

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	みやこ町商工会 (法人番号 6290805007148) みやこ町 (地方公共団体コード 406252)
実施期間	令和5年4月1日 ~ 令和10年3月31日
目標	<ul style="list-style-type: none"> ① 魅力ある商品・サービスを有する小規模事業者の増加 ② 魅力ある商品・サービスを有する小規模事業者の認知度向上による集客・売上の増加 ③ 小規模事業者との対話と傾聴を通じて、個々の課題を設定したうえで、地域経済を支える小規模事業者の力を引き出し、地域全体での持続的発展の取組みへ繋げる
事業内容	<p>3. 地域の経済動向調査に関すること</p> <ul style="list-style-type: none"> ① 地域の経済動向分析を行い、年1回公表する ② 景気動向分析を行い、年4回公表する <p>4. 需要動向調査に関すること</p> <ul style="list-style-type: none"> ① 本会主催の物産展にて、試食・試飲によるヒアリング調査を実施する ② ふるさと納税返礼品申込者に対してオンライン調査を実施する <p>※調査結果は経営指導員等が分析し、事業者にフィードバックすることで商品の開発・改善につなげ、また、事業計画に反映する</p> <p>5. 経営状況の分析に関すること</p> <ul style="list-style-type: none"> ① 経営状況分析を行う事業者の発掘 ② 経営状況分析（財務・非財務）の実施 <p>※分析結果は事業者にフィードバックし、事業計画策定や目標設定に活用するとともに、事業計画実施途中でも状況把握に活用する</p> <p>6. 事業計画策定支援に関すること</p> <ul style="list-style-type: none"> ① 事業計画策定セミナー開催による事業計画策定支援 ② DX推進セミナー開催によるDX推進支援 <p>7. 事業計画策定後の実施支援に関すること</p> <ul style="list-style-type: none"> ① 巡回訪問・窓口相談によるフォローアップ ② フォローアップ会議開催によるフォローアップ <p>8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること</p> <ul style="list-style-type: none"> ① 販路開拓支援需要（DX、商工業者紹介ページによる認知度向上）の発掘 ② 物産展・商談会・アンテナショップ出展支援 ③ 町内直売所への出品・ふるさと納税返礼品登録による販路開拓
連絡先	<p><u>みやこ町商工会 本所</u> 〒824-0121 福岡県京都郡みやこ町豊津 1108 番地 TEL. 0930-33-2086/FAX. 0930-33-2819 E-mail : miyako@shokokai.ne.jp</p> <p><u>みやこ町役場 産業振興課</u> 〒824-0892 福岡県京都郡みやこ町勝山上田 960 番地 TEL. 0930-32-2512/FAX. 0930-32-4563 E-mail : nousei@town.miyako.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

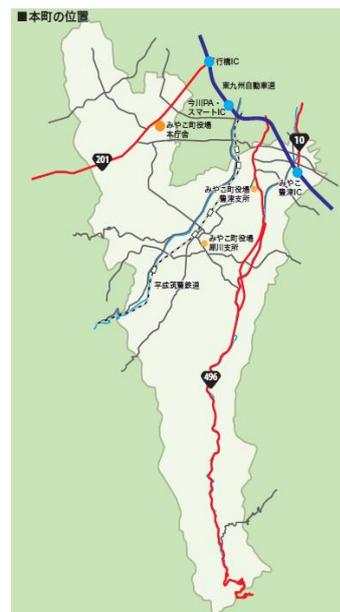
① 現状

①-1 立地と交通

- ・ 立地 みやこ町は福岡県の北東部に位置し縦長い地形
- ・ 総面積 151.34km²
- ・ 町内主要道路 国道201号（県内を横断）
国道10号（九州を縦断）
国道496号（町内を縦断）
- ・ 公共交通機関 平成筑豊鉄道（行橋市⇄直方市を走行）…町内に4駅設置（町内を横断）
- ・ 高速道路 東九州自動車道にアクセスするみやこ豊津ICが町内に設置
- ・ 県内主要都市からの距離 福岡市（人口162万人）…国道201号を經由し車で1時間40分
北九州市（人口93万人）…国道10号を經由し車で50分



<福岡県地図>



<みやこ町地図>

(地図は左から福岡国道事務所ホームページ、第3次みやこ町総合計画より引用)

①-2 人口・高齢化率の推移

みやこ町は平成18年3月に豊津町・勝山町・犀川町が合併して誕生した町である。みやこ町の人口は昭和60年に26,117人（旧3町合計）でピークに達し、以降は現在に至るまで減少を続けており、令和4年4月時点の人口は18,625人である。国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口」では、令和17年にみやこ町の人口は14,605人になると推計されており、今後も人口減少が続く見込みである。

令和4年4月時点のみやこ町の高齢化率（総人口に占める65歳以上人口の割合）は41.4%で、10年前より10%超上昇している。みやこ町の高齢化率は、全国平均28.9%、福岡県平均27.9%より10%以上高く、他地域に比べ高齢化が進行している。前述「日本の地域別将来推計人口」では、令和17年にみやこ町の高齢化率は47.8%になると推計されており、今後も高齢化が進む見込みである。

みやこ町の人口等推移

項目	平成19年	平成24年	平成29年	令和4年	令和17年推計人口	単位
男	10,922	10,247	9,588	8,842	6,654	人
女	12,256	11,427	10,715	9,783	7,951	人
総人口	23,178	21,674	20,303	18,625	14,605	人
世帯数	8,611	8,477	8,644	8,457	—	世帯
高齢化率	27.6	30.8	37.5	41.4	47.8	%

※平成19年～令和4年の「男・女・総人口・世帯数」数値は、みやこ町役場ホームページ「みやこ町の人口と世帯数等の推移」より引用

※平成19年～令和4年の「高齢化率」数値は、福岡県ホームページ「福岡県の高齢者人口及び高齢化率の推移」より引用

※令和17年の「推計人口」数値は、国立社会保障・人口問題研究所ホームページ「日本の地域別将来推計人口」平成30年推計より引用

①-3 産業

①-3-i みやこ町の商工業

令和4年4月時点のみやこ町内商工業者数は592者で、その内、小規模事業者数は550者である。内訳として、小売業（161者）、サービス業（141者）、建設業（137者）の順に多く、全業種平均では小規模事業者が93%近くを占めている。

直近10年では商工業者が12.8%、小規模事業者が13.5%減少しており、特に建設業と製造業は減少率が大きく20%程度減少している。他方で、卸売業・飲食業・サービス業は直近10年ではほぼ事業者数の増減がなく安定した需要があるといえるが、令和4年6月に町内事業者を対象に実施した中小企業景況調査では、飲食・宿泊業の業況が「悪い」、サービス業の業況が「やや悪い」となっており、新型コロナウイルス感染症の影響を受けた調査結果となっている。

みやこ町には大規模自動車部品等関連工場が複数立地しており、製造業の割合は全商工業者の10%程度であるが、町内全産業売上高（※116,781百万円）の70%超（※82,300百万円）を製造業のみで稼いでおり、主要産業である。

