

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	吉富町商工会（法人番号）3290805006318
実施期間	平成31年4月1日～平成36年3月31日
目標	「女子集客のまち」というコンセプトに沿った小規模事業者の育成と、町内小規模事業者の経営力向上を図るとともに、交流人口増加対策を行い、さまざまな事業所で消費活動が行われるような商業環境を整えます。
事業内容	<p>I. 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③】 (1) ビックデータを活用した吉富町の経済・消費者動向の把握 (2) 関係機関の統計情報の収集と提供 (3) 自主調査による経済動向調査</p> <p>2. 経営状況の分析に関すること【指針①】 (1) 重点支援事業者の選定 (2) 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 (3) 小規模事業者への訪問時に経営状況の分析の必要性を啓蒙 (4) 経営分析の定性的データの蓄積と共有 (5) 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</p> <p>3. 事業計画策定支援に関すること【指針②】 (1) 実効性のある事業計画策定 (2) 事業計画策定にあたっての他機関との連携</p> <p>4. 事業計画策定後の実施支援に関すること【指針②】 (1) 事業計画策定事業者への実施支援 (2) 事業計画策定後の他機関との連携</p> <p>5. 需要動向調査に関すること【指針③】 (1) 町内のイベントを活用した地域内の需要動向調査 (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</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④】 (1) 当会のSNSを活用した販路開拓支援 (2) 「SNSを利用した集客セミナー」の開催 (3) 町内の事業者を紹介する「回遊マップ」の作成 (4) 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に対する取り組み (5) マスメディアを活用した販路開拓支援</p> <p>II. 地域経済の活性化に資する取り組み (1) 地域活性化のための、女性を主体とした検討会の創設 (2) 「神民くん」を使った販売促進活動 (3) 吉富町との連絡会議 (4) 創業予定者の誘致、発掘</p>
連絡先	吉富町商工会 〒871-0921 福岡県築上郡吉富町大字広津 424-1 電話番号：0979-22-0228 FAX 番号：0979-23-4741 E-mail：yoshitomi@shokokai.ne.jp

(別表1)

経営発達支援計画

経営発達支援事業の目標

I. 吉富町の現状

1. 立地環境

吉富町（よしとみまち）は、福岡県の最東端に位置し、一級河川である山国川を境に大分県中津市に隣接しています。中津市は、人口 84,000 人を抱える大分県第 3 の都市であり吉富町から 2 k m離れた中津駅を中心に商業が栄え、多くの吉富町民が中津市で消費活動を行っています。面積は 5.73 k m²と小さく「九州一面積の小さな町」となっており、この小さな町に一部上場企業である田辺三菱製薬(株)の 100% 出資会社である田辺三菱製薬工場(株)（旧三菱ウェルファーマ(株)）が広大な敷地を有し存在しています。

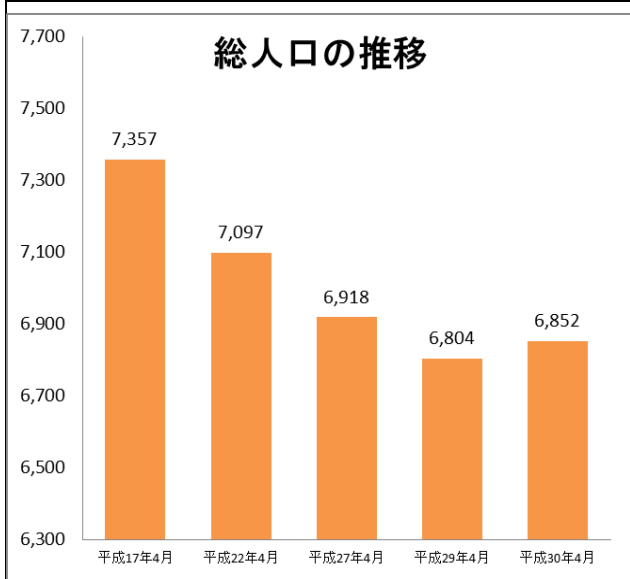
交通アクセスはよく、車で 1 時間の範囲に北は政令指定都市である北九州市、南は大分県大分市への移動が可能です。町の中心部には JR 吉富駅があり、朝夕は北九州方面への通勤、通学の利用者が賑わっています。



