

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	唐津商工会議所（法人番号：4300005005209） 唐津市（地方公共団体コード：412023）
実施期間	令和6年4月1日 ～ 令和9年3月31日
目標	①唐津産品の認知度向上のために広域への販路開拓の推進 ②DX推進による生産性向上と経営力強化 ③事業承継による新陳代謝の促進及び創業促進で地域内活性化の創出 ④小規模事業者との対話と傾聴を通じ、個々の課題設定や自己変革力の強化による地域全体の持続的発展への取組
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 ①RESAS等を活用した地域の経済動向分析 ②中小企業景況調査と地域経済動向調査による情報収集 4. 需要動向調査に関すること ①展示商談会でのバイヤー等へのアンケート調査の実施 5. 経営状況の分析に関すること ①経営分析を行う事業者の発掘（経営分析セミナーの開催と巡回・相談窓口） ②経営状況分析の実施 6. 事業計画策定支援に関すること ①DX推進セミナーの開催及びIT専門家派遣の実施 ②事業計画策定セミナーの開催及び専門家派遣の実施 ③創業計画策定セミナーの開催 7. 事業計画策定後の実施支援に関すること ①経営指導員等による定期的かつ継続的なフォローアップ支援 8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること ①展示商談会への出展支援（B to B） ②ECサイトを活用した販路開拓（B to C） ③SNSを活用した情報発信（B to C）
連絡先	唐津商工会議所 経営相談課 住所：〒847-0012 佐賀県唐津市大名小路1番54号 TEL：0955-72-5141 FAX：0955-72-5146 E-mail： kcci@karatsu.or.jp URL： http://www.karatsu.or.jp 唐津市 経済部 商工振興課 住所：〒847-8511 佐賀県唐津市西城内1番1号 TEL：0955-72-9141 FAX：0955-72-9182 E-mail： syokou@city.karatsu.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

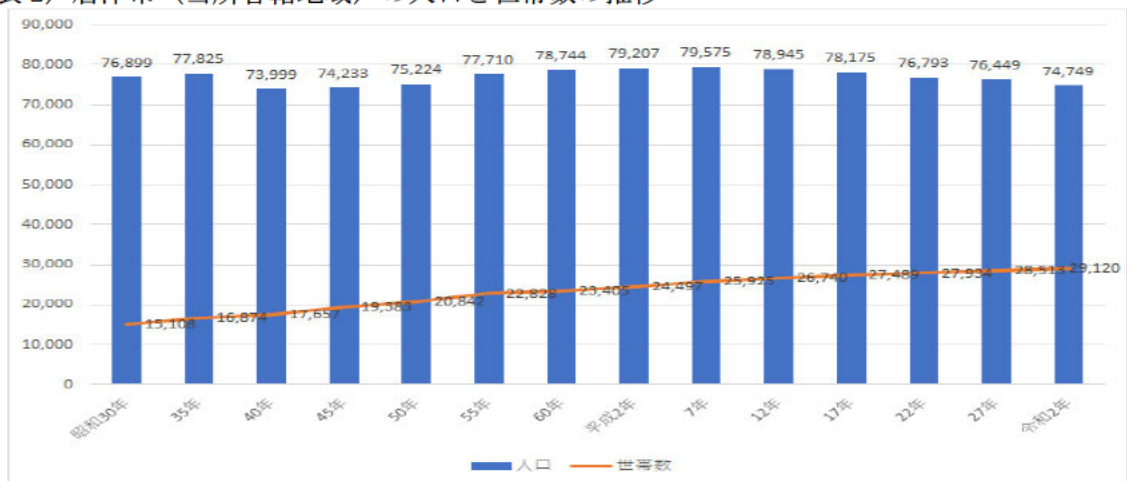
①現状

唐津市は佐賀県の北西部に位置しており、平成17年1月に1市6町1村が合併し新唐津市が誕生。その後、平成18年1月に七山村が編入した。面積は約487.60㎢(内、当所管内約127.49㎢)で佐賀県全体(2,440.67㎢)の20%を占め、現在では唐津商工会議所・唐津上場商工会・唐津東商工会の3つの商工団体が併存することになった。当所は、唐津市の中心部に位置し合併前の旧唐津市を管轄地域としている。(図表1)。当所管内の人口は、令和2年に74,749人となり平成27年の76,449人から5年間で1,700人の減少となった。世帯数は29,120世帯で、平成27年の28,513世帯に比べ607世帯増加している。(図表2)。

(図表1) 唐津市の位置図と風景



(図表2) 唐津市(当所管轄地域)の人口と世帯数の推移



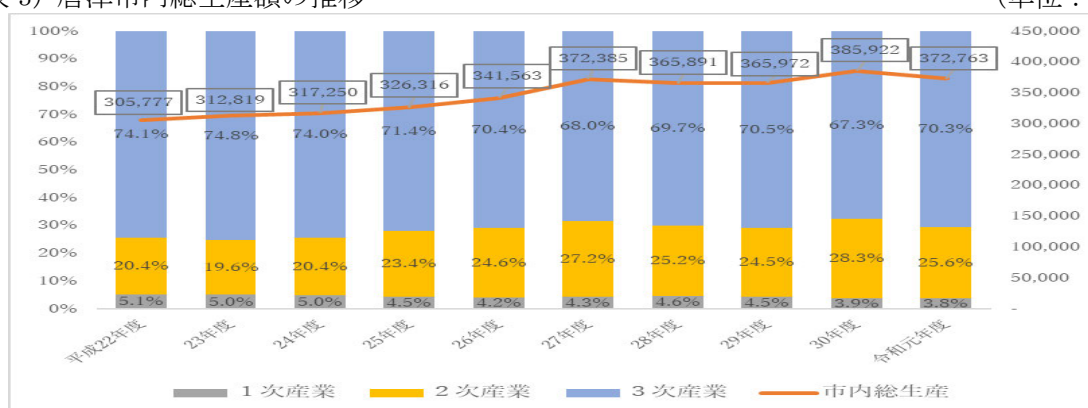
出典：唐津市 旧市町村別人口・世帯の推移

地域全体としては、唐津市内総生産は、令和元年度は、3,727 億円である。産業別割合は第 1 次産業が 3.8%、第 2 次産業が 25.6%、第 3 次産業が 70.3%であり、第 3 次産業の割合が高い。生産額を産業別にみると、平成 22 年から令和元年度の間に、第 1 次産業が 15 億の減少、第 2 次産業が 330 億の増加、第 3 次産業が 354 億の増加となっており、特に第 2 次産業の割合が増えている。(図表 3)

令和元年度の市内総生産 3,727 億円の産業別の内訳をみると、製造業が 727 億円 (20%) で最も多く、続いて保険衛生・社会事業の 528 億円 (14%)、卸売・小売業の 439 億円 (12%) となっている。(図表 4)伝統的な焼き物である唐津焼の窯元があるが、小規模な窯元が点在し、産業としての規模が小さい。

