

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	福智町商工会 (法人番号:6290805007940) 福智町 (地方公共団体コード:406104)
実施期間	令和3年4月1日～令和8年3月31日
目標	<p>経営発達支援事業の目標</p> <p>①経営力強化による「地域を牽引する小規模事業者」の創出</p> <p>②円滑な事業承継の推進および開業の促進</p> <p>③魅力ある福智ブランド商品の開発支援およびマーケティングに基づく販路開拓支援</p>
事業内容	<p>経営発達支援事業の内容</p> <p>3-1. 地域の経済動向調査に関すること 国が提供するビッグデータおよび管内景気動向調査結果を分析し、その結果をホームページ上に掲載し広く公表、地域経済動向の共有化を図る。</p> <p>3-2. 需要動向調査に関すること 展示会や地域イベント等を通じたアンケート調査を実施し、アンケート調査の分析結果を商品にフィードバックする。</p> <p>4. 経営状況の分析に関すること 経営の持続的発展のために必要である経営分析を行うため、巡回及びセミナーにおいて経営分析実施を働きかけ、経営分析実施支援を行う。</p> <p>5. 事業計画策定支援に関すること 社会情勢の変化に対応し、自らのビジネスモデルを再構築するために必要不可欠である事業計画の策定を行うため、セミナーおよびあらゆる相談機会をきっかけとして事業計画策定支援を行う。</p> <p>6. 事業計画策定後の実施支援に関すること 事業計画を策定した全ての事業者へのフォローアップを実施し、必要に応じて事業計画の見直しを行う。</p> <p>7. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること 小規模事業者の販路開拓に資するため、展示会・商談会への出展支援を実施。必要に応じてEC販売推進等、ITを活用した販路開拓支援を行う。</p> <p>地域経済の活性化に資する取組</p> <p>11. 地域経済の活性化に資する取組に関すること 「福智ブランドアップミーティング」を開催し、地域活性化の方向性、地域資源の活用等を検討して地域のブランディング力を強化・共有する。</p>
連絡先	<p>福智町商工会</p> <p>〒822-1101 福岡県田川郡福智町赤池 968 番地</p> <p>TEL:0947-28-5055 MAIL:fukuchi@shokokai.ne.jp</p> <p>福智町 まちづくり総合政策課</p> <p>〒822-1292 福岡県田川郡福智町金田 937 番地 2</p> <p>TEL:0947-22-7766 MAIL:fg0520@town.fukuchi.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

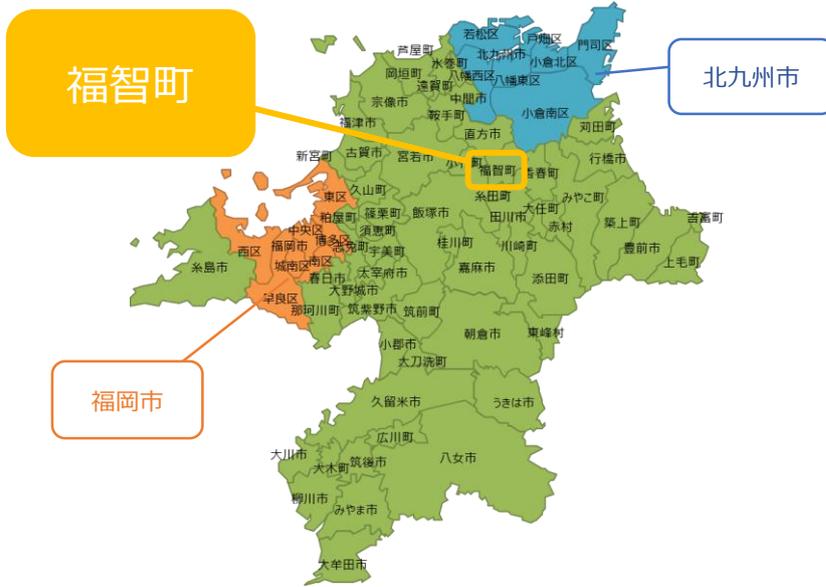
1. 目標

(1) 地域の現状及び課題

① 現状

①-1 立地

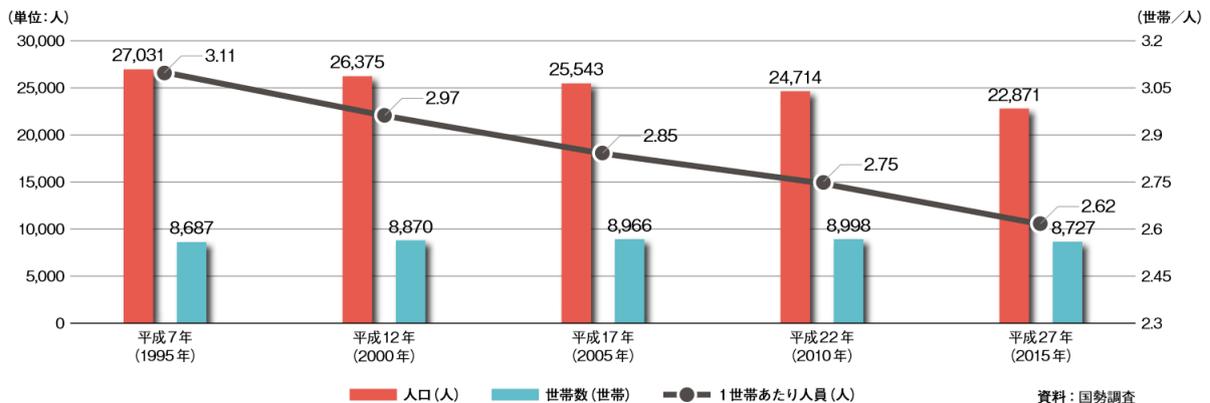
現在の福智町(以下、当町)は、平成 18 年 3 月に赤池町、金田町、方城町の 3 町合併により誕生した。福岡県の中央部よりやや北東寄り、筑豊(福岡県を 4 つに分割した地域(福岡・北九州・筑後・筑豊)の一つで、その内陸部(中央部)をさす地域名)の北東端部、福岡市の東約 45km、北九州市の南約 35km の場所に位置する。面積は 42.06 平方キロメートルで、直方市・北九州市・香春町・田川市・糸田町・飯塚市と隣接し、福岡・北九州の 2 大都市圏から自動車で約 1 時間と比較的交通利便性に優れている。町の中央部で彦山川と中元寺川が合流し、北部へ貫流。北東部にある福智山(901m)をはじめとする 600~700m 級の山が連なる山地で、それ以外の地域は筑豊盆地の北東端にあたる。



①-2 人口

当町の人口は、平成 27 年国勢調査時点では 22,871 人、世帯数は 8,727 世帯となっている。平成 22 年の国勢調査と比較すると、人口、世帯数ともに減少している。1 世帯あたりの世帯人員は平成 22 年の 2.75 人から平成 27 年には 2.62 人にまで減少している(表 I 参照)。

[表 I 福智町の人口・世帯数・1 世帯あたり人員の推移(平成 7 年~平成 27 年)]



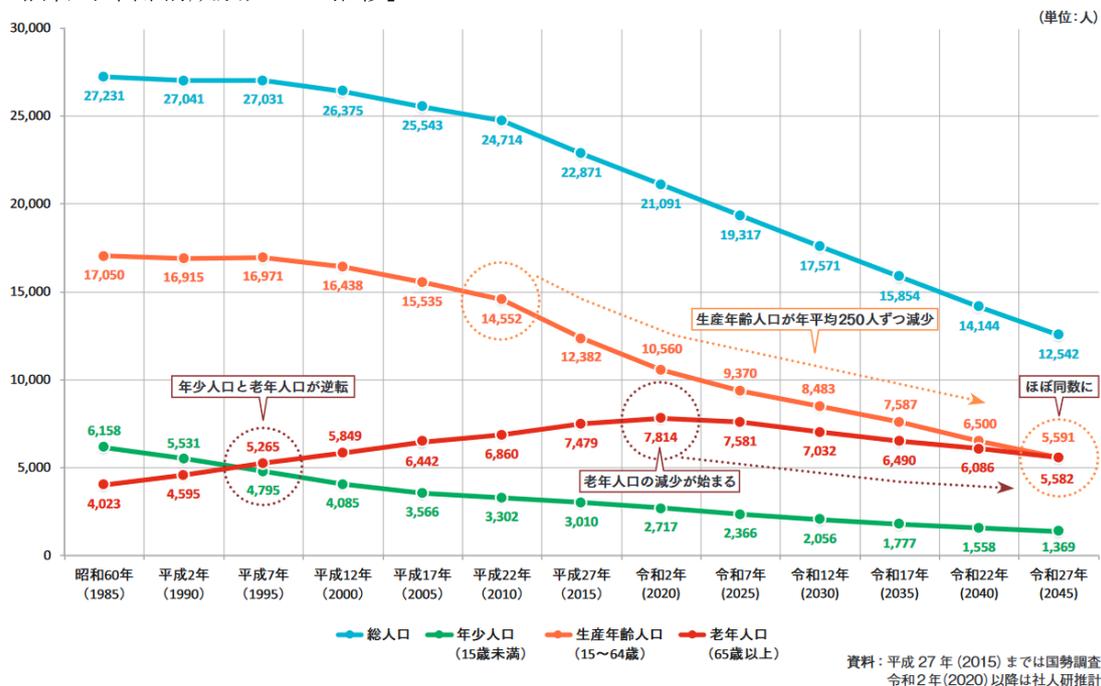
※出典<第 2 次福智町総合計画 >

当町の人口について、その構成を老年人口(65 歳以上)、生産年齢人口(15~64 歳)、年少人口(0~14

歳)別に分析すると、老年人口の割合が増加する一方、生産年齢人口、年少人口の割合が減少しており、**少子高齢化が顕在化**してきている。

今後の人口予測では、老年人口および年少人口の減少、そして**地域の経済を担う生産年齢人口の減少も継続する**と予測されている(表Ⅱ参照)。

[表Ⅱ 福智町年齢構成別人口の推移]



