

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	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3年4月1日～令和8年3月31日
目標	<p>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、</p> <p>① 地域・社会の需要の変化に合わせた計画的事業実施の奨励</p> <p>② 創業・事業承継、情報通信技術の活用等支援の強化</p> <p>③ 地域の特徴を活かした商品やサービスの開発支援と販売促進による「魅力ある宇美町」づくり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、また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。</p>
事業内容	<p>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</p> <p>①国等が提供するビッグデータ・統計データの活用、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を通して得た地域の経済動向を使い事業計画策定に役立てる。</p> <p>3-2. 需要動向調査に関すること</p> <p>各地の商談会・展示会でバイヤー・消費者ニーズ調査を行いそこで得られた調査結果を分析し、事業者フィードバックすることで商品開発やその改良に役立てる。</p> <p>4. 経営状況の分析に関すること</p> <p>経済産業省や中小企業基盤整備機構が提供する経営分析システムを活用し経営状況の分析を行い小規模事業者の課題の抽出に役立てる。</p> <p>5. 事業計画策定支援に関すること</p> <p>経営分析等を行った事業者の事業計画策定を支援する。</p> <p>6. 事業計画策定後の実施支援に関すること</p> <p>経営計画策定事業者に対して事業計画の進捗状況の確認を行い、必要に応じて事業計画実行に向けた各種支援、および事業の見直し等を行う。</p> <p>7. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること</p> <p>自然・観光資源・地域資源を活用した商品づくりを行う事業者、またITを活用し新たな需要開拓を行う事業者に対し商談会・展示会・即売会への出展、セミナーを通じて支援を行う。</p> <p>8. 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>経営発達支援事業の進捗や実施状況を協議するための「協議会」を年一回開催し事業の評価及び見直しを行う。</p> <p>9. 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指導員を含む職員の資質向上を図る。</p> <p>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</p> <p>経営発達支援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. 地域経済の活性化に資する取組に関すること</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><u>宇美町商工会</u></p> <p>〒811-2101 福岡県糟屋郡宇美町宇美5丁目2番14号</p> <p>TEL:092-932-0443 FAX:092-932-7563 E-mail: umi@shokokai.ne.jp</p> <p><u>宇美町役場 シティプロモーション課</u></p> <p>〒811-2192 福岡県糟屋郡宇美町宇美5丁目1番1号</p> <p>TEL:092-934-2370 FAX:092-934-2371 E-mail: c-pro@town.umi.lg.jp</p>

(別表 1)

経営発達支援計画

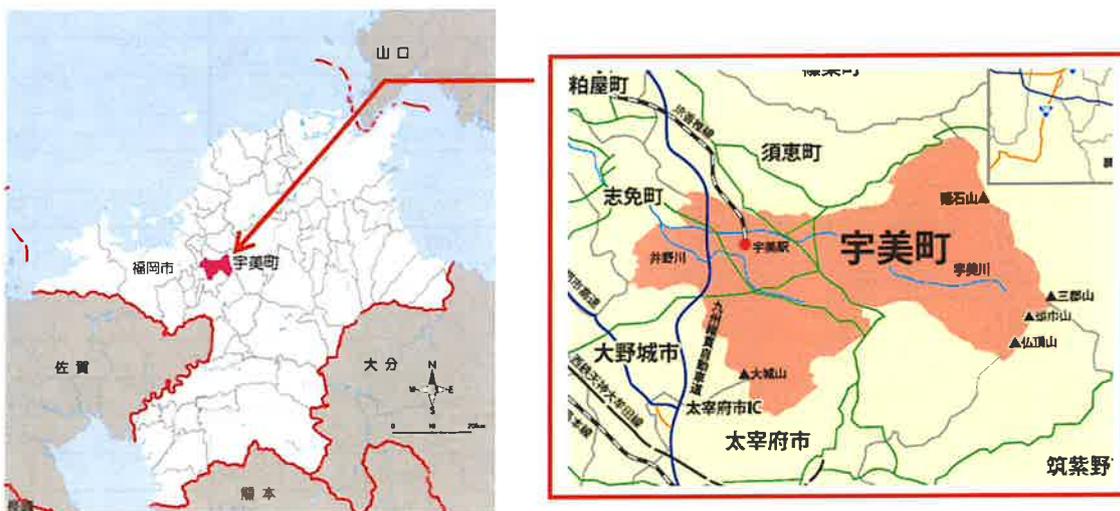
経営発達支援事業の目標

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。総面積は 30.21 km²。内、耕地 0.98 km²、宅地 5.40 km²、森林 18.37 km²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 90 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（難所が滝）」などの自然を楽しめる観光資源も多くある。



