

経営発達支援計画の概要

実施者名	大任町商工会（法人番号 1290805007664）
実施期間	平成 29 年 4 月 1 日～平成 34 年 3 月 31 日
目標	<p>建設業を中心とした地域経済の現状を正確に捉え、個々の事業者の経営実態に合わせた支援を実行することにより、事業者自らでは気づきにくい個性や魅力を発見し、活用することで、小規模事業者の売上の維持及び増加を図るとともに、経営体質の改善を図ります。</p> <p>道の駅、町と一体となって交流人口の増加を図る取組を行い、地域経済の底上げを行うことにより、小規模事業者に活力を与え、持続的な経営を行う小規模事業者の維持及び増加を図ります。</p>
事業内容	<p>・経営発達支援事業の内容</p> <p>1．地域の経済動向調査に関すること【指針】</p> <p>(1) 独自調査票による管内の経済動向調査の実施</p> <p>(2) 主要産業（建設業）への重点ヒアリング調査の実施 他</p> <p>2．経営状況の分析に関すること【指針】</p> <p>(1) 経営状況の分析に関する講習会の開催による事業者の発掘</p> <p>(2) 経営分析の基礎資料の蓄積と共有 他</p> <p>3．事業計画策定支援に関すること【指針】</p> <p>(1) 事業計画策定の必要性の啓蒙・普及</p> <p>(2) 重点支援対象事業者の選定・事業者と職員との意識共有 他</p> <p>4．事業計画策定後の実施支援に関すること【指針】</p> <p>(1) 事業計画策定事業者への実施支援</p> <p>(2) 事業計画策定後の他機関との連携</p> <p>(3) 事業計画に基づいた新商品開発支援 他</p> <p>5．需要動向調査に関すること【指針】</p> <p>(1) 道の駅を活用した地域内の需要動向調査</p> <p>(2) バイヤーへのヒアリングによる地域外の需要動向調査 他</p> <p>6．新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること【指針】</p> <p>(1) 需要開拓に資するセミナーへの参加促進と個別相談会の開催</p> <p>(2) 商談会・展示会等のビジネスマッチングを活用した販路開拓支援</p> <p>(3) IT を活用した販路開拓支援 他</p> <p>・地域経済の活性化に資する取組</p> <p>(1) 町、道の駅と連携、交流人口増による消費の拡大</p> <p>(2) 意欲ある事業者の掘り起こし 他</p>
連絡先	<p>名称 大任町商工会</p> <p>住所 〒824-0512 福岡県田川郡大任町大行事 3042-1</p> <p>電話番号 0947-63-2241</p> <p>FAX 番号 0947-63-4019</p> <p>メールアドレス ootou@shokokai.ne.jp</p>

(別表 1)

経営発達支援計画

経営発達支援事業の目標

I. 大任町の現状

1. 大任町の立地

大任町（おおうまち）は、福岡県の北東部に位置し、百万都市・北九州市から車で1時間、同じく百万都市・福岡市から1時間30分に立地しています。町の形状は、東西3.6km、南北7.2kmと南北に長く、町面積14.24k㎡と、県内60市町村の内、52番目という比較的小さい町です。内陸に位置するものの、山林はほとんど無く、田川盆地のほぼ中央に位置し、周囲は丘陵地帯、町の中央を南北に彦山川が貫流しております。



大任町の位置



大任町の地図

2. 人口の動き

人口の高齢化、若年層の人口の流出等により、人口は平成28年5月末現在で5,336人となり、1960年（昭和35年）8,940人をピークに、約半世紀の間に、約3,604人、実に4割の人口が減少しております。

II. 大任町の商工業等の現状と課題

1. 大任町の産業の歴史

江戸時代中期からは石炭産業が芽生え、筑豊炭田として、以降近代にいたるまで大任町を支え、発展させる原動力となってきました。

しかし、昭和 30 年代の後半、高度経済成長期に石炭から石油へエネルギーの転換政策が進行、炭鉱の閉山が余儀なくされ、町の産業は大きな打撃を受けました。

炭鉱の閉山後は、失業対策、鉱害復旧を目的に 1952 年（昭和 27 年）制定された石炭諸法によって公共事業が多く行われ、建設業を中心に地域経済は支えられてきました。しかし、その石炭諸法も 2002 年（平成 14 年）3 月に失効し、その激変緩和措置も 2007 年（平成 19 年）3 月に終了しました。

その影響により、建設業を始め、多くの企業が倒産・廃業を余儀なくされる中、1997 年（平成 9 年）介護保険法の制定を契機に介護事業へ参入、また環境問題への高まりから産業廃棄物処理業等他の業種へ参入により、事業の継続を図る企業が多くありました。

2. 大任町の商工業者の現状と課題

■町内全業種の現状と課題

全体の商工業者数は、減少の一途をたどっており、現在 185 社、内小規模事業者数は 170 社となっております。傾向としては、(表 1)から、建設業の比率が県内商工会地区全域に比べ突出して高く 4 割を超えております。反面、小売業、飲食業の比率が低く、また、医療福祉の分野では介護事業が多くなっております。

町内だけでなく近隣地域も人口減少しており、このような環境では創業するにも、新規事業を立ち上げるにも事業者にとってリスクを伴います。そういったことから大任町ではここ数年、町主導により、道の駅、しじみ養殖場、観光農園、納豆工場、ドッグラン施設等を開設し、産業の発展、雇用の維持を図っております。【以下の（近年の主な公共工事）参照】

大任町、福岡県内商工会地区全域の商工業者数及び産業別構成比（表 1）

	合計 構成比	商工業者の業種別内訳及び産業別構成比						
		建設業	製造業	卸売業	小売業	飲食業	サービス業	その他
大任町	<u>185</u> 100.0%	75 <u>40.5%</u>	13 7.0%	2 1.1%	34 <u>18.4%</u>	8 <u>4.3%</u>	41 22.2%	12 6.5%
県内商工会 地区全域	53,250 100.0%	9,758 <u>18.3%</u>	5,141 9.7%	2,898 5.4%	13,080 <u>24.6%</u>	6,120 <u>11.5%</u>	11,724 22.0%	4,529 8.5%

