

経営発達支援計画の概要

| | |
|----------------|---|
| 実施者名 (法人番号) | 田川商工会議所（法人番号 5290805007248） 田川市（地方公共団体コード 402061） |
| 実施期間 | 2023/04/01 ～ 2028/03/31 |
| 目標 | <p>経営発達支援事業の目標</p> <p>小規模事業者の社会及び経済構造の変化（地域課題の解決含む）へ対応したビジネスモデルへの転換や、経営理念・ビジョン・事業計画の策定を支援することで、活力ある商工業の創出を図る</p> <p>小規模事業者の将来のDXに繋がるデジタル化を支援することで、地域全体の生産性向上を図る</p> <p>小規模事業者の「TAGAWA 謹製」に認定される新商品・新製品等を含めた、新たな商品開発等を支援することで、魅力ある地域づくりに貢献する</p> <p>ソーシャルビジネス等を含めた創業を支援することで、地域を活性化する多様な産業を創出する</p> <p>上記を実現するために、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を図る</p> |
| 事業内容 | <p>I. 経営発達支援事業の内容</p> <p>1. 地域経済動向調査に関すること</p> <p>小規模事業者がマクロ的な視点で経営判断をすることを目的に「田川市中小企業景況調査」の結果を分析・公表する</p> <p>2. 需要動向調査に関すること</p> <p>小規模事業者が「TAGAWA 謹製」に認定される新商品・新製品等を含めた、新たな商品等の開発において、顧客ニーズを把握することを目的に、商品調査を支援する。また、調査結果を活用し、商品のブラッシュアップに繋げる</p> <p>3. 経営状況の分析に関すること</p> <p>小規模事業者自身が自社の現状（経営状況）や取り組むべき課題を正しく把握することを目的として、経営分析（定量分析たる財務分析と、定性分析たる非財務分析の双方）を支援する</p> <p>4. 事業計画の策定支援</p> <p>「地域の経済動向調査」や「経営状況の分析」及び「需要動向調査」の結果を踏</p> |

| | |
|------------|--|
| | <p>まえ、小規模事業者のビジネスモデルへの転換や、経営理念・ビジョンの策定と いって、経営の方向性にまで踏み込んだ事業計画や創業計画の策定を支援する</p> <p>5. 事業計画策定後の実施支援 前項で策定したすべての事業計画を四半期毎にフォローアップすることで、事業者の売上や利益の増加を実現する</p> <p>6. 新たな需要の開拓支援 小規模事業者の新たな需要開拓を目的として、展示会・商談会の出展支援や IT を活用した販路開拓の個社支援を実施する</p> |
| <p>連絡先</p> | <p>田川商工会議所 中小企業相談所 〒826-0025 福岡県 田川市 大黒町 3-11 TEL:0947-44-3150 FAX:0947-45-6073 e-mail:info@tagawa.or.jp</p> <p>田川市 建設経済部 産業振興課 〒825-8501 福岡県 田川市 中央町 1-1 TEL:0947-85-7145 FAX:0947-46-0124 e-mail:kigyoun@lg.city.tagawa.fukuoka.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

ア 田川市の概況

田川市（以下、当市）は、福岡市から東北東約 50km、北九州市から南南西約 30km の場所にあり、福岡県の北東部に位置している。市の南には英彦山、北に福智連山、東には香春岳を望む三方山で囲まれた田川盆地の中心都市であり、筑豊地域の中核都市である。市域は、東西 9km、南北 14km、総面積は 54.55 km² を擁し、北は香春町、福智町、南は嘉麻市、川崎町、東は大任町、西は飯塚市、糸田町に面している。

幹線道路としては、福岡市と苅田町を結ぶ国道 201 号と北九州市と久留米市を結ぶ国道 322 号が通っており、特に国道 201 号の筑豊烏尾トンネルの全線開通や八木山バイパスの無料化により、福岡都市圏へのアクセスが大幅に向上しているため、通勤・通学・買い物・レジャーなど生活のさまざまな場面で「ちょうどよさ」を感じられる。

まちの形態は、市の中央部を流れる彦山川・中元寺川（ともに一級河川）に挟まれた地域を中心に市街地が形成され、中央に市役所を中心とした官公庁、JR 田川伊田・JR 田川後藤寺両駅を中心とした商店街と国道 201 号沿線の郊外店による 3 極の商業圏がそれぞれ形成され、これらを取り巻く形で住宅が建ち並び、さらに農村地帯へとつながっている。また、雄大な山々に囲まれ、美しい田園と河川の風景が各所で見られるなど自然豊かな一面を見せる一方、起伏に富んだ地形となっている。

田川商工会議所（以下、当所）は、当市唯一の商工団体である。

■ 田川市の立地と交通

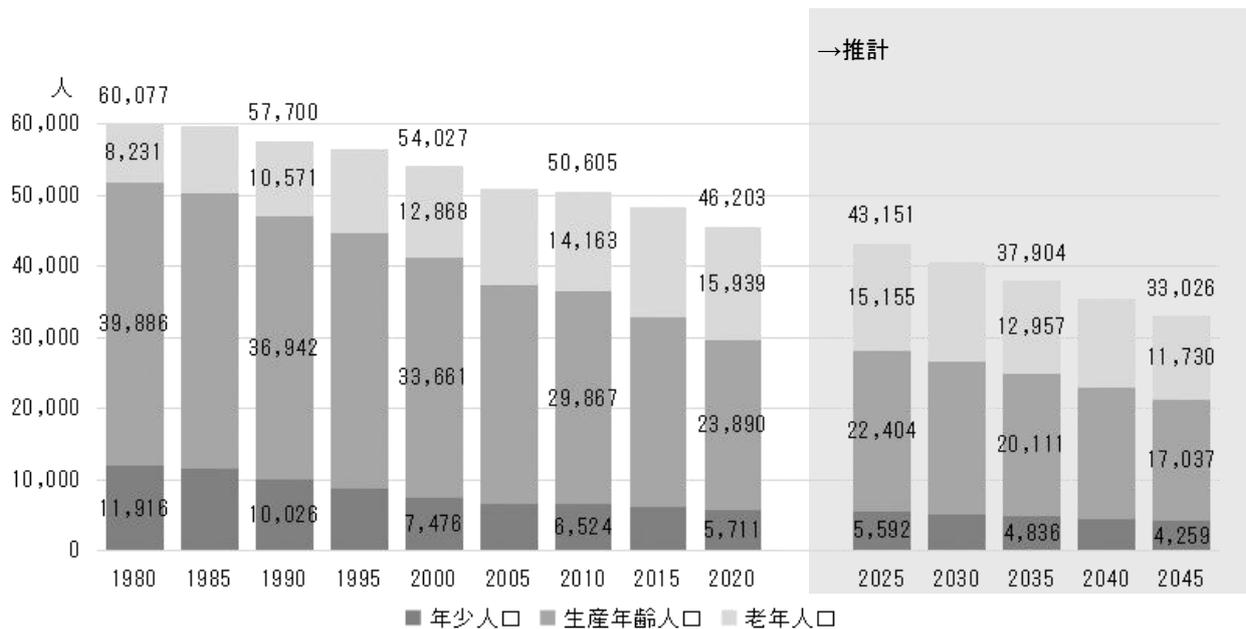


イ 人口推移

令和 4 年 9 月末時点の人口は 45,863 人（住民基本台帳）である。

国勢調査の結果を基に人口推移をみると、人口は減少傾向が続いており、今後も減少傾向が続くことが見込まれている。年齢別人口について将来の推移をみると、年少人口、生産年齢人口、老年人口のすべてが減少傾向で推移することが予測されている。

高齢化率は、令和 2（2020）年の 34.5%から令和 27（2045）年には 35.5%に若干上昇する見込み。生産年齢人口比率は、令和 2（2020）年の 51.7%から令和 27（2045）年には 51.6%に若干低下する見込みである。若干、少子高齢化が進むものの、現状の年齢別人口の比率と比較して大きな変化はないものと推計されている。



出典：総務省「国勢調査」および国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口」

ウ 特産品

(a) 特産品

当市では、豊かな自然環境をいかした個性あふれる農業が盛んである。

三方を山で囲まれ寒暖差が大きい田川盆地では、古くから稲作を中心に農業が発展してきた。

米や野菜、果物、鶏・牛・豚の畜産業など幅広く生産されており、ハウス栽培を取り入れた園芸作物も有名である。

近年ではパプリカやジビエ（イノシシ・シカなどの狩猟肉）を新しい付加価値を持ったブランドとして確立する取組が進められている。

当市の主な特産品は下表のとおりである。

■ 主な特産品

| 特産品名 | 概要 |
|-----------|---|
| ピュアパプリカ | 肉厚で糖度が抜群な田川市産のパプリカ。シャキシャキとした食感とみずみずしさが特徴。サラダや炒め物・和え物・スープピクルスなど、レシピのバリエーションが豊富である。 |
| TG アスター | 栽培に最適な環境を整える先進技術を活用し、独自の栽培管理のもと、全国で唯一、通年での出荷を実現している「TG アスター」。繊細で可憐な花形と、ピンク、赤、ブルーといったあでやかな色彩を持つ花である。 |
| 金川牛 | 市内金川地区で育ち、エサにこだわった飼育で肉本来の旨味と柔らかい肉質が特徴。西日本地区肉用牛交雑種共励会で最高位の金賞を受賞。福岡県肉畜共進会では5度金賞を受賞している。 |
| チロルチョコ | 昭和 37 年に田川市で誕生し、現在も田川市で製造している大人気のチョコレート菓子。国内唯一のチロルチョコ工場の直営アウトレットでは、未包装のチロルチョコ詰め合わせが販売されている。 |
| 黒ダイヤ・白ダイヤ | 九州銘菓として長く愛されており、「黒ダイヤ」は石炭、「白ダイヤ」は石灰石をモチーフとした羊羹。昭和 25 年から販売されているロングセラーの逸品で、どちらも田川の定番土産として観光客に人気である。 |

