

経営発達支援計画の概要

実施者名	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8年4月1日～令和13年3月31日
目標	①「上野焼等」および「町内の食」による福智ブランドの確立 ②観光と連携した産業振興 ③創業および事業承継支援 ④デジタル化推進 ⑤事業継続力強化計画の策定支援
事業内容	<p>3. 地域の経済動向調査に関すること 地域の地域経済・景気動向を情報収集・分析し、その結果をホームページ上に掲載することで周知する。</p> <p>4. 需要動向調査に関すること 需要動向を情報収集・分析し、小規模事業者へフィードバック。また展示会等で、アンケートを実施し生の声を聴くとともに商品開発等の参考にする。</p> <p>5. 経営状況の分析に関すること 「対話と傾聴」により、内部環境（強み・弱み）、外部環境（機会・脅威）について巡回等で事業者に気づきを与えると同時に、経営状況の分析結果をフィードバックする。</p> <p>6. 事業計画策定支援に関すること セミナーや巡回等の相談機会をきっかけとして、事業計画策定支援を行う。また、事業者との「対話と傾聴」を重視し、事業者が納得感のある計画策定の支援を行う。</p> <p>7. 事業計画策定後の実施支援に関すること 事業計画策定後はフォローアップを実施し、進捗状況を確認するとともに、必要に応じて事業計画の見直しを行う。</p> <p>8. 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支援のため、事業計画に基づき、国内外問わずターゲットに即した展示会・商談会への出展を柔軟に検討。出展時には、経営指導員等による伴走支援を行う。</p>
連絡先	<p>福智町商工会 〒822-1101 福岡県田川郡福智町赤池 968 番地 TEL:0947-28-5055 MAIL:fukuchi@shokokai.ne.jp</p> <p>福智町 企画振興課 〒822-1292 福岡県田川郡福智町金田 937 番地 2 TEL:0947-22-7766 MAIL:fg0500@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

○ 立地について

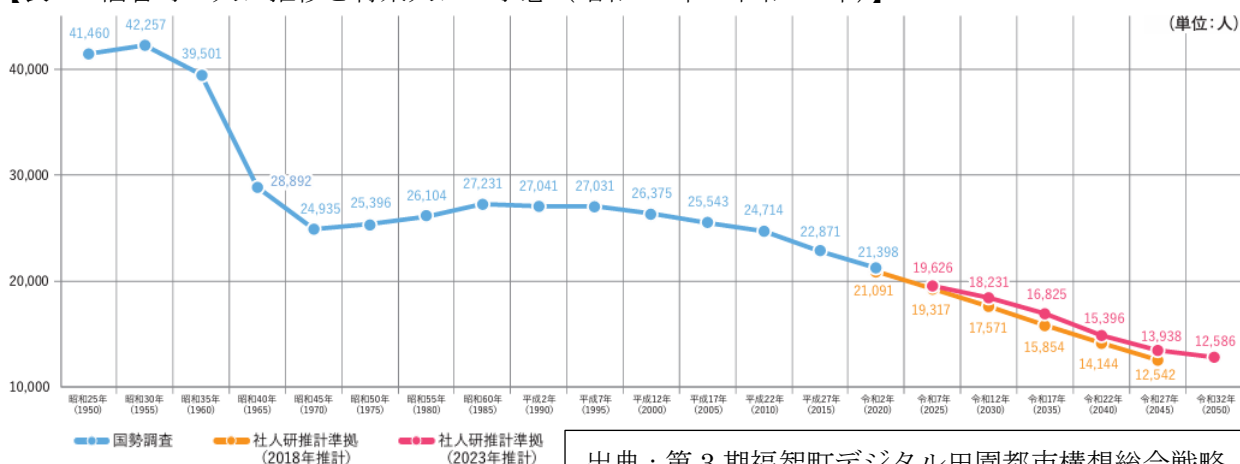
福智町は、福岡県の中央部よりやや北東に位置し、筑豊地方の北東端部に位置する。平成18年3月に赤池町、金田町、方城町の3町合併により誕生した。福岡市の東約45km、北九州市の南約35kmの場所に位置するため、福岡市や北九州市から自動車ですら約1時間と交通利便性に優れている。なお、当会は福智町全域を管轄している。



○ 人口動向について

福智町の総人口は、炭鉱が最盛期だった昭和30年(1955年)の42,257人をピークに減少が続き、令和2年(2020年)の国勢調査では21,398人となった。国立社会保障・人口問題研究所の推計では、令和7年(2025年)には2万人を下回る19,626人、令和32年(2050年)には現在の約半数である12,586人まで減少すると予測されている(表1参照)。

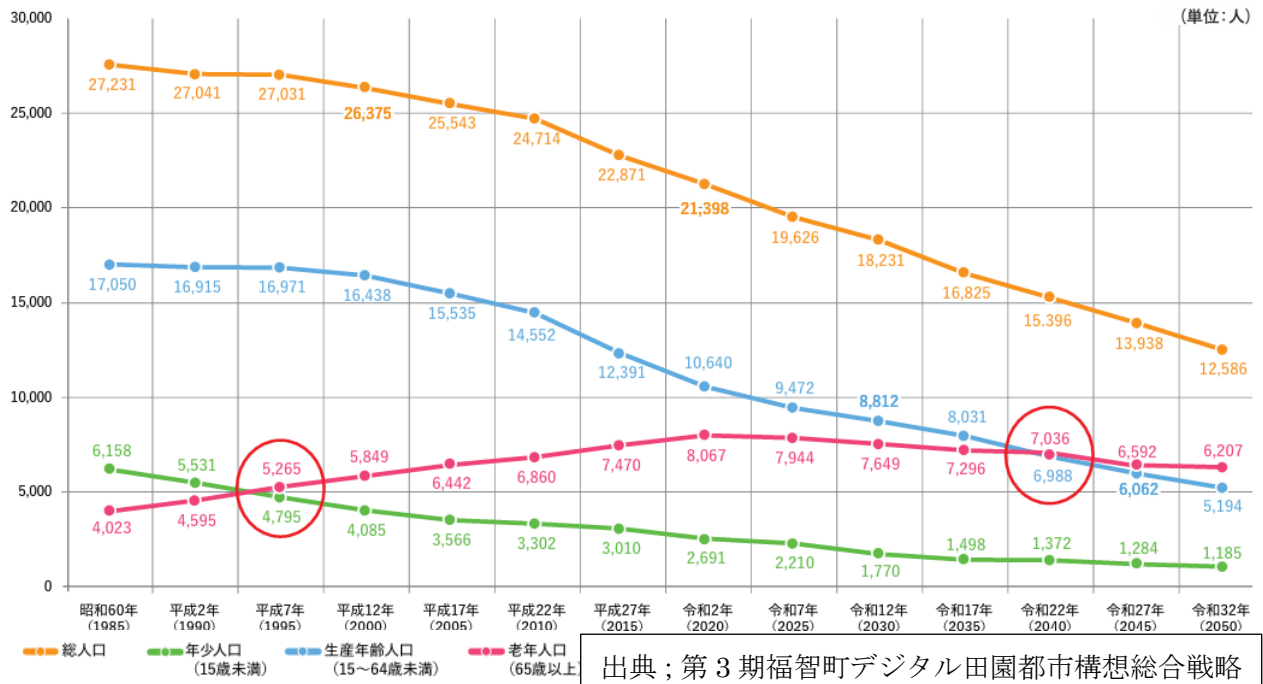
【表1 福智町の人口推移と将来人口の予想(昭和25年～令和32年)】



出典；第3期福智町デジタル田園都市構想総合戦略

少子高齢化が急速に進んでおり、年少人口（0～14歳）と生産年齢人口（15～64歳）の割合が減少する一方で、老年人口（65歳以上）の割合が増加している。特に、**地域経済を担う生産年齢人口の減少は継続する**と予測されており、令和22年（2040年）には老年人口を下回る見込みである（表2参照）。

【表2 福智町の年齢区分別人口推計（昭和60年～令和32年）】



○産業について

【表3 業種別小規模事業者数推移】

業種	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度
建設業	203	207	212	218	189
製造業	50	51	53	59	57
卸売業、小売業	152	149	149	142	137
飲食業、宿泊業	35	44	43	44	47
サービス業	167	160	175	172	170
その他	2	3	5	5	7
合計	609	614	637	640	607

※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

福智町の産業は、かつての炭鉱に代わり、現在は医療・福祉等のサービス産業が経済的基盤を支え、多くの雇用を生み出している。一方で、上野焼や観光といった地域資源を活用した産業振興や、農業における担い手確保と効率化が、今後の課題といえる。

