

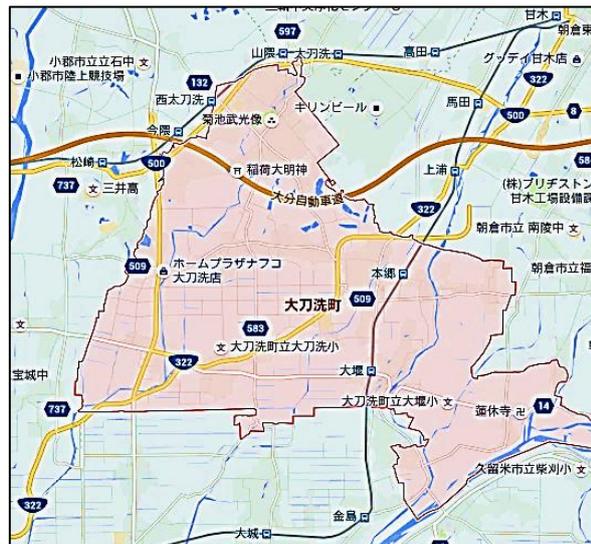
I. 大刀洗町の現状

1. 町の位置と人口の状況

大刀洗町は福岡県の中南域を占める筑後平野の北東部、筑後川の中流域北岸に位置し、北は筑前町、東は朝倉市、南は久留米市、西は小郡市と接している。町域すべてが筑後平野に含まれており、地形は平坦である。

町内には、大分自動車道や国道 322 号・500 号、主要地方道久留米筑紫野線の他 10 路線の県道によって結ばれており、久留米市中心部へ約 15 km、福岡市中心部へ約 30 km と都市部への通勤も可能である。バスは、高速バス路線の停留所を除き路線バスの停留所は無く、バスを利用する方は少ない。鉄道路線は西日本鉄道甘木線と甘木鉄道の 2 本が貫通し、鉄道駅も 3 駅設置され、バスよりも身近な公共交通である。

筑後小郡 I C と甘木 I C に近い自動車交通の便の良さから、行政が積極的に企業誘致を進め、町北部には工業団地を形成している。



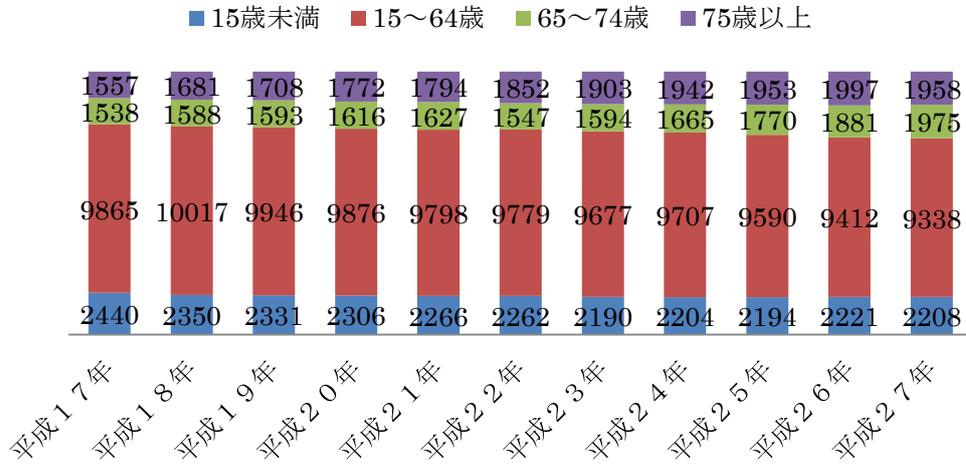
大刀洗町の人口は、平成 18 年の 15,636 人をピークに減少傾向である。年少人口（15 歳未満）は減少が続いている一方で、老年人口（65 歳以上）は増加が続いている。

生産年齢人口（15～64 歳）も平成 18 年をピークに減少傾向である。

大刀洗町によると、このペースでいくと平成 22 年と比較して 30 年後の平成 52 年には、総人口が 12% 減少（15,440 人⇒13,587 人）し、年少人口は 23% 減少（2,262 人⇒1,741 人）、生産年齢人口は 25% 減少（9,779 人⇒7,334 人）、老年人口は 31% 増加（3,399 人⇒2,345 人）となる事が予測される。

人口の減少は、域内消費や購買力の縮小のほか後継者不足など地域経済の様々な面に影響があると考えられる。

大刀洗町人口の推移



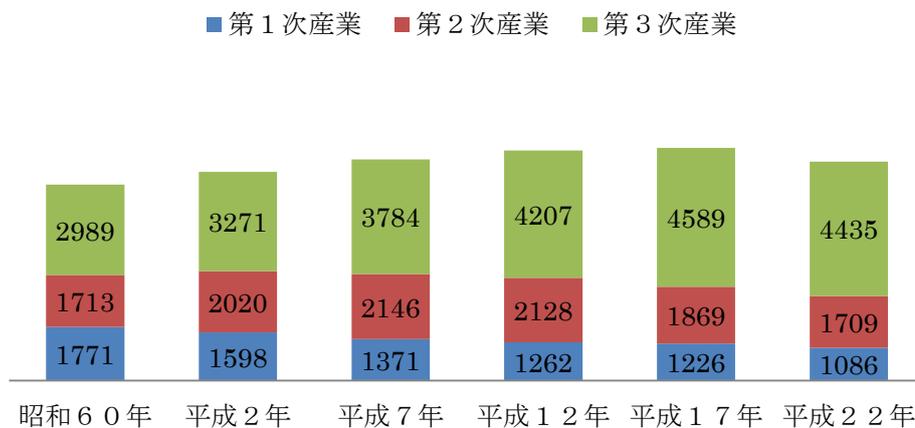
2. 町の産業

大刀洗町の平成22年の国勢調査における就業人口は7,230人となっており、産業3分類別就業者構成は第1次産業が1,086人で全体の15.0%、第2次産業が1,709人で全体の23.6%、第3次産業が4,435人で全体の61.4%となっている。

平成2年から平成22年にかけての20年間の産業別就業人口の推移をみると、第1次産業は1,598人から1,086人に減少、第2次産業は平成7年が多く2,146人であったが、その後1,709人に減少、第3次産業は3,271人から4,435人に増加している。

離農傾向が進み、地域内の雇用の受け皿である第2次産業の製造業・建設業等の減少により、新たな就労先を地域外へ求めて人口流出に繋がっている。

大刀洗町産業別人口(国勢調査より)



(1) 農業の現状

耕地面積が総土地面積の60%と福岡県内市町村で最も高く、うち約8割が農業基盤整備を完了している。この耕作に適した優良農地を活用し、本町の南部地域を中心に

野菜・米・麦・大豆などの生産農業が盛んである。

特にレタスやホウレン草は福岡県内で2位の生産額をあげていて、農業粗生産額は野菜が5割を占める。以下、米、畜産、麦類、花き、種苗などの順となっており野菜や米麦中心の農業が特色である。

※平成28年農林水産省データより

(単位：千万円)

| | 総額 | 野菜 | 米 | 麦類 | 花き | 種苗 | 豆類 | 芋類 | 畜産 |
|--------------|--------------|---------------|--------------|-------------|-------------|-------------|------------|------------|-------------|
| 農業算出額 (%) | 370 (100) | 196 (53.0) | 61 (16.5) | 29 (7.8) | 26 (7.0) | 21 (5.7) | 6 (1.6) | 1 (0.3) | 30 (8.1) |

(2) 観光関連業の現状

大刀洗町は、田園風景が広がる中、いたるところに歴史的資源が息づいている。国指定重要文化財である今村天主堂は、隠れキリシタンの歴史を持ち、わが国のレンガ造教会として最も完成度が高いと評されている。また、国指定史跡の下高橋官衙遺跡は、奈良時代の郡役所が完全な形で残っている。ほかにも、「大刀洗」という地名の由来となった菊池武光の像や、県指定文化財の西光寺木造阿弥陀三尊像は、中世の豪族三原氏の菩提寺である西光寺にあり、鎌倉時代から南北朝時代のもので歴史的価値が高い。更に、三原城址は三原氏の居城とされ、県内でも数少ない平城の城跡である。