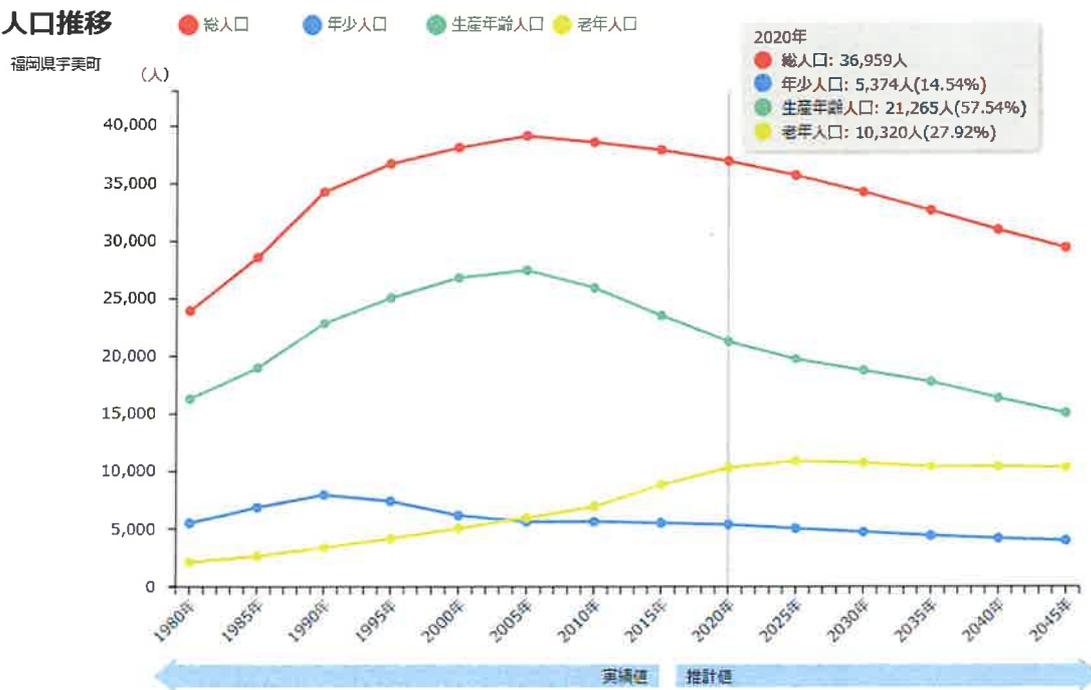
《一本松公園（昭和の森公園）》



《河原谷の大つらら（難所が滝）》

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 19 年（2007）の 38,163 人をピークに減少に転じ、令和 2 年（2020）の段階で 36,959 人となっている。

人口推移



【出典】総務省「国勢調査」、国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口」

【注記】2020年以降は「国立社会保障・人口問題研究所」のデータ（平成 30 年 3 月公表）に基づく推計値

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予測されており、令和 27 年（2045）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元年の調査によると1,076社であり、その内小規模事業者が883社で全体の82.1%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372社(42.1%)、次いで「建設業」が230社(26.0%)、「卸売業、小売業」が142社(16.1%)、「製造業」139社(15.7%)の順となる。なお1次産業を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(平成22年～令和元年)

年		建設業	製造業	卸売・小売業	サービス業	合計
令和元年	商工業者数	281	169	173	453	1,076
	内小規模事業者数	230	139	142	372	883
平成26年	商工業者数	189	208	152	421	970
	内小規模事業者数	164	181	132	366	843
平成22年	商工業者数	229	179	291	358	1057
	内小規模事業者数	202	158	257	316	933
過去10年増減率	商工業者	139.1%	94.4%	59.4%	126.5%	101.7%
	小規模事業者	113.8%	87.9%	55.2%	117.7%	94.7%

【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

特に建設業・サービス業においては小規模事業者の割合が高くまた増加率も高いという特徴がみられる。商工業者全体としてみれば事業所数は横ばいで推移しているが小規模事業者数は若干の減少傾向がみられる。

2次産業の特徴として金属製品製造業(2次産業全体の13.6%)、非金属製品製造業(11.7%)が盛んであり、福岡県(それぞれ3.3%、4.1%)や全国平均(2.7%、3.0%)と比してもその割合は高い。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場団地や若草工場団地、ゆりが丘工業団地といった工業団地を整備し企業誘致を行うなど製造業の産業集積に力を入れている。

その他にも家具・装備品製造業者の集積が見られ、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。



建設業については同一商圈内にある福岡市が促進する「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。

卸売・小売業、サービス業など3次産業全体では運輸・郵便業の割合(22.3%)が福岡県(7.9%)・

全国平均（6.8%）に比して多いのが特徴である。これは先に述べたように当町の地理が輸送や労働力の供給に適しているということに起因するものである。そのため物流拠点としての当町に対する民間投資も増加しており、大和ハウス工業が展開する集合型物流拠点「DPL 宇美（右図）」（＝DAIWA PROJECT LOGISTICS）（2017）に代表される大型物流拠点の建設等も行われている。



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「第6次宇美町総合計画（計画期間平成27年～令和4年）」を策定し、まちづくりの基本的理念を「豊かな自然、歴史的・文化的資源を最大限に活用し、にぎわいと活気を生み出すとともに、「住みたい・住んでよかった」と実感できるまちづくりを目指す」としている。

そしてこの基本的理念実現のための行動の基本目標「産業の振興で活気を生むまち」として、そのための施策を下記の通り設定している。

- 商工業・サービス業の振興（①魅力的な商業活動の促進、②既存企業の経営基盤強化の促進、③企業誘致の推進、④創業支援、⑤特産品開発）
- 観光の振興（①観光・交流資源の充実・活用、②体験型観光の充実、エコツーリズムの推進、③観光PR活動の推進）

④ 宇美町商工会の現状と課題

商工会はこれまでも当町と連携し小規模事業者の経営支援を行ってきた。過去の経営発達支援計画では経営革新計画をはじめとした経営計画の策定支援やそれに付随して小規模事業者持続化補助金を活用した販促支援、ものづくり補助金を活用した設備の高度化、さらには創業の促進や、地域の特産品開発とその販路開拓支援を通して地域の商工業・サービス業にかかわる小規模事業者の持続的発展を支援してきた。

しかしながら、これまでの取組については地域の事業所より相談を持ち掛けられてから対応するという受動的な支援も多く、商工会が自ら支援先を発掘していく「プッシュ型」の支援は少なかった。

そこで商工会はこれまでの経営発達支援計画に基づいた小規模事業者支援を通して、その持続的発展には地域の状況が密接な関係にあると実感し、今後は「地域の持続的発展」への貢献という視点をもって小規模事業者支援を行わなければならないと認識するに至った。