福智町商工会が独自に調査した、過去5年間の業種別小規模事業者推移を見ると年による増減はあるもののほぼ横ばいで推移している（表3参照）。

この5年間で建設業、卸売業・小売業が減少している一方、飲食業・宿泊業や製造業、その他は増加している。

町内全体の事業所数は人口減少や少子高齢化の流れを受けて、今後減少するものと考えられる。

<商業>

福智町商工会が独自調査により作成した表3「商工業者台帳」によると、令和2年から令和6年の4

年間で卸売・小売業の事業所数は152から137となり、15減少している。合併前の赤池町、金田町、方城町それぞれに商店街があったものの、現在は人口減少、少子高齢化、後継者不在、近隣への大型店の進出などで、売上が低迷している事業者が多い。そのため、今後も減少傾向は続くと言われる。

飲食・サービス業については、新型コロナウイルスの影響により売上激減のお店が相次いだ。そこで町は、プレミアム付きお食事券「福智町グルメ商品券」の発行等を行い、町内の飲食店への支援策を講じた。今では古民家を改装した飲食店等、町内各地に開業が増えている。表3「商工業者台帳」によると、飲食業・宿泊業は令和2年から令和6年の4年間で35から47となっており、12増加している。ウィズコロナにおける支援策が一定の効果をもたらしたといえる。

<工業>

表3「商工業者台帳」によると、令和2年から令和6年の4年間で製造業の事業所数は50から57となり、7増加している。町北西部に赤池工業団地を有しており、企業誘致による産業・雇用創出の推進に一定の効果があったといえる。しかし、人手不足や業務効率化・生産性向上等の理由から、補助金等を活用して設備投資を行う動きが一部で見られるものの、小規模事業者を中心に経営状況は厳しい。そのため、大企業との賃金格差から人手不足は慢性的な問題となっている。

表3「商工業者台帳」によると、令和2年から令和6年の4年間で建設業の事業所数は203から189となり、14減少している。事業主が高齢であり後継者不在の事業所が多く、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>

農業分野では、農業者の高齢化と後継者不足が顕著であり、農作業者の約8割が高齢者、農家の約5割は後継者がいない状況である。町としては重点業種として定めており、今後関係各機関と連携し、経営診断の実施、スマート農業等の先進的技術の導入等を進めていく。

農産品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、6次産業化を推進する必要がある。

<観光関連（上野焼・特産品等）>



(福智町役場HPより引用)

観光は農業同様、町の重点業種に定めている分野である。福智町上野地区は、国指定伝統的工芸品「上野焼」の産地であり、文化・歴史を代表する中核的存在として、伝統を受け継ぐ窯元が町内福智山山麓に点在。毎年、春と秋に「陶器まつり」を開催し、県内外からお客さんをお呼びしている。

しかし、近年の消費者のライフスタイルの変化や後継者不足により、売上高が減少傾向にあり、廃業する窯元も出ており、産地存続が厳しい状況に直面している。残念ながら全国的な知名度が低い。そのため、展示会等の積極的な参加を通じて販路開拓を進める必要がある。

観光入込客数は新型コロナウイルス感染症の影響で減少したものの、回復傾向にある。「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の登山ニーズは高まっていると推測される。そこで、登山客数やニーズの把握などの分析を進めるとともに、観光拠点である温泉施設や物産館などへの周遊促進を図るなど、町の魅力を広くPRするとともに、町内に点在する観光資源の結びつけを強化し、観光振興・消費喚起を促進させていく必要がある。

近年では、総務省の「ローカル10000プロジェクト」を活用し、上野地区に古民家を改装した本格

そば店やクラフト酒の醸造所が完成した。

また、「ふるさと納税」が県内でトップクラスの金額を集めている。下表4は、令和7年7月31日に総務省で発表された福岡県ふるさと納税金額ランキング1位は飯塚市で66.05億円、2位は福智町で41.7億円、3位は新宮町で37.57億円である。県内2位、全国で51位となっており、地域資源を活かした特産品開発および販路開拓によってさらなる地域経済活性化が期待できるといえる。

【表4 2025年度版ふるさと納税福岡県ランキング】

2025年版福岡県ランキング一覧

自治体	福岡県	全国順位	ふるさと納税額
飯塚市	1位	23位	66.05億円
福智町	2位	51位	41.7億円
新宮町	3位	57位	37.57億円
大野城市	4位	77位	29.61億円
福岡市	5位	83位	28.03億円
糸島市	6位	96位	25.77億円
北九州市	7位	104位	24.72億円
赤村	8位	107位	24.3億円
大川市	9位	117位	22.87億円
久留米市	10位	134位	20.71億円

出典；Local Opendata より一部抜粋

②課題

○事業環境の変化に対応した産業の育成

町の厳しい財政、人手不足、コロナ禍がもたらした生活様式、生成AI等、政治・経済・社会・技術において、事業環境は変わっているものの、新たな基幹産業となり得る企業の誘致や新産業の創業を果たせていない。そのため、約6割が他市町村で働いており、ベッドタウン化している。既存の小規模事業者については、変化する事業環境や顧客ニーズ、経営課題の認識および対応等が求められる。自社を取り巻く外部環境を的確に把握し、自社の強み・弱みといった内部環境を認識したうえで、顧客ニーズや強みを活かして対応することが必要となっている。

○地域資源を活かした商品開発・販路開拓

伝統工芸品の上野焼をはじめ、「あがのレモン」といった農産物等、地域資源は豊富に存在する。しかし、地域資源を活かした商品開発および販路開拓の知見が不足しており、結果として売上の低迷につながっている。そこで、各地域の事例を参考に独自の強みを活かした商品開発・効果的なPRによるブランド力強化が不可欠である。

○持続的な経営強化・高付加価値化のためのデジタル化促進

町の人口減少・超高齢化の進行により、より一層人手不足・事業主の高齢化が進む。省人化・省力化の推進や事業承継を進めなければ、地域経済の衰退と雇用減少が加速する。そこで、デジタル化の促進を行う。デジタル化促進により、より高付加価値のある製品・サービスの提供を目指し、持続的な経営強化を実現する。持続的な経営強化によって雇用を通じた人への投資の原資になるだけでなく、将来的な事業承継やM&Aによって地域経済の発展に寄与する。

○災害等の発生時を想定した事業継続力強化計画

町内を福智山断層帯が通っており、活動時の地震規模はマグニチュード 7.2 程度の地震が発生する可能性がある。防災ハザードマップによると、洪水・浸水、土砂災害の発生が危惧されている。一度、自然災害等が発生すると主要道路の冠水・陥没等で行き来ができない等、事業継続に甚大な影響を及ぼすものの、特に小規模事業者の対策は進んでいない。自然災害等が起きたときのリスクを認識・管理するには、BCP や事業継続力強化計画等の策定が重要となる。BCP は小規模事業者にとってハードルが高い。そこで、まずは災害等の発生を想定した事業継続力強化計画の策定を支援していく。個々の事業所が自身の事業に影響を及ぼし得る災害等の発生リスクを認識し、発生後に早急な事業活動の復旧を目指すことで地域生活・経済の復興に大きな役割をもたらす。

(2)小規模事業者に対する長期的な振興の在り方

第3期福智町デジタル田園都市構想総合戦略では、「福智町にしごとをつくり、安心して働けるようにする」という基本目標が掲げられている。この目標を実現するための施策の方向性は、主に4つあり、「地域資源を活用した地域ブランド化の推進」、「未来につながる農業の振興・支援」、「企業誘致・創業支援による産業・雇用の創出」、「国指定伝統的工芸品「上野焼」の振興と産地活性化」である。

よって、第3期福智町デジタル田園都市構想総合戦略を踏まえると、長期的な振興のあり方としては以下のようなものが想定される。なお、この戦略の計画期間は令和7年度（2025年）から令和11年度（2029年）までの5年間であることから、5年後の「あるべき姿」を掲げる。

①「※上野焼等陶芸産業（以下上野焼等）」および「町内の食」による福智ブランドの確立

5年後における地域のあるべき姿：「上野焼等」および「町内の食」をブランド化し、「上野焼等」は国内のみならず海外に、「町内の食」は国内市場にて安定販路を確保する姿である。商品の付加価値を高めるとともに「ストーリー」を発信。観光と連携し、需要を取り込むことで、福智町内の経済活性化を実現する。

※上野焼は伝統的な上野峽を中心に国指定伝統工芸登録の窯元であるが、その他、町内福智山の山麓に窯元が点在している。小規模事業者を包括的に支援する立場から「上野焼等」と表記する。

理由：人口減少等により、町内の産業は厳しさを増している。そこで、「上野焼等」および「町内の食」の商品価値を高めるとともにブランディングを図ることで、適正な価格で販売できる。さらに観光と連携することで、関係人口を増やし地域経済の発展に寄与することが期待できる。

②観光と連携した産業振興

5年後における地域のあるべき姿：「上野焼等」、「町内の食」、「福智山」、「温泉」、女子プロバレーボールチーム「カノアラウレアーズ福岡」（現在本拠地となる総合体育館を建設中）の観戦等、福智町の魅力が詰まったコンテンツを確立。これら福智ブランド（特産品・飲食・体験）の有機的な繋がりにより、観光客・関係人口が増加し、地域活性化を図る姿である。

