

経営発達支援計画の概要

<p>実施者名</p>	<p>筑前町商工会（法人番号 9290005007697） 筑前町（地方公共団体コード 404471）</p>
<p>実施期間</p>	<p>令和8年4月1日～令和13年3月31日</p>
<p>目標</p>	<p>経営発達支援事業の目標 (1) 自走化のための経営リテラシー向上に資する支援体制の構築 小規模事業者の持続的発展のため、傾聴と対話を通じて、本質的な課題設定と課題解決に向けた伴走型支援により経営の自走化を図る。 (2) 地域ブランドの確立と観光振興 地域農産品等を活用した商品開発と販路開拓支援を行う。DXを活用するノウハウを提供することで観光に係る事業者情報の発信を行い、地域の観光回遊性を高め、筑前町ブランドの更なる向上と小規模事業者の所得向上を実現させる。 (3) 地域経済の持続的発展に向けた創業・事業承継支援の推進 小規模事業者の事業の磨き上げによる事業承継意欲の醸成及び、筑前町創業支援事業計画との連携により、創業者の育成支援を強化する。</p>
<p>事業内容</p>	<p>経営発達支援事業の内容 <u>3. 地域の経済動向調査に関すること</u> 国等が公表するデータ及び本会税務相談所の会計データを活用し町内景気動向調査を実施することで業種別の景気の動向を明らかにし、問題点を収集整理する。また分析結果は、小規模事業者の事業計画策定支援に活用するほか、行政との情報共有に利用し、施策策定を行う。 <u>4. 需要動向調査に関すること</u> 商品開発を行う事業者に対し、アンテナショップや展示商談会にてテストマーケティングや試食アンケートを、マーケットインの商品開発を支援する。 <u>5. 経営状況の分析に関すること</u> 経営指導員等の巡回、窓口相談、記帳支援等の事業者との接触を利用して広く聞き取り調査を行い、その情報を一元管理、職員間で共有する。「対話と傾聴」を通じた本質的課題の把握のため経営状況分析を行う。 <u>6. 事業計画策定支援に関すること</u> 計画書策定の意義を理解していただくため、作成が簡素な計画書から作成支援し、計画策定の意義を体感してもらいながら継続的な計画書策定を提案していく。DX活用セミナーを通じて販路開拓、生産性向上を図る。 <u>7. 事業計画策定後の実施支援に関すること</u> 事業者の計画内容に応じて巡回頻度を設定し、計画実行の必要に応じて、専門家派遣等を行い、実行支援を行う。また、着実にモニタリングを実施し、適宜計画の進捗管理及び計画の見直しを行う。 <u>8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること</u> 商談会、産業フェスタ、共同チラシ作成、DX推進等を行い、販路拡大と需要創出の支援を行う。地域経済の活性化に資する取組本町の商工業施策、観光産業の活性化、地域資源活用などを協議するため筑前町の各担当者が参画する「筑前町地域活性化協議会」にて定期的に検討会を行う。また筑前町ブランド確立のため、飲食店、食品メーカー、観光関連事業者を対象とした周遊型観光情報の発信を行う。</p>
<p>連絡先</p>	<p>筑前町商工会 〒838-0802 福岡県朝倉郡筑前町久光 1045 番地 1 TEL：0946-22-3724 Fax 0946-24-1047 E-mail：chikuzen@shokokai.ne.jp 筑前町役場 農林商工課 〒838-0298 福岡県朝倉郡筑前町篠隈 373 番地 TEL：0946-42-6614 FAX：0946-42-2011 E-mail：nourin@town.chikuzen.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現状

1) 立地

本会の管轄地域は筑前町全域である。したがって、本計画における地域の現状分析等は、筑前町全域の統計データ（RESAS、経済センサス等）を用いて行うものとする。筑前町は、図1のように福岡県のほぼ中央に位置し（※赤枠が本町）、福岡県筑紫野市から、大分県方面へ続く国道386号沿いに栄えた田園地域である。本町を含む「朝倉地域」は筑後川水域に広がる筑紫平野北西部に位置し、耳納山地と三郡山地の狭間にあることから「良質な水」「豊かな土壌」「寒暖差」という農業における好条件に恵まれている。隣接する朝倉市には卑弥呼伝説があり、本町には古墳遺跡があるなど、太古の時代から農業地帯であったことが窺える。本町は、図2で示すように九州の道路交通の要所といえる鳥栖インター（※青丸）に近く、筑後小郡インターへは、町南部の四三嶋地区からは車で5分程である。本町では、四三嶋地区に工業用地を整備し、食品メーカー等の工場誘致を行っている。また、本町には「福岡都市圏」に隣接する筑紫野市二日市から朝倉市を通り大分県へ続く国道386号を走る(株)西日本鉄道の路線バスがあり、福岡市内へ40分程度で行ける。そのため交通の利便性が比較的高く、本町からも福岡市や筑紫野市など隣接市への通勤通学者が多い。

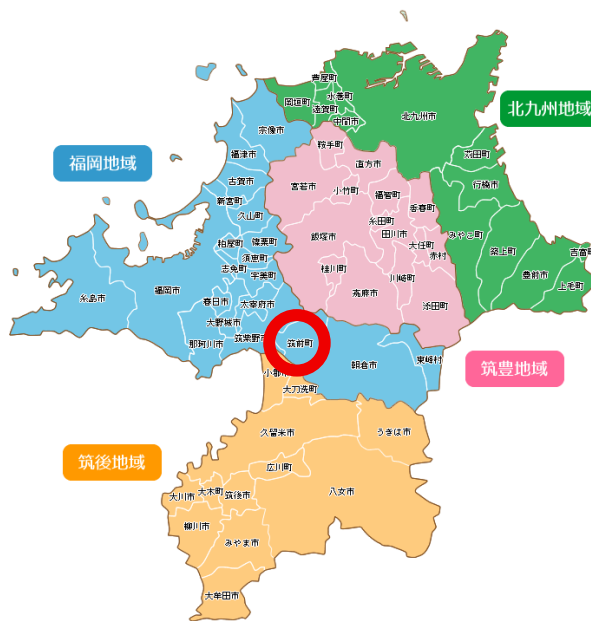


図1



図2

2) 人口

人口減少時代にあって、福岡県は2021年から人口が減少に転じている。しかし福岡市を中心とする「福岡都市圏」は人口が増加中である。本町（福岡市から26km）は、この「福岡都市圏」に隣接しており、地価が安いことから、ベッドタウンとして転入人口が多く、2024年から2025年の人口増加率は1.2%で福岡県内トップである。近年の本町人口は微増傾向にある。しかしながら、日本全体の少子高齢化に伴い、本町も将来的には人口は減少していき高齢化が加速していくと予測されている。

3) 産業

産業の分布

本町の基幹産業は農業とされているが、事業所数では、卸売業・小売業、建設業の順に多く、町内就労従業員数では、製造業、医療・福祉、卸売業・小売業の順となっている。本町の商工業者数と小

規模事業者数は平成24年以降減少傾向にある。

産業分類	事業所数		従業者数	
卸売業、小売業	149	1位	1,565	3位
建設業	92	2位	588	
医療、福祉	69	3位	1,591	2位
製造業	64		1,873	1位

令和6年経済センサス - 基礎調査より 雇用者のいない個人経営の事業所を除く

農業

本町は、夜須高原、目配山などの高原や里山があり、緑豊かな自然環境に恵まれ、肥沃な大地と優れた栽培技術のもと、食の基本となる米・麦・大豆の大産地である。なかでも、近くには油あげの九州シェア1位であるオーケー食品工業㈱など、大豆加工食品製造業が多く大豆の生産が多い。平成21年に、農産物の地産地消と地域振興を目的とし、筑前町とJA筑前あさくら、商工会が出資し㈱筑前町ファーマーズマーケット「みなみの里」(直売所)を開業し、平成23年には、筑前町が「食の都づくり宣言」をし、食を通じた健康増進と、農産物を活かした産業育成に取り組んでいる。その後、「みなみの里」は、年々売上を増加させ、令和4年度には出荷者数450軒、年間来店者数100万人、年間売上8.2億円に達した。また本町では、地域農産物を活用した特産品開発にも取り組み、特に「筑前クロダマル(黒大豆)」、「木酢」の生産、加工品生産に力を入れている。一方、本会では、平成18年に本会会員が発起人となり筑前町産小麦を商品化した事業者グループ「筑前麦プロジェクト」を始め、平成24年からは商工会で取り組む「筑前町ブランド開発委員会」で、筑前町産の黒大豆(筑前クロダマル)、小麦粉、木酢を中心に、特産品開発、販売促進の支援事業を行っている。令和2年からは、それらの特産品開発事業に加え観光事業育成までを行う「観光・商品開発委員会」を新設している。



筑前クロダマル



筑前麦プロジェクトの小麦粉



木酢(愛称：筑前姫酢)



みなみの里

観光

本町は基幹産業が農業の田園地域であるため、特段の観光収入はなかったが、平成21年に町外からの消費取込を目的として設立した「みなみの里」と、平和への願いを発信する施設「大刀洗平和記念館(※)」が開業したことで、観光流入は大きく増えている。「みなみの里」は、年々売上を増やし、福岡都市圏からの50代、60代の利用者が多い。大刀洗平和記念館は、修学旅行や研修旅行の立ち寄り先としての利用が多い。他に、本町の北部山間地にあり、休日には多くの子連れ客で賑わう夜須高原記

念の森、日帰り入浴ができる天然温泉の花立山温泉などが点在している。令和7年4月より大刀洗飛行場 戦跡 掩体壕が一般公開されている。また観光・商品開発委員会にて筑前ビストロ街道を企画し、筑前町内の飲食店等を回遊する観光事業として実施している。



大刀洗平和記念館



夜須高原記念の森



花立山温泉



大刀洗飛行場 戦跡 掩体壕

※大刀洗平和記念館：旧陸軍大刀洗飛行場跡にあり、現存する唯一の零式艦上戦闘機三二型が展示されている。

工業

製造業については、食品製造業が全体の40%を占め、その要因は原材料となる農産品と水が豊富であることである。食品以外では、プラスチック、コンクリート、建材、金属加工等幅広く製造されている。法人企業においては全体の70%を占め、資本金が1億を超える企業が16件ある。交通の便が良いのに対し比較的地価が安いことから大手資本の製造業が多く工場を建てている。

一方、建設業については、事業所数は多くあるが、その殆どが従業員5人以下の小規模事業者である。一部、新築住宅を請け負う事業所もあるが、殆どが下請け企業で、景気の動向により経営を大きく左右されている。

