

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	武雄市商工会（法人番号 4300005004045） 武雄市（地方公共団体コード 412066）
実施期間	令和4年4月1日～令和9年3月31日
目標	①小規模事業者の持続経営力強化 小規模事業者の事業ステージに応じた伴走型支援を展開することを通じ経営力の強化を図り、地域産業の振興及び、雇用の安定と拡大につなげる。 ②山内町、北方町の産業構造特性を活かした地域力の向上 管内の特徴的産業である北方地区の飲食業、山内地区の窯業に対しては、収益確保への取り組みと情報発信に努め、地域力の向上につなげる。 ③2町及び旧武雄市との連携による交流人口受け入れ体制構築による小規模事業者の支援 九州新幹線西九州ルート暫定開業の好機を活かし、武雄市中心部の観光施設と連携し、管内事業所への周遊を通じ交流人口を増加させることで地域内小規模事業者の収益の確保につなげる。
事業内容	地域の経済動向調査に関すること ①国及び武雄市が提供するビッグデータ活用による地域経済動向調査 ②武雄市商工会管内の小規模事業者景気動向調査 需要動向調査に関すること ①都市部での展示販売会開催時の消費者ニーズ調査（窯業） ②管内を訪れる観光客向けの消費者ニーズ調査（飲食業） 経営状況の分析に関すること ①販路拡大に意欲的な事業所等を対象とした経営状況や経営課題の見える化 事業計画策定支援に関すること ①D X推進セミナー・事業計画策定セミナーの開催 ②経済動向、需要動向調査の結果を踏まえた事業計画の策定支援 事業計画策定後の実施支援に関すること ①事業計画を策定した事業所への計画進捗状況のフォローアップ支援 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること ①都市部（福岡都市圏）等での展示即売会の開催及び商談会・展示会出展支援 ②SNS活用支援及びECサイト利用支援
連絡先	武雄市商工会（本所・北方事務所） 〒849-2201 佐賀県武雄市北方町大字志久 1662 TEL 0954-36-2111 FAX 0954-36-3417 mail : takeoshi@sashoren.or.jp 武雄市（商工観光課） 〒843-8639 佐賀県武雄市武雄町大字昭和 12 番地 10 TEL 0954-23-9237 FAX 0954-23-3816 mail : syoukoukankou@city.takeo.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

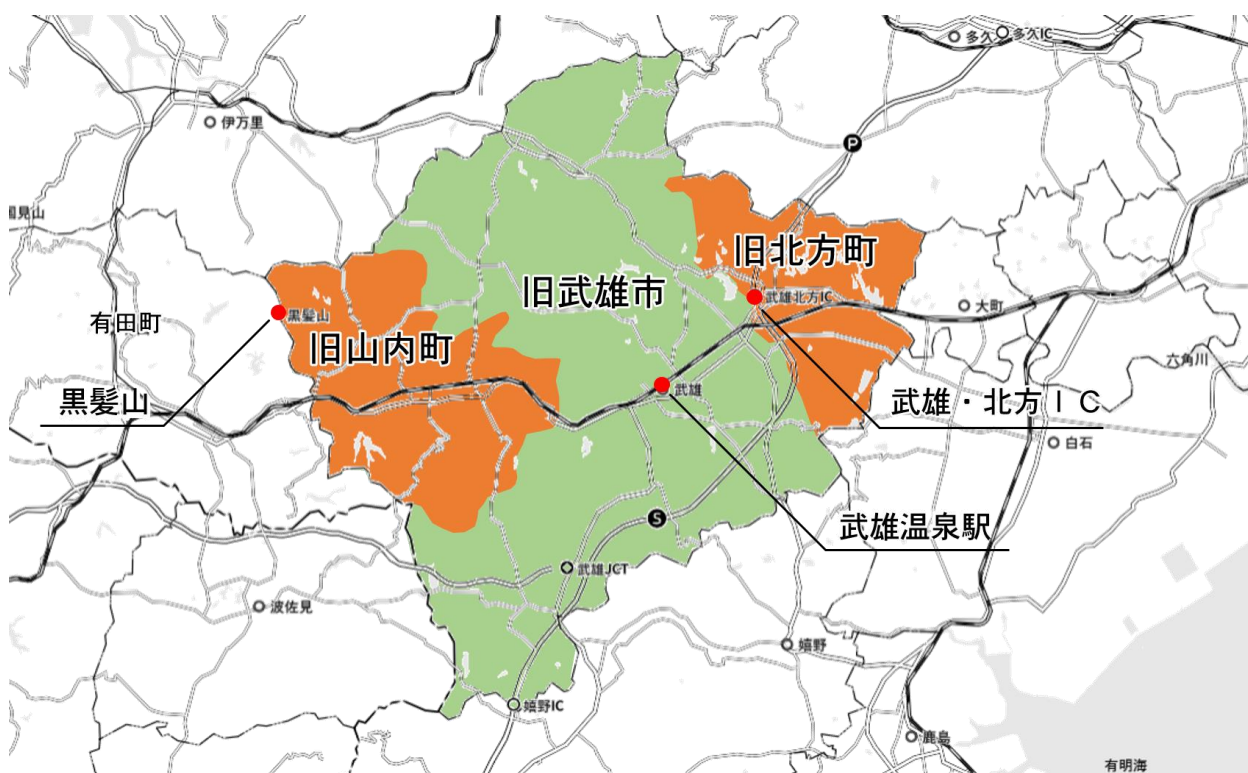
(1) 地域の現状及び課題

・立地

武雄市は佐賀県の西部に位置し豊かな緑と山々に囲まれており、面積は195.44km²である。長崎自動車道武雄・北方ICを有しており、福岡市博多駅からJRで1時間、有明佐賀空港から車で40分の所に位置する西九州における交通の要衝であり、観光都市として位置づけられている。

武雄市商工会は間に武雄商工会議所が所轄する旧武雄市エリアを挟み、北方町と山内町と距離的に13km離れた2町商工会が平成21年に合併し誕生した。

令和4年秋には武雄市と長崎市を結ぶ「西九州新幹線」が開業予定となっている。開業後、当面の間は長崎～武雄間はフル規格新幹線、武雄～博多間は在来線特急での運行となり、武雄が乗換駅として利用されることとなっている。



(北方町)

北方町は長崎自動車道武雄・北方ICを有する交通の要衝である。ICを降りてすぐの国道34号3キロ圏内に、魅力的な地元資本の飲食店が20店舗ほど軒を並べている。安くて美味しい昔ながらの食堂街として、周辺サラリーマン客はもちろん週末には県外からの来客も多く人気を誇っており、個性豊かな味を食べ比べることが出来る。

(山内町)

山内町は、全国的にも有名な焼物の産地である有田町に隣接しており、佐賀県内でも有数の焼物の産地である。雄大な自然景観にも恵まれ、パワースポットとして人気がある黒髪山周辺の黒髪山陶芸作家村においては、カフェ・ギャラリー型併設の窯元として「食と器」のおもてなしも行っており、何度でも足を運びたいような魅力を秘めている。

