

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	大川商工会議所（法人番号 2290005011334） 大川市（地方公共団体コード 402125）
実施期間	令和7年4月1日～令和12年3月31日
目標	1. 小規模事業者の経営力強化 2. 「大川ブランド」の確立 3. 地域の賑わいの創出
事業内容	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）地域の経済動向分析（RESASの活用）、情報の提供 （2）行政機関、関係団体が公表するデータの分析、提供 4. 需要動向調査に関すること （1）商品アンケート調査等の実施 （2）業界紙や関係機関から収集した需要動向情報の提供 5. 経営状況の分析に関すること （1）経営分析シートを活用した小規模事業者の経営分析 6. 事業計画策定支援に関すること （1）DX推進セミナーの開催 （2）事業計画策定セミナー、創業塾の開催 7. 事業計画策定後の実施支援に関すること （1）事業計画策定後のフォローアップ強化 8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること （1）関係機関が実施する商談会等の周知 （2）商談会等に向けての事前および事後の支援
連絡先	大川商工会議所総務課 〒831-0016 福岡県大川市大字酒見 221 番地 6 T E L : 0944-86-2171 F A X : 0944-88-1144 メール : info@okawa-cci.or.jp 大川市インテリア課 〒831-0016 福岡県大川市大字酒見 256 番地 1 T E L : 0944-85-5582 F A X : 0944-88-1776 メール : okwinterior@city.okawa.lg.jp

(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 大川商工会議所地域の現状

・立地

大川市は福岡県の南西端で、筑後平野でも南西端に位置し、東側に大木町、南側に柳川市、北側に久留米市城島町、西側は筑後川を隔てて佐賀県と隣接している。

福岡市まで約 40km、久留米市まで約 15km、大牟田市まで約 25km、佐賀市まで約 10km の距離にあるが、JR や私鉄の駅はなく、バスの本数も少ないため、専ら車での移動が主となっている。なお、面積は 33.62 km²にわたる。

市域の大部分が、筑後川下流左岸の三角州地帯で、おおむね標高 5 m 以下の平坦な地勢である。

市の中心部には花宗川が流れ、市域には用水路、排水路、貯水など様々な機能を有するクリークが網の目のように広がっている。



・当地区の歴史について

大川市は日本3大河川といわれる筑後川の下流域に位置している。今からおよそ2千年前の弥生式文化時代前期末頃から、竪穴住居を構えて住みつき、農業を営み、漁業や狩猟なども行っていた形跡がある。当地には約1800年の歴史を持つ風浪宮があり、神功皇后や初代宮司の阿曇磯良丸についての物語を残している。この風浪宮は、地元の人たちから「おふろうさん」と呼ばれており、親しみを持たれている。



写真1：風浪宮本殿

16世紀中ごろの戦国時代、当地は龍造寺、島津などの武将が領土を奪い合う激戦の地であった。江戸時代に入り領地が確定したが、大川市内は、有馬藩久留米領と、立花藩柳河領に二分されることになった。小保・榎津地区にある藩境石にこの名残がある。

久留米・柳河両藩並立時代に、有明海や筑後川沿岸の開発が着々と進められた。開発された地域は若津港として発展し、江戸から明治期にかけ、穀倉地帯の筑紫平野の米などを運び出す日本でも有数の河港となった。



写真2：藩境の石
旧久留米藩と旧柳河藩の境に建つ石列



大川市の基幹産業となっている木工業は、天文5年(1536)、榎津久米之介を始祖とし、箆笥、長持などが製作されるようになり、現在の木工産地としての地位を築いた。

写真3：大川家具

・当地区の人口動態について

大川市の人口は、昭和40年代をピークに年々減少し、令和6年9月30日現在では、31,307人となっており、人口減少に歯止めがかからない状況である。

図表1－大川市の人口推移（単位：人）

	人口
令和5年10月1日人口	31,753
令和2年10月1日人口	33,521
人口増減（R5-R2）	△1,768
人口増減率（%）	△5.5

出展：大川市人口統計

・商工業者について

当地区内の商工業者数は、多くの業種について緩やかに減少している。しかし、現在の事業所の代表者の年齢のピーク層の一つが第1期計画（令和2年度～令和6年度）のピーク年齢がそのまま移行した73～76歳であることに加え、後継者が存在する事業所が約3割であることを考えると10年後の事業所数は激減すると予測される。

工業においては、当地大川は日本有数の木工産地であるが、住宅着工件数の減少、住宅様式の洋風化に加え、安価な輸入家具の台頭により、産地全体の販売金額は平成3年をピークに激減しており、事業所数および従業員数ともに減少している。

商業においては、近年の車社会進展のため、生活必需品は佐賀市、大牟田市および久留米市郊外の駐車場を備えた大型ショッピングセンターやチェーン展開しているドラッグストアなどへの流出が目立っている。

その原因は、小規模事業者は環境変化に対応できていないことや従前の受け身の経営スタイルから脱却できておらず、店舗へ誘引するための取組、スキルやノウハウが不足しているからだと考えられる。

中心市街地の榎津商店街では高齢化が進み、商店の後継者も少なく街の衰退・空洞化が深刻化している状況である。

図表2－大川市の商工業者数の推移

（出典：大川商工会議所独自調査）

調査年	合計	建設業	製造業	卸小売業	飲食宿泊業	サービス業	その他
R5年度	2,671	223	707	732	161	463	385
R4年度	2,718	221	710	747	166	473	371
R3年度	2,764	215	741	778	168	489	373
増減 (R5-R3) (増減率)	△107 (△4.0%)	8 (3.6%)	△34 (△4.8%)	△46 (△6.3%)	△7 (△4.3%)	△26 (△5.6%)	12 (3.1%)

図表3－大川市の小規模事業者数の推移

（出典：大川商工会議所独自調査）

調査年	合計	建設業	製造業	卸小売業	飲食宿泊業	サービス業	その他
R5年度	2,617	223	689	719	161	463	362
R4年度	2,668	221	710	747	166	473	351
R3年度	2,712	215	723	764	168	489	353
増減 (R5-R3) (増減率)	△95 (△3.6%)	8 (3.6%)	△34 (△4.9%)	△45 (△6.3%)	△7 (△4.3%)	△26 (△5.6%)	9 (2.5%)