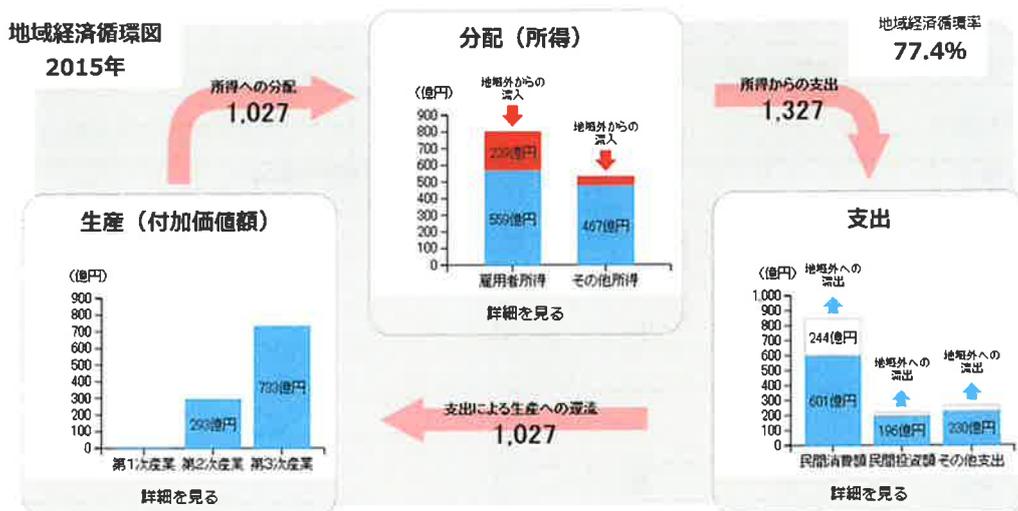
⑤ 地域の課題

⑦人口減少と高齢化が引き起こす産業の地盤沈下

前述の通り当町は生産年齢人口が年々減少し老年人口が少しずつ上昇している。生産年齢人口の減少は当町の産業における従業員の確保を困難にする恐れがある。商工会に加入する小規模事業者のうち令和2年4月現在で65歳以上の経営者は全会員の約41.5%に達しており経営者の高齢化も進行している。さらに55歳から64歳の経営者は全体の20.7%に達していることから今後10年で62.3%の経営者が65歳以上となると予測される。経営者の高齢化による廃業が進めば今後それに伴う雇用機会の喪失が懸念される。産業活力が失われれば他地域からの所得の流入の減少、また地域内での消費活動の低下へとつながり地域産業全体の地盤沈下につながる恐れがある。

④社会の環境変化に伴う所得の町外流出

当町は過去 JR 宇美駅周辺を中心に中心市街地が形成されてきた。大手スーパーも入居するショッピングモール、商店街、バス停、タクシー乗り場があるなど民間消費の中心となってきたが、共稼ぎ世帯の増加やネット通販の伸長など消費者のライフスタイルの変化による購買活動の変化により郊外の大型店やネット通販の活用など購買行動が変化し、中心市街地の活力はますます低下し、地域外への民間消費の流出が起きている。これを示すかのように地域経済循環図で支出に注目すると、当町の民間消費額のうち 244 億円は地域外へ流出となっている。



【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)

また今後コロナ禍の影響により非対面型のビジネスモデルが進行すればさらに中心市街地での消費行動は減少すると予測されることから、地域内のサプライチェーンの維持のためには早期に経営環境の変化に対応するビジネスモデルを構築する必要がある。

⑦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」はおよそ年間 90 万人が訪れる人気の観光地であり、そのほかにも観光資源が多数あるもののこれを活用する小規模事業者は少ない。そのため町外の訪問客が宇美八幡宮に立ち寄ったのちの飲食や観光による関連消費は少なく、折角の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。また地域の産業には金属加工業や木製家具製造業などの特徴的な産業集積がありながらも、その需要と供給は地域外からもたらされることが多いため地域経済への影響は限定的なものになっている。

(2) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

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 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を支援することで企業生存率を高め、将来懸念される地域経済の地盤沈下を回避する。
- ② 経営基盤の強化や創業・事業承継支援を通して地域の小規模事業者およびその経営基盤の新陳代謝を促進し、当町の産業活力を向上させる。

- ③ 管内の地域資源を活用する小規模事業者を増加させ、当町のブランド化を促進することで、他地区からの所得の流入を増やすとともに、他地区への支出の流出を減らす。

(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 地域・社会の需要の変化に合わせた計画的事業実施の奨励
社会や地域の環境変化に対する経営情報を商工会で調査・分析・提供し、これと小規模事業者のもつ自社の強みと掛け合わせた事業計画の策定を奨励する。また策定された計画に基づき商工会は伴走支援することで事業実施および需要開拓を助ける。
- ② 創業・事業承継、情報通信技術の活用等支援の強化
創業支援や事業承継支援を通じて地域事業者の世代間のバトンタッチを促進するとともに、既存事業者の情報通信技術（以下 IT という）の利用度向上により効率的経営への転換を図る。
- ③ 地域の特徴を活かした商品やサービスの開発支援と販売促進による「魅力ある宇美町」づくり
宇美八幡宮をはじめとする当町の観光資源や豊かな自然環境、そして当町の特色を活かした地域経済の牽引を行う小規模事業者の支援を行う。

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・社会の需要の変化に関する情報提供とそれを活用した事業計画策定と実施支援
地域経済景気動向調査・需要動向調査などの結果をもとに消費者の消費動向の変化など分析し小規模事業者提供、これを活かした新しいビジネスモデル創出につなげる。またこれに基づいた事業計画策定支援を行うとともに、策定後の実行支援も行う。取組の進捗状況、効果、目標の達成度合いなどはできるだけ効果測定ができるようにする。
- ② 経営基盤の新陳代謝を促進するための事業の実施
これからの地域経済を担う創業者や事業承継を検討する年代の小規模事業者創業塾や事業承継アンケート等の事業を実施する。そして、支援対象先として掘り起こしを行いその課題に応じて事業計画の策定や計画策定後の販路拡大支援（補助金を活用しての経営基盤の強化などアフターフォローなど）を実施する。また既存の小規模事業者にもIT活用支援による効率的経営の提案をセミナーや個別巡回を通して行うことで経営基盤の新陳代謝を促進する。
- ③ 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
宇美八幡宮をはじめとした地域の各観光資源や、金属加工業、木製家具製造業、運輸業など地域の特徴となっている産業の特色と、小規模事業者の持つ技術やノウハウ、アイデアなどを掛け合わせた新商品やサービスの開発、新分野への進出を町や関係機関、各団体と協力してPRすることで後押しするとともに、開発に関する個別相談や、当会のネットワークを活かしたビジネスマッチング等を通して実現を図る。