・人 口

令和３年７月末現在の人口は、武雄市全体で４８，０７６人。本商工会管内人口１５，１７３人（内北方町７，０１３人、山内町８，１６０人）である。

人口は、全体人口、商工会管内人口ともに減少傾向にあり、平成１８年と令和３年を比較すると商工会管内で２，９９８人の減少（減少率▲１６．５％）となっている。

一方で高齢者（６５歳以上）人口は増加傾向にあり、平成１８年と令和３年を比較すると商工会管内で８５７人の増加（増加率１８．８％）となっており、少子高齢化の進行が顕著であり地域活力低下が懸念される。

武雄市及び商工会管内の人口並びに高齢化率

	平成１８年		平成２３年		平成２８年		令和３年	
	人口	高齢化率	人口	高齢化率	人口	高齢化率	人口	高齢化率
武雄市全体人口	52,318		51,262		49,597		48,076	
（内６５歳以上）	12,537	24.0%	12,719	24.8%	14,252	28.7%	15,187	31.6%
商工会管内人口	18,171		17,402		16,291		15,173	
（内６５歳以上）	4,553	25.1%	4,583	26.3%	5,144	31.6%	5,410	35.7%

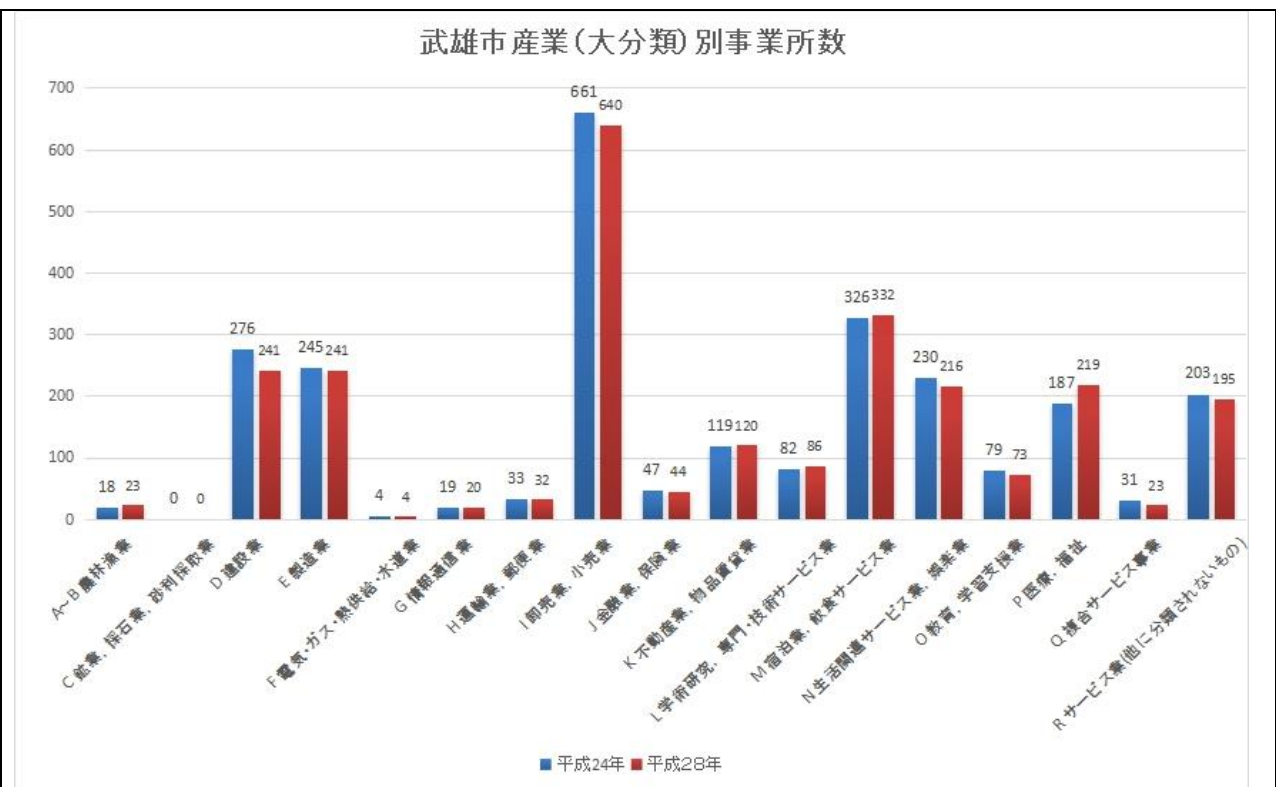
資料：武雄市住民基本台帳

・産 業

ア．地区内業種構成と特徴

武雄市の事業所数は、平成２４年は２，５６０社、平成２８年は２，５０９社であり５１社の減少（減少率▲２％）となっている。

武雄市における業種別事業所数をみると、平成２８年事業所数においては「卸売業・小売業」が６４０社（構成比２５．５％）となっており、続いて宿泊業・飲食サービス業が３３２社（構成比１３．２％）、建設業と製造業が２４１社（構成比９．６％）となっている。



資料：経済センサス

商工会管内の商工業者数は、平成24年は707社、平成28年は633社であり74社の減少(減少率▲10%)となっている。武雄市全体の事業所数の減少率に比べ減少率が8%高くなっており商工会管内の商工業者の減少が顕著となっている。

商工会管内商工業者数

	建設業	製造業	卸売業	小売業	飲食業 宿泊業	サービス 業	その他	合計
平成24年	133	143	25	157	55	156	38	707
平成28年	116	121	28	129	48	143	48	633

資料：武雄市商工会実態調査

イ．業種別の商工業者数（小規模事業者数）の推移

○建設業・製造業の現状と課題

商工会管内における建設業商工業者数は平成24年の133社から平成28年の116社と、17社の減少(減少率▲12.8%)となっている。従業員数も減少傾向にあり平成28年は1,676人であり、平成24年に比べ136名の減少となった。業界全体で高齢化、後継者不足が深刻な問題となっており、人材の確保と育成及び生産性向上が課題である。

製造業の商工業者数は平成24年の143社から平成28年の121社と、22社の減少(減少率▲15.3%)となっている。従業員数は平成28年には3,743人となり若干の増加傾向にある。

商工会管内における製造業の産業中分類では、山内地区に点在する窯業・土石製品関連製造業が50%を占めており最も高い割合となっている。窯業・土石製品製造業においては平成27年から平成28年の製造品出荷額等が46,456万円減少しており、需要の減少、収益性の悪化が顕著となっている。新商品の開発や県外への新たな販路開拓が課題である。

武雄市及び商工会管内の建設業・製造業の事業所数、従業員数の推移

業種			平成 2 4 年	平成 2 8 年
建設業	事業所数（社）	武雄市	2 7 6	2 4 1
		商工会管内商工業者	1 3 3	1 1 6
		商工会管内小規模事業者	1 2 6	1 1 0
	従業員数（人）		1, 8 1 2	1, 6 7 6
製造業	事業所数（社）	武雄市	2 4 5	2 4 1
		商工会管内商工業者	1 4 3	1 2 1
		商工会管内小規模事業者	1 2 9	1 0 7
	従業員数（人）		3, 4 2 2	3, 7 4 3