※出典<第2次福智町総合計画 >

①—3 産業

【地域事業者の景況】

〈事業所数〉

[表Ⅲ 業種別小規模事業者数推移]

業種	H27	H28	H29	H30	R1
建設業	234	200	203	206	200
製造業	58	60	54	55	56
卸売業、小売業	167	171	162	163	153
飲食業、宿泊業	37	38	40	39	39
サービス業	125	145	145	151	154
その他	2	3	3	3	3
合計	623	617	607	617	605

※福智町商工会が独自調査により作成した「商工業者台帳」より

過去5年間の業種別小規模事業者推移を見ると(毎年の業種別小規模事業者数推移を把握するため福智町商工会独自調査による商工業者台帳を用いる)、**建設業については平成27年が234事業所、令和元年が200事業所と大きく減少している**(表Ⅲ参照)。

卸売業、小売業についても平成27年の167事業所から、令和元年は153事業所へ減少している。

製造業、飲食業、宿泊業については横ばい、サービス業においては事業所数の増加が見受けられるが、**町内全体としての事業所数の減少は今後も継続するものと考えられる。**

【企業数】

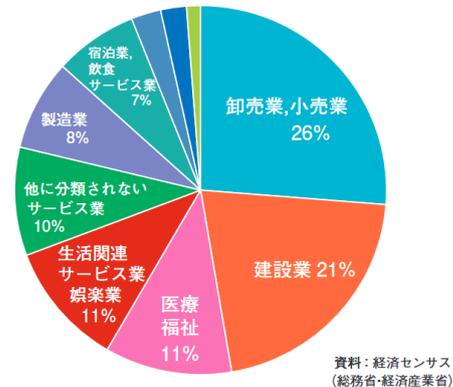
当町の産業を企業数(大分類)で見た場合、平成 28 年の企業数割合は卸売業・小売業が 26.3%、建設業が 21.1%を占めており、以下医療福祉 11.1%、生活関連サービス業が 10.9%と続き、多様な産業構造となっていることがわかる(表IV参照)。

[表IV 福智町の企業数/大分類(平成 28 年)]

(単位:社)

順位	企業数/大分類(上位10)	企業数	割合
1	卸売業, 小売業	152	26.3%
2	建設業	122	21.1%
3	医療, 福祉	64	11.1%
4	生活関連サービス業, 娯楽業	63	10.9%
5	他に分類されないサービス業	55	9.5%
6	製造業	46	7.9%
7	宿泊業, 飲食サービス業	42	7.3%
8	運輸業, 郵便業	15	2.6%
9	学術研究, 専門・技術サービス業	13	2.2%
10	不動産業, 物品賃貸業	7	1.2%
	福智町内企業数	590	100%

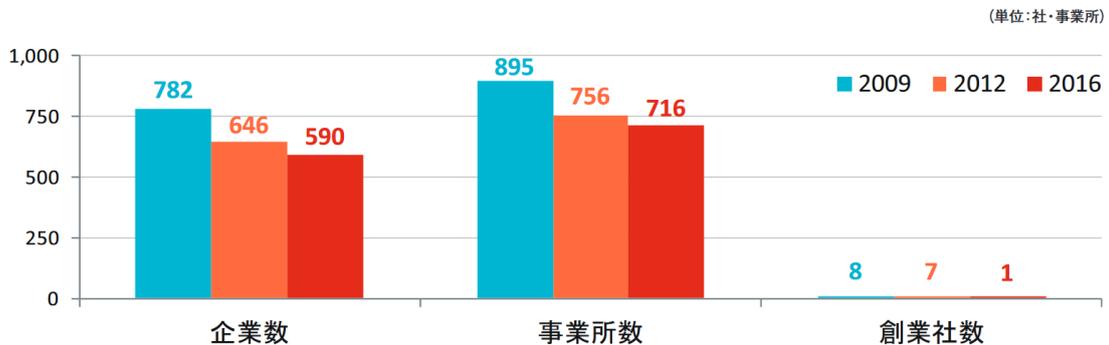
【福智町の企業数(大分類)上位 10 業種の割合】



※出典<第 2 期福智町まち・ひと・しごと創生総合戦略 >

当町の企業数・事業所数・開業社数の概況を見ると、企業数・事業所数・開業社数ともに減少しており、特に開業社数については非常に少ないのが現状である(表V参照)。

[表V 福智町の企業数・事業所数・開業社数の概況(平成 21 年(2009 年)・平成 24 年(2012 年)・平成 28 年(2016 年))]



資料: 総務省・経済産業省 / 経済センサス

※出典<第 2 次福智町総合計画 >

〈商業〉

卸売・小売業については、かつては町内において商店街を形成し賑わいを見せていたが、人口減少とともに衰退し、少子高齢化、後継者不足、近隣への大型店の進出などで、細々と営業している事業者がほとんどである。地域住民が買い物をする場所として事業を継続している店舗も見受けられるが、近隣への大型店の進出やインターネット通販利用者の増加等、環境の変化に対して商品やサービスの内容が昔から変化がなく、現在の顧客ニーズと合致していない事業所も多い。

飲食・サービス業については、売上の低迷、後継者不足等により廃業が続くと同時に開業数も少ない。特に飲食業においては地域住民や町外の住民が「行きたい」と思う店舗が少なく、また店舗数の少なから住民にとっての選択肢も限られているのが現状である。

〈工業〉

製造業については、福智町では近年工場誘致が進められ、町南西部に赤池工業団地を有している。特

定のニーズを取り込むことのできている一部業種では堅調に受注があるが、多くの製造業は受注減が続き、売上が低迷している状況である。

売上の低迷により先行きが不透明であるため思い切った設備投資ができない事業所も多い。

作業員の不足、配送時のトラック運転手の不足等、雇用の多様化・流動化等による離職の増加を背景にした**人手不足**が問題となっている。

建設業については、事業主が高齢であり後継者が存在しない事業所が多く、今後も事業所数は減少していくものと考えられる。また製造業と同じく**人手不足**も深刻な状況である。建設需要は旺盛であり、業界として工事発注件数は多いものの、人件費等の高騰が続いており、利益にはつながっていない。総じて工業においては、**人手不足下における生産性の向上実現が急務**である。

〈農業〉

福智町の農業は縮小傾向にあり、農業販売金額は平成17年の59,125万円から、平成22年の48,250万円へ減少となっている(福智町まち・ひと・しごと創生総合戦略より)。

農業の衰退は福智町にとって大きな損失であるため、農産物を活用した**地域ブランド商品等のマーケティング戦略**とも連携し、農業分野の回復と活性化に寄与する必要がある。

〈観光関連(上野焼・特産品・地域イベント等)〉

[上野焼(あがのやき)]

福智町は「上野焼」「福智ブランドの食(福智産素材を贅沢に使った「ふくち☆リッチジェラート」や「ふくち☆リッチマカロン」等)」といった他に誇れる魅力的な一面を持っている。

当町は**国指定伝統工芸品「上野焼」の産地であり、400年以上の伝統を受け継ぐ窯元が点在する陶芸の里となっている。**

しかしながら、町の地域ブランド化に大きく寄与してきた「上野焼」も、近年の消費者のライフスタイルの変化への対応の遅れによる売上の低迷、後継者不足により、廃業する窯元も出てきている。

そのため、売上高・入込客数ともに減少傾向にあり、将来的な産地存続という点においても厳しい状況に直面している。

福智町が誇る「上野焼」は、当町における文化・歴史を代表する中核的存在であるため、今後はさらなるブランド力の向上と産地活性化を図る必要がある。

[特産品・地域イベント等]

「福智町」という町名の由来でもあり、シンボルとして親しまれている福智山は、昨今の登山ブームもあり、年間数万人の登山客が訪れている。

町のイベント特産品開発と連動して地域ブランド化を進めるPRイベント「フクチ・ファインド・フェスティバル」では、福智産素材を贅沢に使った「ふくち☆リッチジェラート」が生み出された。

同イベントでは茶陶として栄えた上野焼の里・福智で、茶席に欠かせない茶菓子「スイーツ」にスポットを当てた「福智スイーツ大茶会」が開催され、好評を博している。当イベントは毎年県内外から福智町の人口を上回る3万人以上が訪れ、50を超える県内有名スイーツ店舗が各店自慢の逸品とともに福智町に集結する町のシンボルイベントであり、九州最大規模のスイーツイベントである。

地域ブランド化による観光振興や定住促進、地域活性化につなげるには、福智山、上野焼、農産物、福智ブランドの食などの地域資源の効果的なPR、販促活動が必要である。

②課題

地域での小規模事業者の課題は、以下のようにまとめられる。

課題①

めまぐるしく変化する外部環境への対応

近隣市町への大型ショッピングセンター、ディスカウントストア等の出店、そしてインターネット通販等の利用者増加により商業を取り巻く環境が変化したことで、町内消費者の消費行動も飯塚市、

田川市、直方市などを広域に買い回る消費行動に変化している。

当町では、商品やサービスにおいて、その内容を変化させることなく昔ながらの商品・サービスのまま経営を行っている事業所が多い。それで売上が確保できているならば変化を必要としないが、目まぐるしく経営環境が変わる現在においては、**変化する顧客ニーズや人手不足への対応等、経営環境を的確に把握し、自社の強みを活かして対応した商品・サービス・生産性の向上が必要**となっている。

課題②	減少を続ける事業所数・雇用者数への対応
-----	---------------------

福智町では、高齢化や後継者不足、環境変化による売上の低迷等により、廃業が増加傾向にある。廃業も相次ぎ、小規模事業者の衰退およびそれに伴う雇用の減少が加速していることから、事業承継問題の解決や、競合を避け、新規顧客を創出する為の経営基盤の改善や強化が求められている