理由：福智町の魅力が詰まったコンテンツの創造と発信により、訪問動機を高め、何度も訪れたいと思わせるまちづくりが必須である。そして魅力の発信によって、観光客・関係人口の増加を実現し、地域内消費を増加させる。

③創業および事業承継支援

5年後における地域のあるべき姿：町と連携して創業支援を強化する。事業承継においては、後継者候補育成を経営面から行い、要支援企業の50%を承継完了する姿である。創業・承継後は伴走支援を行い、売上・利益と雇用の確保を実現させ、自走化につなげる。

理由：創業による新産業の創出、既存の小規模事業所の事業承継は、地域雇用を支え、ベッドタウン化を防ぐことになり得る。そのため、創業者の創業計画書、事業承継では、早期の事業承継計画、M&A仲介・金融・専門家連携が不可欠であり、自走化まで切れ目なく支援する必要がある。

④デジタル化推進

5年後における地域のあるべき姿：小規模事業者が業務上の課題に向き合い、デジタルを活用して売上・利益の増加や生産性向上を実現する姿である。なかなか進まないキャッシュレス導入や ICT・生成 AI、業務効率化ツールによって収益を改善する。

理由：原材料高騰・人手不足が進む中、収益性・生産性向上の両立には、デジタルの力が欠かせない。業務上の課題は何であることを認識し、課題解決に必要不可欠となるデジタル化によって収益性・生産性向上の両立を果たすためである。

⑤事業継続力強化計画の策定支援

5年後における地域のあるべき姿：福智町では、「暮らしを支える安心安全な社会資本・公共交通の整備」を目標に掲げており、災害に強いインフラ施設・設備等の整備促進を行っている。災害が発生すると事業に甚大な影響が及ぶ。そのため、事業継続力強化計画を策定し、災害時の事業復旧を早期に行う意識醸成の高まりがあるべき姿である。

理由：近年、自然災害が全国各地で頻発している。町内には福智山断層があるだけでなく、河川の近くや低い土地での洪水・浸水、山間部での土砂災害といった自然災害のリスクがある。そのため、事業継続力強化計画の策定支援を行い、災害時の早期復旧を行うことで地域経済の被害を最小限にとどめる必要がある。

このように、本経営発達支援計画は、福智町の総合戦略と密接に連携し、小規模事業者の持続的発展を通じて、町の経済的基盤の強化と人口減少対策に貢献するものである。

(3)経営発達支援事業の目標

上記の現状、課題、長期的な振興のあり方を踏まえ、以下の通り目標を定める。

①「上野焼等」および「町内の食」による福智ブランドの確立

支援計画の認定期間（5年間）目標：

K G I：福智ブランド関連の売上3億円および福智ブランドの全国的な知名度向上。

K P I：商標等知的財産権の取得3件、催事等の出展40回。町と連携し、福智ブランドの継続的な発信を行う。

設定した理由：売上はブランド化の実現度を定量面で測るためであり、そのためには全国的な知名度向上が不可欠となる。K P Iはブランド要素を知的財産で守り、催事等の出展により地道に売上・知名度向上を目指す。また町と連携し、効果的なプレスリリースや SNS の発信を通じて、福智ブランドの知名度向上を実現するためである。

②観光と連携した産業振興

支援計画の認定期間（5年間）目標：

K G I：関係人口20%増、観光関連売上20%増。

K P I：保有する地域資源の有機的・継続的発信により、福智町公式 Instagram フォロワー数の40%増、福智町商工会公式 Instagram フォロワー数の50%増。

設定した理由：関係人口と売上は産業振興にとって核となる指標である。数値目標の実現には、町、商工会が一体となって、地域資源の観光コンテンツを発信し、観光の産業振興につなげるためである。

③創業および事業承継支援

支援計画の認定期間（5年間）目標：

K G I：創業者数50者、創業後3年平均売上10,000千円、事業承継完了者数10者、承継後3年で売上20%増。

K P I：創業計画書50者、承継診断実施50者、事業承継計画書20者。

設定した理由：創業・事業承継ともに、完了だけでなく、事後業績を最終指標とする。そのため、創業者の創業計画書、事業承継の事業承継計画書を策定し、計画に沿った売上を実現するためである。

④デジタル化推進

支援計画の認定期間（5年間）目標：

K G I：デジタル化取り組み事業者売上増 10%、営業利益増加率 20%。

K P I：キャッシュレス導入 20 者、業務効率化ツール導入 30 者。

設定した理由：キャッシュレスユーザー取り込みや業務効率化によって、売上増加はもちろん、利益増加で効果を発揮する。よって、導入数を K P I と掲げ、投資の成果を定量的に測定するためである。

⑤事業継続力強化計画の策定支援

支援計画の認定期間（5年間）目標：

K G I：事業継続力強化計画の認定者数 40 者。

K P I：年間の新規事業継続力強化計画の認定者数 8 者。2 回目以降の事業継続力強化計画の認定者数 8 者。

設定した理由：会員事業者の 1 割である 40 者を目指す。年間の新規事業継続力強化計画の認定者数を 8 者行うための啓発だけでなく、立てた計画の振り返りとともに次回計画を立てる PDCA サイクルを回すべく、2 回目以降の認定者数を K P I と設定し、災害時の早期復旧を目指す。

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）

以下の通り、上記の目標に対する方針を定める。

(2) 目標の達成に向けた方針

目標①：「上野焼等」および「町内の食」による福智ブランドの確立

達成方針 1：知的財産取得

商標等の知的財産権の取得を 3 件支援する。商品開発時から伴走支援を行い、必要に応じて専門家派遣を実施。福岡県知的財産支援センター、よろず支援拠点等と連携し、福智ブランド確立を目指す。

設定理由：ブランド確立後に模倣品の出現等のトラブルを未然に防ぐ。ブランド確立によって、価値ある商品を適正価格で販売することが可能にためである。

達成方針 2：催事出展等による知名度向上

商品特性を考慮したうえで、最適となる国内外の展示会や催事を選択し、出展を行う。こだわりの商品であることを PR し、ふるさと納税の返礼品登録を実施。これらの取り組みをプレスリリース・SNS を通じ、発信していく。

設定理由：催事出展は認知拡大に有効な手段であり、これら一連の取り組みをプレスリリース・SNS で発信する。価値ある商品としての認知が上がることで、ブランドを確立し、知名度向上を実現するためである。

達成方針	対象	現状	R8 年度	R9 年度	R10 年度	R11 年度	R12 年度
1：知的財産取得 件数	上野焼等	0 件	0 件	0 件	0 件	1 件	0 件
	町内の食	0 件	0 件	1 件	0 件	0 件	1 件
2：催事出展等による 知名度向上 (※)	上野焼等	6 回	6 回	6 回	6 回	6 回	6 回
	町内の食	2 回	2 回	2 回	2 回	2 回	2 回

(※) 催事出展等の知名度向上のため、出展回数を設定する。「上野焼等」は国内および海外マーケット（B to B、B to C）、「町内の食」はB to Bでの国内外マーケットへの出展、B to Cでの国内マーケットへの出展により、知名度向上を狙う。

目標②：観光と連携した産業振興

達成方針1：一体となる観光資源・コンテンツの創造

「上野焼等」、「福智山」、「温泉」、といった観光資源・コンテンツは点在しており、一体化していない。また、「町内の食」等の観光資源・コンテンツでは、創造が必要である。そこで、これら観光資源・コンテンツの創造・一体化が不可欠となる。

設定理由：観光資源・コンテンツとなり得る福智ブランド（特産品・飲食・体験）を磨き上げ、一体化させることで、観光客・関係人口増加の足掛かりになる。

達成方針2：継続的な魅力の発信

一体となって観光資源・コンテンツを継続的に発信する。磨き上げから一体化するまでの「ストーリー」をプレスリリース・SNSを通じ、継続的に発信する。

設定理由：観光客・関係人口増加のためには、知ってもらう必要がある。またストーリー性を好む人が増加しているため、その過程を含めて発信することでより効果が生まれることが期待される。

達成方針	現状	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度	R12年度
1：一体となる観光資源・コンテンツの創造	なし	■ 「町内の食」創造		→	■ 観光資源等の一体化	→
2：継続的な魅力の発信	なし	■	■ プレスリリース・SNSの発信			→

目標③：創業および事業承継支援

達成方針1：関係機関との連携強化

金融機関等の関係機関との連携を強化し、創業予定者・事業承継検討者の情報をいち早く掴み、伴走支援につなげる。

設定理由：商工会のネットワークだけでは拾いきれない情報をいち早く掴み、創業予定者・事業承継検討者の伴走支援を強化するために必要である。

達成方針2：創業予定者・事業承継検討者の経営力向上

創業予定者・事業承継検討者の経営力向上のため、年に一度開催の開業スクールに個別案内する。また一年を通して、経営面で不足する部分を個別指導・伴走支援し、経営に必要な知識習得の支援を行う。これらを言語化・可視化したものとして、創業者の創業計画書、事業承継の事業承継計画書を策定し、計画後自走化のため、伴走支援を行う。

