

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	大任町商工会 (法人番号 1290805007664) 大任町 (地方公共団体コード 406082)
実施期間	令和4年4月1日～令和9年3月31日
目標	町を活性化するため、道の駅を経済の中心と捉え、そこから広がる商業・サービス業への支援を行う。 ①掘り起こしから業績向上までの計画的な伴走支援 ②デジタルを活用した販路開拓、業務効率化支援の充実 ③新たな支援メニューに対応できる支援体制の構築 ④少人数でも可能な支援体制の構築
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 ①国が提供するビッグデータの活用 4.需要動向調査に関すること ①SNSのリサーチ機能を活用した調査 5.経営状況の分析に関すること ①経営分析を行う小規模事業者の発掘 6.事業計画策定支援に関すること ①DX推進セミナーの開催及びIT専門家の派遣 ②事業計画策定セミナーの開催 7.事業計画策定後の実施支援に関すること 8.新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること ①展示会出展の支援 ②無料または格安のアプリから始めるDX支援 ③ECサイト活用支援 ④SNS活用支援
連絡先	大任町商工会 〒824-0512 福岡県田川郡大任町大行事 3042-1 TEL 0947-63-2241 FAX 0947-63-4019 E-mail ootou@shokokai.ne.jp 大任町経済産業課 〒824-0512 福岡県田川郡大任町大行事 3067 TEL 0947-63-3001 FAX 0947-63-3813 E-mail sankei2@town.oto.fukuoka.jp

(別表1)

経営発達支援計画

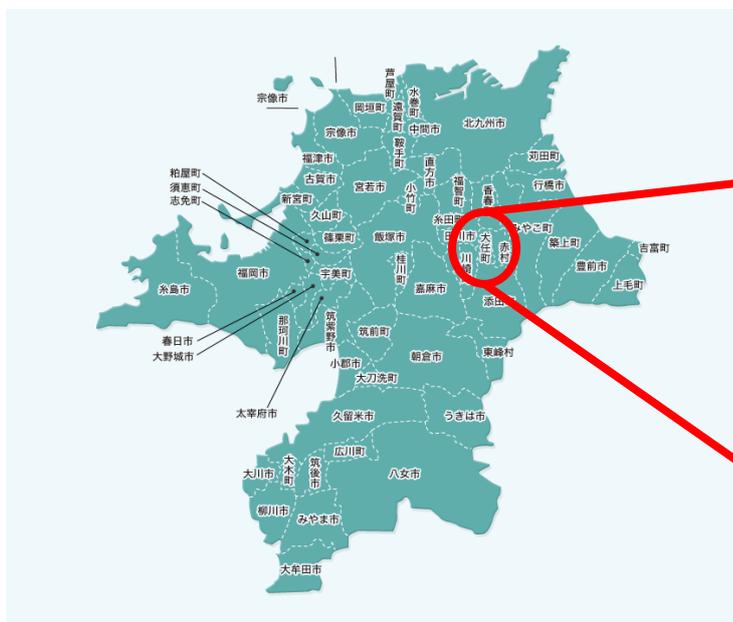
## 経営発達支援事業の目標

### 1. 目標

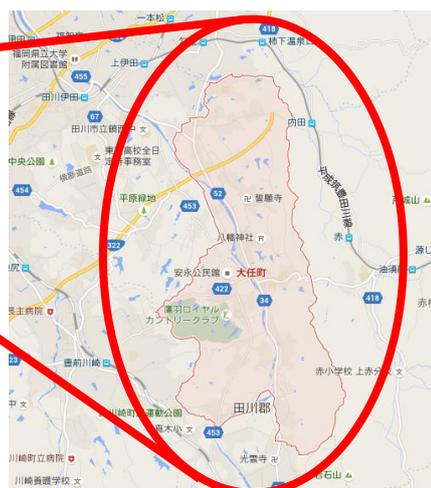
#### (1) 地域の現状と課題

##### ・立地

大任町（おおとうまち）は、福岡県の北東部に位置し、百万都市・北九州市から車で1時間、同じく百万都市・福岡市から1時間30分に立地している。町の形状は、東西3.6km、南北7.2kmと南北に縦長く、町面積は14.24km<sup>2</sup>と、福岡県内60市町村中52番目という比較的小さい町である。立地は内陸に位置するものの、山林はほとんど無く、田川盆地のほぼ中央に位置し、周囲は丘陵地帯、町の中央には南北に彦山川が貫流している。



