、結果として地域産業全体の地盤沈下につながる恐れがある。

域内小規模事業者においても、人口減少と高齢化により事業の人材不足が深刻化している。既存事業の廃業が増加する中、人材の確保、デジタル化、省力化、生産性向上等の対応が必要となってきている。また、事業そのものを継ぐ、新たな創業者の確保・育成も地域経済維持の鍵となっている。

④社会の環境変化に伴う所得の町外流出

当町では、かつてJR宇美駅周辺を中心に商店街やショッピングモール、バス停、タクシー乗り場などが集まり、中心市街地として民間消費の拠点を形成してきた。しかし自家用車の普及、共働き世帯の増加、インターネット通販の拡大など、消費者のライフスタイルが大きく変化している。これにより、郊外の大規模店舗やネット通販の利用が進み、中心市街地の活力は徐々に低下している。この変化は、地域経済循環分析にも表れており、支出分析によると、当町の民間消費額のうち約189億円が地域外へ流出していることが示されている。これは、町内で得られた所得が地域外で消費されていることを意味し、地域内での経済循環が弱まっていることを示唆している。



【出典】環境省「地域産業連関表」、「地域経済計算」(株式会社価値総合研究所(日本政策投資銀行グループ)受託作成)

⑤地域のブランド化・産地産業の活性化が不十分

当町にある「宇美八幡宮」は、年間約70万人が訪れる人気の観光地であり、安産祈願や初宮詣などで広く知られている。町内にはこのほかにも多様な観光資源が存在しているが、それらを積極的に活用している小規模事業者は少数にとどまっている。その結果、町外からの訪問客が宇美八幡宮を参拝した後、町内での飲食や観光による関連消費が十分に行われておらず、貴重な交流人口を地域の経済振興につなげることができていない状況である。また、市場環境は、SNS等での広報、キャッシュレス決済、AI技術の普及等、目まぐるしく変化しているものの、そうした活用については当町地域の小規模事業者は対応が困難であり、デジタル活用力の

強化促進が喫緊の課題である。このように、観光資源や産業集積のポテンシャルを十分に活かしていきれていないことが、地域経済の活力低下につながっていると考えられる。

(2) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

当町の現状と課題そして町の基本方針、商工会のこれまでの支援のあり方と反省を踏まえ、今後商工会が目指す長期的振興のあり方を以下の通りとする。

①観光の振興と交流人口の拡大

10年後における地域のあるべき姿：小規模事業者の創意工夫、経営意欲及び自主的な努力を尊重し、地域資源を積極的に活用した地域ブランドの確立と外需獲得（域外からの需要喚起）をすることで、地域経済の健全な発展を遂げる。

理由：域内需要が低迷する中、宇美八幡宮をはじめとする豊富な観光資源を活用し、ブランディングと高付加価値化により外需を獲得するためである。

②地域の特性を活かした『活気ある産業と交流』をうみだすまちの創出

10年後における地域のあるべき姿：地域資源を積極的に活用し、町内における経済循環が生まれる。また、小規模事業者の経営基盤の改善及び強化、経営革新を促進するとともに、経済的社会的環境の変化や近年多発する災害等に際し、事業活動の継続について迅速な適応が図られるようになる。

理由：地域経済循環率は82.3%と一定の自立性はあるものの、民間消費の22.4%が町外へ流出していることから、地場産業での加工・販売の連携体制を確立することで、付加価値を高め、経済の地産地消を促進するためである。また、事業活動においては急な社会的環境や災害等における事前対応を企業の強靱化を図るためである。

③創業・事業承継支援事業の充実

10年後における地域のあるべき姿：事業承継の円滑な推進を図り、起業・創業支援を体系化することで、事業の担い手を確保し、小規模事業者の持続的な発展を遂げる。

理由：高齢化が進む中、今後10年で56.3%の経営者が65歳以上となる見込みであり、事業承継の支援は急務である。地域産業の持続性を確保し、次世代の担い手を育てる取り組みが必要なためである。

(3) 経営発達支援事業の目標

上記の振興のあり方に基づき、中長期的な振興の目標を以下のように掲げる。

①観光の振興と交流人口の拡大

支援計画の認定期間（5年間）目標：

KGI：(1)ブランディングした新商品・新メニュー等の開発 通算20個

(2)域内粗付加価値額（売上-中間消費）の5%増加

KPI：(1)ふるさと納税返礼品町内事業者数 35事業者（R8目標値）の維持・拡大

(2)ブランディングした新商品・新メニュー等の開発 年間4個

設定した理由：

売上のKGIは外需獲得効果を測るためである。KPIは事業者自ら自社の強みと地域ニーズを掛け合わせた戦略的なプロセス管理を可能にするためである。

②地域の特性を活かした『活気ある産業と交流』をうみだすまちの創出

支援計画の認定期間（5年間）目標：

KGI：小規模事業者の5年生存率を60%に改善。

KPI：経営計画策定事業者数（新規）10者/年

設定した理由：

地域内での経済循環を強化し、持続可能な産業基盤を構築するためである。域内での取引や連携を促進することで、地域資源の活用が進み、外部依存の低減と地域事業者の

競争力向上が期待される。これにより、限られた人材・資源の中でも安定した経済活動が可能となり、地域全体の活性化につながるためである。

③創業・事業承継支援事業の充実

支援計画の認定期間（5年間）目標：

KGI：計画的な事業承継完了件数 8 件、承継後の従業員離職率を年間 5%未満
起業塾参加者数 6 件/年

KPI：事業承継診断実施件数 8 社/年、

設定した理由：

地域事業者の円滑なバトンタッチを促進するため、事業承継支援の充実を図る。これにより、地域産業の持続性を高め、次世代の担い手の育成を目指す。

なお、①～③の実施に際して町や地元金融機関・国・県の各支援機関との関係強化を行い、また、地域に根差し活動する民間団体らとも協力して地域ぐるみで経営支援を行っている。

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）

(2) 目標の達成に向けた方針

①観光の振興と交流人口の拡大

達成方針：地域資源の可視化と魅力発信の強化

地域の観光資源（町が誇る宇美八幡宮や大野城跡をはじめとする歴史・文化財）をモチーフとした商品や、ふるさと納税制度を活用した町内商品の開発を進める。また、当町には様々な産業分野の振興を担う団体として管内の飲食店で組織する「宇美町飲食店組合」、管内のものづくり職人ほか、多数の組織が存在する。こうした集団と協力し様々な事業を企画・実施することで観光資源として当町内の新たな商品を磨き上げる。SNSや観光情報サイト（ふるさと納税専用サイトを含む）等を活用し、ターゲット層に合わせた情報発信を行う。

1 年目（準備期）

- ・観光資源を活用した商品開発のテーマの選定
- ・飲食店組合・職人団体との協働体制の構築
- ・SNS・観光情報サイトでの情報発信基盤の整備

2～3 年目（展開期）

- ・新商品・新メニューの開発：年間4件ペースで実施
- ・ふるさと納税返礼品の拡充（事業者数35の維持・拡大）
- ・ターゲット層別プロモーション開始（都市圏向けPR強化）

