

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	みやき町商工会 (法人番号 7300005004991) みやき町 (地方公共団体コード 413461)
実施期間	令和4年4月1日～令和9年3月31日
目標	<ul style="list-style-type: none"> ① 持続的発展に向けた小規模事業者の経営力向上の推進 <ul style="list-style-type: none"> ・事業所の生産性向上や収益力アップを図るため、「経営力向上計画」や「経営革新計画」など事業計画策定に取り組む ② 地域資源の活用や商・工・観光・農の産業間の連携による事業の推進 <ul style="list-style-type: none"> ・小規模事業者の活性化につなげるために、町内の歴史文化や自然などの地域資源を活用して新商品開発やサービス展開に取り組む ③ 地域経済の維持、発展のための事業承継、創業の推進 <ul style="list-style-type: none"> ・地域経済の維持、発展のため、関係機関と協力しながら事業承継を支援する。また創業者支援に取り組む。
事業内容	<p>I. 経営発達支援事業の内容</p> <ul style="list-style-type: none"> 3. 地域の経済動向調査に関すること <ul style="list-style-type: none"> ・国が活用するビッグデータ活用 ・小規模事業者景気動向調査 4. 需要動向調査に関すること <ul style="list-style-type: none"> ・商談会におけるバイヤーアンケートの実施 ・展示即売会における利用者アンケートの実施 ・地域イベント会場での来所者アンケートの実施 5. 経営状況の分析に関すること <ul style="list-style-type: none"> ・巡回、窓口での相談者、需要動向調査対象事業所の内、販路拡大に意欲的な事業所や事業承継予定者を対象 6. 事業計画策定支援に関すること <ul style="list-style-type: none"> ・「DX推進セミナー開催・IT専門家派遣」の開催 ・事業計画策定セミナーの開催 ・事業計画策定セミナー受講者や創業予定者を対象に策定支援を行う 7. 事業計画策定後の実施支援に関すること <ul style="list-style-type: none"> ・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 8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること <ul style="list-style-type: none"> ・ニッポン全国物産展出展支援 ・商談会、展示会出展支援 ・SNS活用支援 ・ECサイト利用支援
連絡先	<p>①商工会／商工会議所 〒849-0101 佐賀県三養基郡みやき町大字原古賀1043-2 みやき町商工会 TEL：0942-94-3328／FAX：0942-94-4745 E-mail:miyaki@sashoren.or.jp</p> <p>②関係市町村 〒840-1106 佐賀県三養基郡みやき町大字市武1381 みやき町産業支援課 TEL：0942-96-5545／FAX：0942-96-5530 E-mail:sangyoushien@town.miyaki.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】

みやき町は、平成17年3月1日に旧中原町、北茂安町、三根町の3町が合併して誕生した町である。北部九州の中央、佐賀県東部に位置し、東は鳥栖市、西は吉野ヶ里町、上峰町、神埼市、南は福岡県久留米市、北は福岡県那珂川市に接している。総面積は約51.92km²である。

地形は、脊振山系に源を発する寒水川、切通川などが、なだらかな丘陵地帯と田園地帯を流れ筑後川に注いでおり、筑紫平野の穀倉地帯の一部として重要な役割を担っている。

交通の面では、鉄道はJR長崎本線の中原駅があり、隣接市には新幹線の停車駅である新鳥栖駅、久留米駅がある。また、車で30分圏内には鳥栖や東脊振といった高速道路のインターチェンジがあり、車輻による広域交流の利便性も良い。さらに、国道は北部に34号、南部に264号が東西に並行しているほか、主要地方道路も多いことから高い交通アクセスとなっている。

良好な自然環境や歴史文化を有し、佐賀県東部の中核都市である鳥栖市や福岡県久留米市に隣接しており、近年は人々が住みやすい地域として県外からも注目されている。

【人口】

昭和60年、平成27年、令和元年の人口で比較すると、総人口は、平成27年は△3,481人の大幅な減少になっているが、令和元年には96人の微増となっている。

平成27年と令和元年での3年齢区分人口で比較すると、年少人口及び老年人口は増加しているが、生産年齢人口は減少している。

みやき町の位置図



【 総人口と年齢3区分人口の推移 】

	昭和60年	平成27年 (A)	令和元年 (B)	増 減 (B) - (A)
総 人 口	28,759	25,278	25,374	96
～14歳	6,365	2,998	3,230	232
15～64歳	18,662	13,945	13,338	△607
65歳以上	3,732	8,335	8,806	471