商業

卸小売業については、昭和50年代頃までは、中心地に商店街が形成されていたが、郊外型店の進出により、商店街は空き店舗が目立ち始めたため、昭和62年には篠隈地区で協同組合によるショッピングセンターを建設し、小規模事業者がテナントとして入り賑わいを見せていた。しかし、その後も、国道386号線沿いにAコープや大型小売店の出店が相次いで、ショッピングセンターも空きテナントが目立つようになり、平成25年に閉鎖し、現在は大型小売店に貸し出されている。2016年(平成28年)と2024年(令和6年)の経済センサスを比較しても、事業所数は237から149に大きく減少しており、従業員数は1865人から1565人に減少している。事業所の大型化と小規模事業者の減少が数字に表れている。さらに本町に隣接する3市には大型ショッピングモールが多く、車で30分圏内だけでも7軒あり、消費流出が著しい。

サービス業については、小規模な家族経営による生活関連サービス業が大半であるが、特徴的なのは運輸業が多く、従業員数20名を超える事業所が20事業所を超えている。運輸業が多いことから、自動車整備業やタイヤ販売等の自動車関連業も多い。

4) 筑前町の総合計画と商工会の関わり

筑前町では、令和2年から令和11年までの第2次筑前町総合計画を策定し、10年後の将来像として、「豊かな自然に恵まれたふるさとの緑を残しつつ、田舎にいながらにして、商工業や文化活動の盛んな地域に近い、快適で充実した生活を送ることができる町」を目指している。町総合計画に記載されている5つの政策のうち、「稼ぐ」をキーワードとして、農林業の振興や商工業・観光の活性化、雇用・就労環境の充実を図り、町の経済を活性化するため、以下5つの基本計画に基づく、施策と成果指標が示された。

【1】農林業の振興（第2次筑前町総合計画後期基本計画より）

4) 施策の内容

施策の内容	主な取り組み
① スマート農業の導入支援	● ICT活用によるスマート農業・スマート林業の研究や検討
② 農林業経営の支援	● 経営規模拡大、農林地集約による作業効率化の推進 ● 女性の就業・起業推進と働きやすい環境の整備
③ 意欲ある担い手の確保と育成	● 後継者や新規就業者の支援体制の確立 ● 高収益化や技術継承の簡易化の取り組みの支援
④ 6次産業化の支援	● 6次産業化の推進と地域ビジネスの基盤構築 ● 6次産業化による雇用の創出、所得向上
⑤ 農村環境の保全	● ICTを活用した効果的・効率的な有害鳥獣被害対策 ● 農業施設の適切な維持管理 ● 荒廃森林の整備

3) 成果指標

成果指標	現状値	5年後(2029年)目標値
農業産出額（年間）	590千万円	590千万円
認定農業者数（累計）	143人	150人
スマート農業で耕作している面積	534ha	645ha

本町が基幹産業と捉えている農業の就労者数が減少傾向にあることから、担い手の育成、6次化支援による所得向上、ICTを活用した効率化や環境整備に取り組む計画となっている。本会は、福岡県商工会連合会の専門家派遣事業を活用して、農業を主体とする観光農園、加工品製造販売を行う事業者を支援している。

【2】商工業の振興（第2次筑前町総合計画後期基本計画より）

4) 施策の内容

施策の内容	主な取り組み
① 特産品のブランド開発支援	● 国内外への特産品の販売支援 ● 地域経済循環の基盤構築の支援 ● ふるさと納税返礼品の充実 ● 食の仕送り便事業の継続検討
② 経営安定に向けた支援	● 中小企業者の支援
③ 創業・起業・事業継承の支援	● 創業・起業・事業継承の相談窓口の開設 ● 創業・起業者を育成する講座の開催 ● 商工団体などとの連絡調整

3) 成果指標

成果指標	現状値	5年後(2029年)目標値
創業・起業のための講座受講生のうち 創業・起業した人数(累計)	26人	35人

商工業の振興については、地元の特産品を活用したブランド開発、経営安定に向けた支援。創業・事業承継の支援が計画されている。本会としても、前述(農業)のとおり特産品開発には力を入れており、平成24年から活動した「筑前町ブランド開発委員会」を、令和2年度より「観光・商品開発委員会」と改め、観光も含めた地域ブランド作りを行っている。また、町総合計画の②に関連する利子補給事業は、商工会が要望して実現した施策であり、③に記載の創業支援についても、町と連携して創業支援を実施しており、併せて平成30年度には商工会から要望し、町の創業者向けの利子補給制度が創設された。

【3】雇用・就労環境の充実(第2次筑前町総合計画後期基本計画より)

4) 施策の内容

施策の内容	主な取り組み
① 企業誘致の推進	● 企業が進出しやすい環境整備と受け入れ体制の充実
② 就労機会の創出と確保	● 企業情報や雇用情報の提供 ● UIターン就職希望者への情報発信、就労支援

3) 成果指標

成果指標	現状値	5年後(2029年)目標値
企業誘致件数(累計)	3件	6件

本町には、四三嶋地区に工業誘致地区があり、製造業を中心に誘致を進めている。本町は今後も人口増加を目標としていることから、町内における就労機会の確保、UIターンの推進を図る計画である。

【4】観光交流の推進(第2次筑前町総合計画後期基本計画より)

4) 施策の内容

施策の内容	主な取り組み
① 官民連携による観光振興を 目的とした組織の検討	● 観光に精通した専門的人材の育成と配置 ● 観光戦略を着実に実施するための調整機能を備えた人材の育成 ● 着地型観光の充実
② 観光PR活動の強化	● SNSなどを活用した効果的な情報発信 ● メディアへの情報発信 ● 「道の駅 筑前みなみの里」の活用
③ 観光資源の確保と有効活用	● 「食」をキーワードにした観光の推進と強化 ● 観光農園の支援・推進 ● 商工会と連携した観光客の消費喚起 ● 観光施設の適切な維持管理 ● 祭・イベントの充実、継続 ● 中学生ワークショップによる提案事業の実施

3) 成果指標

成果指標	現状値	5年後(2029年)目標値
観光入込客数(年間)	90.0万人	110.0万人

観光においては、官民連携により観光振興組織の検討、観光PR活動の強化、観光資源の確保と有効

活用を施策の内容とする。特に「食」をキーワードにした観光の推進、強化が取組として掲げられており、本会としては、町内食品メーカー、飲食店、観光農園を中心に、観光の側面からの支援が必要になると考えられる。

【5】道の駅の活用（第2次筑前町総合計画後期基本計画より）

4) 施策の内容

施策の内容	主な取り組み
① 休憩施設の維持管理	<ul style="list-style-type: none"> ● 駐車場やトイレなどの施設整備や衛生管理の実施 ● 良好な景観の維持
② 多様な来訪者に 対応した情報発信	<ul style="list-style-type: none"> ● 路面状況や渋滞状況などの道路情報の発信 ● 観光・福祉・防災情報など地元情報の発信 ● 外国人旅行者に対応した情報発信と受け入れ体制の整備
③ 関連施設と連携した観光振興	<ul style="list-style-type: none"> ● 町内の施設を周遊する観光ルートの検討 ● 周辺施設との連携
④ 防災拠点としての活用	<ul style="list-style-type: none"> ● 防災備品などの適正管理 ● 防災訓練の検討

3) 成果指標

成果指標	現状値	5年後(2029年) 目標値
道の駅及び関連施設に訪れた人の満足度	57.1%	60.0%
道の駅の来訪者数（年間）	45.5万人	50.0万人

平成21年開業の筑前町ファーマーズマーケットみなみの里は、年間約100万人を集客する町最大の集客施設である。令和2年4月に道の駅に認定されたことにより、今後もさらに集客、売上ともに増えていくことが見込まれる。本町では、防災拠点としての活用等も掲げながらも、多様な来訪者に対応した情報発信の拠点としても位置付けられており、観光客の増加に活用していく計画となっている。本会としても、みなみの里との協力関係を強化しながら、商工業者の裨益となる活用方法を提案していく必要がある。

※なお福岡県についても、筑前町と同様の方向性であり、特産品開発、観光等に注力する記載がある。

出展：福岡県総合計画 第5章 広域地域振興圏の現状と施策の方向性より

5) 施策の方向性

地域に甚大な被害をもたらした平成29年7月九州北部豪雨からの復旧・復興を推進し、豊かな自然や豊富な観光資源を活かした地元雇用の拡大による若年世代の転出抑制と福岡市・久留米市への通勤も視野に入れた移住・定住の促進により、自然や田園の中で質の高い暮らしができる定住圏域として発展していくことが期待されます。

・住み慣れたところで働くことができる地域づくり

農産物のブランド化、6次産業化、農商工連携による特産品等開発や輸出の促進による農林水産業の収益力強化、農家民泊などグリーンツーリズムの促進を通じ、農業での後継者育成や雇用を拡大し、若年世代の新規就農を促進するとともに、中小企業の経営基盤強化、地元産業の活性化に取り組む必要があります。 また、豊かな自然や豊富な観光資源、魅力ある食や特産品を活用し、リピート率の高い観光圏を目指して回遊型・滞在型・体験型観光の振興、観光消費の拡大につながる施策の推進が求められます。

6) 課題

1. 事業主の高齢化と後継者の不在→事業の継続的発達支援

本会の会員事業所の事業主平均年齢は59歳となっている。既に後継者対策が必要な時期に入った

事業所が大半といえるが、本会が実施した会員へのアンケートによれば、後継者がいる事業所は全体の25%程度で、75%は後継者未定又は無回答(廃業予定を含む)であった。後継者がいる場合、後継予定者は親族が90%を超える。また、「現在抱えている経営上の課題」に対する問いでは、同業者や大手企業との競争の激化、原材料価格の高騰、販路の減少などが上位となっている。事業者にとって、競争の激化、物価高、人口減少による商圏の縮小により将来に期待ができず、親族に事業承継を勧められない状況がある。地域的には、旧夜須町エリアの山間部や外縁部(例、楠木、砥上など)旧三輪町エリアの山間部や旧集落などが都市開発の影響をあまり受けていない、または開発が遅れた地域で高齢化が進み、転出が多い傾向にあり、高齢化の進行による経営者の担い手不足が懸念される。また筑前町で製造業が多く集積している主要なエリアは、四三嶋地区に整備された工業団地であり、高齢化により、技術の承継リスクがある。国際環境の変化、自然災害、新型コロナウイルスのような感染症の拡大による、人々の生活様式の変化など、従来とは異なる大きな環境変化が多発するようになっており、事業者の危機管理意識の醸成、環境変化への対応を迫られている。そのため、商工業者は市場の環境変化に応じた経営革新が求められているものの、特に小規模事業者は人・モノ・金・情報などの経営資源に乏しく、環境変化への対応が遅れている。そのため、小規模事業者にとって、経営基盤を強化するための経営革新支援が必要となっている。