大任町の位置



大任町の地図

##### ・人口の推移

高齢化や若年層の流出等により、人口は令和3年6月末現在で5,203人となり、1960年（昭和35年）8,940人をピークに、約半世紀の間で4割の人口が減少している。

##### ・産業

江戸時代中期からは石炭産業が芽生え、筑豊炭田として、以降近代にいたるまで大任町を支え、発展させる原動力となってきた。しかし、昭和30年代の後半、高度経済成長期に石炭から石油へエネルギーの転換政策が進行、炭鉱の閉山が余儀なくされ、町の産業は大きな打撃を受けた。炭鉱の閉山後は、失業対策、鉱害復旧を目的に1952年（昭和27年）制定された石炭諸法によって公共事業が多く行われ、建設業を中心に地域経済は支えられてきた。しかし、その石炭諸法も2002年（平成14年）3月に失効し、その激変緩和措置も2007年（平成19年）3月に終了した。

その影響により、建設業を始め、多くの企業が倒産・廃業を余儀なくされる中、1997年（平成9年）介護保険法の制定を契機に介護事業へ参入、また環境問題への高まりから産業

廃棄物処理業等の他の業種へ参入により、事業の継続を図る企業が多くあった。

・大任町総合計画の引用（商工・観光部分）

第4次大任町総合計画（計画期間平成23年度～令和7年度）に以下のように記載がある。  
『商工・観光交流事業の振興～「道の駅おおう桜街道」を商工・観光の中心と位置付け、多彩なイベントを開催し、交流人口の増加を図ります。また、にんにくやマンゴーを始めとする大任産農産物を活用した特産品の開発や、生産・販売者の育成に努め、商工・観光交流事業を振興します。』

・産業の現状

全体の商工業者数は減少の一途をたどっており、現在147者、内小規模事業者数は119者となっている(表1)。傾向としては、建設業の比率が県内商工会地区全域に比べ非常に高く、サービス業では介護事業が多くなっている。町内だけでなく近隣地域も人口減少しており、このような環境では創業するにも、新規事業を立ち上げるにも小規模事業者にとってリスクを伴う。そういったことから大任町ではここ数年、町主導により、道の駅、しじみ養殖場、観光農園、納豆工場、ドッグラン施設等を開設し、産業の発展、雇用の維持を図っている。

大任町と県内商工会地区の商工業者数及び産業別構成比（表1）

	合計 構成比	商工業者の業種別内訳及び産業別構成比						
		建設業	製造業	卸売業	小売業	飲食業	サービス業	その他
大任町の小規模事業者数	119 100.0%	43 36.1%	8 6.7%	1 0.8%	27 22.7%	10 8.4%	24 20.2%	6 5.0%
大任町の商工業者数	147 100.0%	43 29.3%	10 6.8%	3 2.0%	39 26.5%	12 8.2%	33 22.4%	7 4.8%
県内商工会地区商工業者数	51,709 100.0%	9,188 17.8%	4,821 9.3%	2,658 5.1%	11,640 22.5%	5,649 10.9%	13,661 26.4%	4,092 7.9%

商工会実態調査 調査時点平成31年4月1日現在

・商業・サービス業の現状と課題

これまで町内には中堅スーパーが1店あるのみだったが、平成22年10月「道の駅おおう桜街道」が開業し、道の駅を起点とした様々な話題性のある観光事業等に着手することで、地域外からも多くの方が訪れる観光名所の一つとなってきている。これにより、道の駅内の物産直売所等の売上は、年間8億円を超え、地域の商業・サービス業の中核的施設となっている。

