

経営発達支援計画の概要

<p>実施者名 (法人番号)</p>	<p>豊前川崎商工会議所（法人番号 6290805007437） 川崎町（地方公共団体コード 406058）</p>
<p>実施期間</p>	<p>令和3年4月1日～令和8年3月31日</p>
<p>目標</p>	<p>経営発達支援事業の目標 ① 小規模事業者の持続的かつ安定的な経営の実現 ② 創業者数及び、創業者事業継続の為の支援 ③ 円滑な事業承継及び、後継者育成に関する支援 ④ 経営指導員等の資質向上と各関係機関との連携 ⑤ 川崎町観光振興基本計画に基づく地域活性化の仕組み作り</p>
<p>事業内容</p>	<p>経営発達支援事業の内容 3-1. 地域の経済動向調査に関すること 行政機関、各関係団体が公表する情報を分析・提供することで経営支援の基礎資料とする。 3-2. 需要動向調査に関すること 各関係団体から収集した需要動向の情報を基に、各小規模事業者に応じたマーケティング戦略の立案。 4. 経営状況の分析に関すること 小規模事業者の経営状況を財務面・非財務面から分析することで課題を抽出し、解決に向けての支援を行っていく。 5. 事業計画策定支援に関すること 経営分析を踏まえて、各小規模事業者の課題に応じた事業計画を策定する他、各種セミナーの開催を行う。 6. 事業計画策定後の実施支援に関すること 事業計画を策定した小規模事業者に対し、定期的な進捗状況の確認及び、専門家派遣制度等を活用する。 7. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること 関係機関が実施する商談会・展示会の情報提供を行い、新たな販路開拓を支援する。 11. 地域経済の活性化に資する取組に関すること 小規模事業者の活力向上の為、個々の事業者の支援のみでなく、地域全体が面的に活性化する取組を行う。</p>
<p>連絡先</p>	<p>豊前川崎商工会議所 中小企業相談所 〒827-0003 福岡県田川郡川崎町大字川崎 351 - 10 TEL : 0947 - 73 - 2238 FAX : 0947 - 73 - 4301 E - mail : kawa2238@lime.ocn.ne.jp 川崎町 商工観光課 〒827 - 8501 福岡県田川郡川崎町大字田原 789-2 TEL : 0947 - 72 - 3000 FAX : 0947 - 72 - 6453 E - mail : syoukou@town.fukuoka-kawasaki.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

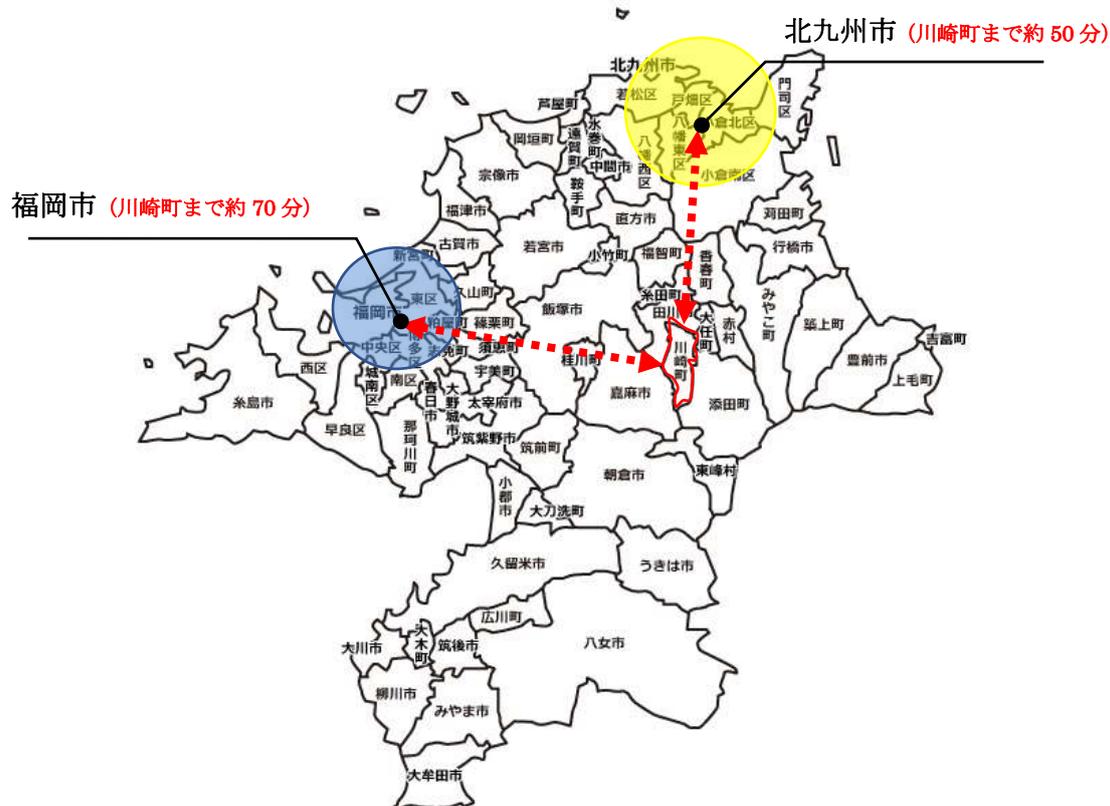
【立地】

川崎町は、福岡市と北九州市のほぼ中間にあたる筑豊地域の中で、やや南寄りに位置し、東西 4.9km、南北 12.6km、総面積 36.14km²の南北に長い地形で、北は田川市、東は大任町・添田町、南は嘉麻市に隣接しており、周囲を山に囲まれた盆地の中に位置している。

また、都市圏からのアクセス時間は、県庁所在地であり「アジアの玄関口」とされる福岡市から車で 70 分、福岡市に次いで県内第 2 の人口を有する政令指定都市である北九州市から車で 50 分となっている。また、福岡市方面からのアクセス道である八木山バイパスが 2014 年 10 月より無料化となり、2020 年 7 月には国道 322 号線香春大任バイパスが開通し、都市圏からのアクセスが改善された。

気候は、九州北部の内陸型で、気温は年平均 16.0 度、年間降水量 1,705mm となっており、風水害は少なく、みどり豊かな自然に恵まれてる。

地勢は、南部を中心とする山麓地帯と中元寺川流域からなる中部、北部地域に大別される。南部は、豊かな森林資源を有し、農地と住宅地が点在している。北部は、国道 322 号バイパス周辺に誘致企業が進出するなど、商業地域として開発が進みつつある。



【歴史】

川崎町は、明治以降の近代化において、大手資本による炭鉱の操業により、わが国の産業・経済発展の原動力として大きな役割を果たすと共に、急速に人口が増加した。しかし、昭和30年代に入り、石炭から石油へとエネルギー革命が進み、炭鉱が次々と閉山したことにより、石炭産業によって栄えた川崎町は、急激に人口が減少し、経済基盤は壊滅的な打撃を受け、失業者や生活困窮者が急増した。

また、老朽化した炭鉱住宅や鉱害・ボタ山対策など、炭鉱後遺症に直面し、これら旧産炭地特有の諸問題に対処する必要に迫られたことで、町財政は極めて厳しい状況となった。

このような情勢の中、昭和36年に制定された産炭地域振興臨時措置法を中心に臨時石炭鉱害復旧法、炭鉱離職者臨時措置法等いわゆる「石炭六法」、更には同和対策事業特別措置法、過疎地域自立促進特別措置法等の時限立法による国や県の支援によって支えられながら、住宅団地の造成による定住人口の確保、工業団地の造成、企業誘致、社会教育施設の整備による教育、文化の振興など地域再生を図るべく、住民と行政が一体となったまちづくりを行ってきた。

【人口】

本町の総人口は、石炭産業最盛期の昭和30年の40,878人をピークに減少に転じ、昭和55年には22,872人となり、最大期と比べて18,006人、44.0%減少している。その後も少しずつではあるが減少傾向が続いており平成27年度には16,789人、令和2年度には16,269人となっている。