4～5 年目（定着期）

- ・通算20件の新商品開発達成
- ・粗付加価値額5%増加の検証
- ・成果事例をモデル化し、次期計画へ展開

設定した理由：地域経済の変化に対応する柔軟な事業構築が求められているためである。

人口減少や消費行動の多様化により、従来型の観光や商業モデルでは対応が難しくなっており、地域資源を活かした新たな価値創出が必要とされている。

②地域の特性を活かした『活気ある産業と交流』をうみだすまちの創出

達成方針：地域の特色を活かし地域を牽引する事業者や取組の普及拡大

地域の観光資源や、金属加工業・木製家具製造業・運輸業といった地域産業の強みと、管内で活動をしている、ものづくり職人やクリエイターらが組織するクリエイティブ集団と協

力し、小規模事業者が持つ技術やノウハウ、アイデアを掛け合わせ、新商品・新サービスの開発や新分野進出を推進する。

1年目（準備期）

- ・ものづくり職人やクリエイティブ集団らとの連携枠組みの構築
- ・小規模事業者向け経営計画策定支援開始（10者/年目標）

2～3年目（展開期）

- ・地域産業（加工業・家具製造・運輸業）との連携強化
- ・成功事例をモデル化し、普及活動を開始

4～5年目（定着期）

- ・小規模事業者の5年生存率60%達成に向けたモニタリング
- ・地域内経済循環の強化（域内取引比率の増加）
- ・持続可能な産業基盤の構築

中間目標（3年目）

- ・経営計画策定事業者数累計30者
- ・地域内取引比率の増加（目安：2%）

設定した理由：町や関係機関、各種団体との連携により、こうした取り組みを効果的にPRし、地域内外への認知度向上と需要拡大を図るためである。これにより、地域を牽引する新たな事業者・取組の継続的な普及と拡大を後押しする。

③創業・事業承継支援事業の充実

達成方針：経営基盤の新陳代謝を促進するための事業の実施

地域経済の将来を担う創業希望者や、事業承継を検討する年代の小規模事業者に対して、起業塾や事業承継診断などの事業を実施する。

1年目（準備期）

- ・起業塾の開設、事業承継診断の仕組み整備
- ・創業希望者・承継検討事業者の掘り起こし

2～3年目（展開期）

- ・事業承継診断：年間8社実施
- ・起業塾卒業生の創業支援（年間数件）
- ・承継後の従業員定着率モニタリング開始

4～5年目（定着期）

- ・計画的な事業承継完了件数累計8件達成
- ・従業員離職率5%未満維持

中間目標（3年目）

- ・事業承継診断累計24社
- ・承継完了件数累計4件

設定した理由：支援対象となる事業者および創業したい者を掘り起こし、それぞれの課題に応じた事業計画の策定支援を行うためである。

3. 地域の経済動向調査に関すること

(1) 現状と課題

(現状) 経済産業省の提供するRESAS地域経済分析システムを使ってホームページにて当町の現状を紹介してきた。また、商工会の経営指導員が情報連絡員として地区内の小規模事業者に対して売上や受注状況、人手不足の実感値などの景況情報を収集して、まとめた結果を公開してきた。

(課題) これまでの調査は「業種別売上」「特定業種の景況感」など大まかな統計に留まり、事業者が経営計画にすぐ役立てられる汎用性の高い指標とは言えなかった。今後は地域の経済動向分析や景気動向分析の調査対象・手法を明確にし、管内の小規模事業者に事業計画策定の資料として活用していただくという目的をもって事業を実施する。

(2) 目標

	公表方法	現行	R8 年度	R9 年度	R10 年度	R11 年度	R12 年度
①地域の経済動向分析 (RESAS 活用) の公表回数	HP 掲載	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
②景気動向分析の公表回数	HP 掲載	4 回	4 回	4 回	4 回	4 回	4 回

(3) 事業内容

①国等が提供するビッグデータ・統計データの活用

経済産業省の提供する「RESAS (地域経済分析システム)」を基礎資料にして、これに当町・福岡県が公表する各種指標を併せて、分析した結果を年 1 回公表し、業種別売上での詳細分類をしている箇所を掲載することで小規模事業者の経営判断に役立てていただく。また、特定業種の景況感についても分かり易くその分析結果については掲載していく。

【調査項目】 RESAS における地域循環マップ、生産分析、産業構造マップ、付加価値額、他各種経済指標

【分析手法】 RESAS の各種指標を用いて、地域内への所得の流入、地域外への支出の流出、産業の動向、地域の購買力とその動向、人の動きを把握し、その傾向の要因をその他の団体が行う各種調査結果と合わせて職員が外部専門家の協力の下、分析を行う

②管内小規模事業者へのヒアリングによる業種別景気動向調査

管内の中小企業・小規模事業者 (20 社) へ四半期ごとにヒアリングを行い各業界の D.I 値 (Diffusion Index=景況感) や情報を集め、全国商工会連合会が行う「小規模企業景気動向調査」、中小企業庁が実施する「中小企業景況調査」、日本政策金融公庫及び福岡県信用保証協会等が提供する情報、そして当会独自の調査データを掛け合わせて定性的に景気動向をつかみ四半期に一度公表する。

【調査対象】 管内中小企業・小規模事業者 (製造業 4 社、建設業 5 社、卸売業・小売業 5 社、サービス業等 5 社、その他 1 社)

【調査項目】 ①景気実感②売上高の推移③経常利益と採算の状況④資金繰りの状況⑤設備投資の状況⑥経営上の問題 等

【調査手法】 確定申告時期や巡回時に対象者を抽出して調査票にて聞き取りを行う。

【分析手法】 経営指導員等が外部専門家と連携し分析を行う。

(4) 調査結果の活用

調査の結果は当会ホームページや広報誌に掲載し、広く事業者へ提供するとともに経営指導員等が巡回指導を行う際の参考資料や事業計画の策定の際の環境分析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) プレミアム付き地域商品券購入者に対して行った消費者アンケートを小規模事業者に提供し、サービス・商品開発や販売促進のための基礎データとして活用してきた。

(課題) 当町の小規模事業者の商品・サービスに対する具体的な市場ニーズや消費動向の把握が不十分であった。特に、地域ブランド形成や観光地の知名度向上に資する調査が不足しており、マーケットイン型の新商品開発や販路戦略に活かせる情報が不足していた。今後は、小規模事業者が市場ニーズを反映した商品改良や販路戦略を策定するため、新商品開発および販路開拓を目的とした市場調査を年 4 者に対して実施し、結果のフィードバックを行う。

(2) 目標

	現行	R8 年度	R9 年度	R10 年度	R11 年度	R12 年度
①商品バイヤーへのニーズ調査	4 者	4 者	4 者	4 者	4 者	4 者
②一般消費者へのニーズ調査	4 者	4 者	4 者	4 者	4 者	4 者
③プレミアム付き地域商品券購入者に対する消費者アンケート調査	50 サンプル	50 サンプル	50 サンプル	50 サンプル	50 サンプル	50 サンプル