(b) TAGAWA 謹製 認定商品

田川ブランド「TAGAWA謹製」は、田川を広くアピールすることのできる土産品、郷土料理や工業製品などを集めた、選りすぐりの新ブランドであり、平成22年度より当所と田川市観光協会の共催事業として取り組んでいる。ブランドネームの「謹製」は「真心を込めて丁寧にお作りしました」という、大切なお客様への「おもてなしの心」を表しており、また「TAGAWA」に含まれる3つの「A」は、トリプルA＝最上級の商品としてお薦めできるブランドポリシーを表している。

認定商品は2年毎に選考審査会を実施して決定しており、「TAGAWA謹製」に認定された商品は、専用の認定シールを貼って販売している。現在は、選考審査会を見事にクリアした25の商品を「第6期認定商品」として認定し、各種観光パンフレットやホームページにて紹介している。

エ 観光資源

当市には、日本の産業革命に大きく貢献した炭鉱の町としてその歴史を伝える博物館やユニークな美術館、市民総参加のお祭りなど観光資源がある。現在は炭鉱の町の姿を今にとどめる二本煙突をシンボルに新たな魅力を発信している。

当市の主な観光資源は下表のとおりである。

■主な観光資源

| 観光資源名 | 概要 |
|-------------------------------|--|
| 石炭記念公園 | 歴史遺産として築造当時の場所に建つ二本煙突や伊田堅坑櫓がシンボルの公園。炭坑節発祥の地としても知られている。平成30(2018)年に三井田川鉱業所伊田坑跡を含む「筑豊炭田遺跡群」が国指定史跡に指定された。また、令和元(2019)年には国連ハビタット福岡本部などが主催する「2019年アジア都市景観賞」を受賞した。 |
| 田川市石炭・歴史博物館 | かつて筑豊随一の規模を誇った三井田川鉱業所伊田堅坑の跡地にある博物館。昭和58(1983)年に「田川市石炭資料館」として開館以来、石炭をテーマとするユニークな館として注目されてきた。所蔵資料のうち約1万5千点が石炭関連資料である。 |
| 三井寺(平等寺) | 5月から9月は風鈴、11月から12月は風車飾りや紅葉が境内を彩る。「ガッツポーズ地蔵」など、ユニークなお地蔵様がみられる。 |
| たがわトリックアール | トリックアートとして楽しむだけでなく、専用アプリを入れたスマートフォンをかざすと絵が動き出し、不思議な世界が味わえる新しい観光スポットとなっている。常設展示としては九州初で、市内5か所で楽しめる。 |
| TAGAWA コールマイン・フェスティバル～炭坑節まつり～ | 毎年11月の第1日曜日とその前日に開催され、メインイベントは「炭坑節総踊り」である。参加者がいっせいに踊る姿はまさに圧巻で、炭坑節の歌詞に歌われる「香春岳」「二本煙突」「堅坑櫓」を背景に本場の炭坑節が味わえるのも魅力のひとつとなっている。 |
| 風治八幡宮 川渡り神幸祭 | 450余年続く、福岡県五大祭りのひとつで、福岡県指定無形民俗文化財に登録されている。年に1度、風治八幡宮の神様が彦山川対岸のお旅所まで1泊2日の旅をするお祭りであり、2基の神輿と色とりどりに飾られた11基の山笠が川の中で競演する姿はダイナミックである。 |

オ 観光入込客数の推移

令和2年の観光入込客数は16.5万人である。

推移をみると、近年は60万人超で安定して推移していたものの、令和2年の新型コロナウイルス感染症の拡大により急減していることが読み取れる。

■観光入込客数の推移

(人)

| 年度 | 平成27年 | 平成28年 | 平成29年 | 平成30年 | 平成31年 | 令和元年 | 令和2年 |
|--------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| 観光入込客数 | 480,000 | 615,000 | 613,000 | 647,000 | 622,000 | 670,000 | 165,000 |

出典：田川市提供

カ 産業

(a) 景況感

田川市及び当所が実施している「田川市内中小企業景況調査」から景況感を確認する。

業況 DI は、製造業でコロナ禍前（2019 年）が▲9 ポイント、直近期（2021 年）が▲33 ポイント。販売業でコロナ禍前（2019 年）が▲44 ポイント、直近期（2021 年）が▲44 ポイントとなっている。特に販売業において、新型コロナウイルス感染症に関係なく、厳しい業況のなかで事業を行っていることがわかる。

売上高 DI に関しても、業種や新型コロナウイルス感染症の拡大の有無に関わらず、マイナス値となっている。

■業況 DI

| | 製造業 | | | 販売業 | | |
|------------|------|------|------|------|------|------|
| | 2019 | 2020 | 2021 | 2019 | 2020 | 2021 |
| 昨年に比べて良かった | 23% | 13% | 19% | 10% | 6% | 12% |
| 昨年に比べて横ばい | 45% | 29% | 29% | 36% | 28% | 32% |
| 昨年に比べて悪かった | 32% | 58% | 52% | 54% | 66% | 56% |
| 業況 DI | ▲9 | ▲45 | ▲33 | ▲44 | ▲60 | ▲44 |

■売上高 DI

| | 製造業 | | | 販売業 | | |
|----------|------|------|------|------|------|------|
| | 2019 | 2020 | 2021 | 2019 | 2020 | 2021 |
| 昨年に比べて増加 | 36% | 20% | 28% | 19% | 13% | 18% |
| 昨年に比べて減少 | 64% | 80% | 72% | 81% | 87% | 82% |
| 売上高 DI | ▲28 | ▲60 | ▲44 | ▲62 | ▲74 | ▲64 |

出典：田川市・田川商工会議所「田川市内中小企業景況調査」

(b) 業種別の商工業者数（小規模事業者数）の推移

当所管内の平成 24 年の事業者数は 2,443 社、平成 28 年の事業者数は 2,325 社である。

小規模事業者数は平成 24 年が 1,811 者、平成 28 年が 1,676 者であり、4 年間で 7.5%減少している。産業別に減少率をみると、情報通信業（△45.5%）や卸・小売業（△15.4%）の減少率が高くなっている。一方、医療、福祉（26.6%）や製造業（10.5%）では増加がみられる。

| | 建設 | 製造 | 情報通信 | 卸・小売 | 宿泊・飲食 | 医療、福祉 | 他サービス | その他 | 計 |
|----------------|-------|-------|--------|--------|-------|-------|-------|--------|-------|
| 平成24年 | | | | | | | | | |
| 事業所数 | 186 | 108 | 14 | 754 | 372 | 232 | 631 | 146 | 2,443 |
| 小規模事業所数 | 172 | 76 | 11 | 565 | 283 | 64 | 518 | 122 | 1,811 |
| 平成28年 | | | | | | | | | |
| 事業所数 | 172 | 115 | 8 | 661 | 357 | 261 | 613 | 138 | 2,325 |
| 小規模事業所数 | 161 | 84 | 6 | 478 | 259 | 81 | 503 | 104 | 1,676 |
| 増減 (H28年-H24年) | | | | | | | | | |
| 事業所数 | ▲14 | 7 | ▲6 | ▲93 | ▲15 | 29 | ▲18 | ▲8 | ▲118 |
| 増減割合 | ▲7.5% | 6.5% | ▲42.9% | ▲12.3% | ▲4.0% | 12.5% | ▲2.9% | ▲5.5% | ▲4.8% |
| 小規模事業所数 | ▲11 | 8 | ▲5 | ▲87 | ▲24 | 17 | ▲15 | ▲18 | ▲135 |
| 増減割合 | ▲6.4% | 10.5% | ▲45.5% | ▲15.4% | ▲8.5% | 26.6% | ▲2.9% | ▲14.8% | ▲7.5% |

出典：総務省・経済産業省「経済センサス-活動調査」より一部加工

(c) 地域産業の現状と課題

<事業形態と人口動態から見る現状と課題>

当市における事業形態は個人事業所が事業所全体の 4 割を超えている。また、従業員数も 5 人以下の事業所が全体の 7 割弱と脆弱な組織体制の小規模事業者であることに加え、人口減少・少子高齢化に顕著な傾向が見られるなか、経営者の高齢化と後継者不在により事業承継が困難な事業所は全体の 7 割を超えるといった深刻な状況にある。