資料：経済センサス、武雄市商工会実態調査

武雄市工業の業種別実態（従業者 4 人以上の窯業・土石製品製造業）

	平成 2 7 年			平成 2 8 年		
	事業所数 （社）	従業者数 （人）	製造品出荷額等 （万円）	事業所数 （社）	従業者数 （人）	製造品出荷額等 （万円）
窯業・土石 製品	3 4	5 1 6	6 2 0, 3 4 7	2 8	4 5 2	5 7 3, 8 9 1

資料：経済センサス

○卸小売業・サービス業の現状と課題

商工会管内における卸小売業の商工業者数は平成 2 4 年の 1 8 2 社から、平成 2 8 年の 1 5 7 社と 2 5 社減少（減少率▲ 1 3. 7 %）となっている。従業員数も減少傾向にあり平成 2 8 年には 3, 9 6 1 人と 2 9 6 人の減少となった。購買については、武雄市の中心地である武雄町（武雄商工会議所地区）に大型店、ＳＣ等が集中しており周辺部である北方地区、山内地区の小売業は非常に厳しい状況にある。経営者の高齢化、後継者不足、人口減少による売り上げ減少が問題点であり、商品の付加価値を高める取り組みとともに、価格転嫁やキャッシュレス化にいかに取り組むかが課題である。

商工会管内におけるサービス業の商工業者数は平成 2 4 年の 2 1 1 社から、平成 2 8 年の 1 9 1 社と 2 0 社の減少（減少率▲ 9. 5 %）となっている。商工会管内におけるサービス業の産業中分類では、生活関連サービス業が最も多く、続いて宿泊業、飲食サービスとなっている。北方エリアで見ると飲食サービス業が 2 0 社ほど集中して存在しており地域の特徴となっている。宿泊業は、観光資源である「武雄温泉」がある武雄町に温泉旅館等が集中しているが、飲食店は交通の要所でもある北方地区に集中している。武雄温泉や武雄市図書館等豊富な観光資源を有し多くの観光客が訪れる武雄市中心部（武雄町）から、いかに北方地区の飲食店へ観光客などを周遊させるかが課題である。

武雄市及び商工会管内の卸小売業・サービス業の事業所数、従業員数の推移

業種			平成 2 4 年	平成 2 8 年
卸小売業	事業所数（社）	武雄市	6 6 1	6 4 0
		商工会管内商工業者	1 8 2	1 5 7
		商工会管内小規模事業者	1 4 5	1 2 1
	従業員数（人）		4, 2 5 7	3, 9 6 1
サービス業	事業所数（社）	武雄市	8 7 2	8 5 2
		商工会管内商工業者	2 1 1	1 9 1
		商工会管内小規模事業者	1 9 4	1 7 1
	従業員数（人）		5, 3 8 1	5, 2 9 8

資料：経済センサス、武雄市商工会実態調査

※サービス業は下記の産業中分類の合計

(L 学術研究、専門、技術サービス業、M 宿泊業、飲食サービス業、N 生活関連サービス業、娯楽業、Q 複合サービス業、R サービス業)

ウ. 観光客数等の推移

佐賀県観光客動態調査によると、宿泊客は平成 24 年の 479 千人から、平成 28 年は 208 千人と大幅に減少しているものの、日帰り客は平成 24 年の 1,501 千人から、平成 28 年は 1,537 千人と増加(36 千人増)に転じている。利用交通機関をみると、自動用車の割合が 75%を超えている。高速長崎自動車道の利用台数は 1,375 千台(平成 27 年)となっており、県内や福岡、長崎などから高速道路を利用して武雄市へ移動するケースが増加していると考えられる。

武雄市中心部を訪れる日帰り観光客をいかに周辺部(北方地区の飲食店や山内地区の窯元)へ周遊させるかが課題である。

観光客等の推移

(単位：千人)

区分	観光客数	日帰り・宿泊別		交通機関別				発地別		
		日帰り	宿泊	鉄道	バス	自家用車 タクシー	その他	県内	九州	その他
平成 24 年	1,980.0	1,501.0	479.5	112.9	219.8	1,578.5	69.3	707.0	463.8	330.2
平成 25 年	1,695.3	1,541.0	154.3	96.6	188.2	1,351.2	59.3	725.7	476.1	339.2
平成 26 年	1,781.3	1,538.0	243.3	58.8	411.5	1,284.3	26.7	592.5	630.9	314.6
平成 27 年	1,768.7	1,570.0	198.7	52.0	373.2	1,320.5	23.0	599.5	539.2	431.3
平成 28 年	1,745.2	1,537.0	208.2	33.2	373.5	1,319.4	19.1	674.7	593.3	269.0

資料：佐賀県観光客動態調査

エ. 地域の観光資源と特産品

主な観光資源	主な特産品
・ 県立黒髪自然公園 ・ 四季の丘公園(石炭資料館) ・ 杉岳大聖寺(あじさい) ・ 高野寺(しゃくなげ) ・ 道の駅黒髪の里	・ 陶磁器 ・ 黒米、生姜、自然薯、青梗菜 ・ 甘納豆

オ. 商工会管内における業種別の状況と課題		
業種	現状	問題点と課題
建設業	・ 北方地区・山内地区管内全域に点在している。	・ 高齢化の進展、後継者不足が深刻化している。 ・ 自社施工が難しくなり、外注費が増加傾向にある。 ・ I T ツールを導入し小規模の人員でも稼働できる仕組みづくりが求められる。
製造業	・ 管内の中でも山内地区の窯業・土石製品製造業が 61 社点在している。 ・ 県外への販売比率が増加傾向にある。	・ 新商品の開発や県外への新たな販路開拓に課題を抱えており、商談会等の出展支援や企業同士のマッチング支援が求められている。 ・ 経営計画策定の必要性を高く認識しており、実現性の高い計画策定支援が求められている。
卸小売業	・ 北方地区・山内地区管内全域に点在している。	・ インバウンドや電子決済への対応が遅れており、電子決済等の対応が求められる。 ・ 新たな販路開拓として、インターネット通販への取り組みが課題である。 ・ 経営計画策定の必要性を高く認識しており、実現性の高い計画策定支援が求められている。
飲食・サービス業・宿泊業	・ 管内の中でも北方地区には飲食業が多く 20 社点在している。 ・ 同一市町村での販売比率が高く地域に密着した事業展開となっている。	・ 労働集約的産業であるため I T の導入率が低い。 ・ キャッシュレス決済への対応など I T の導入が不可欠であり、D X への取組が早急に求められる。 ・ 原材料の仕入単価が高騰しているが、価格見直しに取組めていない事業者が多い為高付加価値化、ブランド化が求められる。 ・ コロナ禍の影響による客数の減少が顕著であり S N S 等も活用した効果的な宣伝方法が課題。

資料：令和 2 年度佐賀県中小・小規模企業白書

カ. 武雄市の総合計画（商工・観光部分）第 2 期武雄市まち・ひと・しごと創生総合戦略

《商業振興》事業環境の変化に対応し、新たな事業展開等に取り組む中小企業への支援や A I ・ I o T などの先進技術の利活用、キャッシュレス化、企業間連携などによる生産性向上等の取組を支援する。

《工業振興》窯業などの伝統的地場産業については、顧客視点に基づく新商品開発や新たな販路開拓、食と器といった地域資源の掛け合わせによる新しい価値の創出などの取組を支援する。

