

経営発達支援計画の概要

実施者名	糸島市商工会（法人番号：2290005014460） 糸島市（地方公共団体コード 402303）
実施期間	令和 8 年 4 月 1 日～令和 13 年 3 月 31 日
目標	<p>経営発達支援事業の目標</p> <p>(1) 経営基礎的知識の定着 小規模事業者がさまざまな環境変化に対応できる自走型経営を確立させるため、事業者との対話と傾聴を行いながら、事業者の経営力向上を目指す。</p> <p>(2) 円滑な創業・事業承継 創業者が円滑に起業できる環境を整え、市内の技術や雇用の消滅を防ぐため、円滑な事業承継を支援し、地域経済の強固な基盤づくりを目指す。</p> <p>(3) 人材不足に対応できる事業者育成 A I ・デジタル活用や設備導入などにより労働生産性を向上させる取組やスポットワークや副業プロ人材など多様な人材確保手法を提案し、雇用の安定化と地域活力向上を目指す。</p> <p>(4) 新たな顧客獲得 多種多様なニーズに対応できるよう自社の商品・サービス力、提案力を強化し販路拡大、インバウンドにも対応できる事業者を育て持続的に稼ぐ力を持つ事業者を増やす。</p>
事業内容	<p>経営発達支援事業の内容</p> <p>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の活用と糸島市内の景気動向について調査・分析を行い支援に活用する。</p> <p>4. 需要動向調査に関すること バイヤー、市民及び観光客のニーズを調査し売れる商品へのブラッシュアップ支援に活用する。</p> <p>5. 経営状況の分析に関すること 財務分析、非財務分析を行い、事業者の持続的発展や経営改善、経営力強化に繋げる。</p> <p>6. 事業計画策定支援に関すること 事業計画策定の重要性の意識改革と実現可能性のある計画書作成につなげるための支援及びセミナーを行う。</p> <p>7. 事業計画策定後の実施支援に関すること 定期的なフォローアップを行わない計画の遂行状況を確認しながら、計画実現可能性を高める。</p> <p>8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること 事業者の販路拡大に向けた商談会・展示会・販売会等の出展支援と I T やホームページを活用した販路開拓の支援を行う。</p>
連絡先	<p>糸島市商工会 経営支援課 〒819-1118 福岡県糸島市前原北一丁目 1 番 1 号 TEL : 092-322-3535 / FAX : 092-322-1113 E-mail : itoshima@shokokai.ne.jp</p> <p>糸島市 経済振興部 商工振興課 〒819-1192 福岡県糸島市前原西一丁目 1 番 1 号 TEL : 092-332-2096 / FAX : 092-324-2531 E-mail : shokoshinko@city.itoshima.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

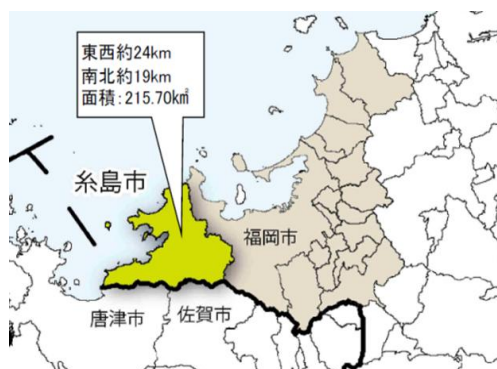
1. 目標

(1) 地域の現状及び課題

①現状

糸島市(令和7年5月31日現在の人口104,096人)は、平成22年1月に旧前原市・旧志摩町・旧二丈町が合併して新しく誕生した市である。糸島市商工会は、糸島市内の商工業者を管轄し経営支援を行っている。糸島市は福岡県の西端に位置し、面積は215.7km²(宅地9.4%・農地19.7%・森林45.4%・その他25.5%)で、東は福岡市(令和7年6月1日現在の人口1,667,401人)、西は佐賀県唐津市(令和7年6月1日現在の人口112,917人)に接している。

令和6年7月17日更新の福岡県ホームページ(福岡県の市町村)によると、県内60市町村の中で面積は第6位、人口は県内第9位となっている。

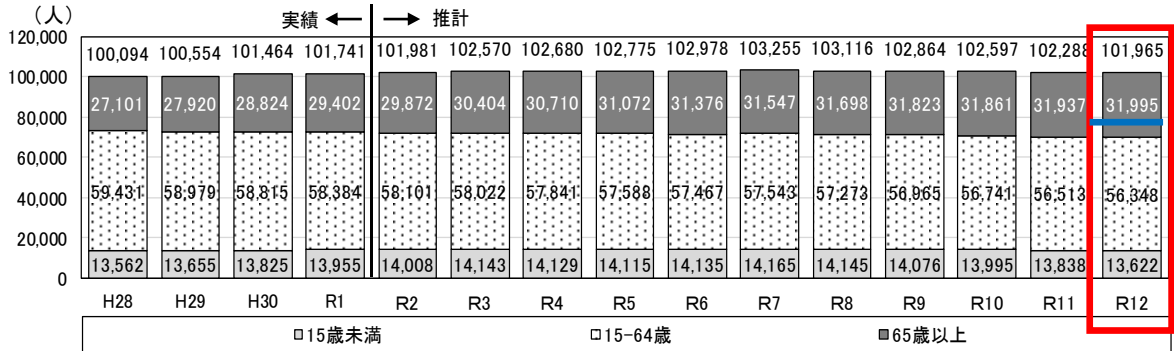


「第2次糸島市長期総合計画(令和3年度～12年度)」では、10年後のまちの姿として、“人とまちの魅力が輝く豊かさ実感都市 いとしま”を将来像に掲げている。糸島市の豊かな自然や食、歴史・文化といった地域資源をさらに磨き上げ、一人ひとりが自分らしく輝き、互いに支え合うことで、活気と豊かさを実感できるまちづくりを目指している。また、糸島市において令和2年12月に中小企業振興に関する基本理念を定めた糸島市中小企業振興基本条例を施行。中小企業振興に関する施策や目標値を示す「糸島市中小企業振興基本計画」を策定。糸島市では市内中小企業の振興を総合的かつ計画的に推進している。そのような取組の中で豊かな自然や農林水産物を中心とする“ブランド糸島”を確立し、全国から脚光を浴びたことで、令和7年現在、過去最高の人口を記録している。糸島市の人口推移推計によると、令和7年をピークにその後は減少に転じる見込みであったが、現在も増加している。

人口増加の要因としては市外からの流入者の増加が考えられる。糸島市の社会人口増加率(図表3)の推移によると、平成26年から令和3年にかけて1.44ポイント増加しておりこれを裏付ける結果となっている。

また、65歳以上の人口比率は令和7年30.4%、令和12年31.4%となる見込みで緩やかではあるが高齢化の進展も予想されている。

(図表 1)
糸島市の人口推移



出典：第2次糸島市長期総合計画

(図表 2)

年齢階層別人口の推移（住民基本台帳）

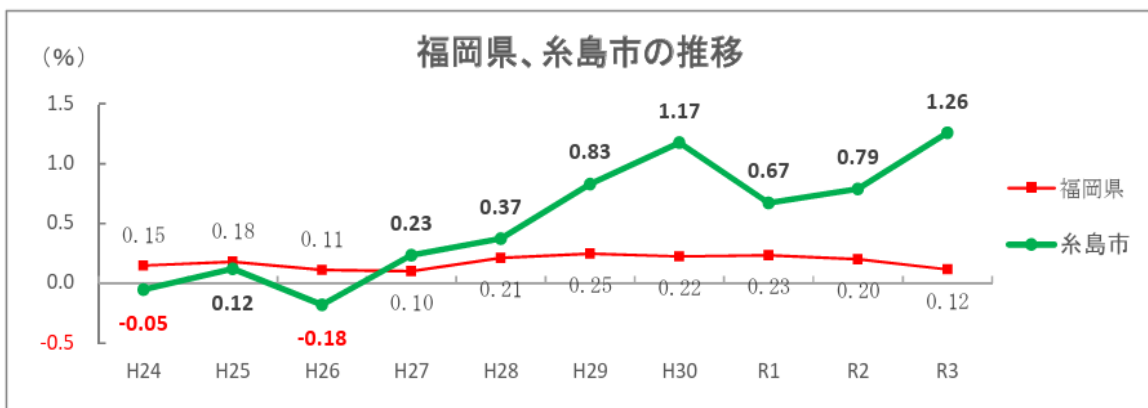
	平成26年	平成27年	平成28年	平成29年	平成30年	平成31年	令和2年	令和3年	令和4年	令和5年	令和6年	令和7年
年少人口 (0~14歳)	13,725	13,567	13,498	13,601	13,772	13,892	13,969	14,196	14,329	14,388	14,347	14,210
	13.7%	13.6%	13.5%	13.6%	13.7%	13.7%	13.7%	13.9%	13.9%	13.9%	13.8%	13.7%
生産年齢 人口 (15~64歳)	61,439	60,394	59,441	58,983	58,537	58,393	57,994	57,918	57,725	58,091	57,869	58,140
	61.5%	60.5%	59.6%	58.9%	58.1%	57.6%	57.0%	56.5%	56.1%	56.1%	55.8%	55.9%
高齢人口 (65歳~)	24,721	25,916	26,748	27,547	28,412	29,165	29,702	30,320	30,882	31,083	31,439	31,634
	24.7%	25.9%	26.8%	27.5%	28.2%	28.7%	29.2%	29.6%	30.0%	30.0%	30.4%	30.4%
総人口	99,885	99,877	99,687	100,131	100,721	101,450	101,665	102,434	102,936	103,562	103,655	103,984