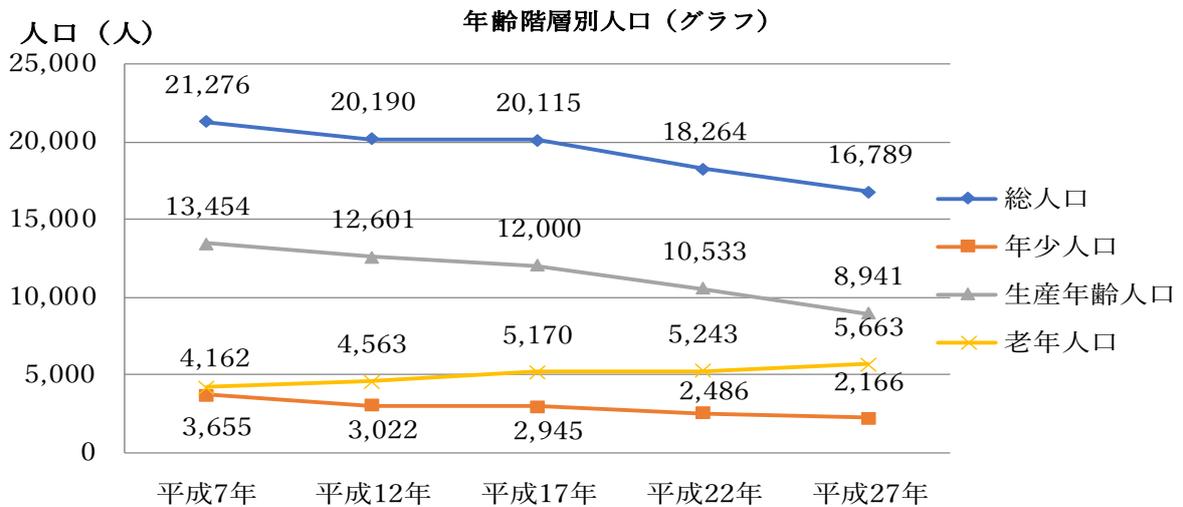
年齢階層別で見ると、平成27年度において、年少人口（0～14歳）が12.9%、生産年齢人口（15～64歳）が53.3%、老年人口が33.7%で、平成7年から20年間で、年少人口が4.3ポイント、生産年齢人口が9.9ポイント減少する一方、老年人口が14.1ポイント増加している。老年人口も割合（高齢化率）は、全国平均（26.7%）、県平均（25.1%）よりかなり高い割合となっており、この傾向は今後も続くと試算されている。

また、21年後の2040年には1万人以下になると試算されており、これは他の市町村に比べてもかなり高い減少率である。この少子高齢化と人口減少の状況は、今後の施策推進にとって非常に大きな課題となっており、子育て支援対策が重要であるといえる。

川崎町の年齢階層別人口の推移

	平成7年		平成12年		平成17年		平成22年		平成27年	
	人口 (人)	割合 (%)								
総人口	21,276	100.0	20,190	100.0	20,115	100.0	18,264	100.0	16,789	100.0
年少人口	3,655	17.2	3,022	15.0	2,945	14.6	2,486	13.6	2,166	12.9
生産年齢人口	13,454	63.2	12,601	62.4	12,000	59.7	10,533	57.7	8,941	53.3
老年人口	4,162	19.6	4,563	22.6	5,170	25.7	5,243	28.7	5,663	33.7

(資料：国勢調査より)



（資料：国勢調査より）



（資料：川崎町中小企業振興実施計画より）

【産業構造】

産業別就業者人口には、特に大きな変化は見受けられない。産炭地関連事業など公共事業の減少により建設関係での就業者が減少している一方で、少子高齢化により需要が増えている介護関係の事業者が増加している。小売業においては、コンビニエンスストアなどが増え、その他の小売店舗が減少している。特に本町商店街では、利用者の減少及び後継者不足等により多くの商店が廃業となっている。

就業人口は、総人口と同様に昭和30年まで増加傾向にあったが、その後減少に転じ、平成27年には6,033人となり、昭和30年の13,230人と比べると半数以下となっている。これを産業別にみると、第1次産業及び第2次産業は就業人口及び就業者数に占める構成比とともに減少し、全体に占める割合が28.8%となっている。第3次産業は就業人口の減少は見られるが、全体に占める割合が70.5%と高い比率を占めている。

商工業者数及び、小規模事業者数については、ここ5年間で大きな変動はないが、今後、コロナウイルスの影響により経営不振による廃業件数が増えることが予測される。



(資料：川崎町中小企業振興実施計画より)

川崎町の就業人口の推移

	平成 7 年		平成 12 年		平成 17 年		平成 22 年		平成 27 年	
	人口 (人)	割合 (%)	人口 (人)	割合 (%)	人口 (人)	割合 (%)	人口 (人)	割合 (%)	人口 (人)	割合 (%)
就業人口	8,059	100.0	7,506	100.0	6,894	100.0	6,367	100.0	6,033	100.0
第 1 次産業	247	3.1	248	3.3	199	2.9	162	2.5	150	2.5
第 2 次産業	3,243	40.2	2,708	36.1	2,113	30.6	1,669	26.2	1,585	26.3
第 3 次産業	4,569	56.7	4,550	60.6	4,569	66.3	4,536	71.2	4,254	70.5

(資料：国勢調査より)

川崎町の商工業者数及び、小規模事業者数の推移

業 種	平成 27 年		平成 28 年		平成 29 年		平成 30 年		令和元年	
	商工業者数	小規模事業者数	商工業者数	小規模事業者数	商工業者数	小規模事業者数	商工業者数	小規模事業者数	商工業者数	小規模事業者数
卸・小売業	260	244	261	244	257	240	252	235	250	233
製造業	61	57	57	53	57	53	55	50	56	50
建設業	345	331	346	331	347	327	358	338	370	347
サービス業	475	433	479	435	491	449	482	438	432	413
合 計	1,141	1,065	1,143	1,063	1,152	1,069	1,147	1,061	1,108	1,043

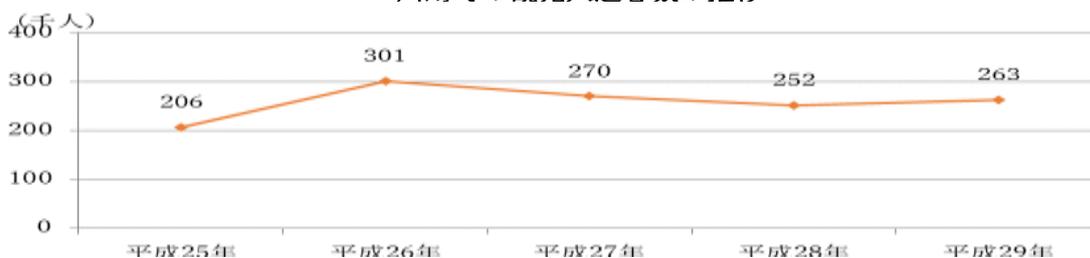
(豊前川崎商工会議所 事業所台帳より)

【観光事業】

【川崎町の観光入込客数の推移】

平成 25 年から平成 29 年における川崎町の観光客数は、平成 26 年に約 30 万人と前年と比較すると約 10 万人増加しているが、その後は 2 年間減少している。平成 29 年には、やや増加し、約 26 万人となっている。最近 5 年間の観光客数は、一時増加したが、ほぼ横ばいであるといえる。

川崎町の観光入込客数の推移

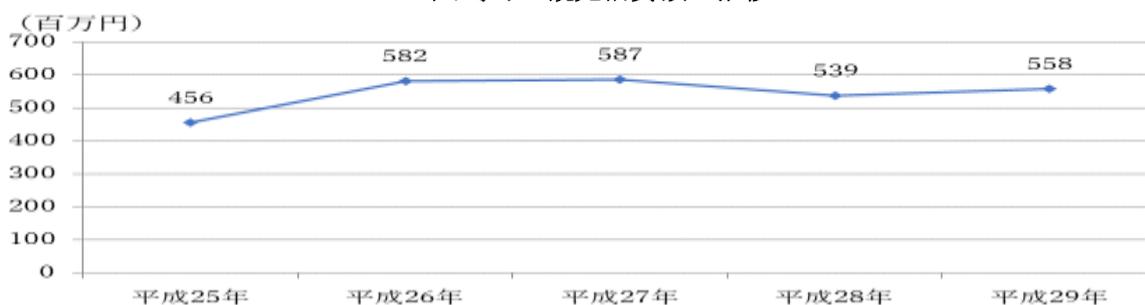


(資料：福岡県観光入込客推計調査より作成)