設定理由：創業・承継後の経営を安定させるには、基本的な経営の知識習得が不可欠である。そこで、開業スクールや個別指導を実施。「対話と傾聴」により、事業者が自ら主体的に計画書策定を行う動機付けを促す。このように、自走化までの伴走支援によって目標売上を実現するため実施する。

達成方針	現状	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度	R12年度
1：関係機関との連携強化	不十分	■	■ 定期的な情報交換等による連携強化			→
2：創業予定者・事業承継検討者の経営力向上	不十分	■	■ 対象者への経営力向上支援強化			→

目標④：デジタル化推進

達成方針1：業務上の課題設定と業務フローの作成

業務上の課題が顕在化している事業者を中心に、課題の設定を行い、業務フローを作成。専門的な知識が必要な場合は、専門家派遣等を活用し、デジタル化の第一歩・重要性を認識してもらう。

設定理由：原材料高騰・人手不足等、経営上の課題を抱える小規模事業者は増加している。まずは、課題設定を自ら行う（指導員等は気付きを促す）ことで、デジタル化の重要性を理解し、主体的に課

題解決に向けた取り組みを実施する第一歩とするため、必要である。

達成方針2：DX セミナーの強化

デジタル化によって売上・利益の増加や生産性向上を実現するため、DX セミナーの強化を行う。セミナーテーマを企画・設定し、事業者のデジタルリテラシーを高め、事業者自身の課題解決によって収益改善を実現する。

設定理由：事業者のデジタルリテラシーを高めることで、自ら主体となって収益・業務改善を行う動機付けのため、DX セミナー強化を図る。

達成方針	現状	R8 年度	R9 年度	R10 年度	R11 年度	R12 年度
1：業務上の課題設定と業務フローの作成	不十分	■■■■ 事業者自ら課題設定 (気付きを促す)				■■■■
2：DX セミナーの強化	不十分	■■■■ 事業者の課題に応じたセミナーの企画・設定				■■■■

目標⑤：事業継続力強化計画の策定支援

達成方針：災害時に早期の事業復旧を行う意識醸成

小規模事業者は、「災害リスクの認識」と「事前対策の必要性」に対する意識が低い。そこで意識醸成を図るため、経営指導員等による啓発を行う。災害時に競合他社よりも早期に事業復旧することは、その分引き合いが増加する可能性があるため、結果として収益改善になること、福岡県商工会連合会の「保険診断制度」等を活用すること等、あらゆる角度からきっかけを作る。事業者の意識醸成後には、事業継続力強化計画の策定支援を行う。策定支援時には計画作成だけが目的とならないよう、「対話と傾聴」により、災害時に「困ることは何か」、「どのような取り組みを行う必要がある」か、課題設定から実行レベルまで網羅することを心掛ける。

設定理由：平時は事業継続力強化計画の重要性は理解されにくい。そのため、あらゆる角度から意識醸成のための取り組みが肝要となる。事業者の意識醸成により、主体的に計画策定が期待される。

達成方針	現状	R8 年度	R9 年度	R10 年度	R11 年度	R12 年度
災害時に早期の事業復旧を行う意識醸成	不十分	■■■■ 意識醸成のための継続的な取り組み (経営指導員等による啓発、保険診断等)				■■■■

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】

国が提供するビッグデータ「RESAS」(地域経済分析システム)を活用して地域経済動向調査を行い、ホームページ上で公表。

さらに年4回、管内の小規模事業者20社を対象にヒアリングによる景気動向調査を実施してきた。

【課題】

RESASによる結果と管内のヒアリングによる調査・分析とが一体となっておらず、点と点になっている。そのため、これらデータを事業者の販促・創業・承継支援等に活用することが課題である。

(2) 目標

支援内容	現状	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度	R12年度
①地域の経済動向分析の公表回数(HPにて公表)	1回	1回	1回	1回	1回	1回
②景気動向調査結果の公表(HPにて公表)	4回	4回	4回	4回	4回	4回

(3) 事業内容

①地域の経済動向分析(国が提供するビッグデータの活用)

地域経済の強み・弱みを把握し、どのような地域課題があるのかについて特定。各種事業者支援に活かすため、RESAS(地域経済分析システム)を活用する。経営指導員等が地域経済動向分析レポートをまとめ、年1回、福智町商工会のホームページで公表する。

○調査方法

国が提供するビッグデータ「RESAS」(地域経済分析システム)を活用して調査を行う。

○調査項目

人口マップ : 人口構成、増減、将来性及び地域人口推計による動態把握する。

産業構造マップ : 産業構造、経営環境による現状把握。

地域経済循環マップ : 地域のお金の流れ(生産・分配・支出)、産業別の影響を把握・分析。

マーケティング : 各種消費分析、人口動態将来性分析によりマーケット環境動向を把握する。

観光マップ : 観光宿泊、インバウンド消費による動向把握する。

農林漁業マップ : 農産品分析による地域資源との連動制を把握。

②管内景気動向調査

町内の景気動向等について詳細な実態を把握するため、全国商工会連合会が行う「小規模景気動向調査」に独自の調査項目を加え、年4回実施・分析する。

○調査方法

経営指導員等がヒアリング実施し、結果を分析する。

○調査対象

管内小規模事業者20社(建設業、製造業、小売業、卸売業、サービス業)。

○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

(4) 調査結果の活用

地域の経済動向調査および景気調査の結果は、レポートとしてホームページで公開し、事業者へ広く情報提供を行う。またこれらの得られた情報は、事業計画の策定の参考とする他、経営指導員等の巡回指導を行ううえでの参考資料として活用する。

また外部調査による情報と連携する。需要動向調査、マーケティング、新商品・新サービスの開発等の参考資料とする。

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

上野焼等や地域資源を取り扱う食品事業者に対し、展示会・商談会への出展支援を行い、B to BおよびB to Cのアンケート調査を実施。需要動向調査情報を活用し、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っている。

【課題】

過年度からの取組みとして、重点支援企業の「上野焼等」事業所及び地域資源を活かした「町内の食」を扱う事業者によるバイヤーや消費者等の需要動向を伴走支援した。展示会や即売会での商談や引き合いの支援を通して、アンケート・ヒアリングを実施し、事業者とともにマーケットニーズを把握した。事業者においては自店の置かれている状況を把握する事ができてマーケットへの理解が深まった。伴走支援を実施する当会においては、重点支援事業者に対する部分的なマーケットニーズ評価は高まったが、「上野焼等」や「町内の食」のロールモデルの提供や評価認知度を高めるには、より深掘したマーケット別セグメントを意識した需要動向調査を実施する必要性があると認識した。

(2) 目標

アンケート・商談等で生の声を聴くとともに、マーケット別セグメントを意識した需要動向調査を実施し情報提供を行う。調査内容から需要環境の変化やマーケットでの成功事例(ロールモデル)を小規模事業者へ情報を共有し、商品サービスへ反映する事を目指す。また、喫緊に需要動向調査情報を必要としない事業者においては、調査情報を活かしたマーケット開拓事例の提供によって、マーケットインの考え方を腹落ちさせる事を目指す。

【調査実施回数】

対象事業所	対象マーケット	現状	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度	R12年度
上野焼等事業者(事業者の中から1度の国内出展につき2~5者程度、海外はインバウンドも含めて1~2者)	国内マーケット	2者	2者	3者	3者	5者	5者
	海外マーケット (国内インバウンド含)	1者	1者	1者	2者	2者	2者
地域資源を活かした「町内の食」を扱う事業者(一度の出展に1~3者程度)	首都圏・地方: 春夏需要	2者	2者	2者	3者	3者	3者
	首都圏・地方: 秋冬需要	1者	1者	1者	2者	2者	2者

(3) 事業内容

地域資源を扱う重点支援企業の「上野焼等」事業者および「町内の食」を扱う事業者を対象に、展示会・商談会への出展支援を通じて、B to BおよびB to Cへのセグメント別アンケート及びマーケット調査内容を事業者とともに内容把握し、出展時においては事業者と連携して伴走支援による商談補助の際にアンケート及び聴き取り調査を実施する。調査内容や項目については以下の内容にそって実施する。