2. 域内消費の流出と町内商圏の縮小→特産品開発と観光促進の支援

前述の通り、町内商業において、生鮮食品・日用品は大型小売店が消費のほとんどを占めている。通勤通学する町民の63.3%が昼間町外に流出していることも要因の一つである。今後人口減少が予測される中、町内商圏はますます縮小することが予想され、町内の消費を流出させる状況が長く続けば、域内商業は大型小売店等を除いて事業が継続できなくなると懸念されている。そのため域外からの消費の取り込みは、本町の必須の課題である。

近年「みなみの里」の開業により域外消費の流入が増えつつあるが、福岡都市圏からの来町者の目的は、本町から更に東部に行った秋月、朝倉、日田方面で、観光地へ行く途中の立ち寄りが多く、町内で回遊する仕組みができていない。その為、「みなみの里」や「大刀洗平和記念館」の来場者の経済効果はその施設に限定的になっている。今後は、町内で特産品開発を行う飲食店や小売店への来店者の回遊性を高め、町内の滞在時間を延ばす必要がある。観光・商品開発委員会で実施している筑前ビストロ街道においても、スタンプラリーやマルシェを実施しているが、複数店舗を回遊してもらい、再来店を促す仕組みづくりが課題である。地域的には、国道386号線のエリア(旧三輪町エリアと旧夜須町エリアにまたがる久光、栗田、当所、篠隈、東小田、中牟田など)に飲食店、小売店、観光サービス業、食品加工業などが多く点在しており、筑前町の観光の中心となっている。

3. 創業者数の低迷→創業支援体制の強化

本会の支援件数実績において、過去10年の創業支援者数と件数は年間平均25件であり、概ね増加傾向にある。平成27年から実施した「筑前起業塾」により、創業希望者の発掘と支援に着手した成果である。しかし、創業に向けた意識の醸成と支援対象者の発掘は行っているものの、実際に創業に至るケースは少なく、廃業者数に追いついていない状況で、事業所数は減少している。創業前には、市場環境分析から物件探し、創業資金計画、販売促進計画など、多岐にわたる支援が必要な時期であるにも関わらず、本会の創業相談者数1人あたりの支援件数は平均1.9回となっており、全く足りていない。小規模事業者数の減少を食い止め、賑わいのある地域を維持するためには、創業希望者に対し、重点的な支援が必要である。国道386号線沿いなど、交通の便が良く、近年に新しい住宅開発が進んだエリアは、子育て世代の転入があるため、小売業、飲食業、サービス業などの創業があり、山間部では人口減少と高齢化により担い手不足がある。

(2) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

前述の本町の現状、課題に対し、本会は、第2期筑前町総合計画(後期基本計画)と整合性・連携を図り、商工業振興の観点から地域経済の活性化に尽力する。

① 自走化のための経営リテラシー向上に資する支援体制の構築

10年後における地域のあるべき姿:地域人口や小規模事業者が減少する中において、10年後においても筑前町の小規模事業者が地域経済を支えつつ活力にあふれた社会を目指し、傾聴と対話を通じて、本質的課題に対して気づきをもたらす小規模事業者が長期的に持続可能な経営基盤を構築できるよう支援し、小規模事業者の減少を軽減させ、地域経済の安定を図る。

理由：小規模事業者が長期的に持続可能な経営基盤を構築し、個々の経営力を向上させることは、地域経済を支える担い手の維持・強化に直結し、結果として地域人口減少という構造的な地域課題の解決に貢献するため

②地域ブランドの確立と観光振興

10年後における地域のあるべき姿：国道386号線沿い周辺エリアでは地元の農産品を活用した商品開発を行いつつ、DX推進により情報発信力を強化し、食をキーワードにした観光推進の支援を行うことで、域外消費を取り込み、地域の活力向上を図る。

理由：食を核とした地域ブランドを確立し、小規模事業者や観光施設からの情報発信を強化することで福岡都市圏からのアクセスの優位性を活かした観光により観光客数110万人と関係人口が拡大した活力ある「稼げる地域」となる必要があるため

③創業支援、事業承継支援による地域経済の持続的発展

10年後における地域のあるべき姿：起業家支援体制の構築や、若い世代への起業家教育等の取り組みを行い、起業の促進を図ると共に、事業承継の支援体制が構築され、承継が計画的に完了できる持続可能な「活力あるまち」を目指す。要支援企業の70%が創業、承継を完了する。

理由：創業・事業承継により地域経済の新陳代謝を活性化させ活力ある地域経済の醸成を図るには、支援体制の仕組みが必要不可欠であるため

(3) 経営発達支援事業の目標

小規模事業者に対する長期的な振興のあり方を踏まえ、本計画では以下の目標を設定する。

【目標①】自走化のための経営リテラシー向上に資する支援体制の構築

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の考え方にに基づき、常に事業者の現状と課題認識につながる景気動向、需要動向などの情報発信を行い、経営分析から事業計画策定、実施支援に至るまでの継続的体系的な経営支援を行うことで、経営者自身の自走化を図る。また事業者の経営リテラシー向上に係る支援を実施する。

支援計画の認定期間（5年間）目標：

KGI：支援対象事業者の売上高または付加価値額年平均3%以上増加

KPI：事業計画策定件数40件/年、事業計画進捗率80%、新規事業・新商品・新サービスへの着手率80% 経営リテラシーに係る知識の提供4回/年

設定した理由：継続的体系的な経営支援という手段が、事業者の経営力を強化させるという目的に繋がっているかを効果的に測定するため

【目標②】地域ブランドの確立と観光振興

地域農産品等を活用した商品開発と販路開拓支援を行う。DXを活用するノウハウを提供することで、観光に係る事業者情報の発信を行い、地域の観光回遊性を高め、筑前町ブランドの更なる向上と小規模事業者の所得向上を実現させる。

支援計画の認定期間（5年間）目標：

KGI：地域農産品等関連売上10%増加

KPI：メディア露出回数年間5回、郡内主要観光Webサイト/SNSのアクセス数月間3,000件、延べ観光客数110万人

設定した理由：総合計画の観光入込客数110万人の目標より試算。最終成果に直結するPR関連、実際に当地域を訪れる人数を設定した。

【目標③】地域経済の持続的発展に向けた創業・事業承継支援の推進

小規模事業者の事業の磨き上げによる事業承継意欲の醸成及び、筑前町創業支援事業計画との連携により、創業者の育成支援を強化する。

支援計画の認定期間（5年間）目標：

KGI：創業者、事業承継完了件数合計35件

KPI：創業計画作成支援5年間25者、事業承継計画作成支援25者

設定した理由：KGIについては、総合計画の数値目標に合致。KPIについては、事業計画作成支援を実施した者を中心に創業、事業承継完了への通過点となるため

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

【目標①】自走化のための経営リテラシー向上に資する支援体制の構築

達成方針1：経営リテラシー向上に資する伴走支援体制の構築

内容

小規模事業者の自走化を目指し、経営力再構築伴走支援の考え方に基づく継続的かつ体系的な経営支援を実施する。事業者の経営状況を的確に把握し、経営分析から事業計画策定、実施支援、フォローアップに至るまで一貫した支援を行うことで、経営者自身が課題発見と解決を自ら実践できる力を養う。また、経営リテラシー向上（経営戦略、人材戦略、知的財産、デジタル等）を目的とした情報提供を行う。

設定した理由

事業者が自律的に経営改善を進めるためには、知識と実践の両輪が不可欠である。継続的な支援体制を構築し、経営リテラシーを高めることが、地域全体の事業存続率や付加価値向上に直結するため。

実施スケジュール・中間目標（各年目標）

上半期：支援体制の整備、対象事業者の選定、経営リテラシー向上の情報提供

経営分析・事業計画策定支援 50%達成／経営分析 60 件、事業計画策定 40 件目標

下半期：経営分析・事業計画策定支援 50%達成／経営分析 60 件、事業計画策定 40 件目標

フォローアップ体制確立

計画実行支援の進捗率 100%達成／40 社目標、事業者の自走化モデル事例を 2 件創出

達成方針2：対話と傾聴を重視した伴走型支援による自己変革を促進

内容

定期的な巡回訪問を通じて事業者との信頼関係を構築し、対話と傾聴を基軸とした伴走支援を展開する。表面的な課題のみならず、経営者が自ら本質的課題に気づき、納得の上で改善行動に移せるよう支援を行う。さらに、地域経済や需要動向、政策情報を適時共有し、支援事例の横展開を図ることで、小規模事業者の経営発達を促進する。

設定した理由

経営課題の多くは経営者自身の気づきや意識改革から始まる。単発的な助言ではなく、対話に基づく伴走支援を継続することで、経営改善の定着と自己変革を促すことができるため。

実施スケジュール・中間目標（各年目標）

上半期：巡回訪問により、対象事業者 30 社達成／60 社目標への初回訪問実施

経営分析・事業計画策定支援 50%達成／経営分析 60 件、事業計画策定 40 件目標

下半期：経営分析・事業計画策定支援 50%達成／経営分析 60 件、事業計画策定 40 件目標

巡回訪問により、残り対象事業者 30 社達成／60 目標への初回訪問実施

販路開拓により他社の模範となる実績を上げた 2 社創出

達成方針3：伴走支援対象事業者のフォローアップによる自走化促進

内容

達成方針1・2で支援した事業者に対して、計画策定後の実施段階における課題抽出や進捗管理を行い、継続的なフォローアップを実施する。定期的な訪問・面談により、経営状況の変化や市場動向に応じた助言を行うとともに、計画の実行支援や成果検証を行い、自立的な経営改善を促進する。また、成果を上げた事業者の取組を地域内で共有し、成功モデルとして展開することで、他の事業者の意欲向上と自走化の波及を図る。

設定した理由

事業計画策定後の実行支援やフォローアップ、定期的な見直しを継続的に行うことで、計画が単

なる書面で終わらず、実際の成果に結びつく支援体制を確立できる。これにより、伴走支援を受けた事業者の自走化を確実にし、地域全体の経営力底上げにつなげることを目的とする。

実施スケジュール・中間目標（各年目標）

- 2年目以降上期：達成方針1・2の支援対象事業者を抽出し、フォローアップを実施
個別訪問・面談による進捗確認、課題整理、改善提案を実施
- 2年目以降下期：実行支援および成果検証を行い、改善効果を数値化・可視
自走化を実現した事業者をモデル化し、事例として共有する。

【目標②】地域ブランドの確立と観光振興

達成方針1：地域資源を活用した商品開発と販路拡大支援

内容：

地域農産品等を活用した新商品の開発および販路開拓を支援する。事業者に対して市場動向・需要動向の情報を提供し、マーケットイン型の商品開発を推進する。また、事業者の成熟度に応じたステップアップ型支援を実施し、産業フェスタや「筑前ビストロ街道」等の地域イベントを通じて、域内外の消費需要を取り込む。

設定した理由：

地域の農産物を活かした商品開発は、地域ブランド強化と観光振興の両面に寄与する。地場産品の魅力を活かした商品を創出し、販路を拡大することにより、地域内経済の循環と小規模事業者の所得向上を図るため。