また、大堰三川地区の佐田川と筑後川合流域のほたる生息地は、福岡県の快適な環境スポット30選にも選ばれている。

このように歴史的資源等はたくさんあるが、年間観光入込客数は約8,000人と観光の資源として十分に活用できていない。



今村天主堂



下高橋官衙遺跡

(3) 商工業の現状

商工業者数は435社、うち小規模事業者数は384社(88.3%)で、商工業者数は10年前(442社)と比べて、ほぼ同数である。

業種別内訳(平成29年4月1日現在)は以下のとおりである。

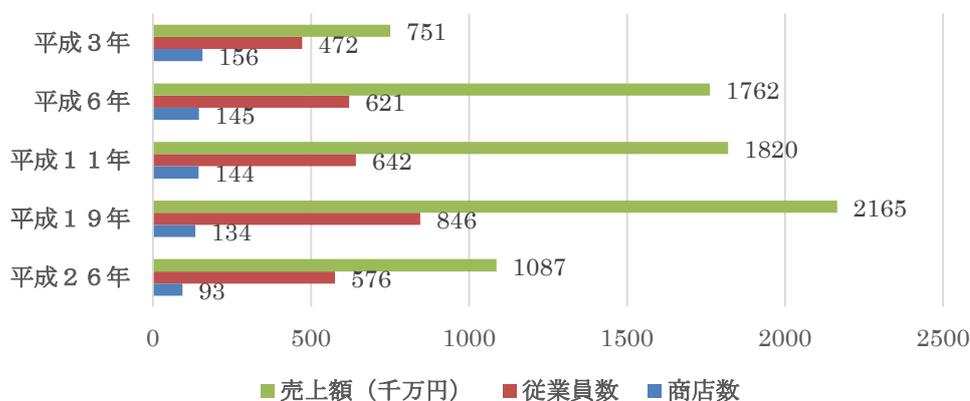
(単位：件)

| 業種 | 建設業 | 製造業 | 卸売業 | 小売業 | 飲食宿泊 | サービス | その他 | 計 |
|---------|-----|-----|-----|-----|------|------|-----|-----|
| 商工業者数 | 81 | 54 | 17 | 107 | 36 | 122 | 18 | 435 |
| 小規模事業者数 | 71 | 47 | 15 | 96 | 32 | 107 | 16 | 384 |

小売業の売上額は、平成3年以降の中型店の出店により大幅に増額した。その後、順調に伸びていたが、平成19年以降、小規模小売店では、近隣への大型店出店の影響による売上の減少と事業主の高齢化により廃業が多数増え、商店数と売上額は大幅に減少した。

町内に商店街などの小売店集積地はなく大型店も無いが、中型店はゆめマート、トライアル、マミーズ、Aコープ、ホームプラザナフコがあり、その他小規模店舗が町全域に点在している。大刀洗町と接している朝倉市と小郡市にそれぞれスーパーイオン、久留米市には、ゆめタウンと大型店があり、衣料品などの買回り品は町外での購入が多い。

小売業の商店数・従業員数・売上額（商業統計調査より）



本町においての工業の製造品出荷額では、食料品が1位で、プラスチック製品が2位である。これら出荷額が上位の要因としては、大企業の食品製造業の進出、及び、トヨタ自動車九州（宮若市）と日産自動車九州（京都郡苅田町）からの下請受注における自動車関連プラスチック製品出荷額が増えていることがあげられる。

本町の北部地域に2つの工業団地を形成して企業誘致を進め、一定の企業集積が図られている。また、近年整備された工業団地にはICに近い等の特性を活かして運輸業や倉庫業の企業が進出している。

出荷額内訳（平成26年12月31日現在）は以下のとおりである。

※工業統計調査より

(単位：万円)

| | 食料品 | 飲料・飼料 | プラスチック製品 | 窯業・土石製品 | 金属製品 | 一般機械器具 | 計 |
|-----|---------|---------|----------|---------|--------|---------|-----------|
| 出荷額 | 399,644 | 124,392 | 204,008 | 158,536 | 34,166 | 202,907 | 1,123,653 |
| (%) | (35.5) | (11.1) | (18.2) | (14.1) | (3.0) | (18.1) | (100.0) |

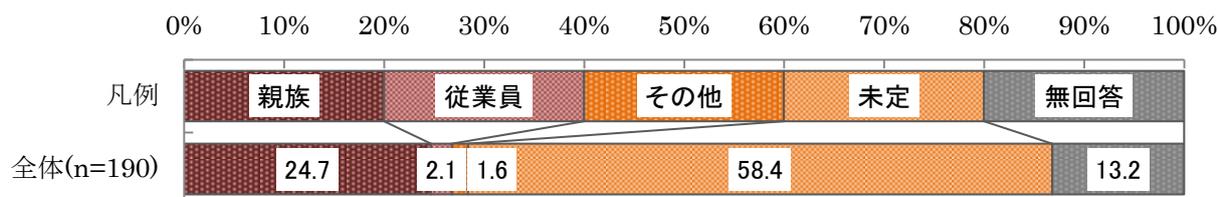
Ⅱ. 課 題

1. 小規模事業者の課題

(1) 事業主の高齢化と事業承継

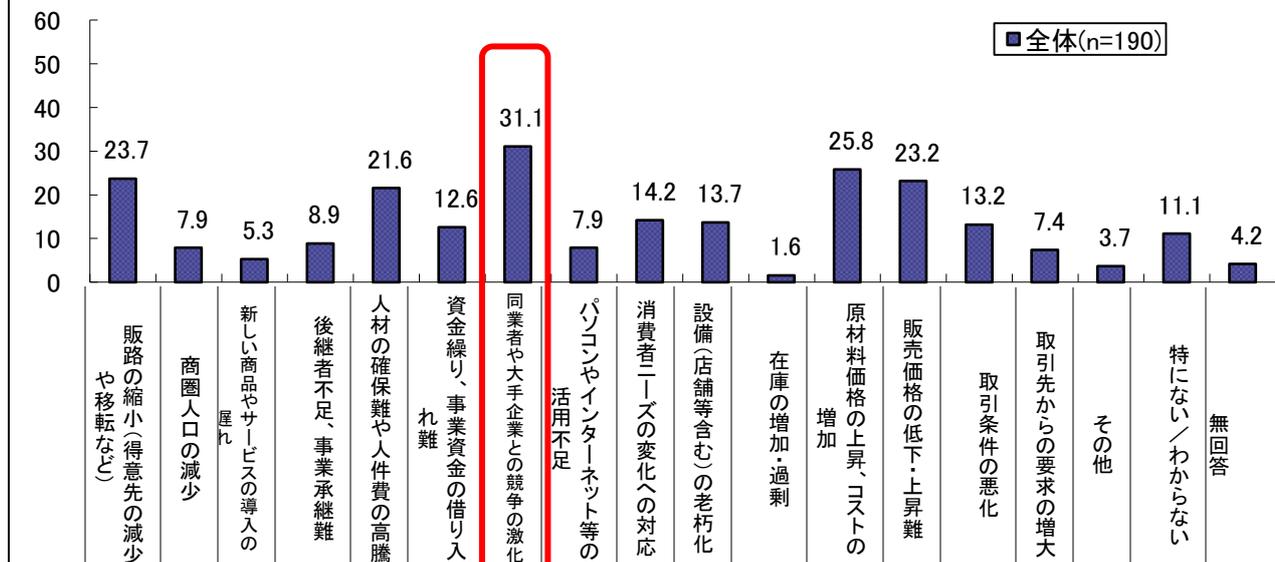
域内の小規模事業者の事業主は60歳超が多数をしめる。既に後継者対策が必要な時期に入った事業所が大半といえるが、2012年に実施した小規模事業者へのアンケートによれば、後継者がいる事業所は全体の約28%で、72%は後継者未定又は無回答(廃業予定を含む)である。後継者がいる場合、後継予定者は親族が88%を超えている。直近の巡回を通して、後継者問題は大いに痛感させられる。