飲食業は南北に走る町道沿いに数店舗あるのみで、飲食業の7割が道の駅内のフードコートに入っているため、売上は道の駅の集客に左右される。主な顧客は地元住民や建設作業員であり、町を通過する消費者を取り込むための販売促進が必要である。

介護事業は、高齢化に伴い利用者は増えるものの度重なる介護保険報酬の見直し等により利益を圧迫しており、収益改善を取り組む必要がある。

・建設業・製造業の現状と課題

全産業の3割を占める建設業が地域経済を支える中心的役割を担っている。他の業種への多角化に成功した企業がある中、公共工事に依存する企業も多く存在している。そしてその建設業界はここ数年、継続的に多くの公共事業が行われており、これにより町の産業は支えられて、雇用の維持し、地域経済を支える原動力となっている。そのため、建設業者は公共工事の受注には力を注ぐものの、新規事業への取り組みはあまり見られないため、長期的な視点で経営を見る必要がある。

製造業は、町の企業誘致により工業団地に7社程度が移転しており、その多くは大手・中堅企業の下請けである。そのため売上は大手・中堅企業の業績に左右されるため、内部での生産性を上げていく必要がある。

#### ・商工会の現状と課題

当会は、赤村商工会と共同設置された事務局長1名、経営指導員1名、経営支援員1名という、商工会組織の構成体としては最小単位の商工会であるため、多岐にわたる経営改善普及事業や一般管理業務等を少人数で行わなければならない。その中で伴走型支援を行うには、職員の経営支援能力の向上を図るとともに、事業の選択と集中を行っていくことが必要である。

### (2) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

以上、町内の小規模事業者の現状と商工会の現状を踏まえ、以下の方針で小規模事業者の中長期的な振興を実施する。

#### ①10年程度の期間を見据えて

地域経済を支えている小規模事業者が、社会情勢の変化や競争の激化に耐え、持続的発展を遂げるためには、環境変化に対応し自社の強みを生かした経営力強化や、新たに収益を生み出す事業展開が必要である。そのため、消費者ニーズを的確に捉え多くの需要を獲得するため、時代に即応したデジタルによる情報発信等の様々なツールを活用した広範囲への積極的なアプローチが必要となっている。当会としても、小規模事業者に寄り添い経営戦略をサポートする体制を整え小規模事業者の持続的発展を目指す。

経営基盤の安定化や創業による新陳代謝の促進、交流人口の増加を図ることで、10年先も当地域で多くの人や物が交流し、地域経済が活性化している状態を目指す。

#### ②大任町総合計画との連動性・整合性

「大任町総合計画」では「道の駅おおう桜街道」を商工・観光の中心と位置付け、道の駅を中心とした交流人口の増加を図ることとしている。商工会は町とともに道の駅の振興を協働することで地域経済の底上げを図る。その上で小規模事業者全体の活力を高めていくため、伴走型支援、経営基盤の安定化、創業による新陳代謝の促進・育成に向けて持続的発展に取り組む。

#### ③商工会としての役割

建設業を中心とした地域経済の現状ではあるが公共工事が多い大任町においては、商工会が町を活性化していくための役割は、道の駅を経済の中心とし、そこから広がる商業・サービス業への支援を行うことである。そして、地域の実情に対応しながら伴走型支援体制を整えることで、小規模事業者の経営状況や課題を把握し、経営者の育成を通して継続的な成長を支援することで、小規模事業者の売上・利益の増加を目指す。

### (3) 経営発達支援事業の目標

町を活性化するため、道の駅を経済の中心と捉え、そこから広がる商業・サービス業への支援を行う。そして小規模事業者の経営実態に合わせた支援を実行し、その中で小規模事業者自らでは気づきにくい個性や魅力を発見し、活用することで、小規模事業者の売上増加、利益率改善を図るとともに、経営体質の改善を図る。

- ①掘り起こしから業績向上までの計画的な伴走支援
- ②デジタルを活用した販路開拓、業務効率化支援の充実
- ③新たな支援メニューに対応できる支援体制の構築
- ④少人数でも可能な支援体制の構築