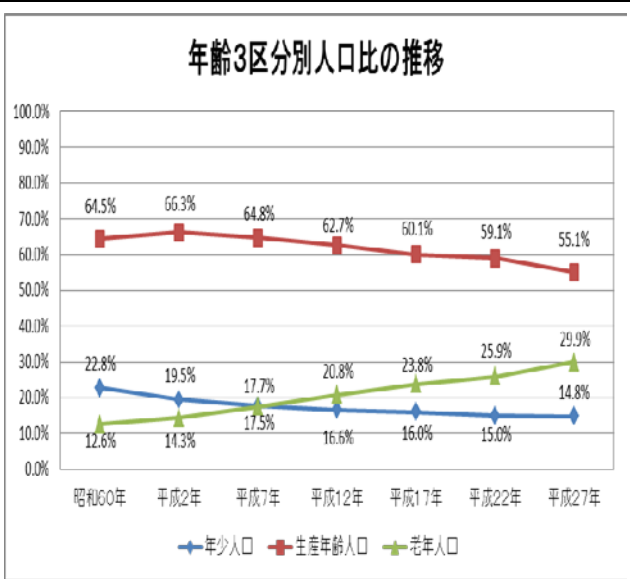
2. 吉富町の人口の推移

吉富町の人口は減少の一途を辿っています。

人口に占める生産年齢人口（※生産年齢人口 15 歳～64 歳）の割合は 55.1%で、全国平均 61.3%をやや下回っています。隣接する中津市にダイハツ九州(株)、また近隣の苅田町に日産自動車九州(株)、トヨタ自動車九州(株)が進出し、それに伴う周辺の関連企業の増加により就労環境が改善したことで、近年は生産年齢人口の比率を横ばいで維持できています。



住民基本台帳人口一覧



国勢調査

3. 吉富町の基幹産業と産業割合について

当会の独自調査によると第2次産業に従事する者の多くが基幹産業である田辺三菱製薬工場(株)とその関連会社8社及び、金型製造業の1社に従事しています。

また、第3次産業に従事する者の多くが、町内にある老人福祉施設4事業所と病院12事業所に従事しています。

第2次産業、第3次産業の上記以外の事業所は、小規模事業者がほとんどで、さらには、家族経営が大半となっています。

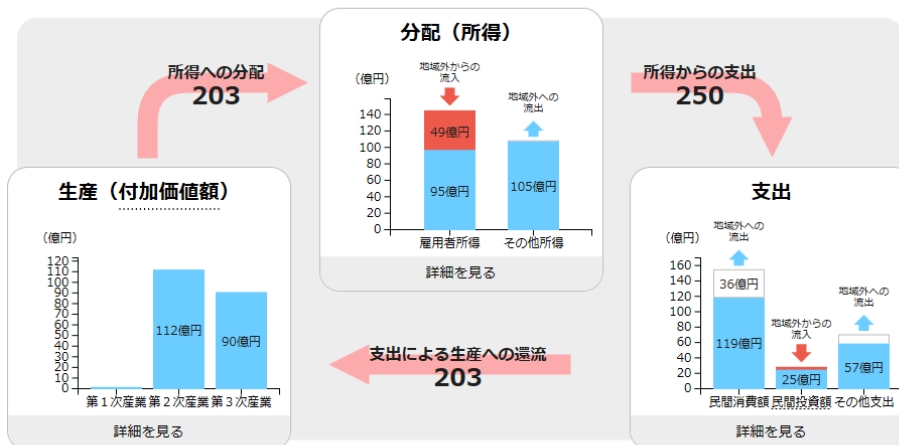
4. 消費の町外流出

吉富町の消費は、町外への流出が多く、1年間に民間消費額155億円の内の36億円が流出し、町外からの流入は25億円となっています。(RESAS 経済循環図)。

地域経済循環率
81.3%

地域経済循環図 2013年

指定地域：福岡県吉富町



【出典】
 環境省「地域産業連関表」、「地域経済計算」(株式会社価値総会研究所(日本政策投資銀行グループ)委託作成)

下記の RESAS のデータより、休日には町の人口 6,852 人の 1 割以上が中津市を訪問していることが確認されています。また、商品券の利用者アンケートの結果、及び、当会による住民ヒアリングの結果から、小売業やサービス業の消費の多くが中津市に流出していると推定されます。

<中津市を県外から訪問している人数>

(RESAS・From-to 分析 (滞在人口)、平成 30 年 1 月、日曜日、14 時)