(3) 事業内容

各地で開催される商談会・展示会でのバイヤー・消費者ニーズ調査

当町の小規模事業者が宇美八幡宮の「子安（安産）」のイメージにちなんだ商品や豊かな自然・観光資源・地域資源を活用し開発した商品に対して「FOOD STYLE Kyushu」、「東京インターナショナルギフトショー」（BtoB 向け）や「ふくおか町村フェア」といった多数のバイヤー・消費者が来場する機会を活用し、ヒアリングにより調査を実施する。

①商談会・展示会（BtoB 向け）での商品バイヤーへのニーズ調査

【サンプル数】 商談会・展示会で1者あたり10名のバイヤーよりサンプリング

【調査手段・手法】 策定した事業計画に沿って参加者の商品の狙いや対象者を把握したのち、それに合った質問事項やアンケート票を作成。これを基に「フードエキスポ九州」、「東京インターナショナルギフトショー」といったバイヤー向け商談会・展示会（BtoB）でバイヤーへヒアリング、アンケートを実施する。

【調査項目】 ①商品についての感想、②価格について、③パッケージ、④購入意欲、⑤市場トレンドとの整合性など

【調査・分析結果の活用】

分析結果は職員が参加事業者に提供する。そこで今後の販売の方向性などを検討し新たな販売計画づくりを行う。

②販売会（BtoC）での一般消費者へのニーズ調査（BtoC）

【サンプル数】 来場した一般消費者より10名をサンプリング

【調査手段・手法】 策定した事業計画に沿って参加者の商品の狙いや対象者を把握したのち、それに合った質問事項やアンケート票を作成。これを基に「ふくおか町村フェア」といった一般消費者への販売会（BtoC）で来場した消費者へヒアリング、アンケートを実施する。

【調査項目】 ①商品についての感想、②価格について、③パッケージ、④購入意欲、⑤購入したい場所など

【調査・分析結果の活用】

外需獲得につながるデータであり、分析結果は職員が参加事業者に提供する。そこで、商品改良への助言指導を行い、今後の販路開拓などを検討し新たな販売計画づくりを行う。

③「プレミアム付き地域商品券購入者に対する消費者アンケート」調査

【サンプル数】 プレミアム付き地域商品券を購入いただいた一般消費者より50名をサンプリング

【調査手段・手法】 紙ベースのアンケート配布および回収で定量集計（選択式回答）＋定性分析（自由記述欄の意見抽出）にて作成。

- 【調査項目】
- ①商品券の購入理由（例：お得感、地域応援、家計の節約など）
 - ②商品券の利用先（利用した店舗の種類、頻度、満足度）
 - ③商品券の使いやすさ（利用可能店舗数、利用時の利便性、案内の分かりやすさ）
 - ④商品券の購入金額と使用状況（全額使用したか、未使用分の理由）
 - ⑤今後の商品券への期待（プレミアム率、利用可能店舗の拡大、デジタル化など）
 - ⑥地域経済や地元店舗への意識（地域貢献の実感、地元店舗への関心）

【調査・分析結果の活用】

- ・地域ニーズの把握
地域内での経済循環の向上に資するよう、商品券を通じて「地元で買い物をしたい」「お得に生活を楽しまたい」というような地域ニーズの把握を明確にする。
- ・制度改善への提案
利用者からの生の声を頂くことで、今後の制度設計に活かしていく。
- ・地域商業の活性化施策への反映
地元店舗の認知拡大に貢献でき、店舗が独自で開催するイベントや商品券を活かした個社サービスとの組み合わせとしてご活用いただく。

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

(現状) 小規模事業者の現状把握と課題解決に向け、金融・税務・労務、補助金申請相談等の際に財務分析など簡易的な経営分析を行い方針の決定に役立ててきた。

(課題) 経営分析が限定的であり、財務分析に偏り、非財務面（強み・弱み、外部機会・脅威、知財等）の体系的整理が不足していた。分析後のアクションプランやフォローアップへの継続プロセスが弱いことが課題であった。

(2) 目標

	現行	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度	R12年度
①経営分析事業者数	40者	40者	40者	40者	40者	40者

※当会では、法定経営指導員を含め、経営指導員が2人在籍しているため、一人当たりの経営分析事業者数を20者目安とし、計40者を算定した。

(3) 事業内容

①当会では、経営相談に訪れる事業者の中から、特に意欲的な事業者やホームページ等を通じて事業の周知を行い、財務分析（直近3期の収益性、生産性、安全性、成長性）と非財務分析（SWOT分析、経営資源、知財、DX対応状況等）を実施する。

②経営分析の内容

【対象者】 巡回・窓口相談の中から意欲的もしくは商工会職員が特に必要と推薦する事業所40者を選定。

【分析項目】 定量分析たる「財務分析」と定性分析たる「SWOT分析」の双方を行う。

《財務分析》売上高、経常利益、損益分岐点、利益率 等

《SWOT分析》強み、弱み、脅威、機会 等

【分析手法】 「財務分析」は中小企業基盤整備機構が提供する「経営自己診断システム」を用いる。「SWOT」分析は商工会の職員の助言の下行っていく。

(4) 分析結果の活用

分析結果については、当該事業者へ説明を行いながら提供することで、課題に対する認識の共有を図る。その際、必要に応じて外部専門家の助言を受けつつ、連携して支援を行う。また、分析結果を踏まえ、課題解決に向けた事業計画の策定を推奨する。さらに、分析結果はデータ化し、共有フォルダにて職員間で共有することで、事業者への個別支援時の相談における基礎資料として活用する。加えて、経営指導員等のスキル向上を目的とした資料としても有効に活用する。

6. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

(現状) 前計画期間中は、新型コロナウイルス感染症の拡大に加え、エネルギー・原油価格の高騰や物価上昇、人手不足等の影響により、経営環境は目まぐるしく変化し、将来の見通しを立てることが困難な状況が続いた。そのような厳しい環境下において、巡回指導や窓口相談の実施に制限が生じ、事業計画策定セミナーの規模縮小も余儀なくされたが、メールやオンライン相談等の手段を積極的に活用することで、事業計画の策定に取り組んできた。

(課題) これまで日本政策金融公庫の事業計画書や経営革新計画書を用いて支援してきた。しかし小規模事業者には、販促計画や対外的に活用できる資料としての計画書など、特に重視したい項目があり、画一的なフォーマットだけではニーズに乖離があった。加えて、目まぐるしく変化する経営環境のなかで予測困難な現況においては、顧客の真のニーズを深く洞察・分析し、急激な環境変化にも柔軟かつ迅速に対応可能な経営体制を構築することが一層重要となる。