資料：国勢調査（昭和60年～平成27年）・佐賀県人口推計月報（令和元年10月）

【産業】

本町は、商工業、農業のバランスがとれた町である。旧3町の中心部および国道34号などの幹線道路沿いには地域商業が集積している。また、脊振山系の恵まれた地下水により古くから酒造りも盛んであり、長い伝統と歴史を誇る白石焼も地場産業となっている。稲作を中心に農業も盛んである。

【 商工業者数・小規模事業者数の推移 】

		建設業	製造業	卸 小売業	飲食 宿泊業	サービ ス業	その他	計
商工業者数	H28年	183	126	173	64	186	40	772
	R3年	147	101	169	63	202	43	725
	増減	▲36	▲25	▲4	▲1	16	3	▲47
小規模 事業者数	H28年	179	104	151	63	171	28	696
	R3年	145	82	150	60	186	37	660
	増減	▲34	▲22	▲1	▲3	15	9	▲36
小規模 事業者割合 (%)	H28年	97.8	82.5	87.2	98.4	91.9	70.0	90.1
	R3年	98.6	81.1	88.7	95.2	92.0	86.0	91.0
	増減	0.8	▲1.4	1.5	▲3.2	0.1	16.0	0.9

出典：佐賀県商工会連合会「運営資料」

平成28年と令和3年を比較すると、商工業者数ならびに小規模事業者数ともに5%強が減少している。建設業では大工業や左官業といった一人親方、製造業では小規模事業者で下請けを主とする事業者の高齢化や後継者不在による廃業が大きな要因となっている。

なお、町の定住促進事業による人口増の影響もあり、美容業、整骨院などのサービス業は増加傾向となっている。

【第二次みやき町総合計画（商工業関連部分）】

第二次みやき町総合計画では、基本理念として「話 和 輪 WA!WA!WA! ～はつらつのびる交流新都～」を掲げ、佐賀東部・筑後川流域の広い地域において、周辺の都市と連携しつつ、人・モノ・情報が交流する「交流新都」を目指している。

■ 商業

基本方針	身近なサービスが充実したまち
目指すべき方向	本町の商業については、町内及び周辺都市への大型店・専門店の出店の影響などにより既存商店街の賑わいが減少しているが、国・県道沿線については沿道型店舗などの立地が進んでいる。 今後は、商工会や事業者と連携して、既存商業・サービス業の維持・存続と新たな商業の集積を図り、町民生活の利便性と質の維持・向上を目指す。
主要施策	① 生活に密着した地元商業・サービス業の振興 ② 活気を呼ぶ商業ゾーン・集積地区の育成

■ 工業

基本方針	次世代を切りひらく新産業のまち
目指すべき方向	定住人口を増加するには、雇用の場の創出が必要不可欠である。これまで、工業団地を造成し企業の誘致を図ってきたが、工場として活用できる土地には限りがあるため、今後は、国土利用計画などとの整合性を図りながら新規工業団地の整備を進める一方で、生産性の向上についても支援を行う。
主要施策	① 町の環境に適した工業団地開発の推進 ② 活力を生む優良企業の誘致の推進 ③ 地場産業の育成と誘致企業へのフォローアップ

■ 観光

基本方針	資源を活かし楽しさを発信するまち
目指すべき方向	本町は、山や川など多くの自然に恵まれており、これらの自然を活かした多くのイベントを開催されている。山麓の森、筑後川の河川敷をはじめとする自然環境、農作物など特産品、歴史・文化資源などの本町独自の資源を「みやき町の資源」として町内外にPRし、都市部住民との交流を促進し、地域の活性化を図る。
主要施策	① みやき町の誇れる観光資源の保全・活用 ② 個性あふれる観光、イベント、レクリエーションの企画 ③ 交流の活性化を目指した観光PR・情報発信の推進