《後継者の有無》



また、「現在、抱えている経営上の課題」に対する問いでは、同業者や大手企業との競争の激化が31.1%で一位になっている。事業者にとって、後継者は欲しいものの競争の激化、販路の縮小・得意先の減少により将来に期待が出来ず、親族に事業承継を勧められない状況がある。

《現在、抱えている経営上の課題》



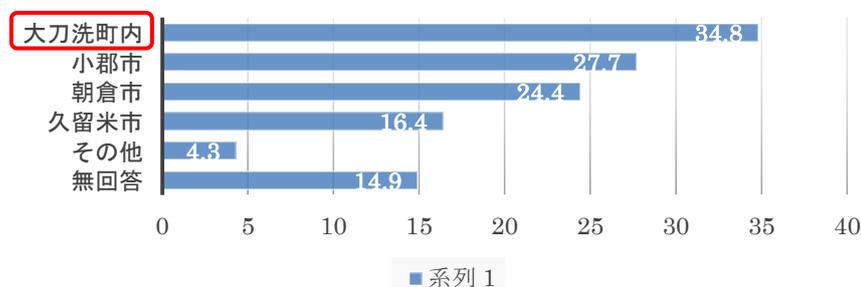
高齢化による廃業数を減らすためには、円滑な事業承継が重要となり、早期より計画的に対策を行う必要がある。また、承継者や被承継者が、事業の展望に期待感を持つようになるためには、利益を生み出す経営への転換が必要である。これまでの場当たり的な経営から脱却し、機会を捉え強みを活かし PDCA を回す計画的な経営にシフトする必要があり、その啓蒙から策定、実行、見直しまで継続的な支援が求められている。さらに、創業期から衰退期まで小規模事業者に寄り添った支援を行うことで、小規模事業者の持続的な経営を支え、長期的には地域経済全体の発展を図ることが望まれている。

(2) 域内消費の流出と町内商圈の縮小

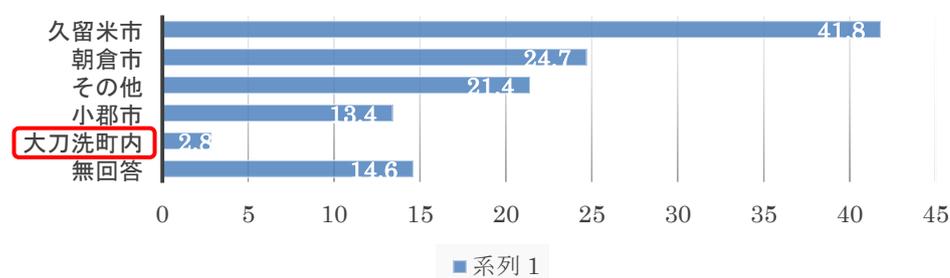
大刀洗町が平成 27 年に実施した町内アンケート結果によれば、日用品等の最寄品を町内で購入する割合は 34.8%で、多数の方が小郡市や朝倉市にある大型店で購入している。一方、買回品においては町内で購入する方は 2.8%しかいなく、殆どの方が久留米市や朝倉市などの大型店で購入している。

通勤通学する町民の 72%が昼間町外に流出していることも要因の一つである。今後人口減少が予測される中、町内商圈は益々縮小することが見込まれており、町内の消費を流出させる状況が長く続けば、町内商業は中型小売店等を除いて、ほぼ壊滅するのではないかと懸念されている。そのため町外からの消費の取り込みは、本町の必須の課題である。

最寄品の購入場所



買回品の購入場所



域内消費の流出と町内商圈の縮小を止めるためには、買い手のニーズを反映した商品のブラッシュアップ、商談会・展示会出展による販路拡大、観光資源を活用した域内消費の取り込みなどの支援が必要である。

2. 小規模事業者支援の課題

大刀洗町の現状及び小規模事業者の現状を踏まえて、下記のような課題があると捉えている。

- (1) 現在では、相談に来られた小規模事業者に対して、一時しのぎの解決策的な支援が多く、支援の体制も受動型であった。そのため、根本的な問題解決まで踏み込んだ支援に至っていないことが課題である。企業の持続的な発展を支えるには、企業の中長期的な方向性を踏まえた経営計画が必要である。その重要性の啓発から計画策定・実行支援といった伴走的な支援を行うため、提案型支援の仕組みづくりが必要である。
- (2) 小規模事業者自らが問題意識を持ち、自助努力によって取組んでいるが、克服しえない問題により、事業計画を立てても途中で断念するケースが多く、持続的に経営できるように支援することが課題である。特に創業期は、経営基盤が弱く課題に対する対応力が弱いため、廃業率も高い。事業開始前から開始後数年間は、事業遂行状況を把握し、きめ細かくフォローを行うことで課題の早期対応支援する必要がある。また、衰退期には事業承継や事業再生への対応が必要となり、対応が遅れると廃業へとつながるため、注意深く寄り添った支援が必要となる。
- (3) 商談会・展示会に参加していたが、小規模事業者の売上増加や利益の確保に直結することが少なかった。商談会・展示会において、可能な限りの成約に繋げ、売上増加や利益の確保に結び付けていくためには、買い手のニーズを取り入れた商品・役務の改良・開発につなげるため、各種分析及びブラッシュアップ支援を行う支援が必要である。

Ⅲ. 小規模事業者の中長期的な振興のあり方と事業目標・方針

1. 大刀洗町まち・ひと・しごと創生総合戦略

大刀洗町が設置した大刀洗町まち・ひと・しごと創生総合戦略審議会に大刀洗町商工会から事務局長 1 名が参加し、大刀洗町の将来に向かったビジョン「大刀洗よかまち創生プロジェクト」を策定した。この中に産業の振興について以下の通り記載がある。

基本目標① 「やってみたい」起業・就業の応援

企業等へ就職を希望する方をサポートするとともに、起業意欲のある方を後押しできるような取組みを行い、やってみたい、働きたいという希望を後押しする。

●創業支援事業

商工会・金融機関と連携し、起業に関するワンストップ窓口を設置し、町内で起業する方の支援体制を整備する。

また、起業時に必要な専門知識や様々な課題の解決に繋がるような情報を得ることができるよう起業希望者向けのセミナーも開催する。

基本目標② 「誇りにしたい」魅力ある農・商工業の応援

町内にある既存産業が、持続可能な経営ができるように、商品に付加価値をつけたり、ビジネスマッチングなどを行う取組みを応援する。

●特産品掘り起こし事業

まちの特産品等を発見するために、町民参加型のワークショップを開催し、町の魅力あるモノを掘り起こす。

●企業連携 win - win プロジェクト事業

町内の企業のシーズやニーズを把握し、企業間の連携を促進する。併せて、農・商工業の連携も検討し、6次産業化の実現につなげる。

2. 商工会の中長期的な振興のあり方

大刀洗町では、総合戦略の中で「起業・就業の応援や町内にある既存産業が、持続可能な経営ができるように商品に付加価値をつけたり、ビジネスマッチングなどを行う取組みを応援する」としており、商工会は今後も町と連携して、地域経済の活性化に取り組む。

そのために、これまでは経営、金融、労働、税務や記帳指導を中心とした経営改善普及事業の取組みであったが、今後は特に事業計画に基づく経営の推進、新たな需要開拓に向けた支援に重点をおき、町内の小規模事業者に対して課題解決を図り中長期的な小規模事業者の売上や利益を確保する等の振興を図る。