■商業・サービス業の現状と課題

これまで町内には中堅スーパーが 1 店あるのみでしたが、平成 22 年 10 月 道の駅おおとう桜街道が開業し、「1 億円のトイレ」、「桜街道」、「温泉施設」、「冬のイルミネーション」といった話題性のある観光事業に着手することにより、地域内外から多くの方が訪れる観光名所の一つとなってきております。これにより、道の駅内の物産直売所等の売上は、今では年間 8 億円を超えており、地域の商業・サービス業の中核的施設となっております。

反面、それ以外の商業・サービス業では目立った動きはあまりなく、道の駅中心の産業構造となっております。

■建設業・製造業の現状と課題

全産業の 40%以上を占める建設業が、地域経済を支える中心的役割を担っております。他の業種への転換を果たした企業がある中、未だ公共工事への依存意識が高く、公共工事へ依存する企業が多く存在します。

そしてその建設業界はここ数年、国道建設、町発注事業等の多くの公共事業が行われ、これにより、町の産業は支えられて、雇用の維持を保っており、地域経済を支える原動力となっています。

また、製造業については、町の企業誘致により桑原工業団地へ7社の企業が移転してきております。

(近年の主な公共工事)

平成 18 年～ 町営住宅建て替え事業 (現在も継続して実施中)

平成 22 年 10 月 道の駅おおとう桜街道 開業

平成 24 年 5 月 大任町しじみセンター (しじみ養殖場) 開設

平成 25 年 8 月 おおとう観光農園 開設

平成 27 年 5 月 納豆工場 開設

平成 27 年 9 月 ドッグラン施設 開設

3. 地域経済活性化の現状と課題

大任町には、山や海といった資源はありませんが、町の中央に流れている彦山川に昔から「しじみ」が自生しており、大任町の地域資源に指定されております。また、町の花木には「椿」が指定されており、加えて、大任町を南北に縦断する街道沿いに「500本」の「桜」の木が植樹されております。こういったこともあり大任町は、「花としじみの里」をキャッチフレーズに、町主導により町民を上げてのイメージづくりを行っております。

本会においてもこれまで、県の提案公募補助事業により、これら地域資源を活用して、しじみの特産品、花 (椿、桜) の特産品開発を行ってきました。しじみの特産品については、現在、味噌、味噌汁、だしパック、せんべい等の5アイテム12商品、花 (椿、桜) の特産品については、椿油、椿塩あめ、桜ジャムあめ等2アイテム4商品を開発し、販売を行っております。また、これ以外にもしじみの商品を取り扱っている事業者が数社あります。

しかし、大任町を流れる彦山川には長年の環境変化等により、現在しじみはほとんど生息しておらず、これら商品は全て地域外からのしじみを使ったものとなっております。このため、町では、平成24年度、大任しじみセンター (しじみ養殖場) を開設し、そこでしじみを稚貝から養殖し、商品化へ向けた取組を行っております。この養殖されたしじみは、平成28年度頃を目処に、安定供給を目指しております。

また、「道の駅おおとう桜街道」が中心となり、観光地化が進んでおり、町外住民や観光客が地域に多く訪れるようになってきました。町はこの道の駅を経済の柱にし、道の駅周辺において、年間を通して多くのイベントを開催し、より一層観光地化に力を入れております。

(道の駅周辺でのイベント等)

3～4月 菜の花 (花公園)

4月 花としじみの里おおとうマラソン

4月 花植え (町内一円)

7～8月 ひまわり (花公園)

8月 道の駅おおとう桜街道夏祭り

10月	しじみ祭り
10～11月	コスモス（花公園）
11～2月	冬のイルミネーション
11月	花植え（町内一円）
12月	餅つき

4. 商工会の現状と課題

当会では、これまで、金融、税務、経理、労働等の経営を支える基礎的な支援（以下、「基礎的支援」）を中心に事業者への指導を行ってまいりました。そして、事業者の業績向上に直結する経営（発達）支援に関しては、県の方針である「1 経営指導員 2 件の経営革新計画推薦」の下、経営革新計画策定支援を行うことと、各種団体が開催する商談会や物産展を案内するのみでした。当然、経営（発達）支援に対する数値的な目標設定はありませんでした。事業者も、商工会に対して経営（発達）支援団体であるという認識が無く、そういった支援を求めてくることはほとんどありませんでした。

また、小規模商工会の組織率(※)は、80%（県内平均）である中、小規模商工会である当会の組織率は 53%とかなり低く、会員のみに施策普及を行っても、管内の小規模事業者への浸透が図れないことも課題となっております。加えて、当会は、経営指導員 1 名、経営支援員 1 名という、商工会組織の構成体としては最小単位の商工会であるため、多岐にわたる一般管理業務、基礎的支援業務を少人数で行わなければなりません。その中で伴走型支援を行うには、職員の経営（発達）支援能力の向上を行うとともに、事業の選択と集中を行っていくことが必要となります。

(※)組織率……商工会地域内(市町村)の商工業者数に占める会員数の割合のこと。

Ⅲ. 小規模事業者の中長期的な振興のあり方

以上、町内の小規模事業者の現状と商工会の現状を踏まえ、以下の方針で小規模事業者の中長期的な振興を実施致します。

1. 建設業への振興

建設業を中心とした公共工事依存型経済の状況を踏まえつつ、町の新産業創出に向けた取り組みと連携し、小規模事業者への情報提供、提案、実行支援を行います。

2. 道の駅を活用した振興

集客力の高い道の駅を活用し、商業・サービス業の小規模事業者の持続的発展を支援します。

3. 小規模事業者に対する振興

小規模事業者の持続的発展のために、事業計画策定から販売力強化まで連動した支援を行います。

4. 会員外への施策普及

会員事業者だけでなく、非会員へも積極的に施策普及を行い、小規模事業者の持続的発展を支援します。

IV. 経営発達支援事業の目標

建設業を中心とした地域経済の現状を正確に捉え、個々の事業者の経営実態に合わせた支援を実行することにより、事業者自らでは気づきにくい個性や魅力を発見し、活用することで、小規模事業者の売上の維持及び増加を図るとともに、経営体質の改善を図ります。

道の駅、町と一体となって交流人口の増加を図る取組を行い、地域経済の底上げを行うことにより、小規模事業者に活力を与え、持続的な経営を行う小規模事業者の維持及び増加を図ります。

V. 経営発達支援事業の方針

1. 掘り起こしから業績向上までの計画的な伴走支援

会員・非会員を問わず、広く情報を提供し、小規模事業者への施策普及の推進を行います。その上で、経営発達支援の対象となる事業者の掘り起こしから、伴走支援までを計画的に行います。