＜石炭諸法失効と基幹産業崩壊から見る現状と課題＞

石炭採掘による鉱害復旧や、炭鉱閉山に伴う失業者対策などのために国の公共事業補助率を引き上げる「産炭地域振興臨時措置法」をはじめとする石炭六法が失効し、その後の講じられた激変緩和措置も平成18年度で終了した。その影響により建設業をはじめとする多くの事業所が淘汰され、介護福祉関連事業への転換を図る事業所が多くみられ、田川経済圏の医療、福祉の産業売上構成が他の地域に比べ高い割合となっており地域の少子高齢化がより進むことも懸念される。若年者の流出を防ぎ、人材確保と育成を推し進めるためにも、かつて繁栄を極めた石炭産業に替わる基幹産業創出や新規事業展開が望まれる。

＜経営理念・ビジョン・事業計画の有無と経営者の資質向上から見る現状と課題＞

後述の「田川市中小企業振興基本調査」から、経営理念・ビジョン・事業計画を所有している事業所は経営成績に良好な傾向が見られ、所有していない事業所は経営環境が厳しいとの結果が得られ、自社の強みとして「品質の良さ」や「技術力」を掲げる事業所が多いが、いずれの項目も売上高増減 DI は低く、その強みが事業に活かされていない状況が分かった。また、社会および経済構造が目まぐるしく変化する中で、持続可能なビジネスモデルの転換に求められる新製品や新サービス、新たな事業の開発を重要項目に掲げていない事業所が多いことも分かり、中小企業経営者が経営の基本を学ぶ場が必要である。

キ 第6次田川市総合計画

「第6次田川市総合計画（令和3年度～令和12年度）」の商工・観光部分は下表のとおりである。小規模事業者支援の視点からみると、①商工業では、新規起業者や新商品の開発など新たな分野への進出を目指す企業の支援、既存の企業や地域などと連携した雇用の創出、奨励制度を活用した白鳥工業団地への企業誘致、②観光では、石炭・歴史博物館と連携した炭坑関連遺産等を活用・新たな観光資源の発掘等、観光パンフレット・インターネット・SNS等による情報発信の強化、多くの来訪者を誘客するための田川広域観光協会と連携した「田川地域全体の観光地づくり」、国や県と連携した観光周遊ルート創設等による訪日外国人旅行客の誘致、映画制作により考案されたご当地新メニューを地域の飲食店に提案することや新たな土産品を開発することによる特産品の販路拡大や観光消費額の拡大などが方向性として掲げられている。

■基本構想（令和3年度～令和12年度）

| | |
|-----------------|--|
| 基本理念 | やっぱり田川で暮らしたい |
| 将来像 | あなたのちょうどいいがきっと見つかる |
| 基本方針 （産業・経済） | 魅力あふれる産業を育むまちづくり 安定した雇用を生み、そして雇用を維持する企業を育てるため、地場企業の支援や新産業の創出を図ります。また、起業、就農者の育成や特産品の販路開拓を進めます。加えて、地域資源を生かした魅力ある観光地づくりを推進します。 |

■前期基本計画（令和3年度～令和7年度）

| |
|-----------------------|
| 第2節 活力ある商工業をつくる |
| 1 既存の商工業の活力を高める |
| 2 地域を活性化する多様な産業を育てる |
| 第3節 安定した雇用環境の整備を進める |
| 1 新たな雇用機会と良好な労働環境をつくる |
| 第4節 魅力ある観光地をつくる |
| 1 地域資源を生かした観光地づくりを進める |

ク 田川市中小企業振興ビジョン

田川市では、平成27年に「田川市中小企業振興基本条例」を制定し、その目的を達成するために、翌年「田川市産業振興会議」と、その下部組織として「実務責任者会議」を設置した。「実務責任者会議」は平成29年4月より活動を開始し、まずは市内2,104事業所を対象とした「田川市中小企業振興基本調査」を実施し、その調査結果から市内事業所の特徴や課題を整理し、田川の希望に満ちた未来を「田川市中小企業振興ビジョン」として策定した。

現在、当ビジョン実現のため、1. 中小企業経営者が経営の基本を学ぶ場の開設、2. 地域の課題を解決す

るソーシャルビジネスの推進、3.生活者と事業者をつなぐ地域プラットフォームの構築、4.地域で若者を育て地域に若者を残す活動の4つの柱からなる部会を形成し、毎月一回の「実務責任者会議」を通して、中小企業振興に取り組んでいる。

②課題

これまで記述した内容から小規模事業者にとって対策が必要な地域の課題をまとめる。

まず、人口をみると、当市の人口は減少傾向にあり、今後も減少傾向が続くことが見込まれている。小規模事業者においても人口減少による消費の減衰への対応が課題となる。

さらに、年齢3区分別人口をみると、生産年齢人口の減少が見込まれ、働き手が不足することが予測されることから、デジタル化等による生産性向上等への取組が必要となる。

特産品では、当市では、豊かな自然環境をいかした個性あふれる農業が盛んである。また、当所と田川市観光協会では、田川を広くアピールすることのできる土産品、郷土料理や工業製品などを「TAGAWA 謹製」として認定し、販路開拓などを支援している。小規模事業者においても「TAGAWA 謹製」に認定される新商品・新製品等の開発が期待されている。

観光面では、当市には、日本の産業革命に大きく貢献した炭鉱の町としてその歴史を伝える博物館やユニークな美術館、市民総参加のお祭りなど観光資源がある。このなかで、小規模事業者をみると、観光消費の獲得が十分でないと感じる。今後は、地域資源を活かした魅力的な観光商品・サービスの開発などによる新たな需要獲得が課題となる。

景況感をみると、新型コロナウイルス感染症の拡大前においても業況DIが製造業で▲9ポイント、販売業で▲44ポイントとマイナス値になっている。これは、縮小市場のなかで事業を展開している事業者が多いことと同義であり、事業の再構築や経営革新などのターゲットの見直しが課題であることが読み取れる。

小規模事業者数をみると、平成24年が1,811者、平成28年が1,676者であり、4年間で7.5%減少している。このなかで業種別にみると、卸・小売業で△87者（△15.4%）と減少数が多くなっている。近年の創業希望者の状況をもみても、卸・小売業での創業はほとんどみられないことから、特に既存卸・小売業への経営支援（事業承継支援含む）による事業所数の維持や地域経済基盤の維持は地域としての課題となる。

地域産業の現状と課題をみると、小規模事業者における経営理念・ビジョン・事業計画の策定、社会及び経済構造の変化へ対応した持続可能なビジネスモデルへの転換、石炭産業に替わる基幹産業創出や新規事業の創出などがあげられる。

(2)小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

①10年程度の期間を見据えて

これまでの現状と課題を踏まえ、小規模事業者の長期的な振興のあり方を以下のとおり定める。また、当所としてもこれを実現すべく支援を実施する。

ア 小規模事業者が、社会及び経済構造の変化へ対応した持続可能なビジネスモデルへ転換していること

現在、社会および経済構造が目まぐるしく変化する中で、小規模事業者もビジネスモデルの転換が求められる。そのため、小規模事業者が以下「イ」～「カ」にも取り組みつつ、持続可能な事業展開を行えている姿を目指す。

イ 小規模事業者が、経営理念・ビジョン・事業計画を策定し、良好な経営状況を確立していること
田川市が実施した「田川市中小企業振興基本調査」から、経営理念・ビジョン・事業計画を保有している事業所は経営成績が良好であるという傾向が見られた。そこで、今後は、多くの小規模事業者が経営理念・ビジョン・事業計画を策定し、経営成績を好転させている姿を目指す。

ウ 小規模事業者が、デジタル化、グローバル化の社会構造変化に対応し、DXを活用していること
小規模事業者の多くは、DXが十分でなく、競争力が低下している現状がある。そのため、デジタル化やグローバル化の社会構造変化に対応し、DXに資するIT化を強化することで生産性向上や販路開拓（商圏の拡大等）を実現している姿を目指す。

エ 小規模事業者が、歴史と文化、自然に関する地域特性を活かした新規事業を展開していること

小規模事業者が「TAGAWA 謹製」に認定される新商品・新製品等を含めた、新たな商品等を開発し、観光消費額の拡大を実現させている姿を目指す。また、これらの商品を市外にも販売することで収益を拡大させている姿を目指す。

オ 小規模事業者が、地域課題に真摯に向き合い、地元住民から応援、選択されていること
小規模事業者の多くは地域内で事業を展開しており、収益拡大のためには地元住民への販売拡充が重要である。そこで、これを実現させるために、地域課題に真摯に向き合い、地元住民から応援、選択されている姿を目指す。

カ 小規模事業者が、持続可能な社会実現に向けて、エネルギーシフトやSDGsを事業化していること
近年は、利益の追求のみを目的とするのではなく、社会的な課題を解決することを目的としたビジネスであるソーシャルビジネスの重要性も増している。そこで、小規模事業者のなかで、持続可能な社会実現に向けて、エネルギーシフトやSDGsを事業化させ、地域の課題を解決させる事業者が生まれている姿を目指す。