順位	市町村名	訪問者数(人)	構成比(%)
1 位	福岡県豊前市	1,527	16.0
2 位	福岡県吉富町	786	8.2
3 位	福岡県上毛町	726	7.6
4 位	福岡県行橋市	368	3.8
5 位	福岡県北九州市小倉南区	332	3.4

5. 福岡県地域活性化等調査研究事業の成果の活用

当会では行政および地元商工業者と共に、平成 20 年から平成 24 年にかけて福岡県地域活性化等調査研究事業として、地域活性化調査研究委員会を設立し地域ブランドに対する研究を行ってきました。

第 1 の研究成果として、消費者のターゲットを地域購買客や地元ファンづくりにポイントを置いた「地産地消」の拡大、個社の商品の強みを活かした都市圏への販路拡大を行うことで、共通認識とすることができました。

第 2 の成果は、商工・観光の分野で「吉(きち)を呼び、富(とみ)を生む町 吉富町」というキャッチフレーズが生まれたことです。

第 3 の成果に 1400 年の歴史をもち、吉富町の唯一の観光資源である八幡古表神社の神事「神相撲」のキャラクターを、当会が作成できたことが挙げられます。このキャラクターは、「神相撲」の中に登場する 12 体の神様の中で一番小さいながら、連戦連勝を誇る神様をモチーフとしており、縁起のよいキャラクターとして名前を「神と民をつなげるキャラクター(神民(かみん)くん)」と命名しています。

このキャラクターとキャッチフレーズは住民に根付いており、町内の掲示物などで多く見ることができます。



神相撲の様子



当会キャラクター「神民(かみん)くん

「神民くん」の販売促進への活用という面では、当会が「神民くん」ストラップを販売している他に、町内の小規模事業者が「神民くん」をモチーフとした人形焼を開発し販売しています。またカレンダーや販促品への活用を当会が管内小規模事業者へ推進しています。

II. 小規模事業者の現状と課題

1. 商工業者数及び小規模事業者数の推移

商工業者数及び、小規模事業者数の推移は減少の一途を辿っており、地域経済の衰退が懸念されています。

商工業者数、小規模事業者数の推移(単位:店 全国商工会実態調査)

		23年度	24年度	25年度	26年度	27年度	28年度	29年度	30年度
商 工 業 者	建設業	45(39)	43(37)	40(34)	37(31)	38(32)	37(31)	36(30)	35(32)
	製造業	20(14)	21(15)	19(13)	19(13)	20(14)	22(16)	22(16)	19(15)
	卸売業	17(16)	16(15)	17(16)	17(16)	15(14)	15(14)	14(13)	12(8)
	小売業	59(53)	56(50)	56(50)	55(49)	57(51)	57(51)	50(44)	52(46)
	飲食業・宿泊業	14(12)	14(12)	13(11)	11(9)	8(6)	9(7)	11(9)	11(9)
	サービス業	55(53)	54(53)	52(51)	52(50)	53(51)	56(54)	54(52)	56(49)
	その他	12(8)	12(8)	11(7)	10(6)	12(8)	12(8)	11(7)	8(7)
	合計	222(195)	216(190)	208(182)	201(174)	203(176)	208(181)	198(171)	193(166)

() 内は小規模事業者数

しかし、町内の商工業者の高齢化による廃業の一方で、平成21年以降の当会の会員数は増加しています。要因は吉富町が実施しているチャレンジショップ事業や創業助成金等の制度を活用した事業所の増加ですが、特筆すべきことは、女性の創業者が多いということです。これらの創業者は、女性をターゲットにした商品・サービスを取り扱い、町内はもとより近隣市町、遠方に多くの顧客を抱えています。しかしながら、地域内で顧客をシェアするなど地域事業者が一丸となった取り組みはなく、個社のみの上増にとどまっています。

2. 小規模事業者の業種別課題

吉富町における第2次産業及び第3次産業の小規模事業者の業種別の課題について下記に記載します。

(1) 工業

工業は、基幹産業である製薬関連企業が中心ですが、全て大規模な事業者となっています。それに次ぐ事業者として地元採用を積極的に行う金型製造会社の躍進が目立ち、その周辺には下請け業者として製造業を営む小規模事業者が数社存在します。

しかしながら、それらの小規模事業者には従業員がおらず、技術を備えた後継者の発掘が課題となっています。

(2) 建設業

建設業は、地域内の建築関連業者との連携を密にとり事業を行っています。これは、吉富町が小さくまとまった町であるがゆえに生まれ根付いた習慣であると考えられます。しかし、ハウスメーカーの台頭により若年層の住宅建築需要の取り込みに苦慮している状況であり、いかにして若年層からの受注を取り込むかが課題となっています。