《観光振興》九州新幹線西九州ルート暫定開業により、武雄市は西九州エリアの交通結節点としての存在感が高まることから、この好機を活かし、全国及び世界からの誘客を図る。近隣市町との連携により、あるものを活かした、それぞれの資源の融合・磨き上げなどを通して、観光客を惹きつける「魅力づくり」に取り組む。また、多言語化やキャッシュレス決済等の利便性の向上、二次交通の充実、ユニバーサルデザイン化を促進し、国内・海外の観光客を温かく迎え入れる「受入環境の充実」を図る

《創業支援》商工団体などを連携し、将来性のある起業・創業への支援に取り組む。

（２）小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

①中長期的な振興のあり方

人口減少、高齢化の進展により、地元消費者の潜在購買力は逡減傾向にある。その為、地域の特徴的産業である山内地区の窯業、北方地区の飲食業を重点業種とし、消費者ニーズの把握につとめ、既存商品の磨き上げや付加価値の高い商品開発を行う。西九州新幹線の開業により多くの観光客が武雄市を訪れる機会を捉え、中心部の観光施設から、北方地区の飲食店や山内地区の窯元へ周遊させる仕組みを構築し交流人口の増加につなげる。窯業に関しては、域内だけでの消費に頼らず、地域外の需要も積極的に取り込むため、県外の展示即売会やＩＴを活用した販路開拓なども実施し持続的発展につなげる。

また、商工業者、小規模事業者が減少している中において、事業承継支援などを通じ廃業を極力食い止めるとともに、中長期的に武雄市商工会管内の小規模事業者が地域経済を支え活力にあふれ、域内で経済・産業が循環する社会を構築する。そのために、商品・サービスの付加価値化や、生産性向上に資する質の高い経営支援を実施し、小規模事業者の持続的発展、成長を実現する。

②第２期武雄市総合戦略との連動性・整合性

あるものを活かした、それぞれの資源の融合・磨き上げなどを通して、観光客を惹きつける「魅力づくり」を行うことに加え、窯業などの伝統的地場産業については、顧客視点に基づく新商品開発や新たな販路開拓、食と器といった地域資源の掛け合わせによる新しい価値の創出などの取組支援を掲げており、本会の地域振興のありかたと高く整合する。

また、事業環境の変化に対応し、新たな事業展開等に取り組む中小企業への支援や企業間連携などによる生産性向上等の取組支援を総合戦略に掲げており、本会の地域振興のありかたと高く整合する。

③商工会としての役割

○小規模事業者の経営サポート役

地域総合経済団体としての役割を踏まえ、地域小規模事業者の安定的な成長が地域経済の発展に不可欠であることを認識し、小規模事業者の長期的な振興を図っていく。需要の低下、売上減少、経営者の高齢化、事業承継などの問題に直面している小規模事業者が、経営を持続的に行うことができるよう、事業計画の策定、実施、フォローアップなどの伴走型経営サポートを行う。

○行政と小規模事業者のパイプ役

国、県、市などが実施する小規模事業者のための各種支援施策を地域の小規模事業者へ普及させるとともに、県、市などが実施する販路開拓の取組や観光面の取組への連携を促す。加えて、地域のニーズや課題などを行政につなげることで行政の施策に反映できるよう、小規模事業者の声を届ける。

（３）経営発達支援事業の目標

①小規模事業者の持続経営力強化

小規模事業者の抱える経営課題に対し、地域経済や需要動向に係る調査結果、経営力などの実態把握等を収集、整理、分析することを通じ実践的な事業計画策定・フォローアップ支援を行う。

小規模事業者の事業ステージに応じた伴走型支援を展開することを通じ経営力の強化を図り、地域産業の振興及び、雇用の安定と拡大につなげる。

②山内町、北方町の産業構造特性を活かした地域力の向上

商工会管内の特徴的産業である北方地区の飲食業、山内地区の窯業については、武雄市とも連携を図りながら、小規模事業者の抱える支援ニーズに丁寧に対応することで収益の確保につなげるとともに情報発信に努め、地域力の向上につなげる。

③ 2町及び旧武雄市との連携による交流人口受け入れ体制構築による小規模事業者の支援 九州新幹線西九州ルートが令和4年の秋に暫定開業する好機を活かし、武雄市中心部の観光施設と連携し、主に北方地区の飲食業、山内地区の窯業への周遊を通じ交流人口を増加させることで地域内小規模事業者の収益の確保につなげる。
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4年4月1日～令和9年3月31日） (2) 目標に向けた方針 ①小規模事業者の持続経営力強化 地域経済情報など外部経営環境に関する情報の整理、分析を行うとともに、小規模事業者の販売する商品等の需要動向に関する情報の収集、分析を行う。あわせて、地域内小規模事業者の経営力（強み、弱み）などの実態把握と分析を行い、上記分析結果をクロスさせた上で実践的な事業計画策定支援を実施する。事業計画策定後はPDCAサイクルに基づき進捗管理を確認し実態に合わせたフォローアップを行う。 ②山内町、北方町の産業構造特性を活かした地域力の向上 商工会管内の特徴的産業である北方地区の飲食業、山内地区の窯業の特性を活かし、需要動向調査の結果をもとにした商品開発やブランド化、ITを活用した情報発信、販路開拓支援を実施する。このことを通じ地区内飲食業者、窯業及び関連事業者の持続的な経営発達と市外からの外貨獲得につなげることで地域力の向上に寄与する。 ③ 2町及び旧武雄市との連携による交流人口受け入れ体制構築による小規模事業者の支援 旧武雄市（武雄市）中心部の観光施設と連携し、全国及び世界からの観光客を惹きつける「魅力づくり」に取り組む。特に商工会管内の特徴的産業である北方地区の飲食業、山内地区の窯業に関しては話題性のあるメニュー作りや土産品等の商品開発を進めるとともに、観光客を周遊させる仕組みを構築し交流人口の増加と収益の確保につなげる。 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】 商工会管内47社を対象に、詳細な実態を把握するため佐賀県商工会連合会が実施する「小規模企業経済動向調査」を実施している。調査結果については報告書に基づき、調査対象事業者のほか、巡回時の経営指導の資料として活用している。 【課 題】 地区内の景気動向をより広く詳細に把握するための独自調査やビッグデータ等を活用した専門的な分析が実施されておらず、より地域経済の状況を把握し、地域特有の優位性や課題解決に繋がるデータを収集し活用することが求められる。

(2) 目標

	現行	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度	R8 年度
①地域経済動向公表回数	—	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
②管内景気動向公表回数	—	4 回	4 回	4 回	4 回	4 回

(3) 実施内容

本会が保有する税務相談所の税務申告データ並びに国及び武雄市が公表するビッグデータを活用し、本会独自の武雄市経済動向分析を行う。また、会員以外にも幅広く提供するために以下の事業を実施する。

①国及び武雄市が提供するビッグデータ活用による地域経済動向調査

	データ名	分析手法	目的
国	RESAS	○地域経済循環マップ、生産分析 ○まちづくりマップ、From-To 分析 ○産業構造マップ	何で稼いでいるのか等を分析 人の動き等を分析 産業の状況等を分析
武雄市	武雄市 オープンデータ	○産業分類別事業所数・従業者数・ 年間商品販売額・製造品出荷額 ○観光客数推移、JR 乗降客数 ○市内総生産、市民分配所得の推移	国のビッグデータと併用しながら、より地域経済の規模や成長、産業構造等を分析。