【川崎町の観光消費額の推移】

平成 25 年の 4 億 5600 万円から翌年には 1 億 2600 万円増加し、その翌年までやや増加している。平成 28 年には前年と比べ約 5000 万円減少しているが、平成 29 年には、5 億 5800 万円と 5 年前と比べると約 1 億円増加している。

川崎町の観光消費額の推移

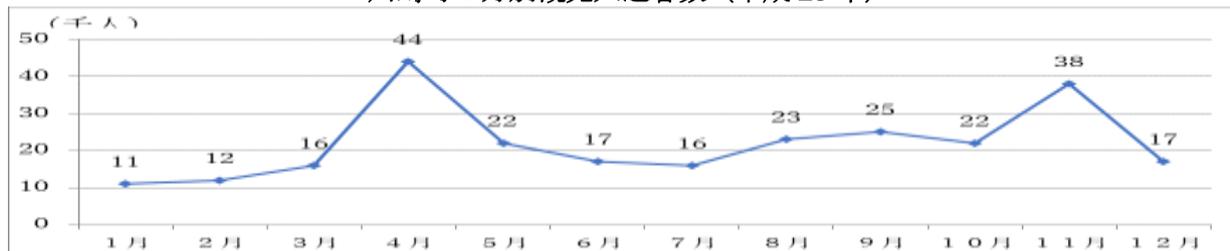


(資料：福岡県観光入込客推計調査より作成)

【川崎町の月別観光入込客数】

平成 29 年における月別の観光客数は、4 月が最も多く 4 万 4 千人が訪れており、次に 11 月の 3 万 8 千人となっている。要因として、4 月は「かわさきパン博」、11 月は「魚樂園のライトアップ」や「りんごの収穫祭」があるためであると推測される。また、1 月、2 月はイベントもなく観光資源が少ない時期であるため最も少なくなっている。

川崎町の月別観光入込客数 (平成 29 年)



(資料：福岡県観光入込客推計調査より作成)

【炭鉱・産業遺構群一覧】

番号	名称	概要
①	東豊炭坑排水口跡	坑内の水をくみ上げ中元寺川に放流していた排水口の跡
②	高倉炭坑の水槽タンク	生活水の一部として利用していた
③	高倉炭坑巻き場跡	石炭を輸送するトロッコの動力としてワイヤーロープを巻き取る機械を設置していた跡
④	島廻炭坑跡	大任町から川崎町にかけてあった炭坑の跡
⑤	明治の鉄道橋梁群	池尻から後藤寺にいくつかかけられている
⑥	豊州炭坑慰霊碑	慰霊碑の裏には1960年に起きた水没事故の詳細を記載
⑦	トロッコ巻き上げ場跡 (三ヶ瀬)	坑内で採れた石炭を運び出すためのトロッコの動力としてワイヤーロープを巻き取る機械を設置していた跡

【川崎町の伝統行事・イベント一覧】

番号	開催時期	名称	主催者／開催場所 等
①	4月中旬 10月下旬	戸山原古墳まつり	社会教育課／戸山原古墳
②	4月下旬 10月下旬	ひたひこ春のウォーキング ひたひこ秋のウォーキング	日田彦山線沿線自治体活性化連絡協議会／ 豊前川崎駅～町内
③	4月下旬	かわさきパン博	かわさきパン博実行委員会／川崎町民会館
④	4月下旬	竹とり物語	川崎町文化歴史研究会／De・愛広場
⑤	5月上旬	淡島神社の大祭	荒平・黒木地区
⑥	5月上旬	神幸祭	町内各地区
⑦	7月 12月	De・愛感謝祭	株式会社川崎 De・愛／農産物直売所 De・愛
⑧	8月中旬	川崎町盆踊り大会	企画情報課／役場駐車場
⑨	9月	あたか棚田彼岸花まつり	あたか棚田彼岸花まつり実行委員会／安宅地区
⑩	8月下旬 11月上旬	川崎町観光りんご園収穫祭	商工観光課／川崎町観光りんご園
⑪	11月上旬	日中交流水墨画公募展	日中交流水墨画公募展実行委員会／川崎町 民会館（隔年開催）
⑫	11月上旬	まつりかわさき	川崎町社会福祉協議会・豊前川崎商工会議所・川 崎文化連盟／役場駐車場・福祉センター駐車場
⑬	11月中	魚楽園ライトアップ	藤江氏魚楽園
⑭	12月中	豊前川崎駅前イルミネーション事業	豊前川崎商工会議所青年部／豊前川崎駅前
⑮	毎週水曜日	わいわいがやがや朝市	本町商店街活性化プロジェクト実行委員会 ／本町商店街
⑯	12月上旬	川崎宵ゑびす祭	川崎ゑびす会／川崎本町ゑびす神社

②課題

本町の北部を通る、国道322号線と県道95号線の沿線には、スーパーマーケット、ホームセンター、大型衣料品店の進出による活性化の反面、既存の小売店にとっては大変厳しい状況が続き、衰退は顕著となっている。

また、モータリゼーション（車社会化）の進展にともない、近年県内にはショッピングモール、アウトレットなどの大型商業施設が次々と誕生したことで、更なる地域間競争の激化を招いている。

一方で、最近の消費者行動変化のひとつとして「手軽さ」「便利さ」というようなコンビニエンス志向が広がっている。これは、社会活動が多様化したことで生活パターンも従来と異なってきたことから、消費者が「いつでも」「手軽に」「便利に」食品や日用雑貨が容易に購入できる場所が求められてきており、これらの要件を満たすコンビニエンスストアが普及している。

本町でも例外ではなく、多くのコンビニエンスストアが出店し軒並み売り上げを伸ばしている。また、近年、インターネット通販を利用する消費者も増加しており、電子商取引による比率が高まっている。

これらにより、消費者ニーズは益々多様化し消費者獲得競争の激化は、個人による商業活動を益々難しくしており、今後は、いかにして小売店の活性化を図るかが課題となっている。

観光面では、本町は、文化財、景観資源に恵まれている一方、上手く資源を活用できていない。

その為、最終的な観光誘客には繋がっておらず、町内に宿泊施設がないことや公共交通の便が良くないことも重なり、「川崎町に観光に行く」というイメージを醸成できていないのが現状である。

また、町単体での弱みを改善するには、田川地区や筑豊地区の広域連携が必要不可欠になると思われるが、現状は、希薄な状態である。外部環境を見てみると、福岡地区・北九州地区の観光入込客数と観光消費額は増加傾向にあり、また本町へのアクセスの整備も進んでいることから、都市圏からの誘客が期待される。

以上のように、外部環境を考慮し、町の強みを活かしつつ弱みを克服していく方針や取組を計画的に行っていくことが必要となる。

【産業別の状況】

【卸・小売業】

町内には、大型スーパーが4店舗、ホームセンターが2店舗、ドラッグストアが3店舗存在する。また、近年、コンビニエンスストアが急激に増加し、現在、町内に8店舗存在する状況である。このような店舗は、立地条件が良くアクセスし易い為、町外からの顧客も多く、従前から経営を行っている個人の卸・小売業は厳しい状況にある。それに後継者不足、代表者の高齢化も重なり廃業が目立っている。

【建設業】

公共事業に対する国庫補助のかさ上げや失業対策、鉱害復旧を目的とした石炭六法が2002年3月までに失効し激変緩和措置も2007年3月に終了した。この影響により産炭地域開発就労事業（特開事業）、特定地域開発就労事業（開就事業）が終結し、筑豊地域全体で、100億円超のマイナス経済効果を生んだ。地域建設業は、特開・開就事業への依存度が高く、廃業する事業所も多くあった。これ以降、公共工事に依存せず民間受注に力を入れてきた建設業者は売上を伸ばしており、公共工事依存型の建設業者との格差が広がっている。