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) 当会ではこれまでも地域の経済動向の調査及び情報の提供を行ってきたが、大まかな業種や特定業種の調査結果に留まり、各事業者がその経営計画の立案や策定に際して参考指標にできるような汎用的なデータではなかったことから、広く周知することができなかった。

(課題) これまでは調査手法や調査結果の提供の仕方もまちまちになってきておりデータの活用も十分でなかった。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

	現行	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	-	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

内閣府のまち・ひと・しごと創生本部が運用している「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、小規模事業者の経営判断に役立てていただく。

【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) 成果の活用方法

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。

3-2. 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と連動した消費者アンケートや調査会社に一部委託したアンケート調査の結果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）需要動向調査の調査項目が一般的な項目が多くなってしまい調査結果を活かすべき小規模事業者が真に必要とする調査結果を提供できていなかった。今後は情報提供を行う事業者と綿密に打ち合わせをしアンケートを作成するなどの工夫が必要である。

(2) 目標

	現行	R3年度	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度
①商品バイヤーへのニーズ調査	-	4社	4社	4社	4社	4社

②一般消費者へのニーズ調査	-	4社	4社	4社	4社	4社
---------------	---	----	----	----	----	----

(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「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」（BtoB向け）や「ふくおか町村フェア」、「町イチ村イチ」（BtoC）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、アンケート・ヒアリング調査を実施する。そこで得られた調査結果を分析し、事業者にフィードバックすることで商品開発やその改良に役立てる。

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・展示会に参加したバイヤーより20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「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）でバイヤーへ職員がヒアリング、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40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」、「町イチ村イチ」といった一般消費者への販売会（BtoC）で来場した消費者へ職員がヒアリング、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】

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。

4. 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経営状況の分析を行い方針の決定に役立ててきた。

（課題）分析に際して相談者に課題認識のある事項についてはじっくりと分析を行うものの、認識のない事項についての分析まで十分にできたとは言いがたい。すなわち、相談者に課題認識がないところに真の課題がある場合、それが見過ごされてきた可能性が否めず、本当に必要な支援が提供されていなかった可能性もある。そのことから今後は、公的機関の提供す

る経営分析ソフト（ローカルベンチマーク）や外部専門家を活用することでより細緻な分析を行っていく。

(2) 目標

	現行	R3 年度	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度
①通常の経営分析	30 件	32 件	32 件	32 件	32 件	32 件
②重点経営分析	-	8 件	8 件	8 件	8 件	8 件
合計	30 件	40 件	40 件	40 件	40 件	40 件

(3) 事業内容

①当会に経営相談に訪れる事業者の中から特に意欲的な先、およびHP等で事業を周知し経営分析を希望してきた小規模事業者の中から40社（経営指導員1名あたり20社）を選定して経営分析支援を行う。その中でも特に希望する先、また過去に経営支援を行ったにもかかわらず経営改善の効果が十分発揮されていない先、また地域を牽引する取組を行っているため当会として積極的に支援を行いたい小規模事業者には、経済産業省が提供する企業の健康診断ツール「ローカルベンチマーク」や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」を利用したより詳細な経営状況の分析を行い課題の抽出に役立てる。

②経営分析の内容

⑦通常の経営分析

【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32社を選定。

【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。

⑧重点経営分析

【対象者】 経営分析を行う事業所の中でも特に希望する先、過去に経営支援を行ったにもかかわらず経営改善の効果が十分発揮されていない先、また地域を牽引する取組を行っているため当会として積極的に支援を行いたい事業者を8社選定

【分析項目】 定量分析項目に売上持続性、収益性、生産性、健全性、効率性、安全性などを加えるとともに、定性分析項目には事業コンセプト、市場・競合・自社分析、中期目標などを加える。

【分析手法】 定量分析には経済産業省が提供する「ローカルベンチマーク」を活用と定性分析には中小機構の「経営計画つくるくん」を活用することでより精緻な経営分析を行う。

(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しながら提供することで課題についての認識を共有する。その際必要に応じて外部専門家のアドバイスを頂きながら連携して支援する。また分析結果を基に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で職員が共有することで、事業者の個社支援での相談の際、基礎資料として利用す

る。また、経営指導員等のスキルアップ用の資料としても活用する。

5. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

(現状) 巡回や窓口相談時、または事業計画策定セミナー時の働きかけにより事業計画を策定する事業者を増やしてきた。策定した事業者はその目標とするところが自社のみならず当会のような支援機関等にも伝わることで様々な支援提案を受けることができるなど「面」での支援を受けることが出来るようになった。

(課題) 事業計画書のフォーマットは日本政策金融公庫の事業計画書や、高度な支援を求める事業者には経営革新計画書などを用いて事業計画策定を支援してきた。しかしながら小規模事業者にも経営計画を策定する際に特に重視したい項目（販促計画書、対外的に活用するための資料としての計画書など）があり、画一的なフォーマットだけでは小規模事業者のニーズとかけ離れてしまうことがあった。また、小規模事業者の事業計画書の理解度によっても策定したい事業計画書のレベルや内容は異なるため、それに応えられるよう様々な種類の事業計画策定セミナーや事業計画書のフォーマット等を提案していく必要がある。

(2) 支援に対する考え方

小規模事業者に計画策定の意義や重要性を理解してもらい策定件数を増やしていくために事業計画策定セミナー、そして策定する事業計画書のフォーマットについて販売促進計画を充実させたものや、企業の成長戦略を中心に構築されたものなど種類やカリキュラムを充実させるよう各々のニーズに応じたコンテンツを準備していく。

(3) 目標

	現行	R3 年度	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 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件数	12 件	16 件	16 件	16 件	16 件	16 件
②事業計画策定セミナーを通じた事業計画策定件数	-	6 件	6 件	6 件	6 件	6 件
③創業塾を通じた事業計画策定件数	2 件	6 件	6 件	6 件	6 件	6 件
④事業承継アンケートを通じた事業計画策定件数	1 件	2 件	2 件	2 件	2 件	2 件
合計	15 件	30 件	30 件	30 件	30 件	30 件