・地域産品について

大川市の地域資源の代表的なものは大川木工製品であり、全国有数の木工産地となっており、「大川家具」は全国的に知名度が高い。

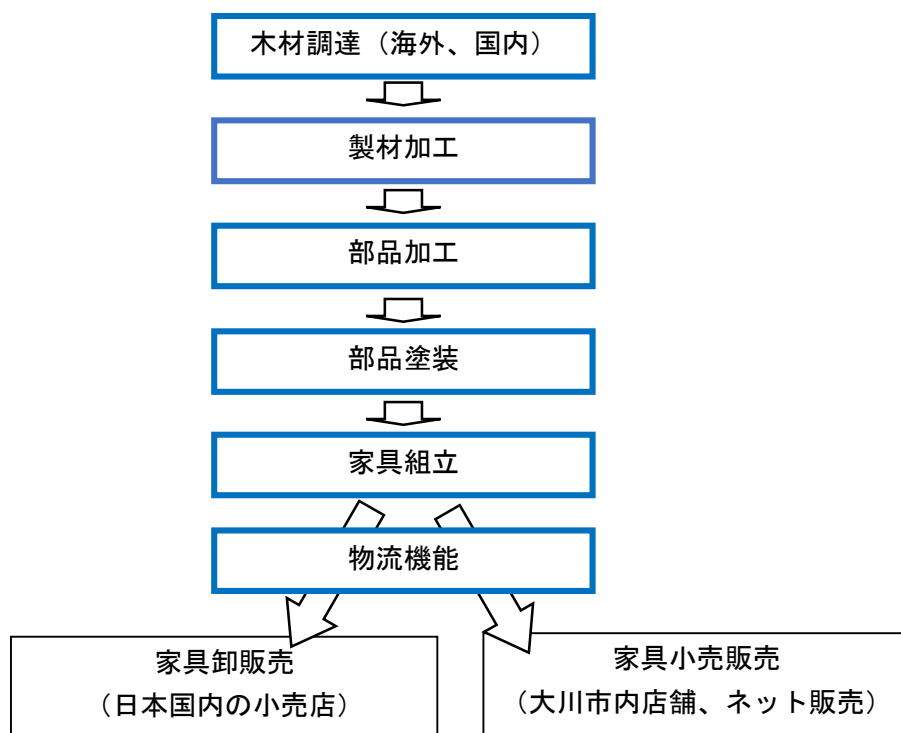
その他、大川市での主要な産品として、農林水産物からは、い草、いちご（あまおう）、イチジク、えつ、があげられる。鋤工業品又は鋤工業品の生産に係る技術からは、大川木工製品、筑後の酒があげられる。

文化財、自然の風景地、温泉その他の地域の観光資源として古賀政男記念館、小保・榎津伝統的町並み、筑後川昇開橋、風浪宮があげられる。

全国有数の家具産地である大川では、従来から家具の製造工程が製材、パーツ加工、塗装、および組み立てなどのように分業化されている。

この分業体制は以前から続いており、それがため各工程の技術が磨かれ、その結果、家具完成品の品質も高いものとなっている。

大川市周辺の家具製造に関するフロー図



しかし、住宅着工件数の減少、住宅様式の洋風化に加え、安価な輸入家具の台頭により、平成3年をピークに出荷額は減少し続けている。

そのため、当所では平成29年に地域団体商標「大川家具」を取得し、大川家具の更なるブランド化を図っている。

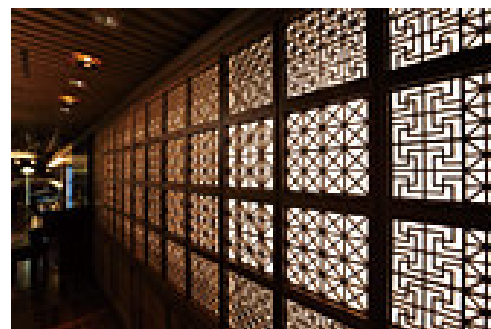
地域団体商標「大川家具」



なお、大川木工産地の技術には、家具製造の技術だけではなく、JR九州のクルーズトレイン「ななつぼし」の内装に取り入れられ評価が高まっている「大川組子」などの建具技術もある。



ななつぼし



内装の組子

また、大川市内には1800年余りの歴史を持つ「風浪宮」（写真4）があり、観光資源としての魅力を有している。



風浪宮の神事
「裸ん行」
(写真4)

・地域経済について

当地区では、人口の減少により地元での購買力が低下し、佐賀市、大牟田市および久留米市郊外の大型ショッピングセンターやチェーン展開しているドラッグストアなどへ流出している。

また、大川市への目立った観光客はほとんどいないが、年に4回大川家具工業会が開催している「大川家具展示会」や「大川木工まつり」への市外からの流入客は徐々に増加している。

図表4－木工まつり来場者数の推移（単位：人）

	木工まつり メイン会場 来場者数
平成30年	43,000
令和元年	48,000
令和2年	中止
令和3年	中止
令和4年	37,000
令和5年	36,000

出典：大川木工まつり実行委員会

②課題

【小規模事業者の減少】

地域内で小規模事業者が年々減少している。小規模事業者の減少は、地域コミュニティの衰退を招くことになる。小規模事業者が地域内において持続的な経営を行うために、傾聴と対話を重ねながら自ら考え行動する経営姿勢（自己変革力）の意識醸成と経営力向上に取り組み、収益の増加を図る必要がある。

【地域ブランドの強化・観光資源の開発】

・商業については個店の魅力度向上、木工産業については各事業所の競争力の強化と販路拡大が課題である。

・大川市は家具の全国的産地であり、「大川家具」の名は全国的に知られている。この「大川家具」の知名度の更なる強化と、「大川家具」で得た知名度を活用し、農産品などの地域資源を使った商品の開発や販路開拓を行い、家具を含めた全体的な「大川ブランド」を確立する必要がある。

・大川市は観光資源に乏しいので、「大川木工まつり」の開催による流入人口の増加と「風浪宮」などの潜在観光資源を掘り起こすことで街の賑わいの創出を図る必要がある。

【生産性向上・人手不足に対するDXの活用】

急激な社会変化や経営者の高齢化により、インターネットやスマートフォンへのビジ

ネス対応やキャッシュレス決済、デジタル技術を活用した効率化などについていけない事業者も多い。

また、エリア内には働き手の高齢化ならびに、工場内における人手不足の状況にある事業者が多いため、DXを取り入れた生産性の向上や販路開拓等に取り組む必要がある。このことは、幅広い業種で取り組みが必要とされており、それに向けた支援が必要となっている。

（２）小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

① 10年程度の期間を見据えて

当所としては、向こう10年程度の期間を見据えて、振興策の在り方を以下のように考えている。

これまで小規模事業者は生産、流通等の経済活動において重要な役割を果たしてきた。しかし、当地域の小規模事業者を取り巻く環境は、購買力の流出により厳しい状況である。今後、小規模事業者が地域の雇用と経済を支え、かつ地域に発展と活力を与えられる存在となるよう経営基盤の強化を図り競争力を高める。

また、当地域は大川と言えば大川木工製品（家具、建具）といわれるほど木工製品は有名である。他にも様々な地域資源があるので、それらの地域資源を活用した商品開発に取り組み、「大川木工製品」で獲得した「大川ブランド」の更なる知名度アップを図り、収益力強化につなげていく。

さらに、当地には春、秋に開催される「大川木工まつり」があり、県内外から多くの来場者が訪れ、当地の最大イベントとなっている。加えて、大川市内には、1820年の歴史を持つ風浪宮があり、2月には奇祭として有名な「裸ん行」が行われ、冬の名物誌になっている。

このようなイベントを大川市と連携しながら実行し、街の賑わいの創出を図る。

② 大川市総合計画との連動性・整合性

大川市では令和元年に10年間の第6次長期総合計画を策定し、その令和2年度から令和11年度までの前期計画には、以下4つの項目が定められている。

1. 経済 ～価値の「創造」と活力にあふれるまち～
2. 社会 ～人を育み、ともに支え合い「共生」するまち～
3. 環境 ～人と自然に調和した都市空間を「共創」するまち～
4. 行政経営 ～持続可能なまちづくり～

また、1. 経済 ～価値の「創造」と活力にあふれるまち～ の中に、
(1) 産業の振興と活性化として、以下3つの項目が定められている。

① インテリア産業・商業

- ・ブランド力強化とさらなるPRの推進
- ・人材育成と経営基盤安定化の支援
- ・インテリア関連団体との連携強化及び受注対策の構築
- ・官庁街、商店街及び大学周辺エリアを含めた中心市街地への商業支援