地域経済を維持・向上させるためには事業所数および雇用者数を維持・増加させなければならず、そのためには円滑な事業承継支援の実施、開業の促進支援を行う必要がある。

課題③	地域資源を活用した地域ブランド化への対応
-----	----------------------

当町には、伝統的工芸品である上野焼や、福智の農産品を使用した「ふくち☆リッチジュラート」等、豊富な地域資源が存在するが、それらを効果的にPRし、活かすことができていない現状である。

売上の低迷、後継者不足といった問題が顕在化しているため、福智ブランド商品を積極的にPRし、**地域のブランド力を高め、販路開拓を行う必要がある。**

(2)小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

①10年程度の期間を見据えて

【中長期的な振興のあり方】

当町の今後10年を見据えると、高齢化や人口減少および生産人口の減少は避けられない状況であり、事業者においては労働力の減少等が予想され、**生産性向上による競争力の強化や販路開拓のため**に市場を客観的に捉えた経営を行うことが重要である。

そこで、今後の中長期的な振興のあり方としては、**福智町の地域の強み・個々の事業者の強みを最大限活用し、独自性を持った経営により差別化を図ることで、地域産業の競争力強化に寄与する。**それにより、小規模事業者の持続的な発展を実現させ、地域経済の発展に貢献する。

②福智町総合計画との連動性・整合性

第2次福智町総合計画(計画期間:平成29年～令和8年)における、産業分野の取組みは以下のとおりである(抜粋)。

【第2次福智町総合計画】

- 商工業は、経営者の高齢化や跡継ぎ不足に加え、開業、開業者不足による空き店舗増加等の課題を抱えており、企業の労働力を確保する環境づくりも求められている。
- 地域ブランド化による観光振興や定住促進、地域活性化につなげるには、福智山、上野焼、農産物、福智ブランドの食などの地域資源の活用。

また、第2次福智町総合計画を上位計画とする第2期福智町まち・ひと・しごと創生総合戦略においては次のように掲げられている(以下第2期福智町まち・ひと・しごと創生総合戦略より抜粋)。

【第2期福智町まち・ひと・しごと創生総合戦略(令和2年～令和6年)】

<数値目標>

1. 雇用創出数:100人(5か年計)→230人(平成27年度～4か年実績)
2. 開業事業所数:5事業所開業(5か年計)→9事業所開業(平成27年度～4か年実績)
3. 生産販売額:5億円創出(5か年計)→23億4千万円創出(平成27年度～4か年実績)

[基本目標1 福智町にしごとをつくり、安心して働けるようにする]

- ・福智町のブランド商品としての特産品の開発・販路開拓の取り組みに支援を行う。

- ・企業誘致の環境整備と**地域産業の競争力を強化**し、雇用の拡充に取り組む。

[基本的方向]

- ・町の活性化を目的に、観光産業の集客増をもたらす取り組みを実施する事業者には、支援を行う。
- ・**福智町の地域資源を生かした観光イベント等**を実施し、交流人口増加を推進し、地域ブランド化を図るとともに、定住人口の増加に結びつける。

商工会にとって、上記で述べられているような**後継者不足や地域ブランド化、雇用の促進、福智町の地域資源を生かした観光イベント等との連動した取り組みが必要**となる。

このように、小規模事業者の販路開拓および**地域産業の競争力強化、減少する労働力への対応等**、町の総合計画と商工会の中長期的な振興のあり方には**連動性・整合性**があると考えられる。

③商工会としての役割

このような状況のなか、福智町商工会が今後取り組むべき事業は、**地域経済を下支えするための、長期的で地道な取り組み**である。

面ではなく個者への個別具体的な支援を行うことで、地域事業者のロールモデルとなる事業者を創出し、小規模事業者の持続的な発展を実現させ、地域経済の発展に貢献することであると考えられる。

(3)経営発達支援事業の目標

上記(1)、(2)を踏まえて、以下の通り目標を定める。

目標①	経営力強化による「 地域を牽引する小規模事業者 」の創出
-----	-------------------------------------

小規模事業者の「強み」を活かし、他社との差別化を図ることによる**経営力の強化**を行い、**強固な経営基盤**を確立するための支援を実施する。

顧客ニーズや地域課題に対応可能な企業を育成し、**地域を牽引する小規模事業者の創出**を行う。

目標②	円滑な 事業承継の推進 および 開業の促進
-----	-------------------------------------

福智町の事業者数が**減少の一途**を辿っているという背景から、その**維持・増加のため円滑な事業承継**および**新規開業の促進**を行う。

目標③	魅力ある福智ブランド商品の開発支援 および マーケティングに基づく販路開拓支援
-----	---

福智町に多く存在する**上野焼・福智ブランド商品**において、その**ブラッシュアップ**を行い**展示会・商談会等への出展支援等**の**マーケティング**を行う。

2. 経営発達支援事業の実施期間、目標の達成方針

(1) 経営発達支援事業の実施期間(令和3年4月1日～令和8年3月31日)

(2) 目標の達成に向けた方針

以下の通り、目標に対する方針を定める。

方針① [経営力強化による「地域を牽引する小規模事業者」の創出]に対する方針

小規模事業者の経営力を強化するためには、自社の経営状況の分析および需要を見据えた事業計画を策定することが重要である。また伴走型支援を行い、顧客ニーズ等の環境変化が起こった際には計画にも改善を加えていくといった意識も必要となる。

地域の現状を鑑みて、顧客ニーズ等の情報収集、販売促進（ソーシャルメディアマーケティング等）、生産性向上支援に注力していく。

方針② [円滑な事業承継の推進および開業促進]に対する方針

商工会の経営指導員による支援に加え、専門家等と連携して、高齢化や後継者不足等により事業承継に問題を抱える事業所に対し、事業承継に向けた取組みを支援すると共に、意欲ある開業者を育成し、開業に繋げていく。

事業承継計画の策定や開業計画の策定、事業承継・開業後のフォローアップ等、継続的な支援を行う。

方針③ [魅力ある福智ブランド商品の開発支援およびマーケティングに基づく販路開拓]に対する方針

自社商品の開発・ブラッシュアップから展示会出展等の販路開拓まで、伴走型の支援を行う。

福智町に多く存在する上野焼・福智ブランド商品において、そのブラッシュアップを行い展示会・商談会等への出展支援を行い、地域資源力を最大限に発揮した福智ブランド力の向上を図る。展示会等において顧客が求めるニーズや最新の市場動向を幅広く情報収集し、顧客が求める商品を作るという発想を養う。また、販路拡大の観点からECサイトやSNS等の活用支援も併せて行う。

経営発達支援事業の内容

3-1. 地域の経済動向調査に関すること

(1) 現状と課題

[現状]

小規模事業者が適切な経営判断、事業計画及び経営方針の立案が行えるようにするため、地域の小規模事業者へアンケート調査を行い、収集・抽出した情報は、分類を行い整理、分析してグラフ等を活用した資料として取りまとめている。資料は必要に応じて小規模事業者への情報提供を行っている。

[課題]

アンケート結果を資料として取りまとめ、適宜情報ツールにて運用中であるが、よりわかりやすく、より関心を持つような情報提供が必要である。

未だ管内の小規模事業者の多くは地域の経済動向について把握していないのが現状であり、実態に近い経済動向の情報を伝えるため、今後はビッグデータ等を活用し、小規模事業者へ向けた幅広い情報提供を行っていく。

小規模事業者がより良い経営を行っていくためには地域の経済動向の把握が不可欠であり、より

参考となる経済動向調査データの提供が重要となる。

(2) 目標

【データ公表回数】

支援内容	現状	R3 年度	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度
ビッグデータ分析レポート回数（当商工会HPにて公表）	-	1	1	1	1	1
小規模企業景気動向調査回数（当商工会HPにて公表）	-	4	4	4	4	4

(3) 事業内容

① ビッグデータの活用

小規模事業者に対し、地域経済の動向把握を促し、限られた経営資源を効果的に投下できるよう、ビッグデータを活用する。

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動向分析を行いレポートとしてまとめ、年1回、福智町商工会のホームページ上にて公表する。

情報収集に活用するデータおよび情報収集項目、分析手法については以下に示すものとし、公表するレポートについては数値や文章だけでなく、グラフや表を用いてわかりやすい情報提供を行う。

【ビッグデータの活用】

活用データ	情報収集項目	分析手法等
地域経済分析システム RESAS「リーサス」	地域経済循環マップ	生産分析 分配分析 支出分析
	産業構造マップ	産業別の現状等
	まちづくりマップ	From-to 分析 滞在人効率
	人口マップ	人口構成 人口増減

上記の分析等を経営指導員等が行い、必要に応じて外部専門家との連携を図る。

② 管内景気動向調査

より実態に近い管内の景気動向について実態を把握するため、全国商工会連合会および福岡県商工会連合会が行う小規模景気動向調査に独自の調査項目を加え景気動向調査を年4回実施し、分析する。

【管内景気動向調査】

区分	内容
調査対象	管内小規模事業者 20 社 (建設業・製造業・卸売業・小売業・サービス業から 4 社ずつ抽出)
調査項目	売上金額・仕入価格・客単価・客数・経常利益・資金繰り・雇用・設備投資・後継者の有無等
調査手法	調査対象企業を選定し、巡回時に調査票を用いてヒアリングにて調査を行う。
分析手法	経営指導員が分析を行う。必要に応じて専門家との連携を図る。
調査頻度	年 4 回(四半期に 1 回)

(4)成果の活用

ビッグデータの調査結果レポートについては当商工会ホームページ上にて公開し、小規模事業者に対して広く情報提供を行う。レポートは文章や数値のみでなく、図表やグラフ等を用いてわかりやすい形にする。作成したレポートは当商工会ホームページにも掲載し、小規模事業者に広く周知する。

ヒアリング調査・分析結果については、個者に対し情報提供し、事業計画策定におけるデータの活用方法等の提案を行う。

3-2. 需要動向調査に関すること

(1)現状と課題

[現状]