2. 少人数でも可能な支援体制の構築

小規模事業者側の支援を受ける体制、商工会側の指導体制を総合的に整理し、少人数の体制で可能な支援体制を構築するため、事業の選択と集中を行います。

3. 関係機関との連携強化

これまでの商工会事業の検証と見直しを行い、これまであまりやって来なかった他の支援機関との連携を体系的に行うことにより、小規模商工会で不足しがちな情報力を補い、また OJT 等を通して職員の支援力の向上を図ります。

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 29 年 4 月 1 日～平成 34 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】

(現状と課題、取組概要)

地域の経済動向調査は、これまで、関係機関からの委託により行われる各種調査の際に、事業者へその都度ヒアリングを行う、または、各種研究会の中で管内の景況報告を行う資料として一時的に調査、把握するに留まり、情報の継続性・蓄積性が無く、また、調査を行った職員だけの資料となっておりました。よってこの情報は、事業者への十分なアウトプットがなされておらず、有効活用もされていない状況でした。また、主要産業であるにもかかわらず建設業の現状について、これまで、データとして捉えておりませんでした。

今後は、その場限りの調査ではなく、計画性・周期性をもって調査を行います。管内の経済動向については独自調査票を作成し、その調査票をもとに情報の収集を図ります。その中で、主要産業である建設業を重点的に調査することが、管内の経済動向をより正確に捕捉することに有効であると考えられるため、調査比率を高く設定することで、より多く情報の収集を図ります。

近隣地域、県内全域の経済動向については各種情報サービス等を活用することで収集し、管内、近隣地域、県内全域の経済動向と比較分析を行うことで、地域の置かれている現状を把握します。その上で、これら調査結果は、2. 経営分析、3. 事業計画策定へと繋がるよう情報の整理・分析を行い、事業者へ提供を行える体制を整備します。

(事業内容)

(1) 独自調査票による管内の経済動向調査の実施【新規】

管内の経済動向の把握をするために、福岡県商工会連合会（以下、「県連」）が実施している景気・金融・雇用動向調査（※）の項目をもとに、独自調査票を作成し、任意に抽出した事業者へ定期的に調査を行います。これにより、小規模事業者の経営状況、地域の経済動向の収集を行います。

[調査項目]

企業景況、雇用情勢、資金繰り（金融）、設備投資、売上推移

（アンダーラインは(2) (3)の調査項目と共通もしくは類似）

[調査対象]

管内小規模事業者

[調査方法]

郵送または巡回によるアンケート形式で年 1 回実施

(2) 主要産業（建設業）への重点ヒアリング調査の実施【新規】

(1)の独自調査を行う事業者の抽出において、主要産業である建設業の調査比率を高く設定し、全体の 40%程度とします。また、アンケート形式では答えにくい定性的な情報についても巡回により深く掘り下げて調査します。これにより、町の主要産業の経営状況、地域の経済動向の収集を行います。

[調査項目]

企業景況、雇用情勢、資金繰り（金融）、設備投資、公共工事請負状況、売上推移、今後の見通し

〔調査対象〕

管内小規模事業者の内、建設業

〔調査方法〕

巡回によるヒアリング形式で年1回実施

(3) 各種情報サービスを活用した近隣地域及び県内全域の経済動向調査の実施【新規】

比較分析するための資料とするため、近隣地域及び県内全域における経済動向を調査します。調査方法については、各種機関が提供及び公表している調査結果により収集を行います。

〔調査項目〕

中小企業景況、雇用情勢、金融、設備投資、公共投資、生産、住宅投資、消費、物価

〔調査対象〕

県内全域中小企業

〔調査方法〕

近隣地域／景気・金融・雇用動向調査結果から収集

県内全域／ふくおかデータウェブ（※）、景気・金融・雇用動向調査結果から収集

(4) 各種調査で収集した情報の整理・分析、事業者への提供、調査結果の活用【新規】

(1)、(2)、(3)で実施した経済動向調査の結果をもとにそれぞれの情報を整理し、管内と近隣地域及び県内全域とを比較・分析することで、地域経済の現状について継続性をもって把握し、データ管理します。事業者へは必要に応じて、簡潔にまとめた資料にして、見える形で情報提供を行います。また、これら経済動向調査の結果を踏まえ、2. 経営分析、3. 事業計画策定に活用します。

〔比較分析項目〕

中小企業景況、雇用情勢、資金繰り（金融）、設備投資、公共投資状況

（※）景気・金融・雇用動向調査……地域の商工業者の経営実態の把握を目的とした調査で、県内15商工会の経営指導員が年4回調査。実施主体は県連。主な調査項目は、各地区の景気、金融、雇用。

（※）ふくおかデータウェブ……福岡県が実施した統計情報をweb上に掲載したサイト。大きくは、毎月更新するデータ（月報）と年単位で更新するデータ（年報）があり、県内経済の動向、景気動向指数は、月報として毎月月末に掲載されている。

(目標)

項目・支援内容	現状	29年度	30年度	31年度	32年度	33年度
1-(1) 独自調査票による調査事業者数	未実施	20	20	20	20	20
1-(2) 主要産業へのヒアリング調査事業者数（上記1-(1)の内数）	未実施	8	8	8	8	8
1-(3) 各種情報サービスを活用した調査回数（四半期毎に実施）	未実施	4	4	4	4	4
1-(4) 調査結果の提供事業者数	未実施	12	12	12	12	12

2. 経営状況の分析に関すること【指針①】

(現状と課題、取組概要)

小規模事業者の経営状況の分析は、これまで、経営革新計画策定や補助金申請を行う事業者を実施するに留まり、「計画書作成のための」経営分析でした。また、その場限りの指導で終わってしまい、指導が継続されないことが課題となっています。

今後は、1. 地域の経済動向調査の結果を踏まえて、巡回・窓口指導を通して得られた事業者の情報をもとに、事業者の経営上の課題を掘り下げて、現状を分析することで、3. 事業計画策定へ向けた基礎資料とします。経営状況の分析に関する講習会については、管内の事業者数(185)では一定数の受講者を確保することが難しいことから、田川郡内商工会、筑豊地区商工会等と共催により実施します。

(事業内容)

(1) 経営状況の分析に関する講習会の開催による事業者の発掘【拡充】

講習会を通して、小規模事業者に経営状況の分析の必要性を啓蒙し、各事業者が自社の取り巻く経営環境を正しく理解し、経営分析に対する興味を起こさせ、対象となる事業者の発掘を行います。

