

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	築上町商工会（法人番号 6290805008212） 築上町（地方公共団体コード 406473）
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><目標①>地域経済の中心的な担い手となりうる若手経営者及び後継者のいる小規模事業者を重点的に伴走型支援し成長を促す。</p> <p><目標②>価格以外の訴求点による差別化を支援することで、町内需要を掘り起こし、小規模事業者の成長を促す。</p> <p><目標③>「域外（北九州都市圏）需要」の開拓により小規模事業者（BtoC）の自立を支援する。</p>
事業内容	<p>I. 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の活用、公表する。 地域経済動向調査等の公表データの分析、公表する。</p> <p>3-2. 需要動向調査に関すること 築上町の特産品等を使用した新たな商品開発の為、物産直売所等で来場者アンケート調査を実施し、分析を行い、食品製造業者へ分析結果をフィードバックさせる。</p> <p>4. 経営状況の分析に関すること 経営分析を行う事業者を掘り起こし、経営分析を行う。</p> <p>5. 事業計画策定支援に関すること 経営分析を実施した小規模事業者事を『重点支援コース』と『通常支援コース』に分け、業計画策定を行う。『重点支援コース』では、事業計画策定個別相談会を年2回実施する。</p> <p>6. 事業計画策定後の実施支援に関すること 全ての事業計画策定事業者に対して事業計画の進捗状況の確認し、必要に応じて事業計画及び事業の見直しを行う。</p> <p>7. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること 販促支援情報誌「築上町通信ちくちく」を使った「域外・域内需要開拓支援」、商工会関連のアンテナショップや展示商談会への出展支援を行う。</p>
連絡先	<p>築上町商工会 〒829-0301 福岡県築上郡築上町大字椎田1755番地 TEL:0930-56-0353 FAX:0930-56-1849 E-mail:chikujo@shokokai.ne.jp</p> <p>築上町役場産業課 〒829-0392 福岡県築上郡築上町大字椎田891番地2 TEL:0930-56-0300 FAX:0930-56-1405 E-mail:syokou@town.chikujo.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. 立地

築上町は、福岡県の北東部の町で、北九州市から南南東（大分方向）・約30Kmに位置している。交通は、北九州市と大分市・宮崎市とを結ぶ、国道10号線、東九州自動車道やJR九州の日豊本線が町内を通っている。平成26年には、東九州自動車道の北九州市と築上町の間が全線開通し、北九州市からの移動時間が短縮された。航空交通に関しては、北九州空港（就航便：羽田、静岡、沖縄）が、車で30分ほどの場所に位置している。



築上町町勢要覧 2020 より抜粋

-2. 人口

人口は、17,816人（令和2年5月末現在）で、1980年代の25,000人台をピークに緩やかに減少を続けている。今後の人口数の予測データ（出典：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」）によると、令和7年には16,000人程度まで減少する見込みとなっている。高齢化率については、34.4%（平成29年4月1日現在の住民基本台帳より）と、日本全体の平均26.6%を大きく上回っている。

■世帯数・人口推移

	世帯	人口		65歳以上	人口比 (%)
		男	女		
平成17年	7,514	9,725	11,001	5,627	27.1
平成22年	7,444	9,228	10,316	5,880	30.1
平成27年	7,250	8,896	9,691	6,367	34.3

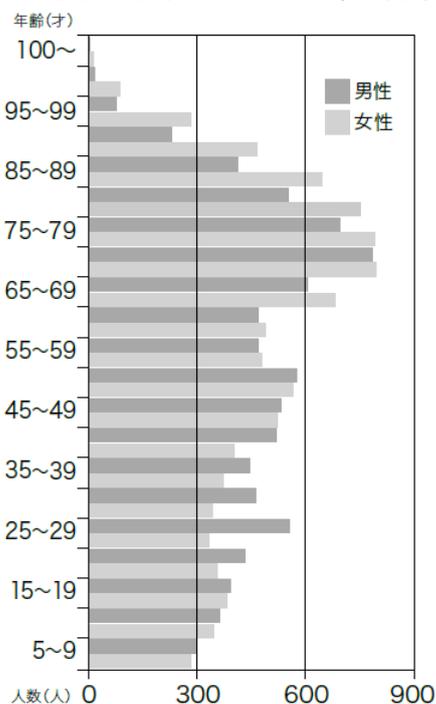
※平成17年は旧椎田町・旧築城町の合計（築上町町勢要覧 2020 より抜粋）

■人口動態

	自然動態		社会動態			増減
	出生	死亡	転入	転出	その他	
平成31(令和元)年	93	▲290	1,278	▲1,459	0	▲378

(築上町町勢要覧2020より抜粋)

■人口ピラミッド(平成31年3月末現在)



年齢	男性	女性
0~4	296	282
5~9	364	349
10~14	391	382
15~19	427	360
20~24	551	332
25~29	460	345
30~34	442	379
35~39	513	401
40~44	525	518
45~49	577	566
50~54	467	475
55~59	469	488
60~64	604	680
65~69	782	794
70~74	693	789
75~79	545	744
80~84	407	642
85~89	227	463
90~94	77	281
95~99	12	85
100~	1	11

資料:住民課

(築上町町勢要覧2020より抜粋)

-3. 産業

産業の状況としては、建設業・卸売業・小売業・医療・福祉の売上(平成28年経済センサス、築上町に本社のある企業を集計)が多い。また、町内には、航空自衛隊築城基地が所在していることから、町内で働く8,304人(平成27年国勢調査)のうち1,159人が公務に従事している。また、築城基地の存在は、直接の雇用以外に、工事や物品調達等を通じて町内で仕事を生み出している。

築上町の商工業者数・小規模事業者数

業種	建設	製造	卸売	小売	飲食 宿泊	サービス	その他	計
商工業者数	121	40	20	163	64	124	29	561
内 小規模事業者数	119	35	18	151	61	114	17	515
65歳以上の 経営者数	43	13	7	68	24	49	7	211