現状では、首都圏展示会への出展を通じてアンケート調査を行い、個々の商品に対するバイヤー等が求める商品特性や仕様、取引条件等について意見収集を行っている。

[課題]

小規模事業者は大企業からの下請的業務が中心であったがゆえに、「売れる商品を作る」という視点に欠けているケースが見受けられる。

新商品を開発して販売する場合にも、買い手のニーズを踏まえたものでないとなかなか成果につながらない。そのため、小規模事業者の販売する商品、提供するサービス等について、情報収集するだけでなくそれを分析し、フィードバックして商品に反映させる必要がある。

(2)目標

今後は、計画に則り、体系的に需要動向調査を行い、的確な需要動向調査情報の提供が行えるようにする。

また、需要動向調査情報の必要性を認識していない小規模事業者に対して、商工会から積極的に情報提供を行い、また、当該情報を活用した成功事例の提供を行うことで、需要動向を商品構成に反映させることの重要性を小規模事業者に認識してもらい、マーケットインの考え方を浸透させることを目指す。

【アンケート調査実施回数】

対象事業所	現状	R3 年度	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度
上野焼事業所(上野焼事業所の中から1度の出展につき2~5社程度)	1	2	2	2	2	2
福智ブランド商品取り扱い事業所(「食」に関する商品を想定・福智ブランド商品取り扱い事業所の中から1度の出展につき2~3社程度)	1	2	2	2	2	2

(3)事業内容

重点支援企業である「上野焼」事業者および「福智ブランド」事業者のうち、経営分析および事業計画策定・フォローアップにより販路開拓が必要である事業者に対して展示会・商談会への出展支援を行い、B to BおよびB to Cにおける各アンケート調査を実施し、いわゆるマーケットインの考え方を小規模事業者に浸透させる取り組みを行う。

【B t o B】

想定する対象事業所	展示会・商談会	調査対象	調査項目
上野焼事業所(上野焼事業所の中から1度の出展につき2~5社程度)	東京インターナショナル・ギフトショー	バイヤー	デザイン、機能性、価格、年齢別・性別評価等
福智ブランド商品取り扱い事業所(「食」に関する商品を想定・福智ブランド商品取り扱い事業所の中から1度の出展につき2~3社程度)	グルメ&ダイニングスタイルショー		味、パッケージデザイン、価格、年齢別・性別評価等

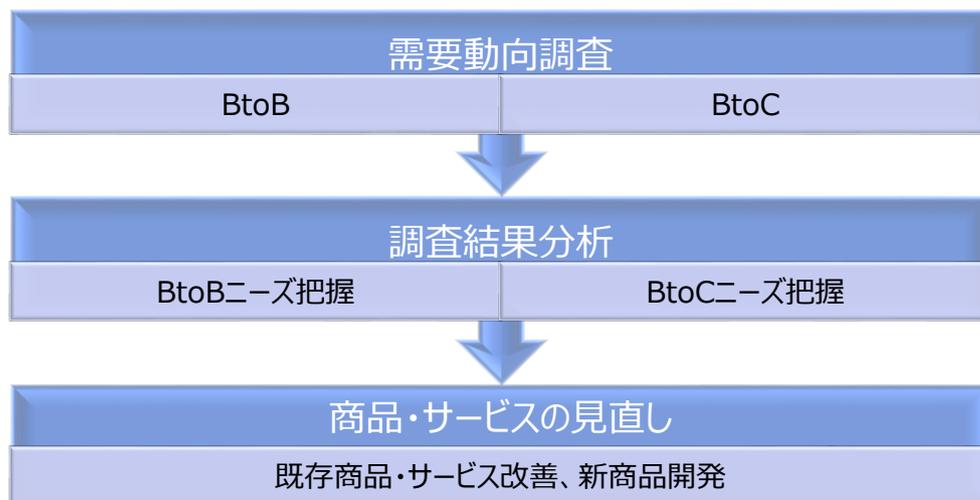
【B t o C】

対象事業所	展示会・商談会	調査対象	調査項目
上野焼事業所(上野焼事業所の中から1度の出展につき2~5社程度)	東京テーブルウェアフェスティバル	一般来場者	デザイン、機能性、価格、年齢別・性別評価等
福智ブランド商品取り扱い事業所(「食」に関する商品を想定・福智ブランド商品取り扱い事業所の中から1度の出展につき2~3社程度)	地域イベント(福智スイーツ大茶会等)		味、パッケージデザイン、価格、年齢別・性別評価等

【成果の活用】

アンケート結果や調査における聴き取り事項を元に、商品やサービスの見直し・ブラッシュアップを行い、当該事業者にはフィードバックし**需要を見据えた事業計画の策定および今後の商品開発**へ活かしていく。

これらにより小規模事業者にはマーケットインの考え方を浸透させ経営意識の向上を図る。これと併せて、技術の向上、新たな事業分野の開拓、第二開業(新事業展開)への支援等により、小規模事業者の持続的発展のための新たな需要の開拓につなげる。



4. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

[現状]

商工会で行っている経営分析については、伴走型の支援を心掛けて取り組んでいるが、中には一過性の分析となっているものもあり、未だ充分ではない。

また、小規模事業者が持続的な発展をしていくためには自社の経営内容を分析・把握し、経営戦略をもって経営を行うことが重要であるが、それを実践している小規模事業者は数少ない。

[課題]

今後は、小規模事業者が持続的な発展をしていくための経営力向上に資する経営分析を実施すること、そして小規模事業者が自ら経営分析を行うことが可能となるよう支援することが課題である。

(2) 目標

【経営分析セミナー実施回数・経営分析実施件数目標(経営指導員4名)】

	現状	R3年度	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度
経営分析セミナー実施回数合計	2	2	2	2	2	2
経営分析件数 (うち重点支援先件数)	20 (4)	80 (8)	80 (8)	80 (8)	80 (8)	80 (8)

(3) 事業内容

小規模事業者の持続的な経営発展のため、小規模事業者に対して経営状況の分析の重要性の認識を促し、分析実施を働きかけていく。具体的な取組としては、経営分析セミナーの開催、巡回時のヒアリング等による経営分析を行う。

経営状況の分析にあたっては、経済産業省の「ローカルベンチマーク」を使用する。また、ローカルベンチマークに福智町商工会独自の分析様式を加え、損益分岐点等についても分析を行うこととする。なお、当該定型様式は、事業計画策定様式と連動させるほか、その効率性、有用性、機能性、合理性、見易さなどの観点から年1回程度の見直しを行い、必要に応じて変更・修正を行う。

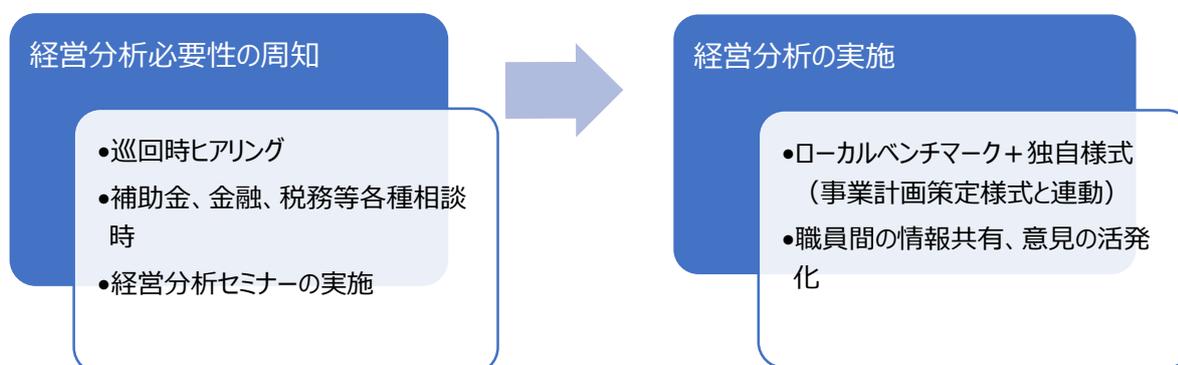
【経営状況の分析について】

		分析内容等
対象者		金融、税務等の支援を行う事業所、売上や利益の増加、ブランド力強化、生産性向上等に取り組む意欲を持つ小規模事業者等を対象に、財務分析、内部・外部環境分析を行う。
分析項目	定量分析 (財務)	①売上高増加率(売上持続性) ②営業利益率(収益性) ③労働生産性(生産性) ④EBITDA有利子負債倍率(健全性) ⑤営業運転資本回転期間(効率性) ⑥自己資本比率(安全性) ⑦損益分岐点 等
	定性分析 (非財務)	①経営者について(経営理念、ビジョン、後継者の有無等) ②事業について(強み、弱み等) ③企業を取り巻く環境・関係者について(市場動向・規模・シェアの把握、競合他社との比較等) ④内部管理体制について(組織体制、人材育成等) ⑤業務フロー ⑥商流把握 等
分析手法		経済産業省の「ローカルベンチマーク」に商工会独自の分析様式を加えた上で活用し、経営指導員等が分析を行う。

(4)分析結果の活用

分析を行うことで企業の強みや経営課題等を明確にし、経営指導員等による巡回や、税務相談・金融相談等の際に、分析結果の詳細な説明・情報提供を行う。

また、分析結果に基づき、持続的な経営を行い、売上および利益向上のための事業計画策定を促す。



5. 事業計画策定支援に関すること

(1)現状と課題

[現状]

当町において、自ら事業計画を策定し、経営に活用している小規模事業者は多いとは言い難いのが現状である。

融資関連での計画、各種補助金の申請、同補助金申請における加点、税制優遇を目的とした計画策定等、小規模事業者の要望に対して経営指導員および専門家派遣等活用により対応しているケースが多数を占めている。

