

経営発達支援計画の概要

実施者名	飯塚商工会議所（法人番号 4290005007933） 飯塚市（地方公共団体コード 402052）
実施期間	令和7年4月1日～令和12年3月31日
目標	<p>経営発達支援事業の目標</p> <p>①変化する消費者ニーズに対応する活力ある小規模事業者の増加と商業集積の維持。          ②売上の増加・利益の確保に向けた経営力の向上につながる支援。          ③菓子及び食品製造を中心に特産品開発や発掘にも力を入れ、ブランド化。          ④ITを基盤とする事業者やITを積極的に活用する事業者の増加と域外需要の獲得。          ⑤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、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へ繋げる。</p>
事業内容	<p><b>I. 経営発達支援事業の内容</b></p> <p><b>3. 地域の経済動向調査に関すること</b>          各種調査を行い、地域の収益構造、人口動向、産業形態など総合的に分析し公表。経営指導員で共有し、事業者の発展へと繋げる。</p> <p><b>4. 需要動向調査に関すること</b>          地域ブランドの確立や認知度向上、商品のブラッシュアップを図るため、需要動向調査を行い、各種検討資料として提供し、的確な事業戦略の立案を支援する。</p> <p><b>5. 経営状況の分析に関すること</b>          中小・小規模事業者に対し、経営分析の重要性を周知し、繰り返し対話と傾聴を通じて、本質的な課題の気づきを促し、個別相談会等で経営分析の支援を行う。</p> <p><b>6. 事業計画策定支援に関すること</b>          経営分析を通して経営者自身が本質的な課題に気づいた事業に対し、課題解決のため、各種セミナー、個別相談会等で事業計画策定支援を行う。</p> <p><b>7. 事業計画策定後の実施支援に関すること</b>          事業計画等を作成した事業者に対して進捗状況の確認を行い、事業者自身の自発的動機付けにより問題の解決に乗り出し、自走化できるよう支援を行う。</p> <p><b>8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること</b>          ブランド認定事業者や伴走型支援を行っている事業者に対して、商談会・展示会の情報提供、出展に対して伴走支援を行い、新たな販路の開拓支援に結びつける。</p>
連絡先	<p>飯塚商工会議所 経営相談課          〒820-8507 福岡県飯塚市吉原町6番12号          TEL：0948-22-1007 FAX：0948-22-0007 E-mail：info@iizuka-cci.org</p> <p>飯塚市 経済部 商工観光課          〒820-0004 福岡県飯塚市新立岩5-5          TEL：0948-22-5500 FAX：0948-22-6062 E-mail：shoukou@city.iizuka.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

【飯塚市の概要】

飯塚市は、面積 213.96 k m<sup>2</sup> (令和 6 年 10 月 18 日現在)、人口 126,364 人 (令和 2 年国勢調査) で、福岡県のほぼ中央に位置し、東は田川市を中心とする田川圏域に、西は福岡市を中心とする福岡都市圏に、南は嘉麻市に、北は直方市を中心とする直方・鞍手圏域にそれぞれ接している。北と南は遠賀川流域平野として開かれているが、東は関の山、西は三郡山地等に囲まれ、生態系を保護する自然が残されている。周囲の山脈に源を発する河川は、本市の北部に位置する旧飯塚市において多くの支流を集めて遠賀川となり、北流している。

気候は、盆地を形成しているため夏冬、昼夜の気温差がかなりあり、内陸性気候の特徴を示している。

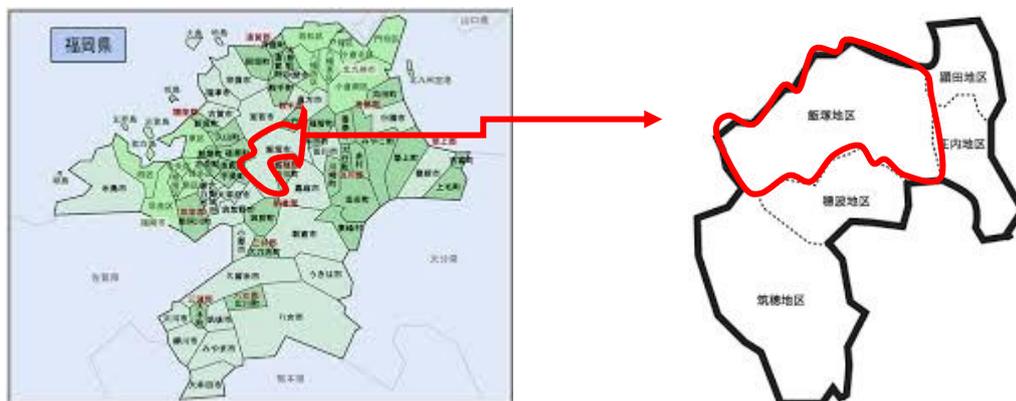
現在の飯塚市は、平成 18 年 3 月 26 日に飯塚市、穂波町、筑穂町、庄内町、潁田町が合併し誕生。飯塚商工会議所は、その内の旧飯塚市地域を管轄としている。

主要幹線道としては、一般国道 200 号、201 号、211 号があり、交通の要衝地でもあり、JR 九州は、篠栗線、筑豊本線、後藤寺線が走っており、電車で新飯塚駅から博多駅まで最速 35 分、小倉駅まで最速 53 分という利便性で、両政令都市への通勤・通学圏内になっている。

本地域は長崎街道の宿場町、筑豊炭田時代の中心地などの歴史的な変遷を背景に福岡県央地域の中心都市であり、長崎街道「シュガーロード」と炭都として、砂糖の伝来と労働者に受け入れられ発展したお菓子文化により、令和 2 年度には「砂糖文化を広めた長崎街道～シュガーロード～」が日本遺産に認定されている。

また本市は、3 つの大学を有する文化性・創造性を備えた情報産業都市、学園都市として位置づけられ、理工系の大学の集積に加え、産業支援機関等が立地するポテンシャルを有しており、ベンチャー企業の育成や「産・学・官」の連携によるまちづくりを推進している。

さらに、未来を担い、グローバル社会で活躍する人材を育成するため、小中一貫の 9 年間の連続した学びを進めるとともに、平成 28 年には米国サニーバール市と姉妹都市協定を締結し、市内中学生を中心とした国際交流も行っており、「住みたいまち住みつづけたいまち」を都市目標像に、市民との協働によるまちづくりに取り組んでいる。



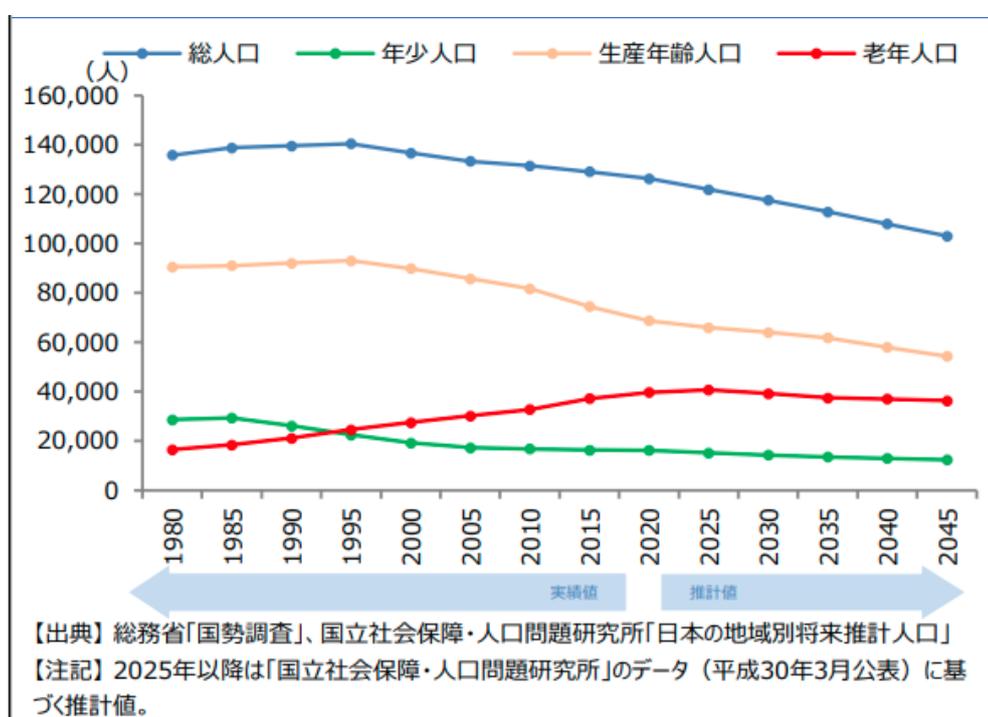
## 【人口】

国勢調査に基づく飯塚市の人口は、1995（平成7）年の140,463人をピークに減少傾向にある。2060（令和42）年の人口は84,033人と予測されており、2020（令和2）年の人口（126,364人）に対して42,331人減少する見込みである。