(4) 事業内容

巡回や窓口相談時に経営分析等を行った事業者、各種事業計画策定セミナーに参加した事業者の中から特に意欲ある事業者を対象にその状況に応じた事業計画の策定を行う。募集方法、回数、参加者数等詳細は以下の通り。

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】 経営分析を行った事業者の中より抽出 16 社。

【手段・手法】 分析結果を商工会で使用している「事業計画要約シート（A4 1 枚）」（エグゼクティブサマリー）に職員が落とし込み事業計画書を最初に作成する。さらに高度な計画策定を希望する事業者には次のステップとして経営革新計画の策定や、販売計画など分野別の各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 「事業計画策定セミナー」開催を通しての事業計画策定

【支援対象】 経営分析を行った事業者や事業計画策定について興味を持つ事業者 6 社

【募集方法】 経営分析を行った事業者への声掛け、商工会ホームページ、募集チラシの配布など

【手段・手法】 事業計画策定セミナーを開催し、その受講者に対して商工会職員、外部専門家によるアドバイスや参加者同士によるブラッシュアップの機会を設け相互研鑽の手法も取り入れる。

【開催回数】 年 1 回

【カリキュラム】 自社分析、事業アイデアの作り方、販促計画の作り方、事業効率化のための IT 活用方法、事業計画策定など

【参加者数】 6 社

③ 創業塾を通しての事業計画策定

【支援対象】 創業予定者、創業者（創業後 3 年程度）6 社

【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】 創業塾を開催する。内容は各 60 分/コマ×2～6 コマで設定。講師に外部専門家や有識者、起業家を招き、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、開業時に必要な諸届、事業計画の考え方・作り方

【開催回数】 年 1 回

【参加者数】 6 名

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 社

【手段・手法】 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。また専門機関として福岡県事業承継支援ネットワーク等との連携により事業承継計画の策定を実施する。

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) 事業計画を策定した事業者へのフォローアップとして、融資や補助金申請へつなげたり、地域の販売会や福岡・東京ギフトショーなどの大規模展示会へ出展し販路開拓を支援するなど幅広く計画実施を支援してきた。

(課題) 支援対象先の優先度については明確な基準はなく、相談が多い先から経営指導員や商工会

の持つ人や資金などのリソースが割り振られているのが現状である。そのため地域牽引企業など政策的に支援すべき事業者への支援が後回しになることもあり、管内経済全体から見ると支援効果は限定的であった可能性がある。今後は管内経済に大きな影響を及ぼす事業所にも商工会の支援リソースを十分割り振る必要性があり、そのために商工会が特別に支援する事業所を選定する等の工夫が必要であると思われる。

(2) 支援に対する考え方

フォローアップを効果的に行うため、事業所の取り組み内容や事業計画の策定状況に応じて重点支援先や要管理先などのランク分けを行い、支援の頻度や負荷を調整していく。特に地域を牽引するような取り組みを行う小規模事業者については支援の質・量を増したプッシュ型の支援を行っていく。

①通常先へのフォローアップ

事業計画の策定を行った先で、計画策定後のフォローアップを希望する小規模事業者には商工会職員が通常の巡回や相談、専門家を活用したアドバイス等を通して事業実施をフォローしていく。主に通常の企業努力で計画の実施が可能な先。

②重点支援先へのフォローアップ

事業計画の実施において商工会職員のみでは対応が難しい、もしくは地域を牽引する取り組みであるため特に選抜して支援する先、専門家の知識や関係機関の実施する各種施策の活用、地域のステークホルダーの協力などチームでの総合的な支援が必要と認められる先については支援スケジュールを立案し積極的に関与していく。特産品開発・地域資源活用を積極的に推し進める小規模事業者や、創業、事業承継・事業再生などの中から地域の活性に影響があると考えられる案件が対象。

(3) 目標

	支援対象先	現行	R3年度	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度
⑦通常先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	12社	16社	16社	16社	16社	16社
	頻度(延回数)	54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社	8社	8社	8社	8社
	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社	6社	6社	6社	6社
	頻度(延回数)	-	24回	24回	24回	24回	24回
	利益率3%以上増加事業者件数	-	6社	6社	6社	6社	6社
	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	2社	6社	6社	6社	6社	6社
	頻度(延回数)	7回	36回	36回	36回	36回	36回
	売上増加事業者件数	-	6社	6社	6社	6社	6社
	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社	2社	2社	2社	2社
	頻度(延回数)		8回	8回	8回	8回	8回
	利益率3%以上増加事業者件数	-	1社	1社	1社	1社	1社
⑧重点支援先へのフォローアップ	通常のフォローアップ先の中で特に支援が必要と思われる事業者へのフォローアップ	-	4社	4社	4社	4社	4社
	頻度(延回数)	-	+24回	+24回	+24回	+24回	+24回
	利益率3%以上増加事業者件数	-	4社	4社	4社	4社	4社

(4) 事業内容

⑦通常先へのフォローアップ

事業計画を策定した事業者 30 社に対しフォローアップを行う。巡回・窓口相談、事業計画策定セミナー、事業承継アンケートを通じて作成した計画に対しては年 4 回、創業塾を通じて事業計画を策定した先には年 6 回の頻度で計画をフォローアップする。

ただし、職員が必要と判断する場合や事業者からの申出等により、回数に関しては臨機応変に対応する。また必要に応じて外部専門家などからのアドバイスを受ける、各種支援団体と連携して課題解決を図るなどの措置を講じる。フォローアップに際して小規模事業者の策定した事業計画とその進捗状況にズレが見られる場合は、その原因について再度分析し外部専門家や各支援団体、その他商工会のもつネットワークを活用して課題解決を支援、もしくは計画そのものの見直しを支援することで「成果につながる支援」を行えるように努める。