【B t o B】

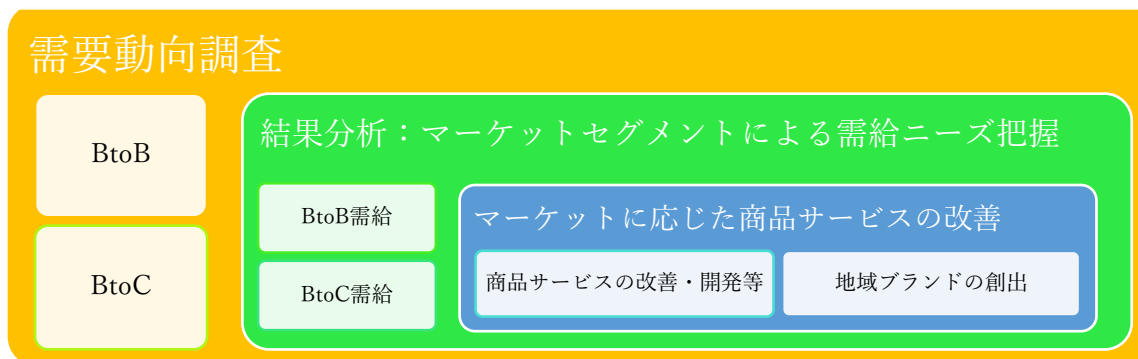
対象事業者	対象マーケット	展示会・商談会	調査対象	サンプル数： 展示会毎	調査項目
上野焼等事業者(事業者の中から1度の国内出展につき2~5者程度、海外はインバウンドも含めて1~2者)	国内マーケット	テーブルウェア、全国陶器市他	ギャラリー・食器卸・飲食店オーナー	バイヤー等 30 サンプル	カテゴリ調査 (デザイン・機能性・価格訴求力他・) マーケット調査
	海外マーケット (国内インバウンド含)	英国：Maku south west、シンガポール3art・台湾、ドイツ他	海外ギャラリー・食器製作者等	バイヤー等 10 サンプル	グローバル圏： デザイン・価格訴求力他・) マーケット調査
地域資源を活かした「町内の食」を扱う事業者(一度の出展に1~3者程度)	首都圏・地方： 春夏需要	グルメショー等、海外展示会	国内外の百貨店・流通・セレクト・中食バイヤー等	バイヤー等 15 サンプル	カテゴリ調査 (フレーバー、デザイン・価格訴求力他・) マーケット調査
	首都圏・地方： 秋冬需要	アグリフードエキスポ等、海外展示会		バイヤー等5 サンプル	

【B t o C】

対象事業者	対象マーケット	展示会・商談会	調査対象	サンプル数： 展示会毎	調査項目
上野焼等事業者(事業者の中から1度の国内出展につき2~5者程度、海外はインバウンドも含めて1~2者)	国内マーケット	テーブルウェア、全国陶器市他	一般来場者及び富裕層	消費者等： 50 サンプル	カテゴリ調査 (デザイン・機能性・価格訴求力他) マーケット調査
	海外マーケット (国内インバウンド含)	英国：Maku south west、シンガポール3art・台湾、ドイツ他	海外富裕層	消費者等： 25 サンプル	グローバル圏： デザイン・価格訴求力他 マーケット調査
福智事業所 「町内の食」を扱う事業者の中から1度の出展につき1~3者程度)	国内マーケット および国内インバウンド	地域イベント (福智スイーツ大茶会、Iloveフクチ夢フェスタ他)	一般来場者	消費者等： 50 サンプル	カテゴリ別調査 (フレーバー、パッケージデザイン・価格訴求力他) マーケット調査

(4) 調査結果の活用

マーケットの生の声を展示会や商談の状況に応じてカテゴリ別に収集分析した需要動向によって、自社のおかれている商品やサービスを体系的に見直す資料として、事業所へフィードバックし市場の需要動向の気づきを得た事業計画の策定および上野焼等事業者においての今後の商品サービスの改善とマーケティング活動へ活かす。続いてマーケットセグメントニーズを踏まえた生産技術の向上や新分野開拓や新たなビジネスモデルの構築によって小規模事業者の商品サービスの改善や経営発展、地域全体のブランド化を目指す。



5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

経済産業省の「ローカルベンチマーク」を使用し、経営分析を実施している。しかし、小規模事業者が抱える本質的な課題の抽出や提案ができていない。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強み・弱み等を分析・把握し、経営戦略を立て実行することが重要であるが、実践できる事業者は多くないのが実情である。

【課題】

小規模事業者は顕在化している課題には目を向けるものの、潜在化している課題や本質的な課題には気付いていない。そこで、「対話と傾聴」を通じて、事業者自らが本質的な課題の「気づき」を得ることが課題である。

(2) 目標

【経営分析実施件数目標(経営指導員4名)】

対象事業所	現状	R8 年度	R9 年度	R10 年度	R11 年度	R12 年度
経営分析事業者数	65 者	80 者	80 者	80 者	80 者	80 者

※経営指導員1名あたり20者を目標とし、計80者とする。

(3) 事業内容

経済産業省の「ローカルベンチマーク」を元に、巡回等で「対話と傾聴」を行う。自社の財務および非財務の経営分析の重要性に気づきを促すきっかけとする。この経営分析を元に、真の経営課題を設定する。

事業環境の変化によって情勢が変わった際には、適宜柔軟に変更・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」に事業者との「対話と傾聴」の結果を踏まえた上で、経営指導員等が分析を行う。

(4)分析結果の活用

「対話と傾聴」の結果を踏まえた経営分析によって、自社の経営課題等が明確になり、当該小規模事業者にフィードバックを行う。分析結果はデータベース化して内部共有し、経営指導員等のスキルアップに活用する。

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。

6. 事業計画策定支援に関すること

(1)現状と課題

【現状】

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、経営指導員等による巡回時の相談や専門家による事業計画策定セミナー等、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している。

【課題】

事業計画策定のきっかけ作りはうまくいっているものの、小規模事業者の顕在化している課題への対症的な事業計画策定となってしまうケースが多い。そのため、必ずしも腹落ちしているとはいえない。その結果、実行が伴わず、「絵に描いた餅」となってしまうことがある。そこで、「対話と傾聴」を重視し、事業者の納得感ある事業計画策定を行うことが課題である。

(2)支援に対する考え方

小規模事業者が自身の持つ経営資源について、「対話と傾聴」により水面下に潜む本質的な課題を認識・納得したうえで、自走化のためのやる気を引き出す。本質的な課題が明確になったところで、外部環境を整理し、自社の強みを活かせる事業計画の策定支援を行う。内容によっては強みを活かすよりはむしろ、弱みを克服する事業計画となることもある。多くの小規模事業者はデジタル化に抵抗や苦手意識があり、DXセミナーによる弱みの克服は欠かせない。場合によっては、専門家や関係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創業および事業承継予定者、重点支援小規模事業者を設定する。

なお、一般小規模事業者は、創業および事業承継予定者、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、特に福智ブランド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成功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）等、陶芸事業者
重点支援小規模事業者②	町内の地域資源を活かした「食」など、福智町のブランド化に寄与することが期待される事業者

(3) 目標

【事業計画策定実施件数(経営指導員 4 名)】

内容	現状	R8 年度	R9 年度	R10 年度	R11 年度	R12 年度
①事業計画策定セミナー	2 回	2 回	2 回	2 回	2 回	2 回
②D X推進セミナー	2 回	2 回	2 回	2 回	2 回	2 回
③ふくおか開業スクール	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
事業計画策定事業者数	65 者	60 者	60 者	60 者	60 者	60 者
(内訳)						
①一般小規模事業者	41 者	40 者	40 者	40 者	40 者	40 者
②創業予定者	10 者	10 者	10 者	10 者	10 者	10 者
③事業承継予定者	2 者	4 者	4 者	4 者	4 者	4 者
④(重点支援先)上野焼等事業者	8 者	3 者	3 者	3 者	3 者	3 者
⑤(重点支援先) 「町内の食」を扱う事業者	4 者	3 者	3 者	3 者	3 者	3 者

(4) 事業内容

事業計画策定のきっかけ作りとして、巡回時における相談や事業計画策定セミナー等、あらゆる機会を活用する。

セミナーは事業計画策定セミナーとDX推進セミナーの各2回(計4回)とし、開業予定者(開業間もない者含む)を対象とするセミナーを開催し、事業計画の策定を行う。

事業計画策定を行うにあたっては、事業者との「対話と傾聴」を重視し、事業者が納得感のある計画を立てることを重視する。

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	<ul style="list-style-type: none"> ・目的：経営分析を行った小規模事業者を中心に、事業計画策定に向けた取組意欲の醸成を図ると共に、事業計画策定に繋げるため ・募集方法：当商工会ホームページ、事業計画策定予定者への声掛け ・講師：中小企業診断士等 ・カリキュラム：経営資源・地域資源の活用や考え方、ブランディング、商品開発、知的財産権、事業継続力強化計画等（これら記載内容を主とするが、町や町内事業者の状況によって柔軟に設定）

2. DX推進セミナー	<ul style="list-style-type: none"> ・目的：事業者自ら設定した課題をデジタル化によって売上・利益の増加や生産性向上を実現するだけでなく、事業全体の変革を行う意識醸成を図ると共に、事業計画策定に繋げるため ・募集方法：当商工会ホームページ、課題を抱える事業者への声掛け ・講師：中小企業診断士等 ・カリキュラム：DXの基本的な考え方、生成AI、業種別の具体的ツール等（これら記載内容を主とするが、町や町内事業者の状況によって柔軟に設定）
3. ふくおか開業スクール	<ul style="list-style-type: none"> ・目的：開業予定者・開業直後の事業者（事業承継の後継者含む）等を対象に経営全般の知識を習得し、業計画書の策定に繋げるため ・募集方法：当商工会ホームページ、町報への折込、対象予定者への声掛け ・講師：中小企業診断士等 ・カリキュラム：「経営」、「財務」、「人材育成」、「販路開拓」、「資金繰り」等