(2) 経営分析の基礎資料の蓄積と共有【拡充】

巡回・窓口指導を通して得られた事業者の基礎資料は、会員・非会員問わず、商工イントラ※へ詳細に入力し、情報を一元管理することで、主に定性的データの蓄積を行うとともに、職員間で情報共有を行います。

(3) 各種活動により得られた情報による経営状況の分析とその活用【新規】

金融、記帳、決算指導により蓄積されたデータ、(2)で得られた基礎資料、1. 地域の経済動向調査を踏まえて、事業者とともに経営状況の分析を行います。

分析を行う項目は、定量分析では、金融、記帳、決算指導により蓄積されたデータをもとに、①変動費、②固定費、③売上総利益率、④損益分岐点売上高、⑤資金繰り、⑥客数及び客単価等の財務分析を行います。

定性分析では、(2)で得られた基礎資料、1. 地域の経済動向調査をもとに、⑦商圈、⑧顧客層、⑨商品特性等を、SWOT分析により行います。

分析により、経営課題を抽出し、課題解決に向けた基礎資料とするとともに、3. 事業計画策定に役立つ資料として提供を行います。

(4) 建設業への別途の経営状況の分析とその活用【新規】

建設業においてはその経営実態により(3)経営状況の分析を行う中で、

①本業型…これまでどおり単体企業で建設業のみをやっていく方向

②連携型…企業間の連携を図りながら建設業をやっていく方向

③兼業型…建設業と新分野との兼業でやっていく方向

④転業型…新分野へ転業していく方向

⑤撤退型…企業活動から撤退していく方向

といった建設業者が進む将来の方向性により支援方針を決定し、3. 事業計画策定に役立つ資料提供を行います。

(5) 経営状況の分析にあたっての他機関との連携【新規】

(3)、(4)において、より詳細な調査・分析が必要な項目については、福岡県よろず支援拠点(以

下「よろず支援拠点」、中小企業振興センター（以下「振興センター」、福岡県飯塚中小企業振興事務所（以下「振興事務所」、独立行政法人 中小企業基盤整備機構（以下「中小機構」と連携を取り、収集、整理された事業者の情報について、多面的に分析を行います。分析結果については、事業者に分かりやすく説明し、現状の経営に関する問題点を提起することで、3. 事業計画策定に役立つ資料提供を行います。

(※)商工イントラ……県連が県下商工会に導入したシステム。地域の商工業者台帳を整備しており、事業者毎の経営指導による指導内容をサーバーに一元管理し、商工会内部で共有することができる。

(目標)

項目・支援内容	現状	29年度	30年度	31年度	32年度	33年度
2-(1) 講習会回数（共催含む）	1	2	2	2	2	2
2-(3) (4) (5) 経営分析件数	1	12	12	12	12	12

3. 事業計画策定支援に関すること【指針②】

(現状と課題、取組概要)

小規模事業者の事業計画策定支援は、これまで、経営革新計画策定や金融支援等の機会を通じて実施するという受動的な取組に留まり、「計画書作成のための」支援でした。

今後は、小規模事業者が経営課題を解決するため、1. 地域の経済動向調査、2. 経営状況の分析を踏まえ、また、積極的な提案を行うことで、実効性のある事業計画の策定の支援を行います。このためには、一度に多くの事業者の支援を行うことは困難が想定されることから、重点支援対象事業者を選定し、その事業者を中心に重点的な支援を行います。

(事業内容)

(1) 事業計画策定の必要性の啓蒙・普及【拡充】

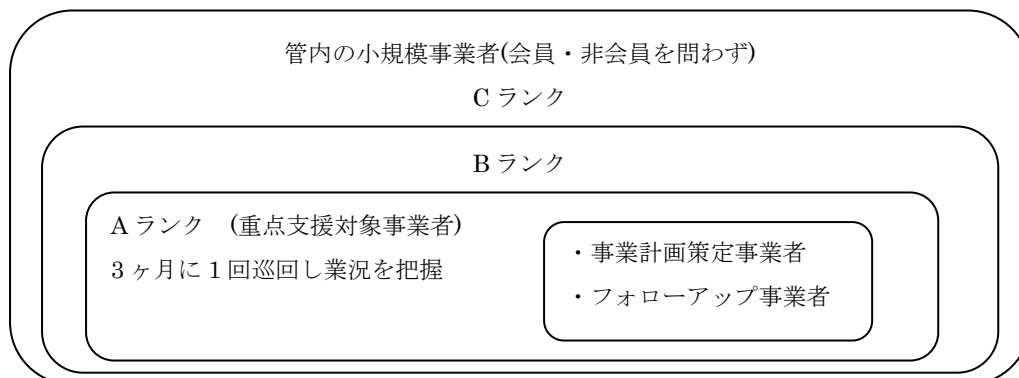
巡回の際に分かりやすい巡回ツール（商工会ニュース、成功事例集、施策情報のチラシ等）を整理し、事業所毎に適した巡回ツールを活用することにより、事業計画策定の必要性を啓蒙し、普及を図ります。

(2) 重点支援対象事業者の選定・事業者と職員との意識共有【新規】

経営発達支援を行う対象事業者は多いことが望ましいが、事業者側の支援を求める意思や事業者側の支援を受ける体制等を勘案して、経営発達支援を行う対象とすべき事業者分類を以下の方法によりランク分けを行います。ランク分けの基準は、①事業者の意思、②財務面等を総合的に勘案して、半年に1回見直しを行います。これにより、事業者に支援対象であるという意識付けを行うとともに、職員間での支援意識の共有を図ります。また、Aランク事業者に対しては、3ヶ月に1回、定期的な巡回を行い、業況の把握を行います。

- ① A ランク…重点支援対象事業者
- ② B ランク…将来的に経営発達支援の対象となりうる事業者
- ③ C ランク…現段階で経営発達支援を必要としていない事業者

◆各ランク分けとその位置づけ◆



(3) 実効性のある事業計画策定【新規】

1. 地域の経済動調査と2. 経営状況の分析をもとに、積極的な提案を行い、需要を見据えた実効性のある事業計画策定の支援を行います。
 特に建設業においては2. 経営状況の分析(4)で行った①～⑤までの区分に従い、その事業形態を踏まえた上で、新事業展開や新技術による業務効率化等の提案を、商業・サービス業においては道の駅を活用した販路開拓を視野に入れた事業展開の提案をするといったように、業種・業態に合わせた情報の提供をする中で、積極的な提案を行います。