現在、当商工会が行う事業計画の策定支援にあたっては、事業者名、環境分析を元にしたサービス展開及び対策等の検討(経営分析における SWOT 分析を活用したクロス SWOT 分析)、今後の経営に関する経営理念、実施計画(なにを、いつまでに、どうする)、収支計画(3～5 年後を目標年とする)、支援計画(計画を実施するためにどの時期にどんな支援が必要か)等を内容とした様式を使用し、わかりやすく事業者提供している。

[課題]

経営において計画の必要性を感じていない、もしくは計画を作るのが困難であるといった小規模事業者が潜在的に多く、このような小規模事業者への事業計画策定の必要性および策定方法を周知していくこと、一過性ではなく売上および利益向上のための事業計画策定支援を行うことが課題である。

(2)支援に対する考え方

小規模事業者が**社会経済情勢の変化に対応し、自らのビジネスモデルを再構築**するため、市場動向や小規模事業者自らの強み・弱みを踏まえた事業計画に基づく経営を推進することが重要になっている。そのため、地域経済動向調査や経営分析結果の成果を活用しつつ、需要を見据えた事業計画の策定支援を行う必要がある。

これら支援に際しては専門家、その他提携機関等とも連携しながら、伴走型の指導・助言を行い、小規模事業者の事業の持続的発展を図る。

また、経営発達支援事業の支援対象事業者類型として、一般小規模事業者と重点支援小規模事業者を設定する。

一般小規模事業者は、重点支援小規模事業者以外の小規模事業者を指す。

重点支援小規模事業者は、特に地域ブランドの推進の役割を果たすと考えられる事業者であり、ロールモデルとして他事業者へ経営事例の波及が特に期待される事業者である。

具体的には以下の通り。

重点支援小規模事業者	
重点支援小規模事業者①	地場産業である上野焼（あがのやき）事業者(管内対象事業者数 16 事業者)
重点支援小規模事業者②	町外に及ぶ広域な商圈を有し、かつ、福智産品を使用した商品展開を行っているなど福智ブランドを外部に広げられる可能性のある事業者(管内対象事業者数 30 事業者)

(3) 目標

【事業計画策定実施件数(経営指導員 4 名)】

	現状	R3 年度	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度
事業計画策定セミナー実施回数	2	2	2	2	2	2
事業計画策定件数	20	80	80	80	80	80
①一般小規模事業者	15	65	65	65	65	65
②開業予定者	-	3	3	3	3	3
③事業承継予定者	1	4	4	4	4	4
④(重点支援先)上野焼事業者	3	4	4	4	4	4
⑤(重点支援先)福智ブランド事業者	1	4	4	4	4	4

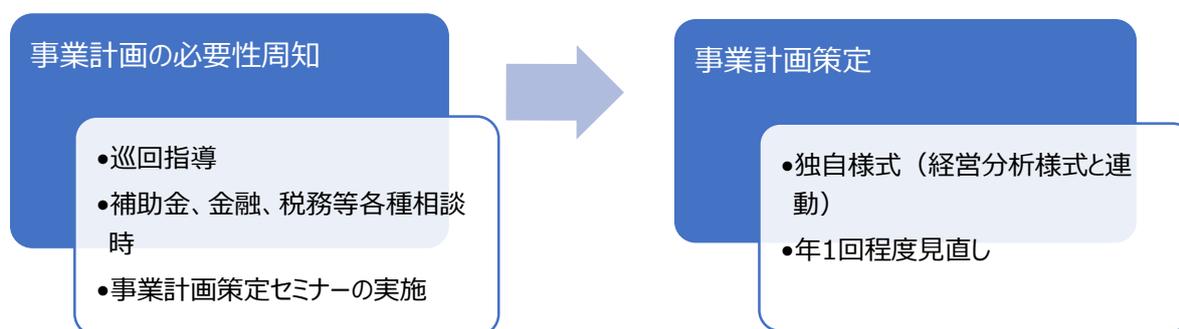
(4) 事業内容

事業計画策定を目指す小規模事業者の掘り起こしのため、金融相談、補助金や相談などあらゆる機会をきっかけとして事業計画策定支援を実施する。

また、開業予定者を対象とするセミナー、事業承継のための事業計画策定セミナーを開催し、事業計画の策定を行う。

事業計画の策定にあたっては、経営分析で使用するローカルベンチマークおよび商工会独自の分析様式と連動させ、商工会独自の事業計画定型様式を使用する。

昨今の経営では SNS や Youtube 等のソーシャルメディアの活用は非常に重要なものとなっていることから、見込み顧客の集客・販売促進・ブランディングの必要性とその手法を学び、これらによる販売促進計画を踏まえた売上倍増戦略のための事業計画策定を支援するセミナーも必要に応じて行う。



①事業計画策定支援セミナーの開催

セミナー種別	内容
1. 事業計画策定セミナー	経営分析を行った小規模事業者を中心に、経営指導員等職員の巡回、窓口相談等を通じて、事業計画策定に向けた取組意欲の醸成を図ると共に、各種補助金や経営革新等の計画申請を踏まえた事業計画策定支援セミナーを開催し、事業計画策定に繋げる。町内の小規模事業者が広く参加できる様、町広報や当商工会ホームページ等で広く周知を行う。
2. 事業承継予定者対象セミナー	事業承継予定事業者をリスト化し、対象者に向けた事業承継の早期取り組みの重要性や後継者に必要な知識についてセミナーを開催する。
3. ふくおか開業スクール	開業予定者・開業直後の事業者等を対象に、ふくおか開業スクールを開催する。経営、財務、資金繰り、人材育成、販路開拓等に関する知識を修得し、開業計画書の策定を行う。

②事業計画策定の個別支援実施

内容	
支援対象	<u>経営分析を行った小規模事業者</u> および <u>事業承継予定者、開業予定者</u> を対象とする。
手段・手法	事業計画の策定に取り組む小規模事業者には、経営指導員等を担当として割り振り、需要動向、景況調査、経営分析等の必要なデータを提供し、支援を行い、専門的な課題等については、専門家等と連携して事業計画策定支援を行う。

6. 事業計画策定後の実施支援に関すること

(1)現状と課題

[現状]

事業計画策定後のフォローアップは、担当した経営指導員の判断により巡回や窓口、電話等の方法で行っているが、事業者によっては事業進捗に課題を抱えたまま、進展がスムーズにいかない場合がある。

[課題]

上記の現状を打開するため、巡回等を強化し、事業者の計画進捗状況を適宜確認しつつ、必要に応じて助言を行う等のフォローアップ体制をとる必要がある。

(2)支援に対する考え方

事業計画を適切に実行し経営課題が解決されるよう、事業計画策定後、定期的な巡回等を行い、策定した事業計画の進捗状況を確認する。必要に応じて専門家、その他提携機関等とも連携しながら事業計画の修正、見直しを行い、伴走型支援によって小規模事業者の持続的発展・事業存続を支援する。

(3) 目標

【フォローアップ実施目標（経営指導員 4 名）】

		現状 (累計)	R3 年度	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度
フォローアップ対象事業者数		84 社	80 社	80 社	80 社	80 社	80 社
フォローアップ実施件数 (年間延べ回数)		543 回	390 回	390 回	390 回	390 回	390 回
内訳	①一般小規模事業者	371 回	260 回	260 回	260 回	260 回	260 回
	②開業予定者	29 回	18 回	18 回	18 回	18 回	18 回
	③事業承継予定者	9 回	16 回	16 回	16 回	16 回	16 回
	④(重点支援先)上野焼事業者	77 回	48 回	48 回	48 回	48 回	48 回
	⑤(重点支援先)福智ブランド事業者	57 回	48 回	48 回	48 回	48 回	48 回
⑥売上額前年比 5%増加事業者数		-	6 社	8 社	10 社	12 社	13 社
⑦営業利益率前年比 2%(ポイント) 以上増加事業者数		-	6 社	8 社	10 社	12 社	13 社

※年間フォローアップ回数目標の考え方

①一般事業者:年 4 回(四半期ごと)→事業計画策定累計数×4

②開業予定者:事業計画策定後 1 年間は隔月で支援→事業計画策定件数×6

③事業承継予定者:年 4 回(四半期ごと)→事業計画策定累計数×4

④(重点支援先)上野焼事業者:四半期ごとの定期巡回訪問に加えて、イベント前の集中巡回を行い、重点支援を行う(定期巡回を含めて年間 12 回の巡回訪問を行う)。→事業計画策定累計数×12

⑤(重点支援先)福智ブランド事業者:四半期ごとの定期巡回訪問に加えて、イベント前の集中巡回を行い、重点支援を行う(定期巡回を含めて年間 12 回の巡回訪問を行う)。→事業計画策定累計数×12

⑥売上 5%増加企業数:フォローアップを実施している事業所への支援確度向上により年々向上していくと想定

⑦営業利益率 2%以上増加事業者数:フォローアップを実施している事業所への支援確度向上により年々向上していくと想定

(4) 事業内容

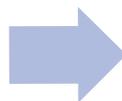
事業計画策定支援を行った全ての小規模事業者を対象に、事業計画の進捗状況の確認を定期的に行う。必要に応じて助言・修正等を行う。進捗の確認は、最低でも 4 半期に一回、巡回にてフォローアップを実施する。進捗が思わしくなく、事業計画と進捗状況がズレている場合の対処方法としては、専門家派遣等により、ズレの要因および対処するための方法を検討し、必要であれば事業計画の修正等を行う。 専門家派遣以外にも他機関との連携を図り、対象事業者に応じた対処を図る等、多様なネットワークを活かして効果的なフォローアップを行う。