(2) 支援に対する考え方

経営分析(5.)の結果に基づき、需要動向(4.)を見据えた事業計画(経営計画の目標を達成するための実行計画)の策定を支援する。特に、創業、事業承継、新事業展開に関する計画策定の体系化を目指す。また、事業計画策定前の段階でDXに向けたセミナーを実施し、競争力の維持・強化を目指す。

(3) 目標

	現行	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度	R12年度
①巡回・窓口相談(経営分析参加者)による事業計画策定事業者数	16者	16者	16者	16者	16者	16者
②DX推進セミナーを通じた事業計画策定事業者数	6者	6者	6者	6者	6者	6者
③起業塾を通じた事業計画策定事業者数	6者	6者	6者	6者	6者	6者
④事業承継アンケートを通じた事業計画策定事業者数	2者	2者	2者	2者	2者	2者
合計	30者	30者	30者	30者	30者	30者

(4) 事業内容

当会では、巡回指導や窓口相談を通じて経営分析を受けた事業者および各種セミナー参加者の中から、特に意欲の高い事業者を抽出し、それぞれのステージやニーズに応じた事業計画策定支援を行う。また、経営の近代化を踏まえ、円滑かつ計画的な事業承継を実現するため、後継者の育成支援を強化するとともに、事業者に対する伴走型の指導・支援体制の充実を図る。ここでは、主に以下の4つの支援メニューを通じ、多様な角度から計画作成をサポートし、事業者の持続的成長を後押しする。

① 巡回・窓口相談(経営分析参加者)からの事業計画策定

【支援対象】 経営分析実施者を中心に少人数制で実施するため、抽出した16者。

【手段・手法】 1. 分析結果は、事業計画書に職員が落とし込む。

2. 高度な計画策定を希望する事業者には、経営革新計画や販売計画など分野別フレームワークを提案し、より具体的な計画策定を支援する。

② 「DX推進セミナー開催・IT専門家派遣」を通しての事業計画策定

- 【支援対象】 経営分析を実施した事業者や、DXに対する理解不足があり不安解消を希望する6者。
- 【募集方法】 商工会職員による声掛け、商工会ホームページ掲載、募集チラシ配布など。
- 【手段・手法】 クラウドサービス、AI活用事例、ECサイト構築、SNS活用等に関するセミナーを開催、その受講者に対し、商工会職員またはIT専門家が個別でアドバイスをおこなう。
- 【開催回数】 年1回
- 【カリキュラム】 自社分析、事業アイデアの構築手法、販促計画の作成方法、事業効率化のためのIT活用方法、事業計画策定演習など
- 【参加者数】 6者

③ 起業塾を通しての事業計画策定

- 【支援対象】 創業予定者および創業3年程度までの創業者6者。
- 【募集方法】 商工会ホームページ、募集チラシの配布など
- 【手段・手法】 起業塾を開催する。各回60分程度の講義を2～6コマで設定する。講師には外部専門家や有識者、起業家を招聘し、さまざまな角度からの事業計画策定提案とその実践を行う。また職員は参加者の当日・事後のサポートを行う。
- 【カリキュラム】 先輩創業者の体験談、開業時に必要な各種手続き、事業計画の考え方・作り方
- 【開催回数】 年1回
- 【参加者数】 6者

④ 事業承継アンケートを通じての事業計画策定

- 【支援対象】 事業承継ニーズの積極的な掘り起こしを目的に商工会が行っている「事業承継アンケート」の対象先から商工会職員より事業承継計画の策定が必要であると判断された事業者2者
- 【手段・手法】 基本、事業承継に関しては集合研修などで他社に事業承継の計画策定等の状況を知られたくない事業者もいるため個別指導での計画策定を提案する。
1. 個別指導形式で事業承継計画を策定する。
 2. 必要に応じ福岡県事業承継支援ネットワーク等の専門機関と連携する。

7. 事業計画策定後の実施支援に関すること

(1) 現状と課題

(現状) 事業計画を策定された小規模事業者に対しては、適切なフォローを行わないと、計画と現状とで乖離が生じやすい。そのため、その後、融資や補助金の面的申請支援をはじめ、定期的なフォローアップのヒアリングを通じ、進捗確認や課題抽出を行い計画の着実な実行をサポートしてきた。

(課題) 一方で、支援対象事業者の優先度設定には明確な基準がなく、経営指導員や商工会が保有する人的・財政的リソースは、相談件数の多い事業者へ優先的に配分されているのが現状である。また、経営リテラシー（人材戦略、知財、デジタル等）の把握と段階別支援が不十分であり、経営の自走化に向けた体系的な仕組み構築が必要である。

(2) 支援に対する考え方

自律的に経営に取り組む小規模事業者の主体性と、経営者自身が得た気づきを何よりも重視して支援に取り組む。また、小規模事業者の経営リテラシー習得状況に応じた支援を検討し、特に小企業者（従業員5人以下）への支援には特段の配慮を払う。そして、進捗が芳しくない場合は、外部有識者や他地区の指導員等第三者の視点を投入した検証と計画見直しを提案することで、経営を小規模事業者自身の力で成長軌道に乗ることを目指す。

(3) 目標

	支援対象先	現行	R8 年 度	R9 年 度	R10 年 度	R11 年 度	R12 年 度
計画策定をした事業者へのフォローアップ	①巡回・窓口相談から事業計画を策定した事業者へのフォローアップ	16 者	16 者	16 者	16 者	16 者	16 者
	頻度 (延回数)	64 回	64 回	64 回	64 回	64 回	64 回
	利益率 3%以上増加事業者件数	8 者	8 者	8 者	8 者	8 者	8 者
	②事業計画策定セミナーを通じて策定した事業者へのフォローアップ	6 者	6 者	6 者	6 者	6 者	6 者
	頻度 (延回数)	24 回	24 回	24 回	24 回	24 回	24 回
	利益率 3%以上増加事業者件数	6 者	6 者	6 者	6 者	6 者	6 者
	③起業塾を通じて事業計画を策定した事業者へのフォローアップ	6 者	6 者	6 者	6 者	6 者	6 者
	頻度 (延回数)	36 回	36 回	36 回	36 回	36 回	36 回
	売上増加事業者件数	6 者	6 者	6 者	6 者	6 者	6 者
	④事業承継アンケートを通じて事業計画を策定した事業者へのフォローアップ	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	8 回
	利益率 3%以上増加事業者件数	1 者	1 者	1 者	1 者	1 者	1 者

(4) 事業内容

計画策定をした事業者へのフォローアップ

当会では、経営指導員が定期的に巡回訪問等を実施し、事業計画の着実な実行を支援する。訪問時には売上高、利益、販路拡大数など、計画書に明記された各種指標の推移を共有し、現状と目標とのズレを可視化する。これにより、経営者自身が計画と実績の差異にいち早く気づき、当会職員との対話を通じて「何が課題なのか」「どのタイミングで手を打つべきか」を自ら考察できるようサポートする。また、進捗にズレが見られた場合は、経営指導員が事業者との対話を重ねながら、原因の深掘りと対策案の検討を行う。その際、国や県の施策・助成金・専門家派遣制度など、外部リソースの有効活用プランをご提案し、必要に応じて個別専門家（販路開拓、IT 導入、税務・労務など各分野の有識者）を派遣して課題解決を支援する。