②事業計画策定の個別支援実施

内容	
支援対象	重点支援小規模事業者および経営分析を行った小規模事業者および開業予定者を対象とする。
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、支援を行う。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。

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】

事業計画策定後のフォローアップは、担当した経営指導員が巡回や窓口、電話等の方法で随時行っている。しかし、補助金申請や融資後のフォローアップが多く、また事業所においても経営環境の変化から目標遂行が遅滞するケースがある。

【課題】

策定した事業計画通りに遂行しているのか、売上増加につながったのか等、事業計画策定後のフォローアップが不十分であることが散見される。そのため、フォローアップ実施件数だけでなく、対象事業者への均等化が課題である。担当した指導員がフォローアップ漏れしていないか、について確認。進捗状況が遅れている場合には、「対話と傾聴」を通じて、原因や変更・修正について検討し、策定した計画の実行性を高める。

(2) 支援に対する考え方

事業計画を実行性のあるものにするには、日々の業務に追われる事業者単独では難しい。事業計画策定セミナーへの参加を促し、経営力を高めるとともに、自身の立てた計画を着実に実行・売上増加のため、定期的な声掛けを行い、やる気を引き出す。事業環境の変化等で変更・修正を余儀なくされた場合は、特に「対話と傾聴」を丁寧に行う。そして、変更・修正について再度検討。このように、策定した計画を確実に実行できるよう、伴走支援を継続的に実施する。

(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)	R8 年度	R9 年度	R10 年度	R11 年度	R12 年度
フォローアップ対象事業者数	65 者	60 者	60 者	60 者	60 者	60 者
フォローアップ実施件数 (年間延べ回数)	1058 回	196 回	196 回	196 回	196 回	196 回
内 訳	①一般小規模事業者	459 回	80 回	80 回	80 回	80 回
	②開業予定者	65 回	40 回	40 回	40 回	40 回
	③事業承継予定者	62 回	16 回	16 回	16 回	16 回
	④(重点支援先)上野焼等事業者	240 回	30 回	30 回	30 回	30 回
	⑤(重点支援先) 地域資源を活かした 「町内の食」を扱う事業者	61 回	30 回	30 回	30 回	30 回
売上増加事業者数	一 者	48 者	48 者	48 者	48 者	48 者
最終利益率 0.5%以上の事業者数	一 者	5 者	5 者	5 者	5 者	5 者

※年間フォローアップ回数目標の考え方

①一般事業者:年2回→事業計画策定累計数×40者×2回=80回

②開業予定者:事業計画策定後1年間は年4回(四半期ごと)で支援→事業計画策定件数10者×4回=40回

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者×4回=16回

④(重点支援先)上野焼等事業者: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10回の巡回訪問を行う)。→事業計画策定累計数3者×10回=30回

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10回の巡回訪問を行う)。→事業計画策定累計数3者×10回=30回

(4)事業内容

事業計画策定支援を行った事業者を対象に、事業計画の進捗状況の確認を定期的に行う。進捗の確認は、主に巡回にてフォローアップを実施する。フォローアップの結果、進捗状況が遅れている場合には、「対話と傾聴」を通じて、特に厚い支援を実行する。

進捗遅れの原因について傾聴するとともに、その時点で最適な選択ができるよう対話を重ねる。事業環境の変化等により、計画の変更・修正が必要な場合には、修正等を行う。場合によっては専門家派遣を活用する。

8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること

(1)現状と課題

【現状】

重点支援先である上野焼等事業者や地域資源を活かした「町内の食」を扱う事業者を対象に国内外問わず、ターゲットに即した展示会・商談会への出展支援を行っている。また、全ての出展の準備・運営・フォローアップ等では経営指導員による伴走支援を行っている。

(支援展示会)

実施年度	展示会・商談会名	事業所数	出展商品等
令和3年	テーブルウェアフェスティバル他	4	上野焼等
	グルメ&ダイニングスタイルショー	4	ジェラート、みそ、ドーナツ他
令和4年	テーブルウェアフェスティバル他	4	上野焼等
	九州・沖縄観光・宿泊外食産業展	2	ジェラート、ドーナツ
令和5年	テーブルウェアフェスティバル他	5	上野焼等
	グルメ&ダイニングスタイルショー	2	ジェラート、スパイス他
令和6年	テーブルウェアフェスティバル他	5	上野焼等
	グルメショー他	3	スパイス、ヌードル、ドライレモン他
令和7年 (予定)	テーブルウェアフェスティバル他	5	上野焼等
	アグリフードエキスポ他	3	レモン関連他

【課題】

展示会・商談会によって必ずしも新たな販路開拓に結びついている訳ではない。より広域的に且つ効果的にマーケットニーズを把握していく必要があるとともに展示会・商談会では、デザインや機能性、フレーバーやパッケージデザイン、商品価格訴求力などをバイヤーや消費者から出た生の声によって深堀検討する事や自店の事業計画策定に基づく効果をリマインドする事や展示会・商談会後の効果や検証が課題である。

(2) 支援に対する考え方

- ・町の施策として国指定伝統的工芸品「上野焼」の振興を標榜する。対象者となる窯元は上野焼協同組合員窯元に限られている事や「上野焼」の歴史や伝統工芸といったコアな情報発信を重点とした施策を打ち出している。次に地域ブランド化の推進や地域資源の掘り起こしや特産品開発を推進する事と標榜する。しかしながら町のふるさと納税においての返礼品にしめる県産品は多いが、町内特産品は僅かで認知や拡大は道半ばである。

- ・当会では従来から町内小規模事業者窯元で上野焼窯元組合員を問わず対象とした上野焼等の支援や町内農産品を活かした加工品事業所の販路拡大支援を実施してきたところである。これは、町標榜する振興策と連携しつつ大きなマーケットを開拓する補完軸として国内外の新たな需要を俯瞰し能動的な販路開拓支援を実施してきたところである。

- ・これからの支援のありかたは、従来の新たな販路開拓支援をより深堀し発展させる事とその成果を計数として求めていくこととする。出展の準備・運営時だけでなく、出展後のマーケティングや商品改良等フォローアップを含めて支援するとともに支援する事業者のターゲットに合致した出展で且つ、自社が策定した事業計画策定に基づく売上高や経常利益をリマインドした取り組みであったかを検証する。よって販路開拓の実現性が高まるとともに、事業者の保有する地域資源を活かした商品のブランド化や知財取得にも寄与する。

(3) 目標

		現状	R8 年度	R9 年度	R10 年度	R11 年度	R12 年度
展示会出展回数		9 回	8 回	8 回	8 回	8 回	8 回
展示会出展事業者数		8 者	6 者	6 者	6 者	6 者	6 者
成約件数 / 者	上野焼等事業者	30 者	30 者	30 者	30 者	40 者	50 者
	地域資源を活かした「町内の食」を扱う事業者	5 者	5 者	5 者	7 者	7 者	7 者
売上増加率 (年)	上野 (出展者年平均)		0.5%	1.25%	1.25%	1.5%	2.0%
	町内の (出展者年平均)		0.5%	0.75%	0.75%	1.0%	2.0%
経常増加率 (年)	上野 (出展者年平均)		0.2%	0.5%	0.5%	0.75%	1.25%
	町内の (出展者年平均)		0.1%	0.2%	0.25%	0.3%	0.5%
知財活用	商標等知的財産権の取得			1 件		1 件	1 件
フォローアップ実施回数	上野焼等	20 回	30 回	30 回	30 回	30 回	30 回
	町内の食		30 回	30 回	30 回	30 回	30 回

(4) 事業内容

・上野焼等および地域資源を活かした「町内の食」を扱う事業者の展示会等出展支援

重点支援先である、上野焼等事業者および地域資源を活かした「町内の食」を扱う事業者を中心に、新商品・新サービス等の販路開拓に資するため、積極的且つ能動的に展示会・商談会への出展支援を行う。