また、小規模事業者支援機関として、商工業者に対して一番の強みとするワンストップ機能の充実を図る。その為にも課題克服及び支援力向上に向けた他の連携者や支援機関と情報交換や、記帳指導・税務指導といった従来の経営指導に必要な能力向上に加え、小規模事業者の持続化のための支援ノウハウ習得を行う。併せて、需要の変化に対応した組織体制の転換と見直しを行う。

3. 経営発達支援事業の目標と方針

地域における小規模事業者を取り巻く現状と課題を踏まえ、経営発達支援計画の目標とその実施方針を次のとおりとする。

(1) 事業計画策定支援と計画実現に向けた伴走型支援

① 事業計画策定支援の実施

(目標)

小規模事業者や創業者の円滑な事業実施に向け、巡回・窓口指導及びセミナーにより実態把握を行い、経営計画策定の意識啓発を図り、事業計画策定支援を実施する。各支援機関と連携し、小規模事業者に沿った伴走型且つ提案型の指導・助言を行い、小規模事業者の事業の持続的発展を図ることを目指す。

(具体的方針)

- ・計画的巡回による事業所基本情報の収集活動を強化する。
- ・地域経済動向調査・経営状況の分析結果・需要動向調査を踏まえ、事業計画策定

支援を行う。

② 事業計画実現に向けた伴走型支援の実施

(目 標)

事業計画策定後も引き続き支援するため、巡回訪問によるフォローアップを実施する。また、創業支援にあたっては基礎的支援に留まらず、専門的な問題に対して専門家等を派遣して伴走型の支援を行うとともに、事業計画の遂行状況を逐次把握しフォローを行う。

(具体的方針)

- ・チェックシートにより事業計画遂行状況を確認し、経営課題を見つける。
- ・経営課題解決のためのフォローアップと、中小企業診断士等との連携により専門的な問題に対応する。

(2) 創業、事業承継支援による事業所数の維持拡大

(目 標)

当商工会地域内においては、高齢、後継者不在、営業不振による小規模事業者の廃業に伴い、町の活性化に影響を与えているため、事業承継や後継者マッチング、新規創業者への支援を強化することによる事業継続や新規開業を促進し、事業所数の維持拡大に取組み、地域の活性化を図る。

(具体的方針)

- ・小規模事業者に対し、経営指導員の巡回等により事業承継該当者をリストアップする。
- ・三井管内商工会(※)と合同で創業・事業承継セミナー、創業塾を開催する。
- ・創業支援のためのワンストップ窓口を創設し、創業者を継続的に支援する体制を構築する。

※三井管内商工会：大刀洗町商工会、小郡市商工会、久留米東部商工会の3商工会
人口 約101,800人 小規模事業者数 約2,100人

(3) 地域経済活性化に資する取組み

(目 標)

大刀洗町には優れた品質の農産物があり、農業と商工業が連携することにより付加価値を付け、売上を大きく飛躍させることができる。このようにして開発した特産品を地域イベント等で利用することにより、更にブラッシュアップを行う。

又、町内に点在する歴史的観光資源の認知度を高め、観光客の呼び込みができるように行政との連携を図る。

(具体的方針)

- ・大刀洗町特産品開発委員会・運営委員会が中心となり各種団体と連携し、新商品開発、ブランド確立に向けて協議を重ね、事業を推進する。

- 地域イベントを活用して消費者需要を調査し、特産品のブラッシュアップ支援へ活用する。
- 行政との連携強化を図ることにより、観光客の呼び込みができるための歴史的観光資源の認知度を高め、交通の便利さを活かした企業誘致推進へ向けての行政懇談会を開催する。

経営発達支援事業の内容及び実施期間

(1) 経営発達支援事業の実施期間(平成30年4月1日～平成35年3月31日)

(2) 経営発達支援事業の内容

I. 経営発達支援事業の内容

1. 地域の経済動向調査に関すること【指針③】

(現状における課題と改善点)

これまでは、地域の経済動向調査に関しては、必要に応じて全国商工会連合会(以下、全国連)・県連が作成した中小企業景況調査結果等からの情報を小規模事業者に提供することに留まっており、地域の経済状況並びに企業の経営課題を的確につかむことが出来ていなかった。

今後は各種統計資料の整理・分析に加え、巡回訪問による調査を定期的に行い、地域経済動向の実態を把握する。また、小規模事業者への情報提供および経営分析・経営計画立案の際の基礎的資料、地域経済活性化に資する取り組みに記載の行政懇談会の際に地域に特化した情報として共有し、商工施策の立案計画実行の基礎資料として活用する。

(事業内容)

(1) 町内地区における小規模事業者の景気動向調査、分析、提供【新規事業】

【手段手法】 各種統計資料による経済動向等情報には、当商工会地区内に限定した経済公表データが存在しない。そこで、不足している当商工会地区内の景気動向データを補うために、職員の巡回訪問を通じて地域の経済状況調査を四半期ごとに行い、県連や専門家(中小企業診断士等)と連携し、情報の分析を行う。

【対象】 小規模事業者で業種ごとに建設業、製造業、卸・小売業、サービス業各10社ずつの計40社を抽出する。

【調査項目】 ①売上額の状況 ②採算の状況(経常利益) ③資金繰りの状況
④設備投資の状況 ⑤雇用の状況 ⑥経営上の問題点

【活用方法】 小規模事業者の実態把握、必要なニーズや課題を業種ごとに抽出し、その調査結果をもとに地区内の経済動向の情報をデータベースとして蓄積し、大刀洗町商工会職員間で情報共有する。また、ホームページや商工会広報誌に掲載すると同時に小規模事業者への巡回・窓口時にて配布することで、情報提供を積極的に実施するとともに、小規模事業者からの相談時、経営分析時の比較検討資料として活用する。

(2) 各種統計資料による経済動向等情報収集、分析、提供【拡充事業】

【手段手法】 国の地域経済分析システム（RESAS）（注 1）など下記の景況情報等に、前述（1）で調査した町内地区の景気動向調査の分析結果を取入れ随時整理分析するとともに、経営指導員、専門家で四半期ごとにレポートとして取りまとめ、的確な支援を行うために職員全員で情報を共有する。またホームページに公表して広く周知し、併せて小規模事業者への巡回のほか窓口相談時にペーパーおよびタブレット端末からの電子データの形態でレポートを配布し、積極的な情報提供に努める。

（注 1）内閣官房及び経済産業省が、地域産業、人口、観光等のデータを可視化する形で整備した画期的な情報提供システムである。

- 【調査項目】**
- ①地域経済分析システム（産業が生み出す付加価値、人の集積度合、人口推移、自治体の強み・弱み）
 - ②中小企業景況調査（売上額・採算・資金繰り・設備投資、雇用の状況、経営上の問題点）
 - ③小規模企業景気動向調査（売上額、採算、資金繰り、業況）
 - ④景気・金融・雇用動向調査（景気・金融・雇用動向）
 - ⑤経済センサス（地域内経済動向、事業所数、従業員数）
 - ⑥全国小企業月次動向調査（業況、売上、採算、資金繰り、借入難度）
 - ⑦福岡県勢要覧（人口、世帯、売上、事業所数、付加価値、給与、労働時間）

【活用方法】 前述のとおり、上記の分析レポートを四半期ごとに、ホームページや商工会広報誌に掲載すると同時に小規模事業者への巡回・窓口時にて配布することで、情報提供を積極的に実施するとともに、小規模事業者からの相談時、経営分析時の比較検討資料として活用する。また、分析レポートを行政懇談会において共有し、商工施策の立案計画実行の基礎資料として活用する。

(目 標)