上記の数値を用いて、外部専門家等を活用し分析する。分析結果は事業計画策定支援に反映する。

②武雄市商工会管内の小規模事業者景気動向調査

武雄市は商工会議所併存地域であり、上述①のデータは武雄市全体の分析結果である。商工会管内の経済動向把握も必要であることより、商工会管内小規模事業者へのヒアリングによるD I 値調査を行う。D I 値調査は経営状況の分析を行う指標として活用し年4回調査・分析を行う。

【調査対象】管内小規模事業者60社（内北方地区飲食店20社、山内地区窯業20社）

【調査項目】現在の景況感、3か月後の見通し、今期及び来季の設備投資計画、直面している経営上の問題点、自社が感じる業界内の状況

【調査手法】経営支援員等によるヒアリング

【分析手法】経営指導員等が外部専門家と連携し分析を行う。

(4) 成果の活用

情報収集、調査、分析した結果はホームページに掲載し、広く管内事業者へ周知する。また、職員等が巡回指導する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】

本会では、山内地区の窯業事業所による窯元市（展示即売会）開催時や、北方地区の飲食店事業者が、市内を訪れる観光客向けの消費者ニーズ調査を実施しているが簡易な調査となっており分析内容が不十分である。都市部への販路開拓に向けた需要動向調査は行えていない。

【課 題】

窯業事業者は都市部への販路開拓に向けた需要動向調査を行う必要がある。また、需要動向調査実施の際は、調査方法などについて職員のスキルアップを図ると共に、事業者に対しては、マーケットインの考え方を浸透させたうえで事業計画に反映できる調査として実施する必要がある。

(2) 目標

	現行	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度	R8 年度
①都市部向け消費者動向調査対象事業者（窯業）	—	6 社	6 社	6 社	6 社	6 社
②管内消費者動向調査対象事業者（飲食）	20 社	20 社	20 社	20 社	20 社	20 社

(3) 事業内容

①都市部向け消費者動向調査

都市部（福岡都市圏）で開催する武雄焼の展示即売会において、販路開拓や商品開発につなげることを目的に、出展事業者の商品や試作品について来場者を対象としたアンケートによる消費者ニーズ調査を実施する。調査結果は分析の上フィードバックを行い、新商品開発に活用する。また、当該調査の分析結果を事業計画に反映する。

【サンプル数】 来場者 200 人

【調査手法】 都市部で開催する展示即売会の来場者に対し、出展事業者及び経営指導員等がアンケート票への記入及びWEBでの回答を促す。

【調査項目】 来場者の属性（居住地・性別・年代）、デザイン、質感、商品毎の利用目的（シーン）・購入予算、商品に対する要望、（購入者に対して）商品単価、購入理由、購入頻度 等

【結果の活用】 分析結果は経営指導員等が当該事業者へ直接説明する形でフィードバックし、更なる改良等を行う。

②管内消費者動向調査

武雄市を訪れる観光客向けに実施している飲食店のグルメスタンプラリー実施時に、商品開発や改良につなげることを目的にアンケートによる消費者ニーズ調査を実施する。調査結果は分析の上フィードバックを行い新メニュー開発に活用すると共に、当該調査の分析結果を事業計画に反映する。

【サンプル数】 来場者 200 人

【調査手法】 グルメスタンプラリーの来場者に対し、飲食店事業者及び経営指導員等がアンケート票への記入及びWEBでの回答を促す。

【調査項目】 来客者の居住地、行動予定、来店動機、飲食メニュー、味、ボリューム、価格、接客、店舗クリーンネス 等

【結果の活用】 分析結果は経営指導員等が当該事業者へ直接説明する形でフィードバックし、更なる改良等を行う。

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

【現 状】

地区内小規模事業者は経営分析の重要性を認識しているが、日々の忙しさから主体的に自社の分析に取り組む事業者は少ない。経営指導員等による経営状況の実態把握は金融、税務相談時及び補助金の

申請を行う際に集中している。

【課 題】

販売する商品又は役務の内容、保有する技術又はノウハウ、経営資源の内容、財務の内容等の現状を定量的に分析することの重要について地区内小規模事業者への理解を深める取り組みを行うと共に、経営状況の分析結果を、支援の基礎資料として経営改善のために活用することが必要である。

(2) 目標

	現行	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度	R8 年度
経営状況分析事業者数	34社	60社	60社	60社	60社	60社

(3) 事業内容

窓口での相談者、巡回指導時の相談者、需要動向調査対象事業者の内販路拡大に意欲的な事業所や、当商工会における重点支援分野である飲食業、窯業、事業承継予定者を選定し、外部専門家なども活用し専門的な分野の支援を図っていくことも促し、経営状況や経営課題の見える化を行うことで小規模事業者の伴走型支援につなげていく。

【支援対象】窓口・巡回での相談者、需要動向調査対象事業者の内、販路拡大に意欲的な事業所や、当商工会における重点支援分野である飲食業、窯業、事業承継予定者

【分析項目】定量分析たる「財務分析」と、定性分析たる「非財務分析」の双方を行う。
《財務分析》直近3期分の収益性、生産性、安全性及び成長性の分析
《非財務分析》下記項目について、事業者の内部分析における強み、弱み、事業者を取り巻く外部環境の脅威、機会を整理する。

(内部環境)		(外部環境)
・商品、製品、サービス	・技術、ノウハウ等の知的財産	・商圏内の人口、人流
・仕入先、取引先	・デジタル化、IT活用の状況	・競合
・人材、組織	・事業計画の策定・運用状況	・業界動向

【分析手法】経済産業省の「ローカルベンチマーク」、中小機構の「経営計画つくるくん」等のソフトに加え、全国商工会連合会「経営状況まとめシート」を活用し、経営指導員等が分析を行う。非財務分析はSWOT分析のフレームで整理する。

(4) 分析結果の活用

- 分析結果は、当該事業者にはフィードバックし、事業計画の策定時に活用する。
- 分析結果は、データベース化し内部共有することで、経営指導員のスキルアップに活用する。

6. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

【現 状】

本会における事業計画策定支援は、補助金申請時や金融支援の際に支援を行うことがほとんどである。経営環境の変化が激しい中、事業を継続させるために事業計画策定は必須であるが、小規模事業者が自主的に自らの経営発達のための事業計画を策定するための支援を行うケースは少ない。

【課 題】

経営状況の分析結果や需要動向調査の結果等を説明し、事業計画を作成する意義や重要性を理解し

てもらう取組みに加え、事業計画セミナーのカリキュラムを見直すなど改善した上で広報関係を強化する必要がある。

（２）支援に対する考え方

小規模事業者に、事業計画策定の意義や重要性を漠然と述べても実質的な行動や意識変化を促せるわけではないため、限られた経営資源の中で即効性のある販路拡大・生産性向上・経営改善・事業承継等に特化した事業計画策定のメリットを周知し支援へとつなげていく。