②第6次田川市総合計画との連動性・整合性

「第6次田川市総合計画」の前期基本計画では、商工業振興において「既存の商工業の活力を高める」「地域を活性化する多様な産業を育てる」、観光振興において「地域資源を生かした観光地づくりを進める」を実行している。

前項「①10年程度の期間を見据えて」の「ア」～「オ」は前述の「既存の商工業の活力を高める」、「カ」は「地域を活性化する多様な産業を育てる」、「エ」は「地域資源を生かした観光地づくりを進める」にそれぞれ資する目標であり、連動性・整合性がある。

③商工会議所としての役割

田川商工会議所は、昭和22年2月11日、県内8番目の商工会議所として設立され、戦後の混乱期から高度経済成長期にかけては、当地の石炭産業が日本経済の復興・発展に大いに貢献した。エネルギー政策の転換により石炭産業の衰退とともに人口が激減するなか、セメント産業をはじめとする新産業創出に向けた企業誘致の推進等、緑の工業都市を目指した市の政策とも連携を取りながら、地域経済の振興を図るべく数々の事業を展開している。

これからも「企業を育て、地域を伸ばす」をスローガンに地域に開かれた商工会議所として、田川市と緊密な連携を図り、管内事業所の経営支援や商店街の活性化等に取り組む等、地域経済活性化を推し進め、地域総合経済団体としての使命と役割を担っていく。

(3)経営発達支援事業の目標

上記(1)及び(2)を踏まえ、本計画の目標を以下の5項目とする。

【目標①】

小規模事業者の社会及び経済構造の変化（地域課題の解決含む）へ対応したビジネスモデルへの転換や、経営理念・ビジョン・事業計画の策定を支援することで、活力ある商工業の創出を図る

【目標②】

小規模事業者の将来のDXに繋がるデジタル化を支援することで、地域全体の生産性向上を図る

【目標③】

小規模事業者の「TAGAWA 謹製」に認定される新商品・新製品等を含めた、新たな商品開発等を支援することで、魅力ある地域づくりに貢献する

【目標④】

ソーシャルビジネス等を含めた創業を支援することで、地域を活性化する多様な産業を創出する

【目標⑤】

上記を実現するために、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を図る

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

【目標①：小規模事業者の社会及び経済構造の変化（地域課題の解決含む）へ対応したビジネスモデルへの転換や、経営理念・ビジョン・事業計画の策定を支援することで、活力ある商工業の創出を図る】

本計画では、小規模事業者が社会及び経済構造の変化（地域課題の解決含む）へ対応したビジネスモデルへ転換することや、経営理念・ビジョン・事業計画を策定することを目指す。これを小規模事業者が独自に行うことは難しい。そこで、本計画中は当所が伴走型で支援を行いながら、将来的に小規模事業者が自立して実施できるようになることを目指す。

支援にあたっては、まずは経営分析により各事業者の現状（経営状況）や取り組むべき課題を明らかにする。経営分析では、財務データ等からみえる表面的な経営課題だけでなく、事業者との対話と傾聴を通じて経営の本質的な課題を事業者自らが認識することに重点を置く。同時に、「田川市中小企業景況調査」等の外部データを活用して、事業者の置かれた環境の整理を実施する。これらの結果を踏まえ、社会及び経済構造の変化に応じたビジネスモデルや経営理念・ビジョンをまとめ、結果を事業計画にまとめる。さらに、策定後は伴走型でフォローアップを行い、事業計画を実現させる。

【目標②：小規模事業者の将来のDXに繋がるデジタル化を支援することで、地域全体の生産性向上を図る】

DXに関する意識の醸成や基礎知識を習得させること、実際にDXに向けたITツールの導入やWebサイト構築等の取組を推進していくことを目的にIT関連セミナーを実施する。

また、デジタル化による販路開拓の取組意欲が高い事業者に対しては、経営指導員による支援やIT専門家派遣を実施することで、売上拡大が実現するまで伴走型で支援を実施する。

これらの支援で成果をあげるため、経営指導員がDXやIT利活用に関する資質向上を行う。

【目標③：小規模事業者の「TAGAWA 謹製」に認定される新商品・新製品等を含めた、新たな商品開発等を支援することで、魅力ある地域づくりに貢献する】

小規模事業者の「TAGAWA 謹製」に認定される新商品・新製品等を含めた、新たな商品開発等を支援するために、観光客向け、地元客向け、バイヤー向けの3種の商品調査を通じて、消費者・バイヤーのニーズを把握し、結果を基に商品のブラッシュアップに繋げる。

また、「Food EXPO Kyushu」等の商談会の出展支援を通じて、販路開拓までワンストップで支援を行う。

【目標④：ソーシャルビジネス等を含めた創業を支援することで、地域を活性化する多様な産業を創出する】

創業の促進に関しては、産業競争力強化法に基づく「創業支援等事業計画」の認定を受けた田川市との連携のもと、当所が創業計画の策定～フォローアップまでを伴走型で支援。すべての創業者の事業が軌道に乗り、事業継続が実現することを目指す。

特に、地域課題の解決を目指すソーシャルビジネス等の創業については重点的な支援を実施する。

【目標⑤：上記を実現するために、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を図る】

経営分析、事業計画の策定、策定後の実施支援の各局面で、経営力再構築伴走支援モデルによる支援を実施する。具体的には、経営課題の設定から課題解決を支援するにあたり、経営者や従業員との対話と傾聴を通じて、事業者の自走化のための内発的動機付けを行い、潜在力を引き出す。

また、これを実現するために、経営指導員等の資質向上を実施する。

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】

小規模事業者が、社会及び経済構造の変化（地域課題の解決含む）に対応したビジネスモデルの転換を行うためには、転換したいと思うだけの「きっかけ」が必要である。一方、小規模事業者の多くは、自社の経営状況はわかるが、地域の経済動向に関するデータを確認することができず、マクロ的な視点での経営判断が難しいといえる。また、当所でも、地域の経済動向に関する情報提供は十分に行えていなかった。

【課題】

小規模事業者の経営判断に資するような地域の経済動向に関するデータを公表する必要がある。そのために、地域経済分析システム（RESAS）や田川市中小企業景況調査などで情報を収集し、結果を分析後、ホームページで公表する。

(2) 目標

| 項目 | 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 |
|------------------|-------|----|-------|-------|-------|-------|-------|
| 地域の経済動向分析 公表回数 | HP 掲載 | - | 1回 | 1回 | 1回 | 1回 | 1回 |
| 田川市中小企業景況調査 公表回数 | HP 掲載 | - | 1回 | 1回 | 1回 | 1回 | 1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）

| | |
|-----------|---|
| 事業名 | 地域の経済動向分析（国が提供するビッグデータの活用） |
| 目的 | 地域の小規模事業者に市内の状況（経営環境の変化等）を周知することで、小規模事業者が今後の事業展開を検討する際の基礎資料とする。 |
| 調査の内容 | 地域経済分析システム（RESAS）の内容のなかで、地域の小規模事業者に活用してもらいたい項目を分析し、レポートにまとめたうえで公表する。 |
| 調査を行う項目 | 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 → 産業の現状等を分析 等 |
| 調査の手段・手法 | 経営指導員が外部専門家と連携し、RESASの情報を網羅的にみて、事業者の役に立つデータを抽出。どのように活用すべきかについて簡単なコメントを付し、事業者が見やすいレポートにまとめる。 |
| 調査結果の活用方法 | 調査結果は当所ホームページで公表し、広く管内事業者に周知。特に分析結果と関連が深い業種については、巡回訪問を通じて直接説明する。また、事業計画作成時の基礎資料としても活用する。 |

② 田川市中小企業景況調査

| | |
|----------------|---|
| 事業名 | 田川市中小企業景況調査 |
| 目的 | 市内の中小企業（小規模事業者）の景況感を把握することで、小規模事業者のマクロ的な視点での経営判断や、当所での効果的な施策の立案に活用する。 |
| 調査の内容/調査の手段・手法 | 年1回、郵送送付-FAX 回収にて実施する。市内の事業者 400 者程度（製造業・工業・建設業関係 100 者程度、卸売小売・サービス業関係 300 者程度）よりアンケート調査票を回収する。 |
| 調査項目 | 業況、生産・受注・売上、在庫、収益、設備投資、資金繰り、借入れ、販売価格、受注・販売条件、人員（雇用）計画、今後の業況見通し、経営上最も困っている問題 等 |
| 分析の手段・手法 | 当所職員（経営指導員含む）がデータを集計し、業種別分析や経年分析などを行う。また、分析結果に対し簡単なコメントを付ける。 |

| | |
|-----------|---|
| 調査結果の活用方法 | 分析結果は当所ホームページで公表し、広く管内事業者に周知する。また、当所でも、結果を支援施策の検討に活用する。 |
|-----------|---|

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

小規模事業者が新たな商品等の開発を実施する際、生産者志向（プロダクトアウト）の視点だけでなく、消費者志向（マーケットイン）の視点も含めて開発を行うことが重要である。一方、小規模事業者は経営資源が少なく、消費者志向（マーケットイン）に資する調査が実施できていないことが多い。また、当所でもこのような商品調査支援を実施できていなかった。