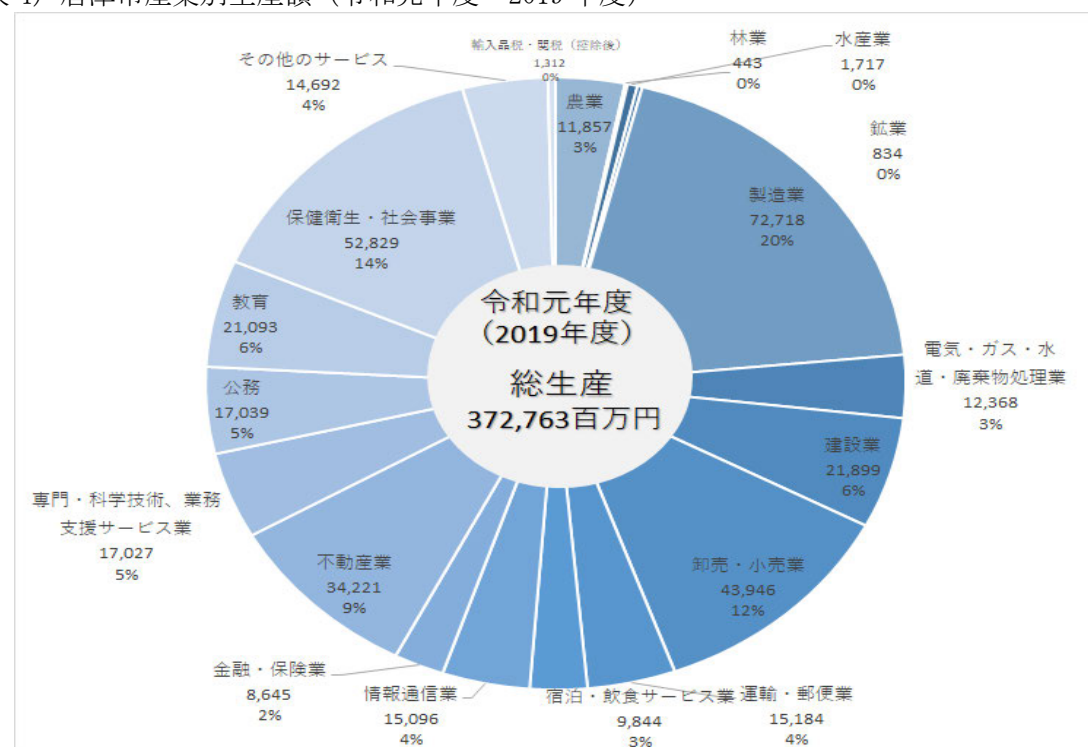
(図表 3) 唐津市内総生産額の推移

(単位：百万円)



出典：佐賀県統計年鑑

(図表 4) 唐津市産業別生産額 (令和元年度・2019 年度)



出典：佐賀県統計年鑑

唐津市の商業は、外部資本の専門小売店、郊外型大型ショッピングセンターなどの進出により、中小小売店への影響があり衰退傾向にある。

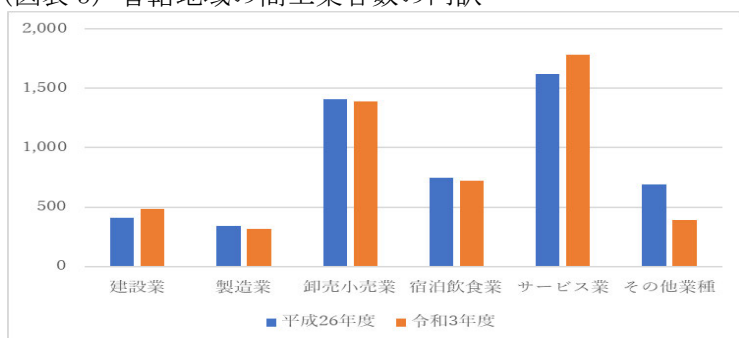
また、西九州自動車道などの整備により福岡都市圏への消費流出が高まっている。その一方で福岡県を中心に観光客の入込は増加している状況にある。

管轄地域における商工業者の現状は、令和3年5,089事業所であり、平成26年5,210事業所に対して、約2%弱減少で推移している。(図表5) なお、業種別事業者数の内訳として商業(卸売・小売業、宿泊・飲食、サービス業)の占める割合が平成26年度58%、令和3年度76%となっており、全体の約67%を占めている。この中で、事業者の増加傾向にあるのは建設業とサービス業である。一方、特に減少割合が高いのは、その他業種である。

小規模事業者の方では、増加傾向にあるのは建設業である。一方、減少傾向にあるのは卸売・小売業、サービス業、その他業種である。要因としては、大型店の進出、事業主の後継者不足や高齢化による廃業に加え新型コロナウイルス感染症の影響が主な理由である。

管轄地域では、人口減少と少子高齢化の進展や労働力人口の減少等により、今後も厳しい経営環境が続くものと考えられる。(図表6)

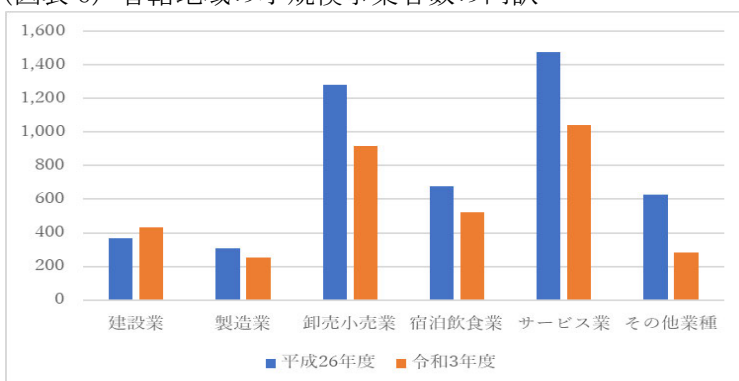
(図表5) 管轄地域の商工業者数の内訳



出展：経済センサス（令和3年度）

	建設業	製造業	卸・小売業	宿泊・飲食業	サービス業	その他業種	計
H26 年度	407	341	1,405	747	1,619	691	5,210
R3 年度	487	318	1,391	720	1,782	391	5,089

(図表6) 管轄地域の小規模事業者数の内訳



出展：経済センサス（令和3年度）

	建設業	製造業	卸・小売業	宿泊・飲食業	サービス業	その他業種	計
H26 年度	370	310	1,278	679	1,473	628	4,738
R3 年度	435	251	914	520	1,040	285	3,445

②課題

＜販路開拓・拡大＞

- ・商店街を含む小規模事業者は、唐津に近接する福岡都市圏への交通アクセスの向上及び大型小売店や大手ディスカウント店への顧客流出により、販売機会を逃し、経営状況が悪化しているため顧客の呼び戻しが必要である。
- ・九州の一大消費地である福岡市に隣接しながら、唐津市の産品は福岡に比べると認知度が低く、消費においても同市へ流出する傾向が高まっている。海産物の加工品など魅力ある産品等は多くあるものの、情報発信力が弱く、販路開拓が必要である。

＜労働生産性の向上＞

- ・人口減少による消費の減衰、及び高齢化率が上がることによる消費構造の変化への対応、さらに、前記の人口推移より、生産年齢人口の減少が見込まれる。人手不足が深刻となり、事業者は、D Xを活用した生産性向上の取組が必要である。
- ・様々な分野でデジタル技術を活用した変革が進んでおり、企業は生産性向上や競争力維持・強化のためにD X推進する必要がある。

＜少子高齢化・後継者不足への対応＞

- ・小規模事業者は、事業主の高齢化・後継者問題等の不安をかかえており、この先廃業が増え地域経済が衰退していく恐れがあるので、歯止めをかけるために創業支援・事業承継支援に取り組む必要がある。

（２）小規模事業者支援の中長期的な振興のあり方

①10年程度の期間を見据えて

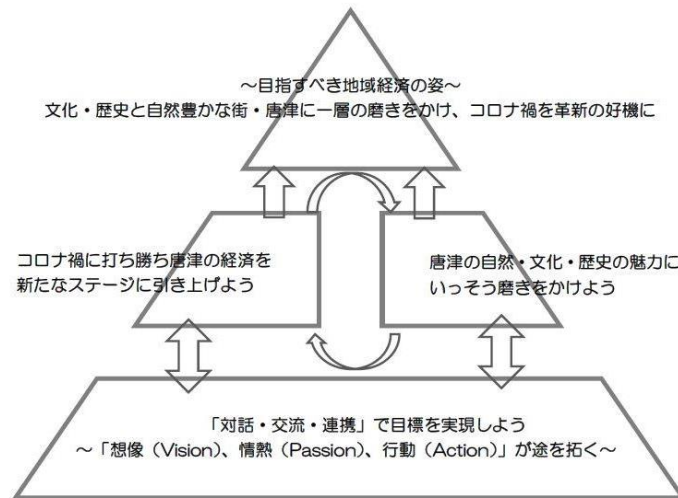
経営発達支援事業を通じて、地域の小規模事業者の商品・サービスが磨き上げられることによって、唐津市内の消費者が福岡都市圏に流出せず、地元のお店で消費することで、域内における経済循環が向上し、それが地域活性化につながる。