## 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4年4月1日～令和9年3月31日）

(2) 目標の達成に向けた方針

**①掘り起こしから業績向上までの計画的な伴走支援**

広く情報を提供し、小規模事業者への施策普及の推進を行う。その上で、経営発達支援の対象となる小規模事業者の掘り起こしから、事業計画策定、策定後支援へと伴走支援を計画的に行う。

**②デジタルを活用した販路開拓、業務効率化支援の充実**

小規模事業者が大きなステップを踏むことがなくかつ安価で導入が可能な電子決済や SNS 等のデジタルを活用した販路開拓、業務効率化等を提案し、時代に応じた支援を行う。

**③新たな支援メニューに対応できる支援体制の構築**

急速に進むデジタル化は今後の小規模事業者支援には必要不可欠なものとなってきている。これらを小規模事業者支援の最重要ツールと捉え、職員間で知識習得を図り支援体制の構築を図る。

**④少人数でも可能な支援体制の構築**

小規模事業者側の支援を受ける体制、商工会側の指導体制を総合的に整理し、少人数の体制で可能な支援体制を構築するため、事業の選択と集中を行う。

### 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] 当地域の景気動向調査を年4回実施してきた。また、各機関が実施する景気動向調査・金融動向調査等を収集、整理することで管内及び県内の経済動向を把握し、その資料を小規模事業者に情報提供してきた。

[課題] 景気動向調査、金融動向調査等は小規模事業者が事業計画を策定する前段階の資料としては参考程度のものであり、実際に小規模事業者が求める調査内容からは乖離している。そのため、その後の事業計画策定に結びつきにくい状況にあった。そのことから、地域経済動向調査自体が計画策定に結びつくための調査を行っていく必要がある。

(2) 目標

	現行	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度	R8 年度
①国が提供するビッグデータの活用（公表回数）	—	年1回	年1回	年1回	年1回	年1回

### (3) 事業内容

#### ①国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小規模事業者に対し、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、経営指導員が「RESAS」(地域経済分析システム)を活用した地域の経済動向分析を行い、年1回公表する。

#### 【調査項目及び調査目的】

調査項目	調査目的
人口(構成、増減、新卒者就職、将来推計など)	顧客や市場の調査・分析、就職状況の調査など
産業構造(事業者数、従業者数、付加価値額、労働生産性など)	商品・サービスの品質向上、業務の効率化など
企業活動(創業比率、中小・小規模企業財務比率など)	創業状況の調査、財務状況の調査など

【分析手法】・「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。

### (4) 成果の活用

- 情報収集・調査、分析した結果はホームページに掲載し、広く管内小規模事業者に周知する。
- 経営指導員等が指導を行う際の参考資料とする。
- 事業計画策定における外部環境分析資料として活用する。

## 4. 需要動向調査に関すること

### (1) 現状と課題

【現状】消費者ニーズを把握するためイベント等でアンケート調査を行ってきた。

【課題】イベント等でのアンケート調査には数日前から多くの準備と人員が必要となるため、費用対効果を上げるために調査方法を検討する必要がある。また商談会等は開催時期が偏っており、事業計画策定の前段階として需要動向調査をするのであれば、タイミングやレスポンスに問題があるため、簡略でも迅速に対応が可能な仕組みを導入する必要がある。

### (2) 目標

	現行	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度
①調査対象小規模事業者数	5者	10者	10者	10者	10者	10者

### (3) 事業内容

#### ①SNSのリサーチ機能を活用した調査

顧客の生の声や意見、需要をSNSの中で気軽に無料で収集することが可能な「LINEのリサーチ機能」や「Twitterアンケート(投票)機能」等を活用し、レスポンスの高いアンケート調査を実施する。従来の質問紙でのアンケートやWebフォームより手軽なため回答する側の利用ハードルが低い。属性(年代、性別等)を絞ったリサーチもできる。洋服、雑貨、アクセサリ、理美容のサービス等のような写真でもイメージができる商品・サービスを主にリサーチ対象とする。