（※）町内全産業売上高・製造業売上高は「RESAS-地域分析システム」より集計

業種別商工業者数の推移

（単位：事業者）

業種	平成19年	平成24年	平成29年	令和4年	景況感
建設業事業者数 （内、小規模事業者数）	188 (187)	179 (176)	165 (165)	137 (132)	普通
製造業事業者数 （内、小規模事業者数）	72 (68)	77 (68)	63 (57)	62 (45)	やや良い
卸売業事業者数 （内、小規模事業者数）	12 (12)	12 (11)	12 (12)	14 (14)	普通
小売業事業者数 （内、小規模事業者数）	185 (183)	187 (180)	178 (178)	161 (154)	やや良い
飲食・宿泊業事業者数 （内、小規模事業者数）	42 (38)	46 (40)	35 (33)	46 (44)	悪い
サービス業事業者数 （内、小規模事業者数）	117 (115)	150 (136)	143 (142)	141 (133)	やや悪い
その他事業者数 （内、小規模事業者数）	18 (18)	28 (25)	35 (33)	31 (28)	—
商工業者数合計 （内、小規模事業者数）	634 (621)	679 (636)	631 (620)	592 (550)	—

※本表各年の数値は、みやこ町商工会独自調査により集計

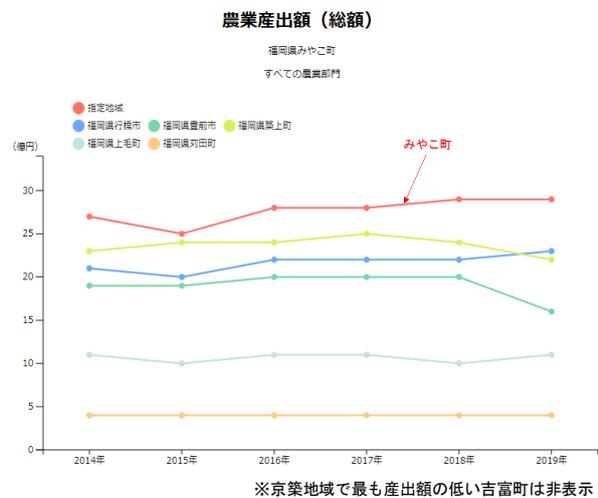
※景況感は、本会が町内事業者に対して実施した中小企業景況調査の「業況」項目を業種ごとに加重平均して「良い・やや良い・普通・やや悪い・悪い」の5段階で設定（景況調査実施時期：令和4年6月）

①-3-ii みやこ町の農業

みやこ町は農業が盛んな町で、右グラフのとおり京築地域（※1）で最も農業産出額が大きい町である（令和元年（2019年）農業産出額29億円）。主な生産物は米、たけのこ、ねぎ、冬にんじん、菊芋、なし、柿、桃、いちじく等で、みやこ町産農産物を使用した様々な加工食品も製造されており、飲食に強みを有している。町内3カ所の直売所（※2）では、みやこ町産の農産物・加工食品が豊富に取り揃えられており、町外からも多くの消費者が来町する。

（※1）京築地域

みやこ町、築上町、吉富町、上毛町、苅田町、行橋市、豊前市の2市5町



【出典】
 福岡県単位：農林水産省「都道府県別農業産出額及び産産農業所得」
 市区町村単位：農林水産省「市区町村別農業産出額（推計）」
 ※「RESAS-地域経済分析システム」より引用

（※2）町内3カ所の直売所



みやこ町豊津物産直売所
「国府の郷」



みやこ町農林産物直売所
「よってこ四季犀館」



JA「採れたて市場」

①-3-iii みやこ町の特産品

・農産物

前掲「①-3-ii 農業」に記載のとおりみやこ町ではさまざまな農産物を生産しており、「勝山ねぎ」「柳瀬ごぼう」「河内たけのこ」等のブランド化に取り組んでいる。

・みやこ肉（ジビエ（※））

みやこ町で捕獲したイノシシ・シカをみやこ町有害鳥獣加工施設で加工・処理し、直売所で「みやこ肉」として販売している。

（※）ジビエ…食材となる野生鳥獣肉のことをフランス語でジビエという。

・地酒

みやこ町には京築地域唯一の酒造場（林龍平酒造場）があり、地酒として近隣地域の消費者に支持されている。当酒造場の上撰「九州菊」は、みやこ町の優れた特産加工品等を認証する「みやこブランド品」第1号としてみやこ町より認証されている。

①-4 みやこ町総合計画における商工業・観光の振興

第3次みやこ町総合計画（計画期間：令和3年度～令和7年度の5年間）では、まちづくりの基本目標として「産業と交流が盛んな活気あるまちづくり」を掲げており、以下のとおり商工業・観光の主要施策を計画している。

○ 商工業

- ・ 商工業の振興を図ります
- ・ 企業誘致・起業支援を推進します
- ・ 就業を支援します

○ 観光

- ・ 観光客の受け入れ環境を整備します
- ・ 自然資源の活用や農林業などの連携により観光誘客を図ります
- ・ 近隣観光地との広域連携を推進します
- ・ 町の魅力や観光商品などの情報発信により関係人口・交流人口の拡大を図ります

また、特産品について「特産品の開発と情報発信を推進します」という主要施策が計画されている。

② 課題

②-1 町内人口の減少

前掲「①-2 人口・高齢化率の推移」に記載のとおり、みやこ町の人口は減少を続けている。みやこ町の高齢化率は全国・県平均と比較して10%以上高く、今後の人口減少も他地域に先行することが推測される。人口減少＝消費者減少となるため全ての商工業者にとって重大な問題である。

②-2 町外への消費流出

みやこ町に隣接する行橋市（人口72,687人）は京築地域の中核市であり、ショッピングモールやディスカウントストア（4店）、家電量販店（4店）、ドラッグストア（7店）等を含む多数の商店が立地している。町内事業者へのヒアリング時に競合店として町内の他店ではなく「行橋市」を挙げる事業者も多く、町内消費者の消費が「価格・品揃え・利便性（立地・集積等）」で優位な行橋市に流出していると推測される。

②-3 町外からも稼ぐ力

みやこ町には3カ所の直売所や民間果樹園、いつも満席の飲食店など町外からも多くの消費者が来店する事業所がある。みやこ町で遠方からでも集客できる事業者と集客できていない事業者を比較すると以下2点に対しての差異がある。そのため、集客できていない事業者が集客力を高めるためには以下2点を改善・強化することが課題である。

②-3-1 魅力ある商品・サービス

小規模事業者が他者と差別化できる要素として商品・サービスの独自性が挙げられる。直売所であれば地元の採れたて農産物、民間果樹園であれば果物狩り・併設レストラン・加工品、飲食店であればこだわり抜いた食事メニューである。「商品・サービスの魅力」が「価格・品揃え・利便性」を上まわることにより集客増加につながることは、前掲例示した事業者が示すとおりである。小規模事業者が町外からも稼ぐ力を向上させるうえで、魅力ある商品・サービスの開発・改善は優先順位の高い課題である。

②-3-ii 認知度

魅力ある商品・サービスを有していても消費者に認知してもらえなければ選択・来店してもらえない。情報の経路として自身による発信・他者発信（みやこ町、商工会、マスコミなどによるPR）・口コミ・商談会・物産展等が挙げられるが、前掲例示した事業者はいずれも町外でも認知度が高く、町外からの集客を可能としている。認知度向上についても稼ぐ力を獲得するために取り組むべき課題といえる。