※各年3月末(4月1日)の住民基本台帳人口(人)
※外国人を含む総人口。

出典：糸島市ホームページ（年齢階層別人口の推移）

(図表 3) 社会人口増加率推移

※1) 社会人口増加率：期間中の社会増加数（転入者数－転出者数）の割合のこと



出典：令和4年度糸島市統計白書

②地域の特性・強み

1. 社会人口の増加

社会人口増加率（図表 3）の令和 3 年を比較すると福岡県は 0.12%に対し、糸島市は、1.26%と高く、他地域からの転入者が多く（移住先として選ばれる傾向が強い）、人口流入により地域が活性化している。

2. 恵まれた交通環境

市の中央部を東西に JR 筑肥線、国道 202 号がほぼ並行して走っており、アジアの玄関口である福岡都市圏（中心部）まで JR 筑肥線（筑前前原駅）から約 30 分、都市高速道路を使用すれば市中心部から車で約 20 分の位置にあり交通アクセスが非常に恵まれている。

3. 豊かな地域（観光）資源

市内で生産された農林水産物（野菜・花き・果物などの園芸作物、水稻・畜産物、牡蠣、マダイなどの水産物）や特産品は、JA の直売所において売上日本一となったこともある「伊都菜彩」をはじめとした市内 16 カ所の直売所などで販売されており、地元の飲食店などでも多く使用されている。

また、令和 3 年にはイギリスの情報誌「モノクル」の“世界の輝く小さな街ランキング”で第 3 位に選ばれるなど、国内外からも注目を集めている。

さらに、日本最大の玄武岩洞で有名な芥屋の大門（けやのおおと：国指定天然記念物）や県指定名勝となっている二見ヶ浦（夫婦岩）、白糸の滝などの豊かな自然と美しい景観に恵まれている。

4. 観光客数の増加

観光入込客数の推移によると、市内への観光客数は、年々増加傾向となっている。これは福岡都市圏に隣接し、交通環境・自然環境（観光資源）が備わっていることや、観光客をターゲットとした飲食店やクラフト・雑貨店、製造・小売業、宿泊業などが多く存在することに起因すると考えられる。

糸島市の第 2 次糸島市観光振興基本計画に係る計画目標達成状況報告（図表 4）によると、観光入込客数は、令和元年調査結果は、682.7 万人であった。コロナの影響により令和 3 年は 545.8 万人まで減少。令和 4 年度から徐々にコロナが収束に向かい令和 6 年は 753.9 万人となり過去最高となっている。しかし、観光客が増えている割には糸島市での消費はそれほど伸びていない。

(図表 4)

第2次糸島市観光振興基本計画に係る計画目標達成状況

【計画期間】令和2年4月～令和8年3月まで（6年間）

指標項目	単位	基準値		※コロナ禍影響 令和2年2月末頃～					
		令和元年度調査	令和2年度調査	令和3年度調査	令和4年度調査	令和5年度調査	令和6年度調査		
		平成30年1月～12月	令和元1月～12月	令和2年1月～12月	令和3年1月～12月	令和4年1月～12月	令和5年1月～12月	令和6年1月～12月	
1. 観光入込客数	目標値	万人	※ 682.7	682.7	701.1	719.5	737.9	756.3	774.7
	実績値	万人		699.7	545.8	609.6	682.9	723.2	753.9
2. 宿泊客数	目標値	万人	※ 12.2	12.2	13.1	14.0	14.9	15.8	16.7
	実績値	万人		12.3	8.7	10.4	14.5	17.1	17.8
3. 外国人観光客入込客数	目標値	万人	※ 6.8	6.80	7.00	7.20	7.30	7.52	7.70
	実績値	万人		8.2 (82,056人)	0.29 (2,863人)	0.14 (1,365人)	0.67 (6,674人)	2.8 (28,212人)	6.7 (66,910人)
4. 旅行消費額	目標値	億円	※2 145.8	148.6	153.2	156.1	161.3	167.0	171.6
	実績値	億円		150.8	122.2	131.0	149.1	155.9	157.5
5. リピーター率	目標値	%	※3 75	75	76	78	78	79	80
	実績値	%		-	-	59	53	38	67

※「第2次糸島市観光振興基本計画」31頁より抜粋
 ※1 糸島市観光入込客推計調査結果（平成30年1月～平成30年12月中の数値）より
 ※2 糸島市観光入込客推計調査及び糸島市観光入込客動向調査の結果より算出
 ※3 糸島市観光入込客動向調査（平成27年～平成28年実施）より

（参考）新型コロナウイルス感染症の緊急事態宣言期間等
 ・R2.4.8～R2.5.14：緊急事態宣言
 ・R3.1.13～R3.3.7：緊急事態宣言
 ・R3.5.12～R3.6.19：緊急事態宣言
 ・R3.6.21～R3.7.11：まん延防止措置
 ・R3.8.2～R3.8.19：まん延防止措置
 ・R3.8.20～R3.9.30：緊急事態宣言
 ・R4.1.27～R4.3.6：まん延防止措置

出典：糸島市

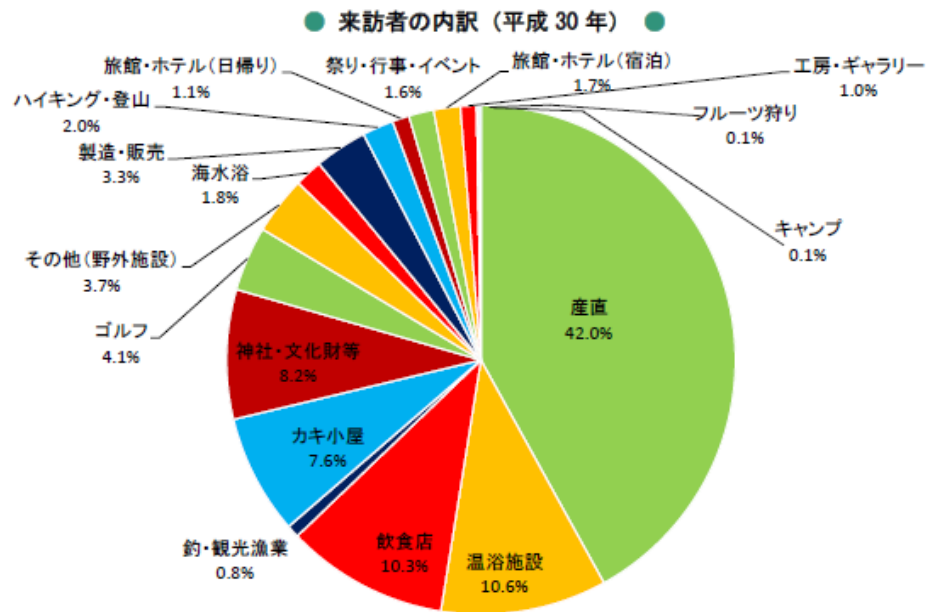
(糸島市の観光客動向)

観光客の宿泊率は1.7%で、観光客のほとんどは日帰りである。来訪の目的は「産直」が42%で最も多く、次いで「温泉施設」（10.6%）、「飲食店」（10.3%）、「釣り・観光漁業（カキ小屋舎）」（8.4%）、「神社・文化財等」（8.2%）となっている。

糸島市は福岡市中心部や福岡県内、近隣他県などからのアクセスが良いため日帰り観光が中心となっており、宿泊や夜の飲食利用といった高単価の消費が少ない。

また、二見ヶ浦周辺など特定エリアに観光客が集中し、公共交通機関での移動が不便な地域では回遊が進まず、観光振興による地域全体への経済波及が限定的となっている。外国人観光客の入込客数は、コロナ前の水準まで回復してきており、これからも増加していくことが見込まれる。第2次糸島市観光振興基本計画の指標において、すべての項目が前年度と比較して増加している。

糸島市への来訪目的の内訳



出典：第2次糸島市観光振興基本計画

③商工業者数・小規模事業者数・商工会会員における年齢構成

福岡県商工会実態調査によると県内及び市内の商工業者数、業種別商工業者数の推移は以下のとおりである。

福岡県内の商工業者数 (単位：者)

【福岡県】	令和元年	令和3年	令和6年	増減対元年
商工業者数	51,709	50,429	50,623	97.8%
内 小規模事業者数	42,603	40,188	40,486	95.0%

糸島市内の商工業者数 (単位：者)

【糸島市】	令和元年	令和3年	令和6年	増減対元年
商工業者数	2,557	2,409	2,902	113.4%

令和元年度糸島市業種別商工業者数 (単位：者)

	建設業	製造業	卸売業	小売業	飲食業・宿泊業	サービス業	その他	合計
商工業者数	492	249	113	488	340	642	233	2,557
割合	19.3%	9.8%	4.4%	19.0%	13.3%	25.1%	9.1%	100%