飯塚市の年齢3区分別人口をみると、年少人口は1985（昭和60）年の29,340人をピークに減少傾向にある。また、生産年齢人口も1995（平成7）年の93,118人をピークに減少傾向にある。

老年人口は、1995（平成7）年に年少人口を上回り、2025（令和7）年をピークに減少に転じる見込みである。

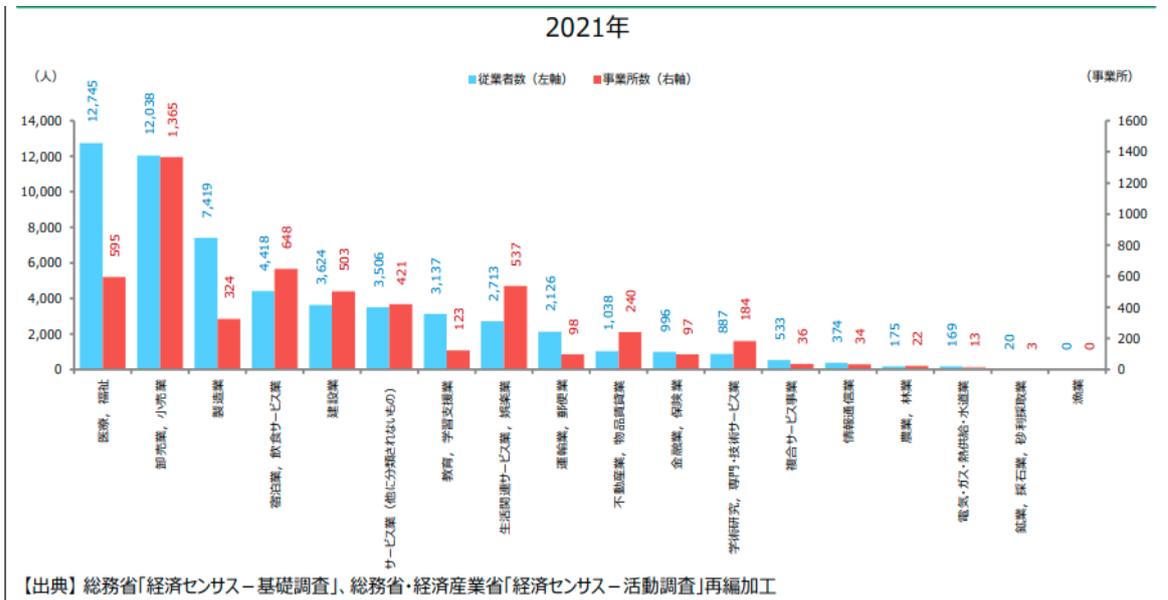
老年人口のピークを迎える2025（令和7）年以降、高齢化率の上昇は緩やかになるが高齢化は着実に進行し、全国や福岡県を上回る値で上昇を続けている。



## 【産業構造】

飯塚市の産業は、事業所数で見ると、卸売業・小売業が最も多く、次いで宿泊業・飲食サービス業、医療・福祉業、生活関連サービス業となっている。

また、従業員数では、医療・福祉業が最も多く、次いで卸売業・小売業、製造業の順に多くなっている。



筑豊エリア内の各市町村から飯塚市へと消費が流入しており、RESASの「地域経済循環マップ-支出分析」によれば、飯塚市の2018年の民間消費（地域住民ベース）が総額2,484億円であるのに対して、民間消費（地域内ベース）は総額3,155億円であり、民間消費の地域内収支は670億円の黒字となっている。

業種の中で卸売業・小売業の事業所数が最も多いこと、従業員数が最多の医療・福祉業について多いこと、また、民間消費の地域内収支が黒字であることから、飯塚市は、第三次産業を主体とした商業の街とすることが出来る。

また、飯塚市は、江戸時代には長崎と小倉を結ぶ長崎街道の宿場町であった。長崎街道は、砂糖が大量に運ばれていたことから「シュガーロード」と呼ばれており、沿線には菓子製造業が盛んな地域が多い。飯塚市においても菓子製造業は盛んで「いづかスイーツ」として継続支援している。

また、飯塚市が優れた地域資源又は製品を認定している「いづかブランド」では、食品の割合が多い。

**【いづかブランド認定商品】**

	令和3年度 (認定数 17)	令和4年度 (認定数 9)	令和5年度 (認定数 5)
食 品	16	8	5
(内菓子)	1	1	0
非食品	1	1	0

### 【大学、研究開発機関】

市内には、近畿大学産業理工学部、近畿大学九州短期大学、九州工業大学情報工学部の3つの大学が立地している。3つの大学には、約6,400人の学生と約500人の教職員がおり、高度な研究開発や将来を担う人材の育成が行われている。

また、理工系大学の集積を背景に、産学連携のコーディネートを行う福岡県立飯塚研究開発センターや高度情報処理技術者の育成を行う株式会社福岡ソフトウェアセンター及び、飯塚市のインキュベーション施設として、新産業創出支援センター（e-ZUKA トライバレーセンター）が設置されている。

### 【飯塚市総合計画】

第2次飯塚市総合計画（2017年度-2026年度）では、地域経済に関する施策として、下記の内容が計画されている。

- 1. 地場産業の振興
  - ・企業誘致の促進等
  - ・販路拡大の促進
  - ・経営者及び後継者育成のための支援
  - ・企業間連携等の促進
  - ・人材と情報の集積
  - ・公営競技（オートレース）の円滑な運営
- 2. 創業促進と産業の創出
  - ・産学交流の充実
  - ・新規事業参入・事業拡大の支援
  - ・創業の支援
  - ・大学等の支援
- 3. 商業の振興
  - ・魅力ある商店街づくりの推進
  - ・個店の経営力強化
  - ・商業活性化の一体的推進
- 4. 観光の振興
  - ・新たな広域観光ルートの整備
  - ・観光まちづくりの実践
  - ・特産品を生かした観光資源の開拓
  - ・情報発信の強化

### ②地域産業の課題

#### 【人材の確保・育成/売上高・営業利益率の低下】

飯塚市事業所実態調査によると、事業者の経営課題は、人材の確保・育成が最も多く、次いで販売先の確保・開拓、価格競争による利益率の低下等が挙げられている。

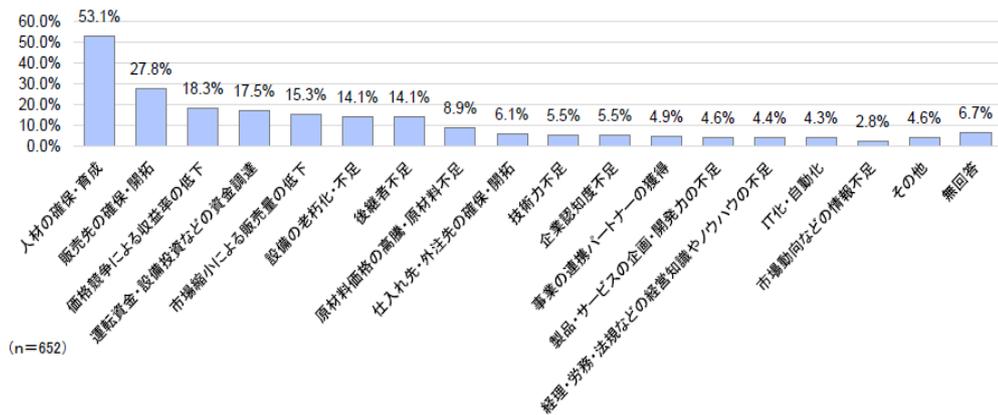
また、「売上高」「営業利益」とともに5年前と比較して半数近くの事業所が減少傾向にあり収益性が低下している状況となっている。