また、町内の少子高齢化の状況を踏まえ、介護福祉サービス系の事業へ進出する事業者が増加傾向にあった。

【飲食業】

田川市と隣接する国道322バイパス線、主要地方道添田赤池線沿いを中心に飲食店が多くあるが、卸・小売業同様、大手チェーン店や、飲酒運転取締強化、コロナウイルスの影響により厳しい経営環境にさらされている。しかし、自社商品を、ふるさと納税の返礼品制度「さとふる」で活用したり、飲酒運転取締対策としてノンアルコールメニューを充実させたり、店舗での飲食より宅配やテイクアウトに力を入れるなどの独自の営業努力を行い現在の情勢や、顧客ニーズの変化に対応している企業については、厳しいながらも営業を継続している。

【その他のサービス業】

町内に理・美容業が20店舗程あり、サービス業の大半を占めている。次いで、自動車整備業、葬祭業となっている。葬祭業については、町内に6社あり競争が激化している。また近年、整骨院の開業が目立っており、今後もその傾向は続くと思われる。

介護福祉サービス事業では、町内だけでなく、近隣地域でも事業所が増えており、顧客確保が厳しい状況が続くと思われる。

(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

小規模事業者の振興事業を実施するに当たり、長期的に持続可能な経営基盤を構築出来るように商品・サービスの高付加価値化及び、生産性向上の実現を目指す。

また、創業・事業承継を推進することで、小規模事業者数の減少に歯止めをかけ、地域経済基盤を確保する為の支援を行っていく。

② 川崎町中小企業振興基本条例との連動性・整合性

川崎町では、平成29年に策定した「川崎町中小企業振興基本条例」の中で、下記7つの基本方針が取り決められている。特に中小企業振興施策を行うに当たり、当商工会議所との連携や、経営指導員による相談事業へ繋げる事が強調されている。

当商工会議所としても、川崎町が行う事業との連動制・整合性を保ちつつ小規模事業者の持続的発展に繋がるよう事業を推進していく。

1. 中小企業者の経営基盤及び従業員の育成の強化促進
2. 中小企業者の創業等の促進
3. 中小企業者と地域の協働関係の創出
4. 地域資源を活用した事業の推進
5. 観光事業との連携による協力関係の創出
6. すべての住民が参加できる産業振興の推進
7. その他町長が必要と認める施策の推進

③ 商工会議所としての役割

商工会議所は、各小規模事業者が持つ経営資源（人・もの・金・情報）を把握し、それぞれの企業実態に応じた柔軟な支援を行う為、商工業だけでなく農業・観光など様々な分野の視点を持つことで、地域全体の生産性・訴求力の向上に努めていく。

また、町内商工業の現状を踏まえつつ、川崎町との連携を図り、小規模事業者の経営課題の解決に向けた経営支援を行っていく。

(3) 経営発達支援事業の目標

長期的な振興のあり方を踏まえ、地域経済の活性化・発展を目標に各関係団体との連携を図りながら小規模事業者の支援を行っていく。

①小規模事業者の持続的かつ安定的な経営の現実

商品・サービスの高付加価値化及び、生産性の向上の為、小規模事業者の事業規模や経営資源、課題に応じた事業計画を策定し、各関係機関と連携しながら計画実行後まで一貫した伴走型支援を実施する。

②創業者数及び、創業者事業継続の為の支援

川崎町中小企業振興実施計画との連携により、創業者の早期事業安定化と事業継続の為のフォローアップを行う。また、創業セミナーを開催する事により、創業に対する意識を高めていく。

③円滑な事業承継及び、後継者育成に関する支援

地域内小規模事業者が減少していく中で、既存企業の事業承継支援を推進していく事で、産業基盤の保持を行い雇用の維持・拡大を図っていく。

④経営指導員等の資質向上と関係機関との連携

経営指導員の支援能力を向上させることにより、より具体的かつ迅速に小規模事業者の課題解決を図っていく。

⑤川崎町観光振興基本計画に基づく地域活性化の仕組み作り

川崎町観光振興基本計画に基づき、近年の観光客のニーズや社会情勢の変化を的確に把握し、当町が持つ魅力の掘り起こしと磨き上げ、そしてその魅力の効果的な情報発信を行っていく。

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小規模事業者の持続的かつ安定的な経営の現実

地域内の労働力不足が加速する中、企業では少ない労働量でも成果を生み出せるよう、生産性向上に向けた取り組みの必要性が高まっている。企業ができる生産性を上げるための施策にはどんなものがあるのか、取り組む上で何を注意したらいいのか、具体的な取り組み事例や活用できる補助金や助成金の紹介も含めて総合的に指導を行っていく。日常相談業務を通じて、積極的に経営に取り組んでいる小規模事業者の掘り起こしを行い、専門家派遣等の制度を活用し、明確な事業計画策定を行う。

②創業者数及び、創業者事業継続の為の支援

地域経済を支える小規模事業者の持続的発展及び成長的発展（利益確保）が地域活力（地域の消費や雇用の維持）の創造に不可欠であると考え。そのためには、創業者数を増加させると共に、創業した小規模事業者が、明確な目標を持ち、『成り行き経営』に陥ることなく、ビジネスプランに基づく経営を実践出来るように伴走型で支援を行っていく。

③円滑な事業承継及び、後継者育成に関する支援

事業承継支援を行う際には、主に「今後の経営方針の決定」「後継者の決定・育成」「自社株承継の方法（親族内承継の場合）」の3つの課題を解決する必要があると考える。そのため、課題が表面化する前から中長期的な計画を作成しておくことで、事前に解決の為の予防策を講じ、滞りない事業承継に繋げていく。

④経営指導員等の資質向上と関係機関との連携

経営指導員の指導能力向上のためのOJTを効果的に実施するためには、組織的にOJTに取り組むことが重要と考える。そのためには、組織として指導員に求める支援能力分野や能力レベルを明確化し、支援人材育成方針や仕組みを確立する。OJTにより開発する能力は何か、対象者をどうするか、実施者は誰かを組織として明確化する。

⑤川崎町観光振興基本計画に基づく地域活性化の仕組み作り

当町は、かつて炭鉱で栄えた筑豊独特の歴史があり、その中には元々の豊かな農村文化が現在も根付いている。炭鉱の歴史・農村文化の中で生まれた文化財、炭鉱遺構、景観資源、伝統行事など、この豊富な観光資源を磨き上げ、また活用する事で川崎町特有のツーリズムを確立し、新たな観光（交流）を提供する。

経営発達支援事業の内容

3-1. 地域の経済動向調査に関すること

(1) 現状と課題

①現状

現在、地域の経済動向や景況感は、中小企業景況調査、当所税務相談所に於ける決算内容、日常の事業所巡回や窓口相談による経営状況の把握、例年のプレミアム付き商品券事業終了後の経済効果や消費動向の分析を独自に行っている。

②課題

調査結果の詳細な分析を行えておらず、小規模事業者支援の有効活用が出来ていないのが現状である。また、経営指導員間で、収集した情報が共有されていない為、各指導員の情報格差が見受けられる。

(2) 目標

内容	現行	R 3 年度	R 4 年度	R 5 年度	R 6 年度	R 7 年度
①国が提供するビッグデータの公表回数	未実施	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
②町内景気動向調査の公表回数	未実施	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回

(3) 事業内容

①国が提供するビッグデータの活用

地域経済の活性化のためには新たな地域産業の創出、競争力の強化、雇用の拡大、販路開拓が重要な課題であり、小規模事業者が中心となって地域経済が成長する事を目的とする為、「RE S A S」（地域経済分析システム）を活用し、地域経済動向の分析を行い年1回公表する。

【分析手法】

- ・人口マップ「人口構成・将来人口推移」・・・地域内需要分析
- ・産業構造マップ・・・地域内小規模事業の現状等を分析
- ・まちづくりマップ「From - To分析」・・・滞在人口等の分析
- ・地域経済循環マップ「生産分析」・・・同業種での比較や他業種分析

上記の分析を総合的に行い、事業計画策定支援等に反映する。

②川崎町内の景気動向に関する調査・活用

川崎町内の、より具体的な景気動向を把握する為、中小企業庁が年4回行う「中小企業景況調査」の調査項目について整理し、福岡県のオープンデータサイト内の景気動向指数などの各項目や近隣・同規模他地域の業況・指数との比較を行う。そして、その分析結果を今後の経営活動の健全な発展を図るために情報を年1回公表する。