(出典:福岡県商工会連合会発行 令和元年度商工会実態調査、65歳以上経営者数は商工業者内)

町内の商工業者数は、561社であり、そのうち小規模事業者数は515社（92％）で、商工業者数は10年前（718社）と比較して約22％減少、小規模事業者数（684社）は約25％減少している。

農業についても、698人が従事しており、町内では、比較的に大きな産業となっている。農林水産物の特産品としては、キクイモ・ヤーコン・スイートコーン・いちじく・レタス・アサリなどがあり、町内にある物産直売所（「メタセの杜」等）でも販売されている。



《血糖値を下げるとされるキクイモ》



《健康野菜として注目のヤーコン》

出典：築上町役場ホームページ

「メタセの杜」は、築上町の属する京築地方はもちろん、北九州市や下関市、大分県など遠方からも集客している。

「メタセの杜」来訪者の居住地	人数
築上町	55
みやこ町	9
行橋市	44
苅田町	15
北九州市	99
上記以外の福岡県内	80
大分県	18
山口県	8
不明、上記以外	8

「メタセの杜」来訪者へのヒアリング調査結果（2017年1月実施・商工会独自調査）

-4. 観光

築上町の主要な観光資源と集客数は下記の通りで、一定の集客力を持つ観光資源がある。

順位	観光資源	年間集客数
1位	綱敷天満宮	20.2万人
2位	築城基地航空祭	6.0万人
3位	周防灘 GC	3.6万人
4位	旧蔵内邸	2.0万人
5位	浜宮海岸潮干狩り	1.2万人

（令和元年度 築上町商工会独自調査）

また、上記以外に、町内にある物産直売所（「メタセの杜」等）も観光資源として、一定の集客力を持っている。しかし、物産直売所以外には、地産地消の食品・小物・各種サービスの製造販売を行うようなお店は限られており、上記の観光資源や、物産直売所を目当てに来られた観光客が、町内でお金を使う場所がほとんど無い。そのため、「町全体としての観光の魅力」が乏しい。

②課題

-1. 大手量販店との競合による小規模事業者の売上の減少

町内にて一般消費者から発生する購買力の多くが、大手量販店に流れている。このことは、平成28年度経済センサスのデータにて、町内の卸売業・小売業や宿泊業・飲食サービス業について、事業所所在地ベースでの売上と、本社所在地ベースでの売上との差が大きいことから確認できる。また、プレミアム付き商品券の使われ方を見ても確認できる。

-2. 人口減少、高齢化による町内の需要減少

「(1)地域の現状及び課題、①現状、-2.人口」に記載の通り、町内の人口が減少しており、また高齢化も進展していることから、BtoCの事業を中心に、町内での需要が減少している。

-3. 経営者の高齢化と後継者不足

大手量販店等の出店により、小売業の後継者の多くは将来を見据え会社員等の安定職業に就いた。また、他業種でも事業を継がない子供が増えたため、現在町内小規模事業者の4割以上が65歳以上という状況であり、町内の経営者の高齢化が進んでおり、早急に事業承継等事業継続への対応が必要である。

(2) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

「第2次築上町総合計画（基本構想）（計画期間平成29年度から10年間）に掲げられている6つの基本目標のうち「活力とにぎわいのあるまちづくり」の項の中で、「企業立地や企業支援に努め、新たな雇用の確保と新たな地場産業の形成・育成に努めるとともに、既存商店や商工会などの連携強化や既存企業の育成・支援をおこなっていきます。」と記載されており、商工会として築上町総合計画との連動制・整合性を図っている。商工会としては、5年間取り組んできた経営発達支援計画の内容とその結果及び評価を踏まえた上で、町と連携して地域経済の中心的な担い手となりうる若手経営者及び後継者のいる小規模事業者の持続的な発展を重点的に支援することで小規模事業者の持続的な発展を目指していく。具体的には以下の3方針で進めていく。

-1. 事業計画の作成による小規模事業者の活性化

「事業計画を作成し、計画に従った経営を行うことで、事業を着実に捉えて、持続・発展する」という流れを、より多くの小規模事業者が実現できるように、商工会として支援を行っていく。

-2. 価格以外での差別化による小規模事業者の活性化

「大手量販店」に流れている購買力を小規模事業者が取り戻す際に、体力面から価格競争を挑むことはできない。そのため、価格以外の点を訴求し、「大手量販店」との差別化を図り、需要を喚起する必要がある。

-3. 町外からの需要の取り込みによる町内へのお金の流入の実現

「大手量販店」との競合以外の要素として、人口減少、高齢化によっても町内の需要は減少している。そのため、町内居住者による需要だけではなく、町外居住者による需要を、町

内の小規模事業者が取り込めるようにしていくことで、小規模事業者の売上を増加させ、小規模事業者を活性化させる。具体的には、東九州道の開通により、時間的な距離が短くなった北九州市をターゲットとして、日帰りの観光客（ドライブ客）を増加させる。まずは、日帰りの観光に関連する小規模事業者を活性化させ、町内需要の掘り起こしを行い、その波及効果として他の業種も活性化させていく。

(3) 経営発達支援事業の目標

上記(1)、(2)を踏まえて、商工会と町は連携し上記課題を解決し、小規模事業者数の持続的な発展を目指すため下記のとおり目標を定める。

- ①目標1、地域経済の中心的な担い手となりうる若手経営者及び後継者のいる小規模事業者を重点的に伴走型支援し成長を促す。
- ②目標2、価格以外の訴求点による差別化を支援することで、町内需要を掘り起こし、小規模事業者の成長を促す。
- ③目標3、「域外（北九州都市圏）需要」の開拓により小規模事業者（BtoC）の自立を支援する。

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

①目標1：「地域経済の中心的な担い手となりうる若手経営者及び後継者のいる小規模事業者を重点的に伴走型支援し成長を促す。」の方針

事業計画策定や伴走型支援の実施にあたっては、若手経営者及び後継者のいる事業者を重点的に支援する。地域経済への波及効果、地域経済の活性化については、市場開拓、町内外での需要創造、雇用創出等といった点から判断する。