こうした多角的かつ実践的な支援を通じて、事業者の経営基盤を強化し、10 年後の生存率向上にもつながるよう、中長期的な視点で計画の着実な実現を後押しする。

①巡回・窓口相談から事業計画を策定した事業者へのフォローアップ

【支援対象】 事業計画を策定し、計画的な事業実施を企図する事業者 16 者

【支援手法】 年 4 回、巡回・窓口相談にて進捗状況をヒアリング

進捗状況によっては電話でのヒアリング等簡易な手法へ移行する。

【支援内容】 策定した事業計画書を基に進捗についてヒアリングを行い、計画とのズレが大きいようであれば現状について再度専門家などの第 3 者を交えて分析・課題の発見、対策検討を行う。

②事業計画策定セミナーを通じて策定した事業者へのフォローアップ

【支援対象】 事業計画セミナーに参加し、実践的な事業計画を策定した事業者 6 者

【支援手法】 年 4 回、巡回・窓口相談にて進捗状況をヒアリング

進捗状況によっては電話でのヒアリング等簡易な手法へ移行する。

【支援内容】 セミナー内で策定した事業計画書を基に進捗についてヒアリングを行い、計画とのズレが大きいようであれば現状について再度セミナー講師などの支援を受けて課題の分析・発見・対策検討を行う。

③創業塾を通じて事業計画を策定した事業者へのフォローアップ

【支援対象】 創業前、創業後 3 年未満の小規模事業者 6 者

【支援手法】 年 6 回、巡回・窓口にて進捗状況のヒアリング

【支援内容】 創業者の中には事業経験がない方もいるため、計画実施に際してさまざまな課題が発生することが多い。そこで通常先へのフォローアップの中でも特に相談回数を増やし、計画に対しての助言を行うだけでなく、取引先やビジネスマッチング先の紹介・広報活動への協力などより手厚い伴走支援を行う。

④事業承継アンケートを通じて事業計画を策定した事業者へのフォローアップ

【支援対象】 事業承継アンケートから事業承継計画づくりに進んだ事業者2者

【支援手法】 年4回、巡回・窓口相談にて進捗状況をヒアリング

進捗状況によっては電話でのヒアリング等簡易な手法へ移行する。

【支援内容】 事業承継に際して必要となる計画・諸手続き・関係機関との折衝・関係書類の作成など小規模事業者にとって承継のハードルを上げる事項に関して福岡県事業承継支援ネットワークの専門家らとチームを組んで指導を行うなどより手厚い支援を行う。

8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること

(1) 現状と課題

(現状) ITリテラシー不足や高齢化、人手不足がDXやオンライン販促の推進を阻み、策定した計画と日々の営業活動には大きな乖離が生じている。

(課題) 当町の小規模事業者はオンライン販路開拓に関心があるものの、高齢化や人手不足、IT知識不足によりDX推進が停滞している。商圈が近隣に限定され、展示会出展も成果が限定的である。また、知的財産(知財)の保護・活用に関する知識不足によりブランド戦略が弱いことが課題となっている。

(2) 支援に対する考え方

展示会を商工会独自開催するには、多大な費用と労力を要し、必ずしも効率的とは言えない。そこで当会では、当町の産業ビジョン「活気ある産業と交流」を踏まえ、食品加工、観光サービス、伝統工芸、地域資源活用型製造業等を中心にDX・知財活用を組み合わせた持続的な需要創出と競争力強化を図る。

まず、全国の関連団体が主催する販路開拓の場への参加をバックアップし、事業者の負担を軽減するとともに、より多様な販路機会の活用を支援する。また、町が誇る宇美八幡宮や大野城跡をはじめとする歴史・文化財などの観光資源をモチーフとした商品を出展し、ニーズを把握することで新たな需要の開拓につなげるよう支援する。そして、当会ではECサイト構築、SNS広告運用等、電子商取引(DX)および活用手法を、外部専門家(IT専門家等)の第三者の視点を投入することで、オンライン販売の基本からツールの選定・導入、運用までを一貫してサポートを行う。

(3) 目標

対象者		現行	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度	R12年度
①展示会・商談会出展事業者数(BtoB)	支援事業者数	3者	3者	3者	3者	3者	3者
	新規取引先開拓数/社	5者	5者	5者	5者	5者	5者
②即売会参加事業者数(BtoC)	支援事業者数	4者	4者	4者	4者	4者	4者
	売上額/社	6万円	7万円	7万円	8万円	8万円	8万円
③IT活用度向上支援	支援事業者数	7者	7者	7者	7者	7者	7者
	売上増加率/社	3%	3%	3%	3%	3%	3%

(4) 事業内容

① 商談会・展示会への出展支援 (BtoB)

実施目的と背景

豊かな自然・観光資源・地域資源を活用した商品づくりを行う管内小規模事業者の商談会・展示会への出展支援を行う。FOOD STYLE Kyushu (FOOD STYLE 実行委員会) を想定する。出店にあたって職員が事前及び事後の出展支援を行い、出展中もきめ細やかな伴走支援を行う。具体的には、以下の支援を実施する。

実施内容 (参考：参加予定商談会等)

【商談会名称】 FOOD STYLE Kyushu

【主 催】 FOOD STYLE 実行委員会

【開催時期】 11月中旬

【開催場所】 マリンメッセ福岡

【開催概要】 「FOOD STYLE Kyushu (フードスタイル九州)」は、九州最大級の食品・外食産業向けの専門展示会である。毎年秋に福岡市のマリンメッセ福岡で開催され、飲食店、小売業、宿泊業、給食・中食業界など、食に関わる幅広い業種の事業者が一堂に会する。本展示会では、地元九州をはじめ全国から集まったこだわりの食材や加工品、業務用食品、調味料、厨房機器、包装資材、販促ツールなど、多彩な商材が出展される。来場者は実際に試食をしながら、仕入れや取引に関する商談を行うことができ、新商品や業界の最新トレンドを発見する絶好の機会となっている。

【来場者等】 22,000人 (2024年11月開催分)

【支援対象者】・事業計画策定事業者

・地域資源や伝統技術を活かした商品開発等を実施した食品メーカー・加工業者、農林水産業者・生産者団体、飲料・酒類メーカー、業務用食材卸業者、厨房機器・設備メーカー、包装・容器・販促資材関連企業、IT・サービス関連企業、店舗設計・内装・什器関連等

出展前支援

出展希望事業者に対し、商品コンセプトの整理、ターゲット市場の明確化、展示ブースの設計、販促資料 (POP、パンフレット等) の作成支援を行う。必要に応じて、外部専門家 (デザイナー、マーケティングコンサルタント等) を活用し、ブランド力の強化を図る。