対象とする小規模事業者に対しての支援については、次表を目標とする。

| 項 目 | 現 状 | 30 年度 | 31 年度 | 32 年度 | 33 年度 | 34 年度 |
|-----------------|-----|-------|-------|-------|-------|-------|
| 景気動向調査対象数 | 0 社 | 40 社 | 40 社 | 40 社 | 40 社 | 40 社 |
| 商工会広報誌提供回数 | 0 回 | 4 回 | 4 回 | 4 回 | 4 回 | 4 回 |
| 巡回・窓口相談における情報提供 | 随 時 | 随 時 | 随 時 | 随 時 | 随 時 | 随 時 |
| HP 更新回数 | 0 回 | 4 回 | 4 回 | 4 回 | 4 回 | 4 回 |

2. 経営状況の分析に関すること【指針①】

(現状における課題とその改善点)

これまでは、当会地域の小規模事業者において、決算時期や金融相談時等の限られたタイミングでしか自社の数字に向き合っておらず、経営課題がどこにあるか把握できていない。また、経営分析の重要性や必要性について認識不足であり、自身の経営実態を把握できていないような状況である。

今後は、小規模事業者が自社の経営状況の把握を促すため、前述の地域経済動向調査を踏まえ、巡回訪問を通じて小規模事業者と積極的に対面し、経営課題抽出のための経営分析を行う。また、抽出された経営課題を解消するために後述の事業計画策定支援時に改善策を盛り込む。分析した結果は個社へフィードバックする。

(事業内容)

(1) 経営状況の把握によるヒアリングシート作成【新規事業】

【手段手法】 経営指導員の巡回訪問において、直に事業主とヒアリングを行うと共に店舗での販売状況や工場での稼働状況等を観察するなどして経営状況を把握する。これらの経営状況に関しては、ローカルベンチマークシートの分析項目を中心に情報収集を行い、ヒアリングシートを作成する。

【収集項目】 財務情報（3期分）

- ①売上高 ②資本金 ③営業利益 ④借入金 ⑤現金・預金
- ⑥減価償却費 ⑦純資産合計 ⑧負債合計 ⑨売掛金 ⑩受取手形
- ⑪棚卸資産 ⑫買掛金 ⑬支払手形

非財務情報

- ①経営理念・ビジョン ②経営意欲 ③後継者の有無 ④企業及び事業沿革
- ⑤事業の強み・弱み ⑥ITに関する投資、活用の状況
- ⑦事業向上に向けた取組み ⑧市場動向・規模・シェアの把握
- ⑨競合他社との比較 ⑩主な取引先企業の推移 ⑪勤続年数・平均給与
- ⑫取引金融機関 ⑬品質管理・情報管理体制
- ⑭事業計画・経営計画の有無 ⑮従業員との共有状況
- ⑯研究開発・商品開発の体制 ⑰人材育成の取組み状況

【活用方法】 作成したヒアリングシートは貴重な事業所データとして管理するとともに、後述(2)のローカルベンチマークに入力し、経営分析のデータとして活用する。

(2) ローカルベンチマークを利用した経営分析【新規事業】

【手段手法】 (1)で作成したヒアリングシートのデータを経済産業省が提供する診断ツール「ローカルベンチマーク」に入力し経営分析を行う。財務情報においては、3期分の財務データを入力することにより6つの指標による財務分

析ができ、非財務情報においてもシートに記入することで、6項目を分析できる。

【分析項目】財務分析

- ①売上増加率（売上持続性）
- ②営業利益率（収益性）
- ③労働生産性（生産性）
- ④EBITDA 有利子負債倍率（健全性）
- ⑤営業運転資本回転期間（効率性）
- ⑥自己資本比率（安全性）

非財務分析

- ①経営者への着目
- ②事業への着目
- ③関係者への着目・企業を取り巻く環境
- ④内部管理体制への着目
- ⑤製品製造、サービス提供における業務フローと差別化ポイント
- ⑥商流把握

【分析結果の活用方法】

経営分析結果を実施事業所へフィードバックし、経営課題を抽出するなど経営支援の資料として活用する。さらに、分析結果を事業計画書策定する上での資料として活用する。

（3）経営状況分析個別セミナーの実施【新規事業】

経営課題があり、より詳細な経営分析が必要な事業所を対象に、中小企業診断士等の専門家と連携し個別の経営分析セミナーを実施する。より詳しく自社の経営状況を分析することで、同業他社と比較した場合の立ち位置や詳しい財務体質を確認することが可能となり明確な経営課題を把握することができるようになる。

これにより、次のステップで取組むべきことが明確になり、経営目標が立てやすくなることで、事業計画策定意欲に繋がっていく。

（目 標）

対象とする小規模事業者に対しての支援については、次表を目標とする。

| 事業年度 | 現 状 | 30 年度 | 31 年度 | 32 年度 | 33 年度 | 34 年度 |
|--------------------|-----|-------|-------|-------|-------|-------|
| (1)ヒアリングシート 作成数 | 0 件 | 30 件 | 30 件 | 30 件 | 30 件 | 30 件 |
| (2)経営分析件数 | | | | | | |
| 個別セミナー 参加事業所数 | 0 社 | 10 社 | 10 社 | 10 社 | 10 社 | 10 社 |

3. 事業計画策定支援に関すること【指針②】

(現状における課題とその改善点)

これまで、小規模事業者への事業計画策定支援は、経営革新計画の申請、各種補助金等の申請、金融斡旋に伴う事業計画書作成など、限られた事業所に対するどちらかと言えば受身のサービスとなっており、支援件数も少数に留まっていた。事業計画書の策定が必須となる創業・第二創業や経営革新支援においても、当該地域では創業や経営革新を目指す事業者が少なく、地域経済を活性化させるためにも、それらの対象となる事業者の掘り起こしが急務となっている。

2016年度版小規模企業白書によると、経営計画策定の効果は、「売上高増加」や「自社にとっての強みの発見」などと関係性が高いことが述べられている。今後は経営指導員の巡回・窓口指導時に事業計画策定の重要性を訴えるとともに、個社における事業計画策定の可能性を掘り起こす。

また、事業計画策定セミナーを定期的開催し、前述2の経営分析により浮き彫りとなってきた、経営課題の解決策や強みを活かした新事業に基づいた事業計画書策定を働きかけ、セミナー後は経営ビジョンどおりの事業計画書が完成するよう伴走型支援を行っていく。事業計画策定においては、前述1の地域経済動向調査や後述5の需要動向調査を踏まえた内容とする。また、事業計画書策定支援を強化するために、三井管内商工会と相互連携を図り、合同で創業セミナー・創業塾等を企画開催し、広域的なより効果の得る支援体制を構築していく。

(事業内容)

(1) 経営指導員の巡回等による事業計画策定事業者の掘起こし【拡充事業】

計画的な経営指導員による巡回指導や窓口指導において、前述2の経営状況の分析で浮き彫りとなってきた経営課題を克服するために、事業計画策定が必要であることを説明する。当該事業所がどのような経営課題に直面しているかを判断し、課題解決に向けた検証を行った上で、事業計画策定の必要性を説明するなどメリットを訴求していく。

更に、必要に応じて中小企業診断士と連携した指導を行うことにより、事業計画策定の可能性を見出していく。

(2) 事業計画策定セミナーの開催【新規事業】

毎年1回、中小企業診断士等の専門家と連携して事業計画策定セミナーを開催する。セミナーにおいては、事業計画策定に必要な考え方や知識の習得を目的とし、事業者もしくは後継者の参加を促す。

カリキュラムにおいて自らが計画書の策定を行う機会を設けることで、自社を自ら検証する機会となり、経営意識の向上に繋げる。

(3) 経営指導員による事業計画策定伴走型支援【拡充事業】

前述(1)で掘起こした事業者と(2)のセミナー受講者に対しては、これか

らの経営ビジョンを見据えた事業計画書が完成するよう、経営指導員が伴走型の支援を行っていく。

事業計画書の作成にあたっては中小機構の経営計画作成アプリ「経営計画つくるくん」を積極的に活用していく。このアプリを活用すると、①企業概要 ②事業コンセプト ③市場分析 ④競合分析 ⑤自社分析 ⑥3年後の目標 ⑦目標を目指す方法について項目ごとに情報を入力することにより、事業計画書を作成することができる。特に市場分析・競合分析・自社分析の3C分析はマーケティングに役立てられる分析方法で、3C分析を行うことで自社の強みや弱みを的確に把握し、市場全体の中でどのように事業を成長させていくかを明確に描くことができるので、入念に分析を行う。