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】経営計画を策定し、計画的な事業実施を企図する事業者 16 社

【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 社

【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 社

【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 社

【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。

①重点支援先へのフォローアップ

通常先の中でも計画実施に外部の支援が必須であると思われる企業、地域への影響が大きいため政策的に支援を行うべきと職員が判断する企業 4 社については通常先へのフォローアップ

に加え2か月に1回の頻度で追加フォローアップを行い支援の充実を図る。またフォローアップ時は外部専門家や各支援団体による第三者視点をできるだけ入れることとし、計画と進捗状況のズレをいち早く発見し、課題の早期解決、計画の見直し、各種施策活用を提案するなどして小規模事業者の目標実現に向け最適な道順をたどることが出来るよう支援を行っていく。

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) 商工会のネットワークを活かし、県連合会が開催する展示商談会（ふくおか農と商工の自慢の逸品展示商談会）や県の主催する各種イベント（「スポーツフェスタ福岡駅伝」、「ふくおか町村フェア」）、民間事業者の主催する展示会・商談会・即売会（管内事業者主催「うみフェス」、商工会女性部主催「うみカフェ」、㈱ビジネスガイド社主催「東京インターナショナルギフトショー」）などの機会に管内小規模事業者の参加を促し販路開拓・売上計上などの成果をあげてきた。

(課題) 小規模事業者は資本力が弱いことから、単独で商品開発・販売促進・運営管理など経営全般のことを行わねばならないため、販路開拓だけに力を注ぐことは難しい。そのため商圏を拡大できる見込みがありながら、地域内および近郊地域での販売にとどまっている小規模事業者や販促力そのものが弱いため商圏内の消費者に十分認知されていない事業者が存在することからこれまで以上にこうした需要拡大機会の提供を行っていかねばならない。また近年のITの活用ができておらず、最近の新しい販売手法が活用できずに販路拡大できていない事業者も多数いることから、こうした事業者支援を商工会が担う必要がある。

(2) 支援に対する考え方

商工会が需要開拓の機会を創出するための展示会等を実施することは費用面、労力面で非効率的になりやすいので、全国の各団体が主催する販路開拓機会への参加を当会がバックアップするという形をとる。またIT化が進んだことにより自社・自宅にいながら全国の消費者との直接取引が可能になっている。これを積極的に導入すべきだが、小規模事業者にとって知識面、技術面の不足により普及できていないのが現状である。そこでそうした知識や技術を商工会で提供することが効果的な支援策であるとの観点から、IT活用に関してセミナーや個別支援事業を実施していく。

(3) 目標

対象者		現行	R3年度	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度
①展示会・商談会出展事業者数 (BtoB)	支援事業者数	2社	3社	3社	3社	3社	3社
	新規取引先開拓数/社	3社	5社	5社	7社	8社	8社
②即売会参加事業者数 (BtoC)	支援事業者数	3社	4社	4社	4社	4社	4社
	売上額/社	3万円	5万円	6万円	7万円	8万円	8万円
③IT活用度向上支援	支援事業者数	-	7社	7社	7社	7社	7社
	売上増加率/社	-	3%	3%	3%	3%	3%

(4) 事業内容

① 商談会・展示会への出展支援 (BtoB)

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。具体的には東京インターナショナルギフトショー(株)ビジネスガイド社)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。

(参考：参加予定商談会等)

【商談会名称】 東京インターナショナルギフトショー
及び同時開催グルメ&ダイニングショー

【販拓対象地域】 全国・海外

【開催概要】 地域資源や伝統技術を活かした産品を全国から集め、市場開拓等を支援、中小・小規模事業者の商品展開力・販売力向上を図り、地域経済の活性化を図る。同時開催のグルメ&ダイニングショーは農業畜産酪農等の第一次生産者の顔が見える安全安心な食品を紹介し直接仕入れられる場となっている。

【来場者等】 出展社数：3,100社 16か国地域から(海外348社・2,752社)
総来場者数300,000人(2020年第89回実績)

【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製造業、食品製造業、飲食業、日用雑貨製造業者

② 即売会への出展支援 (BtoC)

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・地域資源を活用した商品づくりを行う管内小規模事業者の福岡県・宇美町ら行政との協力事業「ふくおか町村フェア」への出展を支援し、消費者への直売を通して直接的な反響を得るとともに、消費者へ商品を知ってもらう機会とする。

(参考：参加予定即売会等)

【即売会名称】 ふくおか町村フェア

【販拓対象地域】 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26町村、47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

③ IT活用度向上支援 (BtoB、BtoC)

小規模事業者のITの活用度を向上させるため好事例を紹介するセミナーを実施し、セミナー後は導入方法の個別支援まできめ細やかな支援を行う。特にHP作成やSNSの活用、電子商取引(ECサイト)など商圏に囚われずに地域外から所得の流入をもたらす新しい販売促進方法については積極的に推奨していく。

【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、また地域を牽引する取組

- を行っているため当会として積極的に支援を行いたい事業者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、動画販促セミナーなど
- 【開催回数】 年1回
- 【参加者数】 7名

8. 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、市役所担当課1名(まちづくり課課長)、商工会監事(管内の小規模事業者)、および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) 事業評価委員会の提言を受けこれまで事業の再編・見直し等を行った。各事業を俯瞰してみることができPDCAサイクルが効果的に機能したと思われる。さらにこの機能を充実させるためには、様々な角度からの多様な意見を取り入れることが有効であると考えられるため、評価委員会のメンバー構成の多様化を検討する。

(2) 事業内容

- ① 宇美町まちづくり課課長、法定経営指導員、中小企業診断士1名、福岡県信用組合宇美支店長、小規模事業者を代表する商工会役員1名等をメンバーとする「協議会」を年に一度開催し、経営発達支援事業の進捗状況等について評価を行う。当会の経営発達支援事業の評価を行うだけでなく地域の小規模事業者からの要望や町の施策とのすり合わせも行い翌年度の事業活動に反映させるなど、より効果的なPDCAサイクルの実現を目指す。
- ② 当該協議会の評価結果は理事会や総会等に報告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、ホームページでも公表する。また当会事務所内にも常時備え付け、地域の小規模事業者等が常に閲覧可能な状態とする。