フォローアップについては経営分析・事業計画策定に用いた様式と連動した独自様式を使用する。

支援内容としては、福智町事業者の多くに共通する課題である「販売促進」と「生産性向上支援」の 2 つに注力した取組みを行う。

対象者別フォローアップ

- 事業計画策定支援を行った全ての事業者へ巡回指導等による進捗確認（最低四半期に一回）
- 独自様式を用いる



事業計画と進捗状況にズレが発生した場合

- 専門家の活用
- ズレの要因特定、対処方法検討
- 経営状況の再分析
- 事業計画の再策定

【対象者別フォローアップ】

対象者	フォローアップ内容
下記以外の一般小規模事業者の事業計画	事業計画を策定した小規模事業者に対して、定期的（四半期ごとを基本とする）に巡回訪問し、事業計画の進捗状況を確認し、きめ細かいフォローアップ、適時の必要な指導・助言を行う。実施状況が芳しくない場合や事業計画策定当初想定していなかった経営環境の変化等によって事業計画の変更、見直しが必要となる場合は、その時点での経営状況の分析、事業計画の策定を再度行うなどして的確に課題の洗い出しを行い、再策定した事業計画実施のための目標設定を行うなどして支援対象事業者と一体となって問題解決を図る。
開業予定者	立ち上がりの支援が特に重要になることから、事業計画策定後の1年間は毎月の定期巡回訪問を行い、集中支援を行う。
事業承継予定者	法務、税務、金融などの専門的知識が必要であることが多く、事業承継実施の時期が重要となることから、専門家等との連携を密にすると共に、四半期ごとの定期巡回訪問を行う。
上野焼事業者 (重点支援小規模事業者)	陶器祭りを始めとするイベント前の支援需要が大きいため、策定した事業計画実施が軌道に乗るまでは、四半期ごとの定期巡回訪問に加えて、イベント前の集中巡回を行い、重点支援を行う（定期巡回を含めて年間12回の巡回訪問を行う）。
福智ブランド事業者 (重点支援小規模事業者)	販路開拓のための展示会出展準備や出展後の状況確認等、個別事業者の特化した特色のある支援が必要であることから、展示会等出展前後の集中巡回を行い、重点支援を行う（定期巡回を含めて年間12回の巡回訪問を行う）。

フォローアップ時において、販路開拓のためのマッチングにつながる端緒が見つかれば、販路開拓支援につなげる。

伴走型支援による継続的な支援を行いながら、他事業所においても活用可能なビジネスモデルを抽出し、他事業所に紹介、提供し、経営改善が図られる小規模事業者の増加に繋げていく。

【具体的な支援内容】

目標	販売促進支援		生産性向上支援
支援内容	<ul style="list-style-type: none"> ・SNS (Instagram、Twitter、Facebook、ブログ等) 実施支援 ・ホームページ作成支援 ・Youtube 動画作成支援 ・店頭ブラックボード作成 ・ファサード改善 ・看板、のぼり改善 等 	<ul style="list-style-type: none"> ・POP 作成 ・店内ブラックボード作成支援 ・袖看板改善 ・メニュー表改善 ・人材教育 (従業員マナー等) ・商品ディスプレイ、棚割り改善 等 	<ul style="list-style-type: none"> ・5S チェック ・作業動線 ・作業工程分析 ・製品工程分析 ・連続観測法 ・ワークサンプリング ・運搬工程分析 ・運搬活性分析 等
改善効果	<ul style="list-style-type: none"> ・見込み顧客発掘による市場拡大 ・リピーター顧客の維持、定着化 ・ブランド化による地域の魅力発信 ・入りやすい店舗の創出 ・口コミの誘発 	<ul style="list-style-type: none"> ・探しやすい店舗の創出 ・選びやすい店舗の創出 ・楽しい売り場の演出 ・思い出し買いの誘発 ・買い上げ点数向上 	<ul style="list-style-type: none"> ・事業所レイアウト改善 ・作業時間短縮 ・従業員の定着 ・作業効率の改善 ・余剰資源の活用
結果	客数向上	客単価向上	コスト削減と生産能力の向上

7. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること

(1) 現状と課題

[現状]

当商工会では、上野焼および福智ブランド商品の販路開拓支援として、下記展示会への出展を継続支援している。

これまで販路開拓支援を行った事業者は、実際に商談が成立し、売上向上に繋がった事業者も出てきている。

〈支援展示会〉

実施年度	展示会・商談会名	出展事業所数	出展商品等
平成29年度	グルメ&ダイニングスタイルショー春2018	5社	・ジェラート ・消臭抗菌パッド ・カステラ ・チーズケーキ ・ドーナツ ・上野焼
平成30年度	グルメ&ダイニングスタイルショー春2019	5社	・ジェラート ・上野焼
令和元年度	グルメ&ダイニングスタイルショー春2020	4社	・ジェラート ・お茶 ・ドーナツ ・その他特産品関連
令和元年度	テーブルウェア・フェスティバル2020	5社	・上野焼
令和2年度 (予定)	グルメ&ダイニングスタイルショー春2021	2社	・ジェラート ・ドーナツ ・その他特産品関連

[課題]

販路開拓支援を行った全ての事業者に成果が出ているわけではなく、商品やサービスに対するバイヤー・消費者の要求などに対してさらなるブラッシュアップの必要性がある。

小規模事業者においては限られた経営資源の中で商品開発・改良を行っており、いかに工夫して成約に結び付けるかが課題となっている。

(2) 支援に対する考え方

当町の魅力ある福智ブランド商品を効果的に発信するため、マーケティングに基づく販路開拓を行う。

(3) 目標

		現状	R3年度	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度
展示会出展回数		2回	3回	3回	3回	3回	3回
展示会出展事業者数		8社	8社	8社	8社	8社	8社
成約件数 /社	上野焼事業所	3社	5社	5社	5社	5社	5社
	福智ブランド商品 取り扱い事業所	3社	5社	5社	5社	5社	5社
フォローアップ実施件数		6回	8回	8回	8回	8回	8回

(4) 事業内容

① 上野焼および福智ブランド商品の展示会等出展支援

上野焼事業者および福智ブランド事業者を中心に、新商品・新サービス等の販路開拓に資するため、展示会・商談会への出展支援を行う。

自社商品・サービスを知ってもらえ、認知度アップを狙うことができ、最先端のニーズ・情報収集が見込めることから、**首都圏開催の展示会を中心とした出展支援において1件でも多くの成約を支**

援する。

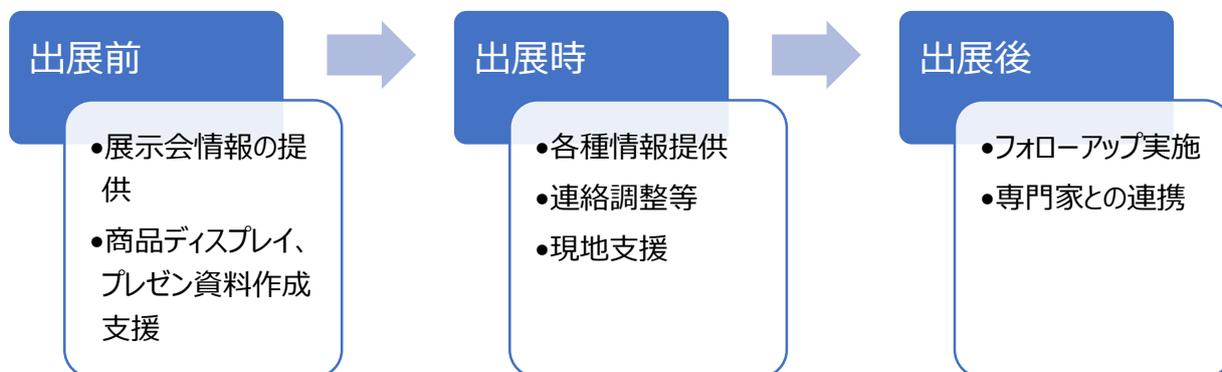
日本の陶器は産地ごとに様々な種類があり、それぞれ特色のある味わいを持っている。実用性と芸術性を兼ね備えた品質の良さは国内のみならず、世界からも高い評価を得ており、海外における人気も高い。しかしながら福智町の上野焼においては、まだ知名度があるとは言い難いため、海外での知名度向上・海外展開を見込み、海外バイヤーも多く来場する展示会（東京インターナショナル・ギフトショーを想定）への出展および海外で開催される展示会・商談会への出展も支援する。

【出展を想定する対象事業所および展示会】

想定する対象事業所	想定する展示会・商談会
上野焼事業所(5社程度)	【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(開催期間 3日間・来場者数約 18 万人・出展社数約 2,100 社)
	【テーブルウェア・フェスティバル】 日本各地の窯元の作品や世界各国の陶磁器をはじめ、様々なテーブルウェア揃う日本最大級の“器の祭典”(開催期間 9 日間・来場者数約 28 万人・出展社数約 250 社)
	【テーブル&キッチンウェア EXPO】 陶磁器・漆器などあらゆるテーブル・キッチンウェア世界中から一堂に出展する商談専門展(開催期間 3 日間・来場者数約 5 万人・出展社数約 1,600 社)
	【Art in Clay Hatfield】 イギリス・ハットフィールドで開催される陶磁器関連展示会(開催期間 3 日間・来場者約 9 万人・出展社数約 200 社(審査が行われるため、有力企業出展者多数)) その他の海外展示会等
福智ブランド商品取り扱い事業所 (「食」に関する商品を想定・3社程度)	【グルメ&ダイニングスタイルショー】 食卓を切り口に、新しいマーケットとライフスタイル・食文化を創造する見本市・展示会(開催期間 3 日間・来場者数約 3 万人・出展社数約 306 社)
	【国際ホテルレストランショー】 外食・宿泊・レジャー業界に向けた商談専門展(開催期間 4 日間・来場者数約 6.7 万人・出展社数約 970 社)

②展示会等出展支援事業者へのフォローアップ強化

出展支援事業者に対して、出展準備等支援(展示会情報の提供・新商品開発・商品陳列・ディスプレイ・バイヤー向けプレゼン資料作成等)、接客マナー支援、出展後の成約状況等の聞き取り、バイヤーからのアンケート結果情報提供等の総合的な支援を、必要に応じて専門家と連携しながら実施する。また必要に応じてEC販売を推進する等の助言を行う。