② 観光振興・地域交流

- ・観光資源の発掘・創出
- ・体験型観光の推進
- ・観光PRの推進と受け入れ環境の整備
- ・観光資源の連携による回遊性の創出と広域観光の推進

③ 広域的産業・観光振興の連携強化と拠点づくり

- ・環有明海地域の連携した取り組み

このように、大川市においても、大川ブランドの育成、小規模企業の経営基盤の強化および観光資源による街の賑わいの創出が重要としている。

③ 大川商工会議所としての役割

当所としても、上記大川市の長期総合計画「産業の振興と活性化として、の分野において小規模企業に対する「経営基盤の強化」、「大川ブランド」の育成、および「大川木工まつり」や「風浪宮」といった観光資源を活用した街の賑わいの創出を大川市と連携しながら進める。

（３）経営発達支援事業の目標

①小規模事業者の自己変革力の意識醸成と経営力の向上

常に変化し続ける経営環境において、小規模事業者が自身の本質的な経営課題をし、課題解決に必要な考えや行動を自らの判断で切り拓いていく力を意識醸成することで経営力を向上させていくことに重点を置く。当所では小規模次号者の将来的な自走化につながるための多様な課題解決ツールの活用提案を対話と傾聴を通じて行いながら、事業者が深い納得感と当事者意識を持ち、自らが事業計画を実行していくための支援を行う。

②「大川ブランド」の確立

国内はもとより大川木工製品の海外輸出を目指し、「大川木工製品」の知名度をアップさせ、更なる「大川ブランド」の強化を図る。

平成 29 年に取得した地域団体商標「大川家具」について、国内のさらなる普及を図るとともに、海外、特に東南アジアにおいて商標取得を行う。

この家具で培った大川ブランドを活かし、地域産品を活用した新商品開発の支援を行い、さらなる大川ブランドの確立を図る。

③地域の賑わいの創出

大川市での最大のイベントである「大川木工まつり」、の来場者を増やすために、さらなるテレビ宣伝等を実施する。なお、来場者数については少なくとも現在の 1 割程度増やす。

また、裸ん行で有名な風浪宮について、年間を通じたイベント開催を行い、通年の観光客を増やしていく。

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小規模事業者の自己変革力の意識醸成と経営力の向上

常に変化し続ける経営環境において、小規模事業者が自身の本質的な経営課題を認識し、課題解決に必要な考えや行動を自らの判断で切り開いていく力を意識醸成することで経営力を向上させていくことに重点を置く。

特に消費者動向の変化、キャッシュレス決済やSNS広告の普及、人手不足など、社会環境が変わっているため、小規模事業者においても、経営資源を効果的に活用しなければならない。限られた経営資源を有効活用していくために、小規模事業者に対してDX推進など、小規模事業者の将来的な自走化につながるための多様な課題解決ツールの活用提案を行うなど、生産性向上につながることを、対話と傾聴を通じて行いながら、事業者が深い納得感と当事者意識を持ち、自らが事業計画を実行していくための支援を行う。

②「大川ブランド」の確立

国内はもとより大川木工製品の海外輸出を目指し、「大川木工製品」の知名度をアップさせ、更なる「大川ブランド」の強化を図る。

この家具で培った大川ブランドを活かし、地域産品を活用した新商品開発の支援を行い、さらなる大川ブランドの確立を図るため、「大川家具」認定事業者の商品等を掲載した冊子等の作成等を行い、広報等に力を入れ、「大川ブランド」の確立に向けた支援を行う。

③地域の賑わいの創出

当市では、木工製品や、いちごに代表される農産物など、地域の強みを生かした様々な商品があるにも関わらず、その魅力を広く発信する環境や能力がいまだ整備されていないことが課題となっている。当所では、小規模事業者が自身の商品の魅力を認識しつつ、既存の商圈を超えて販路開拓につなげていくためには何が必要となるかを自らが考えていく支援を行う。そして、各小規模事業者がPDCAを着実に実行することで、地域経済の振興と基盤強化による当市全体のブランド力向上につなげることを目指す。

各事業者自らが気づいた魅力について、それぞれが情報発信することを行い、大川市への訪問者を増やす取り組みを行っていく。

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】

地域の経済動向や景況感は当所内税務相談所・青色申告会における決算結果（業種、売上、特前所得、申告納税額等）、事業所巡回・窓口相談による業況把握、中小企業庁「中小企業景況調査」、福岡県「各種経済指標」等の情報により把握している。

【課題】

経営指導員間の情報の共有化及び分析が不十分であり、小規模事業者への有効な情報提供はなされていない。

今回の計画において、収集した情報についての共有化並びに分析を行い、巡回訪問、窓口相談時および当所のホームページで、広く情報提供していく必要がある。

(2) 目標

小規模事業者に地域経済の状況を認識してもらい、経営分析や事業計画書作成のための基礎資料として情報提供する。

支援内容	現行	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度
地域の経済動向分析回数	—	1回	1回	1回	1回	1回

(3) 事業内容

地域の経済動向分析（国が提供するビッグデータRESASの活用）

産業構造や人口動態、人の流れなどの官民ビッグデータを集約して可視化する地域経済分析システム（RESAS）について、公開されているデータを分析することにより、人口動態や地域経済の循環、消費の傾向や観光客の動向などを把握し、結果を年1回公表する。併せて、小規模事業者の事業計画策定時や販路拡大計画案策定のための基礎データとする。

【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、総合的な地域の特性を把握する。

【調査項目】・「地域経済循環マップ・生産分析等」→何で稼いでいるか等を分析

・「まちづくりマップ・Form-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

→上記の分析を総合的に分析し、小規模事業者の事業計画策定支援策に反映する。

○行政機関、関係団体が公表する情報の提供

小規模事業者に地域経済の状況を認識してもらうため、地域経済に関する以下の情報を当所のホームページで公表するとともに、個別相談や巡回訪問時に個者に対して、経営分析や事業計画書作成のための基礎資料として毎期毎に情報提供する。

- ① 月例経済報告（内閣府・毎月）
- ② 中小企業景況調査（中小企業庁・四半期毎）
- ③ 県内経済の動向（福岡県・毎月）

（４）調査結果の活用

- ・調査した結果を当所ホームページに掲載し、広く管内事業者等に周知する。
- ・経営指導員等が巡回・窓口支援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】

小規模事業者は、自社商品について消費者の評価など十分なマーケティングリサーチを行っておらず、商品開発、販路開拓に活かしていない。当所においてもインターネットの情報しか収集していない。また、収集した情報を組織として十分に活用できておらず、小規模事業者に対して適切に提供できていない。

【課題】

今後は、小規模事業者の求めに応じて事業者と共に調査目的・調査方法・分析手法など綿密に打合せを行った上での商品開発、販路開拓に役立つ需要動向調査を行う。また商品開発に必要な情報の提供も実施する。

（２）目標

支援内容	現行	令和 7 年度	令和 8 年度	令和 9 年度	令和 10 年度	令和 11 年度
商品アンケート調査等回数	未実施	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
調査結果提供事業者数	未実施	4 社	4 社	4 社	4 社	4 社
改善商品数	未実施	2 点	2 点	2 点	2 点	2 点
需要動向情報の提供	未実施	適宜	適宜	適宜	適宜	適宜

