

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	須恵町商工会（法人番号 8290005006196） 須恵町（地方公共団体コード 403440）
実施期間	令和6年4月1日～令和11年3月31日
目標	経営発達支援事業の目標 ①経営力再構築伴走支援モデルの実践による経営力の向上ならびに 商品開発・販路開拓支援 ②小規模事業者のDX化を促進させることによる経営の効率化 ③事業承継による新陳代謝の促進及び、創業促進で地域活性化の創出 ④競争力を高めるための人材確保支援による経営基盤の強化
事業内容	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 国が提供するビッグデータ等を活用して地域経済動向調査や景気動向調査を実施。分析した結果をHPにて公表し、販売戦略や商品開発等の経営支援に活用する。 4. 需要動向調査に関すること 町内イベントを活用した消費者アンケート調査を実施し、当該事業者 にフィードバックすることで商品改良や経営分析に繋げていく。 5. 経営状況の分析に関すること 事業者との対話の中で経営分析が必要な事業者を掘り起こし、財務分析・非財務分析を用いた課題抽出を行い、事業計画の策定に活用する。 6. 事業計画策定支援に関すること DX、事業計画、人材マネジメント、創業、事業承継者に関する各種 セミナーを開催し、事業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 事業計画策定事業者の定期訪問にて事業計画の進捗を確認し、対話と 傾聴から潜在力を引出し自走化できる課題解決の支援を行う。 8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること 展示商談会、展示販売会への出展による販路開拓支援およびDXを活 用した生産性向上と販路開拓支援を行う。
連絡先	須恵町商工会 〒811-2114 福岡県糟屋郡須恵町大字上須恵 1167 番地の 3 TEL:092-932-6700 FAX:092-932-8084 E-mail:sue@shokokai.ne.jp 須恵町 地域振興課 〒811-2193 福岡県糟屋郡須恵町大字須恵 771 番地 TEL:092-932-1151 FAX:092-931-1827 E-mail:chiikishinkou@town.sue.lg.jp

(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・歴史特性

須恵町は福岡県の北西部、糟屋郡の南部に位置しており、西部は志免町・粕屋町、南部は宇美町に接している。町の中心部には「須恵川」が流れ、北部から東部にかけては、県立太宰府自然公園指定地区に指定されている「若杉山」「岳上山」がそびえるなど、自然に恵まれた環境にある。

町の歴史としては、日本で唯一の国営炭鉱を中心に石炭産業が隆盛を極めた。炭鉱閉山後は、福岡県の中心都市である福岡市から12km程しか離れていないことから福岡市のベッドタウンとして発展を続けている。

交通に関しては、町内にJR香椎線の須恵駅・須恵中央駅・新原駅の3駅がある。また、町を縦断する高速道路は、スマートインターチェンジ(須恵スマートIC)が須恵パーキングエリアに開通しており交通の利便性が高い町で、当会はこの須恵町全域を管轄している。

<福岡県全体>



<須恵町>



■人口の推移

須恵町の令和5年7月末の人口は29,285人であり、世帯数は12,798世帯である。平成22年(27,263人)と比べると約7%の人口増加をしている状況である。今後も微増ながら人口は増加するとみられ、令和22年の時点で約30,000人弱を予想している。ただし60歳以上が全体の約31%を占めるほど高齢化が進んでおり、この人口構成は少なくとも令和22年まで維持されると予想されている。



※ 須恵町第七次総合計画より

■ 須恵町の産業

須恵町は町内の約43%が山林で平地は次々と宅地開発されて農地はほとんどない。福岡の中心から12kmほどしか離れていないこともあって近年、福岡市のベッドタウンとして人口増加を続けている。また、町内の道路網が整備されスマートインターチェンジが開設されたことで周辺地域に多店舗展開するスーパー・ドラッグストアが多数出店しており、人口増加に伴う産業構造の変化が見られる。

須恵町全体の商工業者数としてはこの10年間で119者の減少となっている。特に工業(建設・製造)の減少が著しい。しかし、上記のとおりスマートインターチェンジ周辺を中心に第三次産業(商業・サービス)の開業・移転が増えた。結果的に第三次産業の割合が全体の約6割を占めるようになった。

また、福岡市のベッドタウンであることから就労者の域外流出も見られ、全業種ともに人材確保に苦慮している。

須恵町の業種別商工業者数の推移について(10年比較)

業種	平成24年		令和4年		増減 ②-① (件)
	①事業者数 (者)	業種割合 (%)	②事業者数 (者)	業種割合 (%)	
建設業	255	26.8	171	20.6	▲84
製造業	211	22.2	160	19.3	▲51
卸・小売業	163	17.2	120	14.4	▲43
飲食店・宿泊業	61	6.4	60	7.2	▲1
サービス業	260	27.4	320	38.5	▲60
商工業者合計	950	100	831	100	▲119
小規模事業者数	830		722		▲108

(平成24年、令和4年商工会実態調査より)

■業種別景況感

<製造業および建設業>

南部に新原工業団地、西部に平原工業団地という二つの工業の集積地があり、町内全事業所の4割弱を工業部門が占めており、特に金属加工業が盛んである。工業団地には須恵町工業団地安全衛生協議会が組織されており、工業的課題に特化した資質向上の取り組みについては商工会と連携を図っている。また建設業においては、一人親方としての経営者が多くを占めており、自ら工事を受注することを行っておらず、下請けとして営んでいる。さらに事業を一人で行っている（一人親方等）ことから後継者もいないため高齢に伴う廃業傾向が多く見られる。

<卸・小売業>

町に商店街や道の駅も無く商業施設も少ない。町内には人口増加に伴い多店舗展開のスーパー・薬局・ホームセンターが7店舗展開しており、消費者が大型店へ流れてしまっている。そのことで元々町内に点在していた小売業の小規模事業者は、個人経営の業態が多く、経営者の高齢化、後継者不足等の要因も相まって、廃業を決意する事業主も多く、店舗数が減少傾向にあることが見受けられる。また、福岡市に近いこともあり、「域内消費の流出」が避けられないという問題もあり、小規模事業者は魅力度のアップが求められている。

<飲食業・宿泊業・サービス業>

近隣の市町村に比べ、飲食業・サービス業は少ない地域である（宿泊業はなし）。近年は、若い方の独立志向が高く飲食業・サービス業の開業が多く見受けられる。ただし、原材料費・人件費の高騰もあり、既存事業者同様、計画通りの利益確保が難しい状況になっている。そのためより効率的な経営が必要と考えられ、DXによる生産性向上ならびに販路開拓が求められる。