実施スケジュール・中間目標（各年目標）：

- 上半期：市場調査の実施、支援対象事業者の選定
商品開発支援・試作開始、産業フェスタ出展支援
- 下半期：商談会・展示会への出展支援、販売データ収集・分析

中間目標（各年目標）：

出展事業者3社達成／6社（産業フェスタ3社＋商談会3社）の販路開拓目標

達成方針2：DXを活用した情報発信力の強化

内容：

観光・特産品関連事業者に対し、DXツール（SNS、Webサイト、EC等）の活用支援を行い、効果的な情報発信体制の構築を支援する。事業者の状況に応じた最適なツールを選定し、自走的に発信・販促活動が行えるよう育成する。

設定した理由：

観光客や消費者の情報収集行動がデジタルシフトしている中で、地域全体の魅力を効果的に発信することが求められている。DX活用により発信量と質を向上させることで、地域ブランドの浸透と観光回遊性の向上を実現するため。

実施スケジュール・中間目標（各年目標）：

- 上半期：事業者向けDX活用セミナー開催、個別支援（Web構築・SNS発信強化支援）開始
- 下半期：成果の収集、成功事例の水平展開

中間目標（各年目標）：Web/SNSアクセス数 月間2,500件達成／月間5,000目標、
DX活用事業者5社達成／20社育成

達成方針3：地域ブランドの認知拡大と観光振興

内容：

地域ブランド及び観光資源の一体的なPRを推進し、メディア露出・観光情報発信を強化する。地域内外のメディアとの連携や広報素材の整備を行い、観光誘客の促進を図る。また、回遊性向上施策（共同チラシ、観光ルート提案等）を通じ、地域滞在時間の延長を目指す。

設定した理由：

地域の知名度向上と観光需要の拡大を通じて、筑前町ブランドの確立と観光関連売上の向上を図るため。総合計画に掲げる観光入込客数110万人の達成に資する取組として位置付ける。

実施スケジュール・中間目標（各年目標）：

- 上半期：PR戦略策定、広報素材（パンフレット・動画等）制作
- 下半期：各種メディア露出強化（TV・Web記事等）、観光イベント連携 観光回遊促進施策実施、効果検証・改善

中間目標（各年目標）：メディア露出年間5回達成、延べ観光客数55万人／110万人到達

【目標③】地域経済の持続的発展に向けた創業・事業承継支援の推進

達成方針1：創業支援体制の強化

内容：

創業希望者に対して、創業窓口での個別相談や創業セミナーを通じて、事業計画の策定支援や資金調達、販路開拓等の基礎的知識を提供する。また、創業後もアフターフォローを継続的に実施し、経営の定着と早期黒字化を支援する。さらに、創業者同士が情報交換や協業を行える交流の場を設け、地域内での連携による新たなビジネス創出を促進する。実施スケジュール年1回半年にわたりオンラインにて開催。各年目標として受講者10名につき計画策定5名。

設定した理由：

創業期における経営課題は多岐にわたり、単発の支援では事業の定着が難しいため、創業前から創業後まで一貫した支援体制の構築が必要である。また、地域内での横のつながりを強化することで、持続可能な創業環境を整備できるため。

達成方針2：事業承継支援の推進

内容：

後継者不在により廃業を検討している事業者に対し、福岡県事業引継ぎ支援センター等の専門家と連携し、事業の磨き上げや承継計画の策定を支援する。また、第三者承継を含めた承継先の確保を進めることで、地域内の貴重な経営資源や雇用の維持を図る。

設定した理由：

後継者不足は地域経済の停滞を招く大きな要因であり、承継支援を強化することで廃業の減少と地域事業の存続を促進できるため。専門機関との連携により、より実効性の高い支援を実現する。実施スケジュールは年間を通して案件発掘にあたり、各年目標として計画策定5名を実施。

達成方針3：地域内ネットワークの形成と活用

内容：

創業者・事業承継者・既存事業者が一堂に会し、相互に学び合い・協業できるネットワークを構築する。支援機関、金融機関、専門家とも連携し、経営課題に応じた多面的な支援を実施することで、地域内での経済圏の形成を図る。

設定した理由：

個々の事業者が単独で成長するには限界があるため、地域全体で支え合う仕組みを構築することが重要である。ネットワークを通じた連携が新たな事業創出や事業継続の基盤となり、地域経済の持続的発展につながるため。実施スケジュールは年1回開催。各年目標として20名の参加を見込む。

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]

国等が公開する統計情報を活用し、地域経済動向について、補助金活用希望者へ提供している。また県内の賃金情報を商工会広報誌にて年に1回公表し、ホームページにも転載している。

[課題]

情報の活用が補助金申請者の環境分析など限定的な利用にとどまっているため、発信する情報の種類を増やし、事業者、関係機関への情報共有を進める必要がある。また販路開拓、業務効率化、人材育成・確保、創業及び事業承継等などに目的別に必要なデータが収集、分析の必要がある。

(2) 目標

	現行	公表方法	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度	R12年度
①産業構造分析の公表回数	-	HP掲載	1回	1回	1回	1回	1回

(RESAS)							
②地域の経済動向分析（本会データ）公表回数	1回	HP掲載	1回	1回	1回	1回	1回
③景況感調査の公表回数	4回	HP掲載	4回	4回	4回	4回	4回

（３）事業内容

①産業構造分析（国等が提供するビッグデータの活用）

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、下記データを活用し、経営指導員等が分析を行い、年1回、商工会公式ホームページに公表する。

【調査対象】地域の産業構造、企業間取引、付加価値額

【活用するデータと分析項目・手段】

RESAS（地域経済分析システム）

- ・「産業構造マップ」 →産業の現状等を分析
- ・「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
- 福岡県の賃金事情(福岡県) →県内の労働市場動向を分析

【目的】地域の稼ぐ力を可視化し、重点産業を特定する。事業計画策定、販路開拓などに活用する。

②地域の経済動向分析（本会データによる調査、分析）

本町内の景気動向等についてより詳細な実態を把握するため、本会で相談を行った事業所の売上及び利益状況を、年1回調査・分析を行う。年1回商工会公式ホームページに公表する。

【調査対象】本会で相談を行った事業所(商工会の会員でない事業者を含む)

【調査項目】売上額、仕入価格、経常利益、資金繰り、雇用、設備投資、事業承継等

【調査手法】税務、金融、経営相談における確定申告データを活用し、資金繰り、雇用、設備投資、事業承継については、ヒアリングアンケートを実施する。

【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。

【目的】生産性向上や事業承継などのデータを提供し、新たな事業の分野開拓や事業承継支援など目的別の支援に活用する。

③景況感調査

町内の景気動向等についてより詳細な実態を把握するため、全国商工会連合会が行う「小規模企業景気動向調査」に独自の調査項目を追加し、管内小規模事業者の景気動向等について、年4回調査・分析を行う。年4回商工会公式ホームページに公表する。

【調査対象】管内小規模事業者50社（製造業、建設業、飲食業、小売業、サービス業から10社ずつ）

【調査項目】売上額、仕入価格、経常利益、資金繰り、雇用、設備投資等

【調査手法】調査票を郵送し、本会ホームページ内の非公表ページから、上記調査項目を記述式、選択式によりインターネットで回答を得る。

【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。

【目的】年4回の調査で、価格転嫁や資金繰り、人材の確保など支援策の立案や小規模事業者の経営判断の材料として活用する。

（４）調査結果の活用

- 情報収集・調査、分析した結果はホームページに掲載し、広く管内事業者等に周知する。
- 経営指導員等が巡回指導を行う際の参考資料とする。
- 行政や町会議員との懇談会において、町の現状を共有し理解する資料として使用する。
- データについてはクロスチェック等の手法により、最新で正確なデータの収集公表に努める
- 支援テーマの優先順位

景況感調査により、価格転嫁、人材育成・確保、DX化等の方針を決定し、経営分析、事業計画策定等の作成支援に反映させる。

手法 excel でデータ集計を行い、DIを算出する。判断項目を抽出し、申請対象企業を選定する。

○重点産業への伴走支援

RESASで抽出した産業に対して、販路開拓、DX、資金繰り支援等の伴走支援を実施。

手法 RESAS分析で付加価値額、取引流入額の高い業種を抽出し、該当企業リストを作成、販路開拓支援等を実施する。

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

[現状]

- ・国等が公開する統計情報を活用し、市場ニーズや市場動向の情報提供を行っている。
- ・商談会参加者には来場者アンケートを実施し、その結果を共有している。
- ・福岡県商工会連合会が実施するアンテナショップ博多マルイ「Docore」(※)でのテストマーケティングを活用し、消費者の生の声を聞き、商品開発に反映させている。

[課題]

- ・新商品開発を行う事業者のテストマーケティングやバイヤーアンケートを実施しているが、ある程度商品が完成した時点で実施しているため、商品の改良に結び付きにくい。小規模事業者はトライ&エラーを繰り返すほど経営資源に潤沢でないことから、商品が完成する前の段階で実施する必要がある、事業計画策定に反映させるデータ分析が必要である。

(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
①調査対象事業者数	2社	3社	3社	3社	3社	3社
②調査対象事業者数	5社	3社	3社	3社	3社	3社

(3) 事業内容

①BtoC マーケティング調査

食をキーワードにした新商品開発を支援するため、福岡県商工会連合会の「Docore」のテストマーケティングにおいて、試食及び来場者アンケートを実施し、調査結果を分析した上で当該事業者にフィードバックすることで、新商品開発に資する。また、当該調査の分析結果を事業計画に反映する。

【対象事業者】地域農産品等を活用した新商品開発中の事業者、商品改良に意欲的に取り組む事業者

【サンプル数】来場者 50 人

【調査手段・手法】来場客に開発中の食品を試食してもらい、経営指導員等が聞き取りの上、アンケート票へ記入する

【分析手段・手法】調査結果は、経営指導員及び専門家が分析を行う。

【調査項目】①味、②大きさ、③価格、④パッケージ等商品に応じて設定する

事業所の状況に応じて評価項目の見直しも行うため、出展前から専門家による個別相談を実施する。

【調査・分析結果の活用】分析結果は、経営分析、事業計画の策定に活用し、経営指導員が当該事業者者に直接説明する形でフィードバックし、更なる改良等を行う。

※ 博多マルイ Docore

福岡県商工会連合会が運営するアンテナショップ。博多駅前の博多マルイ2階に販売拠点を持ち、福岡県内の地域商品の販売だけでなく、商品育成を図るテストマーケティングの場としても活用されている。

②BtoB 商談会でのマーケティング調査

毎年秋に開催されている「Food EXPO 九州」(※)や、「FOOD STYLE」(※)等商談展示会において、来場するバイヤーに対し、試食、アンケート調査を実施する。