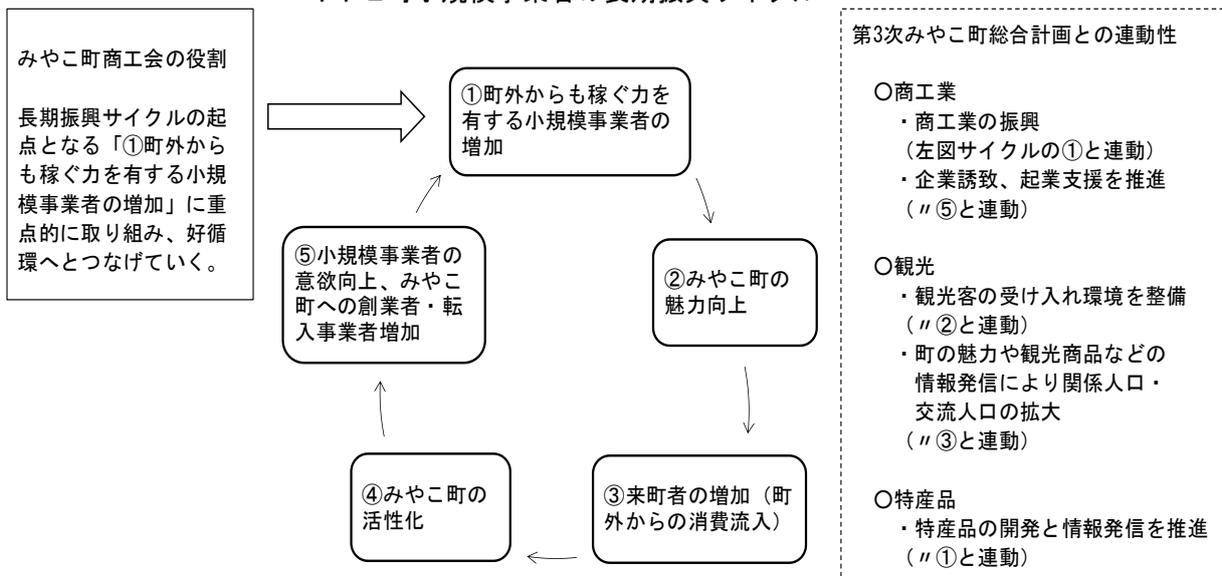
(2) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

長期的な人口減少傾向により町内消費者の需要はさらなる減少が見込まれる。そのような環境下、町内小規模事業者が持続・発展していくためには町外の需要獲得にも取り組んでいかなければならない。

今後10年程度の期間を見据えた小規模事業者に対する振興のあり方としては、「町外からも稼ぐ力を有する小規模事業者」を着実に増やし、下図「みやこ町小規模事業者の長期振興サイクル」の好循環を推進していく。

第3次みやこ町総合計画と方向性を一にし、商工会の強み（蓄積された支援ノウハウや関係支援機関・専門家とのネットワーク等）を活かして伴走支援に取り組んでいく。

みやこ町小規模事業者の長期振興サイクル



(3) 経営発達支援事業の目標

本事業において重点的に支援を行うべき小規模事業者は、「飲食料品を製造・加工・販売」する事業者とする。前述のとおり、みやこ町は農産物の生産が盛んで飲食に強みがあり、また、飲食は観光など来町の目的にもなりやすく、前掲の「長期振興サイクル」に適しているからである。長期的には、本事業の成果が他業種にも波及し商工業全体の活性化につながるよう取り組んでいく。これまで述べてきた「(1) 地域の現状及び課題」及び「(2) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方」を踏まえ、本事業の目標として以下3点を設定する。

- ① 魅力ある商品・サービスを有する小規模事業者の増加
- ② 魅力ある商品・サービスを有する小規模事業者の認知度向上による集客・売上の増加
- ③ 小規模事業者との対話と傾聴を通じて、個々の課題を設定したうえで、地域経済を支える小規模事業者の力を引き出し、地域全体での持続的発展の取組みへ繋げる

2. 経営発達支援事業の実施期間、目標の達成方針

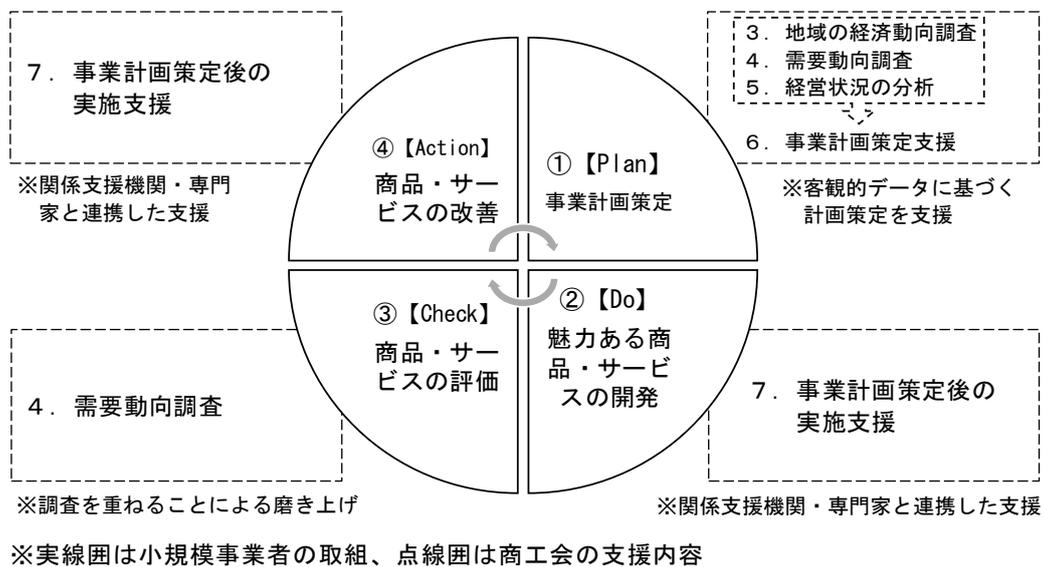
(1) 経営発達支援事業の実施期間（令和5年4月1日～令和10年3月31日）

(2) 目標の達成に向けた方針

① 魅力ある商品・サービスを有する小規模事業者の増加

小規模事業者の「魅力ある商品・サービスの開発・改善」を支援することにより目標達成を目指す。本目標における支援対象は「独自性のある商品・サービスの開発・改善」「みやこ町産の農産物を用いた特産品の開発・改善」「6次産業化」に取り組む小規模事業者である。本事業実施により小規模事業者が取り組む「魅力ある商品・サービスの開発・改善」の各段階で商工会の支援が行き届くようにし、着実な商品・サービスの開発・改善に結びつくよう伴走支援をする。小規模事業者の取組と本事業による支援の関連性は以下体系図のとおりである。

魅力ある商品・サービスの開発・改善の過程と本事業による支援の体系図



② 魅力ある商品・サービスを有する小規模事業者の認知度向上による集客・売上の増加

魅力ある商品・サービスを有する小規模事業者の認知度向上を支援することにより目標達成を目指す。本事業の「8. 新たな需要の開拓に寄与する事業」として、本会が主催する物産展への出展、福岡県商工会連合会が関与する展示商談会・アンテナショップへの出展等を活用した販路開拓支援を計画する。また、限られた経営資源でも自身で効率的に認知度向上・販路開拓に取り組むことができるよう小規模事業者のDX推進を支援する。支援の取組として「SNS・ホームページの活用による情報発信」「ECサイト構築による販路開拓」等を計画する。

③ 小規模事業者との対話と傾聴を通じて、個々の課題を設定したうえで、地域経済を支える小規模事業者の力を引き出し、地域全体での持続的発展の取組みへ繋げる

人口減少社会において地域経済の維持、持続的発展に取り組むうえで、地域を支える個々の小規模事業者への経営課題の設定から課題解決の伴走において、経営者や従業員との対話を通じて潜在力を引き出すことにより、個者にとどまらず地域全体で課題に向き合い、自己変革していく機運を醸成する。事業者自身が主体的に取り組み、「気づき→納得→効果的な取組→成果」の好循環を構築することにより、地域全体の好循環に波及するよう伴走支援する。