■特産品等について

須恵町では食の特産品や観光地はないが、独自にふるさと納税商品を開発・返礼品出品者は増えている。例として全国の愛犬家に向けた“犬用ケーキ”や町内人気ラーメン店の“中華そば”、製造技術を活かした“たこ焼き鉄板”などの独自商品が出品されている。



▲犬用ケーキ



▲中華そば



▲たこ焼き鉄板

■須恵町第七次総合計画について

須恵町の第七次総合計画では、基本理念として『豊かなゆとりある住みよい住みたくなるまちづくり』を目指している。

さらに、将来像「水と緑と光の町 すえ」を実現するため、11の分野別政策で事業の展開を図ろうとしている。その中の一つとして『活力ある産業基盤の形成』を掲げ、農業、商業、工業、観光などの連携した地域産業の活性化を図るため、下記の項目を支援している。

- ・移住政策と連動した新たな雇用獲得
- ・ふるさと納税制度を活用した市場拡大

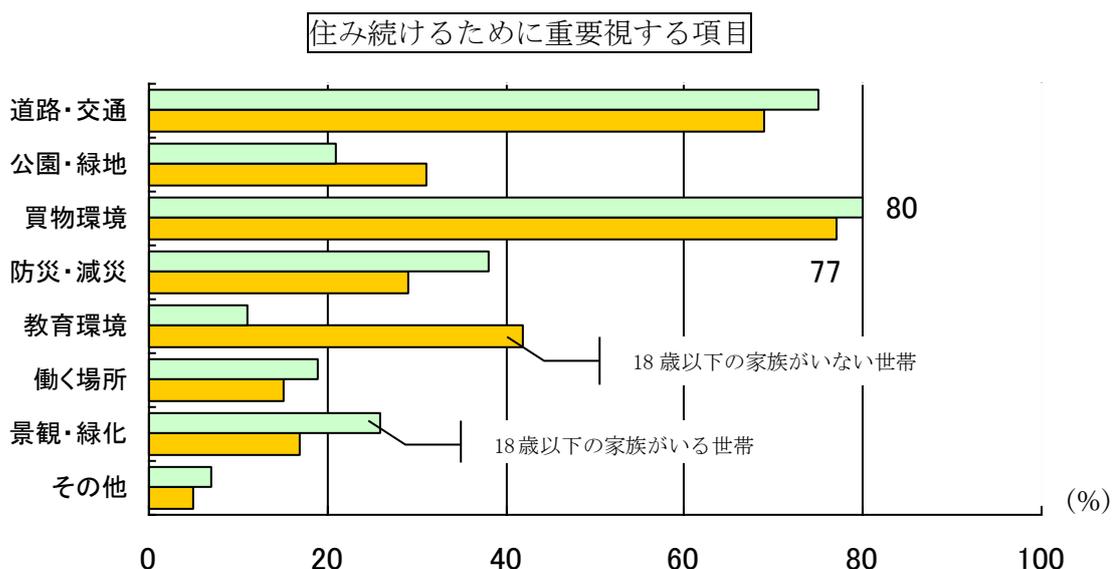
須恵町第七次総合計画（大綱2）『活力ある産業基盤の形成』に関する政策について

<産業活性化の推進>

従来の町内企業などへの産業振興事業と並行し、近年、経済成長の機会となっているカーボンニュートラル促進への企業参画や、移住政策と連動した新たな雇用獲得などを支援します。また、ふるさと納税制度を活用した市場拡大をサポートします。

参考事業	担当課
商工業振興事業	地域振興課
プレミアム付商品券発行事業	
ふるさと応援寄附金事業	ふるさと応援課

また、総合計画策定の中で町民に対するアンケートが実施されている。その中で“須恵町に住み続けるために重要視する項目”を調査したところ、【買物環境が身近に充実していること】がどの世帯でも求められている。



※須恵町総合計画 基本構想（序論）より

②課題

■小規模事業者の経営力向上

須恵町では大型店進出による消費者の小規模店からの流出、福岡市に近いことから域内消費の流出が小規模店の経営に大きく影響している。また、近年の市場の急速な変化に対応できていない小規模事業者が多い。今後はインターネット販売による商圈範囲の拡大を考慮した商品開発（ふるさと納税商品含む）など小規模事業者として“商品力（商品の差別化）”、“営業力（情報発信）”、“管理力（事業計画）”といった経営力を強化して適切な戦略を計画することが課題となる。

■生産性向上・販路開拓のためのDX活用

近年、人材不足により一人当たりの業務過多が起り、経営そのものを脅かしている。その対応策としてDXを活用して人とITの業務を分担させることで生産性を向上させることやSNSなどの情報発信による販路開拓が必要と考えられるが、まだ取り組めていない事業者が多いことが課題である。

■創業者の育成ならびに事業承継による後継者の育成

コロナ禍で創業の機運が高く創業相談が増えてきている。また、経営者が高齢にも関わらず事業承継が進んでいない事業者が多い。このことから創業者・後継者の経営者としての育成が進んでいないことが課題である。

■経営基盤を整えるための雇用獲得

経営拡大を目指す小規模事業者にとって人材確保は経営の基盤づくりとして重要な要素の一つである。須恵町では町内人口は増加しているが、自社業務のやり甲斐を十分に伝えきれていないことから就労者が町外へ流出してしまっており、中長期的な事業戦略を考える中で人材確保を課題としている。

(2) 小規模事業者に対する長期的な振興の在り方

【10年程度の期間を見据えた小規模事業者に対する振興の在り方】

須恵町の10年後を見据えると取り巻く環境として人材不足による小規模事業者の競争力の低下さらには大型店への消費行動の流出やインターネット普及による小売業の競争激化が想定される。

現状と課題ならびに総合計画との連動性を踏まえて、小規模事業者が持続的に発展できる今後10年間の振興のあり方を以下のとおりとする。

- ・小規模事業者が市場の環境変化、需要動向の変化に対応できる経営力向上の支援を行う。
- ・小規模事業者にとっての成長と競争力を向上させる機会となるようDXの推進を図り、生産性向上ならびに販路開拓支援を行う。
- ・新たな創業者の育成と円滑な事業承継による事業者の新陳代謝を促進させる支援を行う。
- ・小規模事業者が自社の魅力を引き出すことで移住政策と連動して新たな雇用の獲得を支援する。