【調査手法】SNSのリサーチ機能を活用

【調査対象】(ア).SNS を通して小規模事業者と繋がっている特定の消費者  
(イ).SNS を利用している不特定多数の消費者

【調査項目】(ア).属性、価格、色、見た目、ネーミング、パッケージ、商品の意見や感想等  
(イ).属性、価格、色、見た目、ネーミング、パッケージ等

#### (4) 調査結果の活用

- 収集した情報は、小規模事業者の販売戦略・商品戦略・広報戦略の立案に活用する。
- 事業計画策定における外部環境分析資料として活用する。

### 5. 経営状況の分析に関すること

#### (1) 現状と課題

[現状] 事業計画策定支援や補助金申請書の作成支援のときに、経営分析を行っている。

[課題] 事業計画策定時の一時的な経営分析だけではなく、中長期的な自社の事業の的確な方向性を見出し、具体的な経営戦略や経営課題の抽出を行い、小規模事業者に理解してもらう必要がある。

#### (2) 目標

	現行	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度	R8 年度
①②経営分析小規模事業者数※	5 者	10 者	10 者	10 者	10 者	10 者

※管内小規模事業者数（119 者）の 40%（約 50 者）を 5 年間の目標数値として経営分析を実施する。50 者÷5 年=10 者/年。

#### (3) 事業内容

##### ①経営分析を行う小規模事業者の発掘

経営分析を行う小規模事業者の発掘のため、「巡回・窓口相談を介した掘り起こし」を実施する。また、定期発送文書に個別相談のチラシを同封、ホームページに掲載し広く周知する。

##### ②経営分析の内容

【対象者】事業の拡大・継続に意欲的な小規模事業者

【分析項目】定量分析たる「財務分析（売上高、粗利益率、損益分岐点、経常利益等）」と、定性分析たる「非財務分析（SWOT 分析）」を実施する。特に対象小規模事業者の強み、弱みについてはヒアリングを通して十分把握し、SWOT 分析に活用する。

【分析手法】経済産業省の「ローカルベンチマーク」等のツールを活用し、外部専門家と連携し、経営指導員が分析を実施する。

#### (4) 分析結果の活用

- 分析結果は、当該小規模事業者にフィードバックし、事業計画策定における内部環境分析資料として活用する。
- 分析結果は、データベースに入力し内部共有することで、今後の経営指導に活用する。

### 6. 事業計画策定支援に関すること

#### (1) 現状と課題

[現状] 補助金申請書を作成するため、また創業者が融資を受けるための添付資料として事業計画の策定支援を行っている。また、DXについて意識して経済活動に活かしている小規模事業者は少ない。

[課題] 補助金申請等のための事業計画の策定は入口としては充分機能しているものの、補助金等を受けることで目的が終始しており事業計画策定がその場限りとなっているので、策定後も小規模事業者が意識できる取組が必要である。また、セミナーについては管内の小規模事業者が少ない（119者）ため単独での開催は参加者が集まりにくいので、近隣商工会と連携する必要がある。DXについては小規模事業者が関心を持って取り組めるような環境づくりが必要である。

## (2) 支援に対する考え方

事業計画策定には小規模事業者に時間をかけてしっかりと参画してもらい、単に補助金申請や融資を受けることだけでなく、今後の事業経営の指針となる計画が策定できるよう粘り強く指導を行うことで、計画策定の本来の意味を理解してもらおう。セミナーは近隣商工会と調整を行い共同で開催する。内容は小規模事業者が興味を引くようなものを検討し多くの参加を促す。併せてDXに関するセミナーも近隣商工会と共同で開催し、小規模事業者の競争力の維持・強化を図る。

## (3) 目標

	現行	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度
①DX推進セミナー	—	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
②事業計画策定小規模事業者数	5者	10者	10者	10者	10者	10者