(4) 事業計画策定にあたっての他機関との連携【新規】

事業計画策定にあたり、経営指導員では対応できない案件に対しては、経営指導員がハブとなり、よろず支援拠点、振興センター、振興事務所、中小機構と連携を取り、または専門家を招聘することで、多面的に情報を収集・分析し、事業計画策定の支援を行います。

(目標)

項目・支援内容	現状	29年度	30年度	31年度	32年度	33年度
3-(2) 重点支援対象事業者数	未実施	8	8	8	10	10
3-(3) 事業計画策定事業者数	1	4	4	4	5	5

4. 事業計画策定後の実施支援に関すること【指針②】

(現状と課題、取組概要)

小規模事業者の事業計画策定後の実施支援は、これまで、経営革新計画策定後のフォローアップによる状況把握に留まり、提案により計画の実現性が高まったり、計画の精度が向上するといったことはあまり無く、十分なフォローアップがなされていないことが課題となっています。

今後は、3. 事業計画策定支援を行った事業者を対象に、小規模事業者が経営課題を解決するため、積極的な提案により、事業計画策定後の伴走型の指導・助言を行うことで、小規模事業者の事

業の持続的発展を図ります。また支援を受けた成果をその事業者の許す範囲でホームページ(以下、「HP」)に公表し、多くの事業者へ商工会の支援の見える化を図り、次の支援先事業者へとつなげるサイクルを構築します。

(事業内容)

(1) 事業計画策定事業者への実施支援【新規】

事業計画策定事業者に対して、3ヶ月に1回の定期的な巡回によるフォローアップを行い、事業計画の進捗状況の把握、課題の抽出、今後の支援の必要性をチェックし、現状把握を行い、状況に応じた支援策の提案を行います。また必要に応じて、「小規模事業者持続化補助金」、「ふるさと名物応援事業」等の政策情報の提供や、日本政策金融公庫の「小規模事業者経営発達支援融資制度」といった金融情報の提供を行い、活用できる支援策を有効に活用することで、計画実現性を高める取組を行います。

(2) 事業計画策定後の他機関との連携【新規】

実施支援において、経営指導員が対応できない案件に対しては、経営指導員がハブとなり、よろず支援拠点、振興センター、振興事務所、中小機構と連携を取り、または専門家を招聘することで、多面的に情報を収集・分析し、課題解決にあたります。

(3) 事業計画にもとづいた新商品開発支援【新規】

事業計画にもとづいた伴走支援の中で、新商品開発や研究開発等の必要とする案件に関しては、経営指導員がハブとなり、よろず支援拠点、振興センター、振興事務所、中小機構、福岡県工業技術センターと連携することで、事業者の計画実現性を高める支援を行います。

(4) 公表【新規】

HPを通じて、経営発達支援の成功事例の広報を行います。これにより、3. 事業計画策定支援(1)の啓蒙・普及へと繋げるサイクルにより、重点支援対象事業者の増加に取り組みます。

(目標)

項目・支援内容	現状	29年度	30年度	31年度	32年度	33年度
4-(1) フォローアップ事業者数	0	4	4	4	5	5
4-(1) フォローアップ巡回数	0	16	16	16	20	20

5. 需要動向調査に関すること【指針③】

(現状と課題、取組概要)

小規模事業者の需要動向調査は、これまで、事業者からの依頼があった場合に必要なデータをインターネットや各種情報サービス等により調査したものを提供するに留まり、需要動向を調査する仕組みや制度を持っていないため、体系的に調査を行っていませんでした。

今後は、定期的に目的を持って、積極的に情報を収集、整理へと改善し、新たな需要開拓の方向性の決定や、新商品・新サービスの開発に活用します。3. 事業計画策定支援において選定した重

点支援対象事業者に対して、事業者の販売する商品・サービスの需要動向に関する情報について、「将来性判断に有効かつ最新の情報として提供すること」を目的に収集、整理及び分析し、3. 事業計画策定支援、及び4. 事業計画策定後の実施支援に係る巡回・窓口相談の際に提供します。また、情報を噛み砕いて分かりやすく提供することで、「的確な経営判断を行う」効果を図ります。

(事業内容)

(1) 道の駅を活用した地域内の需要動向調査【新規】

事業者が取り扱う商品・サービスの内、地域内での需要動向調査が有効であると推察されるもの（主に狭い商圏で販売されるものが対象）については、近隣地域からの交流人口の多い道の駅においてテスト・マーケティングによる消費者ニーズのアンケート調査を行います。事業者へは、地域内の需要動向に関する分析結果を提供し、新たな需要開拓の方向性の決定や、新商品・新サービスの開発及びブラッシュアップに活用します。

[調査項目]

規格、デザイン、素材、数量、価格帯、量等

[調査対象]

道の駅来店者のうち、地域内居住者、就業者の他、近隣地域の居住者層等、日常での消費活動を当地域で行う来場者。

[調査内容]

重点支援対象事業者の販売する商品・サービスに関する地域内の需要動向

[調査方法]

テスト・マーケティング方式によるアンケート調査

(2) バイヤーへのヒアリングによる地域外の需要動向調査【新規】

事業者が取り扱う商品・サービスの内、地域外での需要動向調査が有効であると推察されるもの（主に広い商圏で販売されるものが対象）については、商談会・展示会へ参加を促し、広い見地からバイヤーからの意見を通して、消費者ニーズについてのヒアリング調査を行います。事業者へは、地域外の需要動向に関する分析結果を提供し、新たな需要開拓の方向性の決定や、新商品・新サービスの開発及びブラッシュアップに活用します。

[調査項目]

規格、デザイン、素材、数量、価格帯、量、トレンド等

[調査対象]

バイヤー

[調査内容]

重点支援対象事業者の販売する商品・サービスに関する地域外の需要動向

[調査方法]

ヒアリング調査

(3) 商圏分析サービス等を活用した需要動向調査【新規】

小規模事業者が商圏とする店舗周辺地域の競合他社の特性や、新たに需要開拓しようとする地域の情報といったものについては、商圏分析サービス MieNa(ミーナ)等を活用し、情報を収集します。エリア・マーケティングを実施し、商圏分析レポートの結果からターゲット客を明確化（どんな人が、どこに、何人いるのか）することで、事業者の需要開拓の方向性の決定に活用します。