更に、必要に応じて中小企業診断士と連携した事業計画策定を行うことにより、より詳細な事業計画を策定していく。

(4) 三井管内商工会による広域連携体制構築並びに創業塾等の開催

【拡充事業】

事業計画策定支援については、三井管内商工会で相互連携を図りながら広域的な支援体制を構築し取組んでいく。

その取組みの一つとして、本会単独では実施に至らなかった創業塾等を三井管内商工会合同で定期的実施する。創業・事業承継への動機付けを目的とした創業・事業承継セミナーと特定創業支援事業として行政より認可を受けた創業塾を幹事商工会が持ち回りにて毎年1回開催していき、その中で事業計画書の策定支援をしていく。

広域での創業塾等を開催することにより、コンスタントに受講者を誘導しやすくなる上に、受講者側にも創業のノウハウを取得することは勿論、近隣地域で同じ志を持つ者同士が課題を共有することにより良い意味での交流になる。

創業塾等において事業計画書を策定し、また、創業塾終了後の受講者に対しての個別支援（各施策支援等）については、所属商工会の経営指導員が伴走型支援を行い、スムーズな創業・事業承継が行われるように促していく。

(目 標)

対象とする小規模事業者に対しての支援については、次表を目標とする。

| 実施内容 | 現 状 | 30年度 | 31年度 | 32年度 | 33年度 | 34年度 |
|----------------------------|-----|------|------|------|------|------|
| 事業計画策定の掘起し、セミナーからの事業計画策定件数 | 4件 | 10件 | 10件 | 10件 | 10件 | 10件 |
| 創業塾等の参加からの事業計画策定件数 | 3件 | 5件 | 5件 | 5件 | 5件 | 5件 |
| 合 計 | 7件 | 15件 | 15件 | 15件 | 15件 | 15件 |

4. 事業計画策定後の実施支援に関すること【指針②】

(現状における課題とその改善点)

事業計画策定後の実施支援については、今までは実施における経営課題が生じ小規模事業者から相談があった場合に対応する等、受動的な対応が主体であった。

しかし、当地域では人口の減少、高齢化の進展等小規模事業者を取り巻く経営環境は厳しくなっており、そうした中で事業計画における成果を高めるためには、事業計画策定後のフォローアップが重要となってきた。

そこで、今後は、事業計画策定後に、経営指導員による定期的な巡回で遂行状況を確認しフォローアップを行う。また、県連との連携を強化し、専門家派遣事業等の施策を活用してフォローアップを実施する。

国・県・町・県連・よろず支援拠点等の行う支援策等について、商工会広報誌への記載やホームページでの周知、定期的な巡回指導等を活用して積極的に周知し活用を促す。

(事業内容)

(1) 新規創業者・事業承継者へのフォローアップ【拡充事業】

新規創業者・事業承継者への事業計画策定後の支援については、初めは経験が未熟で経営課題が多いため巡回の回数を増やし、2年間は2ヶ月ごとの巡回により、きめ細かくフォローアップを行い、経営課題についてのヒアリング及び各種施策の情報提供を行う。その後、状況に応じて巡回数を調整し、四半期ごとの巡回を行い、事業遂行状況等の確認を行う。

また、商工会の内部組織である青年部・女性部を活用して先輩経営者の「生の声」の体験事例を聞く機会を年1回確保し、経営者同士を繋ぐ。経営に対する不安の相談相手ができるとともに、実体験を踏まえた対策などを検討する機会とする。

ワンストップ窓口を創設し、金融・税務・労務などの相談を一ヶ所で対応できる体制を構築する他、専門的な問題に対しては、中小企業診断士等の専門家派遣を活用して個別のフォローアップを実施し、伴走型の支援を行う。

(2) チェックシートによる遂行状況確認・フォローアップ【拡充事業】

前述(1)新規創業者・事業承継者以外の事業計画策定を行った事業者に対しては、経営指導員が四半期ごとの巡回により事業遂行状況等の確認を行う。

計画通りに事業が遂行しているか、また目標の数値(売上金額や利益率など)が計画通り達成できているか、課題はないかなど、独自に作成したチェックシートを用い、事業主にヒアリングしながらチェックする。チェックシートにより、計画通りにできていない原因を事業者と検討し、計画通り達成できるようにフォローアップを行う。

必要に応じて、中小企業診断士等の専門家と連携し課題解決を図りながら、事業の円滑な計画達成に向けての支援を行う。

(目 標)

対象とする小規模事業者に対する支援については、次表を目標とする。

| 実施内容 | 現 状 | 30 年度 | 31 年度 | 32 年度 | 33 年度 | 34 年度 |
|-------------------------|------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 新規創業・事業承継者へのフォローアップ回数 | 12 件 | 30 件 | 30 件 | 20 件 | 20 件 | 20 件 |
| 新規創業・事業承継者以外へのフォローアップ回数 | 16 件 | 40 件 | 40 件 | 40 件 | 40 件 | 40 件 |
| 合 計 | 28 件 | 70 件 | 70 件 | 60 件 | 60 件 | 60 件 |

5. 需要動向調査に関すること【指針③】

(現状と課題)

近年、消費の形態は大幅に変わっている。消費者は価格と価値のバランスを重要視し、必要なモノと必要でないモノの線引きを明確に行うようになってきている。よって、事業を成功させるには、消費者目線で商品、サービス、販売方法について知る事は重要であるが、町内の事業者は随分前と同じ形態で事業を行っている。

現状は、域内小規模事業者に対する需要動向に関する情報の提供については、小規模事業者の求めに応じ商圈内人口などの統計資料を単に提供するに留まり、新たな需要の開拓には結びついてはなかった。

今後は、定期的に目的を持って、Ⅱ地域経済の活性化に資する取組みの(1)大刀洗町特産品開発事業で開発した商品の調査を取り入れるなど、小規模事業者の販売する商品やサービスに対する需要動向調査を計画的・体系的に実施し、販路開拓を見据えた基礎的資料としての活用を図る。

この課題について以下の事業を実施する。

(事業内容)

(1) 商談会におけるバイヤーからの助言活用【新規事業】

【手段手法】 商談会等への参加呼びかけを積極的に行い、参加バイヤーからの助言をリスト化し、新需要開拓を目指す小規模事業者への貴重な情報として提供する。

【対 象】 大刀洗町特産品開発事業で開発した商品および事業所

【項 目】 デザイン、価格、量、味、商品名、キャッチコピー

【活用方法】 個別事業者の商品開発、改良の必要がある場合の判断材料として活用するほか、需要の動向や消費者トレンドについて、商談会ごとに報告書を作成し事業者と職員間で共有し活用する。

(2) 地域イベントでのアンケート調査【新規事業】

【手段手法】 毎年10月、商工会が主催で行う大刀洗ひばり市（来場者約3,000人）にて、大刀洗町特産品開発事業で開発した特産品を対象とした評価調査を実施する。

【対象】 大刀洗町特産品開発事業で開発した商品および事業所

【項目】 購入商品、購入理由、価格の評価、味の評価、商品満足度、改良すべき点

【活用方法】 得られた調査結果を事業者にフィードバックし、商品の改善を提案することで商品力を向上させる。商品力の向上により、小規模事業者の売上を伸ばす。

(3) 民間情報機関のシステム等の活用による情報提供【新規事業】

【手段手法】 事業計画を策定支援する際に、その事業所の取扱う商品・サービス等の需要動向や商品の販売情報については、日経テレコンのPOSデータを活用し、個々の事業者に対して各商品の“売れ筋”に関する情報を図・表・グラフなどにして加工した資料やタブレットなどによって提供を行う。