## (4) 事業内容

### ①DX推進セミナーの開催及びIT専門家の派遣

DXに関する意識の醸成や基礎知識を習得するため、また実際にDXに向けたITツールの導入やWebサイト構築等の取組を推進するために、近隣商工会と共催でセミナーを開催する。併せて、セミナーの参加の有無にかかわらず随時個別相談を受け付け、専門性の高い内容については適宜IT専門家の派遣を実施する。

【支援対象】 DXへの取り組みに柔軟な対応が可能な小規模事業者

【募集方法】 定期発送文書に同封、巡回・窓口相談の際に案内

【カリキュラム】・DX総論、DX関連技術（クラウドサービス、人工知能(AI)等）や具体的な活用事例

- ・クラウド型顧客管理ツールの紹介
- ・SNSを活用した情報発信方法
- ・ECサイトの利用方法等

### ②事業計画策定セミナーの開催

近隣商工会と共催でセミナーを開催する。経営分析を行った小規模事業者や補助金等の申請を検討している小規模事業者を対象にセミナーの参加を促す。

【支援対象】 経営分析を行った小規模事業者及び補助金の申請を検討している小規模事業者

【募集方法】 定期発送文書に同封、巡回・窓口相談のときに案内

【支援手法】 事業計画策定セミナー受講者に対し経営指導員が伴走支援しながら、適宜外部専

門家を交えて確実に事業計画の策定につなげていく。

## 7. 事業計画策定後の実施支援に関すること

### (1) 現状と課題

[現状] 事業計画策定後の実施支援として定期的に進捗状況の確認を行っており、状況に応じて経営指導員が助言等を行い、また適宜外部専門家による指導を受けている。

[課題] 事業計画の進捗確認と状況に応じた支援を行ってきたが、事業計画の実施内容が売上や利益率の増加等にどの程度結びついたかの検証がなされておらず、計画策定の具体的な効果が不透明である。

### (2) 支援に対する考え方

事業計画を策定した全ての小規模事業者を対象とするが、事業計画の進捗状況等により、訪問回数を増やして集中的に支援すべき小規模事業者と、ある程度順調と判断し訪問回数を減らしても支障のない小規模事業者を見極めた上で、フォローアップ頻度を設定する。また、財務状況を把握することで定量的に支援の効果を測定する。

### (3) 目標

	現行	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度	R8 年度
フォローアップ対象小規模事業者数	5 者	10 者				
頻度 (延回数) ※	20 回	46 回	46 回	46 回	46 回	46 回
売上増加小規模事業者数	—	1 者	1 者	1 者	2 者	2 者
利益率 5%以上増加の小規模事業者数	—	1 者	1 者	1 者	2 者	2 者

※進捗状況の悪い小規模事業者を 3 者想定

7 者 (四半期に 1 回) → 7 者×4 回 = 28 回

3 者 (2 カ月に 1 回) → 3 者×6 回 = 18 回

28 回 + 18 回 = 46 回

### (4) 事業内容

事業計画を策定した小規模事業者に対し、原則、四半期に 1 回の頻度でフォローアップを実施する。進捗状況の悪い事業に対しては 2 カ月に 1 回のフォローアップとし、進捗是正の支援に努める。ただし、小規模事業者からの申出等により、臨機応変に対応する。なお、進捗状況が思わしくなく、事業計画との間にズレが生じていると判断する場合には、外部専門家等の第三者の視点を投入し、当該ズレの発生要因及び今後の対応方策を検討の上、フォローアップ頻度の変更等を行う。

## 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] 当町の産業構造は建設業の構成比 (36.1%) が高く、商談会等への出展対象となる小規模事業者が非常に少ないため、商談会等を通しての販路開拓支援はほとんどできてない。また、IT

を販路開拓に活用している小規模事業者への支援はスポットで行っている。

[課題] 商談会等への出展は対象となる小規模事業者にあったものを提案していく必要がある。また DX 推進については、多くの小規模事業者が認知していないことから、まず DX について理解・認識してもらう取り組みから始める必要がある。