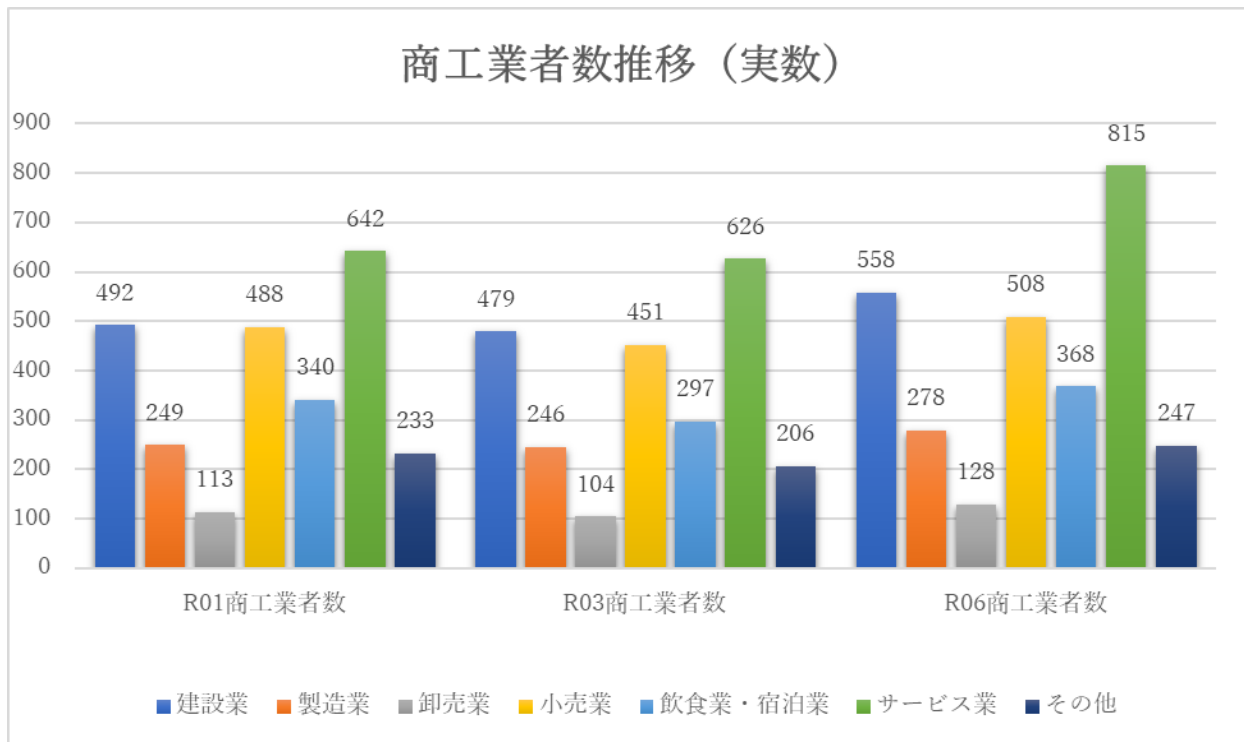
令和3年度糸島市業種別商工業者数 (単位：者)

	建設業	製造業	卸売業	小売業	飲食業・ 宿泊業	サービス業	その他	合計
商工業者数	479	246	104	451	297	626	206	2,409
割合	19.9%	10.2%	4.3%	18.7%	12.3%	26.0%	8.6%	100%

令和6年度糸島市業種別商工業者数 (単位：者)

	建設業	製造業	卸売業	小売業	飲食業・ 宿泊業	サービス業	その他	合計
商工業者数	558	278	128	508	368	815	247	2,902
割合	19.2%	9.6%	4.4%	17.5%	12.7%	28.1%	8.5%	100%
内、小規模 事業者数								2,039

出典： 令和6年度商工会実態調査

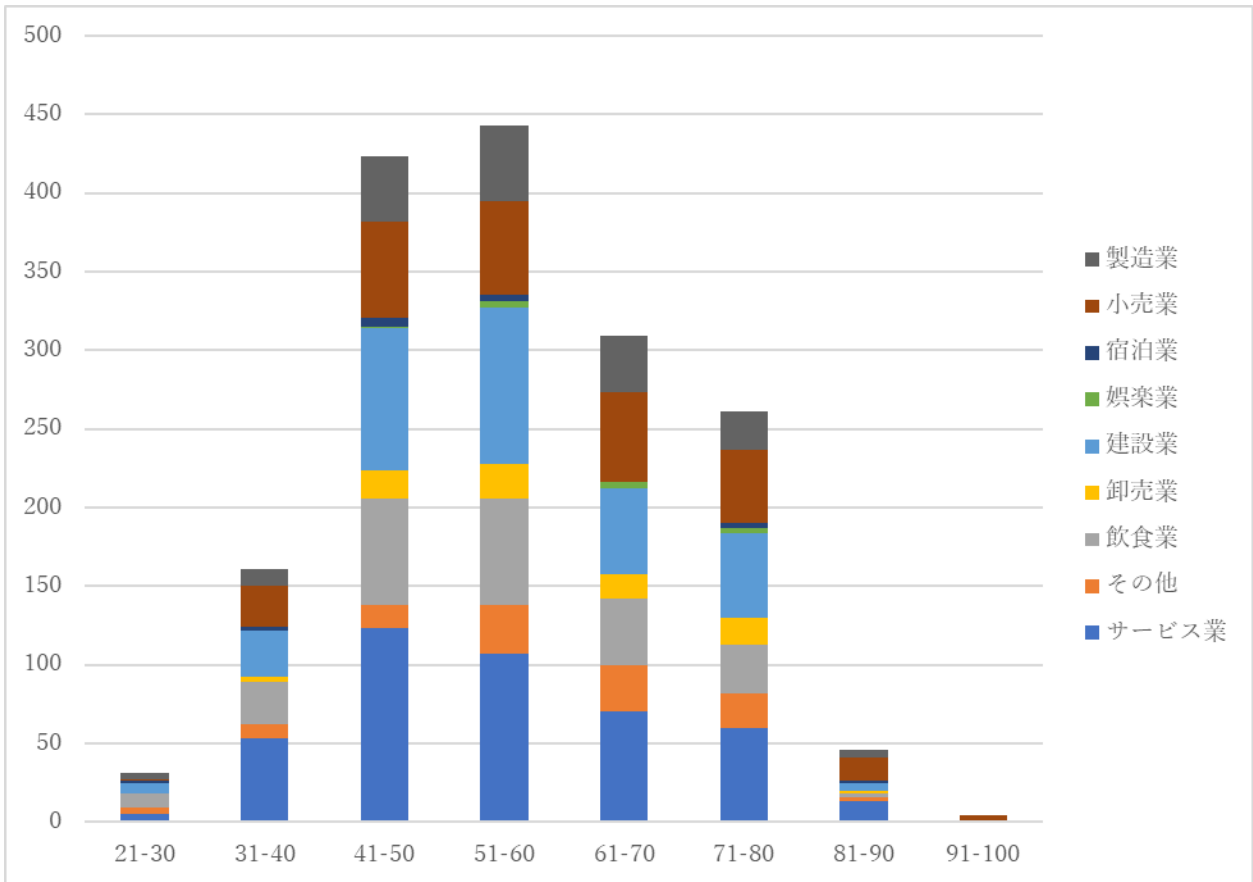


出典： 令和6年度商工会実態調査

福岡県内の商工業者数は減少傾向にあるが、糸島市は増加傾向となっている。その要因として、人口や観光客の増加をビジネスチャンスと捉え、新規開業に繋がっていることが考察できる。

また、糸島市は他地域からの転入者が多く、移住先として選ばれる傾向も高く、人口流入が活発となり地域が活性化している。福岡市中心部からアクセスが良好な立地や、創業者の支援体制、自然豊かなライフスタイルを求める傾向の高まりも、新たな事業者の参入を後押ししている。今後もこうした社会環境を背景に、事業者数は増加する可能性がある。

(図表 5) 糸島市商工会会員における業種別年齢構成グラフ



出典：令和7年度商工会事業者情報

④産業の現状

小売業は、市の中心である前原地区に集中しており、二丈地区や志摩地区には店舗数は少ない。飲食業は、店舗数としては、前原地区が多いが、観光客向けの地元の食材を使用した店舗が志摩地区や二丈地区への出店が増加している。

サービス業は、市民の高齢化を背景に、介護関連事業者や整骨院・整体院、健康・教育に関連した教室が増加している。また、定住人口の増加により美容（エステ、理美容室）、教育（学習塾、土業）、IT系の事業者が増加している。製造業については、食品製造業が増えており、地元の食材を使用した観光客向けの商品や市外への販売を目指した商品が多く製造されている。

今後も飲食業や食品製造業などの糸島産食材を使用した観光客や市外向けの商品を製造する業種は増加していくと思われ、外需の獲得のためにも商品開発から販売まで支援する必要がある。特に食品製造業者においては、商品開発ができて販売ルートの確保で行き詰るケースが多く、販路開拓支援に取り組む必要がある。

本会会員のうち、業種別年齢構成グラフは図表5のとおりで、代表者の年齢が60歳以上の会員が36.9%を占めており、3人に1人以上を占めているため、事業承継を検討していく中では、後継者の選定と育成が課題となる。また代表者が高齢となると、新たな投資やリスクを避けがちになり、事業の成長が停滞していく可能性がある。

⑤第2次糸島市長期総合計画（令和3年度～令和12年度）

第2次糸島市長期総合計画では、第1次産業をはじめとするブランド糸島を活用し、産業間・企業間の連携促進や企業環境の充実による地域経済の好循環を図り持続的な経済発展が可能なまちを構築する計画である。また、創業者に対し、経営課題の解消や経営力の向上に向けた取り組み及び空き店舗の活用を行うことで、創業支援を充実させ経済の活性化に取り組むと掲げている。また、“ブランド糸島”の一層の強化を図るとともに、ライフスタイルに応じた多様な働き方の推進による地域経済の活性化、未来を担う企業の創出・育成、そして域内経済循環の促進に取り組む方針である。

⑥糸島市中小企業振興基本計画（計画期間：令和8年度～令和12年度）

糸島市中小企業振興基本計画では、中小企業振興の基本的な考え方に、i 中小企業者自ら経営の改善及び向上に努める。ii 糸島市の地域特性を活かした施策により推進する。iii 関係機関との相互連携と市民の協力を基本として推進する。iv 経営基盤が弱い小規模事業者に配慮して推進する。とあり、基本施策に、i 経営基盤の強化、経営革新及び持続的な発展に関する施策。ii 人材の確保及び育成並びに労働環境の整備に関する施策。iii 創業及び事業承継に関する施策。iv 災害等緊急時の事業継続及び回復に関する施策。v 中小企業間及び産業間の連携による経済循環に関する施策が挙げられている。

⑦小規模事業者の課題

糸島市は観光客の増加をはじめ、住みたいまちランキング等で上位となるなど、他の地域と比較すると、人口は増加傾向にあるが、一方でオーバーツーリズム（交通渋滞、ゴミ問題）など、市民が望まない部分も見えてきている。また、観光客の消費が地域全体に波及せず、観光客向け産業と地域向け産業との間に経済的な格差が生じている。