一般土木工事業は吉富町の面積が小さい為、公共工事は少なく元請けとなる事業者は限られています。

(3) 商業

吉富町に商店街はありませんが、町外に本社を置く中堅スーパーが 3 店舗あり日用品に関する商業環境は整っています。しかし、隣接する中津市には、ショッピングモール 2 店舗を始めとして大型店が乱立しており、中津市で消費活動を行う若年層が多く見られます。

一方、小規模食料品店の売上は減少の一途を辿っており、ガス販売や弁当の宅配事業に進出するなど、多角的な経営により生計を立てています。町内における小規模食料品店の存在は、買い物難民に生活必需品を配達するなど、住民福祉の面で大きく貢献しています。小規模食料品店が、継続的に経営を行っていくためには食料品の販売にとどまらず、地域に密着した事業を行い収益の向上を目指していく必要があります。

(4) サービス業

吉富町の町民にとって最も身近な都会は隣接する中津市であり、町民のサービス業での消費は、過去の商品券事業の際のアンケートの結果から中津市を指向する傾向がみられます。その一方で、中津市と商圈を共有していることを強みと捉える事業者もいます。そのような事業者は、「消費者にとって魅力あるサービスを提供すれば吉富町でも中津市から十分に集客できる」と考え、町と当会の創業支援体制が充実していることから、町内のサービス業者は増加傾向にあります。今後は、個社の魅力をいかに情報発信し集客に結び付けていくかが課題となっています。

Ⅲ. 商工会のこれまでの取り組み

1. 商工会と行政の関わり方

吉富町は、平成の大合併時に 2 度の合併交渉がありましたが合意には至らず「九州一小さな自治体」としてきめ細やかな住民サービスを行っています。役場の商工担当者は 1 名であり、現在、下記の 4 項目について当会と連携し取り組みを行っています。

(1) 経営革新支援制度の施行・実施（平成 25 年 7 月施行）

吉富町の制度の中に、経営革新計画の承認を得た事業所に対し、計画の遂行に要する費用（設備投資資金）の 2 分の 1、上限 20 万円を助成する制度があります。これは当会の陳情により実施されたもので、当会では経営革新計画の促進と策定支援の役割を担っています。

過去の経営革新計画策定実施件数及び助成金制度の実績

	23 年度	24 年度	25 年度	26 年度	27 年度	28 年度	29 年度
承認件数	2 件	1 件	1 件	3 件	1 件	2 件	2 件
助成額		20 万	13 万	20 万		20 万	20 万

(2) 創業助成金制度の施行・実施（平成 28 年 4 月施行）

町内において創業を目指す者を対象に、改修工事費など開業に要する費用の 2 分の 1、上限 200 万円を助成する制度があります。当会は、制度の周知、創業予定者の掘り起し及び創業予定者に対する創業計画の策定支援と開業後の経営課題に対する支援を行う役割を担っています。

創業助成金制度の実績

業 種	件 数	助成額
美容業	4 件	765 万円
インテリア業	1 件	200 万円
建設業	2 件	155 万円

(3) 「よしとみ・ワッショイ・春まつり」の企画・開催

毎年 5 月に行われる吉富町最大のイベントで、「町内の賑わい創出と町内事業者の PR の場」として吉富町と当会が一体となり実施しています。このイベントは、町内外から 3,000 人を超す来場者があり、町内事業者の PR に貢献しています。当会はイベントの事務局を担っています。

(4) コンパクトな「女子集客のまち」推進計画への参画

吉富町が、地方創生加速化交付金事業／地方創生推進交付金事業を活用し、町に活気と消費を呼び込むための事業として以下の事業を実施しています。

① チャレンジショップ事業

吉富駅前に店舗用コンテナハウスを3棟設置し、創業予定者に家賃5千円/月で貸し出しています。当会では、「女子集客のまち」というコンセプトに合った創業予定者を吉富町と決定し、創業計画書の策定支援と開業後の経営支援を現在3店舗に対して継続実施しています。



① チャレンジショップの店舗の様子
(3店舗中2店舗が女性経営者)