【対象事業者】地域農産品等を活用した新商品開発中の事業者、商品改良に意欲的に取り組む事業者

【サンプル数】来場者 50 人

【調査手段・手法】来場者に出展した商品の試食をしてもらい、事業者と経営指導員が聞き取りの上、アンケート票へ記入する。

【分析手段・手法】調査結果は、専門家と経営指導員で分析を行う。

【調査項目】①味、②大きさ、③価格、④パッケージ、⑤取引条件等を想定する。

出展前に専門家を交えて、調査すべき項目を検討し設定する。

【調査・分析結果の活用】分析結果は、経営分析、事業計画の策定に活用し、経営指導員等が当該事業者に直接説明する形でフィードバックし、更なる改良等を行う。

商談会においては、事業者の事前準備と、事後のフォローが重要であるため、専門家による集中的支援を行う。

※ FoodEXPO 九州

福岡市内で 2 日間開催され国内外の小売卸等バイヤーが来場する商談会。

出展者数：291 社・来場者数：4,808 人（2024 年開催実績）

※ FOOD STYLE

福岡市内で 2 日間開催される商談会。外食産業の来場者が 1/4 を占める。

出展者数：1162 社 来場者数：16,523 人（2023 年開催実績）

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

[現状]

- ・これまでの、定期的巡回による事業所の情報収集を元に経営分析を行うことを柱にしていたが、巡回の中で収集できる情報には限界があり、また収集した情報を一元管理するシステムがないため、情報が散在し分析にまで至らないケースが多かった。
- ・金融支援希望者に対しても財務分析等を行うこととしていたが、一時的支援の要望があるのみで総合的な経営情報分析を行っていなかった。
- ・記帳支援対象者に対し、経営支援員を中心に財務分析を行ったがノウハウに乏しく、分析をする迄で終わり、総合的な経営情報分析に至らないケースが多かった。
- ・補助金申請者に対し、SWOT分析を行っているが財務分析までするケースは少ない。

[課題]

- ・収集した企業情報が散在し、企業の全体像を把握しにくい状況にあり、情報を集約する仕組み、収集すべき情報の項目を纏めておく必要がある。
- ・企業分析支援を希望する事業所が少なく、商工会が支援していることを周知出来ていない為、広く周知する必要がある。
- ・今後は、経営分析の必要性を「対話と傾聴」を通じて自らが進むべき方向に腹落ちするよう、財務分析・非財務分析を促し、本質的課題をもとにした具体的な事業計画策定をする必要がある。
- ・新規事業開発、販売促進、創業、事業承継など目的別に必要なデータが異なるため、テーマ別の指標やヒアリング項目を定義し、運用する必要がある。

(2) 目標

	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
個別分析件数	33	60	60	60	60	60
目的別分析 (重点テーマ)	0	60	60	60	60	60

(3) 事業内容

①個別経営分析（財務分析＋非財務分析）

- 【目的】 財務分析、非財務分析により経営者自身が改善策を立案し優先順位を意識して事業計画に反映できること
- 【対象者】 需要動向調査の対象事業者、事業計画策定支援、金融指導、税務指導等を行った事業者のうち、売上向上や販路開拓等を目指す意欲の高い事業者
- 【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、利益率、キャッシュフロー、自己資本比率、負債比率
 損益分岐点等
 ≪SWOT分析≫強み、弱み、脅威、機会 等 他
 地域資源の活用や地域課題への取組み、DX対応状況、人材育成採用等
- 【分析手法】 対話と傾聴を繰り返すことにより、事業者自らが本当の経営課題は何かということに向き合い、気づき、自らが進むべき方向に腹落ちできるよう取り組む。具体的には以下のとおり。
 経済産業省の「ローカルベンチマーク」、事業計画書筑前町基本フォーム（※）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。事業計画書筑前町基本フォームは、企業分析としてSWOT記入欄があり、分析情報を元に事業計画書を作成するため作成した。

※筑前町基本フォーム(SWOT分析)

事業計画書 フォーマット2020/2/25

1. 企業概要

会社名	業種	所在地	設立年月
代表者	役員	従業員数	資本金
事業内容	得意先	得意先	得意先

2. 経営環境と事業計画

項目	内容	備考
取り巻く環境条件（機会・脅威）	自社の状況（強み・弱み）	今後の方針と課題
機会	強み	今後の方向性（定性・定量目標）
脅威	弱み	課題・テーマ

3. 現状と課題

取り巻く環境条件（機会・脅威）	当社の状況（強み・弱み）	今後の方針と課題
○機会	○強み	○今後の方向性（定性・定量目標）
○脅威	○弱み	○課題・テーマ

4. 経営計画

項目	内容	備考
売上高	利益率	キャッシュフロー
自己資本比率	負債比率	損益分岐点

5. SWOT分析

項目	内容	備考
強み	弱み	機会
脅威	課題	対策

②目的別経営分析（重点テーマ別に実施）

【目的】目的別に必要なデータが異なるために、重点テーマを中心に、指標やヒアリング項目を設定する。新事業、創業、事業承継等の支援に活用する

【内容】・新規事業開発 顧客ヒアリング数、プロトタイプ利用率、Webサイト登録者数、現状の業務、予算、優先度、コンセプト、利用シーン、価格の妥当性、ターゲットクリック率（CTR）SNSのインプレッション数、問い合わせ数、資料請求数
新規顧客獲得数、リピート率、認知経路、比較検討、決定理由、満足度

・販売促進

・創業支援 事業計画書の完成度、初期資金調達目標達成率、顧客ヒアリング実施回数
収支シミュレーション、顧客獲得スケジュール

・事業承継支援 計画の進捗、法的・財務的整理、関係者の合意、事業の収益性、後継者のスキル習得、現場理解、組織の安定

（４）分析結果の活用

○分析結果は、経営発達に向けた現状認識の材料として、当該事業者フィードバックし、事業計画の策定等に繋げる。具体的には、経営状況の分析結果（財務分析、SWOT分析）をもとに、小規模事業者ごとに短期、中期、長期の改善策を意識し、事業計画へ反映させる。

・短期（資金繰り）資金繰り表の作成、金融機関との交渉、支払・回収サイトの見直し

・中期（販路開拓）EC販売、展示会出展、SNS広告、DMでの販売促進

・長期（設備投資）省人化、省力化に向けた生産性向上計画、補助金・融資制度の活用等

○分析結果は、事業計画書筑前町基本フォームでデータベース化し、事務所内サーバーに事業所ごとフォルダを作成し、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。また財務分析やSWOT分析の研修事例としてデータを活用する。全データを集計し、地域課題（例、価格転嫁が進まず収益性の低下、事業承継の遅れ）を把握する。重点分野の検討材料にし、次年度計画に反映させる。

○地域の小規模事業者が抱える共通課題を探る判断材料とする。（例 資金繰りの逼迫、人手不足対応）取りまとめたデータにより、行政、金融機関等に政策提言を行う。補助金、融資制度、保証制度など地域課題に応じた支援策の立案に活用する。

6. 事業計画策定支援に関すること

（１）現状と課題

[現状]

・既存事業者の中では、自ら事業計画書の策定支援を希望する事業者は殆どいない。また、これまで計画書作成を提案するセミナーを開催していたが参加者が少なく、計画書策定の意義や重要性の理解が得られていない。策定提案業務が成果に繋がらないことが多く、職員のマンパワーを浪費している。

・補助金申請者には計画書策定支援を行っているが、補助事業期間程度の短期計画であるため継続的な支援を行うにあたって、事業者の目標にズレが生じ共有することができない。一部、中長期的なビジョンを持っている事業者も見受けられるが、そのビジョンは書面化がされていない為、外部機関（金融機関や支援機関）に情報提供できない。

・金融支援希望者に対しても財務分析等を行うこととしていたが、一時的支援の要望があるのみで総合的な経営情報分析を行っていなかった。

・創業計画書策定を行う「筑前起業塾」では少人数ながら確実に計画書作成支援が行っている。

・昨今のデジタル技術が進歩する中で、小規模事業者においてはDXに関する意識が低く、DX戦略を事業計画に取り入れていることはほとんど無い。

[課題]

・「事業計画書」の作成は難しいもの、面倒くさいものと認識されている方が多く、提案しても作成していただけないことが多い。そのため、計画書作成に取り組みやすくする「簡素化した計画書雛形」が必要である。また、職員のマンパワーを集中させるため、支援対象者の絞り込みも必要とな

る。また、少ない経営資源（特に労働力）の中で企業競争力を高めていくためには、生産性向上・業務効率化に資するDXが必要不可欠であり、DXを取り入れた事業計画を策定することは必須である。また創業や事業承継など目的別の計画策定支援についても支援の体系化をする必要がある。

（２）支援に対する考え方

- ・計画書策定の意義を周知することが難しいため、まず簡素な計画書を経営指導員が作成したものを提示して、作成の提案を行う。
- ・計画策定とその後の継続的支援に対し、自発的に意欲的に経営発達に取り組む事業者への支援に職員のマンパワーと政策資源を投下する。
- ・事業者自らが本質的な課題に気づき能動的に課題解決に向けて取り組めるように、経営指導員等は対話と傾聴を通じて最適な伴走型支援を行う。
- ・地域の経済動向調査、経営状況の分析及び需要動向調査を事業計画に反映させるため、事業者に情報提供を行う。
- ・事業計画策定支援においては、経営指導員のみで対応せず、事後フォローを円滑に行うために経営支援員も一緒に支援を行い、事業者の経営状況や課題、目標を共有し、支援ノウハウを蓄積する。
- ・創業支援は窓口相談のほか、支援の効率化のためセミナーを開催し体系的に支援する。
- ・事業承継支援については、経営分析から事業承継が必要な事業者を掘り起こし、福岡県事業承継支援ネットワークと連携して、事業承継計画の策定支援を行う。

（３）目標

	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
①事業計画策定件数	30件	30件	30件	30件	30件	30件
②創業計画策定件数	5件	5件	5件	5件	5件	5件
③事業承継計画策定件数	5件	5件	5件	5件	5件	5件
④DX活用セミナーの開催	-	1回	1回	1回	1回	1回

（４）事業内容

①簡易な計画書の作成

【目的】事業計画策定の重要性和自社の本質的な課題を理解すると共に、内発的動機づけにより課題解決に取り組むことを促すため

【支援対象】

経営分析を行った事業者の中から経営発達に意欲的な事業者を選定し支援する。

【手段・手法】

前述 5. 経営状況の分析を行った事業者に対し、事業者からのヒアリングをもとに事業計画書筑前町基本フォームを経営指導員が作成し、より具体的な事業計画書の策定を提案する。事業計画策定において、必要に応じて外部専門家の支援を行い、経営指導員等では不足する専門支援を行う。