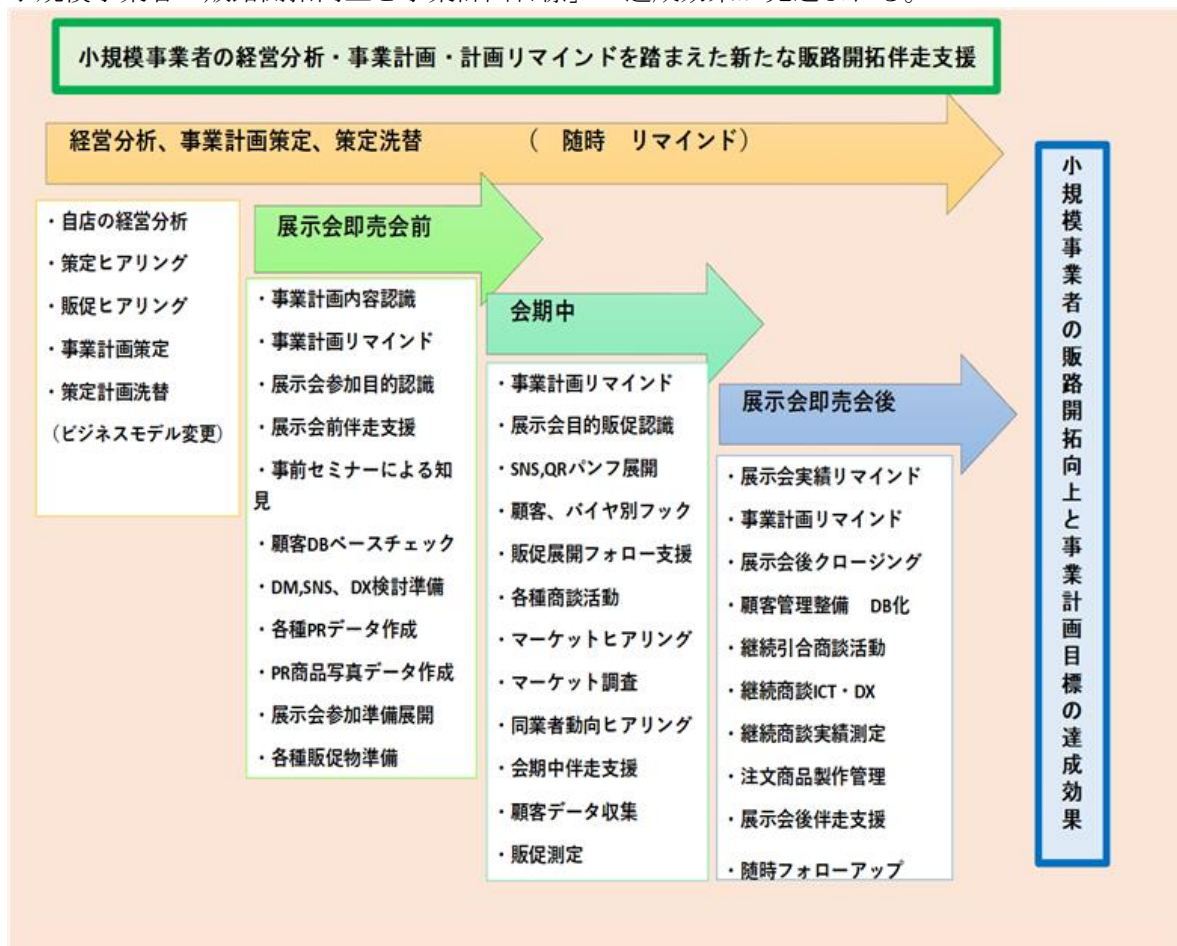
①上野焼等事業者：事業者の立てた事業計画をリマインドさせて「マーケットニーズ」に合致する展示会・商談会に絞って出展を行う。特に陶器は、実用性と芸術性を兼ね備えた品質の良さは国内のみならず、世界からも高い評価を得ており、海外における人気も高い。上野焼等の知名度向上と販路開拓のため、国内では地元県内だけでなく、関西や中四国等の西日本地区や北海道や東北、首都圏等の東日本地区といった国内横断型の支援を展開し、海外では陶器文化に造詣が深いイギリス英語圏、マイセンで有名なドイツ圏等や東南アジアの富裕層をターゲットとした海外展示会出展の支援を行う。

②地域資源を活かした「町内の食」を扱う事業者：食品や加工食品の販路開拓支援は、食品流通バイヤーの思考を踏まえたマーケティングが不可欠である。食品には四季があり商品ストーリーに応じた展示会が重要である事と最大消費地を抱え多数のバイヤーが集積する首都圏の大型展示会は地方の逸品を大消費地へ運ぶマーケティング効果は絶大である。こういった事象を踏まえて春夏と秋冬商品戦略を踏まえた事業者の立案した事業計画をリマインドした出展支援を行う。

【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
上野焼等事業者 3 程度)	【テーブルウェア・フェスティバル】 東京ドームシティ開催、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首都圏有数の“器の祭典”（開催期間 7 日間・来場者数約 3 万人・出展社数約 80 社）
	【全国陶器市】 姫路城大手前公園開催、日本各地の有名産地窯元の作品が一同に揃う関西地区最大の陶器市（開催期間 5 日間来場者数約 10 万人・出展社数 68 社）その他国内陶器展示会等
	【make south west】 イギリス・デボン州ボベイトレーシーにある工芸職人組合会館で開催されるアートギャラリー展示会（開催期間 30 日間・延べ来場者約 1 万人・出展芸術者多数による富裕層及びロンドンギャラリーオーナー向け販売展示商談会、出展芸術家 50 人（出展審査が行われるため、有力出展者多数））その他ドイツ語圏等の海外展示会等
	【3 art】 シンガポール・ドビーゴードグリーン国立ギャラリー等で開催する富裕層向け展示即売会（開催期間 10 日間・来場者約 1000 人・出展芸術者によるシンガポール富裕層向け販売展示商談会、出展芸術家 30 人（出展審査が行われるため、有力出展者多数））その他ドイツ催事、海外展示会等
地域資源を活かした「町内の食」を扱う事業者(3 者程度)	【アグリフード EXPO 東京】 「農と食をつなぐ」をテーマに“国産”にこだわった全国的な展示商談会。地域性豊かな国産農林水産物・食品の国内外への販路拡大が見込める（開催期間 2 日間・来場者数約 1.2 万人・出展社数約 600 社）
	【グルメショー】 食卓を切り口に、新しい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 3.6 万人・出展社数約 400 社）

・展示会等の出展する事業者へのフォローアップ強化
 従来から行っている、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・FCPシート作成等）、出展時の現地支援に加え、出展後のフォローアップを強化する。具体的には、成約状況等の聞き取り、パイヤーや一般消費者等からのアンケート結果情報等から検証を行うことで「小規模事業者の販路開拓向上と事業計画目標」の達成効果が見込まれる。



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】

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。評価指標については利益水準指標など一部不足するところがある。

【課題】

経営発達支援計画評価委員会により、評価の他にアドバイスをいただくものの、より定量評価に基づくアドバイス等の支援の実施が課題となっている。

(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上記委員会において、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（事業計画策定件数、販路開拓支援件数等、成果指標）を定量的に把握。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下表の通り、評価ランク付けを行う。

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

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し、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。また、評価委員からいただいたアドバイスを活かすため、事務局内職員で会議を実施する。

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が開催する全員参加の経営指導員、経営支援員対象の研修では、経営支援のノウハウ等について学び、支援力向上につながっている。また、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おり、個々に必要と考えるテーマで学び実践に活かしている。

【課題】

全員参加の研修以外については研修参加にバラつきが出ていることや、現場で求められる経営支援のメニューが多角化していることから、経営支援において職員間のバラツキや属人的になりやすい。そこで例えば、DX 等アップデートが必要なテーマを中心に、職員全体のレベルアップが課題である。

(2) 事業内容

①職員ミーティングの定期的な開催

全職員を対象に「現場の経営支援での困りごと」をテーマに毎月アンケートを実施。毎月 1 回朝礼後の時間を利用し、職員ミーティングを開催し、情報共有する。

②時流に沿ったテーマによる研修等の実施

経営指導員等の支援能力向上に向けた取組みとして、年2回研修・セミナーを実施する。外部講師等による研修・セミナーを想定。多角化する現場のニーズに応えるべく、職員の経営支援に対する支援力向上を図っていく。

【想定される研修テーマ】

- ・経営力再構築伴走支援研修：「対話と傾聴」を通じて自社の本質的な課題に気付きを与え、内発的動機づけを促すことで、経営者自身が主体的に課題解決に取り組み、自己変革力や自走化を高めるという理論だけでなく、現場での対応を学び、ロールプレイング等を通して実践的な研修による習得およびスキル向上を行う。

- ・DX推進セミナー：ITツール（RPA、クラウド会計、EC、SNS等）を活用した支援力の向上により、現場で求められる相談および指導能力の向上を行う。

- ・事業計画策定セミナー：事業者向けに行う事業計画策定セミナーについて、経営指導員等も積極的に参加し、支援者自身の事業計画策定のスキル向上を行う。

- ・コミュニケーション能力向上セミナー：対話力や傾聴力を高め、理論および実践の習得により、信頼関係の醸成を図る。

- ・経営支援能力向上セミナー：福岡県商工会連合会が主催する職種別等の研修会に加え、中小企業庁等が主催する研修へ積極的に参加することで、経営支援能力を高める。

これら想定される研修テーマ以外では、職員ミーティングの「現場の経営支援での困りごと」をテーマとする研修を行う。講師は外部専門家他、そのテーマに知見のある経営指導員等が行う。経営指導員等が講師を務める際は、支援事例等、現場に即した具体的な経営支援を想定する。