【課題】

小規模事業者の新たな商品等について、調査を支援することが課題である。また、結果を基に、商品のブラッシュアップに繋げる必要がある。

(2) 目標

| 項目 | 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 |
|---|----|-------|-------|-------|-------|-------|
| 「TAGAWA 謹製」の認定に向けた、または認定商品の商品力向上に向けた商品調査 調査対象事業者数 | - | 3者 | 3者 | 3者 | 3者 | 3者 |

(3) 事業内容

| | |
|----------|---|
| 事業名 | 「TAGAWA 謹製」の認定に向けた、または認定商品の商品力向上に向けた商品調査 |
| 目的 | 当所および田川市観光協会は、田川を代表する商品、田川を広くPRできる商品を、たがわブランド「TAGAWA 謹製（P3参照）」として認定している。今後「TAGAWA 謹製」認定商品を広く市外や観光客向けに周知していくために、需要動向調査を実施することで、顧客の声を取り入れた商品ブラッシュアップに繋げる。 |
| 対象 | 「TAGAWA 謹製」の認定を目指す、もしくは「TAGAWA 謹製」の認定を受けた小規模事業者の商品等、3商品/年（1者あたり1商品）を対象とする。 |
| 調査の手段・手法 | 年度ごとに調査テーマを定め、①観光客向けに販売を強化したい商品の調査を行う年度は「観光関連イベント」、②地元客向けに販売を強化したい商品の調査を行う年度は「当所女性会等の地元消費者が集まる場」、③大型店等のバイヤー向けに販売を強化したい商品の調査を行う年度は「TAGAWA 謹製の選考審査会（バイヤーも参加する）や商談会」等によるアンケート調査を実施する。アンケート調査は、経営指導員と事業者が協力して実施し、消費者向けのアンケートでは1商品あたり30名以上、バイヤー向けのアンケートでは1商品あたり3名以上のバイヤーからアンケート票を回収する。 |
| 調査を行う項目 | <p>《食品の場合》</p> <p><input type="checkbox"/>商品の総合評価（直感的な評価） <input type="checkbox"/>味 <input type="checkbox"/>パッケージ <input type="checkbox"/>独自性（田川らしさ） <input type="checkbox"/>価格 <input type="checkbox"/>購入意向 <input type="checkbox"/>その他改善点 等</p> <p>《雑貨等の場合》</p> <p><input type="checkbox"/>商品の総合評価（直感的な評価） <input type="checkbox"/>独自性（田川らしさ） <input type="checkbox"/>安全性 <input type="checkbox"/>価格 <input type="checkbox"/>パッケージ <input type="checkbox"/>購入意向 <input type="checkbox"/>どのような用途に使用したいか <input type="checkbox"/>その他改善点 等</p> <p>《バイヤー向け調査の場合》</p> <p><input type="checkbox"/>商品の見た目の良さ <input type="checkbox"/>商品1個あたりの大きさ <input type="checkbox"/>商品/パッケージの形・デザイン <input type="checkbox"/>商品の味 <input type="checkbox"/>商品の新しさ・斬新さ <input type="checkbox"/>商品の価格 <input type="checkbox"/>商品の取扱意向 <input type="checkbox"/>取引条件 <input type="checkbox"/>その他改善点 等</p> |
| 分析の手段・手法 | アンケート収集後は経営指導員が専門家と連携して分析を行う。分析では、各項目について居住地別（地元客 or 観光客）、男女別、年齢別にクロス集計を実施。結果から商品等のターゲット顧客や改良点などを抽出する。また、バイヤー向け調査の場合は、3名以上のバイヤーの評価のなかで、共通して評価が低かった項目や共通して指摘された |

| | |
|------------|--|
| | 改善項目などをまとめる。これにより改善の優先順位付けを行う。 |
| 調査・分析結果の活用 | 分析結果は、経営指導員が簡易なレポートにまとめ事業者にフィードバックする。その後、事業者とともに改善点を抽出し、商品等のブラッシュアップに活用する。ブラッシュアップにあたっては、経営分析や事業計画策定を実施し、経営指導員が伴走型で支援する。 |

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

小規模事業者の社会及び経済構造の変化（地域課題の解決含む）へ対応したビジネスモデルへの転換には、事業者自身が自社の現状（経営状況）や取り組むべき課題を正しく把握することが重要である。当所ではこれまでも経営分析を支援してきたが、事業計画の策定支援の際や融資の支援の際に実施するに留まっていた。

【課題】

小規模事業者が、自社の現状（経営状況）や取り組むべき課題を認識できるよう、経営分析という単独のサービスを提供する必要がある。

(2) 目標

現状、事業者に対し経営分析という単独のサービスを提供していないため、今後、新たに経営分析サービスを実施する。経営分析の目標数は計画1～3年目に60者/年（＝経営指導員5名×12者/年）、計画4～5年目に80者/年（＝経営指導員5名×16者/年）を目指す。

| 項目 | 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 |
|----------|----|-------|-------|-------|-------|-------|
| 経営分析事業者数 | - | 60者 | 60者 | 60者 | 80者 | 80者 |

(3) 事業内容

| | |
|-------------|---|
| 事業名 | 小規模事業者の経営分析 |
| 目的 | 小規模事業者の経営状況を把握・分析し、結果を当該事業者にフィードバックする。 |
| 支援対象 | 小規模事業者（業種等問わず） |
| 対象事業者の掘り起こし | チラシの配布やホームページにより広く周知するだけでなく、巡回訪問・窓口相談、各種セミナー開催時などに訴求する。また、記帳代行支援や金融支援、補助金支援の際などの個社支援の際に経営分析を提案する。 |
| 分析の手段・手法・項目 | <p>経営分析は、経営指導員が事業者からのヒアリング・提供資料を基に実施する。また、経営指導員のみでは十分な分析を行うことができない場合は専門家派遣を行う。具体的な分析内容は以下のとおりである。定量分析たる財務分析と、定性分析たる非財務分析の双方を実施する。分析にあたっては、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「経営計画つくる君」等のソフトを活用する。</p> <p>■経営分析を実施する項目</p> <p>財務分析：直近3期分の収益性・生産性・安全性および成長性の分析</p> <p>非財務分析：強み・弱み（商品・製品・サービス、仕入先・取引先、人材・組織、技術・ノウハウ等の知的財産 など）</p> <p>機会・脅威（商圏内の人口、競合、業界動向 など）</p> <p>その他（経営理念、経営ビジョンの策定状況、デジタル化・IT活用の状況、事業計画の策定・運用状況 など）</p> <p>※非財務分析は事業者との対話を通じて実施する</p> |

| | |
|-----------|---|
| 分析結果の活用方法 | <ul style="list-style-type: none"> ・経営分析の結果は事業者にはフィードバックする。また、事業計画策定の際に活用する。経営分析により経営課題が顕在化した場合は、経営指導員が解決策を提案する。専門的な経営課題の場合は専門家派遣により解決を図る。 ・分析後は、当所内の共有フォルダにデータを格納し、すべての経営指導員・職員が内容を確認できるようにする。これらの取組により、経営指導員以外も含めた組織としての支援能力の向上を図る。 |
|-----------|---|

6. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

小規模事業者の持続的成長のためには、社会及び経済構造の変化（地域課題の解決含む）へ対応したビジネスモデルへの転換や、経営理念・ビジョンの策定が重要である。当所では、これまでも事業計画策定支援や創業計画策定支援を通じて、小規模事業者のこれらの取組を支援してきたが、支援の内容をみると、経営の方向性にまで十分に踏み込めていないケースが多くみられたという現状がある。

【課題】

ビジネスモデルへの転換や、経営理念・ビジョンの策定といった、経営の方向性にまで踏み込んだ事業計画や創業計画の策定支援を行うことが課題である。また、当市の小規模事業者はデジタル化に向けた意識が弱く、今後強化が必要なことから、事業計画策定前段階において、デジタル化による業務の効率化、販路の拡大に関する意識の醸成を行い、小規模事業者のデジタル化への取組を促進させる必要がある。

(2) 支援に対する考え方

「地域の経済動向調査」や「経営状況の分析」及び「需要動向調査」の結果を踏まえ、事業計画の策定支援を実施する。特に、事業計画の策定前には必ず経営分析を実施し、事業者との対話と傾聴を通じて、事業者自らが自社の強みや弱みなどの現状を正しく把握した上で当事者意識を持って課題に向き合い、能動的に事業計画策定に取り組むことを目指す。

事業計画の策定支援では、経営分析件数の3割の事業計画の策定を目標とする。創業計画についてはこれまで同様、支援を実施する。

また、事業計画の策定に意欲的な事業者を対象に、IT関連セミナーやIT専門家派遣を行い、小規模事業者の競争力の維持・強化を目指す。

(3) 目標

| 項目 | 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事業計画策定事業者数 | 15者 | 18者 | 18者 | 18者 | 24者 | 24者 |
| 事業計画策定セミナーの開催回数 | - | 1回 | 1回 | 1回 | 1回 | 1回 |
| IT関連セミナーの開催回数 | - | 1回 | 1回 | 1回 | 1回 | 1回 |
| ②創業計画策定事業者数 | 2者 | 2者 | 2者 | 2者 | 2者 | 2者 |
| たがわ創業セミナーの開催回数 | 1回 | 1回 | 1回 | 1回 | 1回 | 1回 |