出展中支援

当会職員が現地に同行し、商談のサポートや通訳、バイヤーとのマッチング支援を行う。出展者が自信を持って商品を紹介できるよう、事前にプレゼンテーションや接客対応の研修も実施する。

出展後支援

商談結果のフォローアップ、成約に向けた交渉支援、必要に応じた契約書作成や物流手配等の実務支援を行う。出展を通じて得られた市場ニーズやフィードバックを整理し、今後の商品改良や販促戦略に活かす。

期待される効果

地域内にとどまっていた販路を地域外へと広げることで、事業者の売上増加と経営安定化が期待される。また、商談会を通じて得たバイヤーとの継続的な取引関係の構築により、持続的な販路が確保される。出展準備・実施・フォローアップの一連のプロセスを経験することで、事業者のマーケティング力・営業力が向上し、将来的な自走化が促進される。

② 即売会への出展支援 (BtoC)

実施目的と背景

町内の小規模事業者は、地域資源や観光資源を活かした商品開発に取り組んでいるものの、消費者との直接的な接点が少なく商品認知度の向上やニーズ把握が十分に行えていない状況にある。特に、観光や文化に根ざした商品は、対面販売によるストーリー性の訴求が効果的であるため、即売会を通じた直接販売の機会が重要である。また、即売

会は消費者の生の声を聞く貴重な場であり、商品改良やブランディング、将来的な外需獲得に向けた足がかりとなる。

実施内容（参考：参加予定即売会等）

【即売会名称】 ふくおか町村フェア

【販拡対象地域】 県内

【開催概要】 県内の町や村から、その土地の自慢の特産品・農産物・加工品などを集め一般消費者に販売するイベント。

【来場者等】 出展事業所県内31町村、約100団体。

【支援対象者】 ・需要動向調査した中で全国的な販路開拓を狙う事業者
・飲食料品の商品開発等を実施した事業者

出展前支援

出展希望事業者に対し、商品パッケージやPOPの作成支援、価格設定や販売トークの指導を行う。必要に応じて、外部専門家（デザイナー、マーケティングコンサルタント等）を活用し、訴求効果を高める。

出展中支援

商品パッケージやPOPの作成支援を行う。また、価格設定や販売トークの指導等も継続して見直しを行っていく。

出展後支援

売上の分析を行い、消費者アンケートの集計・分析による改善提案を行う。

期待される効果

即売会への出展支援により、地域外の消費者と直接つながることで売上向上と新たな販路開拓が期待される。対面販売を通じて商品や地域資源の魅力を効果的に伝えられるほか、消費者の反応を活かした商品改良やブランド力の強化にもつながる。

また、販売経験を通じて接客力やマーケティング力が高まり、EC展開やふるさと納税など持続的な販路拡大の足がかりとなる。さらに、地域の観光資源を活かした商品が注目されることで、町の魅力発信や観光振興にも波及効果が見込まれる。

③ IT活用度向上支援（BtoB、BtoC）

実施目的と背景

地域内小規模事業者のITリテラシーの不足や人手不足により、オンライン販売やSNS活用などのDX推進が進んでいない。これにより、商圏が限定され、売上拡大の機会を逃している。IT活用支援を通じて、事業者が自ら情報発信・販売活動を行えるようにし、地域外からの集客と収益向上を実現する。

実施内容

【手段・手法】 IT活用セミナーの開催を通して小規模事業者へIT導入を促すとともに導入に際しての課題があれば職員による伴走型支援を行う。

【支援対象】 ITを経営に活用しようとする小規模事業者、7社

【募集方法】 商工会ホームページ、募集チラシの配布など

【カリキュラム】 RPA活用による事業効率化、SNSの上手な使い方、動画販促セミナー等

【開催回数】 年1回

【参加者数】 7名

期待される効果

IT活用支援により、地域内小規模事業者のオンライン販路開拓や業務効率化が進み、売上向上と商圏拡大が期待される。セミナーと個別支援を通じて、SNSやECサイトの活用スキルが向上し、持続的なデジタル活用の基盤が構築される。

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回開催し、管内に居を定め地域のことに知見の深い中小企業診断士1名を外部専門家とし、町役場担当課1名（シティプロモーション課課長）、

商工会監事（管内の小規模事業者）、福岡県商工会連合会福岡広域連携拠点統括1名、および当会法定経営指導員により事業の実施状況、成果の評価・見直しを行ってきた。

（課題） 事業評価委員会からの提言を踏まえ、これまで各事業の再編・見直しを着実に進めてきた。その結果、全体を俯瞰した上でPDCAサイクルが効果的に機能していると感じている。今後は、さらなる改善と質の向上を図るため、多様な視点を一層取り入れることが重要と考えている。このため、評価委員会のメンバー構成を見直し、性別・年齢・業種などあらゆる角度から幅広い意見が集まる体制づくりを検討していく。

（2）事業内容

当会では、宇美町役場シティプロモーション課課長、中小企業診断士、小規模事業者を代表する商工会役員、福岡県商工会連合会福岡広域連携拠点統括、法定経営指導員といった多様な立場のメンバーで構成する事業評価委員会を年1回開催する。この委員会では、経営発達支援事業の進捗状況を総合的に評価するとともに、地域の小規模事業者から寄せられた要望や町の施策をすり合わせ、その結果を翌年度の事業計画に反映させる。こうしたプロセスを通じて、より効果的なPDCAサイクルの実現を目指す。

また、当該委員会の評価結果は理事会に報告しフィードバックしたうえで、事後の事業実施方針等に反映させるとともに、評価結果当会ホームページ等に掲載し、地域の小規模事業者等が常に閲覧可能な状態を確保します。

10. 経営指導員等の資質向上等に関すること

（1）現状と課題

（現状） 福岡県をはじめとする関係機関の研修で得た知見を取り入れるとともに、日本政策金融公庫主催の「小規模事業者経営改善貸付推薦団体連絡協議会」に参加し、金融支援の在り方や具体的支援方法、地域経済の状況について情報交換を行い、実際の経営支援に活用している。福岡県商工会連合会主催の経営指導員・経営支援員義務研修において、支援手法や現状分析、課題解決策を体系的に学び、支援力の向上を図っている。

（課題） 地域内小規模事業者の支援ニーズが多様化し、相談件数も増加する中、従来のように経営相談を経営指導員が一手に担い、経営支援員が補助的役割に留まる体制では対応に限界がある。そのため、経営指導員の知識・技術のさらなる向上はもちろん、経営支援員等へのノウハウ共有を組織的に進め、彼らの支援能力を底上げすることが急務である。

しかし、これまで職員は担当業務に応じて自主的に知識を習得してきたため、若手職員の増加や業務の多様化に伴い、支援ノウハウには職員間で偏りが生じている。加えて、発達支援計画事業だけでなく税務・労務・地域振興など既存事業も担う現状では、計画事業の遂行が後回しになるケースも散見されるため、事務局体制の強化、計画的な支援体制の構築、業務効率化を図るための仕組み整備が求められる。