【恩恵を受ける主な業種】

産直施設、人気のカフェ・レストラン、一部の宿泊施設など、観光客が直接足を運ぶ場所。

【恩恵を受けにくい主な業種】

地域住民を主な顧客とするサービス業、企業間取引が主体の製造業など。

また、事業者の高齢化による産業の衰退危機が予想される中で、小規模事業者が地域の環境変化（人材確保、事業承継、デジタル化）に対応できていないことが大きな課題である。多くの小規模事業者は、限られた人員と資金力で事業を運営しており、最新のマーケティング手法への対応が遅れがちのため、自社のブランドの魅力を十分に伝えきれておらず稼ぐ力が不足していることが課題となっている。加えて、近年の物価高騰や人件費の上昇により、収益が圧迫され賃上げや価格転嫁が十分にできていないことも課題である。

これらの課題解決に向けて、事業者が持続的な経営ができるよう次のとおり課題を設定し、解決に向けて取り組む必要がある。

≪課題.1≫経営基盤の強化と持続的な発展

糸島市が令和7年度に実施したアンケートによると、企業理念を掲げていない事業者が57.5%、経営ビジョンがない事業者が72.1%、事業計画を未策定の事業者が68.1%となっており、多くの事業者が具体的な目標や計画を有さずに事業活動を行っていることが考えられ、計画性、戦略性に欠ける経営を行っている。

また、小規模事業者は、一般的に自己資本比率が低く借入依存度が高い。そのため景気後退や災害発生時などの突発的要因により資金繰りが逼迫しやすい。このような環境で小規模事業者が事業を持続的に発展していくためには、実現可能な事業計画を策定し、事業の現状と将来の目標を明確にすることが重要である。

事業者が増えていても事業環境が恵まれている訳ではない。例えば、地域資源に恵まれ観光客が増えているが、日帰り客が多いことから観光客一人当たりの消費単価が伸び悩んでいる。

よって観光客数の増加が本市の消費に大きなインパクトを与える結果に繋がっていない。この

ように決して楽観的な状況ではない中で、事業者数が増加していることから、今後はさらに競争が厳しくなることが予想される。事業者がどのような環境でも事業を継続発展できるよう支援を行っていく必要がある。

《課題. 2》人材の確保と創業・事業承継

地域を活性化させるためには、創業機運醸成や現在の事業を継続し成長させていくことが必要であり、基本的な経営ノウハウや人材確保は不可欠である。人口減少が進む中で、この課題は深刻化しており、糸島市で創業を目的とした移住促進や事業を継続させていくために事業者は従業員にとって魅力的な雇用環境を整備し、従業員全体のスキルアップを行うことが、事業の持続可能性を高める上で極めて重要である。また、事業者の高齢化が進む中で、後継者不足は事業継続そのものを脅かしており、長年培ってきた技術やノウハウが失われることで地域経済の活力を失うことに繋がりがねないため、事業承継の支援が必要である。

したがって、親族内承継だけでなく、従業員承継（MBO）、第三者承継（M&A）、地域企業との連携による承継など、事業承継にかかる対応方法を柔軟に考える必要がある。

《課題. 3》人口・観光客の増加に伴う地域の魅力的な店舗展開

現在、糸島市においては人口が増加しており、顧客のニーズも多様化しているため、さまざまな顧客層に響く工夫を事業者は行っていく必要がある。

また、インバウンドを含む観光客に対してDX化（キャッシュレスや多言語対応）を行うことで顧客満足度を高め、リピーターを増やすことが必要である。

《課題. 4》地域活性化のための販路開拓

糸島市へ他地域からの流入が活発化していることから、市内事業所の認知度を高める必要がある。また、将来的な人口減少を考えると地元の消費者のみでは事業の成長は期待できないため、他地域からの新たな顧客層を獲得する必要がある。

そのために自社の認知度を向上させる必要があり、事業計画を策定し新たな顧客獲得に向けたPR、商品の改良・開発に取り組むことや展示会・商談会へ積極的に参加し、顧客の動向や販売手法を習得することが必要である。

これらの課題を解決するため、事業者の経営状況を分析し、事業計画・事業承継計画等を作成。PDCAを繰り返し行いながら、稼ぐ力を向上させ、事業者自身が自走し持続的に事業が継続できるよう支援する必要がある。

また、人材確保や事業者及び後継者育成の支援を通じ、事業者の持続性と地域経済の活力向上を図る必要がある。さらに、事業者が自社の強みや地域資源を最大限に活かし、魅力的な店舗展開を行うとともに、市内及び他地域への販路開拓を行うため、実践的なノウハウやマーケティング支援を併せて提供することが重要である。

(2) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

地域経済を支えている小規模事業者が、継続的に発展していくことが地域振興においては重要である。このため、本会では地域の現状や小規模事業者の課題・第2次糸島市長期総合計画を踏まえ、以下を小規模事業者の長期的な振興のあり方とする。

①小規模事業者の経営基礎的知識の定着

(10年後における地域のあるべき姿)

小規模事業者が経営環境の変化を的確に捉え、迅速に対応できる「自走型経営」を確立させる。そのために、事業者と経営指導員等の対話と傾聴による経営支援や商工会主催によるセミナーの開催により、事業者の財務体質の強化と生産性の向上、デジタル技術を活用した販路開拓を行いながら安定した事業継続を実現する。

②円滑な創業・事業承継

(10年後における地域のあるべき姿)

地域経済の持続的な活性化を図るため、創業を目指す者が税務、販路、資金調達的基础を計画的に習得し、デジタル技術を活用した円滑な情報収集や販路開拓を自力で遂行できるよう環境を整える。

地域で培われた事業者の技術や雇用の消滅を防ぐため、事業者の実態を把握し承継が必要な事業者に対し円滑に遂行できるよう経営改善や情報提供の支援を行うことで小規模事業者の減少に歯止めをかけ地域経済の基盤を強固にする。

③人材不足に対応できる事業者育成

(10年後における地域のあるべき姿)

人材不足により営業機会の損失や廃業に至ることを防ぐため、小規模事業者の労働生産性を向上させることを目標にAIやデジタル技術の活用と機械・設備の導入による業務の省力化を推進する。また、従来の求人方法(就職面談会)に加え、スポットワークや副業プロ人材などの多様な働き方に対応した新しい人材確保の手法を事業者に提案することで雇用の安定化を図り、地域経済の活力を引き出す。

④新たな顧客獲得

(10年後における地域のあるべき姿)

顧客ニーズの多様化やインバウンド、他地域からの流入に対応できるよう、小規模事業者がWEB、EC、SNSなどのデジタルツールやAIを活用したマーケティング活動を強化する。また、展示会・商談会、販売会への出展、新商品・新サービスの開発を通じて新たな市場の開拓を行い、地域で持続的に稼ぐ力を持つ事業者を増やし地域経済の成長を牽引する。

(3) 経営発達支援事業の目標

①小規模事業者の経営基礎的知識の定着

支援計画の認定期間(5年間)目標

KGI: 経営セミナー参加者の前々年(期)比売上3%増となる事業者80%

記帳代行事業者の前々年(期)比売上3%増となる事業者80%

KPI: 経営セミナーの開催 参加者7者/年

記帳代行事業者の経営分析50者/年

設定した理由: 支援対象者を明確にし、事業者の経営体質を対話と傾聴で見極めながら伴走支援を行い経営基盤の強化と稼ぐ力を身につけるため、KGIは、その実現度を測るものであり、KPIはその対象者の広がりを見るためである。

②円滑な創業・事業承継

支援計画の認定期間(5年間)目標

KGI: 創業件数: 延300件、事業承継件数: 延10件

KPI: 創業塾受講修了90者/年、事業承継セミナー受講修了10者/年

設定した理由: 受講者数により市内創業や事業承継に関心をもつ事業者の動向を把握し、継続支援を行う。KPIはその支援の取組みを定量化するものであり、KGIは最終的に創業・事業承継を行った指標とする。

③人材不足に対応できる事業者育成

支援計画の認定期間（5年間）目標

K G I：就職面談会参加事業者採用数：延25人、補助金・助成金採択者数延35者

K P I：就職面談会参加事業者20者/年、自社PR動画の作成10者/年、省力化・生産性向上に関する補助金・助成金申請7者/年

設定した理由：年1回、就職面談会を実施し人材を確保する具体的成果を測る。設備導入やIT導入などによる経営体質の改革度を測る。KGIはその達成度を測るものとし、KPIはその具体的な取組みの指標とする。

④新たな顧客獲得

支援計画の認定期間（5年間）目標

K G I：商談会・展示会出展者の2年後の売上比3%増

デジタル・AI支援事業者の2年後売上比3%増 延15者

K P I：商談会出展：延34者、展示会出展：延25者、販売会：延40者

デジタル・AIデジタル支援3者/年

設定した理由：KGIは市場開拓の行動が実際に売上増加に結びついたかを測る。また、デジタルツールを活用したことで売上増加に寄与したのかを測る。KPIは、その取り組みを行う事業者数が確保されているかを測るものである。

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小規模事業者の経営基礎的知識の定着

達成方針1：事業者の持続的かつ安定的な経営基盤の確立

設定理由：巡回や広報等により経営に必要な事業者への情報提供を行い、持続的な経営ができるよう事業者との対話と傾聴を重視し事業計画の策定や金融支援に対する伴走支援を行う。具体的には経営改善・強化を図るため、基礎情報に必要な会計（記帳・決算）支援及び経営分析を行い計画書の策定及び実行支援を行う。