(4) 事業内容

①事業計画策定支援

| | |
|------|---|
| 事業名 | 事業計画策定支援 |
| 目的 | 「地域の経済動向調査」や「経営状況の分析」及び「需要動向調査」の結果を踏まえ、小規模事業者の持続的発展や成長発展を目的とした事業計画の策定を支援する。なお、事業計画策定事業者に対して、DXに関する意識の醸成や基礎知識を習得させるため、また実際にDXに向けたITツールの導入やWebサイト構築等の取組を推進していくために、IT関連セミナーの開催やIT専門家派遣を実施する。 |
| 支援対象 | ・経営分析において事業計画策定の必要性を感じた事業者 |

| | | | | | | | | | | | | | |
|-------------|--|-------|---|------|-------------------------------|----|-----|--------|---|--------|---|--------|--|
| | <ul style="list-style-type: none"> ・経営革新にチャレンジする事業者 ・金融相談において事業計画策定の必要性が顕在化した事業者 ・補助金や DX に繋がるデジタル化支援において、事業計画策定支援を必要とする事業者等 | | | | | | | | | | | | |
| 対象事業者の掘り起こし | <ul style="list-style-type: none"> ・経営分析のフィードバック時に事業計画策定を提案する。 ・経営革新にチャレンジする事業者に経営革新計画を提案する。 ・補助金・助成金を契機とした事業計画策定を提案する。 ・事業計画策定セミナーを開催する。 <p>■事業計画策定セミナー</p> <table border="1"> <tr> <td>対象事業者</td> <td>すべての事業者を対象とするが、経営分析を実施した事業者に対しては個別に参加を促す。</td> </tr> <tr> <td>募集方法</td> <td>チラシ・ホームページ・巡回等による周知、関連機関による周知</td> </tr> <tr> <td>回数</td> <td>年1回</td> </tr> <tr> <td>カリキュラム</td> <td>1. 事業計画とは、2. 経営分析の方法、3. 経営理念、4. 補助金の活用 等</td> </tr> <tr> <td>想定参加者数</td> <td>10人/回</td> </tr> <tr> <td>その他</td> <td>事業計画策定セミナーを契機に事業計画策定にチャレンジする事業者に対しては、事前に経営指導員が経営分析を実施する。</td> </tr> </table> | 対象事業者 | すべての事業者を対象とするが、経営分析を実施した事業者に対しては個別に参加を促す。 | 募集方法 | チラシ・ホームページ・巡回等による周知、関連機関による周知 | 回数 | 年1回 | カリキュラム | 1. 事業計画とは、2. 経営分析の方法、3. 経営理念、4. 補助金の活用 等 | 想定参加者数 | 10人/回 | その他 | 事業計画策定セミナーを契機に事業計画策定にチャレンジする事業者に対しては、事前に経営指導員が経営分析を実施する。 |
| 対象事業者 | すべての事業者を対象とするが、経営分析を実施した事業者に対しては個別に参加を促す。 | | | | | | | | | | | | |
| 募集方法 | チラシ・ホームページ・巡回等による周知、関連機関による周知 | | | | | | | | | | | | |
| 回数 | 年1回 | | | | | | | | | | | | |
| カリキュラム | 1. 事業計画とは、2. 経営分析の方法、3. 経営理念、4. 補助金の活用 等 | | | | | | | | | | | | |
| 想定参加者数 | 10人/回 | | | | | | | | | | | | |
| その他 | 事業計画策定セミナーを契機に事業計画策定にチャレンジする事業者に対しては、事前に経営指導員が経営分析を実施する。 | | | | | | | | | | | | |
| 支援の手段・手法 | <p>事業計画策定支援は、①小規模事業者が作成した事業計画に対し経営指導員がアドバイスする方法、②小規模事業者と経営指導員が協力して作成する方法の2つの方法で実施する。策定にあたっては、必要に応じて専門家派遣を実施する。</p> <p>なお、事業計画において、DX や IT ツールの活用を促進するため、主に事業計画策定に意欲的な事業者を対象に IT 関連セミナーの開催や IT 専門家派遣を実施する。</p> <p>■IT 関連セミナー</p> <table border="1"> <tr> <td>対象事業者</td> <td>すべての事業者を対象とするが、事業計画策定に意欲的な事業者に対しては個別に参加を促す。</td> </tr> <tr> <td>募集方法</td> <td>チラシ・ホームページ・巡回等による周知、関連機関による周知</td> </tr> <tr> <td>回数</td> <td>年1回</td> </tr> <tr> <td>講師</td> <td>地域活性化企業人[※]、地元 IT 事業者、IT 専門家等を想定</td> </tr> <tr> <td>カリキュラム</td> <td>年度ごとにテーマを決め IT 活用のためのセミナーを開催する。また、カリキュラムのなかで、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といった総論的な内容も取り上げる。</td> </tr> <tr> <td>想定参加者数</td> <td>10人/回</td> </tr> </table> | 対象事業者 | すべての事業者を対象とするが、事業計画策定に意欲的な事業者に対しては個別に参加を促す。 | 募集方法 | チラシ・ホームページ・巡回等による周知、関連機関による周知 | 回数 | 年1回 | 講師 | 地域活性化企業人 [※] 、地元 IT 事業者、IT 専門家等を想定 | カリキュラム | 年度ごとにテーマを決め IT 活用のためのセミナーを開催する。また、カリキュラムのなかで、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といった総論的な内容も取り上げる。 | 想定参加者数 | 10人/回 |
| 対象事業者 | すべての事業者を対象とするが、事業計画策定に意欲的な事業者に対しては個別に参加を促す。 | | | | | | | | | | | | |
| 募集方法 | チラシ・ホームページ・巡回等による周知、関連機関による周知 | | | | | | | | | | | | |
| 回数 | 年1回 | | | | | | | | | | | | |
| 講師 | 地域活性化企業人 [※] 、地元 IT 事業者、IT 専門家等を想定 | | | | | | | | | | | | |
| カリキュラム | 年度ごとにテーマを決め IT 活用のためのセミナーを開催する。また、カリキュラムのなかで、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といった総論的な内容も取り上げる。 | | | | | | | | | | | | |
| 想定参加者数 | 10人/回 | | | | | | | | | | | | |

※地域活性化企業人

令和3年3月に田川市とソフトバンク株式会社は、5G や IoT、AI（人工知能）をはじめとしたソフトバンクが持つさまざまな ICT を活用し、田川市役所の中だけでなく市全体を対象として、DX を推進することを目的に「庁内外の DX および ICT の利活用に関する連携協定」を締結した。このなかで田川市は、総務省の地域活性化企業人制度を活用し、「地域活性化企業人」として、ソフトバンクから社員1人を受け入れている。このソフトバンクの社員を通じて、市内の中小企業も、ソフトバンクの知見やノウハウを生かしてDXを推進していく予定である。

②創業計画策定支援

| | |
|-------------|--|
| 事業名 | 創業計画策定支援 |
| 目的 | 創業者のビジネスが成功するよう、創業計画の策定を支援する。 |
| 支援対象 | 創業者・創業希望者 |
| 対象事業者の掘り起こし | 産業競争力強化法に基づき田川市が認定を受けた「創業支援等事業計画」により実施される「たがわ創業セミナー」、田川市の空き店舗活用補助金、国等の補助金、窓口相談 |