②課題

【みやき町の地域課題】

豊かな自然環境や歴史文化を活かし、商・工・観光・農の産業振興を進めていくことが課題である。各産業の連携を強め、中核都市である鳥栖市や久留米市などからの交流人口を盛んとした消費需要の獲得を図り、魅力的な地域づくりを進めていくことが必要である。

【小規模事業者の課題】

新型コロナウイルス感染症の影響を受け、厳しい経営環境にある事業所も多い。また、経営者の高齢化も進んでおり、事業承継など各種施策の活用推進が求められている。周辺市町も含めた広い商圈を有しているため、ポテンシャルを活かした持続的発展を進めていく必要がある。

(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

地域の現状と課題を踏まえ、第二次みやき町総合計画の産業振興方針の趣旨に則り、小規模事業者の今後10年程度の長期的振興の在り方として、以下の3つを掲げる。

1. 生活様式や消費者ニーズの変化に対応し、持続的に発展できる小規模事業者の経営力向上を推進する
2. 豊かな自然環境や歴史資源、伝統的な窯業、食文化など恵まれた地域資源の活用と、商・工・観光・農の各産業を連携させた事業を推進する
3. 地域経済の維持や発展のため、優良事業所の事業承継、新たな活力を生み出す創業を推進する

②みやき町総合計画との連動性・整合性

第二次みやき町総合計画では、基本理念として周辺の都市と連携しつつ、人・モノ・情報が交流する「交流新都」を目指している。

産業振興に関して、商業は商工会や事業者と連携し、既存商業・サービス業の存続と新たな商業の集積を図ることで、住民生活の利便性や質の維持・向上をめざす。工業は国土利用計画などとの整合性を図りながら、新規工業団地の整備を進める一方で、生産性の向上についても支援を行う。観光は山麓の森、筑後川の河川敷をはじめとする自然環境、農作物など特産品、歴史・文化資源などの本町独自の資源を「みやき町の資源」として町内外にPRし、都市部住民との交流を促進して地域の活性化を図る。

小規模事業者の長期的な振興としては、本町が掲げる商業、工業、観光振興との軸と同じである。基本理念の「交流新都」の精神と合わせて、地域資源の活用や産業間の連携による事業所の発展も推進していくため、本町の総合計画の方針と本会の長期的振興のあり方は合致している。

③商工会としての役割

本会は地域経済団体であり、町や佐賀県と連携して小規模事業者の育成に取り組み、地域や経済の活性化を担ってきた。また、小規模事業者は地域づくりやコミュニティのリーダーであり、地域の暮らしを支えてきた。

伴走型支援により、小規模事業者の現状把握と事業継続の支援をはじめ、新事業展開や事業再構築に向けた実効性の高い事業計画策定や実行支援と新たな需要の開拓等に取り組むことで、さらなる地域経済の発展を担っていく。

(3) 経営発達支援事業の目標

上記(1)・(2)を踏まえ、以下の3つの目標を掲げて当計画を実行する。

- ① 持続的発展に向けた小規模事業者の経営力向上の推進
- ② 地域資源の活用や商・工・観光・農の産業間の連携による事業の推進
- ③ 地域経済の維持、発展のための事業承継、創業の推進

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

本計画において設定した3つの目標に対する達成方針は以下のとおりである。

【目標①】 持続的発展に向けた小規模事業者の経営力向上の推進

小規模事業者の生産性向上や収益力アップを図るため、「経営力向上計画」や「経営革新計画」などの事業計画策定に取り組む。そして、売上拡大に向けて「小規模事業者持続化補助金」、設備投資を進める「ものづくり補助金」、ポストコロナとして「事業再構築補助金」などの活用をととして持続的発展を推進する。また近年の自然災害による脅威に備え、経営基盤を強化するため「事業継続力強化計画」の策定も推進する。

【目標②】 地域資源の活用や商・工・観光・農の産業間の連携による事業の推進

小規模事業者の活性化につなげるために、町内の歴史文化や自然などの地域資源を活用して、新商品開発やサービス展開に取り組む。そして、商・工・観光・農の産業間の連携による事業展開を図り、これらを推進するため、農商工連携事業、マイクロツーリズムなどに取り組む。