事業計画策定セミナーについては、中小企業診断士等専門家も活用し、本会によるフォローアップ体制も強化することによって、４・経営分析を行った事業所の５割程度／年の事業計画策定を目指す。

あわせて、持続化補助金等の補助金支援を契機として経営計画を目指す事業者の中から、実現可能性の高いものを選定し、事業計画の策定につなげていく。なお、当商工会における重点支援分野である飲食業、窯業、事業承継予定者に対する事業計画策定支援を優先的に実施する。

事業計画の策定前の段階においてＤＸに向けたセミナーを行い、小規模事業者の競争力の維持・強化を目指す。

（３）目標

	現行	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度	R8 年度
ＤＸ推進セミナー	—	１回	１回	１回	１回	１回
事業計画策定セミナー	１回	３回	３回	３回	３回	３回
事業計画策定事業者数	２８社	３０社	３０社	３０社	３０社	３０社

（４）事業内容

①「ＤＸ推進セミナー開催・ＩＴ専門家派遣」の開催

ＤＸに関する意識の醸成や基礎知識を習得するため、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支援していくために、セミナーを開催する。

【支援対象】経営分析を行った事業者の中でＩＴツール導入やＷＥＢサイト構築等の取組に前向きな事業者

【開催概要】集団セミナーは年１回開催、参加者１回あたり１５名程度。商工会ＨＰ、事業所向け商工会公式ＬＩＮＥにて広く募集する。テーマはＤＸ関連技術の具体的な活用事例やＥＣサイトの活用方法等、小規模事業者のＤＸ推進に向けた取り組みにメリットの高いカリキュラムとする。また、セミナーを開催した事業者の中から取組意欲の高い事業者に対しては、経営指導員による個別対応、経営指導を行う中で必要に応じてＩＴ専門家派遣を行う。

②事業計画策定セミナーの開催

【支援対象】経営分析を行った事業者

【開催概要】集団セミナーは年１回開催、参加者１回あたり１５名程度。個別セミナーは年２回開催、参加者１回あたり５名程度。チラシ作成配布、商工会ＨＰ、事業所向け商工会公式ＬＩＮＥにて広く募集する。小規模事業者の目的や課題解決にメリットの高いカリキュラムとする。

③事業計画の策定

【支援対象】事業計画策定セミナー参加事業者及び販路拡大に意欲的な事業者を対象とする。

【手段・手法】事業計画策定セミナー受講者や販路拡大に意欲的な事業者に対し、経営指導員が担当制で張り付き、外部専門家も交えて確実に事業計画の策定につなげていく。

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】

各種補助金採択者やマル経融資制度利用事業者などの事業計画策定事業所に対するフォローアップ支援については巡回、窓口指導時に進捗管理を行っているが、事業計画策定事業者に対する計画的なフォローアップは実施できていない。

【課 題】

事業計画策定事業者の目標達成に向けた進捗管理や目標未達成時の要因の洗い出し等の検証・把握の為、経営指導員等が巡回指導時などに得た情報の共有化を図るとともに、小規模事業者からも報告を受ける仕組みを整備し、フォローアップ状況を確認できる体制づくりを構築する必要がある。

(2) 支援に対する考え方

事業計画策定後のフォローアップを効果的に行う為には、事業計画実施状況の確認作業であるPDCAの「チェック」機能の充実と、未達の場合、必要に応じて修正作業を支援することが重要である。

事業計画策定後の支援は、事業計画を策定した全ての事業所を対象とするが、事業計画の進捗状況をみながら集中的に支援すべき事業所と、ある程度順調と判断し訪問回数を減らしても支障のない事業所を見極めたうえで、フォローアップ頻度を設定する。

(3) 目標

	現行	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度	R8 年度
フォローアップ 対象事業者数	28社	30社	30社	30社	30社	30社
頻度 (延回数)	100回	150回	150回	150回	150回	150回
売上増加 事業者数	—	6社	6社	6社	10社	10社
利益率5%以上 増加の事業者数	—	6社	6社	6社	10社	10社

(4) 事業内容

事業計画を策定した小規模事業者に対し計画進捗状況のフォローアップ支援を行う。フォローアップ支援の頻度は原則3ヵ月に1回を目標とするが、事業計画と実施内容にズレが発生していると判断される事業所や、重点支援業種である山内地区の窯業、北方地区の飲食店、事業承継事業者は頻度を2か月に1回とする。3ヵ月に1回の事業所はフォローアップ対象事業者の50%（15社）、2か月に1回の事業者はフォローアップ対象事業者の50%（15社）とする。

計画と実施内容にズレが発生していると判断した場合は、中小企業診断士等外部専門家の視点も投入し、ズレの要因を分析して早めに対応方法、計画の見直しを行う。

フォローアップ内容は経営カルテ及び商工会基幹システムへ入力し、職員間で共有する仕組みづくりを行い、ノウハウとして蓄積し次なる支援につなげる。

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】

新たな需要開拓のため、展示会、商談会への積極的な参加を呼び掛けている。現状、当商工会が中心となり窯業事業所による展示即売会を実施しているものの、出店事業者に対する事前支援・事後フォローが不十分である。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に関心があるものの、「高齢化」「知識不足」「人材不足」等の理由により、I Tを活用した販路開拓等のD Xに向けた取組が進んでおらず、商圏に限られた範囲にとどまっている。

【課 題】

需要動向調査を通じて得た情報をもとに、消費者・取引先が求める商品・製品を開発、商品改良した上で展示会・商談会出展を進めていくとともに、販路開拓計画を練り上げることが求められる。あわせて、展示会・商談会出展後のフォローアップ支援の強化が求められる。また、今後、新たな販路の開拓にはD X推進が必要であることを理解・認識してもらい、取組を支援していく必要がある。

(2) 支援に対する考え方

消費者・取引先が求める商品・製品は多岐にわたる。このため、事前の需要動向調査に基づき、期待した成果を得られる支援体制、及び展示会・商談会出展後のフォローアップを行う事で成果につなげていく仕組みづくりを構築する。

現状、域外需要の取り込みの為に実施している展示即売会は継続して開催する。商談会、展示会出展にあたっては、専門家と連携したうえで事前の需要動向調査を分析し商品の改善、新商品の展開を支援するとともに、F C Pシート等プレゼン資料の効果的な作成方法等も支援を行う。出展期間中は、陳列や接客などきめ細やかな支援を行う。「3-1 地域経済動向調査」から「6・事業計画後の実施支援」までの支援を実施した小規模事業者に対しては積極的に展示会商談会への出店を促し、事業計画書の目標商談件数や売上高の増加を達成できるようきめ細やかなフォローアップを行う。

また、D Xに向けた取組として、データに基づく顧客管理や販売促進、S N S情報発信、E Cサイトの利用等、I T活用による営業・販路開拓に関するセミナーの開催や相談対応を行い、理解度を高めた上で、導入にあたっては必要に応じてI T専門家派遣などを実施するなど事業者の段階に合った支援を行う。