② 交流マルシェの様子

② 交流マルシェ事業

新しく整備された吉富駅前の賑わい創出事業として、町内外から人気店舗約20店舗を募集し年4回マルシェ(イベント名:ガールdeマルシェ)を実施しています。来場客数は1,000人を超え駅周辺は大勢の来場者で賑います。しかし、来場者が町内の事業所を回遊することはなく、近隣店舗への波及効果は限定的であると言えます。

③ 創業支援スクールの実施

将来創業したいと考えている者に対して吉富町が創業スクールを年3回実施しています。これまで47名の創業予定者が受講し、平成30年3月までに3名が町内で創業しています。当会ではこの2名に対し創業計画書の策定支援と開業後の経営支援を実施しています。

④ 空き家活用型リノベーション事業

吉富駅を中心とした空き家調査を実施し、商業地として可能性がある空き家をリノベーションし、創業しやすい環境を整える事業です。この事業は平成30年までに入居者が決定されることとなっており、当会は入居者に対して経営支援を行う予定になっています。

2. 商工会の現状と課題

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」）を中心に小規模事業者への指導を行っていました。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「経営指導員1人につき、1件の経営革新計画の承認」の下、経営革新計画の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あり情報を求められれば案内するなどの受け身の指導でした。そのため経営（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。

事業分類		主な事業内容
経営改善普及事業	経営（発達）支援	小規模企業の業績向上に直結する業務
	基礎的支援	経営支援業務に付随する業務。金融・経理・税務・労働保険・部会活動など経営支援を支える周辺業務
地域振興事業		地域を総合的に振興する事業
管理業務		事務管理的業務など

当会は、事務局長1名、経営指導員1名、経営支援員2名という福岡県の商工会組織の構成帯としては小規模商工会に該当し、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、伴走型支援を実施するには、経営（発達）支援を行える体制の構築と組織全体の目標設定、職員の経営（発達）支援能力の向上が必要不可欠です。

吉富町内に金融機関などの「経営革新等支援機関」はなく、当会のみが地域の支援機関として存在しています。しかし、前述のとおりこれまでは受動的な立ち位置でした。当会では、この経営発達支援計画を通じ地域小規模事業者の持続的経営、発展に向けた継続的支援体制を構築し、地域経済団体としての役割を確立していきます。

IV. 小規模事業者の中長期的な振興のあり方

吉富町は第4次総合計画中期基本計画の中で、「商工業の振興」を重点項目に掲げ、基本政策の方向性として「商業地の活性化に向けた取り組みや商工会活動への支援など商業の振興に努める」としています。

また吉富町が、地方創生加速化交付金事業／地方創生推進交付金事業の採択を受け、平成28年度から「JR吉富駅周辺を核としたコンパクトな『女子集客のまち』推進事業」を実施しています。このプロジェクトでは、町中心部の商業機能の更なる充実や人の交流活性化による賑わいの創出、女性をターゲットにする事業所の開業・育成を促進する事業を展開しています。

このような吉富町の基本計画と連動する形で当会では、今後10年間の小規模事業者の中長期的な振興のあり方として下記の方針を掲げ取り組んでいきます。

(1) 女性にとって魅力ある事業所を増やすことによる地域経済の振興

情報発信を通じ、情報感度の高い女性を主体に集客増加を図ることで、町内の需要を創出します。また、需要の受け皿となる、女性にとって魅力ある事業所を増やし、地元事業所が一丸となった集客への取り組みを実施することで魅力ある事業所が点で存在している状況から、線へ、そして面で存在している状態へとすることで、地域全体の事業者の活性化を図ります。

(2) 小売業・サービス業を中心とした小規模事業者の経営基盤の強化

吉富町の小規模事業者数は、業種別にみると、小売業が全小規模事業者の27.7%を占め、サービス業も29.5%を占めています。また、小売業、サービス業の消費が隣接する中津市に流出している現状があります。そのため、地域経済の活性化を図るためには、小売業・サービス業を中心とした小規模事業者の経営基盤の強化を特に図る必要があります。

当会では、経営に関するさまざまな事業所の課題を伴走型支援によって解決し、個社の収益の向上を図るとともに、地域にとってなくてはならない小規模事業者の育成と持続的な発展を目指します。

「(1)女性にとって魅力ある事業所を増やすことによる地域経済の振興」を実現することは、「(2)小売業・サービス業を中心とした小規模事業者の経営基盤の強化」を実現することにもつながります。