（2）事業内容

① 外部機関が主催する研修会やセミナー等の積極的活用

支援能力の一層の向上を図るため、外部機関が主催する研修会やセミナー等を積極的に活用する。具体的には、福岡県や中小企業振興事務所が企画・実施する専門的かつ実践的な研修プログラムへ経営指導員および経営支援員を継続的に派遣し、経営戦略立案や資金繰り改善、販路開拓支援など多様なテーマについて最新の知見と事例分析を通じて学ぶ機会をつくる。併せて、中小機構や民間企業が提供するセミナー等にも参加を促し、ファシリテーション技術やプロジェクトマネジメント、リーダーシップ研修などを通じて、相談者との対話を円滑に進めるコミュニケーション力や、現場課題を的確に捉え解決へ導く問題解決力を高める。さらに、研修受講後には職員勉強会や情報共有会を定期的に開催し、得られたノウハウや気づきを全職員に展開することで、支援スキルの均質化と継続的な底上げを実現し、小規模事業者への高品質な経営支援体制を確立する。

② OJTの強化

これまで、経営指導員のみが担ってきた経営支援業務に、経営支援員をはじめとする職員を積極的に参加させることで、実践を通じた学びを深める。巡回指導や窓口相談をまさにOJTの場と位置づけ、相談案件への同行・フォローアップを重ねるなかで、多様な業種・課題に触れさせ、支援の引き出しを増やす。こうした現場研修を通じ、支援員自身が主体的に課題を発見し、指導員と協働で解決策を検討・実行できるスキルを養成する。また、既存事業の遂行に追われがちな事務局の業務偏在を解消するため、OJT強化に伴う役割分担の見直しを行う。専門性に応じて業務を適切に振り分けることで、計画事業の推進体制を整備し、支援が後回しになる状況を防ぐ。そして、情報共有基盤の構築も重要となる。各種調査結果や事業計画策定に関するデータを全職員で共有し、潜在的な支援先企業の発掘から提案までを一体的に進めることで、業務効率を高める。そのため、支援先企業の状況や相談履歴は経営カルテに充実させ、日々の支援活動やフォローアップに活用する。

1.1. 他の支援機関との連携を通じた支援ノウハウ等の情報交換に関すること

(1) 現状と課題

(現状) 現在、他機関連携による支援ノウハウの情報交換は活発に行われており、日本政策金融公庫主催の小規模企業経営改善貸付推薦団体連絡協議会（通称マル経協議会）では金融支援に関する最新情報を、福岡県商工会連合会主催の広域担当経営指導員連絡会議では県内各商工会の支援事例やノウハウを共有し、糟屋地区を構成する9商工会による広域指導員会議を通じて、同一商圏内の支援状況や課題を相互に報告し合い、連携の精度を高めている。また、事業承継支援ネットワークとの情報交換や福岡地域中小企業支援協議会との情報交換、福岡働き方改革推進支援センターとの連携などを通して、他組織との連携を深め、職員の支援能力を高めてきた。

(課題) 小規模事業者の支援ニーズは年々その種類・範囲ともに拡大しており、これに的確に対応するためには、これらの連携期間や支援団体との情報交換を着実にを行う必要がある。しかし、各支援機関が主催する研修会やセミナーへの参加において、職員が担う業務量の増大により対象者が出席できないケースが散見された。

(2) 事業内容

当会では、これら既存の連携機関や支援団体との情報交換を通じて、多様化する小規模事業者の支援ニーズに対応するため担当者間の業務量を調整し、以下の連携の会議等には全て出席するよう努め、ノウハウ収集力を強化していく。

① マル経協議会での情報交換（年2回）

日本政策金融公庫福岡支店が主催する「小規模企業経営改善貸付推薦団体連絡協議会（マル経協議会）」へ年2回参加し、出席回数を増やす。また、公庫担当者や各商工会の金融支援担当者との意見交換を行うことで、金融支援ノウハウを幅広く共有していく。

② 広域担当経営指導員連絡会議での情報交換（年2回）

福岡県商工会連合会が福岡地区内の広域担当経営指導員を集めて開催する会議への出席回数を増やす。また、各商工会の支援手法や運営上の課題を交換・分析。得られた情報は持ち帰り事務局内で共有することで全職員にフィードバックする。

③ 粕屋地区広域担当経営指導員連絡会議での情報交換（年2回）

管内9商工会による同一商圏内の連絡会議への出席回数を増やし、支援ノウハウや共通フォーマットの作成、共同事業の企画などを推進。地域全体で連携しながら支援能力を高める。

④ 事業承継支援ネットワークとの情報交換（年2回）

福岡県内の事業承継支援組織の担当者とは適宜、打ち合わせの場を設け、円滑な事業

承継を実現するための実践的ノウハウを収集し、管内の事業承継案件への対応力を強化していくために情報交換の回数を年2回程度行う。

⑤ 福岡地域中小企業支援協議会との情報交換（年2回）

福岡県が主催する「福岡地域中小企業支援協議会」に係る各種会議等への出席回数を増やすことで、日本政策金融公庫や信用保証協会、商工会議所、支援センター、事業承継支援ネットワーク、振興事務所など多機関連携を推進する。

⑥ 福岡働き方改革推進支援センターとの連携（年5回）

働き方改革に取り組む小規模事業者を支援する同センターにおける無料相談会や専門家派遣事業に帯同する回数を増やす。当会職員が帯同することで、労働法規や現場実践に基づく専門ノウハウを吸収でき、相談者への精度の高い助言提供と自組織の知見向上を両立させる。

1.2. 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) 地域活性化に資する取組として、これまで地域経済の活性化を協議する場として、商工会主催の「宇美町商工会と行政との懇談会」を実施し、宇美町中小企業振興条例や商工業の振興について協議してきた。そこでの内容を基に「商工まつり」や「宇美駅前イルミネーション事業」、「夏まつり」などを実施してきた。

(課題) これまでの協議を通じて、宇美八幡宮をはじめとする地域の多彩な観光資源や、金属加工業・木製家具製造業・運輸業など地場産業の特色を結集し「地域ブランド化」を推進する必要性が明らかになった。しかしながら、これを具体的な事業活動へ反映し始めたのはここ数年のことであり、まだ道半ばといえる。今後は、地域内外の関係者との情報交換をこれまで以上に深め、互いの知見とリソースを共有することで協力体制を強固に築いていくことが不可欠である。併せて、近年誕生した新たな地域活性化組織とも積極的に連携し、多様な主体と連動しながら地域全体の魅力と競争力を一層高めていく必要がある。

(2) 事業内容

①行政との連携強化を図るための「宇美町商工会と行政との懇談会」の開催（年1回）

当町の小規模事業者のニーズ及び課題を共有するとともに、地域活性化の方向性や地域のブランド化に向けた支援施策を協議する場として引き続き「宇美町商工会と行政との懇談会」を開催する。必要に応じてこの協議会にオブザーバーとして福岡県信用組合などの金融機関、料飲店組合などの地域団体にも参加いただき広く意見聴衆ができる場とする。