（３）事業内容

①商品アンケート調査等の実施

a 商品アンケート調査の目的

地域資源などを活用し開発された事業者の商品について、売れる商品づくりに繋げるため以下の項目で商品アンケート調査等を実施する。その調査結果を調査依頼事業者にフィードバックし、消費者ニーズに適した売れる商品の改良へ繋げていただく。

b 調査実施事業所の決定方法

地域資源などを活用した商品を開発し、需要量調査を希望する小規模事業者を当所 HP 等で公募し決定する。

希望者多数の場合は、プレゼンテーションを実施し、1 年度につき 4 社選定する。

c 商品アンケート調査等の手法

小規模事業者が地域資源などを活用し開発した商品について、商品アンケート調査等を実施する。実施にあたっては、10月の「木工まつり」等でのアンケート調査など当所が主体となって実施する。なお、全国規模のデータが必要な場合等は外部の調査会社および専門家との連携も検討する。

d 商品アンケート調査等の項目

- ・ 味（食品）、商品デザイン（非食品） ・ 容量（食品）、サイズ（非食品）
- ・ 価格 ・ ネーミング ・ パッケージデザイン

e 商品アンケート調査等の対象者

・ 需要量調査を希望する小規模事業者の要望を勘案し決定する。木工まつりの来場者を想定している。

f 商品アンケート調査等の結果提供

- ・ 当該事業者にフィードバックする

なお、当地大川は木工産地であり、当所が推進している地域団体商標「大川家具」についての需要量調査も行う予定である。

②業界紙や関係機関から収集した需要動向情報の提供

地域資源などを活用し商品開発をしようとする小規模事業者に向けて、商品開発に必要なトレンド情報などを、各種業界新聞や業界専門誌などの活用、および日本商工会議所等との連携により収集し、整理したうえで提供する。

a 提供する項目

小規模事業者が開発しようとする商品についての全国的なニーズやトレンドなどの情報。

b 提供の手段

新商品開発を目指す小規模事業者に対して、巡回訪問での個別提供に加え、地域小規模事業者にとって、共通性の高い有益な情報については、同業種の事業者に情報提供を行う。

c 活用方法

新商品開発を目指す小規模事業者に対して、最近の消費者のトレンドなど必要情報を個別に提供することにより、売れる商品づくりに活かす。

5. 経営状況の分析に関すること

（１）現状と課題

【現状】

第１期計画（令和２年度～令和６年度）では、小規模事業者持続化補助金等の補助金

申請支援、日本政策金融公庫小規模事業者経営改善資金等融資斡旋時に経営状況の分析を行っていた。また、小規模事業者とのヒアリングにおいては、共通のツールがなく職員がそれぞれ独自に聞き取りしている状況である。このため、職員のスキルや経験により、収集した内容にばらつきが発生している。

【課題】

当所一体となって小規模事業者の支援を行うため、当所職員で共通したツール（オリジナルの経営分析シート）（図表5）を用いて経営状況の収集と把握をし、外部環境分析や内部資源分析を実施する必要がある。

（2） 目標

支援内容	現行	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度
経営分析件数	—	80件	80件	80件	80件	80件

※令和7年度～令和11年度の48件は、経営指導員4名につき、1人当たり20件を目安とした。

（3） 事業内容

経営分析シートを活用した小規模事業者の経営分析

① 経営分析対象者の発掘、抽出方法

巡回訪問や個別相談時に「現状を打破したい」、「有効な事業計画を策定したい」などの相談があった小規模事業者を対象に、巡回訪問や各種の相談業務等を通じて、新事業の実施や事業を継続するためには経営状況の把握と分析が重要であることを対話と傾聴を通じて認識してもらう。

② 経営分析の内容

当所で独自の「経営分析シート」（図表5）を作成し、巡回訪問等相談業務でこの「経営分析シート」を活用し、外部環境分析や内部資源分析を実施する。また、対話と傾聴を通じて本質的な課題を抽出し、多様な支援ツールから事業所に合わせて活用を図り、経営支援に役立てる。

③ 経営分析の項目

定量的分析として損益分岐点分析を中心とした財務分析により、収益性・生産性・安全性及び成長性の分析を行う。定性的分析としてその企業の「強み、弱み、機会、脅威」を整理するSWOT分析等を中心に実施する。

（4） 分析結果の活用

経営状況の分析結果を当該事業者にフィードバックするとともに、経営状況の客観的分析により、とくに小規模事業者ならではの強みを活かした、今後のあるべき事業ドメインの明確化と具体的経営課題の抽出を行い、事業計画策定に活用する。

図表5－経営分析シート

表

裏

経営分析シート				
内 成 務 年 次 表				
基 本 情 報				
会 社 名		代 表 者 名		
業 種		創業者	〔 〕 代 理	
従業員数	常勤従業員		合計	
	正社員			
	パート/アルバイト			
決 算 告 白 (親族・従業員・その他) / 期	決 算 告 白 名			
主な取扱商品	創 業 年 月 日		年	月 日
主 な 仕 入 先	設 立 年 月 日		年	月 日
主 な 販 売 先				
経 営 状 況				
売 上 高	売 上 の 増 減	増減 ・ 不変 ・ 減少		
一般管理費	利益率の増減	増減 ・ 不変 ・ 減少		
売 上 原 価	客 単 の 増 減	増減 ・ 不変 ・ 減少		
損 益 分 配 点	取引先の増減	増減 ・ 不変 ・ 減少		
借 入 の 有 無	有 ・ 無	日本政策金融 公 庫	円	
		民 間 銀 行	円	
今後の経営方針	売上増減			
	新規獲得			
	経営・業務			
経営上の課題				
顧客からの 要望				
店舗・工場・外販	商品・製品			

[illegible]

6. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

第1期計画（令和2年度～令和6年度）では、DX推進セミナーは行っていないが、経営革新計画作成などの事業計画策定セミナーを行った。

事業計画策定事業者数は累計で52件あった。

【課題】

自ら年間の事業計画を策定している小規模事業者は少なく、当所においても事業計画策定支援は創業補助金や創業融資申し込み、経営革新承認、小規模事業者持続化補助金及びものづくり補助金など事業者からの求めに応じ作成支援している状況である。

(2) 支援に対する考え方

事業計画策定支援は、まずは小規模事業者が事業計画策定の必要性について理解を深めることからはじめ、事業計画策定が身近なものとなるまで支援する。

さらには、経営計画を実行することで経営力強化にもつなげる。

その他、D X推進セミナーを行い、事業者が自らの強み・弱みなどの気づきを得、現状を正しく認識させるなど、最適な意思決定のサポートを行う。

(3) 目標

	現行	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度
事業計画策定件数	52 件	20 件	20 件	20 件	20 件	20 件
D X推進セミナー	0 回	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
事業計画策定セミナー	15 回	2 回	2 回	2 回	2 回	2 回
事業計画策定セミナー(創業塾)	15 回	3 回	3 回	3 回	3 回	3 回