達成方針2：事業者のデジタルツールやAI活用による経営基盤の強化

設定理由：デジタルツールやAIを活用することで業務の効率化やデータ分析による経営判断の迅速化ができることを理解して実践させる。

②円滑な創業・事業承継

達成方針1：創業者が本市で円滑に創業できるためのワンストップ相談窓口を商工会に設置

設定理由：創業に関する起業者の悩みを一カ所に集約し糸島市内での起業を促進させる。

達成方針2：起業を検討している者を対象とした創業塾を開催し、創業に必要な知識の習得や情報提供

設定理由 : 事業計画、資金調達など創業に必要な実践的知識を学んでもらい、創業の成功確率と定着率を向上させる。

達成方針3 : 円滑に事業承継できるよう事業承継に関する悩み解決のためのセミナーや個別相談などを実施

設定理由 : 糸島市内の事業者がもつ技術やブランド価値、雇用に円滑に次世代（継続的）に繋ぐことができるようにする。

③人材不足に対応できる事業者育成

達成方針1 : スポットワーク（短時間労働）や副業プロ人材（知識労働）を活用して、人材不足を補う

設定理由 : 小規模事業者の限られた労働時間や知識をサポートを図る。

達成方針2 : 就職面談会を実施し、人材の確保と経営体質改善

設定理由 : 安定的かつ継続的な人材を確保するため。

達成方針3 : 現人数で業務を回し生産性を向上させる

設定理由 : 事業者のIT化やDX化、自動化技術（RPAなど）の導入により、単純作業を代替させ、事業全体の業務効率化を行う。

④新たな顧客獲得

達成方針1 : 観光客の増加等に伴う販路拡大（商品・サービス開発、商談会・展示会）に向けた店舗イメージづくり

設定理由 : FCPシート作成・ディスプレイの方法・多言語対応やキャッシュレス化も含めた店舗づくりや接客指導等を行い事業者の商品や強みをしっかりと観光客、バイヤーや顧客に伝えることができる事業者を育成する。

達成方針2 : 販路拡大のための商談会や販売会等への出店

設定理由 : 九州管内、関東、関西、海外などターゲット商圏に応じた商談会や販売会に出展し、バイヤーや顧客の生の声を直接得ることで商品改善や価格設定など今後のマーケティング戦略に活かすことができ、新たな販路を拡大できる機会をつくる。

達成方針3 : 非対面による販路を確保

設定理由 : ECサイト、ショッピングモールへの出店などオンラインを活用し、時間と地理的制約を克服させ売上拡大を支援する。

達成方針4 : ホームページ・SNS等を活用した販路開拓

設定理由 : ホームページを情報基盤とし、SNSで継続的に情報発信することで信頼性を高め顧客獲得を目指す。

達成方針5 : デジタルツールやAIを活用して生産性を向上や新商品開発を行うための事業計画作成支援や実行支援を専門家等と連携して行いIT・DX化への支援

設定理由 : デジタルやAIを活用し生産性の向上を支援しITやDX化により事業構造を強化する。

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〕 全国商工会連合会や福岡県商工会連合会の依頼により市内事業者の動向について調査協力し、市で実施している。調査で得られた結果は事業者の個別指導などで生かしてきたが、地域の小規模事業者へ広く周知することができていなかった。

〔課題〕 商工会がビックデータを活用して地域の経済分析を行うとともに、本会独自の地域経済動向調査結果について事業者が戦略策定に活用できるようデータをわかりやすく整理し、広く周知する必要がある。

(2) 目標

公表内容	公表方法	現行	R8 年度	R9 年度	R10 年度	R11 年度	R12 年度
①経済動向	HP 掲載	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
②景気動向	HP 掲載	4 回	4 回	4 回	4 回	4 回	4 回

(3) 事業内容

①国が提供するビッグデータの活用

経営指導員と外部専門家等が「RESAS」(地域経済分析システム)等を活用し、地域の経済動向分析を行い、事業を発展させるための戦略策定に活用してもらう。

分析結果はわかりやすくまとめ、本会ホームページ及び広報誌に年1回公表する。

【調査対象】 地域全体の産業別構成

【分析手法】 ・地域経済循環マップ・生産分析により、何で稼いでいるのかを分析する。

・観光地分析・From-to分析により、人の動きを分析する。

・マーケティングマップにより、産業の現状を分析する。

※以上の分析結果を総合的にまとめて事業計画策定支援等に活用する。

②本市内の景気動向について実態を把握

糸島市内の小規模事業者の景気動向を調査することで市内経済の「現状」を把握し、将来の見通しを予測するための基礎データとするため年4回調査・分析を行う。

【調査対象】 小規模事業者 50者

(製造業10者、建設業10者、卸売業10者、小売業10者、サービス業10者)

【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、業況

【調査手法】 調査票を郵送・FAX・メールにより発信し回答してもらう。

【分析手法】 経営指導員等が外部専門家と連携し景気動向の変化について分析を行う。

(4) 調査結果の活用

情報収集・調査、分析した結果は、過去のデータを蓄積していきながら景気動向の変化について商工会ホームページ及び商工会広報誌で広く事業者等に周知する。また、経営指導員等が事業計画策定支援や巡回指導を行う際の参考資料とする。

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

〔現状〕 経営指導員等が展示会・販売会で商品アンケート調査を行っているが、バイヤーや消費者からのアンケートの回答が十分ではないため、事業者へのフィードバックが不十分であり、個社の取組みに合った情報になっていないなど、十分な取組みが出来ていない。

〔課題〕 事業者がバイヤーや消費者の声を収集し、商品のブラッシュアップの視点を持って商品力の向上に取り組むことが必要である。

(2) 目標

	現行	R8 年度	R9 年度	R10 年度	R11 年度	R12 年度
① 展示会での調査対象事業者数	未実施	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者
② 市民及び観光客の購買ニーズ調査対象事業者数	未実施	3 者	3 者	3 者	3 者	3 者

(3) 事業内容

①展示会でのバイヤー向け商品調査

事業計画を策定した事業者のうち市外への販路拡大を希望する事業者の既存商品や新商品について、バイヤーにどのような評価を得ているかを調査し、バイヤー視点で売れる商品へのブラッシュアップ支援に繋げる。

【対象者】 事業計画を策定し、積極的に販路開拓に取り組む小規模事業者
2 者（1 者あたり 1 商品）

【サンプル数】 1 商品 5 名以上のバイヤーから評価を得る。

【調査方法】 本会が出展支援する展示会（「Food EXPO Kyushu」「Food style Japan」など）にてヒアリング調査を行う。調査は、経営指導員等と事業者が協力して実施する。

【調査項目】 a 味（食品の場合） b 商品・パッケージデザイン c 独自性・新規性 d コンセプト e 市場トレンドとの整合性 f 原材料 g 安全・安心 h 取引条件 i 価格競争力 j 商談状況など。

【分析結果の活用】 調査結果を調査項目ごとに集計し、経営指導員等が出展者へフィードバックし、マーケットインによる商品開発に役立てる。

②市民及び観光客の購買ニーズ調査

消費者（糸島市民及び糸島市に訪れる観光客）の購買ニーズを把握するため、求めるサービスについてのアンケートを行う。

【対象者】 事業計画を策定し、積極的に販路開拓に取り組む小規模事業者
3 者（1 者あたり 1 商品）

【サンプル数】 イベント（販売会）で購入者を対象として 1 者あたり 10 件以上

【調査項目】 購入された商品について以下項目で調査を行う。

a 購入されたポイント

（品質・価格・原材料・容量・デザイン・ブランド）

b 購入頻度（リピートの頻度）

- c 他者への紹介（知人等への購入勧奨の可能性）
- d その他
- 【分析手法】 アンケート結果の分析は、販路開拓等の専門家に意見を聞きつつ経営指導員が行う。
- 【結果の活用】 分析結果は、経営指導員が実施した事業者へ直接説明する形でフィードバックを行い、商品力の向上、問題点改善に役立てる。

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

- [現状] 借入相談、販路開拓、生産性向上を図りたいと考えている事業者及び税務支援を行っている事業者に対し、決算書の情報を基に経営分析を行い、小規模事業者の経営実態把握や事業計画策定の資料として活用している。
- [課題] 小規模事業者は経営者が実務と管理業務を兼任していることが多く、財務分析や事業分析に割ける時間と人材が圧倒的に不足している。
また、事業がどのように行われているかの正確な把握（事業分析）や、目指す「未来の姿」が明確化されていないことが多く、現状とのギャップである「真の経営課題」が見えにくい状況である。

(2) 目標

	現行	R8 年度	R9 年度	R10 年度	R11 年度	R12 年度
分析事業者数	76 者	90 者	90 者	90 者	90 者	90 者
うち記帳代行事業者	-	50 者	50 者	50 者	50 者	50 者

(3) 事業内容

個別経営分析

当会ホームページを通じて、市内事業者の中で新規の取り組みを実施したいと考えている事業者（経営革新や補助金申請の事業計画を必要とする事業者）に広く周知する。また、商工会が記帳代行、確定申告支援などを行っている事業者に対して、現状（環境・消費者ニーズ等）を把握し、分析から経営改善のための方策を考えるとよいということを認識（実感）してもらう。また、金融支援、事業計画策定支援の資料として活用し、事業者の持続的発展や経営改善などの戦略決定及び強化につなげる経験を積んでもらう。

- 【対象者】 新たな販路開拓を目指す事業者、事業計画策定に意欲的である事業者、事業承継者（予定含む）、記帳指導事業者、その他経営指導員が必要と判断した事業者
- 【分析項目】 定量分析「財務分析」と、定性分析「SWOT分析」を行う。
 - 《財務分析》売上高推移、借入金推移、経常利益、損益分岐点、粗利益率
 - 《SWOT分析》外部環境（機会・脅威）・内部環境（強み、弱み）
- 【分析手法】 経済産業省の「ローカルベンチマーク」、内閣府の「経営デザインシート」、中小機構の「経営計画つくるくん」などのソフトを活用し、事業者の実情に沿った分析を、経営指導員等が実施する。必要に応じて外部専門家と連携し分析を行う。

(4) 分析結果の活用

経営分析の結果は、当該事業者にフィードバックするとともに、今後の経営改善・事業計画の策定等に活用する。また、経営分析結果はデータベース化し商工会内部でも情報共有を行うことで、継続して経営支援ができる体制を構築する。

6. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

【現状】 経営分析により優先的に支援が必要と判断された事業者については、経営指導員と中小企業診断士等で連携し、1事業者あたり約3回のヒアリングを経て事業計画策定及びアクションプランの提案を行ってきた。

【課題】 事業計画策定時、場合によっては資金繰り表、収益改善シート、クロス SWOT 分析なども作成して配布したが、事業計画策定に至るまで、または計画書の実行に至るまでの事業者のモチベーションの保持及び事業計画策定の重要性の意識改革が課題である。

(2) 支援に対する考え方

事業計画を策定することで、事業者の経営状況や現状の課題を把握することができ、次に必要なアクションを認識することができるため、事業経営を持続的に発展させることに繋がる。

このような事業計画策定の意義と重要性を経営指導員が対話と傾聴を通して事業者へ理解してもらうよう伴走型支援を実施する。

また、事業計画策定後に、事業者自身が計画を活用できるよう継続的に支援し、将来的には小規模事業者に PDCA のサイクルで自走してもらうことを目標とする。

下記支援対象に該当する市内小規模事業者に対し、事業計画策定の意義や重要性について広報誌・メール・ホームページで周知する。

特に経営分析を行った事業者、巡回・窓口で経営改善や人材確保の相談を受けた事業者や経営革新、補助金（持続化、ものづくり・IT 等）申請、借入を行う事業者、創業者等に対し、事業計画の策定支援を行った事業者には、計画の重要性と必要性を十分に理解してもらい、現状を踏まえた実現可能性のある計画策定につなげ、以後事業者自身で作成できるよう支援を行う。また、必要に応じて外部専門家と連携を行い、より高度な策定支援を実施する。

創業者に対しては、基本的な事業経営のノウハウを学んでもらうため、創業塾を開催し、創業計画の策定方法、計画策定の意義を学んでもらう。また、常設の創業相談窓口を設置し、創業前、創業初期の不安要素をなくし、スムーズな創業に繋げる。

後継者は決まっているが、事業承継の準備ができていないなど、後継者問題を抱える事業者や、そもそも後継者が不在である高齢となった事業者が、円滑な事業承継ができるようセミナー等を開催し、事業承継を行うための計画策定についても支援を行う。

また、必要に応じて福岡県事業承継支援ネットワークと連携し、高度な支援を実施する。

(3) 目標

	現行	R8 年度	R9 年度	R10 年度	R11 年度	R12 年度
① 事業計画策定事業者数	76 者	80 者	80 者	80 者	80 者	80 者
経営セミナー開催回数	未実施	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
就職面談会	-	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
②-1 創業塾開催回数	3 回	3 回	3 回	3 回	3 回	3 回
②-2 創業計画策定件数	3 件	7 件	7 件	7 件	7 件	7 件
③-1 事業承継セミナー開催回数	未実施	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
③-2 事業承継計画策定件数	未実施	2 件	2 件	2 件	2 件	2 件

(4) 事業内容

①事業計画の推進

経営分析・事業計画を必要とする事業者や、新たに事業計画策定に取り組みたいと考える事業者に対し、経営指導員を中心として事業者と共に現状把握を行い、実現可能となる計画が策定できるよう、ヒアリングを中心として事業計画を策定する。また、人材不足の課題を抱える事業者には、就職面談会などの採用機会を説明し、事業計画に盛り込み策定する。

【支援対象】 経営分析を行った事業者及び事業計画を必要とする事業者

【支援手段・方法】 支援対象者に対し、事業計画策定の必要性を説明し、中小企業診断士等専門家と連携して事業計画策定を経営セミナーへの参加及び個別対応で実施する。

ア) 経営セミナー

【募集方法】 ホームページ、会報、メルマガ、SNS

【講師】 中小企業診断士

【参加者数】 7 者

【内容】 経営者自身で事業計画を策定し、経営基盤強化と稼ぐ力を身につけるワークショップを開催する。

カリキュラム (全 6 回) 経営理念策定、事業方針策定、事業計画策定等事業計画策定件数、補助金申請件数

【成果指標】

イ) 就職面談会

【募集方法】 ホームページ、会報、メルマガ、SNS

【参加者数】 人材を必要とする事業者 20 者

- 【内 容】 市内事業者と求職者のマッチングの場として就職面談会を糸島市・ハローワークと連携し実施する。
- 【成果指標】 参加事業者の採用数

②創業支援

糸島市、(株)日本政策金融公庫、市内既存事業者等と連携し、「特定創業支援等事業」に基づく「経営・財務・販路開拓・人材育成」の4科目を主軸とした創業塾の開催と個別相談窓口を設置する。

経営に関する知識不足を解消し、経営計画・事業成長原理を理解・実践してもらい、持続的な発展ができる事業者の創出を目標とする。

- 【支援対象】 創業を考えている者、創業塾参加者及び計画策定支援を希望する創業者の中から7者（経営指導員7名で7者の支援）

ア) 糸島市商工会創業塾

- 【支援対象】 創業を考えている者及び創業後5年未満の者
- 【募集方法】 ホームページ、会報、メルマガ、ネット広告
- 【講 師】 中小企業診断士、税理士、社会保険労務士等
- 【参加者数】 30者/回
- 【内 容】 創業計画書の作成、IT活用、人材育成、資金調達、販路開拓などの手法やターゲット市場とニーズの捉え方
- 【成果指標】 創業塾参加者数及び創業件数

イ) ワンストップ創業相談窓口

創業予定者がスムーズに創業できるよう相談窓口を商工会館に常設し、経営指導員を中心とした支援対応を行う。また、創業後、課題を抱える事業者の窓口となり課題解決に向けた対応を行う。

- 【支援対象】 糸島市内で創業を考えている者・創業後3年以内の事業者
- 【手段・方法】 ホームページやメルマガ、会報を活用して広報する。常設の経営指導員対応による相談窓口に加え、創業における専門的課題について中小企業診断士等の専門家を派遣し解決へ導く。
- 【成果指標】 創業相談対応数、創業計画策定件数

③事業承継支援

円滑な事業承継ができるようセミナーを開催し、潜在する事業者の掘り起こしと価値ある事業の存続（継続）につなげる。

- 【支援対象】 事業承継セミナーに参加した事業者で計画策定を希望する事業者2者

糸島市商工会事業承継セミナー

- 【募集方法】 ホームページ、会報、チラシ折込、ネット広告
- 【講 師】 事業承継引継ぎ支援センター派遣講師等
- 【参加者数】 10者
- 【内 容】 事業承継の現状と課題の把握、事例紹介、事業承継のプロセスについて学んでもらい、事業承継への意欲の醸成を高め、事業継続の判断や今後の取組みに繋がられるよう2件の事業計画策定を行う。
- 【成果指標】 事業承継セミナー参加者数、事業承継件数

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] 巡回指導などにより概ね計画通り（行動計画）実行できているが、計画的なフォローが実施できていない。

[課題] 事業者の計画内容や事業体系により巡回が必要な事業者と必要でない事業者に分かれる。巡回により取組み状況は把握できているが、売上や生産性向上などの数値目標への達成が困難であるため、実現可能性を高める取り組みが必要である。

(2) 支援に対する考え方

事業計画を策定した事業者が、円滑に計画遂行できるよう経営指導員が事業者を巡回等し、対話と傾聴による実施状況を確認する。計画遂行が困難な場合は、事業者と共に原因究明を図り、改善（見直し）を促し、目標達成に向けて支援に取り組む。

創業希望者が不安なく事業を開始し、創業計画書通りに遂行できるよう、経営指導員が定期的に事業者巡回等を行い、創業の課題や開業後にやらなければならないことについて助言を行う。

事業承継計画策定した者に対し経営指導員が事業者を巡回等し、進捗状況を確認しながら計画達成に向けて支援を行う。

以上の支援について、専門的な指導が必要なときは外部専門家を派遣する。

(3) 目標

	現行	R8 年度	R9 年度	R10 年度	R11 年度	R12 年度
《事業者》 フォローアップ 対象事業者数	76 者	80 者	80 者	80 者	80 者	80 者
頻度（延回数）	304 回	370 回	370 回	370 回	370 回	370 回
売上増加 事業者数	—	64 者	64 者	64 者	64 者	64 者
《創業者》 フォローアップ 対象事業者数	—	7 者	7 者	7 者	7 者	7 者
頻度（延回数）	—	21 回	21 回	21 回	21 回	21 回
《事業承継》 フォローアップ 対象事業者数	—	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

(4) 事業内容

① 事業計画策定した事業者 80 者を対象として、14 者は毎月 1 回、35 者は四半期に 1 回、31 者は年 2 回、巡回等で計画遂行状況（目標達成度・現状把握・今後の活動）について確認する。ただし、事業者からの申出等により、臨機応変に対応する。

中でも進捗状況が思わしくない（計画実行が困難）事業者に対しては外部専門家や支援機関と連携し、事業者自ら原因を探り計画の見直しや変更を行えるよう目標達成に向けたフォローを行う。

② 創業計画書を策定した7者に対し、原則4ヵ月に1回（年3回）程度、巡回等で計画遂行状況（目標達成度・現状把握・今後の活動）を確認しながら経営の安定化に向けた支援を行う。ただし、事業者からの申出等により、臨機応変に対応する。中でも進捗状況が思わしくない（計画実行が困難）事業者に対しては外部専門家を交えて、原因（期間・人員・仕入・資金・情報）を探り、事業計画の見直しや変更を行いながら、目標達成に向けたフォローを行う。

③ 事業承継計画を策定した2者に対し、原則年4回、巡回等で計画遂行状況（現状把握・今後の展開）を確認する。ただし、事業者からの申出等により、臨機応変に対応する。中でも進捗状況が思わしくない（計画実行が困難）事業者に対しては外部専門家や事業承継・引継ぎセンターなどの支援機関を交えて、原因（期間・人材・資金・情報）を探り計画の見直しや変更を行いながら事業承継に向けたフォローを行う。