【目標③】 地域経済の維持、発展のための事業承継、創業の推進

地域経済の維持、発展のため、佐賀県事業承継・引継ぎ支援センターや金融機関、よろず支援拠点、中小企業基盤整備機構などと協力しながら事業承継を支援する。また、新たな地域経済の担い手となる創業者支援に取り組む。

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】

第Ⅰ期計画では、業種別に85社を対象として景況感や経営の問題点等を聞き取りし、結果を取りまとめたうえで分析をおこない、本会HPに公表した。(年2回：6月、12月)

【課題】

年2回の調査では間隔が空いてしまうため、タイムリーな情報提供ができていない。調査回数を増やすとともに、地域と全国の動向の対比などをおこなうなど改善が必要である。

(2) 目標

	現行	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度
①ビックデータ分析結果公表回数	—	1回	1回	1回	1回	1回
②小規模事業者景気動向調査公表回数	2回	4回	4回	4回	4回	4回

(3) 事業内容

①国が提供するビッグデータ活用

国が提供する「RESAS」を活用して広域的な経済動向や各種指標を付加し、地域動向と比較して分析を行い、年1回公表する。

【調査手法】 経営指導員等が「RESAS」を活用して広域的な経済動向を分析する。

【調査項目】 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 産業構造マップを総合的に分析し、事業計画策定支援等に反映する。

【分析手法】 経営指導員等が外部専門家と連携し分析をおこなう。

②本会管内の小規模事業者景気動向調査

本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調査・分析を行い、年4回公表する。

【調査対象】 管内小規模事業者20社

(製造業・建設業・卸小売業・飲食業・サービス業から4社ずつ)

【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おこなう。

(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、職員等が巡回指導を行う際の参考資料とする。

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

【現 状】

みやき町町民祭において、経営指導員が中心となり地域内住民の消費者ニーズ調査をおこなった。また、日経テレコンPOSEYESを活用し、売れ筋等の情報を収集した。

【課 題】

新型コロナウイルス感染症による影響により、イベントが中止となったことでアンケート調査の実施ができない時期も生じた。

みやき町町民祭ではアンケート調査票に答えていただく方法で実施したため、消費動向などは調査できたが、商品開発に役立つ意見収集は困難であり、今後はヒアリングで確認する必要がある。

(2) 目標

	現行	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度	R8 年度
①商談会におけるバイヤーアンケート対象事業者	—	4 者	4 者	4 者	4 者	4 者
②展示販売会における利用者アンケート対象事業者	—	5 者	5 者	5 者	5 者	5 者
③地域イベント会場での来所者アンケート対象事業者	—	5 者	5 者	5 者	5 者	5 者

(3) 事業内容

①商談会におけるバイヤーアンケートの実施

消費者ニーズや業界動向などを熟知しているバイヤーに対して、食品・非食品についてのアンケートを実施し、事業者にフィードバックする。

【サンプル数】 商談バイヤー10人

【調査手法】 商談会にてバイヤーに試食や商品説明をおこない、経営指導員等がアンケート調査票へ記入を促す。

【調査項目】 食品については、味・容量・価格・見た目・パッケージ・魅力度・取引可能性など
非食品については、機能性・見た目・魅力度・取引可能性など

【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展示販売会における利用者アンケートの実施

都市部で開催する展示販売会などにて、利用者に対して食品・非食品についてのアンケートを実施し、事業者にフィードバックする。

【サンプル数】 来場者50人

【調査手法】 都市部で開催する展示販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調査票への記入での回答を促す。

【調査項目】 来場者の属性（居住地・性別・年代）、商品毎の利用目的（シーン）・購入予算、商品に対する要望

購入者には、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、更なる改良等をおこなう。

③地域イベント会場での来所者アンケートの実施

地域資源を活かした商品開発などを、地元消費者が多く集まるみやき町町民祭にて来場者にアンケート調査を実施する。

【サンプル数】 来場者100人

【調査手法】 みやき町町民祭の来場者に対し、飲食物の新商品開発について経営指導員、事業所がアンケート調査票への記入での回答を促す。

【調査項目】 食品については、味・容量・価格・見た目・パッケージ・魅力度・購入可能性など
非食品については、機能性・見た目・魅力度・購入可能性など

【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、更なる改良等をおこなう。

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性について、日頃から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ともに、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
経営分析事業者数	50者	60者	60者	60者	60者	60者