【成果指標】事業計画策定件数、補助金申請件数、計画の進捗率

②創業セミナーと窓口相談

【目的】

地域内で創業者を増加させるため、創業を希望する方には、筑前町創業支援計画に基づいた筑前起業塾、創業窓口相談において、経営の為の知識習得と合わせて、資金計画、販売促進計画、損益計画と創業までのスケジュールまで網羅したカリキュラムで計画書策定を支援する。また、小規模な創業を希望される方には、経営指導員等による窓口指導により創業への意欲向上を図り筑前起業塾へ誘導する。

【対象者】

創業を検討している方、創業後1年以内の方

【募集方法】

創業支援窓口は本会ホームページで周知し、筑前起業塾は本会ホームページの他、町広報誌に掲載し広く募集する。

【開催回数】

オンライン開催 実施時期 8月中旬～1月末

【参加者数】

随時募集 10名以上

【成果指標】 創業計画作成件数、創業数、資金調達件数

③事業承継計画作成支援

【目的】

地域内で事業継続を促進するため、経営分析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の連携により事業承継計画の策定支援を行う。

【対象者】 経営分析を行った事業者の内、事業承継に課題のある事業者

【手段・手法】 福岡県事業承継・引継ぎ支援センター作成の事業承継診断ヒアリングシートを活用し、それを基に具体的な支援を検討する。承継における課題に応じて、経営指導員では不足する場合は、福岡県事業承継・引継ぎ支援センターの専門家と連携し、第3者承継については、福岡県事業承継・引継ぎ支援センターと連携し、支援する。

【成果指標】 事業承継計画策定件数、事業承継件数

④DX活用セミナーの開催

【目的】

DX活用セミナーを開催することにより、小規模事業者のDX活用を支援する。専門家によるセミナー形式とすることで、複数事業者に対して効率的にDX活用に役立つ情報やノウハウを提供し、人口減少社会への適応や生産性向上、認知度向上の課題解決につなげる。

【募集方法】

セミナー広報チラシの配布、巡回訪問・窓口対応時の案内
商工会公式ホームページによるセミナー情報発信

【カリキュラム】

- ・DXの基本概念
- ・DXによる業務プロセスの最適化と効率化
- ・SNS・ホームページの活用による情報発信
- ・ECサイトを活用した販路開拓

【支援対象】

- ・経営状況分析を行った事業者
- ・DX活用による競争力の維持と向上を目指す事業者
- ・DX活用により販路開拓を目指す事業者

【講師】 デジタル・ITの専門家

【回数】 年1回

【参加者数】 20者

【支援手法】 専門家がカリキュラム内容をセミナー受講者に提供、セミナー終了後は、経営指導員等により受講者毎の実情に即したIT・デジタルを活用した個者支援へ移行する。

【成果指標】 参加者数、ITツール導入件数、HP、SNSによる情報発信回数

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]

- ・事業者への計画策定支援が、補助金採択を目的とした短期的な内容になっていたため、継続的な経営支援に繋がっていない。
- ・事業者と経営指導員等で計画の進捗を共有できておらず、事業者に対して、計画書の見直しや再策定の提案を行っていないため、目標の共有が出来ていない。

[課題]

- ・フォローアップを継続的に実施できている事業者もあるが、全く出来ない事業者もあるため、計画的な訪問をする必要がある。

- ・実施支援後の確認が不十分で、支援の効果を把握できていないため、巡回等を確実にいき、必要に応じて計画の見直しを行う必要がある。
- ・フォローアップにあたり、事業計画で設定したKPI、KGIが達成されているかを確認するプロセス
- ・創業支援、事業承継支援に対応した目的別の支援メニューの確立
- ・小規模事業者の経営リテラシーに応じた支援策の整備

(2) 支援に対する考え方

前述6. 事業計画策定支援を行った事業者全てに対し、経営指導員及び経営支援員で定期的に状況の確認を行うため、巡回やヒアリングを行い、着実な経営発達に導けるよう支援を行う。対話と傾聴を通じて経営者自身が課題を抽出し、腹落ちした上で課題解決に取り組めるよう経営の自走化を目指し、フォローアップを行う。進捗状況思わしくない場合は、事業計画策定時に設定したKGI等（売上、利益率）などを小規模事業者自身が自らチェックできるように、エクセル等で管理し、原因の分析と対応策を検討する。フォローアップに当たっては、経営リテラシー（経営戦略、人材戦略、知的資産、知的財産、デジタル等）の習得状況に応じた支援を実施する。例えば、管理会計の導入やWEBでの採用、商標登録、業務効率化デジタルツールの導入など

(3) 目標

	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
①フォローアップ対象事業者数	30社	30社	30社	30社	30社	30社
頻度 (延回数)	138回	138回	138回	138回	138回	138回
売上増加企業数	3社	3社	3社	6社	6社	6社
②創業フォローアップ対象事業者数	5社	5社	5社	5社	5社	5社
頻度 (延回数)	30回	30回	30回	30回	30回	30回
③事業承継フォローアップ対象事業者数	5社	5社	5社	5社	5社	5社
頻度 (延回数)	10回	10回	10回	10回	10回	10回

(4) 事業内容

- ①事業計画策定 30 社の内、事業者への支援の必要性に応じて、経営指導員がフォローアップの頻度設定を行い、計画実施に課題の多い 18 社は 2 ヶ月おき、課題は多いが順調に実施が見込める 6 社は 4 ヶ月おき、課題が少なく順調な実施が見込める 6 社は 6 ヶ月おき程度に巡回し、事業計画の進捗状況を確認する。売上、利益等の経営指標の推移を把握しながら、必要に応じて専門家派遣や外部支援機関との連携を行い円滑な計画実行を支援する。また、実施における課題や計画とのズレ、問題点がある場合は、複数の経営指導員や外部専門家を交え原因の検証と解決案を検討し、見直しの提案や必要な施策情報提供を行う。特に DX 活用による生産性向上や業務効率化、販路開拓等に課題がある場合は、経営指導員等や外部専門家の知見を活用し解決にあたる。ただし、あくまで自走化に向けて事業者自身に課題や計画とのズレに対しての解決策を考えるよう促していく。
- ②創業者に対しては、創業前には、市場環境分析から物件探し、創業資金計画、販売促進計画など、多岐にわたる支援が必要な時期であり、創業計画は、計画通りの結果を得ることも難しいため、重点支援先として、2 か月に 1 回は計画の進捗状況を確認する。創業後も、経理と資金繰り、販路開

拓に課題を抱えるケースが多いことから、経理と資金繰り管理については、経営支援員が中心に支援を行い、販路開拓については経営指導員及び専門家と連携した支援を行う。常に複数の職員で支援を行うことで、商工会との信頼関係構築を強化し、その後も重点的継続的支援を行う。また、実施における課題や計画とのズレ、問題点がある場合は、複数の経営指導員や外部専門家を交え原因の検証と解決案を検討し、見直しの提案や必要な施策情報提供を行い早期に修正を図る。

- ③事業承継については、3年から5年程度の長期的な支援になることから、策定後は6ヶ月に1度の進捗確認を行い、計画に応じた必要な情報提供を行う。計画と実施内容にズレが生じた場合や、専門的な支援が必要となった場合は、事業承継支援ネットワークと連携し、ズレの要因分析、今後の対応方法や計画の再検討を行う。

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]

- ・福岡市内や関東で開催される商談会への出展し、取引先開拓の支援を行っている。
(FoodExpo 九州、Food STYLE への出展)
- ・本会会報誌「筑前あきない」で事業所を紹介し、町内全世帯に配布し新規客増加を図る。
- ・WEB 販路拡大支援として、SNS を中心としたセミナーを開催しているが、消費者を購入に誘導するためのホームページ等のクロージングツールを持っていない事業者が散見される。
- ・建設業や製造業への販路拡大支援施策が少ない。

[課題]

- ・商談会に参加するのは食品などの新商品の販路拡大を模索する事業者に限られるため、幅広い業種が参加できる事業を行う必要がある
- ・インターネットでの情報収集が当たり前の時代にあつて、いまだにホームページを開設していない事業者が多く、事業者の情報発信力を向上させる必要がある。
- ・オンライン取引、SNS活用、キャッシュレス導入などDX推進への理解度を向上させる必要がある。
- ・地域産業ビジョンに沿った重点業種（食品加工、観光サービス業、飲食業、地域資源を活用した製造業）の新商品開発、付加価値化を促進する。

(2) 支援に対する考え方

地域の産業ビジョンを踏まえ、重点支援エリア、業種、対象者を設定する。

- ・商工業の振興

SNSなどのPRツールを活用しながら、特産品の情報発信と販路を拡大します。事業者や関係機関との連携を強化し町の商工業を盛り上げます。町全体でおもてなし体制の整備に取り組みます。

- ・稼ぐ力を備えた地域づくり

「まちの魅力＝価値」ととらえ、商品やサービスの提供を行います。得られた利益を地域内で循環させる仕組みの構築や顧客情報の活用により、より活発な経済循環へと繋がるよう取り組みます。

- ・この町で稼ぐ楽しさやよろこびを

生産者・商工業者などと連携し、付加価値の高い農産加工品の開発とブランド化など、6次産業化の取り組みや起業を推進します。

(出展:第2次筑前町総合計画後期基本計画)

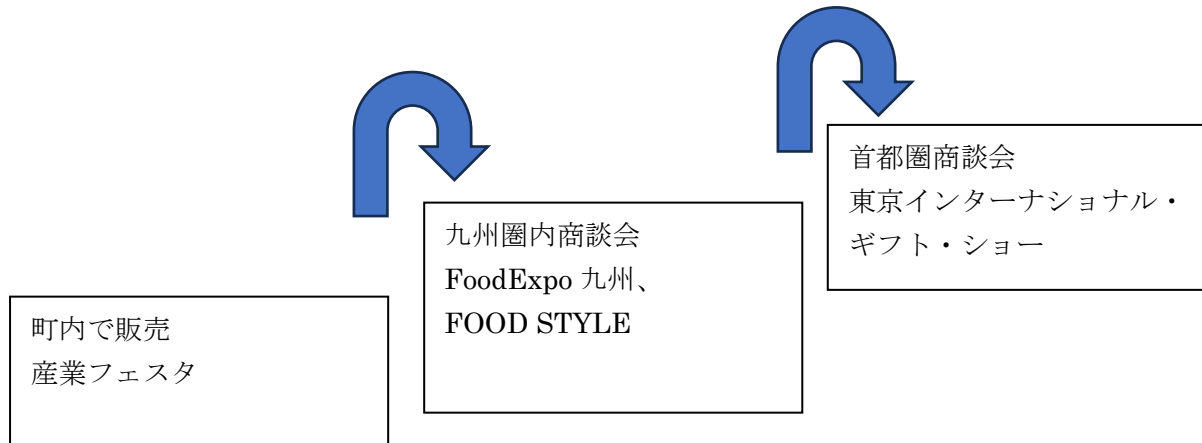
エリア:国道386号線エリア

業種:食品加工、観光サービス業、飲食業、地域資源を活用した製造業

対象者:売上拡大、ブランド認知、新規顧客獲得など地域資源や事業者独自の技術を活用して開発した商品の販路開拓を図る小規模事業者

販路開拓は、事業者のレベルに応じて、支援のステップアップを図り、次図のように販売先をステップアップさせる。町内や近隣地域を商圏とした事業者及び商品開発を開始して間もない事業者に対しては、地元での販路開拓支援を中心に行う。商圏を九州圏に広げる計画の事業所には、福岡都市圏や関東で開催される既存の展示会への出展を目指す。商談会への出展にあたっては、事前の準備と事後のバイヤーへのフォローアップが重要となることから経営指導員等及び専門家により、事前・事