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]

地域の経済動向分析について、平成筑豊鉄道の利用客数、国道201号の車両通行台数、行橋・今川スマート・みやこ豊津IC利用車両台数、行政区ごとの人口、RESAS（From-to分析、目的地分析）の各項目を年1回収集・分析し、商工会ホームページに掲載することで地域小規模事業者提供している。また現状、景気動向分析については実施していない。

[課題]

小規模事業者に対して的確な支援を実施するうえで地域の実情に即した景気動向分析と結果の公表は土台となる取組であり、実施できていない現状は課題である。

(2) 目標

	公表方法	現行	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度
① 地域の経済動向分析の公表回数 (国が提供するビッグデータの活用)	HP掲載	1回	1回	1回	1回	1回	1回
② 景気動向分析の公表回数	HP掲載	—	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）

小規模事業者の事業計画策定の基礎資料等とするため、「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。本調査はみやこ町に限定して分析できるため高精度の情報提供が可能であり、また、図やグラフなど一目で理解しやすい形で公表されているため、限られた職員数・時間で効率的に小規模事業者へ情報提供が可能である。

【調査手法】

経営指導員等が「RESAS」（地域経済分析システム）を活用し、地域の経済動向分析を行う。

【調査項目】

- ・「まちづくりマップ・From-to分析」 → どこからみやこ町を訪れているか分析
- ・「地域経済循環マップ・地域経済循環図」 → みやこ町の稼ぐ力や収支状況を分析
- ・「産業構造マップ」 → みやこ町の産業全般の現状等を分析
- ・「人口マップ・人口構成・人口推移」 → みやこ町の属性別将来人口推移を分析

② 地域の景気動向分析

地域の景気動向等についてより詳細な実態を把握するため、「福岡県中小企業団体中央会が公開する月次景況調査の結果」を活用した景気動向分析を行い、年4回公表する。本調査は、福岡県の事業所を対象としているためみやこ町の実態を反映しており、また、業種別に分析可能であることから個別事業者に対して有益な情報を提供可能である。景気動向は社会情勢の影響を受けやすいため、年4回の分析・公表とする。

【調査手法】

経営指導員等が「福岡県中小企業団体中央会が公開する月次景況調査の結果」を活用し、地域の景気動向分析を行う。

【調査項目】

業種別「売上高・販売価格・収益状況・資金繰り・雇用人員・景況」の6項目を分析

(4) 調査結果の活用

- ・調査した結果は本会ホームページに掲載し、広く町内小規模事業者等に周知する。
- ・経営指導員等が巡回指導を行う際の参考資料とする。

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

[現状]

本会主催の物産展「みやこグルメステーション」にて、町内事業者が製造する飲食料品を消費者に試食・試飲してもらい、経営指導員等がヒアリングにより評価結果を収集。収集した評価結果を分析して事業者にフィードバックし、商品の開発・改善に役立ててもらっている。
※本取組は、コロナ流行後は感染拡大防止のため不実施。

[課題]

需要動向調査分析結果のフィードバック後に商品の開発・改善につながっている事業者が少ない。原因として、フィードバック後のフォローアップが十分でないと考えている。

(2) 目標

	現行	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度
① 物産展での試食・試飲による調査対象事業者数	7者	6者	6者	6者	6者	6者
② ふるさと納税返礼品申込者に対する調査対象事業者数	—	3者	3者	3者	3者	3者

※「① 物産展での試食・試飲による調査対象事業者数」の現行の7者は、コロナ流行前の直近回（令和元年度）の実績

※目標数値9者/年（6者+3者）は、本会の経営指導員3名が各自3事業者の商品開発・改善を伴走支援することを想定したものの

(3) 事業内容

① 物産展での試食・試飲による調査

魅力ある商品の開発・改善を支援するため、本会が主催する物産展「みやこグルメステーション（※）」にて、試食・試飲によるヒアリング調査を実施する。調査結果は経営指導員等が分析し、事業者にフィードバックすることで商品の開発・改善につなげる。また、当該調査の分析結果を事業計画に反映する。

（※）物産展の名称は令和5年度以降変更予定あり

【調査対象】

以下商品の開発・改善に取り組む小規模事業者6者

- ・独自性のある飲食料品の開発・改善に取り組む事業者
- ・みやこ町産の農産物を用いた特産品の開発・改善に取り組む事業者
- ・6次産業化による飲食料品の開発・改善に取り組む事業者

※近隣（みやこ町から車で60分以内）で販路開拓に取り組む事業者を対象とする。

【調査手法】

《情報収集》

町内外から多くの消費者が来店する「みやこ町豊津物産直売所「国府の郷」敷地内で物産展「みやこグルメステーション」を開催し、調査を実施する。調査は物産展「みやこグルメステーション」来場者（消費者）に対して経営指導員等がヒアリングにより評価結果を収集する方法により実施する。

《情報分析》

調査結果は専門家（中小企業診断士）に意見を聞きつつ、経営指導員等が分析を行う。

《サンプル数》

来場者60人（1商品×10人×6事業者）

《調査項目》

味・見た目・サイズ・包装・価格妥当性・事業者独自の希望調査項目・自由意見等

② ふるさと納税返礼品申込者に対する調査

魅力ある商品の開発・改善を支援するため、ふるさと納税返礼品申込者に対してオンライン調査を実施する。地域を限定せず全国の消費者に対して調査を実施することにより、広域での販路開拓を目指す商品の開発・改善に資する評価の収集に取り組む。調査結果は経営指導員等が分析し、事業者にフィードバックすることで商品の開発・改善につなげる。また、当該調査の分析結果を事業計画に反映する。

【調査対象】

- 以下商品の開発・改善に取り組むふるさと納税返礼品登録事業者3者
- ・ 独自性のある飲食料品の開発・改善に取り組む事業者
 - ・ みやこ町産の農産物を用いた特産品の開発・改善に取り組む事業者
 - ・ 6次産業化による飲食料品の開発・改善に取り組む事業者
- ※広域（全国）で販路開拓に取り組む事業者を対象とする。

【調査手法】

《情報収集》

支援対象事業者のふるさと納税返礼品にオンライン回答用アンケート用紙を同封し、消費者のもとに届いた返礼品の評価をオンライン回答してもらう方法により調査する。オンライン回答はGoogleフォームの活用を想定する。調査は、ふるさと納税が集中する12月に開始し2月末を回答期限として実施する。

《情報分析》

調査結果は専門家（中小企業診断士）に意見を聞きつつ、経営指導員等が分析を行う。

《サンプル数》

ふるさと納税返礼品申込者15人（1商品×5人×3事業者）

《調査項目》

味・見た目・サイズ・包装・価格妥当性・事業者独自の希望調査項目・自由意見等

（4）調査結果の活用

調査結果は経営指導員等が対象事業者にフィードバックし、また、商品の開発・改善支援を目的とした定期的なフォローアップを仕組化することにより、着実な伴走支援に取り組む。

※フォローアップの仕組化については、後掲「7. 事業計画策定後の実施支援に関すること」に記載とあり

5. 経営状況の分析に関すること

（1）現状と課題

〔現状〕

補助金申請、経営革新計画策定、融資申込などの支援の一環として経営状況の分析を実施しており、経営状況分析のみを実施することはほとんどない。

〔課題〕

経営状況分析（項目と手法）を仕組化できておらず効率的に取り組めていないので、経営状況分析の質や支援件数が伸び悩んでいる。また、補助金申請支援等の一環として経営状況分析を支援する場合、財務分析のみ、もしくは、業界で普遍的な課題抽出のみに留まることも多いため、さらに「対話と傾聴」を通じて経営の本質的な課題の把握に繋げていく。