また活力ある小規模事業者によって、豊富な地域資源を活用した商品・サービスが開発され、首都圏や福岡都市圏で広く認知される。唐津市に訪れる国内外の観光客に対しても自信を持ってアピールできる商品・サービスがあることで、小規模事業者の経営発達だけではなく、地域ブランドとしての活用も期待できる。

さらに外部環境が変化していく中で、I T・デジタル導入等によってD Xをはじめとする商品・サービス、ビジネスモデル等の変革に柔軟に対応し、競争上の優位性を確立した小規模事業者が増えることが期待される。

当所では、小規模事業者の中長期的な振興にあたり上述の（１）地域の現状及び課題や当所の「第２次唐津商工会議所中期計画 2021-2024（４年計画）の概念図および概要」を踏まえ（下図参照）、「販路開拓・拡大」「労働生産性の向上」「少子高齢化・後継者不足への対応」を優先課題とするとともに、広域に対しての情報発信力の強化、D X活用によるビジネスの革新、新たなビジネスの創造を促進し、「魅力ある、しなやかな唐津のまちと経済づくり」に取り組んでいく。

第2次唐津商工会議所中期計画2021～2024概念図



第2次唐津商工会議所中期計画2021～2024 概要 ～文化・歴史と自然豊かな街・唐津に一層の磨きをかけ、コロナ禍を革新の好機に～

はじめに
～コロナ禍という荒波の先にある光を見つけよう～

- (1) with コロナ、After コロナを見据えて
- (2) 大きな変化の後には新しいビジネスが生まれる。
働き方、居住の仕方、消費のあり方が変わる。
- (3) 時代を切り拓いた唐津の先人の進取の気性を改めて学び元気を獲得しよう。
耐恒寮開校 150 周年 (2021)、新一万円札発行 (2024)、唐津商工会議所 90 周年 (2024)、唐津銀行開設 140 周年 (2025)。
- (4) 重要なインフラ等の完成を活力と魅力あるまちづくりのきっかけにしよう。
東城内町田線 (2020 開通)、松浦川遊歩道 (2021 冬)、唐津城修復 (2022 秋)、新市庁舎 (2022)、唐房トンネル (2024)、舞鶴荘再活用、・・・
- (5) 日本と世界の政治経済の動きを注視しよう。
2020 年日本 菅政権誕生 / 2021 年アメリカ バイデン政権誕生

<目指すべき地域経済の姿と目標>
「歴史・文化と自然に満ちた街・唐津に荒波を乗り越える人と企業がきらりと輝く」
「一人当たり市民所得をできるだけ早期に佐賀県平均に引き上げるとともに、引き続き、全国平均に引き上げる」
<活動の基本姿勢～「対話、交流、連携」～>
<実現へのエネルギー「夢 (Vision)、情熱 (Passion)、行動力 (Action)」>

1. 唐津の地域経済の現状と課題を最新のデータで俯瞰する。
～「未来のことはわからない。ただ、人口と家計消費から起きている未来を読み取ることは出来る」P.F.ドッカー～

- (1) 新唐津市誕生から 15 年間の人口の推移
- (2) 我が国の将来人口推計 (3) 唐津市の将来人口推計
- (4) 産業別就業者の推計 (5) 年代別人口の今後の推移が示すもの
- (6) 市内総生産とその推移 (7) 唐津市の一人当たりの市民所得の推移と比較
- (8) 唐津市の地域経済指標が示すもの
- (9) 唐津市の企業数・事業所数・従業員数の推移
- (10) 企業規模別の労働生産性とその推移
- (11) 雇用環境の推移
- (12) ビッグデータ REASAS 分析の試み～潜在人口を例に～

2. コロナ禍に打ち勝ち唐津の経済を
新たなステージに引き上げよう。
～コロナ禍・大きな変化は革新の好機です～

- (1) コロナ禍の中でも明暗がある。学ばべきものを見つけよう。
- (2) コロナ禍、今ここにある危機を乗り越えよう。
- (3-1) 多彩な創業者を輩出しよう。
- (3-2) 経営力強化、販路開拓、事業承継を確実に実施しよう。
- (4) 国内観光客を核に据えたとともに、訪日観光客の復活にそなえよう。
(ア) 日本の観光産業から見えてくるもの
(イ) インバウンド (訪日観光客) の復活にそなえよう。
(ウ) 唐津観光デザイン会議をいっそう活発に、実行あるものにしよう。
(エ) DMO の設立へのロードマップを持とう。
- (5-1) 再生可能エネルギーを地域産業に育てよう。
- (5-2) 国際的コスメティッククラスターを形成しよう。
- (6) 唐津の食文化を持続可能で魅力的なものにしよう。
- (7) 唐津市中小企業・小規模企業振興条例を有効に活用しよう。

3. 唐津の自然・文化・歴史の魅力にいっそう磨きをかけよう。
～「まちの魅力」の増加が地域経済に付加価値を与えます～

- (1-1) 中心市街地の活性化の取り組みを継続しよう。
- (1-2) 立地適正化計画を策定しよう。
- (1-3) 九州電力火力発電所跡地の土地利用構想を早く策定しよう。
- (2) 「城内地区・曳山通り景観まちづくり」事業を進め、唐津の魅力を面的にひろげよう。
- (3-1) 唐津焼窯跡の地に「唐津焼美術館」構想を実現しよう。
- (3-2) SUP をはじめとしたマリンスポーツを普及促進しよう。
- (4) KARATSU-LOCALIST (移住者) を増やそう、受け皿を整備しよう。
- (5) 多くの市民が文化・まちづくり活動を行っています。支援しましょう。
- (6) 唐津商工会議所「地域文化振興基金」を充実し、市民活動を支援しよう。

4. 対話・交流・連携で、魅力があり、
しなやかな唐津のまちと経済を
つくる。
～「夢」、「情熱」、「行動力」が道を拓く～
(vision) (passion) (action)

- (1) 国県市等に対する政策提言を積極的に行おう。
- (2) 情報発信を強化し、確実に市民・消費者に届くようにしよう。
- (3) デザインとストーリーを重視した事業運営をしよう。
- (4) With コロナで身に付けた WEB 会議、リモートワーク等のノウハウを大いに活用しよう。
- (5) 唐津商工会議所の力量を高めよう。
- (ア) 会員満足度のいっそうの充実を進めよう。
- (イ) 多くの事業者に会員になっていただく。
- (ウ) 財政基盤を強化しよう。
- (エ) 商工会議所青年部、女性会の活動をいっそう活発にしよう。
- (オ) 観光協会等の経済団体、まちづくり団体との連携を強めよう。

（おわりに）

地域経済にコロナというアゲインストの風が吹いています。かなりの強風です。先行きも不透明です。唐津のまちと企業人は危機を乗り越える力量を十分に持っていることを確信しています。

<二人の言葉>

マルク・アントワース ジャメ (LVMH 事務総長)
「どんな分野においても内部の対立物間の拮抗と統一が新たな進歩を生む。LVMH の経営ではそれを意識している。」

ウィンストン・チャーチル (英国首相)
「風が一番高く上るのは、風に向かっているときである。風に流されている時ではない。」

②唐津市総合計画等との連動制・整合性

本経営発達支援計画は、平成 27 年度 (2015 年) ～令和 6 年度 (2025 年) の 10 年間を計画期間とする「第2次唐津市総合計画」の基本施策 2「地域の魅力アップによる商工業の活性化」における 3 つの単位施策について、連動制、整合性を保ちつつ、連携して取り組んでいく。