| | | | | | | | | | | | |
|----------|---|------|-------------------------------|----|------------------|--------|--|--------|---------|-----|--------------------------------|
| | を導入部に、支援対象者を掘り起こす。 | | | | | | | | | | |
| | <p>■たがわ創業セミナー</p> <table border="1"> <tr> <td>募集方法</td> <td>チラシ・ホームページ・巡回等による周知、関連機関による周知</td> </tr> <tr> <td>回数</td> <td>年1回(5日間+個別相談会1日)</td> </tr> <tr> <td>カリキュラム</td> <td> 1日目：創業体験談、創業の準備 2日目：創業に必要な費用、税務の知識、労務の知識 3日目：経営理念、経営戦略、経営計画の策定手法 4日目：マーケティング、販路開拓 5日目：創業計画作成、総まとめ <div style="text-align: right;">令和4年度カリキュラムより</div> </td> </tr> <tr> <td>想定参加者数</td> <td>5~10人/回</td> </tr> <tr> <td>その他</td> <td>別日にて個別相談会を実施し、計画のブラッシュアップ支援を実施</td> </tr> </table> <p>■田川市空き店舗活用補助金</p> <p>田川市が実施する補助金。商店街等の空き店舗の利活用を促進するため、市内において、空き店舗を活用しようとする際の費用の一部を補助する。「たがわ創業セミナー」を終了した創業者も対象となっている。</p> | 募集方法 | チラシ・ホームページ・巡回等による周知、関連機関による周知 | 回数 | 年1回(5日間+個別相談会1日) | カリキュラム | 1日目：創業体験談、創業の準備 2日目：創業に必要な費用、税務の知識、労務の知識 3日目：経営理念、経営戦略、経営計画の策定手法 4日目：マーケティング、販路開拓 5日目：創業計画作成、総まとめ <div style="text-align: right;">令和4年度カリキュラムより</div> | 想定参加者数 | 5~10人/回 | その他 | 別日にて個別相談会を実施し、計画のブラッシュアップ支援を実施 |
| 募集方法 | チラシ・ホームページ・巡回等による周知、関連機関による周知 | | | | | | | | | | |
| 回数 | 年1回(5日間+個別相談会1日) | | | | | | | | | | |
| カリキュラム | 1日目：創業体験談、創業の準備 2日目：創業に必要な費用、税務の知識、労務の知識 3日目：経営理念、経営戦略、経営計画の策定手法 4日目：マーケティング、販路開拓 5日目：創業計画作成、総まとめ <div style="text-align: right;">令和4年度カリキュラムより</div> | | | | | | | | | | |
| 想定参加者数 | 5~10人/回 | | | | | | | | | | |
| その他 | 別日にて個別相談会を実施し、計画のブラッシュアップ支援を実施 | | | | | | | | | | |
| 支援の手段・手法 | 創業者が作成した創業計画を基に、経営指導員・専門家が一緒になってブラッシュアップを行う方法で実施する。 | | | | | | | | | | |

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】

現状、事業計画策定後の実施支援が不十分であり、計画が形骸化することもあった。また、売上増加や利益増加といったアウトカムにまで着目したフォローアップを実施してこなかった。

【課題】

事業計画を策定したすべての事業者を対象に、定期的にフォローアップを実施し、事業計画を実施する上で発生した経営課題等に対し、事業者と一緒に解決を図る必要がある。また、フォローアップ支援を通じて、支援事業者の売上や利益の増加を実現することが課題である。

(2) 支援に対する考え方

計画策定を支援したすべての事業者を対象に、四半期ごとのフォローアップを実施する。これにより、事業計画では、フォローアップ対象事業者の売上増加割合が3割、経常利益増加割合が2割（売上増加事業者と経常利益増加事業者は重複する場合もある）になることを目標とする。

フォローアップにあたっては、自走化を意識し、小規模事業者自身が「答え」を見いだすこと、対話を通じてよく考えること、事業者と従業員と一緒に作業を行うことで当事者意識を持って取り組むことなどに重点をおいた支援を行い、計画の進捗フォローアップを通じて事業者への内発的動機付けを行い、潜在力の発揮に繋げる。

また、創業計画のフォローアップではすべての創業者の事業が軌道に乗り、事業継続が実現するよう、伴走型支援を実施する。

(3) 目標

① 事業計画のフォローアップ

| 項目 | 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 | 15者 | 18者 | 18者 | 18者 | 24者 | 24者 |
| 頻度 (延回数) | - | 四半期毎 (72回) | 四半期毎 (72回) | 四半期毎 (72回) | 四半期毎 (96回) | 四半期毎 (96回) |

| | | | | | | |
|------------|---|----|----|----|----|----|
| 売上増加事業者数 | - | 5者 | 5者 | 5者 | 7者 | 7者 |
| 経常利益増加事業者数 | - | 4者 | 4者 | 4者 | 5者 | 5者 |

②創業計画のフォローアップ

| 項目 | 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 | 2者 | 2者 | 2者 | 2者 | 2者 | 2者 |
| 頻度 (延回数) | - | 四半期毎 (8回) | 四半期毎 (8回) | 四半期毎 (8回) | 四半期毎 (8回) | 四半期毎 (8回) |

(4) 事業内容

| | |
|-----------------------|---|
| 事業名 | 事業計画・創業計画のフォローアップ（計画策定の全事業者を対象） |
| 目的 | 計画を伴走型支援することで、計画どおりの成果を上げる。 |
| 支援対象 | 事業計画及び創業計画の策定を支援したすべての事業者 |
| 支援内容/ 支援の手段・ 手法 | 四半期ごとのフォローアップを実施する。ただし、ある程度計画の推進状況が順調であると判断できる事業者に対しては訪問回数を減らす。一方、事業計画と進捗状況とがズレている場合（計画実施が何らかの理由により遅れている、停滞している等）は、訪問回数を増やしながら軌道に乗せるための支援を実施する。 |

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】

小規模事業者が持続的に経営を行うためには、新たな需要の開拓が必要である。一方、小規模事業者の多くは経営資源が少なく、独自での取組には限界がある。また、地域内の小規模事業者の多くはオンラインによる販路開拓等に関心があるものの、「知識不足」「人材不足」等の理由により、ITを活用した販路開拓等のDXに向けた取組が進んでおらず、商圏が近隣の限られた範囲にとどまっている。当所では、これまで事業者の販路開拓を支援してきたが、支援が事業者の販路拡大に寄与してきたかという実績までは確認できていなかった。また、ITを活用した販路開拓等の支援ができていなかった。

【課題】

各事業の成果が明確でなかったことから、今後は、その成果目標を明確にし、成果がでるまで継続的な支援を実施する必要がある。また、これまでDXに関する支援が十分でなかったことから支援を強化する必要がある。

(2) 支援に対する考え方

小規模事業者が独自に実施することが難しく、かつ売上拡大効果（新たな需要獲得効果）が高い取組の支援をする。特に、地域内の小規模事業者の多くはITを使った販路開拓等が遅れていることから、ITを活用した販路開拓について個社支援を実施する。

(3) 目標

| 項目 | 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展示会・商談会の出展支援 出展事業者数 | - | 3者 | 3者 | 3者 | 3者 | 3者 |
| 成約件数/者 | - | 1件 | 1件 | 1件 | 1件 | 1件 |
| ②ITを活用した販路開拓の支援 支援事業者数 | - | 5者 | 5者 | 5者 | 5者 | 5者 |
| (BtoBの場合) 成約件数/者 | - | 1件 | 1件 | 1件 | 1件 | 1件 |
| (BtoCの場合) 売上増加率/者 | - | 3% | 3% | 3% | 3% | 3% |

(4) 事業内容

① 展示会・商談会の出展支援 (BtoB)

| | |
|------------------|---|
| 事業名 | 展示会・商談会の出展支援 |
| 目的 | 特に、対企業取引の事業者にとって、展示会や商談会は新たな取引先の獲得にとって有効である。一方、小規模事業者は独自に展示会・商談会に出展できていないことも多い。そこで、新たな取引先の獲得を支援することを目的に展示会・商談会の参加支援を実施する。 |
| 展示会等の概要/ 支援対象 | 年度によって、支援テーマを定め、以下のいずれかの展示会・商談会の出展支援を行う。 ア エコテクノ 支援対象：主に製造業 訴求相手：主に西日本の事業者 九州の様々な行政機関、環境・エネルギー団体と連携して、福岡県、北九州市、(公財)北九州観光コンベンション協会が主催する九州最大級の環境・エネルギー展である。令和3年6月30日～7月2日の開催では、同時開催の展示会も含め出展社数227社・団体、入場者数8,568人を数えた。 イ Food EXPO Kyushu 支援対象：主に食料品製造業 訴求相手：全国・海外のバイヤー 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とした商談会である。令和3年の開催では、個別商談会においてバイヤー32社、サプライヤー105社、商談数218商談があるなど、活発な商談が行われた。 |
| 支援の手段・手法 | 本支援は、自社独自に展示会・商談会に出展が難しい小規模事業者を支援する目的で実施する。そのため、これまで展示会・商談会への出展経験がない(少ない)事業者を重点支援先とし、これらの事業者が、展示会等に出展し、新たな取引先を獲得するまで伴走型で支援を行う。具体的には、出展者の募集だけでなく、出展前に効果的な展示方法、短時間での商品等アピール方法、商談シート(FCPシート)の作成、パンフレット等の整備、商談相手の事前アポイント等、出展後の商談相手に対するフォロー方法をワンストップで指導する。これらの支援により成約数の拡大を目指す。 |
| 期待効果 | 新たな取引先の獲得を狙う。 |

② ITを活用した販路開拓の支援 (BtoB, BtoC)

| | |
|----------|--|
| 事業名 | ITを活用した販路開拓の支援 |
| 目的 | 現代において、ITを使った販路開拓は有効な手段であるが、小規模事業者の多くは取組が遅れている。そこで、自社独自ではITの利活用が難しい事業者に対しオーダーメイド型の支援を実施し、新規取引先の獲得を目指す。 |
| 支援対象 | 小規模事業者(業種等問わず) ※事業計画を策定した事業者を重点的に支援 |
| 訴求相手 | 各事業者の訴求相手 |
| 支援内容 | ITを活用した販路開拓といっても、実施したい内容は各事業者で異なる。そこで、各事業者の実施したい内容を基にオーダーメイド型の支援を実施する。具体的には、ITを活用した販路開拓手法(ホームページ制作、EC販売、SNSの活用等)から事業者が選択した内容について、経営指導員やIT専門家によるハンズオン支援を実施する。 |
| 支援の手段・手法 | 巡回訪問・窓口相談、経営分析支援や事業計画策定支援の際に加え、『6.事業計画策定支援に関すること』で実施する「IT関連セミナー」において、ITを活用した販路開拓を行いたい事業者を掘り起こす。その後、経営指導員やIT専門家による支援を実施する。支援にあたっては、ITを活用した販路開拓に関する事業計画を策定し、事業計画に沿ったIT導入～運用支援を行う。これらの支援により新規顧客の獲得を目指す。 |
| 期待効果 | BtoBの場合：新たな取引先の獲得を狙う、BtoCの場合：売上拡大を狙う。 |