効果的な伴走型支援を実現するために、まずは、経営状況の分析を行い、事業者ごとの経営状況を見える化し、支援の方向性を明確化する。

経営計画を作成する際は、実行計画（アクションプラン）まで落とし込みを行う。経営計画の実施の支援にあたっては、実行計画の実施状況のフォローを定期的に行うことで、経営計画の着実な実行を支援する。

②目標2：「価格以外の訴求点による差別化を支援することで、町内需要を掘り起こし、小規模事業者の成長を促す。」の方針

経営状況の分析にて自社の強みを小規模事業者自身が気づくことを促し、また、需要動向調査等により市場のニーズを小規模事業者が把握することを支援することにより、「強み」となりうる、価格以外の訴求点を明確化する。

③目標3：「域外（北九州都市圏）需要」の開拓により小規模事業者（BtoC）の自立を支援する。」の方針

域外（北九州都市圏）からの日帰り観光客の集客増により、小規模事業者の売上向上と、地域の活性化並びに顧客誘導による販路開拓を行う。

また、革新的な新たな事業活動や創業の支援により、日帰り観光客をターゲットとした、地産地消の食品・小物・各種サービスを製造販売する小規模事業者を持続的に発展させることにより、町全体としての観光の魅力を向上させる。これら個店の情報についても域外（北九州都市圏）でPRすることにより、域外（北九州都市圏民）に日帰り観光の目的地として築上町が認識されるようにする。

域外からの日帰り観光客の集客増に関して、地域経済への波及効果の大きい事業者、地域経済の活性化に寄与する事業者、向上意欲の強い事業者を重点的に支援することで、経営発達支援計画による支援効果を高める。

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】

第1期経営発達支援計画では地域ごとの特性を把握できる地域状況マップを毎年一回作成している。それには、税務指導を行っている小規模事業者より抽出した売上高、事業所別のプレミアム商品券の利用金額、町内のJR椎田駅・築城駅の利用者推移表、町内の築城・椎田・椎田南インターチェンジの利用台数推移表、町内六つの小学校区別の人口推移表を掲載している。

もう一つは、年に一度RESASのFrom-to分析により滞在人口を把握することで、北九州市からの日帰り観光客の増加・獲得に繋げている。

【課題】

これまでの調査では主に、事業の外部環境に関する調査は行ってきたが、景況感に関する調査は行っていなかった。更に、作成した地域状況マップやFrom-to分析は主に口頭で説明しており、小規模事業者への有効な情報提供はなされていない。

(2) 目標

	現状	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
「①国が提供するビッグデータの活用」公表回数	0回	1回	1回	1回	1回	1回
「②管内の小規模事業者の景気動向調査」公表回数	0回	4回	4回	4回	4回	4回

(3) 事業内容

①国が提供するビッグデータの活用

当地区において真に稼げる産業や事業者に対し、限られたマンパワーや政策資源を集中投入し、効率的な経済活性化を目指す為、経営指導員等が『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。

【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」 → 産業の現状を分析
- ⇒上記を総合的に分析し、事業計画策定支援等に反映する。

また、RESASのデータを補うために、人口の増減、高速道路の通行量、JRの乗降客数なども分析し、事業計画策定支援等に反映する。

②地域経済動向調査等の公表データの活用

小規模事業者に地域経済の景気動向を認識してもらうため、全国商工会連合会と福岡県企画・地域振興部が毎月公表する『小規模企業景気動向調査』及び『県内の経済の動向』の収集・分析を行い、年4回公表する。

【分析手法】

- ・小規模企業景気動向調査(全国商工会連合会・毎月)
【売上額・仕入単価・採算・資金繰り・業界の業況】
 - ・県内の経済の動向(福岡県企画・地域振興部・毎月)
【生産・貿易・設備投資・企業景況・企業倒産】
- ⇒上記を総合的に経営指導員等が外部専門家と連携し分析を行う。

(4) 成果の活用

- ・情報収集、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。

3-2 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

第1期経営発達支援計画では、需要動向調査として町内の女性向け『築上町民へのアンケート（家屋リフォーム等）』と物産直売所メタセの杜来場客に対し『メタセの杜ヒアリング（施設・利用頻度・価格帯等）』を行った。近年では併せて、個社の商品についてもその場で試食させ、価格や改善点等の聞き取り調査も同時に行っている。

両調査とも集計し、外部専門家による分析を行っている。分析結果を外部専門家より経営指導員・経営支援員が参加し毎月開催している、支援状況共有会議にて報告してもらい、メタセの杜や個社へフィードバックし、新規顧客の獲得、既存顧客の満足度UP、新商品の開発や既存商品・サービスのブラッシュアップを図った。

【課題】

現状の取り組みで成果は出ているが、メタセの杜来場者に対してのアンケートは同施設に出品している事業所の商品以外は実施できない為、対象事業所が限られていた。メタセの杜のみではなく多くの来場者が見込めるイベント等でも行う必要がある。

（2）目標

	現行	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
調査対象事業者数	1	3	3	3	3	3

（3）事業内容

築上町の特産品であるキクイモ・ヤーコン・スイートコーン・いちじく・レタス・アサリ等を使用した新たな商品開発を行う食品製造業3社を対象に調査を行い、販路拡大に繋げる。具体的には、「物産館メタセの杜」「ちくじょう祭り」等において、試食及び来店（来場）客アンケートを実施し、調査結果を分析した上で、当該の小規模事業者へフィードバックし、商品開発・改良に活用する。また、当該調査の分析結果を事業計画に反映させる。

【サンプル数】来店（来場）者50人

【調査手段・手法】「物産館メタセの杜」や毎年約8,000人の来場が見込める町内最大のイベント「ちくじょう祭り」の来店・来場者に調査対象の食品等を試食してもらい、経営指導員等が聞き取りのうえ、アンケート票へ記入する。