1) 中小企業・小規模企業の活性化

小規模事業者は、経営環境の変化に伴う経営状況の悪化及び人手・後継者不足など様々な経営上の問題を抱えている。当所としては、販路開拓、事業承継などの経営課題に対し、事業計画策定の必要性を示し、ニーズに合った伴走支援により経営力強化を図る。

2) 商店街及び中心市街地の活性化

当所としては、商店街の事業者の経営支援を行い、営業店舗数の維持に努めるとともに、空き店舗対策としては、創業者に対する補助金の活用などの出店支援を行い、管内の雇用創出を図る。

3) 唐津産品販路拡大の推進

当所としては、展示商談会等への出展支援を通じて、広域への販路開拓を行い、唐津産品の知名度アップを図る。

③商工会議所としての役割

当所は、地域における総合経済団体として、また支援機関として、小規模事業者のサポーターとして、伴走しながら持続的発展に向けた支援を行うことで、小規模事業者の経営発達を促し、経済循環の向上、さらにはD Xを活用したビジネスモデル等の変革を実現させる。また行政や関係機関と連携を図り、小規模事業者への支援を工夫しながら効果的な取り組みを行い、地域経済の浮揚に貢献する。

(3) 経営発達支援事業の目標

当所は、唐津地域の小規模事業者を支援し、地域経済の活性化を図るべく、以下の目標を設定する。

上記(1)及び(2)を踏まえ、唐津地域の小規模事業者を支援し、地域経済の活性化を図るべく、以下のとおり目標を設定する。

①唐津産品の認知度向上のために広域への販路開拓の推進

②D X推進による生産性向上と経営力強化

③事業承継による新陳代謝の促進及び創業促進で地域内活性化の創出

④小規模事業者との対話と傾聴を通じ、個々の課題設定や自己変革力の強化による地域全体の持続的発展への取組

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6年4月1日～令和9年3月31日)

(2) 目標の達成に向けた方針

①唐津製品の認知度向上のために広域への販路開拓の推進

小規模事業者等の販路開拓のため展示商談会等への出展支援を行い、広域に向けた唐津製品の情報発信を行うとともに、認知度を高め、販路開拓を推進する。そのために販路開拓支援セミナーを開催し、商談会の基礎知識、出展ブースの効果的な展示方法、商談の進め方、バイヤーへのアフターフォローなどの習得を図る。

②DX推進による生産性向上と経営力強化

- ・ホームページやSNSを活用した情報発信、ECサイトやSNSの利用等の外部への需要開拓の取組、経理の電子化、キャッシュレス導入等の内部の業務効率化の促進等のDX推進支援に取り組む。
- ・小規模事業者への巡回・窓口相談において、小規模事業者の成長に合わせた「段階的支援」により、経営課題の把握と分析、課題解決を図り、直接的な売上増加と利益確保に寄与する支援を充実させることで、経営基盤の強化と競争力を高める。
- ・小規模事業者が計画的かつ意欲的に取り組めるように事業計画を策定し、計画に沿った伴走型支援を行う。

③事業承継による新陳代謝の促進及び創業促進で地域内活性化の創出

- ・事業者の円滑な事業承継に繋がるように、当所、専門家及び事業承継引継ぎ支援センターとの連携支援、事業承継に必要な費用に係る補助金等の活用支援など、事業者の新陳代謝を促す。
- ・創業者育成支援として、創業者に対する「創業塾」の開催、事業計画策定支援を行うことで管轄地域内の創業を促し、市内の活性化を図る。

④小規模事業者との対話と傾聴を通じ、個々の課題設定や自己変革力の強化による地域全体の持続的発展への取組

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、潜在力を引き出し、持続的経営・発展を目指す。

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】

小規模事業者は、日々の事業活動に追われて情報収集にかかる時間もまた費用もなく、経済動向や市場調査等の情報が販路開拓や商品開発等に反映されていない。一方、当所において、これまで中小企業景況調査（年4回）、地域経済動向調査（年12回）を実施しているが、これらの調査結果（データ）は商工会議所職員や上部団体、関係行政機関等限られた者しか得られていないのが現状であり、経営相談においても巡回、窓口相談時に必要に応じ情報提供は行ってきたが、会員や非会員には情報が浸透しなかった。

【課題】

- ・小規模事業者の支援に活用すべく、国が提供するビッグデータの活用と現在実施している調査した情報整理・分析・提供
- ・収集した情報や分析情報の精度や分析情報の公表

(2) 目標

	公表方法	現行	R6 年度	R7 年度	R8 年度
① R E S A S等を活用した地域の経済動向分析の公表回数	会報誌 HP 掲載	—	1 回	1 回	1 回
②(イ) 中小企業景況調査の公表回数	HP・SNS 掲載	4 回	4 回	4 回	4 回
(ロ) 地域経済動向（LOB0）調査の公表回数	HP・SNS 掲載	12 回	12 回	12 回	12 回
(ハ) 商店街空き店舗調査の公表回数	—	—	1 回	1 回	1 回

(3) 事業内容

① R E S A S等を活用した地域の経済動向分析

当地域において、事業者の売上増加と利益確保のための経営力強化の為に、効率的な地域活性化を目指し、経営指導員等が R E S A S等活用ノウハウを研修等で強化し、「R E S A S」等を活用し地域動向分析を行い、年1回、当所会報誌及びHPで公表する。あわせて、その分析結果を小規模事業者の事業計画策定に活用できるようにする。

《調査項目》・地域経済循環マップ・生産分析・・・何を稼いでいるか等を分析
《分析公表頻度》・年1回

② 中小企業景況調査と地域経済動向調査による情報収集

(イ) 「中小企業景況調査」

《調査対象》・中小企業50社

(製造業6社、建設業4社、小売業20社、卸売業5社・サービス業15社)

《実施時期・頻度》・年4回、訪問回収

《調査項目》・売上高、売上総利益、経常利益の推移、業種別景況感、経営上の課題

(ロ) 地域経済動向（LOB0）調査

《調査対象》・8社(製造業1社、建設業1社、小売業2社、卸売業1社、サービス業3社)

《実施時期・頻度》・年12回、訪問回収

《調査項目》・売上高、経常利益の推移、業種別景況感、経営上の課題

(ハ) 商店街空き店舗調査

《調査対象》・旧市内商店街区6ヵ所

《実施時期・頻度》・年1回、訪問回収

《調査項目》・空き店舗数、空き店舗率、空店舗箇所、商店街現状と課題

(4) 調査結果の活用

- ・国が提供するビッグデータや地域の経済動向に関する調査結果及び収集した情報の分析結果を事業者及び支援担当者が効果的に活用できるようにするために活用方法や事例の共有を行う。
- ・経営改善、新規創業、第二創業、経営革新等を計画している小規模事業者の市場調査の資料や事業計画書策定時の方向性を検討する際に活用する。
- ・経営指導員等の伴走型支援のツールの一つとして、当所会員事業所、管内地域の事業者（小規模事業者含む）に対する各種支援（経営計画策定支援）等に活用する。

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

小規模事業者は、これまで広域に対する販路がなく、限られた事業者が展示商談会への支援を受け出店し、出店事業者はバイヤーから商品に関するヒアリングを行っていたが、当所とバイヤー間のヒアリングが不十分であったため十分な販路開拓等の支援につながっていなかった。

【課題】

今後、展示商談会では当所が、直接バイヤー等に対してアンケート調査を行い、商品のトレンドや商品自身に対しての評価をフィードバックし、次の商談に活かせるよう支援する。