【須恵町第七次総合計画との連動性・整合性】

須恵町第七次総合計画より	須恵町商工会が連動できること
移住政策と連動した新たな雇用獲得	創業・事業承継に伴う事業計画策定支援、情報発信支援。さらに、DXを促し働き方改革に沿った労働環境整備の支援を行う。
ふるさと納税制度を活用した市場拡大	市場変化に対応できる経営力向上の支援、DXを活用した販路開拓支援を行う。

【商工会としての役割】

須恵町の商工行政によって小規模事業者の持続的発展と、それによる地域経済の活性化を実現するために、本会は支援機関としてのリーダーシップを発揮する必要があると、国・県・町の各種施策を活用して、小規模事業者との伴走型による経営サポートを行う役割を担う。

(3) 経営発達支援事業の目標

小規模事業者の持続的発展ならびに地域経済の活性化を図るための取組みとして以下の目標を掲げる。

- 目標① 小規模事業者の持続的発展のため、経営力再構築伴走支援モデルの実践による経営力の向上ならびに商品開発・販路開拓支援
- 目標② 小規模事業者のDX化を促進させることによる経営の効率化
- 目標③ 事業承継による新陳代謝の促進及び、創業促進で地域内活性化の創出
- 目標④ 競争力を高めるための人材確保支援による経営基盤の強化

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6年4月1日～令和11年3月31日)

(2) 目標の達成に向けた方針

目標① 小規模事業者の持続的発展のため、経営力再構築伴走支援モデルの実践による経営力の向上ならびに商品開発・販路開拓支援

近年は市場の急速な変化とともにコロナ禍のような予期せぬ事態が想定される。そのためいかなる時も冷静に問題を解決し、適切な対策を講じるための長期的なビジョンを傾聴と対話を通して事業者自らが重点事項と認識して本質的な課題を反映させた事業計画を策定する支援を行う。また、事業計画の実施にあたっては、商品開発（ふるさと納税）・販路開拓（バイヤー対策）の支援や、フォローアップを含めた伴走支援を行うとともに小規模事業者の自走化を目指す。

目標② 小規模事業者のDX化を促進させることによる経営の効率化

一度にDXを進めることは難しいためセミナーを通して少しずつステップアップさせる形で支援していく必要がある。生産性向上を図るためのDX、販路開拓を図るためのDXと小規模事業者に合わせたツールを提案することで経営の効率化支援を行う。

目標③ 事業承継による新陳代謝の促進及び、創業促進で地域内活性化の創出

事業承継支援対象者に対しては円滑な事業承継を行うため、“福岡県事業承継・引継ぎ支援センター”と連携して事業者の新陳代謝を促す。

また、町内の創業に関しては『起業塾』の開催ならびに“須恵町”と共同した支援体制の強化を図り、事業計画策定支援を行うことで併せて地域の活性化も図る。

目標④ 競争力を高めるための人材確保支援による経営基盤の強化

事業の継続・拡大を図るためには良い人材を確保することは必須と考えられる。そのためには事業者自身の魅力発信や魅力的な職場づくりを行う必要があり、“須恵町”と共同して町内就労者ならびに域外からの就労者の確保支援を行う。

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】

現在実施している調査は、福岡県商工会連合会がまとめた「中小企業景況調査報告書」、
「景気・金融・雇用動向に関する調査」、および全国商工会連合会がまとめた「小規模企業景気動向調査」、そして「須恵町商工会独自調査」の分析結果を、年4回、商工会のホームページに掲載している。しかし、調査結果をそのまま公表しているに過ぎず、事業者が活用するには、分かりにくい情報になっている。

【課題】

これまで地域の経済動向については、ビッグデータ等を活用した専門的な分析が十分でなかった事が課題として挙げられる。小規模事業者に対してよりの確な支援を行うためには、地域内の情報や、事業者が視覚的にイメージでき、現状を理解できることが必須である。そのため国のビッグデータ「RESAS」（地域経済分析システム）や「MieNa」（市場情報評価ナビ）を活用、分析したうえで情報を提供する必要がある。

(2) 目標

項目	公表方法	現状	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度
①地域の経済動向分析の公表回数	HP	-	1回	1回	1回	1回	1回
②景気動向分析の公表回数	HP	4回	4回	4回	4回	4回	4回

(3) 事業内容

小規模事業者に地域の経済動向を用いて、的確な支援を行うため、①地域経済分析システム「RESAS」（必要に応じて市場情報評価ナビ「MieNa」）②「須恵町商工会独自調査」データを使ったより専門的な分析を行う。

①地域の経済動向分析（国が提供するビッグデータ等を活用）

当地域において真に稼げる産業や事業者に対し、限られたマンパワーや政策資源を集中投下し、効率的な経済活性化を目指すため、経営指導員等が地域経済分析システム「RESAS」（必要に応じて市場情報評価ナビ「MieNa」）を活用した地域の経済動向分析を行い、年1回公表する。

〈調査手法〉

経営指導員等が「RESAS」「MieNa」を活用し、地域の経済動向分析を行う。

〈調査項目〉

●「RESAS」（地域経済分析システム）

- ・「地域経済循環マップ・生産分析」→何で稼いでいるか等を分析
- ・「まちづくりマップ・From-to分析」→人の動き等を分析

- ・「産業構造マップ」→産業の現状等を分析
⇒上記の分析を総合的に分析し、事業計画策定支援等に反映する。

●「MieNa」（市場情報評価ナビ）

- ・地域の人口・世帯データや消費支出・購買力データ、富裕層データ等の指標を用いた
商圏力分析

②景気動向分析（須恵町商工会独自調査）

経営指導員等による業種別企業内容のアンケート調査を実施して、ビッグデータだけでは得られない地域事業者の生の声をヒアリングし、専門家による分析など、より専門的な分析を行う。

〈調査手法〉

調査票を郵送もしくは巡回等により手渡しし、返信用封筒もしくは巡回等で回収する。経営指導員等が回収したデータを整理し、外部専門家と連携し分析を行う。

〈調査対象〉

域内小規模事業者 20 者（建設業、製造業、卸小売業、サービス業（飲食業含む）から 5 者ずつ）

〈調査項目〉

- ・今後（半年後、今季）の見通し・・・売上、単価、利益
- ・雇用状況について・・・人員の変動
- ・設備投資について・・・新規設備の導入
- ・地域内で気づいた変化（顧客の商品に対する視点など）