計画と進捗状況のズレが生じた場合には、担当以外の経営指導員との連携や専門家等の第三者の支援を仰ぎながらズレの発生要因を究明する。また支援回数を増やすなど今後の対応計画の修正を行う。

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] 小規模事業者が持続的な経営を行うためには、新たな販路の開拓が必要である。しかしながら、小規模事業者の多くは経営資源が少なく、自社独自での取組みには限界があり、新たな販路の開拓が進んでいない。

[課題] 本会が販路開拓の支援をする必要がある。域内での商談会の開催、九州管内や関東・関西など県外や海外の商談会など小規模事業者が独自に行うことができず、且つ効果が高い取組みを事前・事後のフォローを含めて重点的に支援することが課題である。

(2) 支援に対する考え方

経営分析・事業計画策定支援を行った飲食業や食品製造業を中心に支援する。事業者のレベルに合わせて商談会をステージ1から3の3段階に分類し、ステージ1へ参加された事業者を以降ステージ2、3へとステップアップさせていく（ステージ1は3年に1回程度の開催予定、ステージ2は毎年出展予定、ステージ3は事業者の状況により出展支援を毎年判断する予定）。

経営指導員等が事前・事後の出展支援として、商談スキルの向上とビジネスマナー、FCPシートの作成・POPやブースレイアウトなどを総合的に支援しながら需要開拓支援を行う。

販売会については、市内で生産された商品を対象に需要の拡大とブランド糸島の認知度向上を目的として事業者の商品を市内外へ発信する場とする。

支援対象者は小規模事業者であり、県内の販売会や商談会にも人員の確保や出展料などで参加を見送る事業者がいるため、団体での申込による人員や費用面での削減により、出展への働きかけを行い、関東・関西等の県外や海外にも販路を広げていく。

また、時代のニーズに合わせてECサイトやショッピングモールでの新たな販路開拓を行う事業者に対し、サイトの構築やショッピングモールへの出店サポート・SNSやホームページの活用による情報発信についても支援していく。

(3) 目標

	現行	R8 年度	R9 年度	R10 年度	R11 年度	R12 年度
① -a 商談会						
【ステージ1】	17 者	—	17 者	—	—	17 者
成約件数	17 者	—	17 者	—	—	17 者
【ステージ2・3】	5 者	5 者	5 者	5 者	5 者	5 者
成約件数/者	3 件	3 件	3 件	3 件	3 件	3 件
① -b 販売会	8 者	8 者	8 者	8 者	8 者	8 者
売上高/者 (千円)	40	40	40	40	40	40
② I T 販路開拓支援	3 者	3 者	3 者	3 者	3 者	3 者
売上増加率/者	—	3%	3%	3%	3%	3%

(4) 事業内容

①商談会や販売会等を活用した販路開拓支援

① -a 商談会出展事業 (B to B)

新たな顧客層として他地域への拡大を目指している事業者に対して、営業販売機会の創出と自社商品を再認識できる機会を提供する。また事業者レベル (商圏、ターゲット、製造可能数など) に応じて支援を実施する。

【ステージ1】3年に1度商工会独自で主催する商談会 (※1)

(支援対象) 事業計画で販路拡大を目指す事業者 17 者

(支援内容) 商談会の心構え、FCP シート作成、個別ブース展示支援 (専門家) プレ商談会等の実施 (専門家)、成約までのフォローアップ等

【ステージ2】九州管内で開催される主な商談会 Food EXPO Kyushu など

(支援対象) ステージ1に参加した者の内、九州圏での販路拡大を目指す事業者 (※2)

(支援内容) 団体申込でのブース支援、個別ブース展示支援 (専門家)、個別商談支援、成約までのフォローアップ等

【ステージ3】関東・関西・海外で開催される商談会 スーパーマーケットトレードショー など

(支援対象) ステージ1に参加した者の内、海外・全国展開を目指す事業者 (※2)

(支援内容) 団体申込でのブース支援、個別・ブース商談支援、成約までのフォローアップ支援

(※1) 商工会独自で主催する商談会

開催時期 令和10年1月上旬 13:00~16:00 (予定)

開催場所 糸島市役所市民ホール (予定)

バイヤー数 50社 (予定)

開催内容 糸島で糸島の雰囲気を味わいながら行う商談会。オープンな商談会と個別商談会を実施する。バイヤーや料理長等の有識者を東京等から招致し、商品の改良やアドバイスをを行う個別指導も実施。

バイヤーには出展事業者を掲載したパンフレットを配布、また商談シートを配布し、商談や成約に繋げる。

(※2) ステージ2及びステージ3を合わせた支援事業者数 5 者

① -b 販売会事業 (BtoC)

通年開催されている糸島市内であるイベントに参加し、市外から訪れる方に周知し、購入率の高さや今後のリピート率を考え市内で出展する。福岡県商工会連合会と連携しながら事業を実施する。独自で商談会を実施した場合は販売会を実施し、様々なシーンに対応できる事業者を増やす。

(支援対象) イベントに出店し自社商品の魅力を効果的に発信したい事業者 8者

(支援内容) イベント来場者が自社の商品を購入してもらうための仕掛け(商品陳列・POP・案内版など)やサービス・接遇について経営指導員と専門家が現場でアドバイスを行う。

【市内実施イベント】 ハンドメイドカーニバル

(商談会・イベント※代表的なもの)

	商談会等名称	開催概要	対象者	訴求対象
B t o B	Food EXPO Kyushu 国内外食品商談会 主催：FoodEXPOkyushu 実行委員会	九州の農林水産物・加工食品を国内外に発信し、更なる売上向上・販路拡大を目的とした展示商談会	糸島市内で製造された商品を優先。【ステージ1】に出展経験のある事業者	【バイヤー数】 来場者 4,804人 【出展社数】 291社
	Food style Japan 九州 主催：FOOD STYLE kyushu 実行委員会	九州最大級の小売・中食・外食業界のバイヤー・購買責任者が来場する展示商談会	糸島市内で製造された商品を優先。【ステージ1】に出展経験のある事業者	【バイヤー数】 来場者 16,525人 【出展社数】 1,286社
	スーパーマーケット・トレードショー 主催：スーパーマーケットトレードショー実行委員会	スーパーマーケットを中心とする食品流通業界に最新情報を発信する展示商談会	糸島市内で製造された商品を優先。【ステージ2】レベルに出展経験のある事業者	【バイヤー数】 来場者 77,305人 【出展社数】 2,237社
	Food Japan 2025 主催：Food Japan 実行委員会	シンガポールで開催される東南アジア最大級の日本食品の総合見本市としての展示商談会	糸島市内で製造された商品を優先。【ステージ2】レベルに出展経験のある事業者	【バイヤー数】 来場者 7,326人 【出展社数】 153社
	東京インターナショナル・ギフトショー及びグルメ&ダイニングスタイルショー 主催：株式会社ビジネスガイド社	日本最大のギフト・生活雑貨及び食品の国際見本市であり、食品や工芸品などギフト関連の様々な事業者が出展	事業計画を策定した事業者、糸島市内で製造された商品を優先。	【バイヤー数】 来場者 221,478人 【出展社数】 2,823社
	モノづくりフェア福岡 主催：日刊工業新聞社	九州最大級の産業総合展示商談会	事業計画を策定した事業者、糸島市内で製造さ	【バイヤー数】 来場者 24,789

			れた商品を優先。	【出展社数】 606社
B t o C	糸島ハンドメイドカーニバル 主催：糸島ハンドメイドカーニバル実行委員会	ハンドメイド職人を集めたイベント。糸島市で毎年開催。福岡県内、糸島市内問わず県外からの来場者が多い。	事業計画を策定した事業者、糸島市内で製造された商品を優先。	【来場者数】 2,000人 【出店社数】 8社

② ITやホームページを活用した販路開拓支援

世の中での環境変化の中、ITやホームページ、SNS、動画を活用した販路開拓や売上に繋がるビジネスが増加傾向にある。そのためにITを活用した販路開拓の個別指導や、ホームページ・自社ECサイトの構築、ショッピングモール（Yahoo、楽天等）を活用した販路開拓支援を行う。

（支援対象）事業計画でITを活用して販路拡大を目指す事業者 3者

（支援内容）取組内容に応じて適切な専門家を派遣しながら効果的な事業展開ができるようアドバイスを行う。必要に応じて持続化補助金等を活用する。

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〕 経営発達支援事業の取組について検証するため、年1回、事業評価委員会（中小企業診断士・日本政策金融公庫・糸島市・福岡県商工会連合会）を開催し、商工会ホームページに結果を報告している。

〔課題〕 事業評価委員会で提出する報告書が、実施概要と目標数値とその結果であったため、評価者が経営発達支援事業の取組についてイメージしにくいところがあった。経営発達支援事業の取組を評価者の方にわかりやすい資料づくりを行う。

(2) 事業内容

① 定量的把握

KPI設定、事業計画策定件数などの目標設定数値に対しての実績を把握する。

② 評価手法

事業評価委員会を設置し、構成員を外部有識者の中小企業診断士、日本政策金融公庫（課長）及び糸島市（商工振興課長、担当者）、福岡県商工会連合会（課長）、糸島市商工会（会長）とする。

年1回、法定経営指導員、経営指導員、経営支援員リーダーが経営発達支援事業の取組及び経営発達支援計画目標の実績について報告する。委員より事業効果及び遂行状況について4段階評価＋改善提案方式で次年度事業計画に反映する。

③ 評価・見直しの頻度

当該の評価結果は、理事会にフィードバックした上で、職員全体会議により1年間の振り返りを行い次年度事業計画等に反映させる。

④ 結果の公表方法

地域の小規模事業者等がいつでも閲覧できるよう本会ホームページにて公表する。

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] 経営指導員等の支援スキルについては、主に福岡県商工会連合会が主催する研修会に参加しているほか、必要に応じて福岡県や関係機関の研修に参加し、支援能力の向上を図っている。また、その時々々の課題に応じたテーマで税理士等の専門家を招聘し、職員向けの研修を開催することで、職員全体の資質向上に努めている。