(2) 目標

	現行	R6 年度	R7 年度	R8 年度
バイヤーアンケート対象出展事業者	—	6 者	6 者	6 者

(3) 事業内容

①展示商談会でのバイヤー等へのアンケート調査の実施

県内、九州内、全国規模の展示商談会に出展し、広域商圏への販路開拓を目指す小規模事業者の商品・サービスのブラッシュアップを行うため、展示商談会に来場するバイヤー等を対象としたヒアリング調査を行い、その調査結果を当該小規模事業者にフィードバックすることで商品・サービスの魅力向上、新たな商品・サービスの開発に役立てる。

【対象事業者】

広域商圏への販路開拓を目指す、食品製造業を主とした小規模事業者

【調査手法】

展示商談会の会場にて、バイヤー等に対して経営指導員等によるヒアリング調査を実施

【サンプル数】

出展事業者1者にあたり20名程度

【調査項目】

味、見た目、地域性、新規性、大きさ、量、パッケージデザイン、商品名、価格、改善点など

【調査結果の活用】

調査結果は、経営指導員等が出展事業者にフィードバックし、出展後のバイヤー等へのフォローアップや商品改良や新規取引先の獲得とともに、経営分析にも活用する。

5. 経営状況の分析に関すること**(1) 現状と課題****【現状】**

当所で経営分析の支援を実施している事案としては、融資(借入)申込時や補助金、助成金の申請時の相談に係る案件がほとんどであり、支援件数も少なく、経営分析項目や書式も相談案件毎で異なり、比較できていない。

【課題】

事業者が中長期的な課題や問題点を理解できるよう、経営指導員等による効果的な経営分析とデータ蓄積のための統一様式の活用と情報の共有化が課題である。

(2) 目標

	現行	R6 年度	R7 年度	R8 年度
①セミナー開催回数	—	1 回	1 回	1 回
②経営分析事業者数	—	60 者	70 者	80 者

(3) 事業内容**①経営分析を行う事業者の発掘（経営分析セミナーの開催と巡回・相談窓口）**

実際に参加者自らがSWOT分析等の経営分析を行うワークショップ型のセミナーを通じ、自社の財務状況、強み・弱みなどの気づきを与えることで、自社の経営課題等を把握し、事業計画の策定必要性について理解を深めるとともに、事業計画策定等への活用に意欲的な事業者の掘り起こし、及び参加者へのアンケートや個別相談会を通じて経営状況分析を必要とする事業者の掘り起こしを行う。

【募集方法】

- ・案内チラシを作成し、窓口等に設置するほか、当所会報誌、メールマガジン、HPで広く周知する。
- ・巡回訪問・窓口相談時に案内する。

【講師】 外部専門家等**【回数】 年1回****【カリキュラム】 経営分析と事業計画の重要性、将来ビジョンや目標の確認、SWOT分析、決算書（貸借対照表と損益計算書）の構造等****【参加者数】 20名程度****②経営状況分析の実施****【対象者】**

- ・セミナー参加者の中から、意欲的で販路拡大の可能性の高い15事業者を選定（参加者20名中15名を想定）
- ・補助金・助成金、金融支援事業者、窓口、巡回等で相談対応した事業者の中から選定（45人程度）

【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期分の決算書を元に、売上持続性、収益性、生産性、健全性、効率性及び安全性を分析する。

《非財務分析》小規模事業者との対話を通じて、下記の項目についてSWOT分析を活用し、事業者の内部環境における強み、弱み、また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 ・仕入先、取引先 ・人材、組織	・技術、ノウハウ等の知的資産 ・デジタル化、IT活用の状況 ・事業計画の策定、運用状況 ・商圏内の人口、人流 ・競合 ・業界動向

【分析手法】

事業者の状況や局面に合わせ、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」等のソフトを活用し、経営指導員等が小規模事業者とともに分析を行う。

(4) 分析結果の活用

- ・分析結果は当該事業者にフィードバックし、事業者の強みを活かした、今後の具体的な経営課題の抽出を行い、事業計画の策定等に活用する。
- ・分析結果を所内システム内に蓄積し内部共有することで、経営指導員等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】

事業計画策定においては、自ら事業計画を策定している小規模事業者は少ない。創業資金(融資)申込時や補助金、助成金の申請時の相談を受けて初めて策定支援を行う場合が多く、融資申込や補助金申請を考えていない小規模事業者においては事業計画を策定しないため、当所が関わる支援対象者が限定されている。

【課題】

小規模事業者は、事業計画策定の必要性を感じておらず、その意義や重要性の理解が浸透していない。補助金申請時に必要となる事業計画策定をきっかけにセミナーの中で、分かりやすく説明し必然的に策定する機会に繋げる必要がある。

また小規模事業者のDX推進に向けては、IT化による業務の効率化や販促効果を感じてもらうためのセミナー開催と併せて専門家派遣等により事業者にあった内容を知ってもらうことが課題である。

(2) 支援に対する考え方

小規模事業者が事業計画策定の意義や必要性について理解を深めるよう、これまでの事業計画策定セミナーのカリキュラムに、計画策定事業者の売上増加などの好事例等の内容を加えて実施することにより、経営分析を行った事業者の7割程度の事業計画策定を目指す。

特に持続化補助金等の申請を契機として事業計画の策定を目指す事業者においては、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。

また創業・第二創業者にあたっては、創業の実現や新規事業の安定経営に向けたセミナーを実施し、事業経営における基礎知識や事業計画の立て方等の習得を目指す。

事業計画策定前段階においてDXに向けたセミナーでは、小規模事業者の競争力の維持・強化を目指し、また事業計画策定セミナーでは、事業計画書の活用と実践を軸として講義を行う。

小規模事業者自身が事業計画に対して関心を持ち、経営者自らが自社の今後のことを真剣に考えようとするための動機づけが必要である。そのためには事業主との「対話と傾聴」を通じて最適な意思決定のサポート並びに「やる気」「気づき」の高循環を生む自立に繋がるよう伴走支援を行う。

(3) 目標

	現行	R6 年度	R7 年度	R8 年度
①DX推進セミナー開催回数	1 回	1 回	1 回	1 回
②事業計画の策定支援				
事業計画策定セミナー開催回数	1 回	1 回	1 回	1 回
事業計画策定事業者数	—	37 者	44 者	51 者
③創業計画の策定支援				
唐津市創業塾開催回数（全 5 回コース）	1 回	1 回	1 回	1 回
創業計画策定事業者数	5 者	5 者	5 者	5 者
事業計画策定事業者数 合計（①＋②＋③）	5 者	42 者	49 者	56 者

(4) 事業内容

①DX推進セミナーの開催及びIT専門家派遣の実施

小規模事業者が、DXに関する意識の醸成や基礎知識を習得し、DXに向けたIT・デジタル導入に実際に取り組んでくためのセミナーの開催及び必要に応じ専門家派遣を活用し、設備等の導入アドバイス、投資計画、導入支援並びにフォローアップ支援を行う。

【支援対象】経営分析を行った事業者、ITに関して興味はあるが何から始めていいのかわからない事業者、具体的にITツールを導入している事業者、DX化を行うことでビジネスモデルの再構築を図りたい小規模事業者。

【募集方法】・案内チラシを作成し、窓口等に設置するほか、当所会報誌、メールマガジン、HPで広く周知する。

・巡回訪問・窓口相談時時に案内する。

【講師】・セミナー／専門家派遣：身近なITをテーマにSNSを活用した情報発信やアプリ活用
のノウハウを持つIT専門の外部専門家等

【回数】セミナー：年1回／専門家派遣：年8回程度

【カリキュラム】・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
・SNSを活用した情報発信手法
・ECサイト構築支援、ECサイト利用方法等

【参加者数】25名程度

○取り組み意欲の高い事業者に対しては、経営指導員等による相談対応・経営指導を行う中で、必要に応じてIT専門家派遣を実施する。

②事業計画策定セミナーの開催及び専門家派遣の実施

事業計画の策定にあたっては、本事業で実施する地域の経済動向調査や需要動向調査を踏まえ、事業計画策定セミナーは、事業計画の策定前段階においてDX推進セミナーの受講者を対象に、DXによる業務効率化や販促効果を理解した上で、より実現性の高い事業計画の作成ができるよう支援する。