（4）調査結果の活用

小規模事業者の販売戦略や商品開発等の参考として活用してもらうために適宜情報の発信を実施する。

- ・本会ホームページに①の調査は年 1 回、②の調査は年 4 回掲載し、広く地域内事業者へ周知する
- ・経営指導員等が巡回・窓口で経営支援を行う際に活用する。

4. 需要動向調査に関すること

（1）現状と課題

【現 状】

需要動向調査については、これまで町内で販売している商品券についての消費者アンケートや当会が開催する軽トラ市「農^のつ^こら^ら商^{しよ}」（農つら商※…毎年 10 月、11 月の年 2 回、開催するイベントで、食品から日用雑貨まで様々な商品を一般消費者へ販売しており、1,000 人程の来場者がある）にて、来場者へイベント全体のアンケートを行っていた。

【課 題】

商品券事業のアンケート結果は、生活必需品を購入する住民が大部分を占めており、変化する消費者ニーズや嗜好がうまく分析できない状況であった。また軽トラ市の来場者アンケートも、個社の商品を掘り下げてヒアリングするものではなく、全般的なものであった。

今後は、軽トラ市「農っ工ら商」などのイベントで市場調査を行い、その調査結果をもとに的確な顧客ニーズのフィードバックを行う必要がある。

(2) 目標

内 容	現行	令和 6年度	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度
調査対象者事業者数	—	5者	5者	5者	5者	5者

(3) 事業内容

■一般消費者アンケート調査（新商品開発および商品改良）

小規模事業者は自社の強みとなる技術や企業方針を生かしたサービスや製品の開発することを中心に考えて商品開発しがちであるが、消費者のニーズとマッチしていないこともある。そのため、マーケットインの考え方を取り入れた調査を須恵町で開催する軽トラ市「農っ工ら商」にて行い、調査結果を分析した上で当該5社にフィードバックする。



須恵町商工会軽トラ市「農っ工ら商（のっころしよ）」の風景

〈調査対象〉商品開発、商品改良に取り組む事業者5者

〈調査手法〉

情報収集…「農っ工ら商」の来場客に、当該製品を試食または体験してもらい、経営指導員等が聞き取りの上、アンケート票へ記入する。
 情報分析…経営指導員等が専門家の意見を聞きながら、分析を行う。

サンプル数…イベント来場者のうち 1事業者に対して各10人（5者×10人＝総計50件）

〈調査項目〉

食 品：①味、②大きさ、③価格、⑦見た目 ⑧パッケージ等 ⑨購入見込み
 食品以外：①使用感、②満足度、③価格、⑦見た目 ⑧パッケージ等 ⑨購入見込み

(4) 調査結果の活用

調査結果は、経営指導員等が当該事業者に対して直接説明する形でフィードバックし、改良や経営分析に繋げていく。また必要に応じて専門家の助言を取り入れて今後の商品改良を支援する。

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

現在、申告者向けの税務相談会を実施しているが、その際、財務内容を元に簡易な経営分析を実施し、さらに興味を持った事業所には経営自己診断システムを進めている。

【課題】

小規模事業者の多くは損益計算書から読み取れる表面的な課題に着目しているに過ぎない。現状の業務が精一杯となり「成行き経営」が状態化している事業者は特に、経営分析の前提として現状把握が必要であるが、その必要性を感じていない。そのため「傾聴と対話」を通じて、自社の財務状況、強み・弱みなど、当該事業者の状況に加え、強み・弱みなどの非財務の状況を踏まえて、当該事業所の現状をしっかりと把握・分析し、フィードバックをおこない、事業者自らが、経営の本質的課題の把握に繋げる必要がある。

(2) 目標

内容	現行	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度
②経営分析事業者数※1	30者	40者	40者	40者	40者	40者

※1 経営分析事業者目標数は、経営指導員2名×20者を目標とする。

(3) 事業内容

①経営分析を行う事業者の発掘

定期的な情報提供（セミナー・融資・制度改正・補助金など郵送やLINEで配信）に対する問合せや、巡回・窓口の対話のなかで、金融や税務相談、商品開発または販路開拓、さらに補助金申請についてなど相談があった事業者で、意欲的な事業者を中心に事業計画策定支援が必要な小規模事業者の掘り起こしを行う。

なお、経営分析については、「傾聴と対話」を通じて事業者の課題に深く関与することで具体的な事業計画の策定支援に繋げる。

②経営分析の内容

〈対象者〉下記に該当する40者を選定する。

- ・売上向上を図る事業者
- ・新商品開発で販路開拓を目指す事業者
- ・経営改善が必要な事業者
- ・事業計画策定に意欲的な事業者
- ・需要動向調査を行った事業者

〈分析項目〉定量分析たる「財務分析」と、定性分析たる「非財務分析」の双方を行う

- 財務分析：直近3期分の収益性、生産性、安全性および成長性の分析
- 非財務分析：下記項目について、対話を通じて、事業者の内部環境における強み、弱み、事業者を取り巻く外部環境の脅威、機会を整理する。

(内部環境)		(外部環境)
<ul style="list-style-type: none"> ・商品、製品、サービス ・仕入先、取引先 ・人材、組織 	<ul style="list-style-type: none"> ・デジタル化、IT活用の状況 ・事業計画の策定・運用状況 ・技術、ノウハウ等の知的財産 	<ul style="list-style-type: none"> ・商圏内の人口、人流 ・競合 ・業界動向

〈分析手法〉事業者の状況や局面に合わせて経済産業省の「ローカルベンチマーク」、「経営デザインシート」、中小機構の「経営計画つくるくん」等のソフトを活用し、経営指導員等が分析を行う。非財務分析は、SWOT分析のフレームで整理する。また、DXの活用状況も調査し、作業効率にどう影響しているのかを分析する。

(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し、事業計画の策定等に活用する。財務的課題の根本から解決するために必要な外部的要因や内部的要因を把握し事業の改善を図る。また同業他社と数値を比較し、自社の現状を把握することで事業者自身の「気づきと腹落ち」に繋げる。

分析結果は、データベース化し内部共有することで、経営指導員等のスキルアップに活用する。

6. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

【現 状】

現在実施している内容は、補助金申請にむけた経営革新計画や創業者向け事業計画の策定支援で、それ以外での積極的な策定支援を望む事業者が少なかった。

【課 題】

ヒアリングを行うなかで、「IT化に対応できずにいること」「新型コロナウイルスの影響で販路開拓が進んでいないこと」「資金繰り」「人材不足」「承継問題」と事業者によって様々な課題が挙げられた。共通した原因として、事業を見直し計画を立てることを必要とせず「成行き経営」でやってきたことが挙げられる。