[調査項目]

消費者の規模・層、富裕、流入、品目毎の購買力、年代別人口、業種別事業所数

[調査内容]

重点支援対象事業者の周辺（半径）調査。周辺にどのような消費者層が、どの程度購買力を持ち、何の品目に対して消費活動を行っているか

- (例)・小売・飲食業／品揃え、商品メニューの検討等を調査
 ・建設業　　／地域ターゲティング等
 ・サービス業　／需要の掘り起こし、重点エリアの抽出等

[調査方法]

商圏分析サービス MieNa(ミーナ)等を活用

(4) 需要動向調査にあたっての他機関との連携【新規】

(1)、(2)、(3)において、より詳細な分析が必要な項目については、よろず支援拠点、振興センター、振興事務所、中小機構と連携を取り、広く情報を収集するとともに、多面的に需要動向を分析・整理し、事業者へ簡潔にまとめた資料にして、見える形で情報提供を行います。

(※)MieNa……株式会社日本統計センターの ASP サービス。提供する商圏分析レポートで、人口・世帯データや消費支出・購買力データ、富裕層データ等のあらゆるデータを駆使し、指定された地域の評価を行うシステム。分析・評価したい地域の中心点(町丁名)を指定するだけで、株式会社日本統計センターが提供する各種データベースを駆使した分析レポートを利用することができる。

(目標)

項目・支援内容	現状	29年度	30年度	31年度	32年度	33年度
5-(1) (2) (3) (4) 調査分析実施回数 ・地域内 ・地域外 ・商圏分析	未実施	8	8	8	10	10
5-(1) (2) (3) (4) 情報提供事業者数	未実施	8	8	8	10	10

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、取組概要)

小規模事業者への需要開拓支援は、これまで、会員に対して県、県連等が主催する商談会・物産展が開催される都度、対象事業者へ案内を行ってまいりましたが、当町には出展対象となる事業者がほとんどいないことから、案内のみで終わってまいりました。また、販売促進のための支援や IT を活用した販路開拓の支援は、その都度、専門家派遣で対応しており、継続的な支援は行っていませんでした。

今後は、非会員に対しても幅広く情報提供し、新たな需要の開拓に寄与する事業を積極的に発信していくことで、対象事業者の掘り起こしを行い、事業計画策定後の計画にもとづき、商品・サービスの需要開拓を進めていきます。まず、情報発信力、商談力等をセミナーや個別相談会により高め、その後、商談会・物産展へ参加する機会を提供することで、参加による経験を効果的に積みみます。これらの経験・ノウハウはパイヤーからのコメントを基に事後検証を行い、次に生かす取組みとして反映させ、PDCA による伴走支援の中で成果へと繋げます。

また、重点支援対象事業者の取扱商品・サービスについて、消費者動向や売れ筋商品情報を把握し、事業者の需要開拓能力に応じた検討を行った上で、商談会・展示会への出展、IT の活用支援、

マスメディアの活用支援等を一体的に行うことで、重点支援対象事業者の売上アップを図ります。

(事業内容)

(1) 需要開拓に資するセミナーへの参加促進と個別相談会の開催【拡充】

需要開拓を行おうとする小規模事業者を対象に、小規模事業者の苦手とするブランディング力、マーケティング力、情報発信力、商談力等の能力向上を目的に、県、県連が主催する各種セミナーへの参加を促します。セミナー後の事後指導として、専門家派遣事業、よろず支援拠点との連携等により個別相談会を開催し、より高いスキルアップを目指します。

[対象企業]

全事業者

(2) 商談会・展示会等のビジネスマッチングを活用した販路開拓支援【拡充】

商談会・物産展等を通じて販路を求める事業者自体があまりいない、もしくは商工会がそういった事業者を認知していないため、まずは積極的に事業者に提案していくことで対象事業者の掘り起こしを行います。また、商談会・物産展に参加するにあたっては情報提供だけでなく、より効果を上げる取組として、

① (1)のセミナー及び個別相談会への参加による事前指導を行います。

② バイヤーからの要望や改善の提案に対し、よろず支援拠点など他の支援機関との支援ネットワークを活用し、専門家の活用等を通じて成約の確立を上げる支援を行います。

③ 商談の成果を上げるために、バイヤーからのコメントを集約し、参加事業者へフィードバックを行います。商談会・展示会への参加を通じて、顧客ニーズに合う商品開発に繋がるように支援します。

④ 商談会には商工会職員が同席し、課題の共有化を図り、商談後のフォローアップ支援に活かします。

[対象企業]

重点支援対象事業者

(3) ITを活用した販路開拓支援【新規】

小規模事業者の新たな需要開拓に向け、事業者単独のHP、SNSによる需要拡大だけでなく、商工会関連の組織で活用可能なサイトを抽出、活用することで情報発信し、BtoB、BtoCによる需要拡大への支援を行います。また、建設業で公共工事や下請け等の固定・特定の取引が少ない事業者については、経営分析・事業計画などにもとづき、WEBサイトの作成・見直し、SNSの活用や広告宣伝の手法など、情報発信手段の多様化に向けた支援を行うことにより、受注機会の確保に向けた支援を行います。

[対象企業]

重点支援対象事業者

[活用サイト]

- ・田川広域観光協会の「たがわネット田川まるごと博物館」
- ・筑豊地域中小企業支援協議会 Facebook ページ
- ・県連の「プレス福岡 (※)」
- ・全国商工会連合会の「ニッポンセレクト.com」

(4) マスメディアを活用した販路開拓支援【拡充】

特徴のある商品・サービスを提供できる事業者には、マスメディアの情報媒体で取り上げられ、需要拡大につながるケースが多い。小規模事業者では発信力も弱いことから、県連のプレスリリース事業「プレス福岡」を活用してマスメディアに対して情報発信することで支援し、掲載実績につなげ、掲載による企業の売上アップや認知度拡大を図ります。

[対象企業]
重点支援対象事業者

(※) プレス福岡……福岡の様々な情報を報道関係者向けに発信する情報サイト。県連が集積しているマスクミへの配信サービスを行うことでPRし、事業者の販路拡大等を支援している。

(目標)