【分析手法】外部専門家の知見による助言を活用し経営指導員が分析を行う。

【調査項目】①味、②価格、③サイズ、④パッケージ、⑤見た目、⑥賞味期限、⑦ネーミング等

【分析結果の活用】分析結果は、経営指導員等が当該事業者へ直接説明する形でフィードバックすることにより、事業計画策定の基礎データとして活用するとともに、更なる商品の改良・開発を行う。

4. 経営状況の分析に関すること

（1）現状と課題

【現状】

第1期経営発達支援計画では、中小機構の経営計画作成アプリ『経営計画つくるくん』による経営状況や目標の見える化実現の為、経営分析を行ってきた。それ以前は、経営分析を行ったことのある小規模事業者は少なかったため、現状の把握や、自社の強み・弱み等を認識するには効果があった。

【課題】

経営状況の分析に関心を持つ小規模事業者は限られており、経営相談を受けても経営状況の分析まで進むのはごく一部の支援案件のみであった。経営状況の分析の目的や意味をしっかりと伝え、分析を行う小規模事業所の掘り起こしが課題である。

(2) 目標

	現行 (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	令和7年度
セミナー 開催数	0回	1回	1回	1回	1回	1回
掘り起こし数	-	80件	80件	80件	80件	80件
経営分析数	6件	60件	60件	60件	60件	60件

(3) 事業内容**①経営分析を行う事業者の掘り起こし****①-1 経営分析セミナーの開催****【実施内容】**

経営分析セミナーを開催し、その場で経営分析を小規模事業者と経営指導員等や外部講師等が連携し実施する。

【周知・募集方法】

募集方法については、チラシの配布・町の広報誌・商工会のホームページ、Facebookに掲載して広く周知する。経営分析セミナー内で、補助金等の情報提供も併せて行うことで、参加者の掘り起こしを行う。

〈開催数〉1回

〈参加者〉20名

①-2 巡回・窓口相談を介した掘り起こし**【実施内容】**

巡回時や税務、金融等の窓口相談において掘り起こしを行う。

〈掘り起こし数〉60名

②経営分析の内容

【対象者】経営分析セミナー及び巡回・窓口相談で対応した管内の小規模事業者80名の中から、意欲的であり販路拡大の可能性の高い60社を選定する。

【分析項目】定量分析（財務分析）と、定性分析（SWOT分析）の双方を行う。

≪財務分析≫売上高、売上高総利益率、営業利益（特前所得）等

≪SWOT分析≫強み、弱み、脅威、機会等

【分析手法】経済産業省の「ローカルベンチマーク」、中小機構の「経営計画つくるくん」等のソフトを活用する。

(4) 分析結果の活用

経営状況の分析結果は、当該小規模事業者にフィードバックする。またそれらの分析結果をデータベース化することで職員間にて共有し、経営指導員等による巡回や窓口相談にて分析結果に基づく事業計画の策定等に活用する。また、経営革新計画や事業承継計画策定指導、各種補助金申請時等においても活用する。

5. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

事業計画策定の契機を把握するために、9つのカテゴリーに分けて件数を管理した結果、持続化補助金申請と経営革新計画策定をきっかけとした事業計画の策定が多かった。事業計画を策定し、当会が継続的に伴走型支援を行った事業者は、売上高の増加等の目的を達成することが出来た。

【課題】

事業計画の重要性を伝えるために、巡回訪問時等に説明しているが浸透していない。その為、経営分析を行った小規模事業者に対し、いかにして業計画策定の意義や重要性を浸透させられるかが課題となる。

(2) 支援に対する考え方

小規模事業者に対し、事業計画策定の意義や重要性を漠然と述べたとしても、実質的な行動や意識変化を促せる訳ではないため、支援事例集を作成し、成功事例を紹介することで経営分析を行った全ての事業者に対して事業計画策定を目指す。

更には、経営指導員等が小規模事業者に対して担当制で張り付き、「地域の経済動向調査」、「経営状況の分析」及び「需要動向調査」等の結果を踏まえ、今後を見据えた事業計画を策定する。

そして支援のレベルに関して、若手経営者や後継者のいる小規模事業者などを主に事業者自身の向上意欲等を踏まえて『重点支援コース』と『通常支援コース』に分ける。

このように、支援コースを分けることにより、事業計画策定を敬遠していた小規模事業者には受け入れ易くし、事業拡大を図る小規模事業者には集中的な手厚い支援を行う。

(3) 目標

	現行	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
①重点支援コース	-	6件	6件	6件	6件	6件
②通常支援コース	-	54件	54件	54件	54件	54件
事業計画策定件数合計	-	60件	60件	60件	60件	60件

(4) 事業内容

①『重点支援コース』

【支援対象】経営分析を実施した小規模事業者の内若手経営者や後継者のいる小規模事業者等

【手段・手法】年間6件を対象に重点支援企業として位置づけ、成長し地域を牽引する事業所を目指してもらおう。『重点支援コース』の小規模事業者には、外部専門家も交えた事業計画策定個別相談会を年に2回実施する。経営計画の必要性を認識させ、経営目標を明確にし、事業計画策定に繋げていく。

②『通常支援コース』

【支援対象】経営分析を実施した小規模事業者

【手段・手法】年間54件を対象に事業計画を立てることを目標にし、経営指導員等が巡回訪問や面談時にて事業計画策定を行う。

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】

事業計画の実施状況を月1回程度訪問し、フォローアップすることで進捗状況の把握や新しい取り組みについての提案を行うことが出来た。

【課題】

策定した計画に沿ってある程度順調に成果が出ている事業所については、現況のままの支援を継続させるが、事業計画の遂行意欲を継続させることが困難な事業所については実情に合わせた効果的なフォローアップ支援が必要となる。それには早期に軌道修正することが求められる為、計画途中での見直しやズレの修正が課題となる。

(2) 支援に対する考え方

事業計画を策定した全ての事業者を対象とするが、『通常支援コース』の事業者については、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ない事業者を見極めた上で、フォローアップ頻度を設定する。『重点支援コース』についてはフォローアップ頻度を変更しない。