中でも、人材不足は深刻で人手が足りておらず、経営者が休みなく作業しており、経営者としての業務が出来ていない。そのため、経営者の労働時間と反比例して売上が伸びていないなど、悪循環が起こっている。そこで、業務改善に繋がるDX支援を行い、作業効率を上げていく事が重要である。また、同時に須恵町の総合計画にも移住政策に連動した新たな雇用を支援するとあるため、町と共同で人材課題に取り組む必要がある。

(2) 支援に対する考え方

小規模事業者の課題を解決するためには、地域の経済動向、経営状況、需要動向を考慮し、事業者自ら事業計画の策定を行っていくことが重要であるが、その理解が浸透しておらず事業者本人に自覚がなく、計画策定を本気で取り組む意識が足りていない。そのため、セミナー等を通じて、気づきを与え、事業者のレベルに応じた事業計画策定支援を実施していく。

具体的には、DX推進セミナーや事業計画策定セミナー、創業セミナー、人材マネジメントセミナー、事業承継セミナーを行う。そこで「他社と差別化できる自社の強み」や「人材

不足などの弱み」など、現状を正しく認識した上で、事業者が当事者意識を持って課題に向き合い、事業計画策定に能動的に取り組むため、傾聴と対話を通じて最適な意思決定のサポートを行う。特に、経営拡大を目指しつつも人材確保が課題となっている事業者にはセミナー受講を勧めるとともに、計画策定や求人への支援も行う。

※事業承継については福岡県事業承継・引き継ぎ支援センターと連携して事業計画策定支援を行う。

(3) 目 標

内 容	現行	令和 6 年度	令和 7 年度	令和 8 年度	令和 9 年度	令和 10 年度
①DX 推進セミナー	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
②事業計画策定セミナー	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
③人材マネジメントセミナー	—	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
※1 事業計画策定小規模事業者数	15 者	16 者	16 者	16 者	16 者	16 者
④創業セミナー	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
※2 創業事業策定小規模事業者数	2 者	4 者	4 者	4 者	4 者	4 者
⑤事業承継セミナー	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
※3 事業承継計画策定小規模事業者数	1 者	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者

※1 事業計画策定支援目標数は、経営分析を行った事業者 40 者の 40% を目標とする。

※2 創業計画策定支援目標数は、経営指導員 2 名×2 者を目標とする。

※3 事業承継計画策定支援目標数は、経営指導員 2 名×1 者を目標とする。

(4) 事業内容

①「DX 推進セミナー」開催

生産性向上・販路開拓のDX 促進に向けて、DX に関する意識の醸成や基礎知識習得のためのセミナーを開催し、DX に向けたIT ツール導入やweb サイト構築、ホームページ作成支援等の取組を推進する。また、セミナー受講者の中から、意欲の高い事業者に対しては、経営指導員等による個別相談対応や、必要に応じて専門家派遣を実施する。

〈支援対象〉 デジタル化に関心がある事業者、経営分析を行った事業者

〈募集方法〉 商工会ホームページ、募集チラシの配布周知、経営分析を行った事業者の勧誘

〈講 師〉 IT 専門家

〈開催回数〉 年 1 回

〈参加者数〉 20 名程度

〈カリキュラム〉 ・小規模事業者にも取り組みやすいDX 関連技術（クラウドサービス、AI 等と活用事例
・ホームページや SNS を活用した情報発信方法
・EC サイト構築支援、EC サイト利用方法等

②「事業計画策定セミナー」開催

〈支援対象〉 補助金申請を目指す事業者、経営分析を行った事業者

事業計画策定に関心のある事業者

〈募集方法〉 商工会ホームページ、募集チラシの配布周知、経営分析を行った事業者の勧誘

〈講師〉 中小企業診断士等

〈開催回数〉 年 1 回

〈参加者数〉 20 名程度

〈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、販促計画の作り方等

〈支援手法〉 事業計画策定セミナーの受講者に対し、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。策定支援を実施する際には事業者に対し、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。

③「人材マネジメントセミナー」開催

〈支援対象〉 人材不足に悩む事業者、経営分析を行った事業者
人材マネジメントに関心のある事業者

〈募集方法〉 商工会ホームページ、募集チラシの配布周知、経営分析を行った事業者の勧誘

〈講師〉 キャリアコンサルタント・中小企業診断士・社会保険労務士等

〈開催回数〉 年 1 回

〈参加者数〉 20 名程度

〈カリキュラム〉 求人情報の作成ポイント・求人情報発信のポイント、面接時の注意点
雇用後の人材育成、人材確保がうまくいかない場合の対応策等

〈支援手法〉 人材マネジメントセミナーの受講者に対し、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。策定支援を実施する際には事業者に対し、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。人材の増員計画を盛り込んだ事業者には、求人支援も行う。

④「創業セミナー」開催

町の広報誌や商工会ホームページを活用して創業を検討している人材を掘り起こし、管内の商工会と連携して創業に関する事業計画の策定を伴走支援する。具体的には、須恵町と共同でセミナーを 3 町合同（志免町・宇美町・須恵町）で開催し体系的に支援する。

また、創業者の多くは、実際には近隣の市町村で創業される方も多いため、必要に応じて近隣の商工会と連携を図る。

〈支援対象〉 創業予定者及び創業 1 年未満の小規模事業者

〈募集方法〉 商工会ホームページ、募集チラシの配布周知、窓口での創業相談者の勧誘

〈講師〉 外部専門家、有識者、起業家

〈開催回数〉 年 1 回

〈参加者数〉 10 名程度

〈カリキュラム〉 事業計画策定、販売促進、資金調達、税務、創業者体験談ほか

〈支援手法〉 創業塾受講者や創業融資希望者に対し経営指導員等による創業計画策定支援を行う。また必要に応じて専門家と連携し支援を行う。

⑤「事業承継計画セミナー」開催

承継が進まない事業者は、漠然とした課題（借入金残高、事務所の土地、承継後の生活等）を抱えている。そのため、セミナーでは、その課題解決に繋がるカリキュラムを行い、事業者自身に気づきを与え、事業計画策定へと繋げる。