現行は、R 2～R 6 実績者数合計

(4) 事業内容

①D X推進セミナーの開催

D Xに関する意識の醸成や基礎知識を習得し、D Xに向けたI Tツールの導入やW e bサイト構築等の取り組みを推進していくために、セミナーを開催する。

【支援対象者】

経営分析を行った結果、D Xに向けた取り組みが必要と判断された小規模事業者

【募集方法】

支援対象者になる小規模事業者に、経営指導員等が直接説明・案内する

【開催回数】

1 回／年

【カリキュラム】

D Xの基礎的な知識、I Tツールの紹介

【受講者数】

1 5 者を想定

【講師】

I T専門家や、I Tに詳しい中小企業診断士を想定

②事業計画策定セミナーの開催

原油価格の高騰・円安による物価高騰等の影響をうけ、総規模事業者を取り巻く環境は非常に厳しい状況にある。

この厳しい状況を打破するために、事業計画策定セミナーを開催する。

【支援対象者】

経営分析を行った結果、経営における問題点や将来の目標に向けた課題が明確になった小規模事業者、経営革新に興味のある事業者

【募集方法】

支援対象者になる小規模事業者に、経営指導員等が直接説明・案内する

【開催回数】

2回／年

【受講者数】

10者を想定

【講師】

事業計画策定支援に長けた中小企業診断士を想定

予定カリキュラム

【1日目】

10:00～11:00	経営革新計画とは 経営革新の必要性
〈昼 休 み〉	
13:00～14:00	日本政策公庫からの経営革新のススメ
14:00～15:00	経営革新計画の作成手順 ※少しずつ無理なく完成させよう！
15:00～17:00	計画書の作成① ・経営革新テーマを決定し作成着手！

【2日目】

10:00～12:00	計画書の作成② ・革新の核心部分から記入しよう！
〈昼 休 み〉	
13:00～15:00	計画書の作成③ ・実施計画と収支計画を記入しよう！
15:00～17:00	計画書の作成④ ・全体の整合性をチェックをして提出しよう！

④ 事業計画策定セミナー（創業塾）の開催

創業希望者を対象としたセミナーを開催し、創業時に必要な知識の習得、事業活動を円滑に進めていくための指針となる創業計画書の作成を進め、事業計画の必要性、重要性の理解を促進する。

【支援対象者】

創業に興味を持つ方、創業間もない事業者

【募集方法】

大川市報、当所のホームページ等で募集する。

【開催回数】

3回／年

【受講者数】

10者を想定

【講師】

創業支援に長けた中小企業診断士を想定

予定カリキュラム

○1 日目

9:30~10:30	オリエンテーション・創業体験談	◆オリエンテーション(創業塾の目的、趣旨などの説明) ◆創業体験談(創業準備として取り組んだこと、創業後の体験談を聞く) ◆自己紹介
10:30~12:00	成功する創業のために、やるべきこと	◆うまくいく創業・5つの条件 ◆事業の全体像を理解し、カタチにするポイント ※ワークあり
昼 休 み		
13:00~14:00	資金調達の知識	(日本政策金融公庫 ご担当者様からのお話) ◆開業資金について ◆金融機関からの資金調達(創業融資)について ◆金融機関の創業計画に対する評価 など
14:00~15:30	事業計画の立て方の基本を知る	◆事業計画(ビジネスプラン)の全体構成を理解する ◆環境分析のやりかた ◆自分の事業を組み立てるには ※ワークあり
15:30~17:00	売上獲得や集客の秘訣	◆マーケティング(商品構成、価格設定、集客方法など)の基礎知識

○2 日目

9:30~10:00	支援制度等の説明	大川市役所、大川信用金庫、大川商工会議所からの支援策についてのご紹介
10:00~11:30	マーケティング戦略を考える	◆事業内容・事業計画を俯瞰し、マーケティング戦略を練る ◆行動計画(販売計画)を立てる
昼 休 み		
12:30~13:30	開業に必要な手続き	◆開業手続きについて ◆確定申告について(青色申告とは?) ◆人を雇った場合の手続きについて(社会保険制度等の解説)
13:30~15:00	事業計画を数字面から考える	◆創業者が知っておきたい、ビジネスの数字の知識 ◆数字に強い経営者になるには～経理の基本 ◆利益計画、資金計画の考え方
15:00~16:00	ワークショップ	◆自分の事業計画への落とし込み
16:00~17:00	事業計画プレゼンテーション・講評	資金調達をしたり、事業の協力者を得るためには、自分の事業内容を的確に伝えるチカラも重要となります。 まずは創業塾メンバーに対して、プレゼンテーションをしましょう。

図表6－事業計画シート

表

経営計画書			
経営ビジョン（将来の希望）		作成日 年 月 日	
目標（3～5年後）：どのような機会を捉えて、どのような強みを活用するのか			
内容：誰に何をどのように提供するのか			
数値目標（売上高、利益、固定客数など）			
計画表 (単位：千円)			
	年 月	年 月	年 月
売上高			

裏

スケジュール				
設備投資等（必要があれば）				
	年	年	年	備考
	予算			
	実績			
	予算			
	実績			
	予算			
	実績			
	予算			
	実績			
	予算			
	実績			

備考	

※本「事業計画シート」は「経営分析シート」を基に検討・作成し、「経営分析シート」と「事業計画シート」を合わせて「事業計画書」とする。

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】

第1期計画（令和2年～令和6年度）では、事業計画策定事業者52件に対して、7回のフォローアップ、補助金申請書作成支援事業者70社に対して、111回のフォローアップを行った。

【課題】

事業計画策定事業者に対してフォローアップを行ったが、フォローアップ回数頻度に差が出た。自立するまでの支援のため偏りが出る傾向になるが、フォローアップする事業所を増やす必要がある。

（2）支援に対する考え方

事業計画を策定した事業者をフォローアップの対象とする。従来均一のフォローアップではなく、事業計画書に基づいた進捗状況により、フォローアップの頻度を調整する。

対話と傾聴を通じて、経営者自身の自走化を促し、経営の指標を導き出すのが望ましいと考える。

(3) 目標

支援内容	現行 (R 2～R 6 実績)	令和 7 年度	令和 8 年度	令和 9 年度	令和 10 年度	令和 11 年度
フォローアップ対象事業者数	6 社	20 社	20 社	20 社	20 社	20 社
頻度 (のべ回数)	7 回	60 回	60 回	60 回	60 回	60 回
売上増加事業者数	—	14 社	14 社	14 社	14 社	14 社
利益率 10%以上増加の事業者数	—	4 社	4 社	4 社	4 社	4 社