②管内の地域活性化組織との連携による地域活性化

当町に組織する「宇美町飲食店組合」「うみつくる研究所」「地元文化協会」ほか多数の集団と協力し様々な事業を企画・実施することが地域ブランドを確立させる手段であると考え。そこで、宇美八幡宮の放生会の神事に合わせて毎年開催する「商工まつり」をはじめとした地域活性化イベントに、行政機関や協会、事業者団体など多様な組織の参加を促し、多様な主体と連動しながら地域全体の魅力と競争力を一層高めていく。具体的には、以下の施策を実施する。

⑦まつり、イベント時のステージの出演（年1回）

地元アーティストや、地元文化協会に所属する協会員（キッズダンスグループ、日本舞踊など）伝統芸能団体、商工会で支援する事業者によるパフォーマンスプログラムを組み込み、来場者の興味を喚起するとともに、イベントの目玉コンテンツとして地域の魅力を発信する。

④地域ブランド推進ワークショップの出店（年1回）

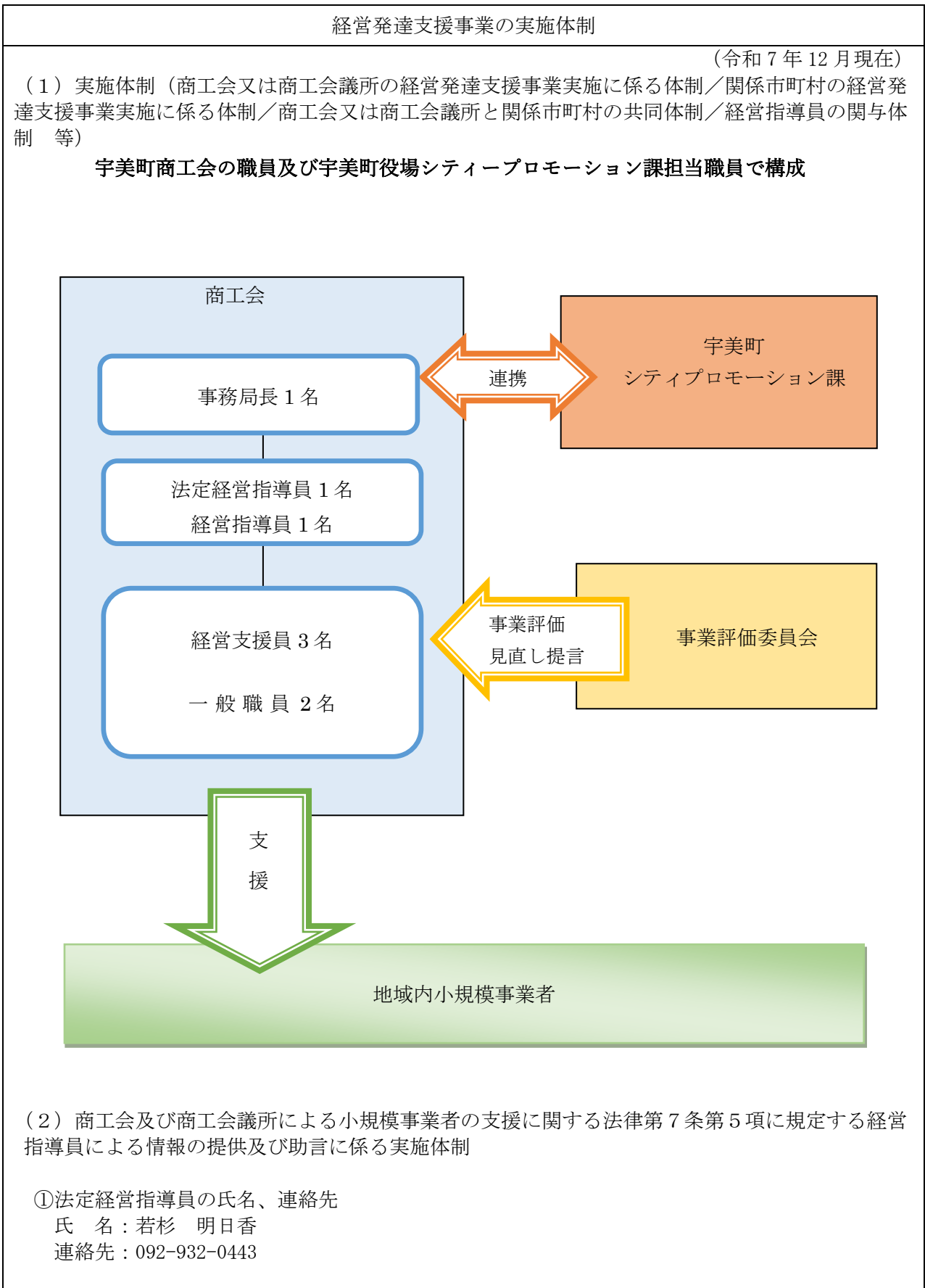
まつりやイベント会場内に出店ブースを設置し、金属加工業や木製家具製造業など地場製品の体験型ワークショップを開催する。

また、来場者自らが製作体験やミニ講座に参加できる場を提供し、地域ブランドへの理解とファン化を図る。

これらの取り組みを通じ、地域の多彩な資源と産業の特色を横断的に結びつけることで、イベントへの誘客を強化すると同時に、参加組織同士の連携基盤を一層確かなものにしていく。

(別表2)

経営発達支援事業の実施体制



②法定経営指導員による情報の提供及び助言（手段、頻度 等）
 経営発達支援事業の実施・実施に係る指導及び助言、目標達成に向けた進捗管理、事業の評価・見直しをする際の必要な情報の提供等を行う。

③広域経営指導員の当否
 申請書に記載の経営指導員・若杉明日香は、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宇美町商工会
 〒811-2101
 福岡県糟屋郡宇美町宇美5丁目2番14号
 TEL：092-932-0443 FAX：092-932-7563
 E-mail：umi@shokokai.ne.jp

②宇美町役場
 〒811-2192
 福岡県糟屋郡宇美町宇美5丁目1番1号
 宇美町役場 シティプロモーション課
 TEL：092-934-2370 FAX：092-934-2371
 E-mail：c-pro@town.umi.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	7,000	7,000	7,000	7,000	7,000
地域経済動向調査	400	400	400	400	400
需要動向調査	400	400	400	400	400
経営状況の分析	700	700	700	700	700
事業計画策定・実行支援	1,800	1,800	1,800	1,800	1,800
新たな需要開拓支援	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500
事業評価	100	100	100	100	100
地域活性化イベント	900	900	900	900	900
指導員等の資質向上	200	200	200	200	200

(備考) 必要な資金の額については、見込み額を記載すること。

調達方法

会費収入、県補助金、町補助金、国補助金、手数料収入、受託料、使用料、雑収入 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