〈支援対象〉 事業承継対象事業者、事業承継計画策定に関心のある事業者

〈募集方法〉 商工会ホームページ、募集チラシの配布周知、事業承継事業者への勧誘

〈講師〉 中小企業診断士等

〈開催回数〉 年 1 回

〈参加者数〉 10 名程度

〈カリキュラム〉 事業承継が進まないことでおこるトラブル・承継できない理由・承継できない課題への解決方法

〈支援手法〉 承継予定者に対し経営指導員等若しくは福岡県事業承継・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。

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】

現状は、事業計画を実施した事業者に対して定期的（四半期ごと、または補助金の報告時期や年度末の実績報告時期）に策定した計画書と実際の数字を照らし合せてフォローアップしている。

【課題】

事業計画策定後、経営指導員等が、事業計画の進捗状況確認で連絡するも積極的でない事業者も一部存在する。理由として、経営指導員等の聞き取りが、「事業を見直し、ブラッシュアップを行っていく過程である」ことを正しく理解してもらえていないことが考えられる。

今後は事業者が理解・腹落ちし、自走化するための真の伴走支援が必要である。また、そのためには、傾聴力など経営指導員等のスキルアップも必要である。

(2) 支援に対する考え方

自走化を意識し、経営者自身が「答え」を見いだすこと、対話を通じてよく考えること、経営者と従業員と一緒に作業を行うことで、現場レベルで当事者意識を持って取組むことなど、計画の進捗フォローアップを通じて経営者へ内発的動機づけを行い、潜在力の発揮に繋げる。

より細やかなフォローアップを行うため、限られたマンパワーでは対応できない事も予想されるため、経営支援員も含めた組織全体で支援体制を構築していく必要がある。

(3) 目 標

	内 容	現行	令和 6年度	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度
事業計画策定事業者	フォローアップ事業者数	15者	16者	16者	16者	16者	16者
	フォローアップ頻度(延回数)	52回	64回	64回	64回	64回	64回
	売上増加事業者数	—	3者	3者	3者	3者	3者
創業者	フォローアップ事業者数	2者	4者	4者	4者	4者	4者
	フォローアップ頻度(延回数)	16回	16回	16回	16回	16回	16回
事業承継者	フォローアップ事業者数	—	2者	2者	2者	2者	2者
	フォローアップ頻度(延回数)	—	4回	4回	4回	4回	4回

フォローアップ回数

事業計画策定事業者：四半期に1回（16者×年4回＝64回）

創業者：四半期に1回（4者×年4回＝16回）

事業承継者：半期に1回（2者×年2回＝4回）

(4) 事業内容

【支援内容】

事業計画策定事業者に対し、定期訪問を行い、策定した事業計画の進捗状況の確認を行い、目標とズレがあり進捗状況が遅れている場合は未達成項目について原因を傾聴し、事業者自らに気づきを得てもらう。経営指導員等や外部専門家と対策の検討後、

- ①必要であれば目標の修正等の支援を行う。
- ②必要に応じて専門家と連携し実行支援を行う。
- ③人材が確保できていない事業所へは、商工会HPを活用してPRするなど支援を行う。
- ④需要の調査や次のアンケート結果のフィードバックによる計画の見直し。(PDCA 実施)
- ⑤福岡県や日本政策金融公庫の低利な公的資金を活用して、資金繰り支援を行い、事業実施のサポートに繋げていく。

【支援方法】

事業計画後の事業者フォローアップの方法については、事業計画の進捗状況表を当会で作成し、定期訪問後事業者に提供する。

8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること

(1) 現状と課題

【現 状】

地域内の小規模事業者の多くは、インターネットを使った販路開拓に関心があるものの、「高齢化」「人材不足」「知識不足」等の理由により、ITを使った販路開拓が進んでいな

かった。そこで、商工会のHPを利用して事業者情報を発信してきたが、消費者への効果的な販促ツールまでは至っていない。

中には魅力あるホームページを発信している事業所もあるが、狙ったターゲット層へ効果的に届いていない。ホームページだけでは、商品の品質が伝わらず大量販売するに至っていない。

【課題】

いくら価値あるもの・よい商品を作っても、それをターゲットに周知できなければ購買行動に繋げることができない。実際には、多くの小規模事業者がその理由で販路・需要の開拓が十分にできておらず、売上を向上させることができていない。つまり「情報発信の不足」が大きな課題である。

そこで今後は、情報発信について重点的に支援を行う必要がある。具体的には、情報発信の場としてのイベント開催、ホームページの作成及び活用支援、各地で開催される展示会への出展支援、須恵町ふるさと納税などである。コンセプトの策定、ターゲットの明確化、効果的な文句・見せ方など様々な要素についても、これまでの支援経験や専門家派遣によるアドバイスを交えながら支援していく。また販路開拓を進めるとともに作業効率を上げるためのDX支援も併せて支援する必要がある。

(2) 支援に対する考え方

商工会が自前で展示会等を開催するのは困難であるため、既存の展示会等の出展を目指す。販路開拓や商品開発の支援にあたっては、事業者との傾聴と対話を通して、事業者自身が腹落ちし、自ら考えたうえで、販路や商品開発の方向性を決定するよう促す支援を行う。

福岡近郊が商圏の場合は「須恵町軽トラ市（農^の工^こら^らし^よ商）」への出品支援、九州が商圏の場合は、「FOOD STYLE Kyushu」全国規模を目指す場合は、「GOOD LIFE フェア」、「東京国際ナショナルギフトショー」等とする。

また、出展に際しては、経営指導員等が商談の事前準備・事後のバイヤーへのフォローの仕方など出展支援を行うとともに、出展期間中には、陳列、接客など、きめ細かな伴走支援を行う。また、DXの取組については、キャッシュレスなどのサービスや作業効率の向上についてもDX販促に取り組んだ事業者と、そうでない事業者の差が顕著に現れてきている。

さらに、事業者が地元にいながら全国へ商品をPR・販売できる方法としてふるさと納税を活用することも有効である。須恵町と連携しながら須恵町ブランドを作り、商品開発と販路開拓を進めていきたい。

今後は、新たな販路の開拓には、DX推進が必要であるということを理解・認識してもらい、取組みを支援していく必要がある。データに基づく顧客管理や販売促進、SNS情報発信、ECサイト利用等の営業・販路開拓に関する個別相談対応を行い、理解度を高めた上で、導入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合った支援を行う。