(3) 目標

	現行	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
フォローアップ (重点支援コース)	-	6社	6社	6社	6社	6社
フォローアップ (通常支援コース)	-	54社	54社	54社	54社	54社
頻度(延回数)	-	252回	252回	252回	252回	252回
売上増加 事業者数	-	6社	6社	6社	6社	6社
利益率1%以上 増加事業所	-	6社	6社	6社	6社	6社

※頻度 = (重点支援コース 6社 × 6回/年) + (通常支援コース 54社 × 4回/年) = (36 + 216) = 252

(4) 事業内容

【訪問頻度】

事業計画を策定した『通常支援コース』54社について、状況に応じて四半期に1回訪問し実施支援を行う。『重点支援コース』6社については、二カ月に1回必ずフォローアップ支援を行う。

【手段・手法】

事業計画に基づいて施策の実施や、数値計画の達成状況等について進捗状況を確認する。事業計画と進捗状況にズレが生じた場合の対処方法については、毎月開催している経営指導員、経営支援員及び外部専門家での経営支援状況共有会議にて担当者以外の経営指導員等や外部専門家など第三者の専門的知見を参考にし、当該ズレの発生要因及び今後の対応策を検討のうえ、フォローアップ頻度の変更等を行う。

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】

① 「BtoC」支援

-1. 販促支援情報誌「築上町通信ちくちく」を使った「域外・域内需要開拓支援」

「域外（北九州都市圏）需要」の開拓と「域内（町内）需要」の掘り起こしで小規模事業者（BtoC）の自立を支援するツール「築上町通信ちくちく」を発行。

商品サービスを掲載した小規模事業者のうち約60%が客数・新規客数の増加に繋がったと回答、一例として経営指導員が老舗醤油店に町特産の「キクイモ」を使ったドレッシングの開発を提案して商品化。「ちくちく」を活用し域内外の需要を開拓、発売約1年で1万本の販売を記録した。



11号表紙(令和元年9月発行)

情報誌名	築上町通信「ちくちく」 B4カラー
役割	「域外需要」の新たな開拓と「域内需要」の掘り起こしで小規模事業者の自立を支援するツール
発行月	季刊(年3~4回) *令和2年10月時点で14回発行
発行部数	約17万部(1回あたり)
ターゲット(域外)	北九州市小倉南区、北区等の消費者
ターゲット(域内)	築上町内の消費者
配布方法(域外)	約16.3万世帯へ手配り
配布方法(域内)	約7千世帯へ新聞折込や町広報折込で配布
内容	1回あたり約10事業者の商品サービス(BtoC)を訴求
掲載した小規模事業者の合計	82(複数回掲載の事業者あり)
WEB版アクセス数	3,155回(令和2年6月時点)
掲載効果	客数、新規来店客数が増加した事業者は60%でその半分が1割以上増加したと回答(*ヒアリング数58事業者)

-2. 商工会関連のアンテナショップへの出展支援

福岡県商工会連合会が運営する「DOCORE ふくおか商工会ショップ」や全国商工会連合会が運営する「むらからまちから館」への出展を支援。

②「BtoB」支援

・展示商談会への出展支援

福岡県の事業である「ふくおかフードビジネスマッチングマンスリー商談会」や「ふくおか農と商工の自慢の逸品展示商談会」への出展を支援。

【課題】

①「BtoC」支援

「ちくちく」掲載後の事業者ヒアリングにおいては定量データの聴き取りが「客数」だけで不十分である。また、アンテナショップ出展の情報提供はおこなっているものの実際に出展に繋がっている小規模事業者が少ないことが課題である。

②「BtoB」支援

展示商談会等の情報提供はおこなっているものの実際に出展に繋がっている小規模事業者が少ないことが課題である。

(2) 支援に対する考え方

小規模事業者が新たな需要の開拓を能動的におこない、自立的で持続的な事業の展開に繋げるきっかけをつくるツールとして「築上町通信ちくちく (BtoC)」を活用する。域外（北九州都市圏）需要と域内（町内）需要の開拓をはかり、活用（掲載）事業者には客数、売上、顧客の年齢層など追跡調査をおこない次の取組を考えるデータとして活用を促す。

また、(3-2)「需要動向調査」で得た消費者の声、データを、新たな商品開発に取り組む事業者へフィードバックし消費者に求められる新商品開発を後押しし、新たな需要の開拓に繋げる支援をおこなう。福岡都市圏、福岡県内、首都圏（*）の需要開拓をはかるため既存のアンテナショップ（BtoC）や、展示商談会（BtoB）への出展を積極的に支援する。例えば同じ商品カテゴリーの出展事例、FCP 展示会・商談会シートの書き方、注意点の説明などきめ細やかな事前事後フォローで伴走支援をおこなう。（*首都圏はBtoCのみ）

(3) 目標

		現行	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
①	(BtoC支援) 「築上町通信ちくちく」掲載(活用)事業者数	20	20	20	20	20	20
	●客数増加率1割以上の事業者数	6	10	10	10	10	10
	●売上増加率3%以上の事業者	-	3	3	3	3	3
	●ECサイト・ネット通販強化や進出する事業者数	-	5	5	5	5	5
①-2	(BtoC支援) 「DOCOREふくおか商工会ショップ」 「むらからまちから館」出展事業者数	1	3	3	3	3	3
	売上増加率3%以上の事業者数	1	2	2	2	2	2
②	(BtoB支援) 「ふくおかフードビジネスマッチングマンスリー商談会」 「ふくおか農と商工の自慢の逸品展示商談会」 出展事業者数	1	3	3	3	3	3
	成約件数/社	1	2	2	2	2	2