さらに、職種別の定期的なミーティングにおいて、事業者支援の方針や内容を共有し、助言・意見交換を行うなどノウハウを共有し、職員全体の支援力向上とモチベーションアップに取り組んでいる。

小規模事業者支援の内容については、福岡県商工会イントラシステム内の経営カルテにより記録・管理を行い、事業者の状況や課題を共有しながら、支援内容の一貫性・継続性を確保し、円滑かつ効果的な支援の実施に努めている。

[課題] 経営指導員等の支援内容は、小規模事業者を取り巻く環境の変化により年々多様化しており、想定外の対応や新たな知識が求められている。特に、有事対応力や事業継続力強化支援においては、さらなる支援スキルの向上が必要である。また、デジタルツールやAIを活用した課題解決の仕組みづくりが今後の課題である。

本会は、職員の年齢が比較的若い商工会であるため、経験年数の違いにより事業者支援スキルに差が生じている。さらに、課題への対応や方針が画一的になりやすく、柔軟な発想や多角的な視点から検討する力が十分でない。このため、経験の浅い職員が短期間で支援能力を身に付けられるよう、育成体制の充実を図ることが課題である。

(2) 事業内容

①外部講習会の積極的活用

小規模事業者への伴走支援ができるよう福岡県、福岡県商工会連合会、中小企業基盤整備機構、中小企業大学校が主催する研修会へ積極的に参加し職員の支援スキル向上を図る。

経営分析・創業・事業承継等の事業計画策定支援、労働保険、社会保険・税務等の支援、DX・AIの活用支援に至るまで、知識や経験が不足している分野を重点的に強化する。また、最新の支援手法やトレンドを学ぶために、各分野の専門セミナーにも積極的に参加し、幅広い視点から支援力の向上を図る。

②OJT制度の拡充

各係長（経営指導員）が、係の担当（経営指導員・経営支援員）と連携し、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。

また、新任職員にはメンター制度を設け、日常業務の進め方や事業者対応のポイントなど、実務面での助言やフォローを行い、早期の戦力化を支援する。

これらの取り組みにより、職員間の情報共有や支援手法の標準化を促進し、支援の質の平準化と継続的なスキル向上を図る。

③定期ミーティングの開催

局長・経営指導員・経営支援員リーダー1名でミーティング（月1回、年間12回）を開催し事業者支援進捗状況について意見交換を行うことで、情報を共有し、事業者に偏りのない支援の統一化と職員の支援能力の向上を図る。

経営指導員1名と経営支援員がミーティング（月1回、年間12回）を開催し、記帳指導方法や税務支援に関する意見交換を行うことで、支援能力の向上と支援方法の標準化を図る。

④支援内容のデータベース化

経営指導員・経営支援員が経営支援に関する内容を福岡県商工会イントラシステム内の経営カルテに適切に入力し、支援中の小規模事業者の状況等を職員全員で共有し担当外の職員でも一定水準以上の対応を可能とする体制を整える。

また、経営発達支援の状況、融資斡旋の実績、財務諸表等を福岡県商工会イントラシステム内に適切にデータ入力を行い事業者の経営実態をいつでも閲覧・把握できるよう管理する。

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] 小規模事業者の状況を的確に把握し、円滑な支援を行うため、福岡県商工会連合会が主催する広域担当経営指導員連絡会議（福岡地区内の商工会の支援情報）、福岡県福岡中小企業振興事務所の主催する福岡地域中小企業支援協議会（県内の支援団体の支援情報）、糸島市の主催する糸島食のわくわく協議会（糸島市内の食品関連情報）、糸島市中小企業審議会（糸島市内の中小企業情報）、日本政策金融公庫の主催するマル経協議会（県内の金融情報）等へ参加している。

各支援機関との情報交換については、必要に応じて意見交換会等を開催し、適宜連携を図りながら取り組んでいる。糸島市の観光情報については、糸島市観光協会と意見交換会を実施している。

[課題] 小規模事業者の支援ニーズは年々多様化し、支援メニューの内容や範囲も拡大している。こうした変化に対応するためには、支援機関との情報交換をこれまで以上に幅広く、且つ密に行い、最新の支援情報や事業動向を的確に把握する。

(2) 事業内容

① 広域担当経営指導員連絡会議への参加（年2回）

福岡県商工会連合会の呼びかけにより、福岡地区の18商工会の広域連携の一環として、広域担当経営指導員の連絡会議を開催している。各商工会の支援ノウハウや課題、運営体制等について情報交換を行っている。得られた情報や事例は、定期ミーティング等を通じて職員にフィードバックし、支援体制の強化に活かす。

② 福岡地域中小企業支援協議会への参加（年12回）

県内の小規模事業者の支援強化を図るための方策等について、福岡県福岡中小企業振興事務所が事務局となり、福岡地区の商工会、福岡中小企業団体中央会、（公財）福岡県中小企業振興センター、市町村、金融機関、信用保証協会などの支援機関で構成する協議会において、各団体の支援策や支援ノウハウや意見交換を行っている。

特に、経営支援モデル事業として、本会から糸島地域の模範となり他企業への波及効果が見込まれる企業を推薦し、福岡県の承認を受けた重点支援企業として、地域の成功モデルとして確立を目指し、事業計画等の伴走支援に取り組む。

③ 糸島食のわくわく協議会への参加（年8回）

糸島市内の食品関連事業者の資質向上と地域活性化を目的として、市内で食品を製造・加工する事業者や農林水産事業者、流通・販売事業者等が会員となり、企業間の交流やビジネススキルの向上を図るセミナーの開催、販路拡大を目的としたイベント等を実施する。

糸島市（商工振興課）が事務局となり、役員には食品関連事業者4名、JA糸島・JF糸島・金融機関・商工会が就任している。

④ 糸島市中小企業振興審議会への参加（年3回）

糸島市が制定した「糸島市中小企業振興基本条例」に基づき、糸島市内の中小・小規模事業者の振興を図るため、条例に定められた施策や計画の検討、課題および現状分析を行っている。糸島市（商工振興課）が事務局となり、委員は中小企業関係者、金融機関関係者、学識経験者、市民公募者、商工会の多様な立場のメンバーで構成されており、多角的な視点から意見交換を行う。

⑤ マル経協議会への参加（年1回）

福岡西地域の金融動向や取り組み状況について情報共有を行い、事業者への適切な金融支援につなげることを目的として、日本政策金融公庫福岡西支店が主催し、糸島市・早良・筑紫野市・大野城市・那珂川市・太宰府市の商工会および福岡県商工会連合会の経営指導員が参集し、金融支援に関するノウハウの共有や意見交換を行っている。

⑥ 糸島市・糸島市観光協会との意見交換会（年1回）

糸島市（商工振興課）、糸島市観光協会（局長又は職員）、糸島市商工会（経営指導員）が連携し、観光動向や事業の取り組み状況、企業の景気動向等について情報を共有しながら、観光資源（自然・食・文化）を活かした経営支援・販路開拓支援や、課題解決に向けた意見交換を行っている。

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] 本市の人口は微増傾向で、地域活性化に向け毎月1回の糸島市との意見交換会をはじめ、行政や議会との意見交換会を開催し、地域経済の活性化に向けた協議を行っている。

[課題] 移住（転入）者が市内事業者の認知度向上と糸島市の豊かな自然や食、歴史・文化といった地域資源や、建設業・製造業・飲食業・農業・漁業などの糸島市の特色ある産業と、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た新商品・サービスの開発や新分野への進出を促進していくため、今後も情報交流を深め、協力関係を一層強化していく必要がある。

（2）事業内容

① 糸島市（商工振興課）との意見交換会（年12回）

糸島市（課長・担当職員）と糸島市商工会（局長・経営指導員）が、毎月1回、市内の商工業者の動向や、市が実施する事業者支援補助金等の進捗状況、商工会による事業者支援の取り組み状況等について意見交換を行い、小規模事業者への効果的な支援の充実と地域活性化の推進に向けた検討を行っている。

② 行政との情報交換会（年1回）

行政との連携強化を図るため、糸島市内の小規模事業者のニーズ及び課題を共有し、地域活性化の方向性や支援施策の報告・協議を行う場として開催している。この取り組みを通じて、行政と商工会が情報を相互に共有し、支援体制の一体化と効果的な事業者支援の実現を目指している。

③ 議会との情報交換会（年1回）

議会との連携強化を図るため、市議会議員との情報交換会を開催し、糸島市内の小規模事業者の現状や課題、地域経済の活性化に向けた取り組み状況等を共有している。この取り組みを通じて、議会と商工会が相互理解を深め、地域経済の発展と効果的な事業者支援の実現を目指している。

③広域経営指導員の当否

申請書に記載の経営指導員 富永 康志 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糸島市商工会

〒819-1118

福岡県糸島市前原北一丁目 1 番 1 号

糸島市商工会 経営支援課

TEL : 092-322-3535 / FAX : 092-322-1113

E-mail : itoshima@shokokai.ne.jp

②糸島市役所

〒819-1192

福岡県糸島市前原西一丁目 1 番 1 号

糸島市 経済振興部 商工振興課

TEL : 092-332-2096 / FAX : 092-324-2531

E-mail : shokoshinko@city.itoshima.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	6,700	6,700	6,700	6,700	6,700
専門家派遣費	500	500	500	500	500
セミナー開催費	800	800	800	800	800
展示会・調査費	4,000	4,000	4,000	4,000	4,000
商談会	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
広報費	400	400	400	400	400

(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、特別賦課金（受益者負担等）、糸島市補助金
福岡県小規模事業経営支援事業費補助金、伴走型小規模事業者支援推進事業補助金

(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。