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】

現状、経営改善普及事業における事業者の支援状況は、所内で評価するに留まっており、第三者の視点を入れた評価・事業の見直しなどはなされていなかった。

【課題】

今後は、当所や田川市だけでなく、第三者として外部有識者を入れた「経営発達支援事業評価委員会」により本事業の成果を確認し、PDCA サイクルを回しながら事業を推進する必要がある。

(2) 事業内容

| | |
|------------|---|
| 事業名 | 事業の評価及び見直し |
| 目的 | 経営発達支援事業の改善のために、PDCA を回す仕組みを構築する。 |
| 事業評価の手段・手法 | 以下の取組により、経営発達支援事業の PDCA を回す。 【PLAN】 （事業の計画・見直し） (a) 前年度の 【ACTION】 を受け、事業内容や目標を設定（修正）する。 (b) 上記目標を個人（経営指導員等）ごとに落とし込み、個々の成果目標を設定する。 【DO】 （事業の実行） (c) 経営指導員等は、個々の成果目標を達成するために事業を実施する。 (d) 経営指導員等は、実施した内容を業務支援システムに適時入力する。 【CHECK】 （事業の評価） (e) 日々の業務の中で、法定経営指導員は、業務支援システムにより各経営指導員等の指導状況を確認する。 (f) 毎日の朝礼および月 1 回の全体会議にて、法定経営指導員や経営指導員が相互に進捗状況の確認および評価を行う。 (g) 年 1 回の「経営発達支援事業評価委員会」にて、外部有識者等からの評価を受ける。 ※「経営発達支援事業評価委員会」の実施の流れ i 田川市産業振興課長、法定経営指導員、外部有識者（中小企業診断士等）をメンバーとする「経営発達支援事業評価委員会」を年 1 回開催し、経営発達支援事業の進捗状況等について「A」～「E」の評価を付ける方法（A：達成、B：概ね達成、C：半分程度達成、D：未達成、E：未実施）にて定量的に評価を行う。 ii 当該「経営発達支援事業評価委員会」の評価結果は、常議員会等にフィードバックした上で、事業実施方針に反映させるとともに、当所ホームページ（ https://www.tagawa.or.jp/ ）へ掲載（年 1 回）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。 【ACTION】 （事業の見直し） (h) 「経営発達支援事業評価委員会」の評価を受け、年 1 回、次年度の事業の見直しを行い 【PLAN】 に戻る。 |

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】

現状、経営改善普及事業における事業者の支援は、経営指導員が中心となり実行している。

【課題】

本計画の成果をあげるためには、補助員等も含めた組織全体の支援力向上が必要である。このために、補助員等も含めた資質向上、OJT 等を実施することが課題である。

(2) 事業内容**① 経営指導員のみならず一般職員も含めた支援能力の向上に向けた取組**

| | |
|---------|--|
| 参加者 | 経営指導員、補助員、記帳専任職員 |
| 目的 | 経営発達支援計画の実行に必要な知識・ノウハウを習得する |
| 不足能力の特定 | 経営発達支援事業の適切な遂行のために特に以下の能力向上が必要である。 <ul style="list-style-type: none"> ・ 伴走型支援により、小規模事業者の売上向上や利益向上といった成果を実現する能力 ・ 展示会等や IT を活用した販路開拓支援により、小規模事業者の需要開拓を実現する能力 ・ DX に向けた IT・デジタル化の支援を行う能力 ・ 経営力再構築伴走支援の基本姿勢（対話と傾聴）の習得・向上 |
| 内容 | <p>経営発達支援事業の適切な遂行および上記の不足能力の向上を図るため、以下の手段・手法により資質向上を図る。また、これらの研修・セミナーへの参加は、今までは経営指導員が中心に参加していたが、今後は、補助員・記帳専任職員も含めて積極的に参加する。</p> <p>ア 小規模事業者の売上向上や利益向上、販路開拓支援等の資質向上に向けて 福岡県商工会議所連合会の経営指導員研修、日本商工会議所の Web 研修等の上部団体等が主催する研修に参加する他、中小企業大学の専門研修への参加や独自に外部講師を招聘した所内研修を実施する。</p> <p>イ DX に向けた IT・デジタル化の支援を行う能力の資質向上に向けて DX 関連の動向は日々進化していることから、以下のような、DX 関連の相談・指導能力向上に資するセミナー・研修会等の開催情報の収集を行い、資質向上に繋がるものがある場合は、積極的に参加する。</p> <p><DX に向けた IT・デジタル化の取組></p> <ul style="list-style-type: none"> i) 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、電子マネー商取引システム等の IT ツール、テレワークの導入、補助金の電子申請、情報セキュリティ対策 等 ii) 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 iii) その他の取組 オンライン経営指導の方法 等 <p>ウ 経営力再構築伴走支援の基本姿勢（対話と傾聴）の習得・向上に向けて 独自に外部講師を招聘し、「コミュニケーション能力向上」や「小規模事業者課題設定力向上」のようなテーマで所内勉強会を開催する。</p> |

② 個人に帰属しがちな支援ノウハウを組織内で共有する仕組み

| | |
|----|--|
| 目的 | 個人に帰属しがちな支援ノウハウを組織内で共有する |
| 内容 | <p>ア OJT 制度 経営指導員と補助金・記帳専任職員がチームで小規模事業者を支援することを通じて OJT を実施し、組織としての支援能力の底上げを図る。また、専門家を活用した支援を行う際は、経営指導員等の同行を徹底させ、ノウハウを習得する。</p> <p>イ 定期ミーティング 毎日の朝礼や月 1 回の全体会議のなかで前述の研修内容や支援状況を共有する。具体的には、①研修等へ参加した職員による研修内容の共有、②具体的な支援のなかで発見した経営支援手法や IT 等の活用方法、具体的な IT ツール等の共有を実施する。また、各人の支援状況等について予実を確認し、経営発達支援計画の進捗管理を実施する。</p> |

ウ データベース化

経営指導員等が業務支援システムに支援に関するデータ入力を適時・適切に行う。これにより、支援中の小規模事業者の状況等を職員全員で相互共有し、担当外の職員でも一定レベル以上の対応ができるようにするとともに、支援ノウハウを蓄積し、組織内で共有することで支援能力の向上を図る。

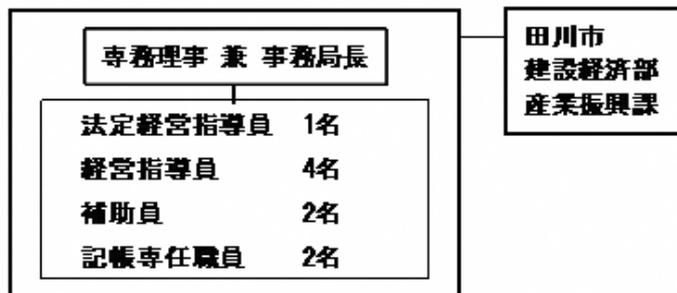
(別表2)

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4年11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)



(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：井上 林太郎

連絡先：田川商工会議所 TEL. 0947-44-3150

②法定経営指導員による情報の提供及び助言

経営発達支援計画の実施・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

〒826-0025

福岡県田川市大黒町 3-11

田川商工会議所 中小企業相談所

TEL: 0947-44-3150 / FAX: 0947-45-6073

E-mail: info@tagawa.or.jp

②関係市町村

〒825-8501

福岡県田川市中央町 1-1

田川市 建設経済部 産業振興課

TEL: 0947-85-7145 / FAX: 0947-46-0124

E-mail: kigyoun@lg.city.tagawa.fukuoka.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 | 3,600 | 3,600 | 3,600 | 3,600 | 3,600 |
| 地域経済動向調査に係る事業 | 500 | 500 | 500 | 500 | 500 |
| 需要動向調査に係る事業 | 300 | 300 | 300 | 300 | 300 |
| 事業計画策定支援に係る事業 | 1,000 | 1,000 | 1,000 | 1,000 | 1,000 |
| 事業計画実施支援に係る事業 | 500 | 500 | 500 | 500 | 500 |
| 販路開拓支援に係る事業 | 1,000 | 1,000 | 1,000 | 1,000 | 1,000 |
| 指導員資質向上に係る事業 | 300 | 300 | 300 | 300 | 300 |

(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 |
|----------------------------------|
| 国補助金、福岡県補助金、田川市補助金、会費収入、各種事業収入 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 |
| |