現在の社会・経済状況の中では、新しい事業に挑戦する人、既存の方法を変える人、積極的に事業を拡大する人を支援することが必要である。

そのため、第2次飯塚市総合計画の中にも、地場産業の振興として販路拡大の促進、経営者及び後継者育成のための支援・企業間連携等の促進などが掲げられている。

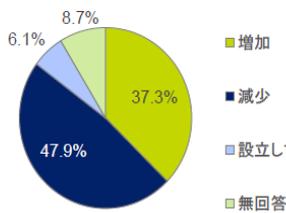
### 飯塚市産業の課題に関する統計

図表5 飯塚市内事業所の経営上の課題

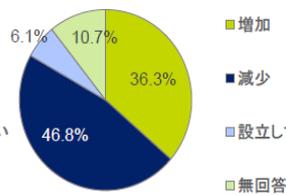


資料:「飯塚市事業所実態調査 調査結果レポート」

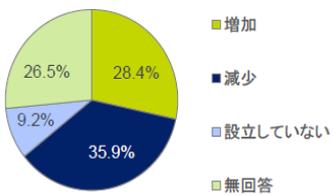
#### 売上高 5年前比較



#### 営業利益 5年前比較



#### 従業員 5年前比較



資料:「飯塚市事業所実態調査 調査結果レポート」

#### 【飯塚市ならではの特産品がない】

当会議所管轄区域（市町村合併前の旧飯塚市）は商業を主体とした街であり、第一次産業がほぼ無い（国勢調査による2020年の就業者数は1,029人。全産業の1.9%）ことから、地元で採れたものを使った特産品がほぼ存在しない。また、産直市場も少ないことから、福岡市等の筑豊エリア外の大都市からの集客力が弱く、域外需要の取込による地域経済の活性化に課題がある。

#### 【理工系大学の集積を十分に活かしていない】

当会議所管轄区域には3つの理工系大学があるが、飯塚市内では卒業後の就職先が限られているため、多くの人材が卒業と同時に飯塚市を離れてしまう。飯塚市役所も理工系大学の集積を活かすために様々な取り組みを進めているがまだ十分な成果を挙げる事が出来ていない。

九州工業大学については、情報工学部が飯塚市に所在しているため、多くのIT人材を輩出しているが、これらの人材が持つ力を、地域経済の振興に十分には活かしていない。

(2) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

第2次飯塚市総合計画と連動し、前記の現状と課題を踏まえ、今後10年先を見越した中長期的な振興策の在り方を以下の通りとする。

1. 飯塚市が都市目標像としている「人が輝きまちが飛躍する 住みたいまち 住みつづけたいまち」に貢献する事業者を増やしていく。
2. 特産品、観光、IT、大学連携といった分野を主体に域外需要を獲得することができる事業者を育成する。
3. 飯塚市は、シュガーロードとも呼ばれた長崎街道の宿場町であるため、菓子店も多く、「いづかスイーツ」として継続支援している。  
(20件中当会議所管轄区域内事業者9件)  
また、飯塚市が認定する「いづかブランド」では菓子を含む食品が多い。  
(「いづかブランド」R3～6年認定35件中当会議所管轄区域内事業所10件)  
そのため、菓子を含む食品の特産品を開発・発掘し、これらを軸に市外からの集客を促す。

これらの振興策実現に向けて、飯塚商工会議所では、小規模事業者に気付きを促し、それぞれの事業者に寄り添った伴走型支援を実施するとともに、各団体や支援機関等との連携を進める役割も果たしていく。

(3) 経営発達支援事業の目標

前項「長期的な振興のあり方」を踏まえ、5年後の目標達成に向けて、以下の通り小規模事業者に対する支援強化を図る。

- ① 変わっていく消費者ニーズに対応できる活力ある小規模事業者を増やし、商業の集積を維持する。
- ② 売上の増加・利益の確保に向けた経営力の向上につながる支援を実施する。
- ③ 菓子及び食品製造を中心に特産品開発や発掘にも力を入れ、ブランド化を目指す。
- ④ ITを基盤とする事業者やITを積極的に活用する事業者を増やし、域外需要を獲得する。
- ⑤ 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上で、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へ繋げる。

## 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7年 4月 1日～令和12年 3月31日）

(2) 目標の達成に向けた方針

① 意欲ある事業者を先行して引き上げる。

セミナーや巡回・窓口指導等時に、事業者との対話と傾聴を通じて、経営に対する気づきを促すきっかけを与え、変化に対応するため、自身が変わろうとする事業者を掘り起こし、優先的に支援していく。

② 実際に取り組んでいる事業者を優先的に支援する。

事業者との対話と傾聴を通じて、「新しい取り組み」を支援し、変わっていく消費者ニーズに応える事業者を優先的に支援していく。

また、経営分析セミナーや経営革新セミナー及び巡回・窓口指導等を通して「新しい取り組み」の必要性等について気づきを促し、消費者ニーズに応える事業者を掘り起こし、意欲を高めていく。

③ 菓子を中心とした特産品を開発する事業者を支援する。

菓子や食品製造を中心とした特産品の開発や「いづかスイーツ」での支援事業者や「いづかブランド」の認定を受ける事業者を支援していく。

「いづかスイーツ」支援事業者を始め、特産品開発や「いづかブランド」認定後は、市内外での認知度を高めていくため、市内の産直市場や商業施設・福岡市の商談会等に飯塚商工会議所ブースを出展し、合同で出展する。

また、個社での展示会や商談会への出展を促し、支援する他、観光資源の掘り起こしも行い、観光客に特産品や「いづかスイーツ」、「いづかブランド」を知ってもらう仕組みをつくる。

④ ITを基盤とする事業者やITを積極的に活用する事業者を支援する。

飯塚市は「飯塚アジアIT特区」の経済特区の指定を受けており、市内に3つの大学が立地し、研究開発機関等も集積しているため、市内に、学生と事業者をつなぐ「つなぐカフェ」も設置されている。それらを有効に活用して、ITを基盤とする事業者と学生、事業者と事業者、教員と事業者等、人的ネットワークの構築を支援していく。

また、ITを活用した販路拡大を望む事業者や生産性向上のためITを導入したい事業者のために、HP作成支援やSNS活用支援等、IT活用支援を行う。

⑤ 福岡県・飯塚市・地域金融機関その他支援機関と連携し、個別企業の経営力向上、販売促進等を継続して支援するとともに、創業支援を行うプロジェクトを構築する。

創業支援と経営革新を行う循環の輪を構築するため、「創業セミナー」「経営革新セミナー」「販路開拓や売上向上のためのセミナー」等を開催する。

また、人材の確保・育成及び事業承継問題解決のために関係機関と連携し、「事業承継セミナー」や「事業承継相談会」を開催し、創業の促進及び経営問題や事業承継問題等について、経営指導力の向上と関係機関との連携を強化し、小規模事業者の伴走支援を行い、地域活性化に繋げていく。

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、個社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。

## 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]

飯塚地域の経済動向調査は、中小企業景況調査、福岡県の県内中小企業動向調査を実施している。他には、飯塚地区の統計調査及び歩行者交通量調査についても実施している。各調査結果については、所報やホームページで公開するとともに、行政等とも共有を行っている。