(4) 事業内容

①「BtoC」支援

-1. 販促支援情報誌「築上町通信ちくちく」を使った「域外・域内需要開拓支援」

小規模事業者が新たな需要の開拓を能動的におこない、自立的で持続的な事業の展開に繋げるきっかけをつくるツールとして「築上町通信ちくちく」を継続発行する。

また、「域外（町外）需要」の開拓を強化するために、インターネット通販など通信販売の強化・進出のきっかけづくりもおこなう。例えば、「ちくちく・お取り寄せ編（下記画像・表の「お取り寄せ編イメージ参照）」を発行し、ネット販売に積極的な事業者の商品サービスを訴求する。現状はFAXやメール、電話での通販をおこなっている小規模事業者に対して掲載をきっかけにネット販売やECサイト（全国商工会連合会が運営するECサイト「ニッポンセレクト.com」への出展、福岡県中小企業振興センターが運営する「よかもん市場」を紹介）など、ネット通販への参入を支援する。掲載後の事業者ヒアリングにおいて「客数」だけでなく、アクセス数や受注額、地域、年齢などのデータを収集し、次の取組を考えるデータとして活用を促す。



お取り寄せ編イメージ

情報誌名	築上町通信「ちくちく」B4カラー
役割	「域外需要」の新たな開拓と「域内需要」の掘り起こしで小規模事業者の自立を支援するツール
発行月	年2～4回
発行部数	約17万部（1回あたりの予定）
ターゲット（域外）	北九州市都市圏の消費者
ターゲット（域内）	築上町内の消費者
配布方法（域外）	約16.3万世帯へ手配り
配布方法（域内）	約7千世帯へ新聞折込や町広報折込で配布
内容	1回あたり約10事業者の商品サービス(BtoC)を訴求

「ちくちく」発行により、5年間で約100事業所の活用（掲載）を後押しする。域内外の需要開拓による自立化を「お取り寄せ編」などの企画できっかけづくりし、客数増加率1割以上の事業者数が、現行年間6社に対し年間10社を、売上増加率3%以上の事業者を年間5社、ECサイト・ネット通販強化や進出する事業者を年間3社目指す。

2. 商工会関連のアンテナショップへの出展支援

福岡県商工会連合会が福岡市博多駅隣の百貨店丸井で運営する「DOCORE ふくおか商工会ショップ（購入者数約3万人、出展者数185社 *平成29年7月1日～平成31年2月28日実績）」や、全国商工会連合会が東京都千代田区有楽町で運営する「むらからまちから館（来場者数約3千人/日、産直品取扱約1,200品目）」へ特産品等を使用した商品を製造する食品事業者等の出展を積極的に支援する。現行は年間で出展事業者数1社、売上増加率3%以上の事業者数1社であるが、年間で出展事業者数3社、売上増加率3%以上の事業者数2社を目指し、新たな需要の開拓を支援する。

② 「BtoB」支援

・展示商談会への出展支援

公益財団法人福岡県中小企業振興センターの事業である「ふくおかフードビジネスマッチングマンスリー商談会（バイヤー46社、出展50社 *令和2年2月20日展示商談会実績）」や、「ふくおか農と商工の自慢の逸品展示商談会（バイヤー40社、出展50社 *予定）」へ、

特産品等を使用した商品を製造する食品事業者等の出展を積極的に支援する。現行は年間で出展事業者数1社、バイヤーとの成約事業者数1社であるが、年間で出展事業者数3社、バイヤーとの成約事業者数2社を目指し、新たな需要の開拓を支援する。

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】

①「経営発達支援計画」に関する「評価委員会」を年2回開催している。「評価委員会」は商工会（商工会長、総務企画委員長、事務局長、経営指導員）と、築上町産業課、福岡県商工会連合会、外部有識者（3金融機関と、中小企業診断士）の12名で構成し、事業の評価や見直し、意見・情報交換をおこなってきた。

②「経営発達支援計画」に関する「支援状況共有会議」を毎月1回実施している。経営指導員と経営支援員に加え、毎回中小企業診断士が参加し、経営発達支援計画の進捗状況確認や具体的支援策についての意見・情報交換をおこない、助言を受けてPDCAを回している。

【課題】

①これまでの多様な視点からの評価、見直しがおこなわれた一方、人数が多く活発な意見交換ができなかった。

②中小企業診断士による助言を受けPDCAを回してきたが、評価、見直しについては積極的におこなってこなかった。

(2) 事業内容

①評価委員会の構成を、法定経営指導員、築上町産業課、中小企業診断士（外部有識者）、福岡県商工会連合会、商工会（商工会会長、事務局長、経営指導員等）と支援実務に接するコンパクトなメンバー構成とし、活発な意見・情報交換を促進する。より専門性や、多様性、迅速性が求められる経営支援を促す評価委員会にするために、数値等の報告に加え具体的な支援事例を用いた意見・情報交換を活発化させ、評価、見直しを年1回おこなう。

②支援状況共有会議を毎月1回実施し、経営指導員と経営支援員の経営発達支援について、中小企業診断士に助言を受け、意見・情報交換をおこないPDCAを回す仕組みを継続しながら、評価、見直しについても積極的におこない、①の評価委員会を補完する。

③評価委員会の評価、見直し結果は、ホームページへの掲載と事務所に常時備付し地域の小規模事業者等が閲覧可能な状態にし、理事会へも情報をフィードバックする。

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】

①個人でおこなっている資質向上の取組

-1. 全国商工会連合会が経営支援知識の向上を目的に実施する「WEB研修」制度を活用し、経営指導員全員が受講し経営支援ノウハウや知識の習得をはかっている。

-2. 築上町商工会独自の資格取得支援制度を活用してフィナンシャルプランナーやITパスポート

ートの取得に取り組んでいる。

-3. 県連合会が実施する階層別（経営指導員、経営支援員）研修や経営支援機関が実施する研修会等へ参加し、経営支援に関する施策や支援事例ノウハウ等を学んでいる。

②組織でおこなっている資質向上の取組

-4. 県連合会が運営する情報共有化システム「商エイントラ」へ日々の経営支援（概要）を入力し、いつでも事業者支援状況を確認、共有できる仕組みをつくり活用している。