【調査対象】

管内小規模事業者30社（製造業、建設業、卸売業、小売業、サービス業）に対し調査

【調査項目】

景気動向、売上額、仕入額、経常利益、資金繰り、従業員数、設備導入、来期の見通し等

【分析手法】

調査項目について整理し、福岡県のオープンデータサイト内の景気動向指数などの各項目や近隣・同規模他地域の業況・指数との比較を行う。

分析は、担当経営指導員が行う。また、必要に応じて、外部専門家を活用する。

(4) 成果の活用

収集・分析した情報は、ホームページに掲載し、管内事業者に周知する。また、経営指導員が、日常の巡回・窓口相談の際の参考資料として活用する。

3-2. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

①現状

小規模事業者は、自社の取り扱う商品及び、サービスに対し率先してマーケティングリサーチを行っていることは極めて少ない。当所でも、需要動向に関する具体的な情報提供や調査・分析が行えていない。また、職員間での情報収集能力の差があり、十分なフィードバックが行えていない。

②課題

需要動向調査を行う事により、単に表面的な需要を知るという事だけでなく、なぜ需要が増加しているのかといった背景要因などを把握することが重要となってくる。「だれが商品を買うのか」、「どのような商品を購入するのか」、「何に利用するのか」という購買情報を得るという事は市場の優位性を得る為に重要であり、情報を持っていないということは、競争に初めから負けてしまうことを意味する。この事を的確に伝え、小規模事業者に還元できるよう、経営指導員は、様々な情報を収集し、各自レベルアップする必要がある。

(2) 目標

内容	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自社に於けるアンケート調査数	未実施	2社	2社	2社	2社	2社
②イベント時のアンケート調査数	未実施	1社	1社	2社	2社	2社

(3) 事業内容

経営分析や事業計画策定を行った事業者から選定し、需要動向調査を行っていく。個社の売上増、利益増に繋がることを目的とするため、事業計画等を策定した顧客アンケートやモニタリング調査を主体として実施する。

アンケートは漠然とした意識調査となってしまう事が予想される為、個社支援に活用する事が困難であり、より個社支援に特化した調査をすべきであると考えます。

①自社に於けるアンケート調査

小売業・サービス業などを営む事業者にとって、消費者の需要動向を把握するには、自店に来店する顧客へのアンケート調査を行うことがもっとも現状に則した調査となる。しかし、小規模事業者において、そのようなアンケートを定期的実施している事業者はほとんどない為、下記による支援を行い小規模事業者の継続的発展に繋げていく。

【調査対象】 サービス業（飲食業、理美容業）

【サンプル数】 来店顧客 30人

【調査手段・手法】 当所に於いて、事業者の業種・商圈・取扱商品・来店顧客層に応じたアンケートを作成し、各店舗に於いて情報収集を行いやすいように支援を

実施する。アンケートの回収率を向上させるためにクーポンを付加するなどの工夫を行う。

【調査項目】「住んでいる地域・年齢などの基礎的情報」「来店頻度」「よく購入する商品・サービス」「今後欲しい商品・サービス」「改善して欲しい事項」などとする。

【分析結果の活用】分析結果は、経営指導員等が代表者・担当者に直接説明を行う事によりフィードバックし、商品・サービスの改定を行う事で販路開拓に繋げていく。

②イベント時のアンケート調査

上記の「自社におけるアンケート調査」では、自社に来店する消費者のニーズは把握できるが来店しない消費者のニーズを把握することができない。その為、地域内外の需要動向を把握することを目的とし、需要動向調査を実施する。

【調査対象】サービス業（飲食業）

【サンプル数】イベント来場者 30 人

【調査手段・手法】フリーマーケットや各種イベントが催され地域内外から多くの来場者が訪れる「まつりふっとうてん」（当商工会議所青年部主催、例年 11 月開催）において来場者へのアンケート調査を実施する。

【調査項目】「住んでいる地域・年齢などの基礎的情報」「来店頻度」「よく購入する商品・サービス」「今後欲しい商品・サービス」「改善して欲しい事項」などとする。

【分析結果の活用】分析結果は、経営指導員等が代表者・担当者に直接説明を行う事によりフィードバックし、商品・サービスの改定を行う事で販路開拓に繋げていく。

4. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

①現状

右肩上がりの時代は、「どんぶり勘定」でも利益を出す事が出来たが、成熟期を迎えた現在では、財務力を武器に事業戦略を組み立てなければ資金不足に陥り、経営を傾かせてしまう。会計力を含めた経営リテラシー（企業経営に必要な戦略、マーケティング、財務、人事などの基礎知識と活用能力）を総合的に身に付けた小規模事業者はほとんどなく、商工会議所のような外部のサポートが必要不可欠となっている。

当所では、現在まで融資斡旋時や、ものづくり補助金、小規模事業者持続化補助金、経営革新計画等を申請する際に経営計画の策定を支援してきた。しかし、通常の巡回、窓口業務の中の経営状況分析を実施出来ていないのが現状である。

②課題

小規模事業者の多くが、社長のワンマン経営で会社を引っ張り、そして、今後も自らが中心となって会社を成長させていきたいと考えている。

しかし、規模の拡大や経営環境の変化に伴い、社長が果たすべき役割は変わってくる。この状況を克服するためには、経営分析を実施し、これまでの「社長一人が会社を引っ張る」という発想から「仕組みを使って会社を引っ張る」という発想に切り替える必要がある。

限られた現有資産で事業を運営していかなければならない環境だからこそ、経営状況を分析し、現状を把握した上で、事業を運営していく「仕組みづくり」が必要となってくる。また、企業の後継者及び、従業員の育成にも力を入れ、各企業の発展と従業員の資質向上に繋がる仕組みも必要になってくる。当所としても、最も身近な経営の伴走者として、小規模事業者への意識付けを行っていく必要がある。

(2) 目標

	現行	R 3 年度	R 4 年度	R 5 年度	R 6 年度	R 7 年度
セミナー開催回数	2回	2回	2回	2回	2回	2回
経営分析数	-	2件	2件	3件	3件	4件

(3) 事業内容

①経営分析を行う事業者の発掘

経営セミナー等参加者、金融相談者、経営相談者、申告相談者、ものづくり補助金・持続化補助金等に関する相談を行った者の中から、経営改善や販路拡大に意欲的で実現の可能性が高い小規模事業者を発掘・選定する。また、川崎町中小企業人材育成事業補助金を活用し、各企業での研修会の開催及び、中小企業大学校等への研修会への参加を推進する。

②経営分析の内容

【分析項目】

定量分析の「財務分析」と定性分析の「SWOT分析」の双方を行う。

『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

【分析手法】

経済産業省の「ローカルベンチマーク」、(独)中小企業基盤整備機構の分析ツール「経営計画つくるくん」を利用し、財務分析、SWOT分析を行っていく。また、専門性が高いものについては専門家へ分析を依頼する。

(4) 分析結果の活用

財務分析で得られた指標は、企業活動の成果を正確に把握でき、期間ごとの比較にも応用出来る。ただし、財務分析はあくまでも財務諸表の数値を用いた分析手法である為、それ以外の事は分析できない。その為、SWOT分析で得た結果を基に、自社の経営面での弱みや強みを見つけ、財務以外のデータも活用しながら、総合的に分析し、フィードバックしていく事が、当該小規模事業者の将来予測につながると考える。

経営分析で得た指導内容は、経営カルテ等のデータベースに蓄積し、経営指導員間で情報共有することで、各経営指導員のスキルアップにつなげていく。

5. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

①現状

現在、小規模事業者持続化補助金、ものづくり補助金、経営革新計画、創業資金申し込みなど、必要に応じてのみ事業計画を策定している。多くの小規模事業者も「経営内容を熟知していれば不要」、「計画など大仰なものは不要」と考えている。このことから、今まで事業を行ってきた経験や、感覚で経営を行っており、事業計画を策定し、客観的に自分の事業を顧みる重要性を認識していないのが現状である。