##### [課題]

調査結果を、地域の小規模事業者の発展へつなげるように有効活用ができていない。調査結果については、集計して報告内容を公開しているが、データの持つ意味を分析しきれておらず、そのために、有効に活用できていない。

中小企業景況調査、福岡県内中小企業動向調査等により当地域のDI値を設定し分析を行う。また、「RESAS」の地域経済循環マップ、まちづくりマップ、産業構造マップから地域の収益構造、人口動向、産業形態など総合的に分析し、飯塚市の統計及び歩行者交通量調査等と伴に分析結果を公表する。また、経営指導員で分析結果を共有し、巡回・窓口相談時や事業者の経営分析・事業計画の支援に活用し事業者の発展へと繋げる。

#### (2) 目標

	R7年度	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度
① 地域の経営動向調査分析回数	4	4	4	4	4
② 国提供のビッグデータ分析回数	1	1	1	1	1
③ 飯塚市各種統計による分析回数	12	12	12	12	12
④ 歩行者通行量調査回数	1	1	1	1	1

#### (3) 事業内容

##### ① 地域の経営動向調査による分析

中小企業景況調査を行い飯塚地域に即したDI値を出し分析する。結果を年1回ホームページ、所報で公開する。

##### 【調査対象】

飯塚管内の小規模事業者（30社を任意抽出）

##### 【調査手法】

経営指導員の巡回による面談。

調査票送付し返信用封筒での回収（四半期毎に年4回）

##### 【分析手法】

経営指導員が専門家と連携し分析。

##### ② 国が提供するビッグデータによる分析

RESASの「地域経済循環マップ」、「まちづくりマップ」、「産業構造マップ」等により、地域

の収益構造、人口動向、流動人口、産業形態、消費の傾向などを総合的に分析し、結果を年1回ホームページ、所報で公開を行う。

**【分析手法】**

地域経済循環マップ・・・地域の収益構造を分析。

まちづくりマップ・・・人口の流入出の分析。

産業構造マップ・・・地域の産業形態の分析。

③ 飯塚市の各種統計による分析

飯塚地区統計及び求人情報など現状のものに加え、主要駅の乗降客状況を集計しホームページ、所報で公開を行う。

所報で公開（年12回）を行う。

**【調査手法】**

飯塚市、ハローワーク飯塚、新飯塚駅から情報収集。

**【分析手法】**

増減傾向の分析

④ 歩行者交通量調査の実施

飯塚市中心市街地の主要箇所歩行者交通量を年1回（2日間）行い、結果をホームページ、所報で公開する。

**【調査手法】**

毎年3月の最終金曜日・日曜日に中心市街地の7ヶ所で実施。

**【分析手法】**

過去10年分のデータと比較し主要箇所の増減傾向を分析。

**（4）調査結果の活用**

① 分析結果はホームページ、所報で公開し地域の小規模事業者へ周知、今後の経営へ役立ててもらう。

② 「支援能力強化会議」の場を利用する等して、経営指導員で分析結果を共有し、巡回・窓口相談時や経営分析・事業計画の作成に活用する。

**4. 需要動向調査に関すること**

**（1）現状と課題**

**【現状】**

小規模事業者が多様化する消費者ニーズや市場動向を的確に把握し、自社の商品やサービスを提供するための需要動向をつかむことは困難である。また、地域商品ブランディング事業での同業種間の連携を図った商品やサービスの需要動向に関する調査・分析などの取組みが不十分である。

**【課題】**

事業計画策定を立てた小規模事業者（いづかブランド認定事業者、いづかスイーツ参画事業者、伴走型支援を受けている食品製造事業者等）に対して、地域ブランドの確立や認知度向上を目的に、また商品のブラッシュアップを図るため、需要動向調査を行う。市場やターゲットの絞り込みを行う際の検討資料として、また、ブランド商品・サービスが顧客ニーズに合っているか検証するための資料として提供し、的確な事業戦略を立案する。

## (2) 目標

	R7 年度	R8 年度	R9 年度	R10 年度	R11 年度
① 市内イベントでの調査	対象 5 社 回答 60 件				
② 展示会・商談会での調査	対象 3 社 回答 30 件				
③ 大型商業施設等での調査	対象 5 社 回答 30 件				
④ 市外地域 PR イベントでの調査	対象 5 社 回答 30 件				

## (3) 事業内容

### ① 市内イベントでの調査

飯塚市内で開催する広域観光型イベント「雛のまつり」、地元集客型イベント「街道まつり」にて出店し販売を行う。販売時にアンケート調査を実施し、商品開発の参考資料とする。

【調査対象】「いづくかスイーツ」参画事業者、「いづくかブランド」認定事業者、伴走型支援事業者の商品

【イベント】雛のまつり、筑前の國いづくか街道まつり

【サンプル数】来場者 30×2 60 人

【調査手法】聞き取り等のアンケート調査を実施する。

【調査項目】調査結果は専門家、経営指導員、ブランド開発事業事業者担当市職員

【調査結果の活用】分析結果を検証し、製品化に向け、改善する他、事業計画に反映する。

### ② 展示会・商談会での調査

「Food EXPO Kyushu」、「FOOD STYLE Kyushu」など福岡県内で開催される展示会・商談会に伴走型支援を行っている事業者の参加を促し、スーパー等各バイヤーと商談し、販路拡大、商品改良を行う。出展時にアンケート調査を行い、商品のブラッシュアップの参考資料とする。

【調査対象】「いづくかスイーツ」参画事業者、「いづくかブランド」認定事業者、伴走型支援事業者の商品

【サンプル数】バイヤー、来場者 30 人

【調査手法】応談したバイヤーや来場者に商品評価のヒアリング調査を実施する

【調査項目】①商品の質（味、見た目、食感）②価格 ③販路（適した売り場）④改良点

【調査結果の活用】分析結果をもとに試作品の改良を行う他、事業計画に反映する。

### ③ 大型商業施設や産直市場での調査

飯塚市内の大型商業施設（イオン穂波店、ゆめタウン飯塚）や産直市場（カホテラス、ほとめき市場、農楽園八木山）等で展示即売会を開催し、販売時にモニタリング調査を行い、商品開発の参考資料とする。

【調査対象】「いづくかスイーツ」参画事業者、「いづくかブランド」認定事業者、伴走型支援事業者の商品

【サンプル数】来場者 30 人（広域の観光客を中心）

【調査手法】来場者に試食してもらい聞き取りでのアンケート調査

【調査項目】①商品の質（味、見た目、食感）②価格 ③販路（適した売り場）④改良点

【調査結果の活用】分析結果をもとに試作品の改良を行う他、事業計画に反映する。

④ 筑豊フェア等地域 PR イベントでの調査

福岡県都市部で開催される地域 PR イベント（筑豊フェア）等で、「いいづかブランド」認定商品、「いいづかスイーツ」商品や当所伴走型支援事業所の商品のアンケート調査を行う

【調査対象】「いいづかスイーツ」参画事業者、「いいづかブランド」認定事業者、伴走型支援事業者の商品

【サンプル数】来場者 30 人（広域の観光客を中心）

【調査手法】来場者に試食してもらい聞き取りでのアンケート調査

【調査項目】①商品の質（味、見た目、食感）②価格 ③販路（適した売り場）④改良点

【調査結果の活用】分析結果をもとに試作品の改良を行う他、事業計画に反映する。

## 5. 経営状況の分析に関すること

### （1）現状と課題

#### 【現状】

現状、経営分析・事業計画作成をテーマとしたセミナーを開催し、計画の策定と経営分析の重要性を周知している。しかしながら、単発のセミナーの開催では、経営分析・事業計画策定の重要性についての周知が十分ではなく、また、同様のテーマでのセミナーを繰り返し開催するごとに参加者は減少しており、中小・小規模事業者は「日々の業務が忙しく計画を作成する時間が無い」、「小規模のため特に必要と考えていない」等の理由により、経営分析を実施する事業者が増えていない。