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の支援がほとんどとなっている。経営環境の変化が激しいなか、事業を継続させるためにも事業計画策定は重要であるが、小規模事業者が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おこなうケースは少ない。

【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を理解していただけるよう、事業計画セミナーのカリキュラムを見直すなど改善する必要がある。

(2) 支援に対する考え方

小規模事業者に事業計画策定の重要性を伝え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、5・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、小規模事業者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、本会における重点支援分野である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	15者	30者	30者	30者	30者	30者
創業計画策定者数	3者	3者	3者	3者	3者	3者

(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】経営分析をおこなった事業者の中で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】セミナーを年1回開催、参加者は1回あたり15名程度。本会HP、本会公式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、経営指導をおこなうなかでIT専門家派遣をおこなう。

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】 集団セミナーを年1回開催、参加者は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、本会HP、本会公式LINEにて広く募集する。

③事業計画の策定

【支援対象】 事業計画策定セミナー受講者や創業予定者を対象とする。

【手段・手法】 事業計画策定セミナー受講者や創業予定者に対し、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、巡回や窓口指導時に進捗管理をおこなっている。但し、全ての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たうえで、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	18者	33者	33者	33者	33者	33者
頻度(延べ回数)	72回	168回	168回	168回	168回	168回
売上増加事業者数	—	6者	7者	8者	8者	8者
利益率5%以上増加の事業者数	—	6者	7者	8者	8者	8者

(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おこなう。頻度は原則3ヶ月に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事業所や事業承継事業者

や創業後間もない事業者は頻度を2か月に1回とする。3ヵ月に1回の事業所を50%、2か月に1回の事業者を50%とする。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おこない、ノウハウを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が、出展事業者に対する事前支援・事後フォローは十分とは言えない。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、高齢化や知識不足等の理由により、ITを活用した販路開拓等のDXに向けた取組が進んでおらず、限られた商圈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、商品改良したうえで展示会・商談会への出展を進めていく。また、今後、新たな販路の開拓にはDX推進が不可欠であることを理解・認識していただき取組を支援していく必要がある。

(2) 支援に対する考え方

商工会独自で展示会等を開催するのは困難なため、都市部で開催される展示会への出展を目指す。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。

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、FCPシートの効果的な作成方法等も支援をおこなう。

また、DX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、SNS情報発信、ECサイトの利用等、IT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おこない、導入にあたっては必要に応じてIT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ニッポン全国物産展 出店事業者数	—	2者	2者	2者	2者	2者
売上高/者	—	20万円	20万円	20万円	20万円	20万円
②商談会参加事業者数	7者	4者	4者	4者	4者	4者
成約件数/者	—	1者	1者	1者	1者	1者
③SNS利用事業者数	5者	10者	10者	10者	10者	10者
売上増加率/者	—	10%	10%	10%	10%	10%
④ECサイト利用事業者 数	1者	5者	5者	5者	5者	5者
売上増加率/者	—	10%	10%	10%	10%	10%

(4) 事業内容

①ニッポン全国物産展出店支援 (B to C)

経営状況の分析を行った上で事業計画を策定した意欲の高い関係事業者を優先的に選定して、ニッポン全国物産展に出店することで新たな需要の開拓を支援する。

○ニッポン全国物産展

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。

②商談会・展示会出展支援 (B to B)

経営状況の分析を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、地域色の高い製品の販路開拓を支援する。商談会・展示会へは参加するだけでなく、商談がスムーズに行えるようFCP商談会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する。また、事後フォローとしては、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 STYLE 九州 (B to B)

福岡市で2日間開催される西日本最大級の商談会。小売・中食・外食業界へ販路を開拓したい食品関連事業者と“他社との差別化を図りたい、様々な課題と向き合うバイヤー”を繋ぐ展示会である。首都圏や関西圏のバイヤーに直接提案できるところが魅力となっており出展者の満足度が高い。昨年の実績は以下のとおりである。

■出展社数：587社 ■来場者数：14,866名

○地方銀行フードセレクション (B to B)