## (2) 支援に対する考え方

展示会(BtoC)への出展対象となる小規模事業者が少ないことから、対象となり得る小規模事業者にあった展示会を提案していくことから始める。当面は県や福岡県商工会連合会等が開催する展示会への出展を目指す。商談会(BtoB)の成約には商品に一定のロットが求められることが多いため、本計画では目標設定を行わない。DX 推進は、まずそれで何ができるのか等をセミナーや個別相談を通して認知・関心を持ってもらう。そして事業への有用性の理解してもらった上でまずは簡易な DX 導入支援を行い、必要に応じて IT 専門家派遣を実施する。

## (3) 目標

	現行	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度	R8 年度
①展示会出展小規模事業者数	—	1 者	1 者	1 者	2 者	2 者
売上額/者	—	10 万円				
②無料または格安アプリ導入支援	—	4 者	4 者	4 者	4 者	4 者
③EC サイト利用小規模事業者数	—	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者
売上増加率/者	—	10%	10%	10%	10%	10%
④SNS 活用小規模事業者数	—	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者
売上増加率/者	—	10%	10%	10%	10%	10%

### ①展示会出展の支援 (B to C)

事業計画を策定した小規模事業者に展示会への出展を促し、新たな需要の開拓を支援する。出展会場で SNS や二次元コードを用いて消費者との結びつきを増やし、リピーターとして実店舗への来店や EC サイトでの購買を促す。

#### 【小倉ハンドメイドマルシェ】

概要 クリエイター・作家によるハンドメイド・クラフト作品の展示・販売等  
 対象者 一般消費者  
 規模 出展者数 600 者、来場者数 6,500 人

### ②無料または格安のアプリから始める DX 支援

DX の導入の足掛かりとして、小規模事業者が導入しやすい無料または格安のアプリの導入支援から始める。店舗の情報を登録して Google 検索や Google マップに表示できる「google マイビジネス」や、店舗のお知らせ配信や独自クーポンが発行できる「PayPay マイストア(※1)」等を導入することで、まずは体感してもらう。また、独立行政法人中小企業基盤整備機構の「ここからアプリ」から、業種・目的・条件別に導入事例を参考にしながら、その小規模事業者が求めるアプリを検索する。

【支援内容】 Google マイビジネス、PayPay マイストア等の活用支援

その他スマホアプリ等を使って店舗への集客・継続利用を促したり、業務効率化を図るためのツールの活用支援 等

③ minne（ミンネ）（※2）EC サイト活用支援（B to C）

GMO ペパボ株式会社が運営するショッピングサイト等の提案を行いながら、効果的な商品紹介のリード文・写真撮影、商品構成等の伴走支援を行う。

④ SNS 活用支援

現状の顧客が近隣の商圈に限られていることから、より遠方の顧客の取込のため、取り組みやすい SNS を活用し、宣伝効果を向上させるための支援を行う。

（※1）PayPay マイストア～PayPay 株式会社が運営する事業者向けネットサービス。店舗独自の情報の配信や独自クーポンの発行ができる。

（※2）minne（ミンネ）～家具、服、食べもの、靴、財布、器、アクセサリ等、自分の手だけを利用して作ったもの、誰かの手やテクノロジーの力を借りて作ったもの、こだわりを持って生み出されたものを販売するサイト。

## 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〕 毎年度 1 回事業評価委員会で事業評価を実施している。

〔課題〕 事業評価委員からはあらゆる視点から定性的な提言があっている。しかし、その進捗や効果についての評価基準を明確に設定していないため、売上高や利益率等の定量的な評価基準を新たに設け、数値に基づいた評価をしていく必要がある。

#### （2）事業内容

経営発達支援事業の進捗管理については、定量的な成果（売上高、利益率等）を法定経営指導員が中心となり把握に努める。

町担当者、外部有識者（中小企業診断士等）、法定経営指導員をメンバーとする「事業評価委員会」を年に 1 回開催し、経営発達支援事業の進捗状況について評価・見直しを行う。