また、必要性の認識があったとしても、策定方法が分からなかったり、経営資源が限られている為、優先順位の後回しとなっている状況である。

②課題

巡回・窓口相談に於いて経営計画の策定方法を、より分かりやすい形で情報提供する必要がある。そして、経営指導員が情報やノウハウを活用し、各事業所に寄り添った支援の強化を目指す。

(2) 支援に対する考え方

小規模事業者は、なぜ事業計画を策定するのか、策定することによってどういったメリットがあるのかなどを理解しないまま、補助金申請や、融資資料のような対外的な説明の為だけに漫然と作成するケースが多い。事業計画は、対外的な説明資料としての位置づけに加えて下記のようなメリットがある。これらの点を意識して計画を策定する事により、有用性が高まる事を理解してもらい、支援に当たっていく。

【事業計画策定のメリット】

①関係者の合意形成

経営目標やビジョンを可視化した事業計画を社内外の関係者に提示し、当該計画に沿った経営をすることで関係者の合意形成が促進され、必要な支援（金融機関からの資金調達など）を獲得しやすくなる。

②必要なアクションの明確化

経営目標が示されることで、計画達成に向けた施策が具体化される為、「いつ、誰が、何をすべきか」という社内に必要なアクションも具体的に定めることが可能となる。

③経営管理の強化

参照すべき目標が存在することで、実績が計画と乖離した場合の要因分析が可能となり、次に打つべき施策・アクションの検討が容易となる。

(3) 目標

	現行	R 3年度	R 4年度	R 5年度	R 6年度	R 7年度
事業計画策定件数	-	2件	2件	3件	3件	4件

(4) 事業内容

①支援対象

下記3つの条件のいずれかを満たす企業を支援対象とする。

- (i) 経営相談・金融・税務相談で経営状況の分析を行った小規模事業者
- (ii) 資金調達に取り組む小規模事業者
- (iii) 事業承継や創業、第二創業を予定し、各種セミナーの受講や、経営相談等を行った小規模事業者

②手段・手法

各種セミナーの受講者に対し、経営指導員等を担当制で割り当て、中小企業診断士等の外部専門家も交えて確実に事業計画の策定に繋げていく。専門家派遣時には、経営指導員等が必ず同行し、経営計画書作成及び経営革新認定支援のスキルを習得し、ノウハウを蓄積する事で今後の指導に生かしていく。また、フォローアップ計画シート及びスケジュールを作成し、事業計画策定後の実施支援に活用する。

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

①現状

補助金申請や、融資斡旋時に事業計画策定支援を行っているが、事業計画を日常の経営に落とし込んで活用するという認識が低く、過去の成功体験に基づいて経営判断している小規模事業者が多数を占めているのが現状である。また、経営指導員等の対応も不十分であり、計画達成までの支援が出来ていない。

②課題

事業計画を策定したが、なかなか実現せず、絵にかいた餅になってしまうケースが多くみられる。これは、事業計画が企業の大きな目標達成である為、部門、個人、期間ごとにそれぞれ何を目標にすればよいか具体的になっていない事が原因となっている。目標を明確に数値化し認識のギャップを防ぐことで、達成状況の測定をしやすくする。

(2) 支援に対する考え方

経営者自身が将来の明確なビジョン・方向性・目標を全社員に示す必要がある。しかし、経営者自身が自社の経営数値・社内の実態・全体の現状を正確に把握しなければ、それも出来ない。まずは事業計画策定支援を通じて、経営者自らが自社の強み（さらに伸ばすもの）と弱み（改善すべきもの）をよく整理したうえで、自社の得意分野は何かを踏まえながら、今後どの分野で、どういう形で勝負するか（事業ドメイン）を決定し、5年先の実行計画（戦略）と数値計画を練り上げていく必要がある。当所も、事業計画の進捗状況に併せてフォローアップ頻度を設定する。

(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
フォローアップ事業所数	未実施	2社	2社	3社	3社	4社
頻度（延べ回数）	未実施	10回	10回	10回	15回	20回
売上増加事業者数	-	2社	2社	3社	3社	4社
利益率1%以上増加事業所数	-	2社	2社	3社	3社	4社

(4) 事業内容

事業計画を策定した全ての事業者を対象とし、事業計画の進捗状況から集中的に支援が必要な小規模事業者と、ある程度独自で対応できている小規模事業者を選別し、支援回数

を設定しフォローアップを行っていく。ただし状況により臨機応変に対応していく。

①具体的な指導内容

【定期的な進捗管理、フォローアップ】

事業計画に基づく取組を行う上で、年間を単位とするスケジュールを設定し、計画された時期に着実に取組が行われるよう、年1回のフォローアップを行う。進捗状況が厳しい事業者には四半期ごとのフォローアップを行う。

【進捗状況の検証】

想定された売上、利益の達成状況等、目標達成の度合いを確認し、誤差がある場合は、その原因の究明を図る。原因の特定が困難な場合、他の支援機関や外部専門家を活用して、取組上の問題点が明らかとなった場合、目標や計画を組み直す等の追加支援を検討する。

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

①現状

当所が主催する展示会や商談会はなく、各団体が行う展示会・商談会の情報提供を行うに留まっている。また、出店した企業の事前・事後フォローが不十分な為、期待する効果が得られていないのが現状である。

②課題

商談会等への出展も一部企業に限られている為、小規模事業者が積極的に出店する事は少ない。今後は、B to Cを中心に、各種イベントの情報を周知し、小規模事業者にも取り組みやすいように支援を行い販路開拓に繋げていく必要がある。

(2) 支援に対する考え方

当商工会議所独自で他の地域を巻き込む大規模イベントを開催することは困難である為、他支援機関が主催する場を提案していくと共に、出店の為の準備や取組のサポートを行っていく。

(3) 目標

		現行	R 3 年度	R 4 年度	R 5 年度	R 6 年度	R 7 年度
①福岡県 よかもん フェア	出展社数	未実施	1	1	1	2	2
	売上高	未実施	10万円/ 事業者	10万円/ 事業者	10万円/ 事業者	10万円/ 事業者	10万円/ 事業者
	成約件数	未実施	1	1	1	1	1
②筑豊フ ェア	出展件数	未実施	1	1	1	2	2
	売上高	未実施	10万円/ 事業者	10万円/ 事業者	10万円/ 事業者	10万円/ 事業者	10万円/ 事業者

(4) 事業内容

①「福岡県よかもんフェア」(BtoC、BtoB)

福岡県よかもんフェアは、福岡県をはじめとする行政、商工団体、金融機関、士業団体などで構成された支援機関が、県内各地域の中小企業・小規模事業者の経営支援に取り組む活動の一環として開催されているイベントである。展示即売並びに、試食試飲を通じて、一般消費者との直接の交流を図り、販路開拓の場を増やすためのサポートを行っていく。

また、本イベントは、BtoCイベントではあるが、当日はバイヤーも来場する事から、積極的に商品を売り込み販路拡大に繋がるよう支援を行う。

②「筑豊フェア」(BtoC)

筑豊自慢のグルメ・スイーツのほか、炭坑節・太鼓・フラダンスなどの踊りで筑豊の魅力を発信するイベントであり、例年、福岡市で開催され、来場者は約1万人である。出店前に販売ブースでの効果的なプレゼンテーションが行えるよう支援する。

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

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

①現状

現在、事業計画は通常総会で承認され、事業年度終了後に事業報告が行われており、事業見直しの為の事業成果・進捗状況についての評価が十分に設定されておらず、評価結果による改善策が事業計画の見直しに反映されていない状況である。

②課題

目指すべき目標の数値的な裏付けや指標がない為、PDCAサイクルが回らず、事業の結果が曖昧になっている。「何の為にしているのか」という明確なゴール設定を行い、中長期的な視点を持った上で、目の前の課題に取り組む必要がある。

(2) 事業内容

①経営発達支援計画評価報告書の作成

毎年事業年度終了後、事業の達成度合いを見える化し、検証と計画の見直しを行う為、「経営発達支援計画報告書」を作成する。

②経営発達支援計画評価委員会の開催

作成した報告書を基に、評価委員会を開催し、事業実施状況・経過・成果を報告し評価を求めると共に、問題点や改善案についてのアドバイスを求める場とする。

委員の構成は、川崎町商工観光課、商工会議所専務理事、法定経営指導員、経営指導員、(一社)川崎町観光協会、一般会員企業(事業計画策定を行った企業等)、外部有識者として川崎町金融協会とする。