V. 経営発達支援事業の目標

当会では、今後5か年の経営発達支援事業の実施にあたり、下記の目標を掲げ目標達成に向けて取り組んでいきます。

(1) 「女子集客のまち」というコンセプトに沿った小規模事業者の育成

「九州一小さい町」というコンパクトシティの特性、吉富町と連携し実施している「女子集客のまち」プロジェクトを活かし、女性にとって魅力ある個社を伴走型支援によって1件ずつ着実に増やすことで交流人口を増加させ、町内のさまざまな事業所で消費活動が行われるような商業環境を整えます。

(2) 町内の小規模事業者の経営力向上

小規模事業者に焦点を当てた指導実施体制を整え、消費者ニーズに対応した商品やサービスの開発・提供に寄与する事業計画の策定、事業計画策定後の実行支援を行い、小規模事業者の経営力向上を図ります。

VI. 目標達成へ向けた経営発達支援事業の取り組み方針

上記の目標を達成するため、以下の方針を掲げ事業を推進します。

(1) 重点支援事業者の選定

「女性にとって魅力ある地域づくり」に関連する事業者を重点支援事業者として選定します。これにより事業者に対して、重点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。

(2) 女性の力の活用

当会では、女性をターゲットにした交流人口の増加対策を企画・実施するために、女性経営者を主体とした組織を新たに設置し、女性経営者とともに地域経済の活性化に向けた事業について検討を行います。

(3) 当会のキャラクター「神民くん」の積極的な活用

「神民くん」を、商品デザインやパッケージデザイン、さらには各種の販売促進活動に使うことで女性に対するアピール力を向上させます。また、「神民くん」関連の商品を開発する事業者は重点支援事業者として選定します。

(4) 経営計画に基づいた伴走型支援の実施

「町内の小規模事業者の経営力向上」については、福岡県商工会連合会(以下、県連)の方針である「行きます、聞きます、提案します」を引き続き行うと同時に、セミナーの開催を通じて経営を積極的に学ぼうとする事業者に対して事業計画の策定支援、計画達成までの一貫した伴走型支援を行います。

(5) 事業の選択と集中

当会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べく、事業の選択と集中を行います。

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31年4月1日～平成36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)

これまで地域の事業所に対し、産業別調査(前年同期比における売上や仕入れ単価の増減、採算性)、事業承継に関するアンケート調査、事業所実態調査を実施してきましたが、いずれも全国商工会連合会や県連からの受託による実施で単発的かつ受け身な調査であり、調査自体が目的となっていました。また、関係機関より多種に亘る調査統計情報の提供がなされていますが、それらの情報は一部の小規模事業者への提供にとどまり、個社への指導資料としての活用が広く行きわたっていませんでした。

(事業概要)

吉富町の経済・消費者動向を客観的に把握するために必要な情報、及び全国、県内、管内の事業者の経済動向情報を収集、整理、分析することによって、地域経済の現状を客観的に把握します。当会ではこの結果を活用し事業者に対して的確な経営支援を行います。

(事業内容)

(1) ビッグデータを活用した吉富町の経済・消費者動向の把握【新規】

管内の経済・消費者動向の把握に必要なデータの収集、整理、分析を行うべく、「RESAS」(地域経済分析システム)を活用し地域経済動向の分析を行います。

調査項目

- ・「地域経済循環マップ・生産分析」により、町内の産業構造を分析します。
- ・「まちづくりマップ・From-to 分析」により、町内、近隣市町の人々の動きについて分析します。
- ・「産業構造マップ」により、管内の産業の現状について分析を行います。

分析手法

経営指導員が外部専門家と連携し分析を行い、「RESAS」に公開されているデータと更新されたデータを基に、町内の経済・消費者動向がどのように推移し、変化しているのかをグラフ化します。

分析頻度：年1回

結果公表：調査及び分析結果は、ホームページ(以下、HP)に掲載し、広く管内事業者等に周知します。

(2) 関係機関の統計情報の収集と提供【新規】

全国と県内の経済動向を把握するために日本政策金融公庫が四半期ごとに提供する「中小企業景況調査」と県連が四半期ごとに実施する「中小企業景況調査」により産業別経済動向を分析します。