経営指導員等による支援の他、県や国の専門家派遣事業を活用し、また県よろず支援拠点、唐津市経営相談窓口や中小企業診断協会等と連携し、指導・助言を得ながら、小規模事業者が本質的課題を認識、納得した上で、内発的動機づけを促していく。

- 【支援対象】経営状況の分析を行った結果、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。
- 【募集方法】・案内チラシを作成し、窓口等に設置するほか、当所会報誌、メールマガジン、HPで広く周知する。
・巡回訪問・窓口相談時時に案内する。
- 【講師】セミナー／専門家派遣：中小企業診断士等の外部専門家等
- 【回数】セミナー：年1回／専門家派遣：年8回程度
- 【カリキュラム】事業計画作成の目的と活用方法、自社の現状分析と課題抽出、既存事業のプロセス改善、相乗効果を生み出す戦略立案、補助金申請所作成のポイント等
- 【参加者数】25名程度

③創業計画策定セミナーの開催

平成28年度から当所を事務局とし、唐津上場商工会と唐津東商工会の3者間の共催で創業塾を開催している。産業競争力強化法に基づく特定創業支援等事業を中心に創業予定者に必要な「経営・人材育成」「財務」「販路拡大」「ビジネスプラン作成」等の知識の習得、創業融資の助言や金融機関への繋ぎなど、創業計画書作成のための支援を行う。その他にも窓口に来所した創業予定者に対し、創業に向けた創業計画書の作成支援を行う。

- 【支援対象】唐津市内で創業を目指す創業予定者
- 【募集方法】案内チラシを作成し、市報折り込み、新聞折り込みの集合チラシ掲載、窓口等に設置するほか、HPで広く周知する。
- 【講師】中小企業診断士等の外部専門家等
- 【回数】年1回（全5回コース）
- 【カリキュラム】経営・人材育成、財務、販路拡大、ビジネスプラン作成等
- 【参加者数】30名程度

7. 事業計画策定後の実施支援に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

事業計画を策定した小規模事業者の中には、成果をあげているが計画通りに事業が進んでいない事業者もある。事業計画策定後の実施支援は、経営指導員の巡回訪問や窓口相談時のなかで、事業計画の進捗状況ヒアリングにて課題内容や取組み内容等の現状把握は行っているが、単発的支援で、定期的な訪問はできず、フォローアップ支援や計画改善・見直しは小規模事業者から依頼された案件のみとなっている。

また、創業・第二創業計画策定者においても、創業計画策定後のフォローアップや計画改善・見直し等ができていない。

【課題】

小規模事業者において、補助金申請にあたっての必要性から事業計画の策定をする場合が多く計画の実施は事業者まかせになっており、担当の経営指導員等も殆ど関与していない。

事業計画の進捗状況を定期的に確認し、必要に応じた継続的な経営支援を実施するとともに、当該支援内容の経営指導員等間での共有を図り、事業計画の実施状況の検証、今後の支援策の検討に繋げることが課題である。

(2) 支援に対する考え方

事業計画を策定した事業者（創業者含む）を対象に、事業計画の進捗状況及び経営状況によって、フォローアップ回数を増やして手厚い支援が必要な事業者と、ある程度の期間を置いても差し支えない事業者を見極めた上で、フォローアップ回数を設定する。

事業計画を策定した事業者すべてが、経営の自走化向け、経営分析、検証、計画変更、更に次期の経営計画が立案できるよう支援していく。また、コロナ禍の影響をはじめ、外部環境が大きく変化している小規模事業者については、経営状況の再分析及び事業計画の見直しを促す。

(3) 目標

	現行	R6 年度	R7 年度	R8 年度
フォローアップ対象事業者数	—	42 者	49 者	56 者
フォローアップ頻度（延べ回数合計）	—	154 回	178 回	203 回
内訳 フォローアップ回数 年 2 回	—	28 回	34 回	38 回
〃 年 3 回	—	42 回	48 回	57 回
〃 年 6 回	—	84 回	96 回	108 回
売上増加事業者数	—	8 者	9 者	10 者
利益率 3%以上増加の事業者数	—	8 者	9 者	10 者

(4) 事業内容

事業計画を策定した事業者を対象として、経営指導員等による巡回訪問等を行い、策定した事業計画が着実に実行されているか、計画と実績の乖離は無いかなど定期的かつ継続的に下記のとおりフォローアップを行う。

- ・令和6年度：事業計画策定 42者
進捗が順調（年2回）…14者×2回＝28回
経営が安定（年3回）…14者×3回＝42回
注意が必要（年6回）…14者×6回＝84回
- ・令和7年度：事業計画策定 49者
進捗が順調（年2回）…17者×2回＝34回
経営が安定（年3回）…16者×3回＝48回
注意が必要（年6回）…16者×6回＝96回
- ・令和8年度：事業計画策定 56者
進捗が順調（年2回）…19者×2回＝38回
経営が安定（年3回）…19者×3回＝57回
注意が必要（年6回）…18者×6回＝108回

ただし、事業者からの依頼等がある場合は臨機応変に対応する。なお、計画どおり進んでいない事業者については、指導回数を増やすとともに、専門分野においては他の支援機関や専門家の協力も得ながら、必要に応じて事業計画の改善、見直しを助言し、事業計画をより実現可能なものへと精度を高める。また高度専門的な課題や問題において、佐賀県商工会議所連合会、佐賀県よろず支援拠点等の専門家派遣の活用と金融面においては日本政策金融公庫、佐賀県信用保証協会、地元金融機関との連携により解決する。

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】

小規模事業者の中で、食品加工業者等はオリジナリティーの高い商品を持っているが、その強みに気付いておらずロコミ営業のみとなっている。また、生産環境、ロット、納期等の制限があり販路開拓の成約件数が少ないのが現状である。

当所では、地域産品の需要拡大、地域外への販路開拓を目的として、販路開拓支援希望者を対象に、西日本最大級の食品展示会「FOOD Style Kyushu」への出展支援を行っている。

D X推進については、I Tセミナー（SNS活用、E Cサイト出展等）を開催しているもののその後、受講者に対するD X化の取組状況確認などのアフターフォローが不十分である。

【課題】

小規模事業者に向けて需要動向調査や巡回訪問により、販路開拓の対象となる商品の掘り起こしにより、展示商談会への出展支援を行い、バイヤー目線の情報を伝え、商品をブラッシュアップし、商談後の成約件数に繋げていくのが課題である。

またコロナ禍にみられるように、販路開拓においてもI Tの活用（SNS・E Cサイト）が必要不可欠であり、この先、小規模事業者においてもD X推進が必要であることを理解し、取り組みに向けての支援が必要である。

(2) 支援に対する考え方

B t o B向けとしては、小規模事業者が販路開拓に取り組む機会として、全国、九州エリアで開催される展示商談会への出展支援を行う。費用負担や経験不足等からハードルが高いと思われ、出展を諦めていた事業者も多かった。販路開拓セミナーで基本的な商談会の知識を習得し、経営指導員が伴走して支援を行うことで、販路開拓に取り組む。

B t o C向けとしては、コロナ禍を経験し、新しい生活様式への対応等、これからの情報発信や販路開拓には、I T・デジタルの導入及びその活用が必要なことから、SNSでの情報発信、E Cサイトの利用について、前記（事業計画策定支援に関すること）D X推進セミナーやI T専門家派遣等によって、小規模事業者のD Xに向けた取り組みを支援する。