【対象】 域内小規模企業 特に小売飲食業を中心として調査分析

【項目】 加工食品、酒類、家庭用品など2000分類、265万商品の販売実績データから閲覧できる次の事項を主に情報を提供する。

ア 商品、分類、メーカー別の販売動向

イ 現在の売れ筋商品ランキング

ウ 競合商品とのシェア分析

エ 市場における商品のポジショニング

オ 地域比較やABCランキング

カ 政治や市場、経済、社会、技術的動向

【活用方法】 福岡県商工会連合会をはじめ各中小企業支援機関等が実施している市場動向や需要動向に関する調査結果について公開が可能であり、有用と思われる情報は、商工会ホームページや広報誌等にて積極的に情報の提供を行い、共有化を図ると共に小規模事業者の事業計画策定時の基礎資料として活用する。

(4) 民間調査会社や専門家の活用による個別調査【新規事業】

(1)、(2)、(3)の調査で不足する場合は、民間調査会社や専門家を活用し、市場規模、需要の見込み、潜在的ニーズについて内容を補完する。

個別事業所の事業計画策定、実行における判断材料として活用するほか、業種ごとに整理分析して職員間で共有し、他の事業所の支援にも活用する。

(目標)

対象とする小規模事業者に対しての消費者動向調査等の支援については、次表を目

標とする。

| 支援内容 | 現 状 | 30 年度 | 31 年度 | 32 年度 | 33 年度 | 34 年度 |
|----------------------|-----|-------|-------|-------|-------|-------|
| 商談会におけるバイヤーからの助言活用件数 | 0 件 | 5 件 | 5 件 | 7 件 | 7 件 | 7 件 |
| 地域イベントによる出店事業所数 | 0 回 | 2 件 | 2 件 | 4 件 | 4 件 | 4 件 |
| システム等の活用による情報提供回数 | 0 件 | 10 件 | 10 件 | 20 件 | 20 件 | 20 件 |

6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること【指針④】

(現状と課題)

これまで、域内の小規模事業者に対する需要開拓支援は、福岡県商工会連合会や県内の中小企業支援機関等が開催する各種展示会・商談会等への参加案内をするだけにとどまっており、小規模事業者の売上増加に対する効果は十分とはいえなかった。

今後は、新たに外部機関や専門家と緊密な連携を図り、消費者の需要動向や市場環境をふまえ、域内小規模事業者が開発する新商品（特産品等）や新サービス及び経営革新承認企業の販路開拓を行うため、インターネット活用、展示会、商談会等への積極的な出展参加支援を行う。

この課題について以下の事業を実施する。

(事業内容)

(1) 外部機関等と連携した販路開拓に関する支援【拡充事業】

福岡県商工会連合会や県内の中小企業支援機関が開催する各種商談会等への出展を促進し、域内小規模事業者の受注機会の拡大を図る。出展後については、商談会でのバイヤーや来場者の意見をもとに専門家などを活用し商品やサービスなどを改良するとともに販路開拓活動を踏まえた事業計画の見直しも進めていく。

(各種商談会等の概要)

ア. 「RKBラジオまつり」フェア

地元のラジオ放送局RKBが、毎年10月に行っている「RKBラジオまつり」を開催している。この出展企業については、同放送局が約1ヶ月前からラジオで同フェア出展企業の商品を紹介する。また原稿は無料で提供されるので、自社商品のPRなど自由に使い販売促進に繋がっている。なお、同フェアは2日間に約12万人の来場者がある。

イ. 岩田屋久留米店バイヤー求評（商談）会

毎年2月・7月に福岡県が開催し、岩田屋久留米店バイヤーによる求評・商談を行い、岩田屋で扱うお中元・お歳暮ギフトの機会となる。バイヤーから見た商品の感想、岩田屋で扱うには、どのような改善が必要かなどのアドバイスを受けること

ができる。

ウ. オール福岡フェア・商談会

県内中小企業の優れた商品や、特産品開発事業で開発された商品等を首都圏の消費者に販売するとともに、首都圏の流通事業者との商談を通じ販路拡大に寄与することを目的に毎年10月、福岡県商工会連合会が東京都内において開催している。

エ. Food EXPO in Fukuoka

世界的にも優れた高付加価値の九州産農林水産物や加工食品など地場食品関連産業の販路拡大及び地域経済の振興を目的に、福岡県・福岡市・福岡県商工会連合会・ジェトロ福岡・福岡商工会議所の5団体主催によるイベント（展示商談会及び個別商談会）が毎年10月に福岡市内で開催している。

【対象】 域内小規模企業 特産品開発事業で開発した商品の事業者および新製品等を開発製造している食品業者等

(2) インターネット販売を活用した販路開拓に関する支援【拡充事業】

当地域には名店が多く点在しているもののPRが出来ていなく、町自体の知名度や吸引力があまり高くありません。しかし、実際は足を運ぶ価値のあるものが多いのも事実です。

そこで、物産展や商談会・インターネット販売のショッピングサイトへの活用を積極的に推進し、地域の産品を販売していく。

(ショッピングサイトの概要)

ア. ニッポンセレクト

地域経済を支える中小企業・小規模事業者等が、農商工連携や地域資源の活用などにより開発した商品等や、魅力ある隠れた地域産品等をウェブを通じて紹介・普及を行うことにより、地域の優れた産品を紹介・販売し、中小企業・小規模事業者の商品展開力・販売力の向上等を図ることを目的とした全国商工会連合会公式のサイト

イ. 福岡ブランドドットコム

福岡県商工会連合会が行う「福岡ブランド育成事業」を実施するための諮問機関「福岡ブランド育成事業推進委員会」が実施している。

“福岡のひとがおすすめる福岡の美味しいもの”をコンセプトに、県内のこだわりのある企業を選抜し、本格映像で紹介するブロードバンド対応型動画紹介インターネットシステム

ウ. よかもん市場

公益財団法人 福岡県中小企業振興センターが運営する福岡をはじめとする九州の企業が出店するショッピングサイト。

九州ならではの伝統工芸品、食品農産物など自慢の逸品を全国の方に届けます。

エ. さとふる

さとふると納税のため町が運営委託する通販サイト。現在、大刀洗町では57商品が登録されています。

【対象】 域内小規模企業 主に特産品開発事業で開発した商品の事業者および他地域でも販売が見込める事業者

(3) 商談会でのプレゼンテーション力向上に関する支援【新規事業】

域内の小規模事業者の販路拡大や売上向上を図るためにフクオカベンチャーマーケット協会が実施している「商談会」への参加を促進する。また、同商談会への参加者については協会所属の専任講師からプレゼンテーションの仕方や技術向上に関する事前指導を受けることもでき、その後の販売促進にも寄与することとなるので、より多くの小規模事業者が参加するよう促進する。

(フクオカベンチャーマーケット協会での商談会概要)

福岡県の外郭団体である「フクオカベンチャーマーケット協会」では、全国の中小・小規模企業を対象に毎月、商談会（プレゼンテーション）を開催している。平成11年度からの約10年間でプレゼンテーションを実施した企業は1400社を超え、約17%の企業が商談成立し、商談額は160億円にのぼる。

【対象】 域内小規模企業 特に製造業などで経営革新承認企業

(目標)

対象とする小規模事業者に対しての販路開拓に関する支援件数等の支援については、次表を目標とする。

| 支援内容 | 現状 | 30年度 | 31年度 | 32年度 | 33年度 | 34年度 |
|------------------------------|-----|------|------|------|------|------|
| 外部機関等と連携した商談成約企業数(1) | 5件 | 10件 | 10件 | 15件 | 15件 | 15件 |
| インターネット販売を導入した企業数(2) | 10件 | 15件 | 15件 | 18件 | 18件 | 18件 |
| インターネット販売の対前年比増額(2) | 0% | 10% | 10% | 20% | 20% | 20% |
| 商談会でのプレゼンテーション向上に関する支援企業数(3) | 0件 | 3件 | 3件 | 5件 | 5件 | 5件 |