(3) 目標

	現行	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度	R8 年度
①都市部での展示販売会 出店事業者数	6 社	6 社	8 社	8 社	1 0 社	1 0 社
売上高／社	3 0 万 円	3 0 万円	3 0 万円	3 0 万円	3 0 万円	3 0 万円
②商談会参加事業者数	1 社	2 社	2 社	2 社	2 社	2 社
成約件数／社	1 社	1 社	1 社	1 社	1 社	1 社
③S N S利用事業者数	5 社	1 0 社	1 0 社	1 0 社	1 0 社	1 0 社
売上増加率／者	—	1 0 %	1 0 %	1 0 %	1 0 %	1 0 %
④E Cサイト利用事業者数	1 社	5 社	5 社	5 社	5 社	5 社
売上増加率／者	—	1 0 %	1 0 %	1 0 %	1 0 %	1 0 %

(4) 事業内容

①都市部（福岡都市圏）等での展示即売会の開催（B t o C）

経営状況の分析の行った上で事業計画を策定した意欲の高い窯業関係事業者を優先的に選定し、当商工会が都市部（福岡都市圏）等において販売会場を借り上げ、展示即売会を開催することで新たな需要の開拓を支援する。

【参考】平成29年より、当商工会が主催して福岡都市圏にて窯元市（タケオバ）を開催している。令和2年度は当展示販売会に6事業所が参加し、期間中（5日間）638名の方に購入いただき全事業所合計で約190万円の売上高があった。

②商談会・展示会出展支援（B t o B）

経営状況の分析の行った上で事業計画を策定した意欲の高い食品製造事業者や地域産品製造事業者を選定し、地域色の高い商品の販路開拓を支援する。商談会・展示会へは参加させるだけでなく、商談がスムーズに行えるようFCPシートなどプレゼン資料の効果的な作成手法についても支援を行うとともに事後フォローとして名刺交換した商談相手へのアプローチ手法など、確実な成果（成約）につながる支援を実施する。

【参考】想定される商談会等

○Food EXPO九州（B t o B）

福岡市で2日間開催される九州最大級の商談会。来場者は国内外のバイヤーに限定され、国内の百貨店、スーパー等からアジア・欧米の大手バイヤー約130社が訪れる商談会である。

○ニッポン全国物産展（B t o B、B t o C）

全国商工会連合会が主催する大型催事であり、東京都「池袋サンシャインシティ」で開催される。全国の商工会会員事業所等が出展し、3日間で約15万人の集客と全体売上1億円を超える実績を有する物産展である。

③SNS活用支援

当商工会における重点支援分野である北方地区の飲食店は、現状の顧客が近隣の商圈に限られている店舗が多いことより、より遠方の顧客の取込のため、取り組みやすいSNSを活用し、情報発信の質を高める工夫や発信頻度を高める取り組みを通じ、地域ブランドの確立と宣伝効果を向上させる支援を行う。

④ECサイト利用支援（B t o C）

当商工会における重点支援分野である山内地区の窯業関連事業者に対し、カラーミーショップやBASE（ベイス）、STORES（ストアーズ）等のショッピングサイト等の提案を行いながら、効果的な商品紹介のリード文、商品撮影、商品構成等についてIT専門家を活用した上で効果的な伴走支援を行う。

また、ECサイトのみならずクラウドファンディングやポータルサイトなど時代に合わせた販促ツールの活用を促進し、販路開拓支援を行う。

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】

毎年度自己評価をおこない、佐賀県商工会連合会が設置する「経営発達支援事業外部評価委員会」に報告書を提出し評価を得ている。なお、評価結果については理事会等へ報告し、ホームページ等にて公表している。加えて、一部の数値目標については四半期ごとに実績を県連に報告して県内の他商

工会と比較検討している。

【課 題】

四半期ごとに事業計画策定件数などの一部の数値目標については進行管理をおこなっているものの、経営発達支援事業全体の把握までには至っていない。

(2) 事業内容

法定経営指導員等による商工会内部において、四半期ごとに経営発達支援事業の進行状況をPDCA管理しながら課題等を分析し、県連に報告して県内の他商工会の状況と比較検討をおこない分析評価を深める。

また、外部有識者（中小企業診断士等）、武雄市担当課、法定経営指導員等をメンバーとして「協議会」を設置し、年2回開催して評価の客観性を図る。協議会の評価結果は理事会等にフィードバックしたうえで、事業方針等に反映させるとともにホームページおよび総会資料に掲載することで、地域の小規模事業者等が常に閲覧可能な状態とする。

※外部有識者：中小企業診断士など専門的な知識を有する第三者であること。

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】

OJTによる資質向上としては、職員間での支援手法等の共有、支援内容のデータベース化、専門家の高度かつ専門的な支援手法の習得に努めるなど、職員全体の支援スキルを高めている。

OFF-JTによる資質向上では、中小企業基盤整備機構・中小企業大学校・佐賀県商工会連合会主催の各種研修会への参加、全職員による経営支援事例の共有、経営指導員等WEB研修を受講するなど支援能力の向上を図っている。

【課 題】

OJTならびにOFF-JTによる資質向上を実施することで、支援スキルについては一定の効果があつたものの、経験年数の浅い職員も増加しており、今後も継続しての知識習得や職員間での情報共有を強化することが必要である。

(2) 事業内容

①外部講習会の積極的活用

経営指導員及び支援員の経営支援能力の向上のため、中小企業基盤整備機構、中小企業大学校が主催する「中小企業支援担当者等研修」および佐賀県商工会連合会主催の一般研修（法令や施策）や経験年数に応じた階層別研修（知識や技能）、重要度や受講ニーズが高いテーマ別研修（事業計画策定セミナー）に参加する。

また、喫緊の課題である地域事業者のDX推進への対応としては、啓発・普及および導入に係る身近な相談の場となる佐賀県商工会連合会主催のITフェアに参加する。経営指導員および支援員のITスキルを向上させるとともに、ニーズに合わせた相談・指導を可能にするため、DX推進取組に係る相談・指導能力の向上のためのセミナーについても積極的に参加する。

【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

クラウド会計ソフト、補助金の電子申請、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

ホームページを活用した自社PR、連携ECサイト活用促進（全国連）、オンライン展示会への出展、テストマーケティング、SNSを活用した広報等

○その他取組

非接触オンライン経営相談等

②OJT制度の導入

支援経験の豊富な職員と経験年数の浅い職員がチームを組成し、巡回指導や窓口相談の機会を活用したOJTを積極的に実施し、組織全体としての支援能力の向上を図る。

③職員間の定期ミーティングの開催

事務局長を含む職員全員による運営会議を毎月1回開催、経営支援課長等を中心とした経営支援会議を毎週1回開催し、小規模事業者への各種支援施策と活用状況ならびにIT等の活用方法や具体的なツールの紹介について、意見交換等をおこなうことにより事例の共有と支援能力の向上を図る。

④データベース化

経営指導員や支援員は、経営支援に関する内容について、基幹システムや商工会プラットフォームにデータ入力を適時かつ適切におこなうことで、支援を継続している小規模事業者の状況等を職員全員が相互共有できる。担当外職員において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。

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】

当商工会が主催する武雄市金融懇談会以外に、佐賀県商工会連合会、日本政策金融公庫が開催する各種会議に出席し、小規模事業者支援に関する支援事例、ノウハウなど様々な情報を共有している。各種会議で得た情報や支援事例は当商工会内事務局で共有する仕組みを取り入れている。