後の出展支援を重点的に行うとともに、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。DX推進については個々の事業者の課題に応じて、SNS発信強化、ECサイト構築・運営などDX化の専門家等を交えたハンズオン支援により推進する。



また、あらゆる業種の事業者が、広く自社の商品・サービスをPR する場として、産業フェスタ（後述）、本会SNS によるWEB 媒体PR、本会広報誌や共同チラシによる紙媒体PRなど、ターゲット層に合わせた販売促進施策を提案し支援する。DXの第一歩として手軽に始められるSNS販促支援を入り口として、まず費用を掛けずにWEB 販促の効果を実感してもらい支援し、持続化補助金を活用したホームページ制作を含め、WEB 販売促進の幅を広げるために支援していく。

(3) 目標

	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
①産業フェスタへの参加事業者	3社	3社	3社	3社	3社	3社
新規客獲得/社	5件	5件	5件	5件	5件	5件
②③商談会への出展事業者数	3社	3社	3社	3社	3社	3社
売上増加額/社	10万	10万	10万	10万	10万	10万
④チラシ等掲載事業者	10社	10社	10社	10社	10社	10社
5%売上増加/社	3社	3社	3社	3社	3社	3社
⑤DXの取り組みによる販路開拓	5社	5社	5社	5社	5社	5社
売上増加率	5%	5%	5%	5%	5%	5%

(4) 事業内容

【目的】地域資源を活用した商品・サービスの開発と販路開拓を支援し、DX や共同販促等により、ブランド認知の向上と新規顧客を獲得する。

①産業フェスタ（BtoC）

地域の農産品や地域資源を活用した商品や事業者の魅力を消費者に向けて発信し、販売促進に活用するイベントとして、本会が令和5年から開催する産業フェスタでの出展PRを支援する。産業フェスタは本会の一大イベントで、来場者数5,000人を目標とし、町内のみならず近隣市町村からの集客を見込んでいる。商品の認知と付加価値の向上を図る。

【出展対象者】

本会の支援を受け、販路開拓を目指している小規模事業者、創業者。
特に地域農産品等を加工した食品を開発した事業者や、地域資源や事業者独自の技術を活用して開発した商品を扱う事業者は優先する。

【訴求対象】

町内及び近隣市町村の消費者

【手段・手法】

事業所の商品サービスをPRする手法の検討、販促物の制作支援、接客方法の支援を行う。

②商談会展展事業（BtoB）（食品メーカー、飲食店等が対象）

本会が「FoodEXPO 九州(※)」「FOOD STYLE(※)」において3ブースを借り上げ、事業計画を策定した事業者を優先的に出展し、新たな需要の開拓を支援する。また、さらに販路を広げたい事業者には開催される関東及び関西の出展支援を行う。

【出展対象者】

本会の支援を受け、九州圏内を対象に地域農産品等を加工した食品の販路開拓を目指している小規模事業者。

【訴求対象】

九州圏内のバイヤー、飲食店、小売店、商社、通信販売業者

【手段・手法】

事前準備として、FCPシート作成、POPや展示陳列、商談スキル、ビジネスマナー、また商談会でのバイヤー情報の整理手法などを支援し、商談会後の成約獲得までの取り組むべき事項を事前に情報提供する。商談会当日には、同行し、事業者と一緒にバイヤーの反応を見ながら、課題の把握に努め、商談会後のバイヤーのフォロー等アドバイスする。

※ FoodEXPO 九州

福岡市内で2日間開催され国内外の小売卸等バイヤーが来場する商談会。

出展者数：291社・来場者数：4,808人（2024年開催実績）

※ FOOD STYLE

福岡市内で2日間開催される商談会。外食産業の来場者が1/4を占める。

出展者数：1288社 来場者数：16,525人（2024年開催実績）

③東京インターナショナル・ギフト・ショー(※)（BtoC）

商圏を全国に広げる事業所に対しては、(株)ビジネスガイド社が主催する商談会に参加し、首都圏を対象とした販路開拓支援を行う。

【出展対象者】

本会の支援を受け、食品以外の商品で、地域資源や事業者独自の技術を活用して開発した商品を、首都圏を商圏として、販路開拓を目指している事業者。

【訴求対象】

首都圏、全国のバイヤー、事業者

【手段・手法】

事前準備として、商談シート作成、POPや展示陳列、商談スキル、ビジネスマナー、また商談会でのバイヤー情報の整理手法などを支援し、商談会後の成約獲得までの取り組むべき事項を事前に情報提供する。商談会当日には、同行し、事業者と一緒にバイヤーの反応を見ながら、課題の把握に努め、商談会後のバイヤーのフォロー等アドバイスする。

※ 東京インターナショナルギフトショー

日本最大級のパーソナルギフトと生活雑貨の国際見本市。毎年2月と9月の年2回、東京ビッグサイトの全館を使用して開催される。非常に大規模なトレードショーであり、国内外から多くの出展社と来場者が集まる。出展者数：2,728社 来場者数：224,401人（2025年開催実績）

④飲食店等共同チラシの作成（食品メーカー、飲食店等が対象）

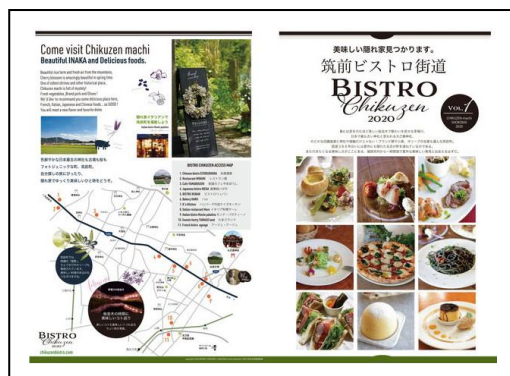
飲食店、食品メーカーを中心とした紙媒体およびWEBでのPRを支援する。毎年1回程度、飲食店をまとめたリーフレットを作成し、町内外に配布し来店を促進するほか、同情報をWEB上にも掲載する。

【支援対象者】 飲食店、食品メーカー、
観光関連事業者等

【訴求対象】 近隣市町村の消費者

【手段・手法】

町内飲食店や食品メーカーが開発した新商品情報、周辺の観光事業者をとりまとめ、町外からの来訪者を誘導するチラシを作成する。チラシは、県内商工会の窓口での配布の他、福岡市内観光案内所、道の駅みなみの里へ配布依頼し、広く消費者に周知する。また、チラシの内容を本会ホームページ、SNSにも転載する。



⑤DX推進による販路開拓支援

個々の事業者の課題を抽出し、その課題解決にDXが効果的であると判断できた場合において、事業者ごとの状況等を踏まえた最適な方法・DXツールを選択し、事業者自身がDXを活用して販路開拓できるようにするまで支援する。

【支援対象】

各種事業計画策定支援を行った小規模事業者で、DX推進による販路開拓に意欲的な事業者

【手段・手法】

個々の事業者の課題に応じて、SNS 発信強化、EC サイト構築・運営、オンライン商談・ビジネスマッチングサイトの活用等販路開拓に資する DX 化の専門家等を交えたハンズオン支援により推進する。充実したアフターフォローにより、事業者の販路開拓における自走化を図る。

Ⅱ. 経営発達支援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)

経営指導員等が取りまとめた事業報告書について、外部評価者として中小企業診断士に評価を依頼し、総務委員会及び理事会で報告し、次年度以降の事業計画に反映させている。経営指導員等のマンパワーは有限であるため、経営発達支援計画の内容のみならず、商工会の事情全体を評価の対象とし、事業のスクラップを行い、経営発達支援事業に注力できる環境づくりを行っている途上である。筑前町に対しては、商工会事業全体の事業報告を行っているが、事業評価までは依頼していない。また評価指標が定量化されておらず、コメントのみの定性評価となっている。

(課題)

これまでは商工会事業全体の事業評価を行っていたため、経営発達支援計画の実施状況について十分な評価を行えていたとは言い難い状況であるため、経営発達支援事業を細分化した事業報告書を作成し評価を受ける必要がある。また、筑前町に経営発達支援事業に関する評価コメントを依頼し、地域の産業ビジョンを反映させ、KPI・成果指標を用いた定量的評価の仕組みを構築する必要がある。

(2) 事業内容

○計画に記載した全項目（例：経営分析件数、事業計画策定件数、販路開拓支援件数等）の目標に対し、事業の実施状況を定量的に把握するため、KPI・KGI等の成果指標等の達成状況を記載し、事業環境の変化への対応（物価高騰、法改正等）、費用対効果の検証、地域経済、小規模事業者への波及効果を記載した事業報告書を法定経営指導員等が作成し、外部専門家として中小企業診断士による事業評価を年1回行う。併せて、筑前町にも事業報告書を提出し、評価コメントのフィードバックを求める。

○事業評価の結果は、総務委員会、理事会、各委員会にフィードバックした上で、次年度の事業計画等に反映させるとともに、本会ホームページ及び会報へ掲載（年1回）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。毎年度、以下の方法により評価検証を行い、翌年度以降の事業計画に反映させる。

- ① 福岡県連に登録する中小企業診断士等の外部評価者により事業の実施状況、成果の評価・見直し案の提示を行う。併せて、筑前町に事業報告書を提出し評価コメントを求める（1月）
- ② 商工会総務委員会において中間報告、年度報告を行い事業の評価、見直しの方針を決定する。（2月）地域課題や事業の再設定が必要な場合は、臨時総務委員会にて、事業継続、撤退、縮小、代替策の検討など円滑な事業の見直しを図る。
- ③ 事業の成果・評価・見直しの結果については商工会理事会・監査会に報告し、協議の上、承認を受ける。（2月）
- ④ 事業評価・見直し案を反映させた、翌年度以降の事業計画を策定する。（4月）
- ⑤ 成果・評価・見直しの結果を筑前町商工会ホームページで公開、事務所への常時備え付ける。

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)