※現行は、R 2～R 6 実績者数合計

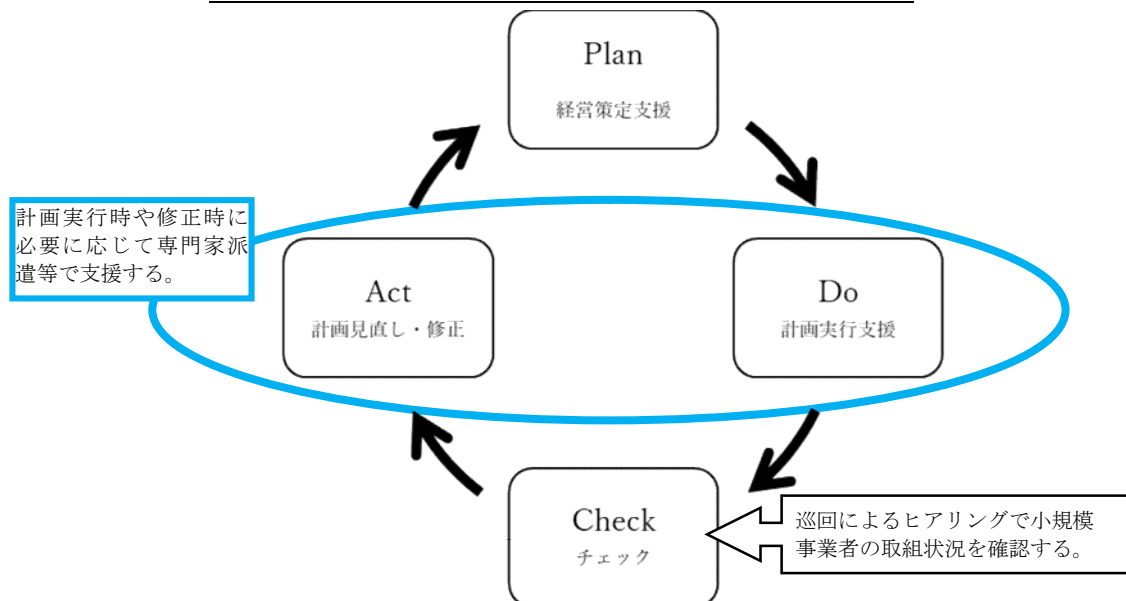
(4) 事業内容

①事業計画策定後のフォローアップ強化

事業計画を策定した事業者を対象としてフォローアップを行う。小規模事業者が策定した事業計画を巡回時における対話と傾聴で把握、理解を深めていく。また、事業者の内発的動機付けを促していく。遂行状況については、会議所が利用しているトアスのカルテに入力し、指導員等が把握しやすい状況を作る。これらの活動におけるP D C Aを通し、策定までの支援に留まらず、巡回等により定期的な進捗状況の確認（年4回をベースとするが、事業所の進捗状況や重点具合により、回数を上下させるなど、臨機応変に対応し、進捗遅れに対応できるようにする。）、フォローアップ、成果のフィードバック、そして、計画達成状況に応じて事業計画の見直し、修正まで一貫して支援する（図表7）。

また、事業の実施や修正にあたり必要に応じて、地域金融機関、税理士、中小企業診断士、福岡県よろず支援拠点等と連携し支援する。

図表7－事業計画策定のサイクル図（P D C A）



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】

第1期計画（令和2年度～令和6年度）において、主催が久留米商工会議所、共催として大川商工会議所が関与している、「ちくごバイヤー ビジネスマッチング会（求評会）」への出展呼びかけを行ったが、参加事業所は思うように伸びなかった。

【課題】

今後は、従来の販路開拓支援に加え、小規模事業者の販路開拓につながる機会を創出するため、地域内小規模事業者に展示会や商談会の情報を周知するとともに効果的な商談が行えるよう支援することが必要である。

(2) 支援に対する考え方

展示商談会出展事業者を対象に、セミナーや専門家派遣を通して、F C Pシート作成や展示レイアウト等の支援を行う。

展示会商談会終了後には、フォローアップを行い成約率の向上を図る。

D Xに向けた取り組みとして、S N S情報発信等に関するセミナー開催や個別支援を行う。必要に応じて専門家派遣を実施し、事業者に寄り添った支援を行う。

(3) 目標

支援内容	現行	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度
商談会等参加事業者数	4社	5社	10社	15社	20社	25社
売上増加額/社	-	50万円	50万円	60万円	80万円	100万円
成約件数/社	1件	2件	4件	8件	12件	15件

(4) 事業内容

①関係機関が実施する商談会等の周知

域外への販路開拓を目指す小規模事業者への支援として、小規模事業者が志向する市場とのマッチング支援を行う。

想定している商談会等は、以下のとおりであるが、これ以外にも小規模事業者が参加しやすい商談会等があれば、当所のホームページや巡回訪問を通じて積極的に周知していく。

商談会等名	商談会等内容	支援対象者	訴求対象者等
ちくごバイヤービジネスマッチング会 (久留米商工会議所主催) 毎年9～10月開催	約20社の新商品を求める大手流通業者（百貨店、専門店等）向けに、自慢の商品を個別に売り込む商談会	食料品、雑貨の製造、加工、卸売業者	大手流通業者
Food Expo Kyushu 国内外食品商談会 (福岡商工会議所主催)	約120社の流通業界バイヤーを招いた商談会	主に食品事業者	流通業界バイヤー

毎年 10 月開催			
大川家具展示会 (大川家具工業会主催) 毎年 1、4、7、10 月開催	約 800 社の新商品を求める 家具流通業者（百貨店、専門 店等）向けに、新商品を売り 込む商談会	家具製造業者	家具流通業 者

②商談会等に向けての事前および事後の支援

出展事業者を対象に、セミナーや専門家派遣事業を通して、商品レイアウトなどの展示方法や商談ノウハウに関するアドバイスを行い、地域の小規模事業者の販路開拓と認知度の向上を図る。

さらには、出展後のフォローアップを行い成約率の向上も図る。

商談会や物産展への出展支援により、バイヤーや消費者と直接触れ合う機会を創出することで、商品のブラッシュアップができる。併せて、店舗や商品の露出増加が図れ、小規模事業者単独では困難な需要開拓に取り組むことができ、小規模事業者の売上の増加や利益の確保に寄与する。

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】

毎年の事業計画はあるものの、予算執行の報告のみで、個別の事業遂行状況や評価を行っていない。

【課題】

計画・実行・検証の PDCA サイクルが回らず、複数年度に亘る事業の継続性を担保させることが課題となる。

(2) 事業内容

①「経営発達支援事業評価報告書」の作成

毎年度事業終了後、本計画に記載の事業の実施状況及び成果について、当所内で検証、評価、見直し案を検討し「経営発達支援事業評価報告書」を作成する。

②「経営発達支援事業外部評価委員会」への報告

作成した経営発達支援事業評価報告書を「経営発達支援事業外部評価委員会」に提出する。

「経営発達支援事業外部評価委員会」は、当所が提出した報告書をもとに、目標達成状況の確認、取り組み内容とその結果、見直し案について評価し、評価結果を当所に報告する。

当所は、「外部評価委員会」からの評価結果、意見を受け、必要に応じて計画の見直し

し、変更・修正をおこない、その結果について正副会頭会へ報告し承認を受ける。

○「経営発達支援事業外部評価委員会」委員

- ① 学識経験者 大川信用金庫担当者を想定
- ② 地方公共団体の職員 大川市インテリア課課長を想定
- ③ 関係団体の役職員 大川家具工業会事務局長、大川建具組合専務理事を想定

この委員会には、法定経営指導員等、会議所担当者も入ることとする。

③事業の成果、評価及び見直し結果の公表

事業の成果・評価・見直しの結果については大川商工会議所のホームページ(<http://www.okawa-cci.or.jp>)にて公表し、当所事務所にも常備して閲覧可能な状況とする。

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】

外部団体との行事や報告業務に時間が割かれることが多く、各経営指導員の小規模事業者に対しての支援業務の時間が少なくなっている。また、小規模事業者への支援ノウハウが個人に属する部分が多く、経営指導員間の知識の共有化が十分にはなされていない。

【課題】

小規模事業者への支援業務の確保並びに事業所支援のノウハウの共有化を図る必要がある。今後課題となるDX推進についても、必要なITスキルの習得は十分とは言えず、効果的な経営支援を可能とするために、継続した資質向上の取組が必要とされている。