③ノウハウ共有の仕組み

前記で実施した研修後、受講した職員による資料の共有および報告書について、回覧を行い全職員にフィードバックを行う。また、支援事例を共有ファイル内にデータベース化することで、支援内容が共有できる仕組みを整える。

【実施計画】

内容	現状	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度	R12年度
職員ミーティング	0回	12回	12回	12回	12回	12回
時流に沿ったテーマによる研修等	0回	2回	2回	2回	2回	2回

11. 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】

田川郡内の経営指導員、経営支援員研修会での情報交換の他、福智町企画振興課や中小企業支援協議会、日本政策金融公庫北九州支店との研修会等を活用し、情報交換に努めている。

【課題】

事業環境は変化し続けており、特に近年はそのスピードが加速している。また事業者の課題は一様ではなく、多様化している。そのため、伴走支援を行う上で各種支援策等の情報をいかに早く正確に提供できるかが課題となっている。各支援機関と定期的な情報交換・スムーズな連携支援体制を構築する必要がある。

(2)事業内容

経営支援を行う上で、金融関係は金融機関、地域経済の活性化は行政機関等、情報・ノウハウを有

する関係各機関に適切に情報交換および連携支援を進める。

具体的には、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、西日本シティ銀行等）、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等のように適切な関係各機関に相談・情報交換を行う。専門性の高い相談等、特に専門性を有する場合には、中小企業診断士、社会保険労務士、行政書士、弁護士、司法書士等の士業専門家と提携する。

【情報交換・連携を行う相手先、方法、頻度、理由、狙いについて】

金融機関	
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
情報交換等の理由	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・連携 <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	
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
情報交換等の理由	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・連携 <ul style="list-style-type: none"> ・行政施策及び地域振興や販路開拓の展示会・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	
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
情報交換等の理由	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・連携 <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

中小企業診断士、社会保険労務士、行政書士、司法書士、弁護士等の士業専門家	
相手先	中小企業診断士、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2回以上
情報交換等の理由	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・連携 ・特に専門性を有する各種相談

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】

重点支援先である上野焼等事業者および地域資源を活かした「町内の食」を扱う事業者に対して、町と不定期で地域ブランド活用にむけたミーティングを開催している。

【課題】

福智町は豊かな自然や農産物、特産物を有するものの、必ずしも事業者と町と商工会の連携が取れているとは言えない。定期的なミーティング開催により、地域ブランド推進に向けた一体となった取り組みの検討・実施が課題である。

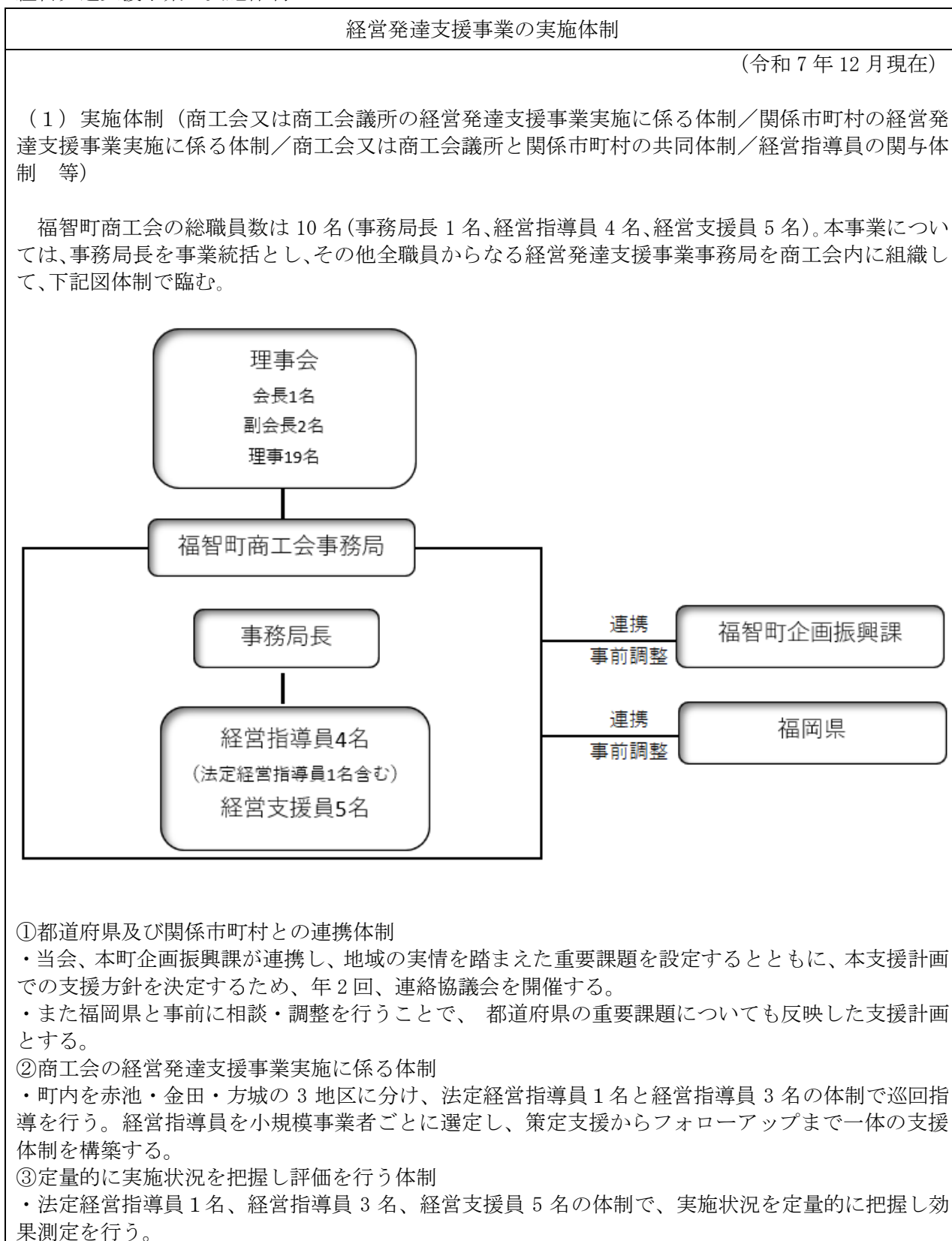
(2) 事業内容

重点支援企業と町担当職員課等とのミーティング開催。地域活性化の方向性、地域資源の活用等について検討・実施し、情報共有を行う。通常年2回開催とするものの、変更・修正等があれば随時、町担当職員課と法定経営指導員とで情報共有を行う。

重点支援企業と町と商工会によるミーティング	
参加者	重点支援企業（上野焼等2事業所、町の食2事業所）、町担当課職員、経営指導員の参加を想定（専門的な知識が必要な場合は専門家招聘を検討）
検討内容	<ul style="list-style-type: none"> 重点支援企業からは、商材マーケティングについて、町からは地域活性化の方向性について、商工会からは地域経済動向（主に直近の景況感や開業者等、1次情報がメイン）を発表し、情報共有を行う。 現状を共有したうえで、現状の課題や地域資源の整理、精査、認識の共有化を図る。「あるべき姿、ありたい姿」を設定し、同業者間の成功事例、全国自治体の事例があれば参考にする。 専門性を有する場合は、適宜専門家招聘を検討する。 地域ブランドとしての方向性を検討し『上野焼等』と『町内の食』を使った新たな商品開発や販売方法等を検討、地域経済の活性化を図る。 検討内容については、他の重点支援先へフィードバックを行うとともに、次回議題資料として随時ヒアリングを実施する。

(別表2)

経営発達支援事業の実施体制



・上記で把握・検証した実施状況を当会と福智町の連絡協議会（年2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化や生成AI、財務諸表の分析手法、経営戦略、マーケティング、起業・創業、事業承継、価格転嫁など適宜専門知識の習得を図り、小規模事業者の内発的動機づけを行う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当該経営指導員の氏名、連絡先

氏名：金子泰大

連絡先：福智町商工会 [TEL:0947-28-5055](tel:0947-28-5055)

②当該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・金子泰大は、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福智町商工会

〒822-1101

福岡県田川郡福智町赤池 968 番地

TEL:0947-28-5055 / FAX:0947-28-2195

MAIL:fukuchi@shokokai.ne.jp

URL:<https://fukuchi-shokokai.jimdofree.com/>

②福智町役場 企画振興課

〒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:fg0500@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	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000
・調査事業費	200	200	200	200	200
・講習会開催費	500	500	500	500	500
・販路開拓費	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000
・職員研修費	100	100	100	100	100
・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、各種手数料、特別賦課金、国補助金、県補助金、町補助金、事業受託費 等

(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