経営指導員等は、福岡県商工会連合会等が提供する研修会に参加し、資質向上に努めている。しかし、事業者の支援にあたっては、1案件について1職員が対応することが多く、職員間で支援の進捗管理及び支援ノウハウ情報が共有できていない。またデジタルツールの活用やブランディング戦略等、新たな支援領域への自発的な知識習得、指導能力向上に向けた取り組みが不足している。

(課題)

本会職員が、円滑に事業者支援を行うため、複数の職員で支援にあたること、また小規模事業者がやる価値が実感できる小さな成功体験を積み重ねる支援を行い、経営リテラシー向上と自走化を促すことに寄与する職員の資質向上が必要である。また事業者の自走化を導くための伴走支援に必要な「対話と傾聴」スキルの習得を含む職員の資質向上、個人に帰属しがちな支援ノウハウを組織内で共有する仕組みの構築も必要である。

(2) 事業内容

①外部講習会等の積極的活用

①-1 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開催の研修以外に中小企業基盤整備機構や中小企業大学校が開催する研修等へ積極的に参加する。併せて、全国商工会連合会が運営する経営指導員等WEB研修（課題テーマ別研修、デジタルツールの活用、ブランディング戦略、SNS活用などの広報戦略、価格転嫁、知的財産の保護、起業・創業、事業承継など経営指導員等が不足した能力を特定した上で自発的に受講が可能）も活用し支援に必要な知識の習得を図る。また経営力再構築伴走支援の「基本姿勢」（対話と傾聴）の習得・向上を図るため、外部専門家による「経営力再構築伴走支援モデルによる支援手法」をテーマにした職員セミナーを開催する。

①-2 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に向けたIT・デジタル化の取組に係る相談・指導能力の向上のためのセミナーに積極的に参加する。

<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、電子決裁システム等の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、情報セキュリティ対策

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（ブランディング）、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

②職員間の支援ノウハウ共有

事業者の支援に際しては、複数の経営指導員等（経営支援員を含む）で対応し、支援の進捗管理とともに支援ノウハウを共有できる体制とする。具体的には、職員の支援力向上と実践的なノウハウ蓄積のため、ベテラン職員と若手職員がペアで事業者支援に対応し、支援現場でのOJTにより若手職員のヒアリング能力、コーディネート能力の強化を図る。ベテラン職員は、専門機関や専門家への相談に相談者と同伴し、専門知識やノウハウを学ぶことで、これらの能力の習熟を図る。各自が習得したノウハウや事業者の支援事例、個別事業者支援の進捗状況については、毎朝行う朝礼で発表し、「やる価値が実感できる小さな成功体験」を積み重ねる支援を現場で実践し、より多くの事例を共有し、各職員が相互にノウハウ蓄積を行う。

③データベース化

担当経営指導員等が基幹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、支援事例のナレッジベースを確立する。業種、課題など過去の事例が参照でき、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。具体的には、事業者の事業計画書は統一フォームを使用し、事務所内サーバーに保管し他の職員が閲覧できるようにする。またモニタリング結果についても基幹システムに入力し、全職員が閲覧でき、かつ継続的にモニタリングができる体制とする。

④経営リテラシーの向上への寄与

外部研修やOJTなどを通じて、小規模事業者が自ら考えるプロセスを示すことができる支援について、支援後の振り返りを行い、データベースによる共有を図る。これにより、資質向上のレベルを見える化する。価格転嫁、知的財産の保護、起業・創業、事業承継の分野については、学習後、実際ケーススタディとなる小規模事業者に対して支援の実践を行い、能力の定着を図る。

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)

経営指導員等の支援ノウハウは、参加する研修及び各自の経験により習得している。

(課題)

効率的に支援ノウハウを習得するために、より多くの経験や事例、知識を習得する必要があり、他の支援機関との連携により支援ノウハウ等の体系的な共有が必要である。また小規模事業者が他社と連携して実施する営業協力や共同調達等の生産性向上に資する取り組みについて、他の商工会、商工会議所との連携がなく、実施に向けた検討が進んでいない。

(2) 事業内容

以下の会議等に参加し情報収集し、毎朝行う朝礼で報告、共有化することで経営発達支援事業のより効果的な実施を図る。

①朝倉郡内3商工会定期連絡会の開催（年2回）

朝倉郡内3商工会において例年開催している連絡協議会において、隣接する郡内各商工会の取組や支援情報の情報交換を行い、ノウハウ共有に努める。経営指導員及び事務局長が参加しており、収集した情報は経営支援員等にも共有する。

参加：朝倉市商工会、東峰村商工会

②福岡県商工会連合会主催の筑後地区商工会情報交換会への出席（年1回）

福岡県商工会連合会が開催する筑後地区指導員連絡会議において、福岡県商工会連合会が実施する

支援施策の情報収集、ノウハウ共有を行い、本会職員に周知する。また他商工会との情報交換を通じて、共同調達や営業協力、持ち株会社化等の小規模事業者の連携事例を収集し、地域での実施可能性を検討する。

参加：筑後地区 14 商工会、福岡県商工会連合会筑後広域連携拠点

③福岡県中小企業支援ネットワーク会議への出席（年 1 回）

福岡県が中小企業振興基本条例に基づき毎年開催している上記会議において、福岡県の支援施策の情報収集、ノウハウ共有を行う、本会職員に周知する。

参加：筑後地区 14 商工会、福岡県商工会連合会筑後広域連携拠点、福岡県中小企業支援協議会（福岡県）

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）

本町では、商工業施策を町農林商工課、観光施策を企画課、空き家対策を都市計画課が担当している。本会として商工業振興に関し、情報共有を行うべき担当課が複数あるが、商工業の現状や課題について、情報共有を行うことが出来ていない。

（課題）

商工業施策に係る担当者が一同に参画し効果的に、地域のブランド化、地域住民の利便性向上、地域課題の解決に関し情報共有、検討を行う場を創設する必要がある。

（２）事業内容

①「筑前町地域活性化協議会」の開催（年 1 回）

筑前町の商工業施策、観光客の誘致による観光産業の活性化、地域資源の活用による 6 次産業化、空き店舗対策など、本町の活性化対策を協議するため、筑前町企画課（観光）、筑前町農林商工課（商工）、筑前町都市計画課（空き家対策）本会などの関係者が一同に参画する協議会を年 1 回開催する。本会は、協議会の事務局を担うとともに、「筑前町地域活性化協議会」の中心的な役割を果たしていく。

②筑前町ブランド確立のための事業

本会では平成 24 年から筑前町ブランド確立のため、「筑前町ブランド開発委員会」を発足させ、食品メーカーや飲食店を対象とし、商品開発を中心とした支援事業を行ってきた。しかし商品開発だけでは、その経済的効果は限定的であるため、より広い事業者に向けた事業とするため、令和 2 年からは「観光・商品開発委員会」と名称を改め、商品開発に加え、観光振興事業を行ってきた。引き続き町内飲食店、食品メーカー、道の駅みなみの里、観光関連事業者を対象とした委員会とし、道の駅を活用しながら、観光事業者情報の発信、周遊型観光の促進のための事業を研究し、行政の協力を得ながら実施する。

(別表 2)

経営発達支援事業の実施体制

経営発達支援事業の実施体制																							
(令和 7 年 1 2 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)																							
<table border="1" style="margin-left: auto; margin-right: auto;"><tr><td style="text-align: center;">事務局長</td><td colspan="3"></td></tr><tr><td style="text-align: center;">法定経営指導員 1 名</td><td style="text-align: center;">連携</td><td colspan="2" style="text-align: center;">筑前町役場</td></tr><tr><td style="text-align: center;">経営指導員 2 名</td><td style="text-align: center;">連絡調整</td><td colspan="2" style="text-align: center;">農林商工課</td></tr><tr><td style="text-align: center;">経営支援員 4 名</td><td colspan="3"></td></tr><tr><td style="text-align: center;">記帳指導員 2 名</td><td style="text-align: center;">事前相談</td><td colspan="2" style="text-align: center;">福岡県</td></tr></table>				事務局長				法定経営指導員 1 名	連携	筑前町役場		経営指導員 2 名	連絡調整	農林商工課		経営支援員 4 名				記帳指導員 2 名	事前相談	福岡県	
事務局長																							
法定経営指導員 1 名	連携	筑前町役場																					
経営指導員 2 名	連絡調整	農林商工課																					
経営支援員 4 名																							
記帳指導員 2 名	事前相談	福岡県																					
①都道府県及び関係市町村との連携体制																							
・当会、本町農林商工課が連携し、地域の実情を踏まえた重要課題を設定するとともに、本支援計画での支援方針を決定するため、年 1 回、連絡協議会を開催する。																							
・また福岡県と事前に相談・調整を行うことで、都道府県の重要課題についても反映した支援計画とする。																							
②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																							
・町内を 3 地区に分け、法定経営指導員 1 名と経営指導員 2 名の体制で巡回指導を行う。経営指導員を小規模事業者ごとに選定し、策定支援からフォローアップまで一体の支援体制を構築する。																							
③定量的に実施状況を把握し評価を行う体制																							
・法定経営指導員 1 名、経営指導員 2 名、経営支援員 4 名の体制で、実施状況を定量的に把握し効果測定を行う。																							
・上記で把握・検証した実施状況を当会と筑前町担当課の連絡協議会 (年 1 回開催予定) で評価するとともに、次年度の支援内容の検討を行う。また、必要に応じて変更申請を行い、支援計画にも反映していく。																							
④経営指導員等の資質向上に係る体制																							
・当会職員向けに研修や勉強会等を開催し、DX 化、販路開拓、創業、事業承継、価格転嫁など適宜専門知識の習得を図り、小規模事業者の自走化を促すためのロールプレイング、事例共有などを行う。																							
(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 : 武末 圭司																							
■連絡先 : 筑前町商工会 TEL. 0946-22-3724																							
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・武末 圭司は、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筑前町商工会

〒838-0802

福岡県朝倉郡筑前町久光 1045-1

筑前町商工会

TEL : 0946-22-3724 / FAX : 0946-24-1047

E-mail : chikuzen@shokokai.ne.jp

②関係市町村

〒838-0298

福岡県朝倉郡筑前町篠隈 373

筑前町 農林商工課 特産振興係

TEL : 0946-42-6614 / FAX : 0946-42-2011

E-mail : nourin@town.chikuzen.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	3,750	3,750	3,750	3,750	3,750
○専門家派遣費	800	800	800	800	800
○商談会出展	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
○セミナー開催費	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
○チラシ作成費	200	200	200	200	200
○事業評価	100	100	100	100	100
○地域経済動向調査	150	150	150	150	150
○需要動向調査	500	500	500	500	500

(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
 - ・筑前町補助金
 - ・福岡県補助金・事業受託費等
 - ・伴走型小規模事業者支援推進事業補助金
- 合計 3,750,000 円

(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。