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

8. 事業の評価及び見直しをするための仕組みに関すること

(1) 現状と課題

[現状]

福智町商工会経営発達支援計画評価委員会を設置し、評価委員に年に1回評価を受けている。

[課題]

外部からの有識者を評価委員に加え、客観的な目線からの評価を受け、経営発達支援事業を効果的かつ円滑に推進していく。

(2) 事業内容

① 福智町商工会経営発達支援計画評価委員会を改めて設置する。当該委員会の委員は、職員、町の担当課職員、外部有識者で構成する。職員には必ず法定経営指導員を含める。

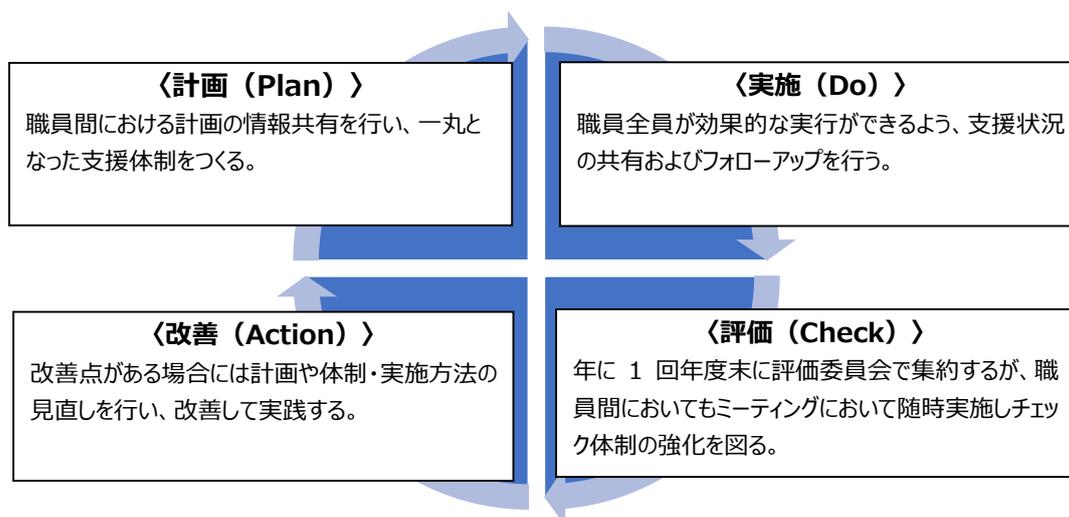
【経営発達支援計画評価委員会】	
外部有識者	中小企業診断士1名
福岡県職員	福岡県飯塚中小企業振興事務所職員1名
福智町職員	担当課職員1名
福智町商工会職員	法定経営指導員等

② 当該委員会において、経営発達支援計画の実施状況について**毎年度1回**の評価を行う。

③ 評価方法として、計画全体の達成率100%を基準とし、計画行動プロセス等を加味した上で評価しランク付けを行う。

評価方法	
S 評価	90 点以上
A 評価	60～74 点
B 評価	75～89 点
C 評価	40～59 点
D 評価	40 点以下

【経営発達支援事業の効果的な実施のための PDCA サイクル】



④本事業の結果は、年度毎の福智町商工会総代会にて報告を行う。また、評価・見直しの結果については福智町商工会ホームページにて常に閲覧可能な状態にする。

9. 経営指導員等の資質向上等に関すること

(1) 現状と課題

[現状]

経営指導員等の資質向上の取り組みに関しては現在、福岡県商工会連合会主催の各職種階層別の研修、中小企業大学校の経営指導員研修、中小企業振興事務所主催の講習等への参加を行っている。

事業者への支援に関しては、個々の担当職員にしかわからない・判断がつかない状況も多いため、担当職員が不在の際は事業者への対応が困難な場合もある。

[課題]

今後さらなる支援力強化を図るためには、より支援ニーズにマッチした資質向上への取り組みが重要となる。また、職員同士の情報の共有・チームワークの強化を図り、福智町商工会全体としての支援力の強化が必要である。

そこで、下記の取り組みを実施する事により、職員全体の資質レベルの向上を図り、スピード感のある伴走型支援を実現することを目指す。

(2) 事業内容

① チームの再編および情報共有の強化

現状では、個者支援チームおよび地域活性化チームの2チームにおいて経営発達支援事業を遂行しているが、よりチームでの行動を活性化させるため、チームの再編を行う。

経営指導員+経営支援員の4チームを編成し、事業者の収益アップ向上に貢献するため、チーム単位での取組みを行う。

チームを編成することで、事業計画策定やフォローアップおよび職員間での情報共有も効果的に行うことができる。これにより職員の不在、退職・異動等の際にもスムーズに支援を実行できる。

また、事業計画策定後の実施支援に関することに記載した売上増加企業数・営業利益率5%以上増加事業者数の目標達成に向けてチームごとに競わせることで、職員のモチベーション向上にも繋げていく。

支援した内容によって売上額前年比5%増加、営業利益率前年比2%上増加を達成した成功事例については、職員間で共有する。成功事例集を独自様式(売上額、営業利益率の上昇率、支援前と支援後のビフォー・アフター画像(例：工場の5S支援前後のビフォー・アフター画像、小売店の商品POP支援前後のビフォー・アフター画像等)、事業所の声等を記載)としてまとめ、商工会ホームページに掲載する。チームでのミーティングを四半期に1回開催し、支援の内容について共有する。年に1回、必要に応じてチーム編成の見直しを行う。

【チーム編成】



【チームミーティング実施計画】

内容	現状	R3 年度	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度
チームミーティング	-	4 回	4 回	4 回	4 回	4 回

②職員全体で「職員力アップ！資質向上講習」を実施

年 2 回、事務局長、経営指導員、経営支援員を受講者とする職員資質向上をテーマとした講習会を実施する。

上記のチームで行う支援内容を踏まえ、SNS活用セミナーやPOPに関する講習会等を開催することにより、経営支援に活用できるレベルの知識を身に着け、即解決する問題に取り組む事で、職員の資質レベル向上を図り、効果的な支援を目指す。

これにより、小規模事業者の顧客満足度を向上させ、更に地域経済団体としての身近な相談窓口としての機能を充実させる本取り組みによる講習の後は、講習にて習得したスキルを活用した支援を実施するよう努め、実際の支援報告を下記②経営発達事業推進チームの全体報告時に適宜行うものとする。また、現在行っている福岡県商工会連合会主催の各職種階層別の研修、中小企業大学の経営指導員研修、福岡県飯塚中小企業振興事務所主催の講習等への参加も継続して積極的に参加する。

【実施計画】

講習内容	現状	R3 年度	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R6 年度
SNS 活用講習、POP 作成指導講習、5S 講習等	-	2 回	2 回	2 回	2 回	2 回
講習を活用した支援事例報告	-	5 例	5 例	5 例	5 例	5 例

②経営発達事業推進チームの定例会議

毎月第 2 及び第 3 月曜日午前 9 時から、経営発達事業推進チーム(本件事業推進のために設置する内部組織。別表 2 参照)による定例会議及び適宜臨時会議を実施する。本会議では、本件事業の進捗状況、達成状況、今後の推進計画の打ち合わせを行うと共に、事業推進にあたって得られた情報、顧客ニーズ等のチーム内共有を行う。また、本件事業推進により得られた情報等は、月 1 回程度の文書回覧又は口頭報告により商工会職員全体で共有し、職員全体の支援力向上につなげる。

【実施計画】

内容	現状	R3 年度	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度
定例会議	12 回	12 回	12 回	12 回	12 回	12 回
全体報告	4 回	4 回	4 回	4 回	4 回	4 回

10. 他の支援機関との連携を通じた支援ノウハウ等の情報交換に関すること

経営発達支援事業を円滑に実施するため、他の支援機関等との間で、支援ノウハウ等の共有、情報交換を行い、支援能力の向上を図る。

(1)現状と課題

【現状】

他の支援機関と定期的に情報交換を行っている。

【課題】

事業者の経営環境は変化し続けており、地域において事業者の個々の問題は多様化している。そういった課題に対応できるよう、伴走型支援を行う上で各種支援策等の情報をいかに提供できるかが

課題となっている。そのため各支援機関と円滑な情報交換を行い、スムーズな連携支援体制を構築することが必要である。

(2) 事業内容

可能な限り高度な支援を行うため、中小企業診断士、町づくり専門家、店舗設計に関する専門家、販売促進に関する専門家、社会保険労務士、行政書士、弁護士、司法書士など福岡県商工会連合会にエキスパート登録された専門家等と、支援ノウハウ、経営支援情報等について情報交換を行う。

その他経営支援や地域経済の活性化に関するノウハウ等については福智町、福岡県、福岡県商工会連合会、その他団体等（大学等）と提携しての情報交換を行い、金融面等相談案件については地元金融機関（田川信用金庫、福岡銀行、西日本シティ銀行）との情報交換・共有を図る。

【情報交換等を行う相手先、方法、情報交換の理由、狙い】

中小企業診断士との情報交換	
相手先	中小企業診断士
方法	意見交換会の開催
頻度	年間4回以上
情報交換の理由	専門的・高度な支援な支援実施のため
主な狙い	以下事項に係る支援ノウハウの共有・情報交換 <ul style="list-style-type: none"> ・経営分析手法、事業計画策定手法 ・開業、事業承継支援手法 ・その他経営改善事例等

マーケティング等の専門家との情報交換	
相手先	町づくり専門家、店舗設計に関する専門家、販売促進に関する専門家
方法	意見交換会の開催
頻度	年間2回以上
情報交換の理由	専門的・高度な支援な支援実施のため
主な狙い	以下事項に係る支援ノウハウの共有・情報交換 <ul style="list-style-type: none"> ・町づくり取組み事例、地域経済の活性化に関する取組事例 ・販路開拓方策、販路開拓に関する成功事例 ・商品開発に関する成功事例、先駆取組事例等