-5. また、経営支援の詳細な情報（事業計画や、提案内容等）は、電子ファイルの状態で「共有フォルダ」に集約しており、いつでも事業者ごとの情報を確認、共有できる仕組みをつくり活用している。

-6. 「経営発達支援計画支援状況共有会議」を毎月1回開催し、経営指導員と経営支援員に加え、毎回必ず中小企業診断士に同席してもらい、全体で計画の進捗状況確認や、地域の経済動向の把握、個社の課題解決策のアイデア、意見交換をおこない、経営支援力の向上と、支援ノウハウ等の共有をおこなっている。

-7. 新人等の経験の少ない当商工会の職員に対してはOJTを採用し、経験者が助言やノウハウの提供をおこない経営支援のレベルアップをはかっている。

【課題】

小規模事業者の技術向上や新たな事業分野の開拓等に寄与する技術情報の収集やマーケティング調査手法の習得には課題が残る。

(2) 事業内容

①支援能力の向上に向けた取組

伴走型支援を向上させるために、現状の欄に記載している9-(1)-①の(-1)(-2)(-3)の取組（下記に再掲）を強化、継続し支援能力の向上をはかる。

-1. 新たな技術情報の収集やマーケティング調査の習得が課題であるため「WEB研修」の科目である「経営情報システム（新たな技術情報）」と「企業経営理論（マーケティング）」を活用して知識の習得と更新につとめ、全経営指導員の受講と経営支援員は年間1名が受講する。

-2. 新たな技術情報の収集やマーケティング調査の習得、更新を促進するために、IT（ITパスポート等）やマーケティング（販売士等）に関する資格取得を奨励する。

-3. 研修においては新たな技術情報の収集やマーケティング調査の習得、更新を目的に該当する経営革新計画策定支援セミナー等へ積極的に経営指導員、経営支援員を派遣する。

②支援ノウハウを組織内で共有する仕組み

伴走支援力の向上をはかるため、後押しする組織的な情報共有の強化おこなう。現状の欄に記載している9-(1)-②の(-4)(-5)(-6)(-7)の取組（下記に再掲）を強化、継続する。

-4. 「商エイントラ」、

-5. 「共有フォルダ」について、経営支援情報を事業者ごとに定期的に振り返る。現状の把握と分析、課題と解決策の検討、事業者への具体的な提案の検討、事業計画策定の場合は、PDCAをおこなう。特に、小規模事業者の技術向上や新たな事業分野の開拓等に寄与する情報共有を

強化する。当商工会職員の誰もが簡単にアクセスできるよう整備し、類似課題を持つ事業者に効率的な情報提供や、提案作成に活用できるようにする。

-6. 「経営発達支援計画支援状況共有会議」を毎月1回開催し、経営指導員と経営支援員に加え、毎回中小企業診断士が参加し計画の進捗状況や地域の経済動向の把握、個社の課題解決策のアイデア、意見交換をおこない、経営支援力の向上と支援ノウハウ等の共有をおこなう。特に、小規模事業者の技術向上や新たな事業分野の開拓等に寄与する技術情報やマーケティング調査手法について職員のレベルアップをはかるため、中小企業診断士によるレクチャーを取り入れる。

-7. 新人等の経験の少ない当商工会の職員に対してはOJTを採用し、経験者が助言やノウハウの提供をおこない経営支援のレベルアップをはかる。伴走型支援力を向上させるためにOJTや(-6)等を通じバックアップする。

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

(1) 現状と課題

【現状】

他の支援機関と支援ノウハウの情報交換は、これまでも定期的におこなってきた。第1期経営発達支援計画以前に比べ具体的な支援事例やノウハウの情報交換は増えており、日々の経営支援にいかされている。

【課題】

新型コロナウイルス感染症で、より不確実性が高まるこれからの時代に事業者にとって有効な支援ノウハウの収集と連携ネットワークの構築が課題である。

(2) 事業内容

①北九州地域中小企業支援協議会「幹事会」参加（年6回）

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し、持続的な発展を支援するため設置された「北九州地域中小企業支援協議会」で毎月1回程度開催される「幹事会」に年間6回参加する。

「幹事会」メンバーは、福岡県北九州中小企業振興事務所、北九州商工会議所、福岡県商工会連合会、福岡県中小企業団体中央会、日本政策金融公庫北九州支店・八幡支店、商工組合中央金庫、福岡県信用保証協会、福岡県中小企業診断士協会、福岡県中小企業振興センターであり、オブザーバーで北九州地区の商工会・商工会議所の経営指導員が参加する。

「幹事会」では、商工会・商工会議所が日頃から伴走型支援をおこない同協議会に推薦した「重点支援企業」について、福岡県北九州中小企業振興事務所の経営改善専門員（中小企業診断士）が「幹事会」前に訪問して収集した経営状況や助言内容が報告される。実際に支援をおこなう経営指導員による説明もなされ、支援ノウハウの収集が効率的にできる。

当商工会では、特に北九州地区7商工会（みやこ町、吉富町、上毛町、遠賀町、芦屋町、水巻町、岡垣町）と5商工会議所（北九州、中間、苅田、行橋、豊前）の「経営支援ノウハウ収集」と各支援機関との意見・情報交換による緊密なネットワークの構築、福岡県の施策・活用法の情報収集に主眼を置いている。

②京築地区商工会経営指導員業務研究会（年2回）

当商工会が属する福岡県京築地区の4商工会（築上町、みやこ町、吉富町、上毛町）の経営指導員8名で構成する「京築地区商工会経営指導員業務研究会」に年2回参加し支援事例ノウハウ・地区経済動向の情報収集、ネットワークの構築をはかる。

京築4商工会は創業支援セミナーの共催や日頃から事業者を紹介しあうなど関係性が強い。地区内の事業者であれば各々存在を知っていることも多い。例えばA商工会のB事業者に対する持続化補助金活用事例を、当商工会の似通った課題をもつ事業者に提案説明する場合、B事業者名を挙げて（*）説明すると伝わりやすく、その後の支援に繋がりやすい。