(2) 事業内容

①OJTによる資質向上

・支援手法等の共有

巡回・窓口相談は、経営指導員と経営指導補助員等がペアとなるなど、小規模事業者の経営分析結果等の共有とそれに基づく助言指導を行うことにより、経営発達支援事業の円滑な推進を行う。経営指導補助員等は経営指導員の支援手法・助言内容、情報収集方法等を学び伴走型支援能力の向上を図る。

・支援内容のデータベース化

巡回・窓口相談における支援内容を経営カルテに入力し、データベース化する。商工会議所内部においてはこれらの支援内容・ノウハウを共有し、職員全体の支援スキルを高める。

・専門家の支援手法習得

専門家派遣による支援を行う際は経営指導員等が同席し、高度専門的な財務分析や小

規模事業者の利益の確保に資するマーケティング手法、販路開拓支援等のスキルを習得する。

④ OFF-JTによる資質向上

・中小企業基盤整備機構、中小企業大学校、日本商工会議所、福岡県商工会議所連合会、の研修会並びに、福岡県よろず支援拠点のセミナーへ参加し、最新の知識習得に努め、経営支援するための資質向上を図る。（経営指導員、経営指導補助員等とともに年2回以上）

・支援ノウハウの共有

各関係機関が主催する、小規模事業者の利益の確保に資する支援ノウハウの習得を目的とした研修に参加し、支援能力の向上を図る。

研修会において得た知識は会議・報告書等により職員全員で共有するとともに、共有ファイルとしてまとめノウハウを組織として蓄積し活用する。

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】

大川市（インテリア課）、福岡県南地域の近隣商工団体および金融機関等と定期的な情報交換を行っている。

【課題】

テーマを絞ることにより参加メンバーに適した情報交換を行い、お互いの支援力をさらに高めていく必要がある。

（2）事業内容

①大川市との連携

従来通り、大川市（インテリア課）、大川信用金庫、日本政策金融公庫久留米支店、大川商工会議所の4者で大川創業サポート会議を3か月に1回開催し、創業及び経営革新等に関しての情報交換を行い、お互いの支援力を高める。

②近隣商工団体との連携

従来通り福岡県南地域（久留米市、大牟田市、筑後市、八女市、柳川市、朝倉市、大川市）の各商工会議所と連携し、各地域の課題を解決・支援することを念頭に年2回会議を開催、小規模事業者支援策等についての意見交換を行う。

③近隣商工団体、金融機関との連携

従来通り、福岡県南地域の各会議所に加え、この地域の金融機関も含めた合同のプラットフォーム連絡会議を年4回程度開催し、「ちくごバイヤービジネスマッチング会」などのバイヤー求評会の効果的な実施などの意見交換を行う。

④金融機関との連携（日本政策金融公庫）

日本政策金融公庫主催の「小規模事業者経営改善資金（マル経融資）協議会」に参加し、公庫担当者並びに参加商工会議所・商工会担当者とマル経融資制度並びに管内景況、資金需要の動向等について意見交換を年に２回行う。

Ⅱ．地域経済の活性化に資する取組

１２．地域経済の活性化に資する取組に関すること

（１）現状と課題

【現状】

当地区では、当所が中心となつて行う、令和６年に７３回目を迎える秋の「大川木工まつり」（毎年１０月開催）、と大川家具工業会が中心となつて行う、令和６年に１３回目を迎えた「春の大川木工まつり」（毎年４月開催）のイベントが開催されている。

年々来場者が増えており、秋の大川木工まつりには大川市内外から開催３日間で約１８万人の来場がある。大川木工まつりにおいては、大川の主要産業である、木工製品（家具、建具など）の展示即売会が行われることから、大川の産業のPRにも寄与するイベントとなっている。

【課題】

今後も、集客力の向上及び魅力的なイベントとなるよう更なる検討を行い、地域の知名度向上や「大川ブランド」のPRに、より繋げていくことが課題となっている。

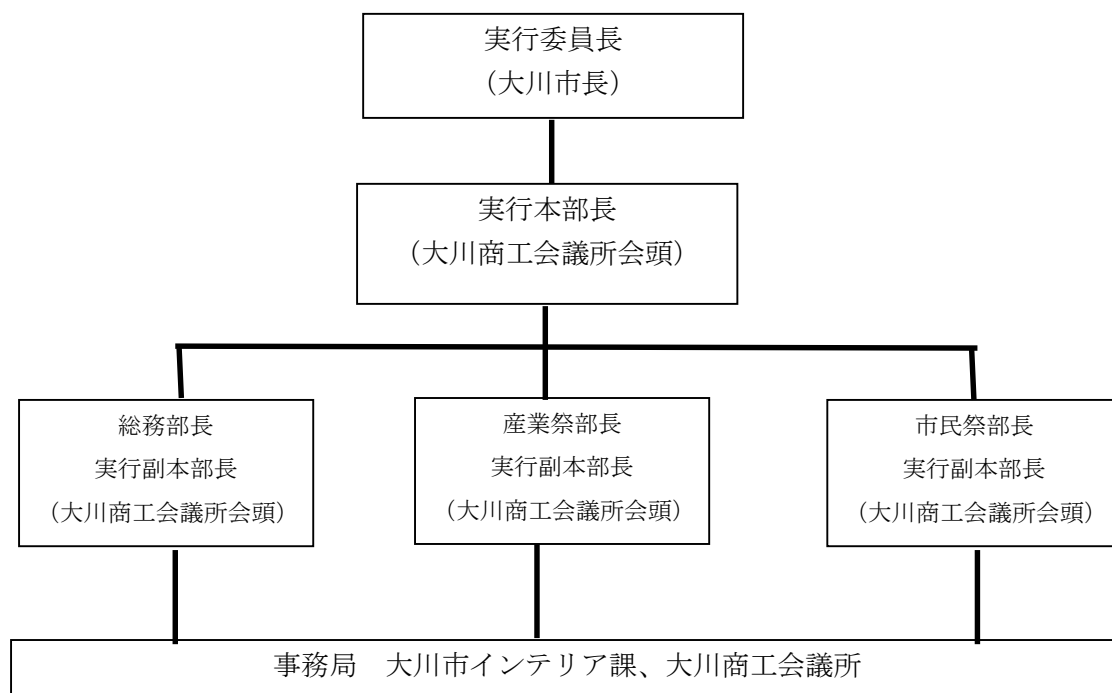
また、各イベントは広く市内外に広報し、市外からの観光客を増やすとともに地区外からの購買増加を図り、地域経済の活性化を行っていく必要がある。

（２）事業内容

①大川木工まつりの継続拡大等

引き続き、当所が実行委員会の中心的役割を果たし、大川市や大川家具工業会等と緊密な連携を図り、家具等の展示即売会の他、様々なイベント事業を開催し、家具等の販売及びアピールを目的とした地域経済の持続的発展並びに活性化の仕組み作りを行っていく。

②実行委員会の組織図



②実行委員会の構成メンバー

役 職	所 属
実行委員長	大川市長
実行本部長	大川商工会議所 会頭
総務部長 (実行副本部長)	大川商工会議所 副会頭
産業祭部長 (実行副本部長)	大川商工会議所 副会頭
市民祭部長 (実行副本部長)	大川商工会議所 副会頭
事務局	大川市役所 インテリア課
事務局	大川商工会議所 事務局