社会保険労務士、行政書士、司法書士、弁護士等との情報交換	
相手先	社会保険労務士、行政書士、司法書士、弁護士等
方法	意見交換会の開催
頻度	年間4回以上
情報交換の理由	専門的・高度な支援な支援実施のため
主な狙い	以下事項に係る支援ノウハウの共有 <ul style="list-style-type: none"> ・各種営業許可申請、助成金申請に係る問題 ・様々な法律上の問題 ・事業承継に係る財産分与の問題等

金融機関との情報交換	
相手先	田川信用金庫、福岡銀行金田支店、西日本シティ銀行金田支店、福岡県信用保証協会筑豊支所、日本政策金融公庫北九州支店
方法	意見交換会の開催
頻度	年間2回以上
情報交換の理由	金融に関する支援実施のため
主な狙い	以下事項に係る支援ノウハウの共有

	<ul style="list-style-type: none"> ・開業相談及び事業承継相談の動向に関する情報交換 ・事業計画作成及び事業計画実施に係る資金繰りに関する提携 ・経営改善や事業再生成功事例、金融施策及び金融支援策に関する支援ノウハウの共有等
--	--

行政機関等との情報交換

相手先	福岡県、福智町、九州経済産業局、中小機構、日本貿易振興機構（ジェトロ）北九州貿易情報センター、筑豊地域中小企業支援協議会、福岡県工業技術センター、福岡県中小企業振興センター、福岡よろず支援拠点、福岡県事業引継ぎ支援センター、福岡県立飯塚研究開発センター、福岡県立大学
方法	意見交換会の開催
頻度	年間1回以上
情報交換の理由	地域情報の入手、施策の活用のため
主な狙い	以下事項に係る支援ノウハウの共有 <ul style="list-style-type: none"> ・行政施策動向や販路開拓のための展示会・商談会等に関する情報交換 ・商品開発のための技術的問題解決に関する提携及び情報交換 ・需要動向調査に関する情報交換 ・小規模事業者経営改善成功事例等に係る支援ノウハウの共有等

その他関係機関との情報交換

相手先	福岡県商工会連合会、田川郡内商工会及び商工会議所、田川広域観光協会
方法	業務研究会又は意見交換会の開催、担当者訪問等による情報交換
頻度	各機関と年間2回以上
情報交換の理由	地域情報の入手、成功事例等入手のため
主な狙い	以下事項に係る支援ノウハウの共有、情報交換 <ul style="list-style-type: none"> ・販路開拓支援、地域ブランド拡大事業支援に関する成功事例 ・開業及び事業承継支援に関する成功事例、その他経営改善事例等 ・小規模事業者支援のための各種助成金や補助金の情報共有 ・商談会等イベント開催に関する情報の共有

地域経済の活性化に資する取組

11. 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]

現状では、上野焼の後継者を中心とした新商品開発支援等を行っており、例年春と秋の2回開催される上野陶器まつりへの協力等も実施している。

[課題]

福智町は豊かな自然や農産物、特産物を多く有している。第2期福智町まち・ひと・しごと創生総合戦略には基本方向として「福智町の地域ブランド化につながる特産品開発や販路開拓を支援する」とあり、当商工会としてもその役割を邁進しなければならない。

そのため、町および福智ブランド事業者との連携を図り、積極的に地域ブランド力向上に取り組む必要がある。

(2)事業内容

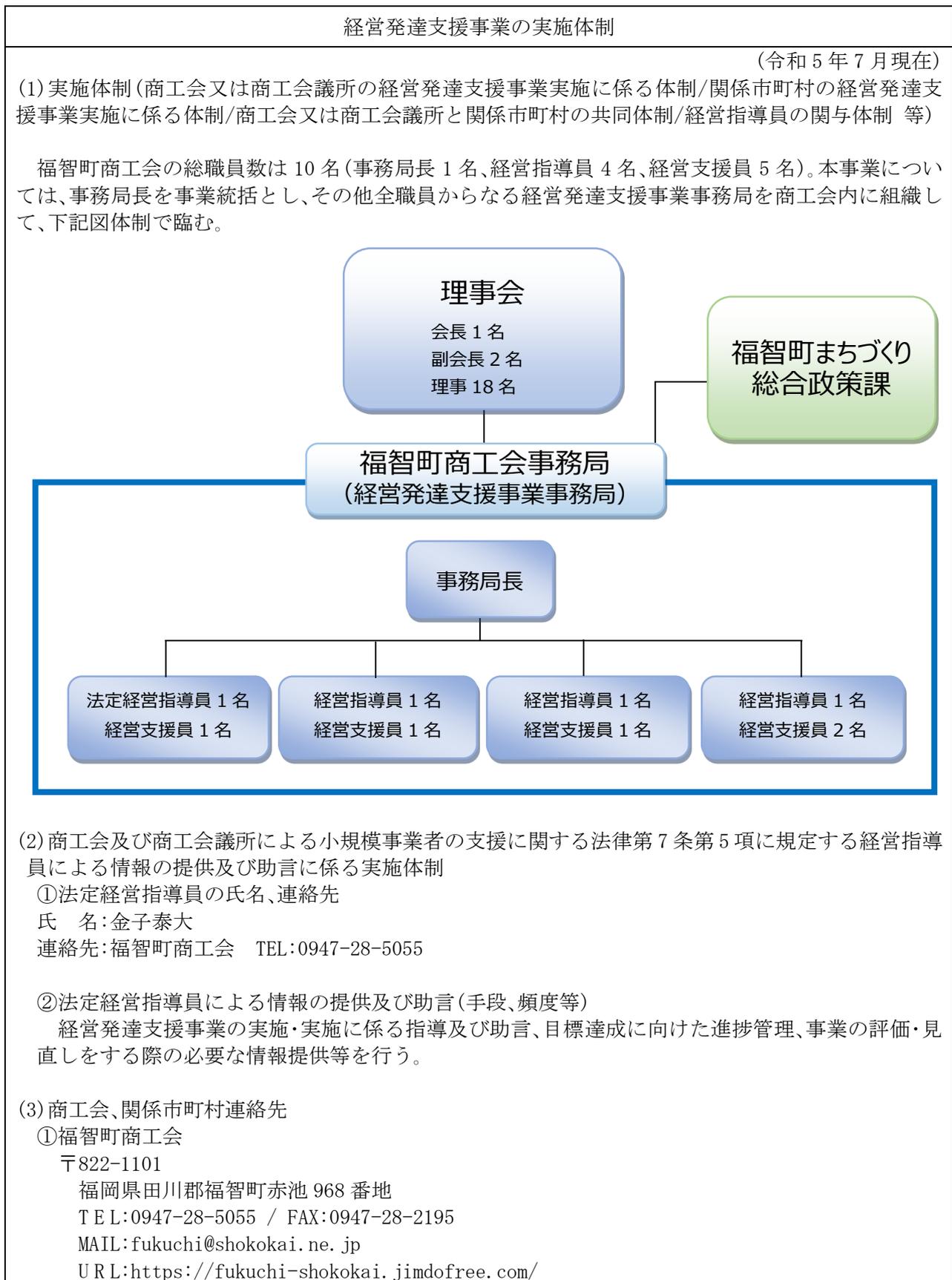
【福智ブランドアップミーティング（F B M）の開催】

「福智ブランドアップミーティング（F B M）」を開催（年2回）し、意識の共有を図る。地域活性化の方向性や、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商品化やメニュー化など地域のブランディング力を強化・共有する。

「福智ブランドアップミーティング（F B M）」	
参加者	重点支援小規模事業者である上野焼事業所(3 事業所程度)、福智の「食」関連事業所(3 事業所程度)、町担当課職員、まちづくり専門家等の参加を想定
F B Mにおける検討内容	<ul style="list-style-type: none">・ 地域が有する課題や魅力の掘り起こし、精査、認識の共有化を図り、将来の地域のあるべき姿・方向性を検討する。・ 町が開催する福智スイーツ大茶会など既存のまつり等イベントに関して、地域のあるべき姿・方向性を踏まえ、F B Mからイベント主催者に対して協議結果をフィードバックする。・ 地域のあるべき姿・方向性を踏まえた特産品開発として、F B Mにおいて福智町の上野焼や特産品を使った新たな商品のアイデアや開発・販売方法等を検討する。・ 新たな販売方法や商品アイデアなどの結果を、特産品等開発意向のある小規模事業者に、商品化し流通できるものとして提案する形でフィードバックし、協業して新特産品開発等に結び付ける。開発した新特産品は、既存のイベントや福智町固有の施設を活用した展示や販売の機会を設け充実させていき、来町者増加による町内産業の活性化と周辺産業の活力アップ、ひいては地域経済の活性化を図る。有力な地場産品である上野焼の新商品や販売方法等についても検討し、上野の里ふれあい交流会館等において、上野焼協同組合と連携してまつりを開催する。

(別表 2)

経営発達支援事業の実施体制



②福智町役場 まちづくり総合政策課

〒822-1292

福岡県田川郡福智町金田 937 番地 2

TEL:0947-22-7766 / FAX:0947-22-3500

MAIL:fg0520@town.fukuchi.lg.jp

URL:<http://www.town.fukuchi.lg.jp/>

(別表 3)

経営発達支援事業の実施に必要な資金の額及びその調達方法

(単位 千円)

	令和 3 年度	令和 4 年度	令和 5 年度	令和 6 年度	令和 7 年度
必要な資金の額	5,450	5,450	5,450	5,450	5,450
調査事業費	100	100	100	100	100
講習会開催費	500	500	500	500	500
販路開拓費	4,000	4,000	4,000	4,000	4,000
委託事業費	500	500	500	500	500
職員研修費	90	90	90	90	90
活性化会議費	60	60	60	60	60
事業評価費	100	100	100	100	100
広報作成費	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
会費、手数料、特別賦課金、国補助金、県補助金、町補助金

(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。

(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