また、評価委員会からの評価結果や意見を受け、必要に応じて計画の変更・修正を行い、その結果については、正副会頭会議に提出し承認を求める。

③評価結果の公表

評価結果については、次年度事業計画に反映させると共に、当商工会議所ホームページにて公表し、誰でも閲覧可能な状況とする。

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

①現状

現在、各職員の対応能力に差が生じており、職員によっては、小規模事業者への支援の際に、事業者自身が認識している経営課題に対して、事業者自身が望む解決策を提供する「従来型支援」となっている。例えば、運転資金が乏しくなってきたため低利融資を望む小規模事業者に対して、マル経融資を斡旋するなどである。「なぜ、運転資金が不足するようになったのか」とか「将来への見通し」などはあまり重視されず、「今をどう乗り切るか」という対処治療法的な支援となっている為、真に解決しなければならない要因を放置したままとなっているケースが見受けられる。

②課題

各職員が、小規模事業者の状況分析を行い、持続性を確保するための経営問題を正確に定義し、そこから経営課題を抽出して解決策を講じる。さらに実践を通じて解決策の妥当性を検証し、必要があれば解決策を修正・追加していくという一連の経営活動を支援する「伴走型支援」を行っていく必要がある。その為、今後は組織内での知識や情報の共有を進める一方で、職員の職歴やスキルに併せた研修会の受講等を設定して資質向上を図っていく。

(2) 事業内容

効果的に支援能力の向上を図っていく為、「形式知」（他者に伝達可能な知識）と「暗黙知」（他者に伝達できない資質）を分けて計画を図っていく必要がある。

①OFF - JTによる資質向上【「形式知」（他者に伝達可能な知識）の習得】

指導業務に於いての「形式知」とは、国や地方自治体の支援施策及び手続き方法等の知識あるいは、決算や税務に関する基本的知識に代表される支援業務知識に加え、(i) ヒアリングや観察あるいはデータ収集などの情報収集力、(ii) 収集された情報から何が経営問題であるかを特定する経営分析力、(iii) 経営問題から経営課題を抽出する問題分析力のことである。

「形式知」の習得については、福岡県商工会議所連合会、中小企業基盤整備機構などが実施する研修会やセミナーに積極的に職員を派遣することで、小規模事業者への的確な課題解決を図るための理論や一般的な知識を習得していく。

また、研修会やセミナーに出席していない職員への情報共有として、出席した職員が、要点をまとめて資料と共に回覧する。

②OJTによる資質向上【「暗黙知」（他者に伝達できない資質）の習得】

経営支援にあっては状況を正確に把握して、複雑に絡まりあう様々な要因の奥に潜む真の問題をあぶり出していかなければならない。その問題が現状を生み出している仕組みを説明することは出来るが、なぜそこに着目したのか、については説明が出来ない「暗黙知」である。

また、情報は「形式知」であるが、その情報を読み取る（情報の解釈）能力は「暗黙知」である。「暗黙知」を習得・伝承していくには、経験値や実績のある経営指導員が事業者への支援を行っていく際に、経験値の少ない職員と同席する。この時、経験値のある経営指導員は、具体的な個別状況に即したフィードバック（どうすればよかったか）及び、フィードフォワード（どうすべきか）をアドバイスする事により、内面化を効果的に促進する仕組みを作っていく。基本的に暗黙知の習得は、個人が試行錯誤しながらトレーニングして身に付けていくしか方法はない。習得の効果は、パフォーマンスを総合的に判断するしかないが、思考力の場合には生み出された知見や仮説とその合理性をもって判断する。

また、職員全員が、事業所の指導の進捗状況について情報共有が出来るように指導カルテを

システム管理し閲覧出来るように運営していく。

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

①現状

筑豊地域の近隣商工団体及び、金融機関等との定期的な会議に出席し、小規模事業者支援に関する施策や支援事例等の情報交換を行っている。また、田川地域の観光振興を目的とし、田川広域観光協会が開催する定例会議にも積極的に出席している。

②課題

各会議に出席し、情報交換は行っているが、日常の小規模事業者支援に反映されることは少ない。今後、会議以外での各関係機関との連携を強化すると共に、当商工会議所内での情報共有の仕組みを作っていく必要がある。

(2) 事業内容

①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（開催数：年12回）

筑豊地域の飯塚、宮若、直方、中間、田川、嘉麻、豊前川崎の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、各所が取り組んでいる支援策や有効であった支援内容等、小規模事業に於ける様々な情報交換を行っている。

②筑豊地域中小企業支援協議会総会・構成団体意見交換会への出席（開催数：年2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、各自治体、福岡県信用保証協会、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構成された協議会の総会・意見交換会に出席し、福岡県の施策や、有効な支援策等の情報共有を図っている。

③経営改善貸付推薦団体連絡協議会への出席（開催数：年1回）

日本政策金融公庫北九州支店と田川市郡の商工会議所・商工会で年1回開催し、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、小規模事業者経営改善貸付の融資実績等について共有を図っている。

④日本政策金融公庫金融相談会の開催（開催数：年2回）

日本政策金融公庫北九州支店の支店長・融資担当課長・融資審査担当者を当商工会議所に招聘し、小規模事業者の融資申し込み審査を行った後、融資案件の事務手続きや、最新の金融情報についての情報交換を行っている。

⑤川崎町金融協会との協議会の開催（開催数：年2回）

川崎町金融協会（福岡銀行川崎支店、西日本シティ銀行川崎支店）と当商工会議所の構成で、年2回開催し、川崎町内の経済・金融動向、小規模事業者の創業・事業承継・設備導入状況等について情報交換を行い、お互いの支援力を高めることを狙いとしている。

⑥田川広域観光協会正副理事長・会頭・会長会議への出席（開催数：年12回）

昨今の観光を取り巻く社会経済状況の変化を踏まえ、田川地域の観光事業の実態や取り組みの現状を把握するとともに、新たに求められる各市町村の連携による観光地域づくりを行う為、今後の課題や変革の方向性を明らかにすることを狙いとして毎月開催されている。田川市

郡の市町村長・議長、商工団体、青年団体等から構成される。

⑦川崎町観光協会理事会・定時社員総会（開催数：年2回）

地域住民向けのまちづくりと、域外からの来訪者を受け入れる態勢づくりとを分けて捉えるのではなく、地域の関係者が横断的に連携して取り組む観光地域づくりを目的として、年2回、川崎町観光協会、川崎町商工観光課、豊前川崎商工会議所など各関係機関を構成として開催される。地域資源を最大限活用し、地場産品や時間消費型の体験プログラムをはじめとする商品・サービスを積極的に販売し、地域経済の自立自走化を図っていく。

地域経済の活性化に資する取組

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

①現状

地域に根差して事業活動を行う小規模事業者の活力向上には、個々の事業者の支援のみでなく、地域全体が面的に活性化することが必要である。同時に、小規模事業者が活性化することにより、地域が活力を取り戻すという側面もあり、小規模事業者の振興と地域経済の活性化は表裏一体と考える。その為、当商工会議所は、「かわさきパン博」、「まつりふっとうてん」等の事業を川崎町、川崎町観光協会等の各団体と連携し開催している。

②課題

定住人口については、維持ないし減少抑制のための施策や、他都市への人口流出を防ぐといった対策は当然検討されるべきものだが、現実には到来する人口減少という問題を解決することは難しいと考える。そこで人口の減少傾向はもはや避けられない現象だとすれば、定住人口からではなく、交流人口を拡大させるという目的から、各事業を開催している。

これらの事業は、地域全体を活性化させる取組であり、間接的に個店の収益を上げ、顧客を増加させる効果がある。事業を継続させていく為には、後継者の育成・組織の強化と事業費の確保が課題で、関係機関との連携がますます重要となってきている。