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) これまで小規模事業者への支援ノウハウは①福岡県商工会連合会の主催する義務研修から得られたもの、②福岡県などの関係機関が実施する研修から得られたもの、③職員が担当業務につき自主的に学んだ知識が主なものであった。しかしながら、職員の若返り等や業務の多様化により職員間の支援知識には偏りが出てきている。

(課題) 小規模事業者の支援ニーズが多様化し相談数も増加している現在、これまでのように経営相談を経営指導員が担当し、経営支援員は補助的な役割のみを担うという体制では支援数に限界がある。そのため経営指導員の支援知識・技術のレベルアップは当然のこと、経営支援員等に支援ノウハウの共有を行いその支援能力の向上を行うことが急務である。

(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
経営指導員及び経営支援員等の支援能力の一層の向上のため、中小企業大学校が主催する専門研修、民間企業が実施する能力開発セミナーなどに積極的に職員等を派遣し研鑽を積む。
- ② OJTの強化
従来経営指導員のみが行っていた経営支援業務に経営支援員等を携わらせることで経験を積ませ支援能力の向上を図る。巡回指導や窓口相談等をOJTの機会とし相談案件に積極的に携わらせることでその支援能力を高める。
- ③ 商工会内での情報の共有
月に1回の全職員による情報共有会議を開催し、経営発達支援計画の進捗状況や会員支援情報を共有する。またその際それぞれの報告に意見具申をするなどそれぞれの支援をブラッシュアップできる体制を作る。また県内商工会の共通データベースである商工イントラシステム内の事業者カルテを整備することで、各職員が随時会員に対する支援状況を確認できるような体制を作る。

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

(1) 現状と課題

(現状) 現在も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ついては、日本政策金融公庫が主催するマル経協議会(金融情報)、福岡県商工会連合会の主催する広域担当経営指導員連絡会議(県内での商工会の支援情報)、糟屋地区の9つの商工会で構成される広域指導員会議(同一商圏内の商工会の支援情報)等を行ってきた。

(課題) 小規模事業者の支援ニーズは年々種類・範囲ともに拡大してきており、これに対応するためにはこれまで以上に多くの支援団体との情報交換を行うことで情報収集の範囲を広げなければならない。そこでこれまでの取組に以下の団体との連携を加えることで、当会の情報収集力の向上を図っていく。

(2) 事業内容

- 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開催するマル経協議会に参加し、公庫担当者、各商工会の金融支援担当者らと広く意見・情報交換を行うことで金融支援ノウハウの情報共有を図る。
- 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の商工会の広域担当経営指導員を集めて開催する同連絡会議において、各商工会の支援ノウハウ、課題、運営体制等について情報交換を行う。そこで得られた情報については商工会へ持ち帰り情報共有会議等で職員にフィードバックを行う。
- 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)
同一商圏内で事業を行う9つの商工会の広域担当経営指導員の連絡会議を行い、情報交換を行う。同一商圏内であるため支援ノウハウや課題等に対し共同事業や共通フォーマットの作成など情報収集のみならず、事業協力による支援能力の向上も行う。

- ④ 事業承継支援ネットワークとの情報交換（年 2 回）
福岡県における円滑な事業承継を推進するため、事業承継に関する課題解決を支援する組織として作られた同ネットワークと担当者会議を行う。同機関と連携し事業承継案件に対応することで、管内の事業承継に課題をもつ小規模事業者への支援ノウハウの取得につなげる。
- ⑤ 福岡地域中小企業支援協議会との情報交換（年 10 回）
地域の力を結集して小規模事業者の支援を行うため福岡県が主催する「福岡県中小企業支援協議会」に参加し、参画する日本政策金融公庫、福岡県信用保証協会、福岡商工会議所、福岡県中小企業支援センター、福岡県事業承継支援ネットワーク、福岡県福岡振興事務所とのネットワークを強化し、各団体の持つ支援ノウハウを収集していく。
- ⑥ 福岡働き方改革推進支援センター（年 20 回）
「働き方改革」に取り組む小規模事業者の取組を支援する同組織と連携し、商工会内で無料相談会や個別専門家派遣事業を行い、当会職員がそれに帯同することで労働法規等の専門ノウハウを収集する。

1 1. 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「宇美町活性化推進協議会」の開催や宇美町行政との懇談会を実施し、そこで協議された内容を基に「商工まつり」や「地域活性化特別講演会」、「一本松公園活性化事業」、「宇美町町制 100 周年関連事業」、JR 宇美駅周辺地区活性化事業と商工会女性部がタイアップした駅周辺でのイベント「うみカフェ」などの事業を実施してきた。

(課題) 様々な協議の中で宇美八幡宮をはじめとした地域の各観光資源や、金属加工業、木製家具製造業、運輸業など地域の特徴となっている産業の特色と、小規模事業者の持つ技術やノウハウ、アイデアなどを掛け合わせた新商品やサービスの開発、新分野への進出などを促進し、これを地域の内外に PR していくことで当町の「地域ブランド化」を促進していくことが必要との結論に達し様々な事業を実施してきた。しかしながら、こうした共通認識に達し事業活動に反映させだしたのはここ 1～2 年のことであるため、今後も情報交流を深め協力関係を強固なものにしていかなければならない。また近年新しい地域活性化を目的とする組織が生まれているためこうした組織との事業連携も必要となってくる。

(2) 事業内容

①行政との連携強化を図るための「行政との情報交流会」の開催（年 2 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新たに「行政との情報交流会」を定期的で開催する。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管内の各団体との連携による地域活性化

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やクリエイターらが組織するクリエイティブ集団「うみつくる研究所」ほか多数の業種別組織が存在する。こうした集団と協力し様々な事業を企画・実施する