#### 【課題】

中小・小規模事業者に対し、繰り返し対話と傾聴を通じて、本質的な課題の気づきを促し、経営分析に繋げる機会を増やして行く必要がある。

### （2）目標

	R7 年度	R8 年度	R9 年度	R10 年度	R11 年度
セミナー開催件数	4 回	4 回	4 回	4 回	4 回
個別相談会開催件数（2 回/月開催）	24 回	24 回	24 回	24 回	24 回
経営分析対象事業者	24 件	24 件	24 件	24 件	24 件

### （3）事業内容

経営分析を実施し本質的な課題に気づける事業所を増やすため、窓口・巡回訪問、各種セミナーを通して、経営分析の重要性について理解を深めるきっかけづくりを行い、意欲のある中小・小規模事業者に対して個別相談会へ繋げ、経営分析の実施を支援しフォローアップを行う。経営分析の結果をフィードバックし、明らかになった課題は、事業計画を策定することで、事業者自身の自発的動機付けにより課題解決への道筋が立てることが出来る様に、事業計画策定をテーマとしたセミナーや専門相談員の個別相談でのフォローアップを行う。

#### ① 対象事業者の掘り起こし

小規模事業者の興味を引き、飽きさせることが無い様、経営分析をテーマとしたセミナーのみならず、売上UP・販路開拓・DX・人材確保等の各種セミナーを開催し企業の現状と将来を見つめ課題に気づききっかけづくりを行う。参加者の募集は、HP、所報、窓口相談、経営指導員による巡回等で行う。経営者が抱える不安や課題を本質的な課題への気づきへと促し、個別相談会へ繋げ経営分析の支援を行う。

② 経営分析の支援

○経営指導員及び専門相談員が個別相談に於いて事業者と対話と傾聴を行いながら分析を支援。

- ・ 定量分析・・・財務分析（収益性、安全性、生産性、成長性）
- ・ 定性分析・・・SWOT分析（強み、弱み、機会、脅威）

(4) 分析結果の活用

経営分析の結果を事業者と経営指導員で共有し、経営分析で明らかになった課題に対し、事業者自身の自発的動機付けにより課題解決に向けて取り組むことができる様に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]

現状、事業計画の策定については、経営革新計画の策定及び補助金申請に伴う事業計画の策定に限られている。創業セミナーを受講した創業者については、創業セミナーの中で、SWOT分析等を行ない、創業計画の策定を支援している。

[課題]

中小・小規模事業者を対象に事業計画策定がテーマのセミナーを通して、事業計画策定の意義及び重要性について説いているが浸透していない。セミナーの内容を見直し、また窓口・巡回指導や個別相談会を通して繰り返し対話と傾聴を行い経営分析から事業計画策定へと促し、事業計画策定の意義、重要性を浸透させていく。

(2) 支援に対する考え方

中小・小規模事業者に対し、事業計画策定のテーマを中心に売上UP・販路開拓・DX等、内容に偏りが無く経営を見つめなおすきっかけとなるセミナーを開催する。また、セミナーをきっかけとし、窓口相談・巡回訪問、個別相談会を通した繰り返しの対話と傾聴により、経営分析を支援し、経営者自身を本質的な課題の気づきへと導き、課題解決のための事業計画策定へ繋げ支援を行う。

(3) 目標

	R7年度	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度
事業計画策定事業者数	20件	20件	20件	20件	20件
創業計画策定事業者数	5件	5件	5件	5件	5件

#### (4) 事業内容

##### < 事業計画策定 >

###### ○各種セミナーの開催

【募集方法】 所報、HP

【開催回数】 4回/年

【カリキュラム】 モデル事例演習、テーマ探索、ビジネスモデル策定

【参加者数】 10名/回

###### ○個別相談会の開催

【募集方法】 セミナー内で案内、窓口相談・巡回訪問

【開催回数】 24回/年（月に2回開催）

【相談内容】 対話と傾聴、経営分析支援（SWOT分析等の具体的手法）、  
事業計画策定支援（具体的課題解決策の支援）

【参加人数】 1～3事業者/回

###### ○実現性の高い事業計画の策定

セミナーをきっかけとし、対話と傾聴により本質的な課題に気づき経営分析に至った事業者に対し、具体的な課題解決の支援を行うことで、実現性の高い事業計画を作成する。見えてきた課題については、中小企業診断士、税理士等の専門家の経営相談及び専門家派遣等を活用しながら解決の方向性を見出し、計画を策定していく。

##### < 創業計画策定 >

###### ○創業セミナー及び個別フォローアップ

###### 創業セミナーの開催

【募集方法】 所報、HP、市報・回覧板、新聞折込、フリーペーパー、駅の広告 等

【開催回数】 1コース/年

【カリキュラム】 会計の基礎、マーケティングの基礎、ビジネスプランの作成

【参加者数】 20名/コース

###### 個別フォローアップ

創業セミナー参加者の内、具体的且つ実現性の高い計画に対し、個別相談会等で創業実現まで支援を行う。

###### ○創業者への支援

具体的且つ実現性の高い計画に対し、創業補助金の申請及び創業資金の融資制度の申請をフォローする。また、創業セミナー、経営相談会での情報提供と課題の解決をフォローする。

・創業資金のフォロー・・・補助金、創業融資の斡旋

・経営課題解決のフォロー・・・窓口、巡回指導及び専門家による個別相談会

## 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]

事業計画作成後に個別相談会の参加等を促し、計画の進捗状況の確認と課題解決へ向けてのA

ドバイスを実施しているが、一部の事業者に留まっている。

#### [課題]

事業計画を策定した事業者に対し窓口・巡回でフォローアップを実施してはいるものの、計画を実施する時間が無い、問題があり計画につまずいているが解決策が無く停滞している等の事業者が多い。

#### (2) 支援に対する考え方

事業計画、創業等の計画を作成した事業者に対し窓口、巡回指導において定期的に進捗状況の確認を行い、計画が停滞している事業者に対し、事業者自身の自発的動機付けにより計画の疎外となる問題の解決に乗り出し、自走化に向けての支援を行う。支援手法として販路開拓及び資金繰り等の相談のほか、個別相談会等を通して計画の見直し、計画遂行に課題があれば課題解決に向けての取り組みについて支援を行っていく。

#### (3) 目標

	R7 年度	R8 年度	R9 年度	R10 年度	R11 年度
フォローアップ 対象事業者数 頻度 (延回数) (内 売上増加)	20 件	20 件	20 件	20 件	20 件
	30 回	30 回	30 回	30 回	30 回
	10 件	10 件	10 件	10 件	10 件
創業支援 (創業個別相談頻 度短期間で 2 回) (内 創業者数)	5 件	5 件	5 件	5 件	5 件
	2 回	2 回	2 回	2 回	2 回
	2 件	2 件	2 件	2 件	2 件

#### (4) 事業内容

##### <事業計画を策定した事業者への支援>

事業計画を策定した事業者に対し、計画内容に即した期間で適宜巡回等にて状況確認を行う。計画と進捗状況にズレが生じた場合や計画が停滞している事業者に対し個別相談会等への参加を促し、計画の見直しや課題抽出を行い、自発的動機付けを促進し自走化へ向けて支援する。

また、自走化へ向けての支援として、新商品開発及び展示会、商談会の出店等販路開拓の支援を行っていく。

- 個別相談会・・・状況確認を行った事業者のうち、半数が計画にズレ、停滞が生じていると想定し、事業者が自走化へ向けて取り組めるように課題抽出と課題解決の支援を事業者につき 1～2 回の個別相談を通じてフォローアップ。
- 販路開拓・・・DOCORE 出店、福岡デザインアワード出展、その他商談会、展示会出展
- 資金繰り・・・小規模事業者マル経（小規模事業者発達支援資金融資制度）等の融資斡旋各種補助金申請の支援
- 専門家派遣・・・専門家派遣事業を活用して課題の解決

##### <創業計画を策定した事業者への支援>

創業計画策定後、より短期間で具体的な課題の抽出と創業の実現に向けて支援するために創業者向けの個別相談会を行う。また、具体的な創業計画に対して必要に応じて融資、資金繰り等課題の解決を支援していく。