項目・支援内容	現状	29年度	30年度	31年度	32年度	33年度
6-(1) セミナーへの参加、 事後個別相談会参加事業者数	0	4	4	4	5	5
6-(2) 商談会・物産展等による 取引先成約件数 (※1)	0	0	1	1	1	1
6-(3) ITを活用した販路開拓 支援事業者数	0	1	1	1	2	2
6-(1) マスメディアを活用した 販路開拓支援事業者数	0	1	1	1	2	2
6-(2) (3) (4) 販路開拓支援による 売上3%アップ事業者数 (※2)	未把握	2	2	2	3	3

(※1) 計画初年度(平成29年度)は、掘り起こし・育成期間のため0件に設定。

(※2) 重点支援対象事業者の内、1/4を目標値に設定。

II. 地域経済の活性化に資する取組

(現状と課題、取組概要)

大任町は、「花としじみの里」をキャッチフレーズに、町主導により町民を上げてのイメージづくりを行っております。

町は地域経済の活性化の取組として、平成22年度に道の駅おおとうさくら街道を開設、平成24年度から、大任しじみセンター(しじみ養殖場)を開設し、しじみの養殖を開始、今後、出荷及び特産品の開発を予定しております。また、平成25年度には、おおとう観光農園が開設され、ここでは、マンゴー、ライチ、金柑等が生産され、町の農産物特産品として道の駅で販売されております。さらには平成27年度、おおとう納豆工場が開設され、同年稼働、ここで生産された納豆もまた、特産品として道の駅で販売されております。

本会においても平成21年度に「地域活性化等推進委員会」が設置され、地域資源である「しじみ」や町の花である「椿」、道の駅の名前にもなっている「桜」、を素材にした特産品開発を行ってきました。開発された特産品は、その後の生産体制や試験販売の結果等で淘汰されたものもありますが、現在でも道の駅で販売しており、年間約300万円(平成27年度)の売上を上げております。

しかし、商工会に設置されていた「地域活性化等推進委員会」は、平成26年度事業を最後に現在活動は休止しており、特産品開発及び販路開拓に関する活動は行っておりません。現状では、多様な関係者が地域の魅力について話し合ったり、地域のブランドとなるような商品開発を検討する組織の運営は行っておりません。

このため、将来の地域のあるべき姿を検討し、地域資源を活用し、地域に活力を与える事業を実施する機関の設立が必要とされております。今後は、町、商工会、道の駅、専門家等を構成メンバーとする「地域活性化等推進委員会」を再稼働させることで、地域のそれぞれの機関と同じ方向性をもって、以下の事業に沿った地域経済活性化計画を策定し、官民一体となった本格的な活性化事業を推進します。

(事業内容)

(1) 町、道の駅と連携、交流人口増による消費の拡大

プレミアム付き商品券発行事業、または既存イベントにおいて、町、道の駅と連携し、道の駅を中心に情報発信をすることで、町外からの住民や観光客を多く受け入れる仕組みを強化し、道の駅を有効的に活用することで、消費の拡大を行います。

(2) 意欲ある事業者の掘り起こし

大任町のキャッチフレーズである花（椿、桜）やしじみ、おおとう観光農園で育成された農産物の情報発信を行い、これらを活用した特産品開発に意欲ある事業者の発掘を行います。

(3) 意欲ある事業者への支援

大任町のしじみを活用した特産品、花（椿、桜）の特産品、おおとう観光農園で育成された農産物を活用した特産品開発に意欲ある事業者へ、必要に応じて、ふるさと名物応援事業等の補助事業を活用しつつ、道の駅と連携して、情報提供、商品開発、販路開拓までの一貫した支援を行います。

(4) 特産品の販路開拓

町及び商工会がこれまで開発してきた特産品の販路開拓を行います。

【既存特産品】

町 / マンゴー、ライチ、金柑、養殖しじみ、納豆、ニンニク球
商工会 / しじみ商品（味噌、味噌汁、せんべい）、椿油

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

これまで、経営改善普及事業について他の支援機関との連携は行っておりましたが、基礎的支援を中心とした支援ノウハウの情報交換が主でした。

今後は、筑豊地域中小企業支援協議会(※)の中で、実際の支援事例を通して、支援ノウハウや支援事例等の情報交換を行います。具体的には、当会より選定した2件の支援事例について、3ヶ月に1回の定期報告会を開催することで、支援ノウハウの共有及び情報交換を行います。情報交換の項目は、①支援事例に効果的な支援手法、②支援に関わる知識や情報、③他の経営指導員の支援の手法等を主に行い、支援ノウハウの蓄積と今後の円滑な支援体制の構築を目的に実施します。

具体的支援事例での情報交換を行うことにより、支援スキル向上だけでなく、実際に支援する事業者に対して、具体的な支援方針の決定から販路開拓支援まで一貫して広く情報を収集することができます。

(※)筑豊地域中小企業支援協議会…振興事務所が中心となり、筑豊地域をよく知る市町村、商工会議所・商工会などの支援機関、金融機関、専門家団体などが、地域の特性を活かし、地域の力を結集して中小企業支援に取り組む目的で設立された組織。

2. 経営指導員等の資質向上等に関すること

これまで、県連が主催する経営指導員及び経営支援員の研修会に参加することで、資質向上に努めてまいりました。また、当会は、経営指導員1名、経営支援員1名という組織体制であるため、多岐にわたる一般管理業務、基礎的支援業務を少人数で行っております。こういった現状から、幅広い基礎的支援スキルが求められるため、どうしてもその業務中心の体制となってしまいます。

経営発達支援に関する研修会は、ここ数年、県・県連・中小機構等がさまざまな形で実施しており、カリキュラムが充実してきております。

今後は、経営発達支援に関する支援スキルの向上を図る目的で、まず、「職員に不足するスキル」、「伸ばすべきスキル」を職員会議の中で検討し、研修会を選択して参加するとともに、専門家派遣を通してのOJTによる職員の支援スキル向上の取組を行います。

また、研修会への参加にあたっては、①提案力の向上、②ヒアリングスキルの向上等といったようにテーマを決め、研修会へ参加、またはOJTを実施します。

研修会及びOJTにより日常的な支援能力の向上を図るとともに、修得した支援スキルや計画策定事業者の経営情報を職員間で共有するため、「経営発達支援学習会」を年2回開催します。併せて、事業計画策定の最終段階において、職員による「事業計画検討会」を事業者毎に開催し、計画内容の充実を図るなど、組織としての支援力の強化を図ります。