(2) 事業内容

①「かわさきパン博」（例年4月開催）

平成20年より川崎町観光協会主催で開催されるイベント。パンにスポットを当てたイベントは全国的にも珍しく初年度で5,000人の来場客があった。そこから、口コミやSNS等で話題となり、翌年には15,000人、平成27年度には23,000人もの来場客を呼ぶイベントへと成長し、マスコミでも「町内の人口より多くの人が集まった。」として大きく取り上げられた。現在では、出店業者も県内全域のパン屋に留まらず、神戸・京都などの有名人気店も出店し、町の交流人口の増加を図る大きな役割を担っている。

【会議名】かわさきパン博実行委員会（開催数：年5回）

【連携機関】（一社）川崎町観光協会、川崎町商工観光課、豊前川崎商工会議所、川崎文化・歴史研究会、藤江氏魚楽園、豊前川崎商工会議所青年部、川崎町農業後継者クラブ、JR豊前川崎駅、川崎町議会、川崎町教育委員会、（一社）田川広域観光協会、九州旅客鉄道㈱、筑豊篠栗鉄道事業部

②「まつりふっとうてん」（例年11月開催）

当商工会議所青年部が中心となり、地域活性化と飲食店の集客支援を目的に開催している。

また、川崎文化連盟が開催する「川崎町総合文化祭」、川崎町社会福祉協議会が開催する「ふくしまつり」と同日、同場所で開催する事により、集客の相乗効果を図っている。3団体合同開催による祭りを「まつりかわさき」と称し、30年以上に渡り開催してきた地域ぐるみのイベントである。

【会議名】まつりかわさき3団体合同会議（開催数：年6回）

【連携機関】豊前川崎商工会議所青年部、川崎文化連盟、川崎町社会福祉協議会、川崎町、（一社）川崎町観光協会、川崎町農業後継者クラブ、川崎町教育委員会、川崎町議会、豊前川崎商工会議所

③「ワイワイガヤガヤ商店街朝市事業」（毎週水曜日開催）

町の衰退とともに、商店街では、住民が気軽に立ち寄り集まる事が出来る近隣空間や居場所、コミュニケーションの場が失われ、更にマイカーを持たない高齢者層を中心に日常の買い物が困難となる住民が増加するなど、「交流・生活の場」として必要な機能が低下しつつある。

このような状況のもと、地域での親交・交流の機会の増加や、買い物環境を整える目的の為、毎週水曜日に本町商店街の空き店舗を利用した朝市を開催している。

【会議名】川崎町本町商店街活性化プロジェクト実行委員会（開催数：年10回）

【連携機関】川崎町本町商店街活性化プロジェクト実行委員会、川崎町商工観光課、川崎町議会、豊前川崎商工会議所

④「豊前川崎駅前イルミネーション事業」（例年12月開催）

令和元年度より当商工会議所青年部が中心となり、イベントも少なく、観光交流人口が減少する冬場に併せ、川崎町の玄関口である豊前川崎駅前イルミネーション事業を開始した。

今後、本事業を継続・拡充させ、訪れた人々の目を楽しませるとともに、点灯式を中心とした関連イベントを開催することで、人の集まる「川崎町の冬の風物詩」となるよう取り組んでいく。

【会議名】豊前川崎商工会議所青年部定例会議（開催数：年12回）

【連携機関】豊前川崎商工会議所青年部、JR豊前川崎駅、川崎町商工観光課、川崎町議会、（一社）川崎町観光協会、豊前川崎商工会議所

⑤「川崎宵ゑびす祭り」（例年12月開催）

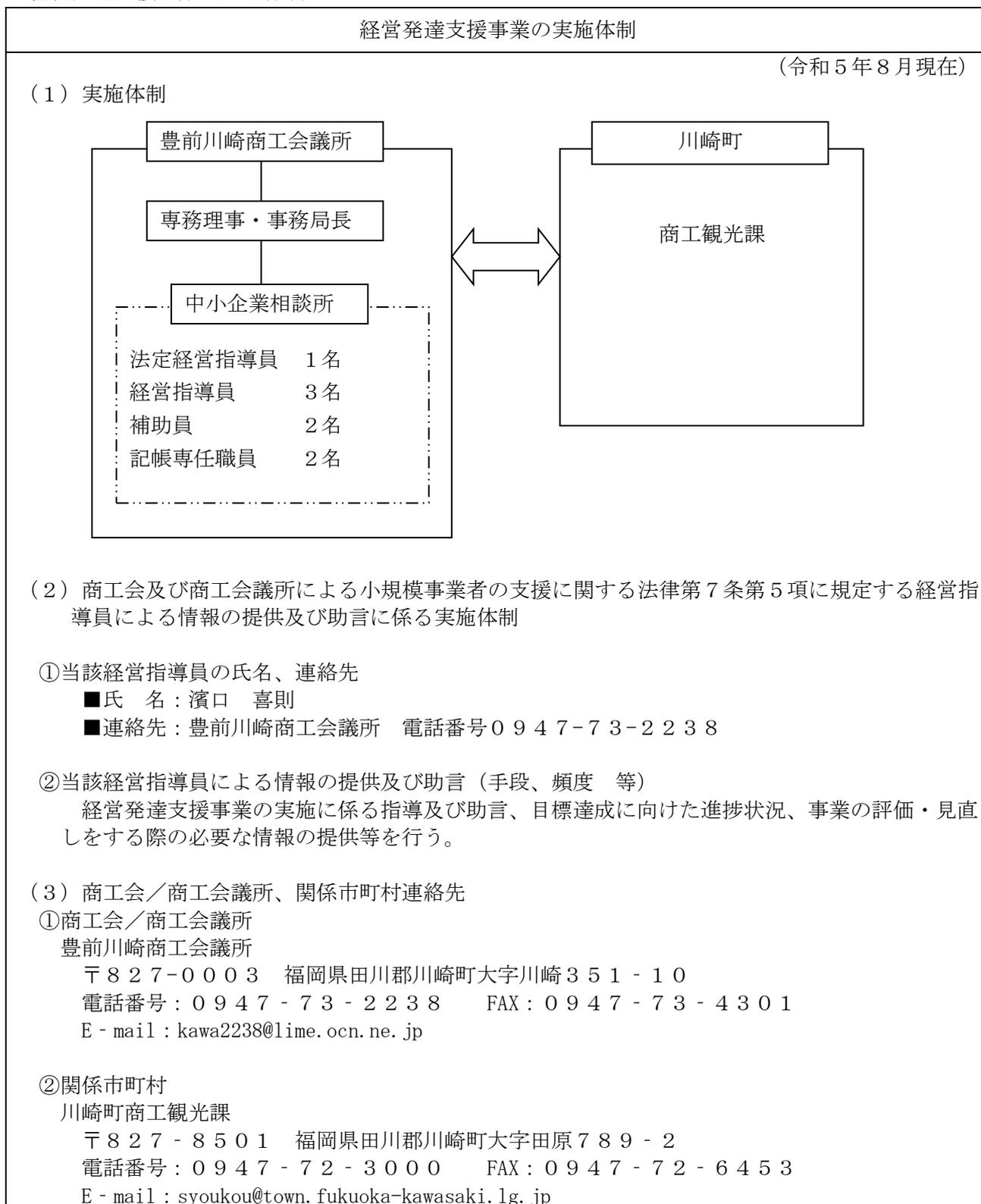
町内の年末の恒例行事となる「川崎宵ゑびす祭り」は、町内の企業の更なる発展・交通安全・家内安全を祈念して行われる祭りであり、例年、町内外から多くの来場者がある。本事業は、町内企業の活性化に寄与する事業であり、例年12月に開催している。

【会議名】川崎ゑびす会実行委員会（開催数：年3回）

【連携機関】川崎ゑびす会、豊前川崎商工会議所

(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)

	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	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500
地域の経済動向調査に関すること	100	100	100	100	100
需要動向調査に関すること	100	100	100	100	100
経営状況の分析に関すること	200	200	200	200	200
事業計画策定支援に関すること	300	300	300	300	300
事業計画策定後の実施支援に関すること	100	100	100	100	100
新たな需要開拓に寄与する事業に関すること	200	200	200	200	200
支援力向上の取り組みに関すること	200	200	200	200	200
地域活性化に資する取り組みに関すること	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、川崎町補助金、商工会議所会費収入、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