(3) 目標

	現行	R6 年度	R7 年度	R8 年度
①展示商談会への出展支援				
（イ）販路開拓セミナー開催回数	1 回	1 回	1 回	1 回
（ロ）FOOD Style Kyushu出展事業者数	6 者	6 者	6 者	6 者
成約件数／者	—	4 件	4 件	4 件
（ハ）FOOD Style Japan 出展事業者数	—	2 者	2 者	2 者
成約件数／者	—	1 件	1 件	1 件
②E Cサイト活用事業者数	—	5 者	5 者	5 者
売上増加率（％）／者	—	5%	5%	5%

③SNS活用事業者数	—	5 者	5 者	5 者
売上増加率 (%) / 者	—	5%	5%	5%

(4) 事業内容

①展示商談会への出展支援 (B t o B)

(イ) 販路開拓セミナーの開催

展示商談会出展に向けた準備や商品のPR手法、出展後の動き方などの商談会に対しての基礎知識を習得するためのセミナーを開催する。

【支援対象】 自社商品を首都圏や九州エリアに販路拡大を図りたいが何から始めていいのか分からない事業者、既に商談会に出展したことがある小規模事業者。

【募集方法】 当所会報誌、メールマガジン、HP掲載、窓口設置、巡回訪問時に案内。管轄地域内の小規模事業者に広く募集

【講師】 外部専門家等

【回数】 年1回

【カリキュラム】 FCPシート作成、ブース陳列、商談会の準備、行動、アフターフォロー、バイヤー目線の商品開発等

【参加者数】 10名程度

【支援手法】 展示商談会に対する知識や経験が豊富なバイヤー経験者等の専門の講師を選定し、商談会に関する知識を習得してもらう。必要に応じ専門家派遣を活用し、FCPシート作成やブース イアアウト等のアドバイスやフォローアップ支援を行う。

(ロ) 「FOOD S t y l e K y u s h u」出展支援 (B t o B)

【支援対象】 九州をはじめ首都圏・関西エリアへの販路拡大を目指す、食品製造を行う小規模事業者を主な対象とする。

【支援手法】 商工会議所で6事業者のブースを確保し、百貨店やスーパー等の広域な販路開拓に取り組む事業者の出展支援を行う。

【参考】 外食・中食・小売業界に販路拡大をするための食品・飲料・設備・サー ースが集結する西日本最大級の民間主催の展示商談会です。例年11月に「マリンメッセ福岡」で2日間開催されている。

- ・来場者数 15,541名 (令和4年度実績)
- ・出展者数 1,092社 (令和4年度実績)

(ハ) 「FOOD S t y l e J a p a n」出展支援 (B t o B)

【支援対象】 首都圏エリアをはじめ全国に向けた販路拡大を目指す、食品製造を行う小規模事業者を主な対象とする。

【支援手法】 商工会議所で2事業者のブースを確保し、百貨店やスーパー等の広域な販路開拓に取り組む事業者の出展支援を行う。

【参考】 全国から出展者が集まり、全国のこだわりの食品・飲料から設備・システム・サービス・容器まであらゆる商材が一堂に集結する外食・中食・小売業界を網羅する食の商談展示会です。昨年9月に「東京ビッグサイト」で2日間開催されている。

- ・来場者数 36,302名 (令和5年度実績)
- ・出展者数 669社 (令和5年度実績)

②ECサイトを活用した販路開拓 (B t o C)

楽天やアマゾン、ヤフーなど大手ECサイトは販売手数料が発生するものの、集客力が高くノウハウが確立しているため導入する上でのハードルは自社サイトよりも低い。その一方でラ

イバルも多く販売に結びつけるためには効果的なキャッチコピーや訴求力のある写真や動画が不可欠であるため、写真撮影や動画撮影の技術向上のための知識を習得してもらうため経営指導員等が伴走支援を行う。また高度な専門知識を要する場合には専門家派遣を活用する。

【支援対象】 事業計画に基づきD X推進に意欲的で、I T活用による販路開拓を目指す小規模事業者

【講師】 身近なI TをテーマにS N Sを活用した情報発信やアプリ活用のノウハウを持つI T専門の外部専門家等

【回数】 年3回程度

【支援手法】 事業者のI Tスキルに合わせて必要に応じて専門家を派遣し、経営指導員が伴走しながら、実践と検証を行うことで確実な販路開拓の支援を行う。

③S N Sを活用した情報発信（B t o C）

B t o Cを主体とする小売業やサービス業、飲食業では情報発信にS N Sを活用することでネット上の口コミを通じて広域からの来店を促す効果が期待されるため、S N Sを活用した情報発信については、身近で取り組みやすい効果的なアプリを活用した方法について知識を習得してもらうため経営指導員等が伴走支援を行う。また高度な専門知識を要する場合には専門家派遣を活用する。

【支援対象】 事業計画に基づきD X推進に意欲的で、I T活用による販路開拓を目指す小規模事業者

【講師】 身近なI TをテーマにS N Sを活用した情報発信やアプリ活用のノウハウを持つI T専門の外部専門家等

【回数】 年3回程度

【支援手法】 事業者のI Tスキルに合わせて必要に応じて専門家を派遣し、経営指導員が伴走しながら、実践と検証を行うことで確実な販路開拓の支援を行う。

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】

これまでは、唐津商工会議所常議員会と通常総会での事業報告と決算報告であった。

【課題】

事業における評価、検証、見直しを行う場がなく、効果的な事業実施の具体策が講じられていないのが課題である。

（2）事業内容

法定経営指導員等によって、四半期ごとに経営発達支援事業の進行状況をP D C A管理しながら課題等を分析する。評価報告書は年1回作成する。

各年度の評価として、外部有識者（中小企業診断士等）、唐津市商工振興課、法定経営指導員等をメンバーとし「協議会」を設置し、年2回開催し経営発達支援事業の進捗状況等について評価を行う。当該協議会の評価結果は、正副会頭会議等にフィードバックした上で、事業実施方針等に反映させ当所会報及びホームページ（<http://www.karatsu.or.jp/>）にて公表し、地域の小規模事業者等が常に閲覧可能な状態とする。

10. 経営指導員等の経営支援力向上等に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

これまで九州経済産業局、佐賀県、日本商工会議所、県内商工団体、支援機関等が開催される支援策や支援事例、経験値に合ったセミナーや中小企業大学校にて、小規模事業者の経営支援における手法やノウハウ・支援事例等の参加にて経営支援力向上に努めてきた。

【課題】

小規模事業者の持続的発展には、個々の支援事例、支援策情報の共有が課題であり、仕組みと体制づくりが必要である。また小規模事業者のDX推進に向けた支援ノウハウが不足しているため、外部講習会等を積極的に受講し、支援ノウハウの取得及び共有化が必要である。

(2) 事業内容

①OFF-JTによる資質向上

(イ) 職員個々のスキルアップに向けた取り組み

毎年開催される中小企業基盤整備機構・中小企業大学校・日本商工会議所・九州商工会議所連合会・佐賀県商工会議所連合会等が主催する研修等に参加する。(経営指導員年2回以上、経営支援員・記帳支援員・一般職員年1回以上)。

また、これまでは経営支援員が参加する内容とされていた研修であっても、経営指導員以外の一般職員も支援能力の向上のため研修会への積極的参加を推進し、職員全体のレベルアップを図る。

(ロ) 職員間の支援情報の共有に向けた取り組み

これまで職員が受講した研修会の資料や支援業務で得られた情報、経営分析等に関する資料は全職員が共有できるように決められた場所に保管し、データとしても共有フォルダに保存しデータベース化を図り、全職員がいつでも閲覧・活用できる状態としておくとともに、職員の人事異動後も支援データやノウハウが蓄積され、引継ぎができるようにする。

(ハ) 「DX推進に向けたセミナー」の受講

DXに向けた支援ノウハウの取得のため、DX推進の取組に係る支援能力向上のためのセミナーに積極的に参加する。

【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
ホームページやSNSを活用した自社PR、ECサイト活用した販路開拓等
- ・その他の取組
オンライン経営相談の対応等