③実行委員会の年間開催回数

全体会議 3回

各部門の会議 3～4回

④商工会議所としての役割

実行委員会の事務局として、まっりの企画・事業運営、関係機関との連絡調整など、開催にかかる全般を担っている。

(2)「風浪宮」関連

大川市には観光資源として1820年余りの歴史を持つ「風浪宮」があり、毎年2月には風浪宮大祭が催され、その一環として奇祭「裸ん行」が行われている。

この奇祭「裸ん行」について、インバウンドも取り込めるように積極的に側面支援を行うことにより街の賑わいの創出を図る。

なお、国指定重要文化財である昇開橋等のPRも合わせて行い、昇開橋のたもとにある観光情報施設「テラツア」の活用も図る。



写真4：昇開橋



写真5：テラツア

(目標)

地域イベントに参画する事業者及び来場者の増加を図り、地域経済活性化を目指す。

単位：人

支援内容 (メイン会場を含む来場者数)	2年度	3年度	4年度	5年度	6年度
大川木工まつり	180,000	185,000	190,000	195,000	200,000
風浪宮関連	6,000	7,000	8,000	9,000	10,000

※来場者数は商工会議所での推定

(効果)

関係機関と連携を図ることで、それぞれのイベントの強みを活かし相乗効果を生み出すことが期待できる。これにより、地域のにぎわい創出と大川市に来街した消費者の消費額増加を狙い、中長期的には「大川ブランド」の構築を目指す。

(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

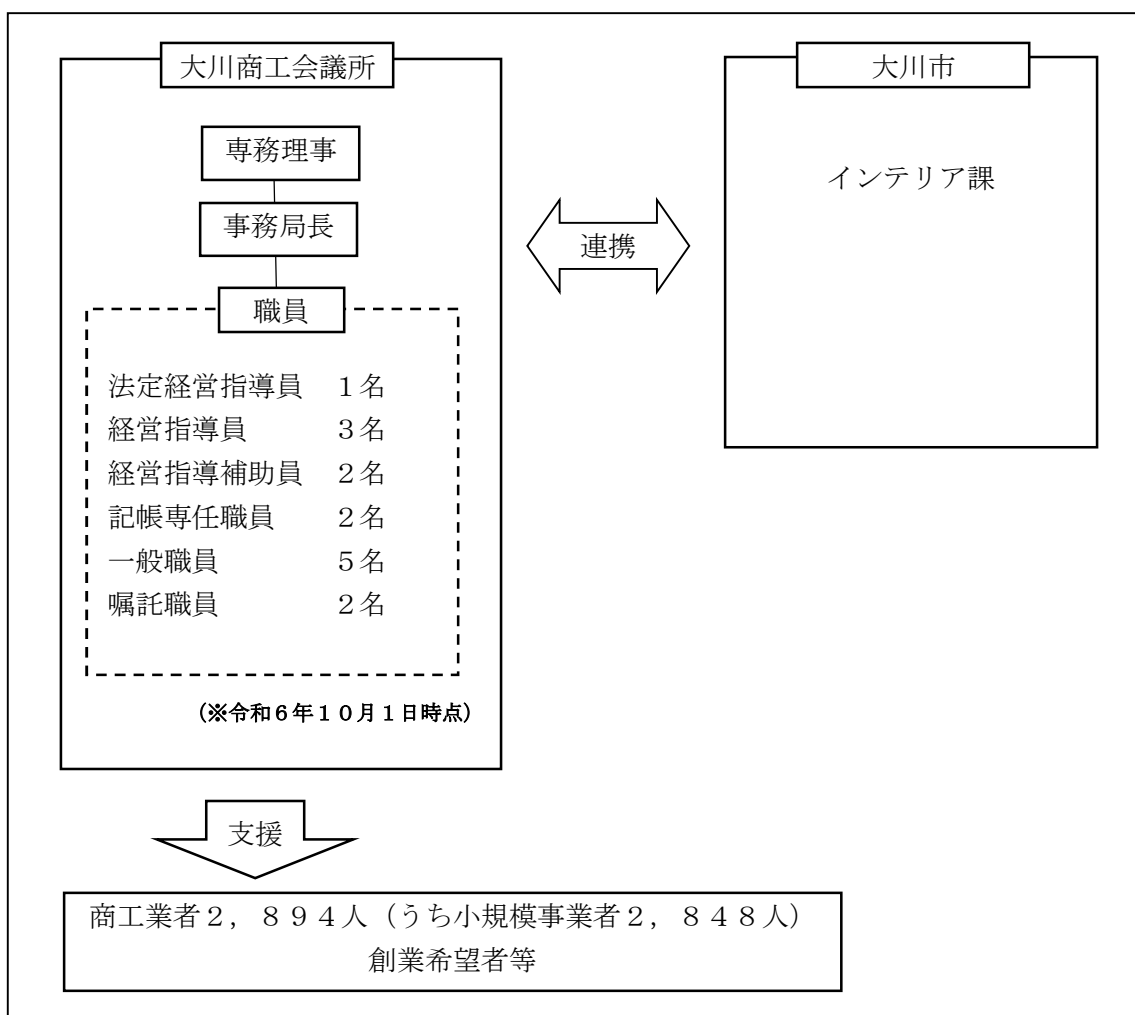
(令和6年12月現在)

(1) 実施体制

大川商工会議所は専務理事1名、事務局長1名、職員13名、嘱託職員2名であり、各職員を狭い範囲の専門業務に集中させることは現実的ではない。経営発達支援計画では、全員で総力を以て横断的に支援を実施する。

法定経営指導員1名経営指導員3名が主担当となり支援事業を実施する。

なお、大川市インテリア課と綿密な連携をとりながら本事業を進める。



大川商工会議所

- ・会員数 1637事業所
- ・役員74名 (会頭1名、副会頭3名、議員67名、監事3名)
- ・専務理事 1名 事務局長1名、職員13名、嘱託職員2名

(2) 商工会及び商工会議所による小規模事業者の支援に関する法律第7条第5項に規定する経営指導員による情報の提供及び助言に係る実施体制

①当該経営指導員の氏名、連絡先

■氏 名 生野 康行

■連絡先 大川商工会議所 TEL 0944-86-2171

②当該経営指導員による情報の提供及び助言（手段、頻度 等）

経営発達支援系支援事業の実施に係る指導及び助言、目標達成に向けた進捗状況、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

大川商工会議所

〒831-0016 福岡県大川市大字酒見 221 番地 6

電話番号 0944-86-2171 FAX 番号 0944-88-1144

E メールアドレス info@okawa-cci.or.jp

②関係市町村

大川市インテリア課

〒831-0016 福岡県大川市大字酒見 256 番地 1

電話番号 0944-85-5582 FAX 番号 0944-88-1776

(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7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度
必要な資金の額	7,000	7,000	7,000	7,000	7,000
地域経済動向調査事業費	500	500	500	500	
経営分析事業費	500	500	500	500	
事業計画策定支援費	1,000	1,000	1,000	1,000	
事業計画実施支援事業費	1,000	1,000	1,000	1,000	
需要動向調査事業費	1,000	1,000	1,000	1,000	
需要開拓・販路開拓支援事業費	1,500	1,500	1,500	1,500	
地域活性化事業費	1,500	1,500	1,500	1,500	

(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、国補助金、県補助金、市補助金、事業受託費、手数料 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
連携者なし
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