調査項目：業種別業況 DI 売上 DI 資金繰り DI 経営上の問題点

分析手法：経営指導員が、各「中小企業景況調査」の調査結果を基に全国、県内の産業別経済動向の乖離を把握します。

分析頻度：年 4 回

結果公表：調査及び分析結果は、HPに掲載し、広く管内事業者等に周知します。

(3) 自主調査による経済動向調査【新規】

コンパクトな町の利点で、本会と小規模事業者の関係が密な（商工業者数 193、小規模事業者数 166/平成 30 年 4 月 1 日現在）ことを活かし、より地域の指標資料として有効な経済動向の把握を目指すため、業種別による自主調査を実施します。

調査対象：管内小規模事業者 20 事業所
(製造業、建設業、小売業、サービス業各 5 社ずつ)

調査項目：売上・仕入単価・採算・資金繰り・業況の 5 項目の変動

調査手法：経営指導員が対象事業者に巡回し、調査票を基に聴き取り調査を行います。

分析方法：経営指導員が外部専門家と連携し分析を行います。

実施時期：7 月

結果公表：調査及び分析結果は、HPに掲載し、広く管内事業者等に周知します。

(目標)

取り組み	取り組み内容	現状	31年度	32年度	33年度	34年度	35年度
取り組み(1)	調査及び結果の公表回数	未実施	1	1	1	1	1
取り組み(2)	調査及び結果の公表回数	未実施	4	4	4	4	4
取り組み(3)	自主調査(製造業)事業所数	未実施	5	5	5	5	5
	自主調査(建設業)事業所数	未実施	5	5	5	5	5
	自主調査(小売業)事業所数	未実施	5	5	5	5	5
	自主調査(サービス業)事業所数	未実施	5	5	5	5	5
	合計事業所数	未実施	20	20	20	20	20
	調査回数	未実施	1	1	1	1	1
	調査公表	未実施	7月 30年度 調査	7月 31年度 調査	7月 32年度 調査	7月 33年度 調査	7月 34年度 調査

(活用方法・効果)

「(1)ビッグデータを活用した吉富町の経済・消費者動向の把握」、「(2) 関係機関の統計情報の収集と提供」、「(3) 自主調査による経済動向調査」の分析結果を職員会議にて共有します。この分析結果は、全職員による巡回・窓口指導時のツール及び事業計画策定支援に活用でき、小規模事業者の抱える業種別経営課題の把握と、その課題に対し具体的な支援策を打ち出すことができます。

2. 経営状況の分析に関すること【指針①】**(現状と課題)**

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に実施するにとどまり、「計画書作成のため」の経営分析でした。

また、その場限りの経営指導で終わってしまい、継続指導がなされていないことが課題となっています。

(事業概要)

継続指導を強化して行う管内の事業者を選定し、「1. 地域の経済動向調査に関すること」の結果と、巡回・窓口指導を通して得られた情報をもとに、選定事業者の経営上の課題を掘り下げて現状の経営分析を行います。この経営分析結果は「3. 事業計画策定支援に関すること」へ向けた基礎資料にします。

(事業内容)**(1) 重点支援事業者の選定【新規】**

「女性にとって魅力ある地域づくり」に関連する事業者、及び、「神民くん」関連の商品を開発する事業者の中から、事業者のモチベーション、意思等を踏まえた上で、毎年2事業者を重点支援事業者として選定し分析します。

(2) 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、支援対象となる事業者の発掘を行います。この講習会については、町内の事業者数（193）では一定数の受講者を確保することが難しいことから、近隣地区の商工会等との連携により実施します。

(3) 小規模事業者への訪問時に経営状況の分析の必要性を啓蒙【拡充】

分かりやすい説明ツール（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、小規模事業者を訪問する際に事業所毎に適した説明ツールを活用することにより、経営状況の分析、さらには、事業計画策定の必要性を啓蒙し、普及を図ります。

(4) 経営分析の定性的データの蓄積と共有【拡充】

巡回・窓口指導を通して得られた事業者の情報は、商工イントラ(※)へ詳細に入力し、情報を一元管理します。特に定性的データは、決算書等では把握できない貴重な情報であるためヒアリングや視察を実施することで蓄積を行い、職員間で情報を共有します。

(※)商工イントラ

県連が県下商工会に導入したシステムです。事業者毎の経営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ます。

(5) 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、及び(4)で得られた情報、「1. 地域の経済動向調査に関すること」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、(4)で得られた基礎資料、「1. 地域の経済動向調査に関すること」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。

(目標)