- 創業者個別相談・・・具体的な創業計画に対して短期間（1ヶ月～2ヶ月）に2回の創業者

向け個別相談会を開催

- 創業資金、資金繰り・・・創業融資等の斡旋
- 経営、財務・・・セミナー等勉強会の実施、税務相談、記帳指導
- 専門家派遣・・・専門家派遣事業を活用して課題の解決

## 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]

経営発達支援計画、伴走型小規模事業者支援推進事業の中で進めている「いいづかスイーツ」のブランディング、飯塚市が進めている「いいづかブランド」認定事業者の支援など、市内イベントや大型商業施設での展示即売会を実施することにより、認知度向上を図ってきた。次のステップとして、福岡県都市部で開催される展示会・商談会等への出展の推進により、更なる認知度向上、ブランドの確立を図る。

#### [課題]

今後は、需要動向に基づき、事業計画を策定し、「いいづかスイーツ」、「いいづかブランド」認定事業者の他、伴走型支援を行っている食品製造小規模事業者に対して、積極的に福岡県都市部で開催される商談会・展示会の情報提供を行い、出展に対して伴走支援を行い、新たな販路の開拓支援に結びつける。

### (2) 支援に対する考え方

「いいづかスイーツ」、「いいづかブランド」認定事業者の他、伴走型支援を行っている食品製造小規模事業者を対象に、多様な顧客ニーズに合った商品開発や新たな販路開拓に取り組むため、福岡県都市部で開催される展示会・商談会等への出展支援、情報発信支援、マッチング支援を行うことで成果に結びつける。

### (3) 目標

	R7 年度	R8 年度	R9 年度	R10 年度	R11 年度
① イベント PR 事業	対象 5 社 対比 3%増				
② 展示会・商談会出展支援	対象 3 社 成約 2 件				
③ 大型商業施設等販路開拓支援事業	対象 5 社 対比 3%増				
④ 地域情報発信イベント PR 事業	対象 5 社 対比 2%増				
⑤ 販路開拓カタログ・パンフ作成	対象 10 社 対比 2%増				
⑥ 販路開拓・拡大講習会等実施	対象 5 社 満足度 80%以上				
⑦ 情報発信事業	対象 5 社 対比 2%増				

#### (4) 事業内容

- ① 広域観光型、地域集客型イベントでの PR 事業  
飯塚市内で開催する広域観光型イベント「雛のまつり」、地元集客型イベント「街道まつり」で支援事業者の商品の販売を行い、商品の認知度向上、ブラッシュアップ、ブランディングの確立を図る。  
【イベント】 いいづか雛のまつり（来場者期間中 3 万人）  
筑前の國いづか街道まつり（来場者 2 万人）  
【支援内容】 商品の販売を行い、消費者ニーズにあった商品のブラッシュアップに繋げる。  
【支援数】 5 社  
【目標設定】 対前年同月比売上高 3%増  
【連携機関】 飯塚市、(一社) 飯塚観光協会、飯塚市商店街連合会
- ② 展示会・商談会出展支援  
「Food EXPO Kyushu」、「FOOD STYLE Kyushu」など福岡県内で開催される展示会・商談会に伴走型支援を行っている事業者の参加を促し、スーパー等各バイヤーと商談する。商品の認知度向上、ブラッシュアップ、ブランディングの確立を図るとともに、新規販路開拓を行う。  
【イベント】 Food EXPO Kyushu（来場者約 5,000 人/2 日間）  
FOOD STYLE Kyushu（来場者数約 17,000 人/2 日間）  
【支援内容】 出展に関する支援（展示ブース、商品のブラッシュアップ）  
【支援数】 3 社  
【目標設定】 成約件数、新規取引先開拓数 2 件  
【連携機関】 福岡商工会議所、福岡商工会議所連合会、飯塚市、(株)NOTE
- ③ 大型商業施設や産直市場での販路開拓支援事業  
飯塚市内の大型商業施設（イオン穂波店、ゆめタウン飯塚）や産直市場（カホテラス、ほとめき市場、農楽園八木山）等で展示即売会を開催。自社商品の認知度向上を図るとともに、新規販路開拓を行う。  
【イベント】 販路開拓展示即売会（各会場来場者 1,000 人/1 日間を目標）  
【支援内容】 商品の販売を行い、消費者ニーズにあった商品のブラッシュアップに繋げる。  
【支援数】 5 社  
【目標設定】 対前年同月比売上高 3%増  
【連携機関】 飯塚市、JA ふくおか嘉穂、(株)農楽園八木山等各商業施設
- ④ 筑豊フェア等地域情報発信イベント PR 事業  
福岡県都市部で開催される地域 PR イベント（筑豊フェア）等で、「いづかブランド」認定商品、「いづかスイーツ」商品や当所伴走型支援事業所の商品の PR 事業を行う。商品の認知度向上、ブラッシュアップ、ブランディングの確立を図る。  
【イベント】 筑豊フェア（来場者 2,000 人）  
【支援内容】 出展ブースでの PR 支援  
【支援数】 5 社  
【目標設定】 対前年同月比売上高 2%増  
【連携機関】 飯塚市、(一社) 飯塚観光協会、(株)NOTE
- ⑤ 販路開拓・拡大カタログ・パンフレット作成事業  
「いづかスイーツ」、伴走型支援を受けた製造業者など多様な顧客ニーズに合った商品開発や新たな販路開拓に取り組む特色のある事業者の商品を紹介するカタログ・パンフレットを作成。商品の認知度向上、ブラッシュアップ、ブランディングの確立を図る。

【支援内容】カタログ・パンフレット作成のための商品選定、ブラッシュアップの支援

【支援数】10社

【目標設定】対前年同月比売上高2%増

【連携機関】飯塚市、飯塚市商工会、(一社)飯塚観光協会、(株)NOTE

⑥ 販路開拓・拡大に向けた講習会、セミナー、個別相談会の実施

上記展示会・商談会等(①～④)の参画事業者等を対象とした商品デザイン、品質のブラッシュアップ、販路開拓・拡大のための講習会、セミナー、個別相談会を開催する。展示会・商談会での商談成功率を上げるなど出展効果を高める。商品の認知度向上、ブラッシュアップ、ブランディングの確立を図る。

【支援内容】商品デザイン・品質向上のための講習会、セミナー、個別相談会を開催。

当所実施または福岡商工会議所主催の講習会等への参加を促す。

【支援数】5社

【目標設定】参加企業の受講満足度80%以上

【連携機関】福岡商工会議所、福岡商工会議所連合会、飯塚市、(株)NOTE

⑦ 販路開拓に向けた情報発信事業

「いいづかスイーツ」、「いいづかブランド」など当所ウェブサイトで紹介する他、通信販売サイト(よかもん市場)への出品支援等も行う。

【支援内容】当所WEBサイトでの紹介、通信販売サイトへの出品支援

よかもん市場(運営:公益財団法人福岡県中小企業振興センター)、

飯塚市観光ポータル(運営:一般社団法人飯塚観光協会)出品に向けた調整。

通信販売サイトでのプレゼンテーションが効果的になるよう指導を行う。

【支援数】5社

【目標設定】対前年同月比売上高2%増

【連携機関】(公財)福岡県中小企業振興センター、(一社)飯塚観光協会、飯塚市

## 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】

事業の評価及び見直しについては、事業年度終了後に各委員会、正副会頭会議において事業の実施報告をし、評価・見直しを行い、その後の常議員会、総会において承認されている。

##### 【課題】

現状では、事業の評価及び見直しについては、内部でのみしか行っておらず、外部を交えて行い、意見を取り入れる体制がない。今後、PDCAサイクルを適切に回していくためには、外部有識者を含めた事業評価・見直しを検討していく必要がある。