評価結果は、理事会に報告した上で事業実施方針に反映させるとともに、ホームページに掲載することで地域の小規模事業者が常に閲覧が可能な状態とする。

### 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〕 福岡県商工会連合会主催の一般研修及び専門研修、福岡県商工会職員協議会主催の経営改善普及事業運営研究会等に職員を派遣してきた。

〔課題〕 経営発達支援事業について職員間で業務の共有が十分でないところがある。また、職員の DX に関する知識がほとんど無いため、小規模事業者への指導を行う体制を整備する必要がある。

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】

経営指導員及び一般職員の支援能力の一層の向上のため、中小企業庁が主催する「経営指導員研修」等に計画的に経営指導員等を派遣する。

#### 【DX 推進に向けたセミナー】

喫緊の課題である地域の小規模事業者のDX推進への対応にあたっては、経営指導員及び一般職員の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) 小規模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、電子マネー商取引システム等のITツール、テレワークの導入、補助金の電子申請、情報セキュリティ対策等

イ) 小規模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

オンライン経営指導の方法等

### ②職員間の定期ミーティングの開催

職員が研修会等で習得したIT等の活用方法や具体的なツールについて、定期的なミーティング（月1回、年間12回）を開催し意見交換を行うことで、職員の支援能力の向上を図る。

### ③データベース化

担当経営指導員が商エイントラ(※)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の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。

(※)商エイントラ～経営指導カルテや事業者情報、財務情報等を入出力する福岡県内商工会の経営支援のためのグループウェア

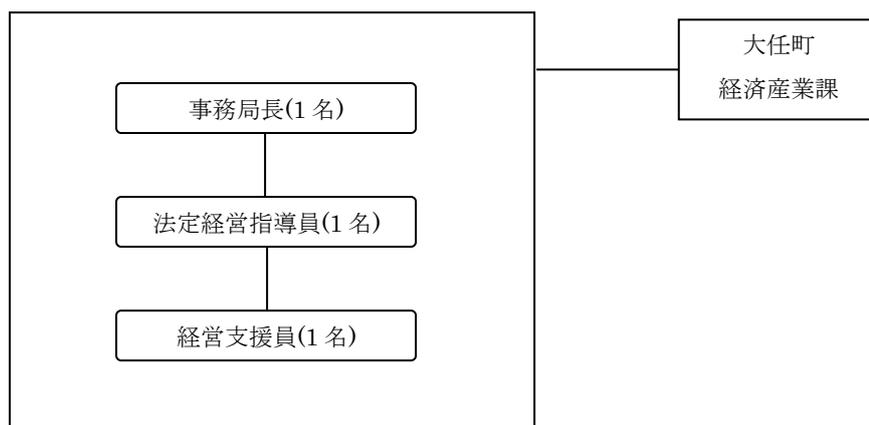
(別表2)

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3年10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)



(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： 田中博文

■ 連絡先： 大任町商工会 TEL0947-63-2241

② 法定経営指導員による情報の提供及び助言

経営発達支援事業の実施・実施に係る指導及び助言、目標達成に向けた進捗管理、事業の評価・見直しをする際の必要な情報の提供等を行う。

(3) 商工会、関係市町村連絡先

① 商工会

〒824-0512 福岡県田川郡大任町大行事 3042-1

大任町商工会

TEL : 0947-63-2241 FAX : 0947-63-4019 E-mail : ootou@shokokai.ne.jp

② 関係市町村

〒824-0512 福岡県田川郡大任町大行事 3067

大任町 経済産業課

TEL : 0947-63-3001 FAX : 0947-63-3813 E-mail : sankei2@town.oto.fukuoka.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4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度
必要な資金の額	500	500	500	500	500
3.地域経済動向調査	0	0	0	0	0
4.需要動向調査	100	100	100	100	100
5.経営分析	100	100	100	100	100
6.事業計画策定支援	100	100	100	100	100
7.事業計画策定後支援	100	100	100	100	100
8.販路開拓	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
国補助金、県補助金、町補助金、助成金、手数料、雑収入

(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
連携者なし
連携して実施する事業の内容
連携して事業を実施する者の役割
連携体制図等