Ⅱ. 地域経済の活性化に資する取組

(現状と課題)

地域経済の活性化を図るためには、何よりも地域の経済や雇用を担っている小規

模事業者がより一層活性化していくことが求められるが、近年では廃業が開業数を上回るなど商工業者数は漸減傾向にあり、さらには郊外に展開している大規模小売店の出店により購買力の流出といった厳しい経営状況が続いている。

これを解決するためには、今後も大刀洗町特産品開発運営委員会（※構成は下記記入）により行政や地域の各組織団体等と緊密な連携を図り、円滑かつ効果的な事業を推進していく必要がある。

（事業内容）

（1）大刀洗町特産品開発事業【拡充事業】

大刀洗町には優れた品質の農産物がある。農産品をそのまま販売するより、農業と商工業が連携し、それらを加工して販売することで、売上額を大きく飛躍させることができる。そのため、特産品を使用した商品開発を地域事業者に勧め、同時にその販路開拓支援を行っていく。

その中でも、平成26・27年はインターネット販売向けの商品開発を行うために「大刀洗町特産品開発委員会」と「大刀洗町特産品開発運営委員会」を発足し、下記のような新商品開発に至った。



この委員会において、商工会は特産品開発運営委員の意見をまとめ、事業所へ特産品開発の専門家を派遣し、特産品開発の支援を行った。

これからも、販路拡大支援に拡充するため、委員会の意見を取り入れていき、開発した特産品を販売するため県内・県外の商談会やイベントに参加することを促し、消費者をはじめ、バイヤーに商品をアピールする事を支援していく。

●大刀洗町特産品開発委員会

《 構 成 》

特産品開発を行う事業所

●大刀洗町特産品開発運営委員会

《 構 成 》

福岡県久留米振興事務所 ・ 福岡県商工会連合会 ・ J A みい 営農部
大刀洗町役場 産業課 ・ 専門家（地域活性化） ・ 大刀洗町商工会
大刀洗町役場 地域振興課

（2）地域イベントによる地域活性化【拡充事業】

地域に賑わいを創出するために、「大刀洗ひばり市」を開催する。

「大刀洗ひばり市」の実行委員メンバーに大刀洗町職員が入り町と連携していく。このイベントには、約40店舗が出店し、これまで通り生産者を中心として出店

されてきたブースと、新たに大刀洗町特産品開発事業による商品開発を行っている小規模事業者に対するブースを設け、商品のテストマーケティングからブラッシュアップする場として活用してもらおう。

(3) 行政との連携強化を図るための「行政懇談会」の開催【拡充事業】

行政が行う商工業や観光振興の一端を担い、地域経済の活性化に寄与していくために行政との関係強化に努める。これにより、高速道路の I C に近いという交通の便利さを活かした企業誘致や、町内に点在する歴史的観光資源の活用による観光客の呼び込みができるように協議する。また情報を共有し地域経済活性化に向けて具体的事業等を協議し、具体的にこれを推進するために商工会役員と町長及び商工会担当課（産業課）との「行政懇談会」を定期的に開催する。

(目 標)

対象とする小規模事業者に対しての支援件数及び会議開催回数については、次表を目標とする。

| 支援内容 | 現 状 | 30 年度 | 31 年度 | 32 年度 | 33 年度 | 34 年度 |
|-----------|-----|-------|-------|-------|-------|-------|
| 特産品開発支援件数 | 6 件 | 10 件 | 10 件 | 15 件 | 15 件 | 15 件 |
| 行政懇談会開催回数 | 1 回 | 1 回 | 1 回 | 1 回 | 1 回 | 1 回 |

Ⅲ. 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

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

地域の小規模事業者や需要の動向、支援ノウハウ等に関して、情報交換すること等により、新たな需要の開拓を進める基盤の構築を図る。

(1) 筑後地域中小企業支援協議会

福岡県、筑後地域にある商工会・商工会議所・中小企業診断士等専門家団体・金融機関・福岡県中小企業団体中央会等支援機関・よろず支援拠点など合計 60 機関で構成し、需要動向に関する鵜情報や地域の小規模事業者の支援方法の検討及び支援ノウハウの情報交換を行う。

(全体総会年 2 回及び月例連絡協議会)

(2) 筑後地区広域担当経営指導員連絡会議

筑後地区 14 商工会から 1 名ずつ推薦された広域担当経営指導員で構成し連絡会議を年 2 回開催する。この連絡会議において支援施策情報の共有や指導事例情報の受発信を行い、経営支援体制の課題解決や強化について情報交換等を行う。

(3) 三井管内商工会経営指導員連絡会議

大刀洗町・小郡市・久留米東部商工会の経営指導員 8 名で構成し、連絡会議

を年 2 回開催する。3 商工会による合同セミナーの開催、「支援ノウハウ」「支援の現状」「地域経済の状況」についての情報交換・意見交換を行う。

(4) ㈱日本政策金融公庫との情報交換会

毎年、上期と下期に 1 回ずつ、㈱日本政策金融公庫久留米支店から金融・創業支援等に関する支援ノウハウを学び、支援能力の向上を図る。

2. 経営指導員等の資質向上等に関すること

小規模事業者の利益確保に資する支援ノウハウの習得を図り、習得したノウハウ及び小規模事業者の分析結果等を組織内で共有する体制構築のため、次の事項を実施する。

(1) セミナー等の参加による資質向上

中小企業基盤整備機構や福岡県が年 1 回開催するセミナーや研修会等に参加し、資質向上を図る。また、受講後に職員全員での共有を図るため、報告勉強会を開催する。

(2) OJT による伴走支援力の向上

巡回のうち一定の割合で、経営指導員が培ってきた多様なスキルを伝えるため経営指導員と経営支援員のペア巡回を実施し、OJT を行う。「専門的な支援知識」は勿論、ヒューマンスキルである「コミュニケーションスキル」や「傾聴のスキル」等についても体感し、事業者との信頼関係を構築していくことを心掛ける。またペアでの巡回により課題の深堀も可能となり、結果として伴走支援力の向上にも繋がる。

(3) 事業計画の策定・実施支援情報の共有化

各種分析によって得られた分析結果、策定した事業計画書、支援ノウハウについては、他の職員が相談指導の際に活用できるようにデータベース化して管理するとともに、経営分析を担当した経営指導員が必要に応じて詳しく内容の解説を行い、支援情報の共有化を図り、他の職員が行う経営支援への活用を促進させる。

3. 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

本計画に記載の事業の実施状況及び成果について、実施する事業の目標達成度の評価シートによる「進捗率、策定件数等の目標件数」の導入により「費用対効果」即ち、その実効性における成果志向での評価を図り、以下により検証と計画の見直しを行い、経営発達支援計画の実施効果を高める。

(1) 経営発達支援計画の事業評価及び見直し体制

年 1 回、商工会の正副会長、外部有識者として中小企業診断士、大刀洗町産業課、県連職員により、「評価委員会」を設置し「評価シート」を設定する。

数値的評価基準により、P(Plan)・D(Do)・C(Check)・A(Action)事業活動の「計画」「実施」「監視」「改善」サイクルにより事業成果の評価・見直し案の提示を行う。

(2) 経営発達支援計画の事業評価及び見直しの決定

経営発達支援計画の評価委員会から示された、事業成果の評価・見直し案を商工会理事会において審議し、評価・見直しの方針を決定する。

(3) 経営発達支援計画の事業評価及び見直しの承認

商工会理事会において決定された事業の成果・評価・見直し案については、通常総会へ報告する。

(4) 経営発達支援計画の事業評価及び見直しの公表

事業の成果・評価・見直しの結果を大刀洗町商工会のホームページで計画期間中公表する。

※商工会ホームページ : <http://www.tachiarai.jp/>