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

毎年度1回、本計画へ記載の事業の実施状況及び成果について、以下の方法により、評価・検証を行います。

- ① 正副会長、大任町担当課、外部有識者により、事業の実施状況、成果の評価、見直し案の提示を行います。
- ② 正副会長会議において評価・見直しの方針を決定します。
- ③ 事業の成果・評価・見直しの結果については理事会に報告し承認を受けます。
- ④ 事業の成果・評価・見直しの結果を通常総会において報告し、大任町商工会 HP（現在制作中）に計画期間中公表します。

(別表 2)

経営発達支援事業の実施体制

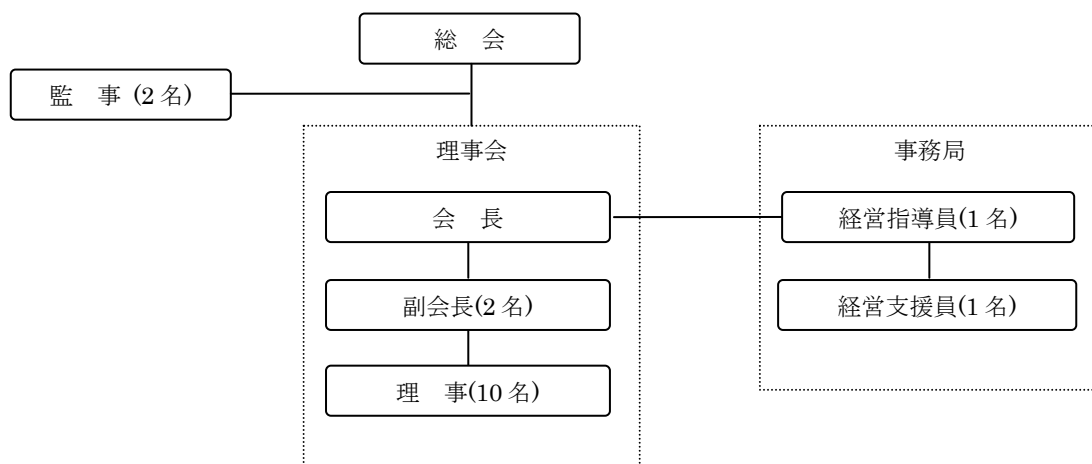
経営発達支援事業の実施体制

(平成 28 年 11 月現在)

(1) 組織体制

経営指導員が総括を行い、経営指導員、経営支援員の 2 名体制で実施します。

総括 経営指導員 (1 名)
サポート 経営支援員 (1 名)



(2) 連絡先

住所 〒824-0512 福岡県田川郡大任町大行事 3042-1
電話番号 0947-63-2241
FAX 番号 0947-63-4019
メールアドレス ootou@shokokai.ne.jp
ホームページ 現在製作中

(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)

	29年度	30年度	31年度	32年度	33年度
必要な資金の額	500	500	500	500	500
1.経済動向調査	30	30	30	30	30
2.経営分析	80	80	80	80	80
3.事業計画策定	100	100	100	100	100
4.策定後支援	60	60	60	60	60
5.需要動向調査	200	200	200	200	200
6.販路開拓	30	30	30	30	30

(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、県補助金、町補助金、助成金、手数料、雑収入

(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)

商工会及び商工会議所以外の者と連携して経営発達支援事業を実施する場合の連携に関する事項

連携する内容
<p>小規模事業者への支援について、以下の事業について連携を行います。</p> <ul style="list-style-type: none">・経営状況の分析……………①・事業計画策定支援……………②・事業計画策定後の実施支援……………③・需要動向調査……………④・地域経済の活性化に資する事業……………⑤
連携者及びその役割
<p>名 称：福岡県よろず支援拠点 コーディネーター：佐野 賢一郎 住 所：福岡県福岡市博多区吉塚本町 9-15 福岡県中小企業振興センタービル 6F 電話番号：092-622-7809 連携内容：①、②、③、④ 役 割：専門的な相談内容について総合的等アドバイス。経営発達支援事業を推進するにあたり情報提供、調査、分析、事業計画策定に向けた助言・協力。各種施策の情報提供。</p> <p>名 称：福岡県飯塚中小企業振興事務所 所 長：栗原 智幸 住 所：福岡県飯塚市吉原町 6-12 飯塚商工会議所 4F 電話番号：0948-22-3561 連携内容：①、②、③、④ 役 割：経営発達支援事業を推進するにあたり情報提供、調査、分析、事業計画策定に向けた助言協力。各種施策の情報提供。</p> <p>名 称：公益財団法人 福岡県中小企業振興センター 理 事 長：高木 郁夫 住 所：福岡市博多区吉塚本町 9-15 福岡県中小企業振興センタービル 6F 電話番号：092-622-6230 連携内容：①、②、③、④ 役 割：経営発達支援事業を推進するにあたり情報提供、調査、分析、事業計画策定に向けた助言協力。各種施策の情報提供。</p> <p>名 称：独立行政法人 中小企業基盤整備機構 九州本部 本 部 長：齋藤 三 住 所：福岡県福岡市博多区祇園町 4-2 博多祇園ビル 電話番号：092-263-1500 連携内容：①、②、③、④ 役 割：経営発達支援事業を推進するにあたり情報提供、調査、分析、事業計画策定に向けた助言協力。</p>

名 称：大任町

町 長：永原 譲二

住 所：福岡県田川郡大任町大行事 3067

電話番号：0947-63-3000

連携内容：⑤

役 割：道の駅を中心とした大任町の情報発信。町外住民及び観光客の集客のための事業。

名 称：道の駅おおとう桜街道

支配人：梅林 英三

住 所：福岡県田川郡大任町大字大行事柿原 3176-1

電話番号：0947-63-2001

連携内容：⑤

役 割：道の駅を中心とした大任町の情報発信。町外住民及び観光客の集客のための事業。

名 称：福岡県工業技術センター

所 長：神谷 昌秀

- 化学繊維研究所

住 所：〒818-8540 筑紫野市上古賀 3-2-1

電話番号：092-925-7721 FAX：092-925-7724

- 生物食品研究所

住 所：〒839-0861 久留米市合川町 1465-5

電話番号：0942-30-6644 FAX：0942-30-7244

- インテリア研究所

住 所：〒831-0031 大川市大字上巻 405-3

電話番号：0944-86-3259 FAX：0944-86-4744

- 機械電子研究所

住 所：〒807-0831 北九州市八幡西区則松 3-6-1

電話番号：093-691-0260 FAX：093-691-0252

連携内容：③

役 割：商品開発における試験分野の調査・分析。

連携体制図等