#### (2) 事業内容

経営発達支援計画の進捗状況を、経営指導員等内部で、毎月、確認を行う。

飯塚市商工観光課長、法定経営指導員、外部有識者(飯塚中小企業振興事務所、中小企業診断士、福岡県信用保証協会、日本政策金融公庫、飯塚信用金庫)を交えての評価委員会(事業評価・見直し)を毎年開催し、その結果については、当所所報・ホームページにて公表を行い、小規

模事業者がいつでも閲覧できるようにする。また、評価委員会での指摘や意見を、次年度以降の事業計画に反映することで、PDCA サイクルを適切に回していく。

## 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]

経営指導員等の資質向上の取組みに関しては、福岡県商工会議所連合会主催の各種階層別研修、中小企業大学校が主催の専門研修に参加している。

#### [課題]

経営課題が多様化しているため、現経営指導員と将来的に経営指導員を目指す職員の早期のレベルアップが必要となっている今日で、現状は経営指導員等の支援経験値も異なり、指導レベルにもスキルにも差があるため、これを埋めていくこと。

また、経営指導員間での各支援先への支援情報の共有もうまく出来ていない部分があるため、共有できる仕組の構築が必要である。

### (2) 事業内容

#### ①経営指導員等の情報共有・支援能力強化会議

経営指導員等の支援力の向上と平準化を図るため、各経営指導員の各支援先に対する支援状況の報告・情報交換会を定期的（月に1回開催）に行い、課題の抽出や支援策の共有を行う。

報告・情報交換会では、「②支援情報の記録・保管方法」に記載の支援カルテや、会議所サーバー内の各種のファイルを見ながら情報交換を行う。

このことにより、各経営指導員等の他業種への支援力強化、若手経営指導員また将来的に経営指導員を目指す職員のレベルアップにも繋がる。また、職員間の情報共有も促進される。

#### ②支援情報の記録・保管方法

支援内容の履歴については、業務支援システム内に支援カルテとして記録しており、職員は、全てのカルテをいつでも自由に閲覧でき、各事業所の支援状況の確認が出来るようになっている。

また、各指導員等の支援先への支援内容や経営分析結果、事業計画などについては、会議所サーバー内の共有フォルダに保存・管理しており、職員は、いつでも自由に閲覧でき、各事業者の支援状況の確認が出来るようになっている。しかしながら、フォルダの体系が事業（例、経営革新計画、補助金）ごととなっているため、これを、事業者ごとにもすぐにアクセスできるように、事業者別のフォルダの体系も整備し、ショートカットで既存ファイルとリンクさせる。

#### ③外部講習会等の積極的参加

##### 【DX推進に向けたセミナー】

DX推進に関しては、職員内でもデジタルリテラシーの差がある。各事業所との対話の中で問題点・解決策を見出すためには、最低限の知識だけではなく、活用方法や導入事例を幅広く把握しておく必要がある。下記のようなDX推進支援向上のためのセミナーに積極的に参加し、状況に合わせた支援を行えるようにする。

〈DXに向けたIT・デジタル化の取組〉

- ・事業者にとって内向け(業務効率化等)の取組

RPAシステム、クラウド会計ソフト、電子決済システム等のITツール、オンライン

- 会議対応、ペーパーレスによる業務デジタル化、情報セキュリティ対策 等
- ・事業者にとって外向け(需要開拓等)の取組  
ホームページ等を活用した自社PR・情報発信方法、ECサイト構築・運用、オンライン展示会、SNSを活用した広報、モバイルオーダーシステム等
- ・その他取組  
オンラインによる経営指導、事例のオンライン共有、チャットツールの導入 等

**【コミュニケーション能力向上セミナー】**

各事業所との関わりの中で、困りごとなど相談内容への支援は行っているが、事業者が問題と認識していない事項について、問題点を指摘し改善へと導くことはできていない。

対話力向上等のコミュニケーション能力を高める研修に参加することにより、支援の基本姿勢（対話と傾聴）の習得・向上をはかり、事業者との対話を通じた信頼の構成、本質的課題の掘り下げの実施につなげる。

## 1 1. 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]

筑豊地域で開催されている自治体や近隣商工会議所、金融機関等との情報交換を行う会議に出席し、情報交換を行っている。

#### [課題]

各会議において様々な情報交換が行われているが、各支援機関が連携して支援を行っていくまでには至っていないのが現状である。

### (2) 事業内容

#### ①筑豊地域中小企業支援協議会への出席

(総会・構成団体意見交換会 年2回、幹事会年12回)

福岡県飯塚中小企業振興事務所、筑豊地域の商工会議所・商工会、自治体、信用保証協会、日本政策金融公庫、中小企業振興センター、中小企業団体中央会で組織された同協議会が毎月開催する幹事会において、情報共有と連携支援を進めていく。

また、同協議会が推進する経営支援モデル事業を通じて、連携した支援を行うと共に支援ノウハウの共有化を図る。

#### ②筑豊7商工会議所連合会（小規模事務連絡協議会）への出席（年12回）

筑豊地域の田川・豊前川崎・宮若・嘉麻・中間・直方・飯塚の7つの商工会議所で組織された筑豊7商工会議所連合会で毎月開催されている小規模事務連絡協議会の中で、各所が行っている支援策や有効であった支援内容等、小規模事業における様々な情報交換を行う。

#### ③金融問題連絡会議の開催（当所にて主催、年1回）

福岡県、飯塚市、信用保証協会、市内金融機関、商工会議所で組織された同会議で中小企業者の必要事業資金調達が円滑に実施できるよう、また、小規模事業者支援のために役立つよう、関係機関との金融施策動向・地域企業動向並びに相互情報交換等を行う。

#### ④日本政策金融公庫福岡支店との連携会議

(経営改善資金貸付推薦団体連絡協議会) (年1回)

日本政策金融公庫福岡支店において年1回、県内商工会議所の経営指導員と政策金融公庫支店長並びに職員との連携会議を行っている。各地域経済の動向の情報交換並びに小規模事業者への経営支援状況、融資貸し出し実績や経営計画書策定実績等、経営発達支援計画に沿う事業について連携する。また、共同で融資相談会を年1回開催、月2回の定例相談会を実施しており企業の掘り起こしを行っている。

## 1 2. 地域経済の活性化に資する取組みに関すること

### (1) 現状と課題

#### 現状

飯塚市では、平成24年度から平成28年度までの5年間、中心市街地活性化基本計画の認定を受け、基本計画に基づく活性化事業を行い、その後も空き店舗活用促進・新規創業者等の支援を行うなど、積極的に活性化事業に取り組んでいる。また、交流人口の増加を図る観光振興策として、平成28年度よりインバウンド観光客誘客事業に取り組むなど、地域活性化を目指している。

#### 課題

人口減少、消費者ニーズの多様化、ゆめタウン飯塚など郊外への大型商業施設の出店、事業者の高齢化や後継者不足などによって、事業者や商店街等地域経済を取り巻く環境は依然として厳しい状況である。商工団体、商店街、民間事業者と連携し、地域特性を生かした商業振興を図り、個店や商店街の経営基盤の強化や魅力向上に資する支援を行うことにより、地域商業の経営安定化と地域経済の活性化を推進していく必要がある。

#### 事業内容

##### ① 飯まち活性化会議の開催（年1回）

飯塚市中心市街地活性化基本計画終了後も、中心市街地の活性化事業を推進していくため、飯塚市役所、飯塚銀行協会、（一社）飯塚観光協会、飯塚市商工会、飯塚市商店街連合会、㈱まちづくり飯塚、市内3大学（近畿大学産業理工学部、近畿大学九州短期大学、九州工業大学情報工学部）、JR九州、飯塚市自治会連合会などの団体により委員を選出。効果的な活性化事業を検討するための会議を年1回開催する。商工会議所は、会議の事務局を担うとともに、活性化策の検討に中心的な役割を果たしていく。