（2）目標

	現行	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度
① 経営状況分析を行う事業者の発掘（商工会支援メニュー広報チラシの配布）町広報紙「みやこっちゃん」への折込回数	—	1回	1回	1回	1回	1回
② 経営状況分析事業者数	18者	60者	60者	60者	60者	60者

(3) 事業内容

① 経営状況分析を行う事業者の発掘（商工会支援メニュー広報チラシの配布）

商工会支援メニュー広報チラシ（※）を製作・配布することにより、町内小規模事業者に対して商工会が経営状況分析支援団体であることを周知する。本チラシを町広報紙「みやこっチャ」に折り込むことで、町内全事業者に支援情報が行き渡るように取り組む。また、職員による巡回訪問・窓口対応時や、商工会が決算内容を把握する税務相談所会員にも本チラシを用いて経営状況分析について説明することにより、積極的な支援需要の発掘に取り組む。

（※）商工会支援メニュー広報チラシ

みやこ町商工会が本事業で実施する支援メニューを広報するためのチラシ。通年で取り組む支援メニューについて掲載予定。本チラシは「5. 経営状況の分析に関すること」以外に、「8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること」の取組にも活用する。

商工会支援メニュー広報チラシ

※掲載内容（予定）

- 経営状況の分析支援
- 魅力ある商品・サービスの開発・改善支援
 - 独自性のある商品・サービス
 - みやこ町産の農産物を用いた特産品
 - 6次産業化
- 新たな需要の開拓に寄与する事業
 - ・ DX 推進支援
 - SNS・ホームページの活用による情報発信
 - EC サイト構築による販路開拓
 - IT ツールの活用
 - ・ みやこ町商工業者紹介ページによる認知度向上支援

② 経営状況分析の内容

【対象者】

前述「① 経営状況分析を行う事業者の発掘（商工会支援メニュー広報チラシの配布）」の取組により発掘した経営状況分析を希望する事業者 60 者

【分析項目】

《財務分析》

事業者の財務諸表をもとに下記のような項目にて財務分析を行う。

直近3期分の収益性・生産性・安全性・成長性

《非財務分析》

事業者の非財務情報として以下項目を収集・整理する。

- ・ 内部環境（強み・弱み）
 - 商品、サービス、技術・ノウハウ、人材、設備、ITリテラシー、販路など
- ・ 外部環境（脅威・機会）
 - 商圈人口、競合、市場動向、感染症、原材料等価格、インボイスなど

【分析手法】

経営状況分析を支援するに際して、対話と傾聴を繰り返すことにより事業者との信頼関係の構築、及び当事者意識の醸成に取り組む。そのような過程を経て導き出される分析結果は確度が高く、また、本質的な課題把握が可能となり、その後の主体的かつ効果的な事業計画策定につながっていく。具体的な分析手法は以下のとおりである。

《財務分析》

前掲の財務分析項目について、事業者の直近3年分の財務諸表を用いて経営指導員等が財務分析を行う。事業者の状況や局面に合わせて、経済産業省の「ローカルベンチマーク」、「経営デザインシート」、中小機構の「経営計画つくるくん」等のソフトを活用する。

《非財務分析》

収集・整理した非財務情報を用いて、経営指導員等がクロス SWOT 分析を行う。

(4) 分析結果の活用

分析結果は事業者にフィードバックし、事業計画策定や目標設定に活用するとともに、事業計画実施途中でも定期的に財務分析・非財務分析を行い、状況把握に活用する。

また、分析結果をデータベース化し内部共有することにより、経営指導員等の支援ノウハウの共有と支援能力向上に活用する。

6. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

[現状]

事業計画策定支援についても前述の経営状況分析と同様に、補助金申請、経営革新計画策定、融資申込などの支援の一環として事業計画策定を支援しており、事業計画策定支援のみを実施することはほとんどない。

[課題]

事業者に対して、事業計画策定の重要性を伝えきれておらず、また、事業計画策定は「面倒くさい」「難しそう」という苦手意識を払拭することができていない。その結果、事業者自らが計画策定を希望することはほとんどなく、支援件数が伸び悩んでいる。

(2) 支援に対する考え方

前述の[現状]と[課題]を踏まえて、以下の考え方を基本として事業計画策定支援に取り組む。経営状況分析を実施した小規模事業者の中から、商品・サービス開発や販路開拓に取り組みたい事業所に対し、事業計画の策定を提案し支援を行う。「面倒くさい」「難しそう」という事業者の苦手意識は、経営状況分析の場や日常における対話と傾聴を通じて職員がしっかりと支援することを伝え理解してもらうことにより解消する。前掲の経営状況分析から得た確度の高い分析結果や本質的な課題は事業者が当事者意識をもって分析した結果導き出されたものであるため、主体的な事業計画策定へとつながっていく。「事業計画を策定し実施していくことで成果（集客・売上・利益の増加等）が得られる」という成功体験を通じて事業計画策定の重要性を認識してもらい、小規模事業者が自走化していくよう取り組んでいく。また、小規模事業者の競争力を強化するため事業計画の策定段階で DX 推進セミナーを行い、DX に関する意識の醸成や基礎知識を習得させる。

(3) 目標

	現行	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度
① 事業計画策定セミナーの開催回数	2回	2回	2回	2回	2回	2回
② DX推進セミナーの開催回数	1回	1回	1回	1回	1回	1回
事業計画策定事業者数合計	18者	30者	30者	30者	30者	30者

※事業計画策定事業者数合計は、経営状況分析を実施した事業者の半数を目標とする。

(4) 事業内容

① 事業計画策定セミナーの開催

事業計画策定セミナーを開催することにより小規模事業者の事業計画策定を支援する。専門家によるセミナー形式とすることで、複数事業者に対して効率的に専門家の事業計画策定ノウハウを提供可能となり、その後の事業計画策定へとつなげていく。

【募集方法】

セミナー広報チラシの配布、巡回訪問・窓口対応時の案内、SNS（Facebook、LINE公式アカウント、インスタグラム）や商工会ホームページによるセミナー情報発信

【カリキュラム】事業計画策定の意義や事業計画策定方法について

【支援対象】経営状況分析を行った事業者

【講師】中小企業診断士

【回数】年2回開催

【参加者数】12事業者（6者×2回）

【支援手法】まずセミナーで業種等に関わらず共通の情報・ノウハウを提供する。セミナー後は、経営指導員による個者の実情に即した事業計画策定支援に進む。

② DX推進セミナーの開催

DX推進セミナーを開催することにより小規模事業者のDX推進を支援する。専門家によるセミナー形式とすることで、複数事業者に対して効率的にDX推進に役立つ情報・ノウハウを提供可能となる。デジタル化やITの活用による生産性向上は身近なものになっていることを知ってもらい、事業者のDX推進につなげていく。

【募集方法】

セミナー広報チラシの配布、巡回訪問・窓口対応時の案内、SNS（Facebook、LINE公式アカウント、インスタグラム）や商工会ホームページによるセミナー情報発信

【カリキュラム】

- ・ DX総論、DX関連技術（クラウドサービス、AI等）や具体的な活用事例
- ・ ITツール導入による生産性向上
- ・ SNS・ホームページの活用による情報発信
- ・ ECサイト構築による販路開拓