ことが地域ブランドを確立させる手段であると考え、そこで以下のような事業を積極的に推進していきたい。

- ⑦「宇美町飲食店マップ（仮称）」の作成と配布（年1回）
当町の飲食店組合と協力し「食べ歩きマップ」を作成する。地域のイベントや町広報誌への折込等で管内外から訪れる一般消費者に広く配布し、地域内での消費につなげる。
- ⑧「デザインワークショップ」の開催（年1回）
管内小規模事業者の商品パッケージや販促用チラシのデザイン性の向上を目指して、「うみつくる研究所」のデザイナーらと連携したワークショップを開催する。
- ⑨イベントでのステージ出演（年1回）
商工会が宇美八幡宮の放生会の神事に合わせて実施している「商工まつり」をはじめとした地域活性イベントに際して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）に参加してもらいイベントへの集客に協力してもらおう。

(別表2)

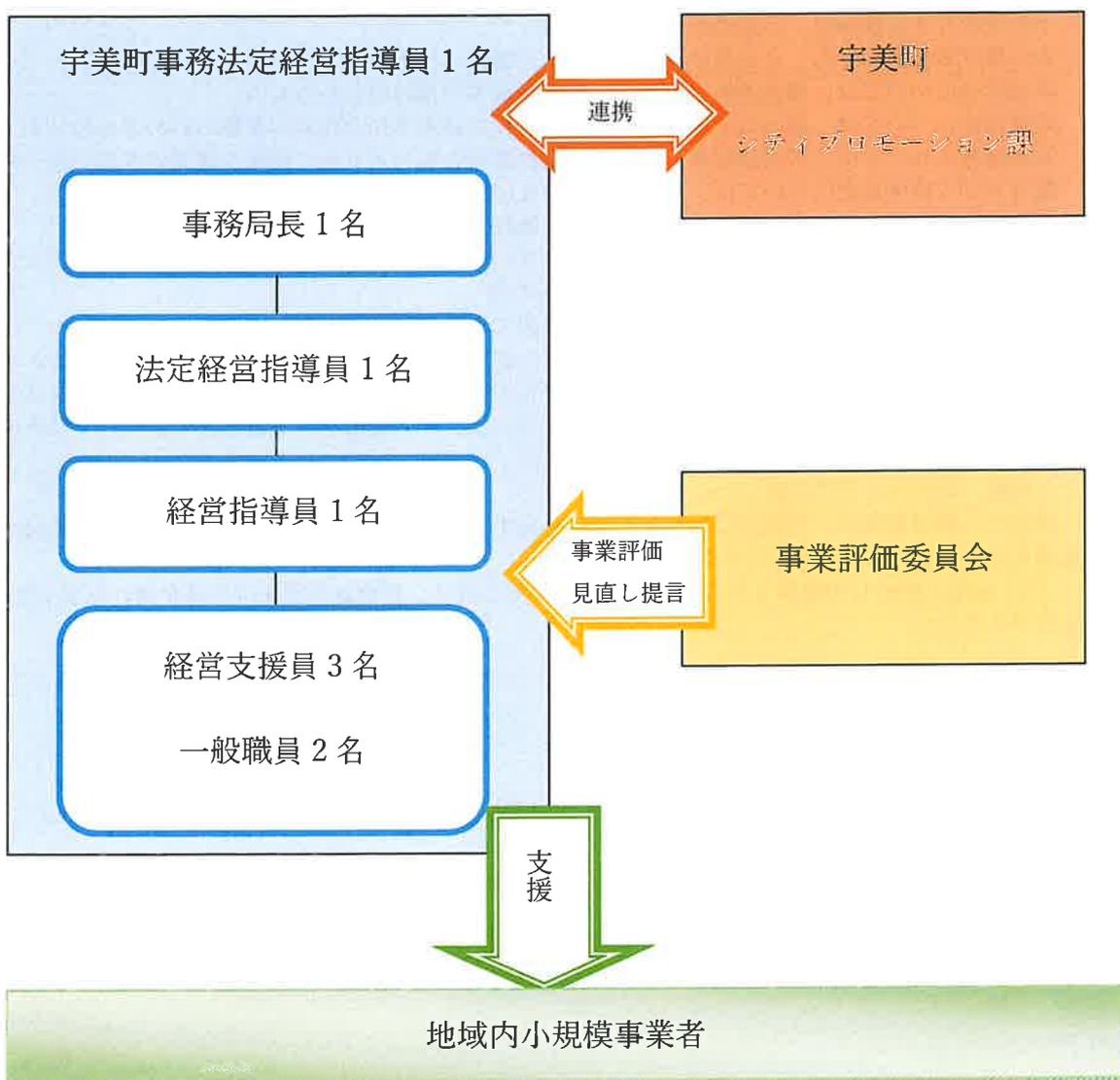
経営発達支援事業の実施体制

経営発達支援事業の実施体制

(令和7年7月現在)

(1) 実施体制(商工会又は商工会議所の経営発達支援事業実施に係る体制/関係市町村の経営発達支援事業実施に係る体制/商工会又は商工会議所と関係市町村の共同体制/経営指導員の関与体制等)

宇美町商工会の職員及び宇美町役場シティープロモーション課担当職員で構成



(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法定経営指導員の氏名、連絡先

氏名：若杉 明日香

連絡先：092-932-0443

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) 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五丁目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3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度
必要な資金の額	6,200	6,200	6,200	6,200	6,200
地域経済動向調査	500	500	500	500	1,300
需要動向調査	500	500	500	500	1,200
経営状況の分析	600	600	600	600	1,200
事業計画策定・実行支援	2,500	2,500	2,500	2,500	5,400
新たな需要開拓支援	800	800	800	800	1,100
事業評価	100	100	100	100	100
地域活性化イベント	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
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。

(別表4)

経営発達支援計画を共同して作成する商工会又は商工会議所及び関係市町村以外の者を連携して経営発達支援事業を実施する者とする場合の連携に関する事項

連携して事業を実施する者の氏名又は名称及び住所 並びに法人にあつては、その代表者の氏名
連携して実施する事業の内容
連携して事業を実施する者の役割
連携体制図等