##### ② 空き店舗活用促進・街なか創業者等支援事業

新規住居者や新規来街者を顧客として取り込むため、商店街に不足している業種・業態を誘致し、営業継続を支援することで、商店街の魅力向上を図る。本町商店街内の「ヲソラホンマチ」や下本町のオープンスペースなどの商店街ひろば（空き空間）や空き店舗を活用したイベントや、幅広く市民の方へ商店街の空き店舗情報を発信するための空き店舗ツアーを継続して実施した。また、家守会社・まちづくり会社と連携した事業やイベントを実施。さらに、商店街の空き店舗を活用して創業・新規事業を行うもので持続的な運営が見込める魅力ある創業者・事業者に対しては、「新規創業者等支援事業費補助金」の活用を促し、補助金を交付し、商店街での定着を支援した。

##### ③ タウンマネージャー設置事業

令和4年度より専門人材と商店街人材2名の商店街タウンマネージャーを設置。市内外からの来街者を商店街内に集客・滞留させる仕組みづくりや、大型商業施設（イオン穂波店、ゆめタウン飯塚等）との連携事業などの立案・遂行を行う。タウンマネージャーの設置により、商店街内にPDCAサイクルが創出され、断続的な商店街活性化事業の推進体制を図る。

④ デジタル活用地域活性化事業

WEBやSNS、動画配信やデジタル技術を活用した、市内の小・中・高校、その他の地域団体と連携を図りながら、市民参加型の地域活性化事業を実施することにより、商店街の回遊性や商店街の魅力を高める。具体的には、デジタルスタンプラリーの実施や、商店街イベント・個店紹介動画（YouTube等）の作製事業などを行った。デジタル技術を活用することにより、事業効果を分析が容易となり、今後の活性化事業の方針や推進に活かすことが可能。

⑤ 観光振興事業（花火大会、街道まつり、ひな祭り等）

令和2年度より福岡県が進めている新たな観光地域づくり造成事業に参加。嘉麻市・桂川町・飯塚市と筑豊地区・広域での観光コースの造成や体験型プログラムのブラッシュアップなど観光誘客事業を行い、地域全体の活性化、新たな観光事業者の参入推進により、観光事業の振興・拡大、収益向上を図った。

また、飯塚花火大会や筑前の國いづか街道まつり、いづか雛のまつりなどの観光事業を（一社）飯塚観光協会や飯塚市など取り組み、地域経済の活性化を推進した。

⑥ 飯塚会（年6回）

飯塚市内の官公庁（飯塚市役所、飯塚警察署、飯塚税務署、飯塚公共職業安定所）、市内3大学（近畿大学産業理工学部、近畿大学九州短期大学、九州工業大学情報工学部）、JR九州、NTT、日本郵政などの事業者等の代表者で組織される団体で、会議所が事務局を担当。会員相互の情報交換、連携を図るとともに地域の振興発展に寄与することを目的として定期的に年に6回開催。

⑦ 飯塚市中小企業円卓会議（年2回）

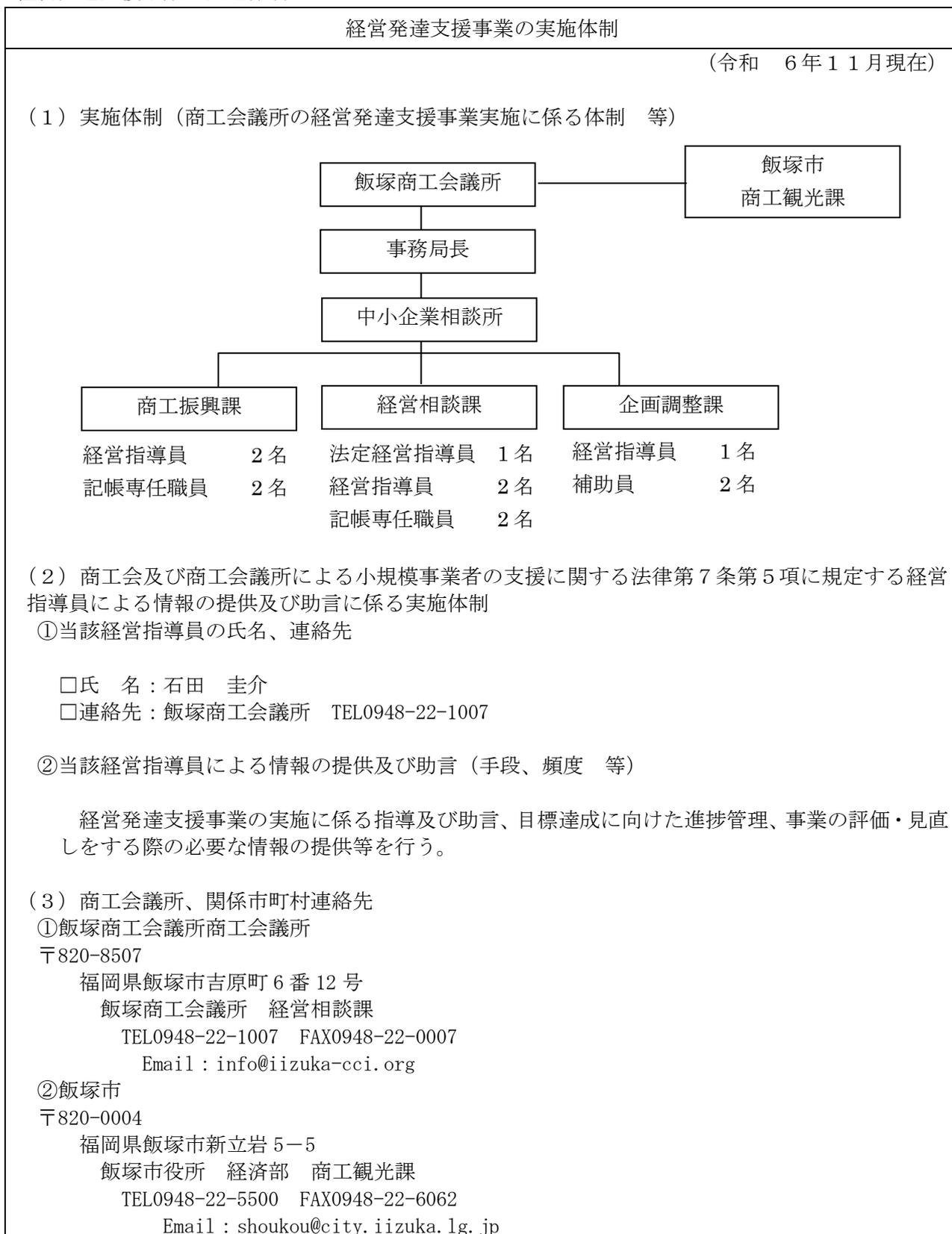
飯塚市中小企業振興基本条例の規定に基づき設置された会議。飯塚市の中小企業振興施策の推進に関する審議、調査及び振興施策の提案、検証を行う。飯塚市、産業支援機関、飯塚商工会議所、飯塚市商工会、JAふくおか嘉穂、市内金融機関などで構成され、年2回程度開催。

⑧ 嘉飯桂経済団体交流会（年1回）

嘉麻市、飯塚市、桂川町内の商工会議所・商工会が持ち回りで事務局を担当する年に1回交流会。相互の情報交換、連携を図るとともに、地域の経済状況や中小企業対策について活発な意見交換を行っている。

(別表2)

経営発達支援事業の実施体制



(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)

	R7 年度	R8 年度	R9 年度	R10 年度	R11 年度
必要な資金の額	13,415	13,415	13,415	13,415	13,415
3. 地域の経済 動向調査に関 すること	215	215	215	215	215
4. 需要動向調 査に関するこ と	60	60	60	60	60
5. 経営状況の 分析に関する こと	600	600	600	600	600
6. 事業計画策 定支援に関す ること	420	420	420	420	420
7. 事業計画策 定後の実施支 援に関するこ と	420	420	420	420	420
8. 新たな需要 の開拓に寄与 する事業に関 すること	1,700	1,700	1,700	1,700	1,700
12. 地域の活性 化に資する取 り組みに関す ること	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000

(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
会費収入、福岡県補助金、飯塚市補助金、その他補助金 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。