【支援対象】

- ・ DX推進により生産性向上を目指す事業者
- ・ DXに興味はあるけど取り組むことができていない事業者

【講師】デジタル・ITに強い専門家

【回数】年1回開催

【参加者数】10事業者

【支援手法】まずセミナーで業種等に関わらず共通の情報・ノウハウを提供する。セミナー後は、経営指導員による個者の実情に即したIT・デジタル活用支援に進む。

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について、原則、巡回訪問・窓口相談によるフォローアップを実施しているが、一部ではあるが、ほとんど実施できていない事業者がいる。

【課題】

事業計画策定後にほとんどフォローアップしていない事業者については取組難易度が低いというのが前提ではあるが、進捗状況確認等のフォローアップができておらず課題である。フォローアップが担当経営指導員の裁量に任せられていることが要因である。

(2) 支援に対する考え方

フォローアップは事業者が事業に取り組んでいく際に、客観的立場による進捗状況確認、課題の把握・解決、適宜の助言・指導、情報提供、モチベーションの維持等、様々な機能を有している。また、自走化を意識し、経営者自身が「答え」を見いだすこと、対話を通じてよく考えること、経営者と従業員と一緒に作業を行うことにより現場レベルで当事者意識を持って取り組むことなど、フォローアップを通じて経営者への内発的動機づけを行い、潜在力の発揮に繋げる場ともなる。

以上を踏まえれば、進捗状況や取組難易度の差異によるフォローアップ頻度の高低はあっても、全事業者に対して必須の支援といえる。よって、事業者ごとのフォローアップ頻度は見極めつつも、必ず定期的にフォローアップを行うよう仕組化する。

(3) 目標

	現行	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度
フォローアップ対象事業者数	18者	30者	30者	30者	30者	30者
① 巡回訪問・窓口相談によるフォローアップ頻度（延回数）	65回	234回	234回	234回	234回	234回
② フォローアップ会議開催によるフォローアップ頻度（会議開催回数）	4回	4回	4回	4回	4回	4回
売上高増加事業者数	5者	12者	13者	16者	17者	17者

(4) 事業内容

① 巡回訪問・窓口相談によるフォローアップ

事業計画を策定した事業者を対象に経営指導員が定期的に巡回訪問・窓口相談を行い、フォローアップを実施する。フォローアップでは、進捗状況確認、課題の把握・解決、適宜の助言・指導、情報提供等を実施し、事業計画が円滑に進むよう支援する。

なお、事業計画とのズレの発生、高難易度の課題の発生等により進捗状況が思わしくない場合は、他の経営指導員による助言・支援や専門家派遣を行い、改善策を検討する。フォローアップ頻度についても見直し、適宜必要な支援を実施する。

フォローアップは、下表のとおり支援対象事業者をA～Cの3グループに分け、各グループに適したフォローアップ頻度を設定して実施する。

	グループ分けの要素	フォローアップ頻度	延べフォローアップ回数	備考
Aグループ	進捗状況が良好 取組難易度が低い	6カ月に1回（2回/年）	14回（7者×2回/年）	事業計画策定事業者30者の内、重点支援先（4．需要動向調査に関することの調査対象事業者）9者はCグループとする。残り21者は、過年度の支援状況を鑑み、A～Cグループに均等に配分（7者×3グループ）して目標設定する。
Bグループ	進捗状況に不可がない 取組難易度が中位	3カ月に1回（4回/年）	28回（7者×4回/年）	
Cグループ	進捗状況が悪い 取組難易度が高い 課題等が発生している	1カ月に1回（12回/年）	192回（16者×12回/年）	
巡回訪問・窓口相談によるフォローアップ頻度（延回数）			234回	

② フォローアップ会議開催によるフォローアップ

中小企業診断士、事務局長、経営指導員、経営支援員で組織するフォローアップ会議を3カ月に1回の頻度で開催し、事業計画を策定した事業者のフォローアップを実施する。本会議の主な目的は以下3点である。

②-1 進捗状況・課題の報告と改善策検討

各経営指導員より支援対象事業者の進捗状況や課題の報告を行う。課題発生により進捗状況が思わしくない場合は、中小企業診断士や他の経営指導員が助言や解決策の提案を行うことにより改善策を検討し、課題解決へとつなげる。

②-2 支援能力向上と支援ノウハウの共有

他の職員の支援事例やフォローアップ状況を本会議で共有することにより、効率的に全職員の支援能力向上と支援ノウハウの共有につなげる。

②-3 フォローアップの仕組化

事業計画を策定した全事業者のフォローアップ状況の報告を必須化する。これまでは各事業者のフォローアップ状況報告の有無を各経営指導員の裁量に任せていたが、今後は報告を必須化することにより、必ず定期的に全支援対象事業者をフォローアップするよう仕組化する。

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]

商工会主催の物産展「みやこグルメステーション」の開催（コロナ流行前）や、福岡県商工会連合会が運営するアンテナショップ「DOCORE ふくおか商工会ショップ」への出展支援、SNSを活用した情報発信セミナーの開催等により町内事業者の販路開拓支援を行っている。

[課題]

物産展「みやこグルメステーション」やアンテナショップ「DOCORE ふくおか商工会ショップ」に出展した事業者は、その後も経営が順調な事業者が多い。しかしながら、物産展・商談会・アンテナショップへの出展事業者数は少数に留まっており、事業者の商品・サービスに適した物産展・商談会・アンテナショップを案内できていないことが要因であると考えている。

また、SNSを活用した情報発信セミナーについて、セミナー受講後に1回目の情報発信まで至らない事業者が多いことが課題である。セミナー受講後の情報発信までをフォローアップできていないことが要因であると考えている。

(2) 支援に対する考え方

販路開拓について、商品・サービスの性質によって適した商圈・対象顧客は異なるため、事業者ごとに販路開拓の取組も異なることとなる。例えば、近隣市町村を商圈として設定する商品・サービスを全国のバイヤーを対象とした商談会に出展しても、想定した成果を得ることはできない。よって、販路開拓支援に際しては事業者としっかりコミュニケーションをとり、客観的視点から商品・サービスを評価し、適した支援を行うことが重要である。

また、多くの消費者がITを利用する現代において、事業者・商品・サービスの情報をオンラインで収集したり、ECサイトで商品を購入したりすることは当たり前となっている。このような環境下、ITを活用した認知度向上・販路開拓の取組は今後ますます重要性を増していくため、事業者のDXに関する理解・認識を深めてもらい、DX推進を支援していく。

(3) 目標

	現行	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度
① 販路開拓支援需要の発掘（商工会支援メニュー広報チラシの配布） 町広報紙「みやこっちゃん」への折込回数（再掲）	—	1回	1回	1回	1回	1回
①-1 DX推進支援事業者数（チラシ発掘による）	—	3者	3者	3者	3者	3者
（成果目標）売上高増加率/者	—	5%	5%	5%	5%	5%
①-2 みやこ町商工業者紹介ページ掲載事業者数累計（チラシ発掘による）	24者	35者	45者	50者	55者	60者
（成果目標）紹介ページ経由でのお問合せ件数/者	—	2件	2件	3件	3件	3件
② みやこグルメステーション出展事業者数	9者	6者	7者	8者	9者	9者
（成果目標）出展日売上高/者	3.3万円	5万円	5万円	5万円	5万円	5万円
② Food EXPO Kyushu出展事業者数	—	1者	1者	2者	2者	2者
（成果目標）成約件数/者	—	2件	2件	2件	2件	2件
② DOCOREふくおか商工会ショップ出展事業者数	1者	2者	2者	3者	3者	3者
（成果目標）出展年間売上高/者	34.5万円	40万円	40万円	45万円	45万円	50万円
③-1 町内直売所への出品事業者数	—	2者	2者	3者	3者	3者
（成果目標）出品年間売上高/者	—	40万円	40万円	45万円	45万円	50万円
③-2 ふるさと納税返礼品登録事業者数	—	1者	1者	2者	2者	2者
（成果目標）返礼品年間売上高/者	—	40万円	40万円	45万円	45万円	50万円