（*事業者名の公表許可を得ている場合のみ）

研究会に参加し、京築地区内の支援事例ノウハウ・地区経済動向の情報収集、ネットワークの構築に主眼を置き、当商工会事業者の支援にいかす。

③経営改善貸付推薦団体連絡協議会（マル経協議会）（年1回）

日本政策金融公庫北九州支店と京築地区3商工会議所（行橋、豊前、苅田）と4商工会（築上町、みやこ町、吉富町、上毛町）、福岡県商工会連合会で構成される「マル経」協議会に年1回参加する。最新かつ最前線の金融知識習得と金融支援に係る情報・意見交換、具体的な支援ノウハウの収集に主眼を置き、金融支援力の向上とネットワークの構築をはかる。

④京都郡・築上郡内商工会税務相談所運営及び連絡協議会（年1回）

行橋税務署、九州北部税理士会行橋支部、京築地区4商工会（築上町、みやこ町、吉富町、上毛町）で構成する協議会に年1回参加する。最新かつ最前線の税務知識習得と税務支援に係る情報・意見交換、具体的な支援ノウハウの収集に主眼をおき、税務支援力の向上とネットワークの構築をはかる。

1.1. 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】

①行政懇談会の開催（年1回）

築上町商工会（会長、副会長、理事、商工振興委員、事務局長、経営指導員）と築上町（町長、副町長、担当課職員）が年1回集い地域経済活性化について意見・情報交換をおこなう。

②京築創業応援団 創業支援担当者会議への参加（年1回）

福岡県京築地区の4つの商工会（築上町、みやこ町、吉富町、上毛町）の経営指導員と京築4町の創業支援担当者が平成27年に結成された「京築創業応援団」の担当者会合に年1回参加する。地区の創業者を地区一体となって支援する目的で、創業者支援セミナーの共催（年4回）や町窓口で相談者が訪れた場合は経営指導員にすぐに連絡が入る体制をとる。

【課題】

①「行政懇談会」は地域経済活性化について具体的な取組に繋がっていない。

②「創業者支援セミナー」や「窓口相談」の利用者が減少している。

（2）事業内容

①行政との取組

-1. 行政懇談会の開催（年1回）

築上町商工会（会長、副会長、理事、商工振興委員、事務局長、経営指導員等）と築上町（町長、副町長、担当課職員）が地域経済活性化について意見・情報交換をおこなう。（-2）の「実務者間会議」を発足させ具体的な取組に繋げる。

-2. 実務者間会議の開催（年6回）

商工会経営指導員等と町担当課職員の実務者による「実務者間会議」を2ヶ月に一度開催する。地域経済の活性化に資する取組（-1「行政懇談会」の検討事項や決定事項を含む）を検討・協議し、連携して具体的な取組に繋げる。進捗状況は理事会へフィードバックする。

②京築創業応援団 創業支援担当者会議への参加（年1回）

京築4商工会（築上町、みやこ町、吉富町、上毛町）の経営指導員と京築4町の創業支援担当で構成される「京築創業応援団」に参加する。創業支援事業計画に基づき、創業者支援セミナーの共催（年4回）の企画検討、窓口相談や具体的な支援ノウハウの情報共有、意見交換をおこない、創業支援力の向上とネットワークの構築をはかる。当商工会では築上町産業課と緊密に連携し一体となって創業者支援を進める。課題である利用者の減少については、町ホームページや広報誌を活用した広報強化に加え、オンラインでもセミナーを受講できるようにし利用者の利便性向上をはかる。

(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2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)

現在の築上町商工会の職員及び築上町産業課担当職員で構成

商工会		築上町 産業課	
事務局長	1名	課長	1名
法定経営指導員	1名	課長補佐	1名
経営指導員	2名	係長	1名
経営支援員	4名	係員	2名
	計8名		計5名

当事業実施主体は商工会職員8名で実施し、町はセミナー等での広報支援・会場確保・設営協力や評価委員会や行政懇談会での他組織との調整及び予算措置等を受け持ち、計画を遂行する。

(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 有田 信久
- 連絡先 築上町商工会 電話 0930-56-0353

②法定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の提供等をおこなう。頻度は、毎月1回の会議と、状況に応じて随時おこなう。

(3) 商工会、関係市町村連絡先

①築上町商工会

住所 〒829-0301 福岡県築上郡築上町大字椎田1755番地
電話 0930-56-0353 FAX 0930-56-1849 メール chikujo@shokokai.ne.jp

②築上町役場 産業課

住所 〒829-0392 福岡県築上郡築上町大字椎田891番地2
電話 0930-56-0300 FAX 0930-56-1405 メール syoukou@town.chikujo.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	4,870	4,870	4,870	4,870	4,870
I. 経営発達支援事業					
1-1 地域の経済動向調査 (印刷費・消耗品費)	50	50	50	50	50
1-2 需要動向調査 (アンケート調査の実施、 外部専門家による分析費)	150	150	150	150	150
2. 経営状況の分析 (専門家謝金・旅費等)	150	150	150	150	150
3. 事業計画策定支援 (専門家謝金・旅費、セ ミナー開催費等)	150	150	150	150	150
4. 事業計画策定後の実施支援 (専門家の謝金・旅費等)	170	170	170	170	170
5. 新たな需要開拓に寄与する 事業 (専門家の謝金・旅費、セ ミナー開催費等)	3,950	3,950	3,950	3,950	3,950
6. 事業の成果、評価及び見直 し (専門家謝金・旅費、会議費等)	100	100	100	100	100
7. 経営指導員等の資質の向上 等 (専門家謝金・旅費、印刷費等)	50	50	50	50	50
8. 他支援機関との情報交換 (印刷費・消耗品費)	50	50	50	50	50
9. 地域経済の活性化に資する 取組 (専門家謝金・旅費、会議費等)	50	50	50	50	50

(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
【補助金】国・県・町等 【自己財源】会費・手数料収入等

(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