【課 題】

会議・協議会に出席し情報交換するだけでは支援力向上まで発展しない。会議出席の際は、日頃より他機関との情報交換、支援ノウハウが共有できるよう関係性を強化することを目的に参加することが求められる。

(2) 事業内容

①武雄市金融懇談会の開催（年1回）

当商工会主催で、武雄市役所、佐賀県信用保証協会、日本政策金融公庫、市内金融機関（佐賀銀行、佐賀共栄銀行、九州ひぜん信用金庫、佐賀西信用組合）の参加による情報交換会を実施。各金融機関が有する支援ノウハウを共有する。

②佐賀県商工会連合会主催の県内商工会情報交換会への出席（年10回）

佐賀県商工会連合会主催で年10回程度開催される県内商工会研修会において、各商工会との間で支援ノウハウ、支援の現状、セミナー、講習会等の情報交換を行う事により、支援スキルの向上及びノウハウの蓄積を図る。

③経営改善貸付推薦団体連絡協議会への出席（年1回）

日本政策金融公庫主催による「経営改善貸付推薦団体連絡協議会」において、地域の経済動向と金融支援の状況等に関する情報交換、模範事例等の情報共有を行い、小規模事業者に対する金融支援をよりスピーディーに行える体制を整える。

Ⅲ. 地域経済活性化に資する取組

1 2. 地域経済の活性化に資する取組に関すること

【現 状】

本市商工会管内は間に武雄商工会議所を挟んだ飛び地であり広域に及んでいる。各地区の地域経済を活性化させるにはマンパワーも不足しており、商工会独自での取り組みは限界がある。

【課 題】

武雄市総合計画と本市商工会経営発達支援計画の視点に立ち、行政、各種経済団体等と連携を深めて小規模事業者の持続的発展につながる地域経済活性化事業に取り組むことが求められる。

①武雄市新幹線活用プロジェクトへの参画

令和4年に九州新幹線武雄温泉駅が開業することにより、武雄市は西九州エリアの交通結節点として更に存在感が高まるものと考えられる。この好機を活かし、全国から多くの方に武雄市へ来てもらう為にも武雄の魅力に更に磨きをかけ、訪れたい、住みたい環境づくりを進めていく必要がある。そのため、官民が連携して、具体的な事業計画などを進め、新幹線開業に向けて様々な取組みを展開していくことを目的として設立された「武雄市新幹線活用プロジェクト」へ参画する。同プロジェクトには武雄市役所、武雄商工会議所、武雄市観光協会等が参加しており年1回以上定期的に開催されている。各機関と連携し、武雄市中心部を訪れる観光客を周辺部（北方地区の飲食店や山内地区の窯元）へ周遊させる仕組みを構築する。

②武雄市雇用創造協議会への参画

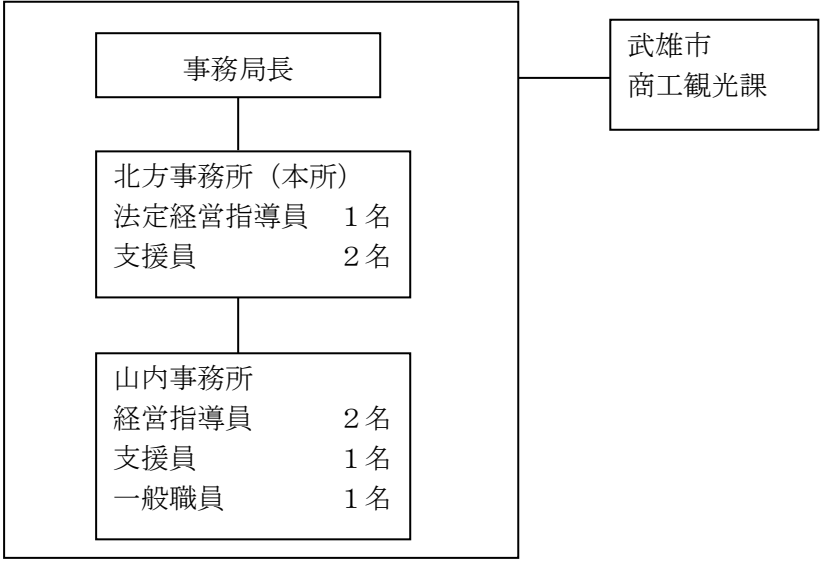
武雄市地域における雇用機会の創出を図ることを目的とし、年1回以上定期的に開催されている。武雄市雇用創造協議会へ参画し、武雄市地域における雇用創出機会の創出に寄与するとともに、本事業を通じて実施される雇用に関するセミナーや、スキルアップに繋がるセミナーへの参加も促す。本事業の構成委員である武雄市観光協会、武雄商工会議所、武雄市商工会、佐賀県農業協同組合杵藤エリア、武雄市とも連携し幅広く情報交換を行い、小規模事業者へ適切な情報提供を行う。

③武雄市物産祭りの実施

武雄市物産祭りは、武雄市を代表する地域振興事業であり、市内外から認知されているイベントである。本事業は、武雄市の賑わいを作ると同時に、出展事業者の売上増、PRのほか、周辺地域の売上増にも寄与している。年1回以上定期的に開催されている、武雄市物産祭り実行委員会には、武雄市役所、武雄商工会議所、武雄市観光協会、JAにより構成され、出展社数80者、来場者数5万人を超えるイベントであり、地域経済・地域振興に好影響を及ぼす事業である。

(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3年8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)	
 <pre> graph TD A[事務局長] --- B["北方事務所 (本所) 法定経営指導員 1名 支援員 2名"] B --- C["山内事務所 経営指導員 2名 支援員 1名 一般職員 1名"] A --- D[武雄市 商工観光課] </pre>	
(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 光武 英樹 ■連絡先 武雄市商工会 TEL：0954-36-2111	
②当該経営指導員による情報の提供及び助言	
経営発達支援事業の実施・実施に係る指導及び助言、目標達成に向けた進捗管理、事業の評価・見直しをする際の必要な情報の提供を行う。	
(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	
〒849-2201 佐賀県武雄市北方町大字志久 1662 武雄市商工会 (本所・北方事務所) TEL 0954-36-2111 FAX 0954-36-3417 E-mail : takeoshi@sashoren.or.jp 〒849-2303 佐賀県武雄市山内町大字三間坂甲 13800 番地 武雄市商工会 (山内事務所) TEL 0954-45-2505 FAX 0954-45-2443	
②関係市町村	
〒843-8639 佐賀県武雄市武雄町大字昭和 12 番地 10 武雄市役所 営業部 商工観光課 TEL 0954-23-9237 FAX 0954-23-3816 E-mail : syoukougankou@city.takeo.lg.jp	

(別表3)

経営発達支援事業の実施に必要な資金の額及びその調達方法

(単位 千円)

	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度
必要な資金の額	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000
地域経済動向調査	100	100	100	100	100
需要動向調査	200	200	200	200	200
経営状況分析	300	300	300	300	300
事業計画策定・実施支援	300	300	300	300	300
新たな需要開拓支援	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000
評価委員会等の開催	100	100	100	100	100

(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、手数料、特別賦課金、伴走型小規模事業者支援推進事業補助金、県補助金、市補助金等

(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。

(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