※「② みやこグルメステーション出展事業者数」の現行の9者は、コロナ流行前の直近回（令和元年度）の実績

(4) 事業内容

① 販路開拓支援需要の発掘（商工会支援メニュー広報チラシの配布）

商工会支援メニュー広報チラシ（※）の配布、巡回訪問・窓口対応時に町内小規模事業者に対して商工会が以下内容の支援団体であることを広報し、積極的な支援需要の発掘を行う。

（※）商工会支援メニュー広報チラシ…「5. 経営状況の分析に関すること（3）事業内容 ①経営状況分析を行う事業者の発掘（商工会支援メニュー広報チラシの配布）」参照

①-1 DX推進支援

小規模事業者のDX推進を通年で個者支援する。

【支援内容】

- ・ SNS・ホームページの活用による情報発信
- ・ ECサイト構築による販路開拓
- ・ ITツールの活用

【支援対象】

事業計画を策定し販路開拓に取り組む事業者

【支援手法】

基礎的・簡易的な取組・課題については、経営指導員等による支援や福岡県商工会連合会の地域デジタル化応援隊（※）を活用した支援を実施する。高度な取組・課題については、専門家・福岡県よろず支援拠点を活用し支援を実施する。

（※）福岡県商工会連合会の地域デジタル化応援隊

一定のデジタル化のスキルをもった身近な地域人材を地域デジタル化応援隊登録者（以下、デジタル化応援隊）として認定し、小規模事業者向けの基礎的能力強化のための個別指導を行い、地域単位でのデジタル化推進のための環境を整備する取組。福岡県商工会連合会が運営。

①-2 みやこ町商工業者紹介ページによる認知度向上支援

町内商工業者の認知度向上を通年で支援する。

【支援内容】

本会ホームページの「みやこ町商工業者紹介ページ」内に町内商工業者の情報を掲載し、認知度向上を図る。

【支援対象】

事業計画を策定し販路開拓に取り組む事業者

【支援手法】

みやこ町商工業者紹介ページに情報掲載を希望する事業者より、掲載情報（事業所の概要、商品・サービス、住所、連絡先等）と掲載写真データ（店舗や商品）の提供を受け、職員が商工業者ページを製作し本会ホームページ内に掲載する。より多くの情報を伝えることができるよう動画による情報掲載も計画する。

② 物産展・商談会・アンテナショップ出展支援

下表の物産展（みやこ町商工会主催）・商談会・アンテナショップへの出展支援を行うことにより、町内小規模事業者の販路開拓を支援する。支援対象事業者の商品の性質（商圏・対象顧客）に適した出展支援を行うことにより成果の獲得につなげる。

名 称	みやこグルメステーション	Food EXPO Kyushu	DOCOREふくおか商工会ショップ
形 態	物産展 (B to C)	商談会 (B to B)	アンテナショップ (B to C)
開催時期	10月	10月	常設
会 場	みやこ町豊津物産直売所 「国府の郷」敷地内	福岡国際センター	博多マルイ2階テナント
規 模	想定来場者数：1,116人 ※令和3年「国府の郷」来店者数 407,357人÷365日より算定	想定バイヤー数：129社 ※令和元年度（コロナ流行前の 直近回）の実績	購買客数25,356人 ※令和3年度実績
販路開拓対象	近隣市町村（みやこ町から車で60分以内）の一般消費者 ※県内主要都市である北九州市（人口93万人・車で50分）も商圏として想定	国内外のバイヤー	広域の消費者
概 要	みやこ町商工会が主催する物産展。みやこ町内事業者が製造販売する飲食料品の販路開拓を目的として開催。みやこ町豊津物産直売所「国府の郷」は近隣市町村からの集客力が高く、近隣市町村の消費者をターゲットとする商品の販路開拓に適しているため会場として選定。	世界的にも優れた高付加価値の九州産農林水産物、加工食品を国内外に発信し、地場食品関連企業の更なる売上向上、販路拡大及び地域経済の振興を目的に「Food EXPO Kyushu 実行委員会」が開催する事業。 ※福岡県商工会連合会も実行委員会の構成員	福岡県商工会連合会が運営するアンテナショップ。福岡県内各地の人気の商品、生まれたての商品など、他では見つけることができない隠れた“いいもの”を取り扱う。単なるアンテナショップではなく、お客様の声を出品者にフィードバックし、「商品の育成」をコンセプトに運営。
	※情報収集や支援が行き届くようにするため、いずれもみやこ町商工会や福岡県商工会連合会が関与するものを選定		
支援対象事業者	<ul style="list-style-type: none"> ・ 独自性のある飲食料品の開発・改善に取り組む事業者 ・ みやこ町産の農産物を用いた特産品の開発・改善に取り組む事業者 ・ 6次産業化による飲食料品の開発・改善に取り組む事業者 		

③ 町内直売所への出品・ふるさと納税返礼品登録による販路開拓

「独自性のある飲食料品の開発・改善」「みやこ町産の農産物を用いた特産品の開発・改善」「6次産業化による飲食料品の開発・改善」に取り組む事業者を対象として、以下2点の支援を通じて販路開拓につなげる。

③-1 町内直売所への出品

開発・改善した商品について、町内3カ所の直売所（みやこ町豊津物産直売所「国府の郷」・みやこ町農林産物直売所「よってこ四季犀館」・JA「採れたて市場」）への出品支援を通じて、近隣市町村一般消費者をターゲットとした販路開拓につなげる。

③-2 ふるさと納税返礼品登録

開発・改善した商品について、みやこ町ふるさと納税返礼品への登録支援を通じて、広域（全国）の一般消費者をターゲットとした販路開拓につなげる。

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]

中小企業診断士、みやこ町役場観光まちづくり課長、福岡県商工会連合会北九州・筑豊広域連携拠点統括、みやこ町商工会（正副会長、事務局長、経営指導員3名）で組織する経営発達支援事業検証委員会において、年1回、経営発達支援事業の取組実績について評価し、次年度事業に向けた改善提案・目標設定を行っている。

[課題]

経営発達支援事業検証委員会においては、定性的な評価を中心に行っており定量的な評価をあまり実施できていない。その結果、定量的な視点における各取組の効果が見えづらくなっており、翌年度事業の改善提案・目標設定について定量的な視点が欠けており課題である。

(2) 事業内容

経営発達支援事業評価委員会を年1回開催する。本委員会の構成員は、外部有識者（中小企業診断士）、みやこ町役場産業振興課長、法定経営指導員、福岡県商工会連合会北九州・筑豊広域連携拠点統括、みやこ町商工会（正副会長、事務局長、経営指導員2名（法定経営指導員を除く））とし、定性的・定量的な視点から事業の評価・課題把握・改善提案・目標設定を実施する。本委員会の評価結果は本会ホームページに掲載することで、地域の小規模事業者等が常に閲覧可能な状態とする。

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]