毎年秋に東京ビッグサイトで開催される大規模商談会であり、第一地銀の取引先が主たる出展企業でもあるためバイヤーからの取引安心感にも繋がっている。

商工会だけでなく各金融機関の行員のサポートも期待できるため、高い取引可能性が期待できる商談会と言える。昨年はオンライン開催となっているが、一昨年実績は以下のとおりである。

■出展社数：1,031社 ■うち商工団体経由の出展社数：249社 ■来場者数：13,412名

③SNS活用支援

本会における重点支援分野である飲食店は、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

本会における重点支援分野であるECサイトについては、事業所の業種、規模、取扱商品に応じて、大手ショッピングモールへの出店やBASE等を利用した自社ECサイト構築など、適切なECサイト支援を行う。

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P D C A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）、町担当課、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。

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】

O J T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。

O F F - J T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W E B研修を受講するなど支援能力の向上を図っている。

【課題】

O J TならびにO F F - J T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】

本会が主催する金融懇談会のほか、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て小規模事業者支援に関する事例、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事務局内会議にて共有するようにしている。

【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には発展しない。日頃から、他機関との関係構築を意識することが求められる。

（2）事業内容

①金融懇談会の開催（年1回）

本会主催で、町担当課、佐賀県信用保証協会、日本政策金融公庫、金融機関（佐賀銀行、佐賀共栄銀行、筑邦銀行、佐賀東信用組合）による情報交換会を実施し、各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。

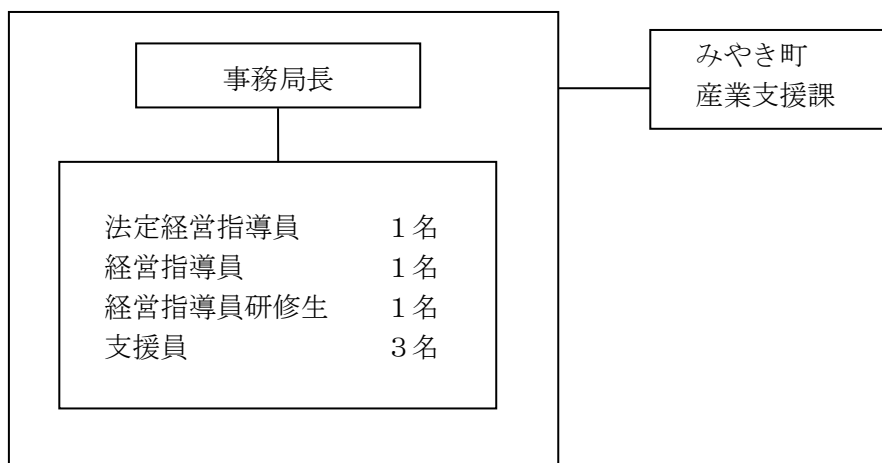
(別表2)

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4年4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)



(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 池田 文昭

■連絡先 みやき町商工会 TEL : 0942-94-3328

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

〒849-0101 佐賀県三養基郡みやき町大字原古賀1043-2

みやき町商工会 TEL : 0942-94-3328/FAX : 0942-94-4745

E-mail:miyaki@sashoren.or.jp

②関係市町村

〒840-1106 佐賀県三養基郡みやき町大字市武1381

みやき町 産業支援課 TEL : 0942-96-5545/FAX : 0942-96-5530

E-mail:sangyoushien@town.miyaki.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
①地域経済動向調査	300	300	300	300	300
・ビッグデータ分析	(150)	(150)	(150)	(150)	(150)
・景気動向調査分析	(150)	(150)	(150)	(150)	(150)
②需要動向調査	600	600	600	600	600
・バイヤーアンケート調査	(200)	(200)	(200)	(200)	(200)
・利用者アンケート調査	(200)	(200)	(200)	(200)	(200)
・来所者アンケート調査	(200)	(200)	(200)	(200)	(200)
③事業計画策定支援	400	400	400	400	400
・セミナー開催	(400)	(400)	(400)	(400)	(400)
④新たな需要開拓	1,700	1,700	1,700	1,700	1,700
・ニッポン全国物産展	(200)	(200)	(200)	(200)	(200)
・商談会出展	(1,500)	(1,500)	(1,500)	(1,500)	(1,500)

(備考) 必要な資金の額については、見込み額を記載すること。

調達方法
会費、県補助金、町補助金、手数料収入等

(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