(3) 目標

項目	現行	令和 6年度	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度
軽トラ市「農っ工ら商」 出展支援件数(BtoC)	2件	5件	5件	5件	5件	5件
売上額/1者あたり	—	5万円	5万円	5万円	5万円	5万円
GOOD LIFE フェア 出展支援件数(BtoC)	—	2件	2件	2件	2件	2件
売上額/1者あたり	—	10万円	10万円	10万円	10万円	10万円
FOOD STYLE Kyushu 出展支援件数(BtoB)	—	2件	2件	2件	2件	2件
成約件数/1者あたり	—	2件	2件	2件	2件	2件
東京インターナショナルギフトショー 出展支援件数(BtoB)	—	2件	2件	2件	2件	2件
成約件数/1者あたり	—	2件	2件	2件	2件	2件
ふるさと納税(BtoC)	—	2件	2件	2件	2件	2件
売上件数/1者あたり	—	10万円	10万円	10万円	10万円	10万円
DX推進事業者	2者	5者	5者	5者	5者	5者
売上増加率/1者あたり	—	5%	5%	5%	5%	5%

(4) 事業内容

①展示販売会 (BtoC) や、展示商談会 (BtoB) での販路開拓支援

事業者が狙う商圏や規模、ターゲット層と繋がるチャンスが高い、最も効果的な展示会場を選定し出展支援を行う。支援対象者としては、経営状況の分析、事業計画策定支援を行った意欲ある自社商品の販路開拓に取り組む事業者とする。

■展示販売会【BtoC】

A. 須恵町軽トラ市「農^のっ^こら^ら商」(商圏：福岡 対象：食品～生活雑貨等)
町内で開催。約30の出店者からなり、来場者は福岡近郊から約1,000人。
年2回の開催

〈支援対象者〉

自社の強みを生かした商品開発、商品改良に取り組み、販路開拓支援が必要な事業者
具体的には、商圏を近隣町内に設定している生鮮食品の製造販売業で5事業者。

〈支援手法〉

- ・商品の陳列やPR方法、購入に繋げるためのセミナーを開催し販促支援を行う。
- ・当日は経営指導員等が来場者にアンケート調査を行い商品のブラッシュアップに繋げる。
- ・販売会後は、経過確認を行い目標達成にむけたPDCAを展開する。

B. GOOD LIFE フェア（商圏：全国 対象：食品～生活雑貨、インテリア等）

東京ビッグサイトで開催。サステナブルなライフスタイルを提案する消費者向けのフェスティバルで出店者約 600 社、約 2 万 5 千人が来場、年 1 回の開催。

〈支援対象者〉

自社の強みを生かした商品開発、商品改良に取り組み、販路開拓支援が必要な事業者
具体的には、商圏を全国に設定し、ライフスタイルを提案できる商品を持つ 2 事業者。

〈支援手法〉

- ・商品の陳列や PR 方法、購入に繋げるためのセミナーを開催し販促支援を行う。
- ・当日は事業者の後方支援を行う。
- ・販売会後は、経過確認を行い目標達成にむけた PDCA を展開する。



GOOD LIFE フェア の風景

C. 須恵町ふるさと納税（商圏：全国 対象：食品～生活雑貨、インテリア等）

ふるさと納税とは、応援したい自治体に寄付ができ、寄付金のうち 2,000 円を超える部分については所得税の還付、住民税の控除が受けられる制度である。

寄付希望者はネットを活用して、24 時間いつでも、好きな時にサイトから気軽にし込むことが出来る。そのため、ふるさと納税を利用する一般の方が増えている

令和 3 年度における国全体の受入れ総額は約 8,302 億円となっており、いまやマモス市場となっている。

〈支援対象〉

自社の強みを生かした商品開発、商品改良に取り組み、販路開拓支援が必要な事業者。
具体的には、商圏を全国に設定し、地域性を生かした商品を持つ 2 事業者。

〈支援手法〉

- ・対象事業者を 2 事業者、選定し商品開発・販路開拓支援を行う。
- ・価格設定、写真、説明など魅力的で選ばれやすい商品にするための販売支援を行う。
- ・販売後は、経過確認を行い目標達成にむけた PDCA を展開する。



TOP > 地域をさがす - 都道府県を選択 > 福岡県の自治体 > 須恵町のお礼の品情報



ふくおかけん すえまち
福岡県 須恵町

オンラインワンストップ:自治体マイページ

♡ 自治体をお気に入り

ふるさとチョイスの須恵町ページ

■展示商談会【BtoB】

- A. FOOD STYLE Kyushu (商圏：福岡～九州 対象：食品～食品まわりの設備等)
福岡市内で開催。九州最大規模の食料品商談展示会。外食・中食・小売業界へ販路を開拓したい事業者が集まる商談会で出店者約 900 社、約 1 万 5 千人が来場、年 1 回の開催。

〈支援対象者〉

自社の強みを生かした商品開発、商品改良に取り組み、販路開拓支援が必要な事業者
具体的には、商圏を九州とし、独自性を生かした食品を持つ 2 事業者。

〈支援手法〉

- ・効果的な商談会にするため、FCP シート、事前の DM 発送、バイヤーとの商談のコツや短時間での商品 PR 方法などのセミナーを開催する。
- ・セミナー開催後は商談会に向けた準備の確認支援を行う。
- ・当日は事業者の後方支援を行う。
- ・商談会後は、経過確認を行い目標達成にむけた PDCA を展開する。



FOOD STYLE Kyushu の風景

B. 東京インターナショナルギフトショー

(商圏：全国～世界 対象：雑貨・衣類・インテリア・食品他)

東京ビッグサイトで開催。日本最大のパーソナルギフトと生活雑貨の国際見本市をコンセプトに出展社数は、国内外から 約 2800 社、来場者は約 23 万人となる。
入場対象者は、パーソナルギフト・マーケットにかかわる国内外の小売・卸業者・商社などである。

〈支援対象者〉

自社の強みを生かした商品開発、商品改良に取り組み、販路開拓支援が必要な事業者
具体的には、商圏を全国・海外とし、質が高い商品を提案出来る 2 事業者。

〈支援手法〉

- ・効果的な商談会にするため、FCP シート、事前の DM 発送、バイヤーとの商談のコツや短時間での商品 PR 方法などのセミナーを開催する。
- ・セミナー開催後は商談会に向けた準備の確認支援を行う。
- ・当日の事業者の後方支援を行う
- ・商談会後は、経過確認を行い目標達成にむけた PDCA を展開する。



東京インターナショナルギフトショーの風景

②DXを活用した生産性向上と販路開拓支援

販路開拓する上でかせないのが事務の効率化である。DX を活用して、人材不足解消の作業効率アップ、キャッシュレスなどのサービス向上やデータに基づく顧客管理や販売促進、SNS 情報発信、EC サイト利用等の営業・販路開拓に関するセミナーや個別相談対応を行う。理解度を高めた上で、導入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合った支援を行う。