上部団体（福岡県商工会連合会）・外部団体（北九州地域中小企業支援協議会（※）、日本政策金融公庫北九州支店、福岡県信用保証協会北九州支所、行橋税務署等）が開催する研修会に出席し、職員の支援能力向上に取り組んでいる。

※北九州地域中小企業支援協議会

福岡県中小企業振興条例第12条第2項に基づき北九州地域内の中小企業・小規模事業者の抱える経営課題を解決することを目的として、中小企業支援団体、金融機関等、市町村その他の関係機関で構成する組織

[課題]

新型コロナウイルス感染症の流行や原材料高騰、インボイス制度の導入、IT・デジタル化の進行等、事業者を取り巻く環境変化が加速する中、支援する側の商工会職員にも多様な支援能力が求められている。しかしながら、本会では例年、同じ団体が開催する研修会への出席に留まっており、必ずしも事業者支援に必要な支援能力が充足しているとはいえず課題である。また、伴走支援時には、経営力再構築伴走支援のプロセス（対話と傾聴→本質的な課題の把握・設定→内発的動機づけ・潜在力の発揮→自走化）に沿った支援が重要となるが、支援能力の習得に際して、「基本姿勢と実践」両輪での習得が必要となる。「実践」は現場における支援経験の積み重ねにより習得することとなるが、「基本姿勢」を習得する機会がなく課題である。

(2) 事業内容

① 外部セミナー等の積極的活用による支援能力向上

まず、これまで同様に上部団体・外部団体が開催する研修会に出席する。上部団体・外部団体開催のセミナーは、各分野における法改正・制度改正を踏まえた研修内容となっているため、効率的に事業者支援に必要な支援能力の向上を図ることができる。

加えて、全職員を対象に以下2つのWEB研修を導入することにより、既存の研修では充足できていない支援能力の向上に取り組む。

①-1 経営指導員等WEB研修（※）

本事業で重点支援する「飲食料品を製造・加工・販売」する小規模事業者を例に挙げると、「食品表示」「HACCP」「製造原価」等についての知識・支援能力が求められるが、ほとんどの職員が本内容についての知識・支援能力を有していない。また、経営力再構築伴走支援について、全職員が実践の土台となる「基本姿勢（対話・課題設定等のテーマ）」を習得する必要がある。

経営指導員等WEB研修は幅広い分野の研修データ（動画）が蓄積されており、また、テーマを絞って受講できるため、効率的に不足している支援能力の充足が可能となる。

（※）経営指導員等WEB研修

全国の商工会・商工会議所等に所属する経営指導員及び職員等が、小規模事業者が抱える様々な経営課題に対し、提案型の指導ができるよう知識と情報を蓄積したサイト。

①-2 ITプラットフォーム ここからITサポート（※）

小規模事業者の生産性向上に不可欠なIT・デジタル化は、業務の効率化や情報発信、ECサイトなど幅広い分野に活用できるが、支援する側の本会職員の知識・支援能力が不足している。

ITプラットフォーム ここからITサポートでは、各種テーマのIT支援力アップミニ講座（申請時点で46本の動画（1本あたり5～10分））や様々なIT導入支援事例が蓄積されており、小規模事業者のDX推進に必要な支援能力の充足を効率的に行うことができる。

（※）ITプラットフォーム ここからITサポート

認定経営革新等支援機関等の支援機関向けにIT支援力アップミニ講座やIT導入支援事例、支援活動に活用できるツール等の提供を行っているサイト。独立行政法人中小企業基盤整備機構が運営。

② OJTによる支援能力向上

専門家・ベテラン（中堅）職員と若手（支援経験の少ない）職員がチームで事業者を支援する過程を通じて、若手（支援経験の少ない）職員の支援能力向上を図る。指導・助言・情報収集方法等、現場業務を体験して伴走型の支援能力を習得する。

③ フォローアップ会議開催による支援能力向上・支援ノウハウの共有（再掲）

3カ月に1回開催するフォローアップ会議にて、他の職員の支援事例やフォローアップ状況を共有することにより、効率的に全職員の支援能力向上と支援ノウハウの共有を図る。

④ データベース化による支援ノウハウの共有

福岡県商工会連合会が運営する商工イントラシステムに各職員が支援情報を入力することにより支援ノウハウ・情報の蓄積を行う。本システムは本会の全職員が確認可能であるため、効率的に支援ノウハウ・情報の共有ができ、また、例えば支援担当職員が不在時でも、他の職員が支援を引き継ぐ等の活用ができる。

(別表2)

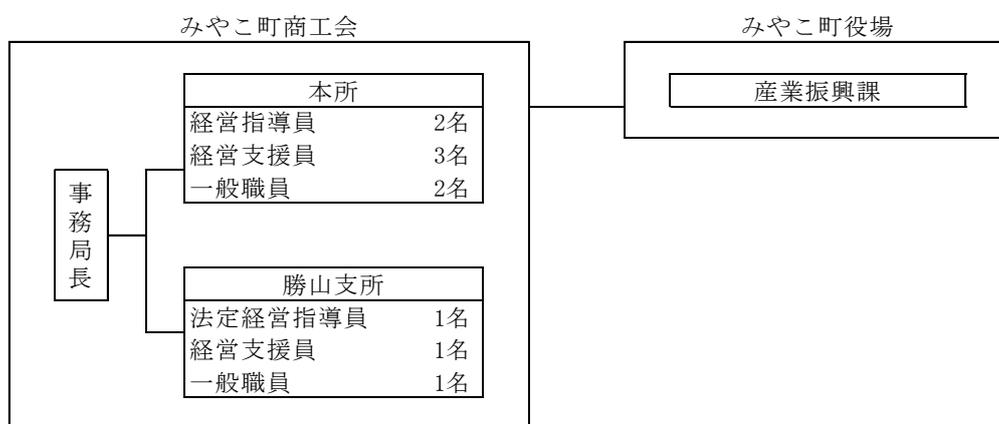
経営発達支援事業の実施体制

経営発達支援事業の実施体制

(令和6年6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)

本事業は以下体制により実施する。



(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 城戸 有紀

連絡先 みやこ町商工会 TEL. 0930-33-2086

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/商工会議所、関係市町村連絡先

①商工会/商工会議所

みやこ町商工会 本所

〒824-0121 福岡県京都郡みやこ町豊津 1108 番地

TEL. 0930-33-2086 / FAX. 0930-33-2819 E-mail : miyako@shokokai.ne.jp

みやこ町商工会 勝山支所

〒824-0822 福岡県京都郡みやこ町勝山黒田 86 番地 1

TEL. 0930-32-3019 / FAX. 0930-32-3007 E-mail : miyako@shokokai.ne.jp

②関係市町村

みやこ町役場 産業振興課

〒824-0892 福岡県京都郡みやこ町勝山上田 960 番地

TEL. 0930-32-2512 / FAX. 0930-32-4563 E-mail : nousei@town.miyako.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5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度
必要な資金の額	870	870	970	970	970
3. 地域経済の動向調査	0	0	0	0	0
4. 需要動向調査	120	120	120	120	120
5. 経営状況の分析	150	150	150	150	150
6. 事業計画策定支援	150	150	150	150	150
7. 事業計画策定後の実施支援	160	160	160	160	160
8. 新たな需要の開拓に寄与する事業	250	250	350	350	350
9. 事業の評価及び見直しをするための仕組み	40	40	40	40	40
10. 経営指導員等の資質向上等	0	0	0	0	0

(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
福岡県補助金、みやこ町補助金、全国連補助金、会費手数料収入

(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