(ニ) 「コミュニケーション能力向上セミナー」の受講

ヒューマンスキルに必要なコミュニケーション能力を高める研修会を経営指導員のみならず一般職員も受講し、支援の基本姿勢(対話と傾聴)の習得・向上をはかり、事業者との対話を通じた信頼の醸成、「本質的課題の掘り下げの実践に繋げる。

②OJTによる資質向上

(イ) 職員個々のスキルアップに向けた取り組み

専門家による個別相談時には経営指導員等が原則同席して、高度専門的支援やノウハウ、情報収集に努めスキルアップを図る。

(ロ) 若手経営支援員等のスキルアップに向けた取り組み

若手経営指導員、経営支援員等については、小規模事業者の個別相談において、ベテラン経営指導員とチームで支援する事により、ベテラン経営指導員の有する指導・助言や支援事例・情報・ノウハウ等を実践的に学び、伴走型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】

これまで佐賀県、県内商工団体、支援機関等と連携し、各地域の小規模事業者の需要動向、支援策や支援ノウハウ等に関する情報交換を行い、小規模事業者の経営支援における手法やノウハウ・支援事例等の情報交換と共有を行ってきた。

【課題】

本事業にて、小規模事業者の持続的発展には、地域経済活性化が不可欠であり、地域のブランド化と賑わいの創出を図る仕組みと体制づくりと地域資源の活用が課題であり、この課題解決において他の支援機関との連携により各々の機関が有する強みを共有し小規模事業者の経営支援に活用する。

(2) 事業内容

①県内商工会議所との連携強化

佐賀県内の8商議所が、商工会議所の事業内容の方向性の確認と意識統一を図り、事業課題の解決の為、さらなる連携強化を目指す。具体的には、佐賀県商工会議所連合会主催で開催される役職別会議（事務局長（毎月）・中小企業相談所長会議（2か月毎））や、年2回程度開催される経営指導員等の職員向け研修会において支援ノウハウ、支援の状況、支援による効果について情報交換を行う事で、当所の経営発達支援事業における支援能力向上に努める。

②唐津市管内商工団体の事務局長・課長会議

唐津市（主として商工振興課）、唐津上場商工会、唐津東商工会と当所の4者間で年3回会議を行い、唐津市の最新の経済動向や各種施策などについて研究・意見交換を行い、地域の小規模事業者の現状や経営課題についての情報収集及び共有し検討することにより、課題解決を図る。また当会議での内容は情報共有し、経営支援に活用する。

③日本政策金融佐賀支店との連携会議（経営改善資金貸付推薦団体連絡協議会）

日本政策金融公庫佐賀支店において年2回、県内商工会議所・商工会の経営指導員と唐津地区のみ商工会議所・商工会の経営指導員と日本政策金融公庫支店長並びに職員との連携会議を行っている。各地域経済の動向の情報交換並びに、小規模事業者への経営支援状況、融資貸し出し実績や経営計画書策定実績等、経営発達支援計画に沿う事業について連携する。また、共同で融資相談会（一日公庫）を年2回（夏と冬）開催、月に1度の定例相談会を実施しており融資ニーズの掘り起こしを行っていく。

④経済団体等との連携強化（唐津経済協議会）

当所が事務局となり、唐津東商工会、唐津上場商工会、(一社)唐津観光協会、唐津商工会議所の4団体で年1回情報交換を行っている。今後はさらに小規模事業者の発展を推進するため、唐津市内の小規模事業者の現状把握や地域経済の動向、支援施策等について情報交換会を実施、連携して事業を推進するなど緊密な連携支援体制を確立する。

(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

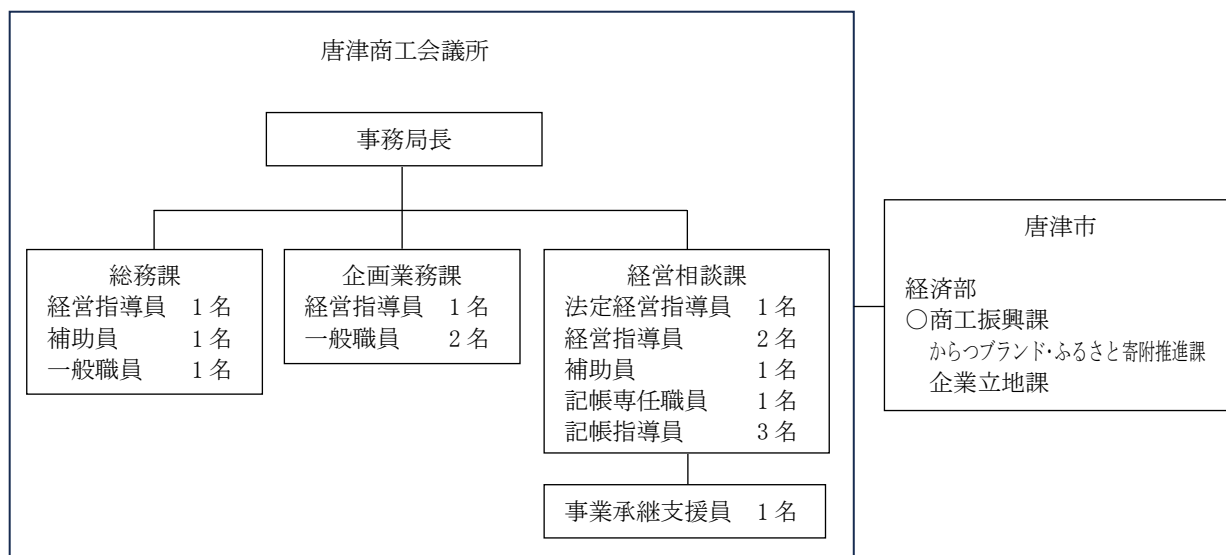
(令和 5 年 11 月現在)

(1) 実施体制

事務局：15 名（事務局長 1 名、経営指導員 5 名、経営指導補助員 2 名、記帳専任職員 1 名、記帳指導員 3 名、一般職員 3 名）

経営発達支援事業の実施については、当所経営相談課及び経営指導員等を中心に、事務局全職員において小規模事業者の経営発達支援に取り組んでいきます。

また唐津市とは、商工振興課を窓口とし、日常的な管轄地域内の小規模事業者支援に関する情報交換を行いながら連携していきます。



(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：井上 俊彦

連絡先：唐津商工会議所 TEL：0955-72-5141

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・見直しに際して必要な情報の提供等を行います。

(3) 商工会／商工会議所、関係市町村連絡先

①唐津商工会議所 経営相談課

〒847-0012

佐賀県唐津市大名小路1番54号

TEL : 0955-72-5141 / FAX : 0955-72-5146

E-mail : kcci@karatsu.or.jp

②唐津市 経済部 商工振興課

住所 : 〒847-8511 佐賀県唐津市西城内1番1号

TEL : 0955-72-9141 / FAX : 0955-72-9182

E-mail : syoukou@city.karatsu.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 6 年度	令和 7 年度	令和 8 年度
必要な資金の額	3,700	3,700	3,700
地域経済動向調査事業費	50	50	50
需要動向調査事業費	50	50	50
経営状況分析事業費 セミナー開催費 (経営分析)	200	200	200
事業計画策定事業費 セミナー開催費 (D X・事業計画策定)	400	400	400
創業塾開催費	600	600	600
専門家派遣費	500	500	500
策定後の実施支援事業費 専門家派遣費	500	500	500
新たな需要開拓費 展示商談会出展支援	700	700	700
セミナー開催費 (販路開拓)	200	200	200
専門家派遣費	200	200	200
経営指導員等資質向上	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
・ 商工会議所会費 ・ 国補助金、県補助金、市補助金 ・ 手数料・セミナー参加費等収入

(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