〈支援対象者〉

自社の強みを生かした商品開発、商品改良に取り組み、販路開拓支援が必要な事業者
具体的には、DX 化が進んでおらず、IT スキルを上げ作業効率の向上が必要な 5 事業者。

〈支援手法〉

- ・経営指導員等は事業者の IT スキルに合わせて支援、必要に応じて専門家派遣等を行う。
- ・DX は慣れると非常に便利であるが、最初の段階でつまずくと、あきらめて止めてしまう事業者が多いため、軌道に乗るまでの 3 ヶ月は継続して支援を行う。
(2 週間に 1 度程度)



商業系 DX セミナーの風景



チャット GPT (初級) セミナーの風景

Ⅱ. 経営発達支援事業の円滑な実施に向けた支援向上のための取組み

9. 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】

中小企業診断士、税理士、須恵町役場地域振興課長、須恵町商工会（正副会長、事務局長、法定指導員1名、経営指導員1名）で組織する経営発達支援事業評価委員会において、年1回、経営発達支援事業の取組実績について評価し、次年度事業に向けた改善提案・目標設定を行っている。



評価委員会の風景

【課題】

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

また、職員内でも“支援組織としての一体化”を図るため、一層の理解を深め、意識と情報の共有に努めることが課題である。

(2) 事業内容

【事業評価委員会について】

中小企業診断士・税理士、須恵町役場地域振興課長・当会（正副会長、事務局長、法定指導員1名、経営指導員1名）にて年に1回5月末までに前年度の評価を行う。本会が実施した事業は全て評価対象とし評価結果に対して具体的な改善・見直しを行い事業の精度や効果を高めることとする。

【支援組織としての情報共有】

評価結果と今後の改善計画について、役員には理事会で報告を行う。また職員間については、事業評価委員会後に職員会議を開催し、評価結果を踏まえ、目標と進捗状況、目標達成のための改善点などPDCAサイクルを取り入れた支援体制を整え、組織としての一体化の醸成に繋げる。

【情報公開について】

本委員会の評価結果は本会ホームページに掲載することで、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】

福岡県商工会連合会が開催している具体的な経営改善支援手法等の研修会へ参加していることに加え、毎年1～2回開催している職員内部研修会の開催、および税務署や労働局など外部組織の研修会に積極的に参加し、経営支援能力の向上に努めている。

【課題】

小規模事業者の課題に対する対応は、職員間で支援能力にバラつきがあるため、事業者支援に必要な情報を共有した上で、事業計画策定後のフォローアップ体制の構築と職員の資質向上に努めることが課題である。

また、新型コロナウイルスの影響後、急激な生活スタイルに変化により DX に関連する相談が増えている中、職員も DX に関連した支援スキルの習得が急務である。さらに、事業者への伴走支援のため傾聴と対話力を高めるコミュニケーション能力の向上も必要である。

(2) 事業内容

①外部講習会等の積極的活用

〈経営支援能力向上セミナー〉

経営指導員及び経営支援員の支援能力の一層の向上のため、福岡県商工会連合会が主催する研修の受講に加え、福岡県商工会連合会福岡広域連携拠点、中小企業基盤整備機構、中小企業大学校等が主催する研修会に積極的に参加し、職員の指導・支援スキル向上を図る。

〈DX推進に向けたセミナー〉

喫緊の課題である地域の事業者のDX推進への対応にあたっては、経営指導員及び経営支援員のITスキルを向上させ、ニーズに合わせた相談・指導を可能にするため、下記のようなDX推進取組に係る相談・指導能力の向上のためのセミナーについても積極的に参加する。

[DXに向けたIT・デジタル化の取組]

(ア) 事業者にとって内向け（業務効率化等）の取組

RPAシステム、クラウド会計ソフト、電子決済システム等のITツール、オンライン会議対応、ペーパーレスによる業務デジタル化、セキュリティ対策等

(イ) 事業者にとって外向け（需要開拓等）の取組

ホームページ等を活用した自社PR・情報発信方法、ECサイト構築・運用
オンライン展示会、SNSを活用した広報、モバイルオーダーシステム等

(ウ) その他取組

オンラインによる経営指導、事例のオンライン共有、チャットツール導入等

〈コミュニケーション能力向上セミナー〉

対話力向上等のコミュニケーション能力を高める研修を実施することにより、支援の基本姿勢（傾聴と対話）の習得・向上をはかり、事業者との対話を通じた信頼の醸成、本質的課題の掘り下げの実践につなげる。

〈小規模事業者課題設定力向上研修〉

課題設定に焦点を当て、そのポイントと手順を習得することで、その後続く課題解決をスムーズに行うことを目的とし、経営力再構築伴走支援研修、伴走支援のためのロジカルシンキング、事業価値を捉える対話の進め方、ビジネス雑談力の磨き方、理解力・伝達力が高まるトレーニング等を実施する。

②OJT制度の導入

支援経験の豊富な経営指導員と経営支援員とがチームを組成し、巡回指導や窓口相談の機会を活用したOJTを積極的に実施し、組織全体としての支援能力の向上を図る。

③内部研修会を開催

DX関連（IT等の活用方法や具体的なツール）、小規模事業者課題設定力向上に必要なスキルなど、特に当会が抱える課題については専門家を派遣して当会の課題に即した内容で研修会・意見交換等（年間に1回～2回程度）を行い、職員の支援能力の向上を図る。

④データベース化

担当経営指導員等が基幹システムや経営支援システム上のデータ入力を適時・適切に行い、支援中の小規模事業者の状況等を職員全員が相互共有できるようにすることで、担当外の職員でも一定レベル以上の対応ができるようにするとともに、支援ノウハウを蓄積し組織内で共有することで支援能力の向上を図る。

(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6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度
必要な資金の額	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000
地域経済動向調査	100	100	100	100	100
需要動向調査	150	150	150	150	150
経営状況の分析	100	100	100	100	100
事業計画策定・実行支援	500	500	500	500	500
需要開拓支援	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000
事業評価	50	50	50	50	50
職員の資質向上	100	100	100	100	100

(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
国庫補助金、福岡県補助金、町補助金、会費収入、手数料収入他

(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 並びに法人にあっては、その代表者の氏名
連携して事業を実施する者の役割
連携体制図等