経営状況の分析に関する講習会の目標

項目・支援内容	現状	31年度	32年度	33年度	34年度	35年度
2-(2) 講習会回数 (共催含む)	1	2	2	2	2	2

経営分析件数における目標

項目・支援内容	現状	31年度	32年度	33年度	34年度	35年度
2-(1) 重点支援事業者についての経営分析件数	未実施	2	2	2	2	2
2-(2) 講習会をきっかけとした経営分析件数	1	3	3	3	3	3
2-(3) 小規模事業者への訪問をきっかけとした経営分析件数	3	5	5	5	5	5
2-(5) 各種活動により得られた情報を活用した経営分析件数	未実施	5	5	5	5	5
分析件数合計	4	15	15	15	15	15

(活用方法・効果)

経営状況の分析結果を通じて管内の小規模事業者が自社を取り巻く経営環境や強み・弱みを把握できるように説明指導を行い、併せて「3. 事業計画策定支援に関すること」の基礎資料として活用します。

3. 事業計画策定支援に関すること【指針②】

(現状と課題)

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り組みに留まり、「計画書作成のための」支援でした。計画書作成自体が目的化することで、事業計画の内容について、事業者自身が十分に理解できていないこともありました。

(事業概要)

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に関すること」、「2. 経営状況の分析に関すること」を踏まえた事業計画を策定できるように支援します。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、「2. 経営状況の分析に関すること」で選定した事業者を優先して実施します。

(事業内容)

(1) 実効性のある事業計画策定【新規】

「経営計画つくるくん」※を活用し「1. 地域の経済動向調査に関すること」と「2. 経営状況の分析に関すること」のデータをもとに、事業者の進むべき方向性を定めます。数値目標への落とし込みについては、算出根拠を明確に示すことにより、事業者に分かりやすく、実現可能性のある事業計画の策定支援を行います。また、対話を通じて事業者の意思や想いを引き出すことで、事業主の思いが入った事業計画を策定し、事業者のやる気を高めていきます。

※『経営計画つくるくん』

独立行政法人 中小企業基盤整備機構（以下、中小機構）が作成したソフトウェアで、画面に表示された質問に答えていくことで、事業の方向性を検討できる経営計画作成ソフトです。

(2) 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、福岡県よろず支援拠点（以下、よろず支援拠点）、公益財団法人 福岡県中小企業振興センター（以下、振興センター）、中小機構と連携を取る他、必要に応じて専門家を招聘することで、専門的な情報を収集・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	31年度	32年度	33年度	34年度	35年度
3-(1) 事業計画策定指導数※	12	32	32	32	32	32
3-(1) 事業計画策定事業者数	3	8	8	8	8	8

※1 事業計画策定につき、4回以上の事業計画策定指導を行います。

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)

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、提案により事業計画の実現性・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。

(事業概要)

事業計画策定を実施した全ての事業者を対象に、1～3か月に1回訪問し、事業計画の進捗状況を確認します。事業計画を遂行する上で出てきた課題については、課題解決に向けた提案を積極的に行い円滑な事業計画遂行の支援に努め、計画の実効性が危ぶまれるような課題が表出した際には、課題の克服や場合によっては計画の見直しを実施します。

(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、進捗状況に応じて1～3か月に1回の定期的な訪問によるフォローアップを実施します。訪問時には、事業計画の進捗状況の把握、計画実行に影響する課題の抽出、外部要因の変化などの情報提供を実施し状況に応じた最適な支援を実施します。また、創業間もない事業者、事業承継が必要と思われる事業者、事業者の経営状態の好悪により巡回訪問の頻度を一律と

せず、成長ステージに応じた計画実行支援を実施します。

(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、事業計画遂行上の課題に対しては、必要に応じて経営指導員がハブとなり、よろず支援拠点、振興センター、福岡県北九州中小企業振興事務所（以下、振興事務所）、中小機構と連携を取るなど必要に応じて専門家の支援を仰ぎ専門知識やノウハウを活用して計画実行支援を実施します。

(目標)

項目・支援内容	現状	31年度	32年度	33年度	34年度	35年度
4-(1) フォローアップ事業者数	未実施	8	8	8	8	8
4-(1) フォローアップ巡回数	未実施	48	48	48	48	48

※平均して2ヵ月に1回の頻度で訪問と想定

5. 需要動向調査に関すること【指針③】

(現状と課題)

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とどまり、個社の商品・サービスに対する具体的な需要動向調査を行う仕組みや体制が整っていませんでした。

(事業概要)

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することを目的に、個社の商品・サービスに焦点をあてた需要動向調査を実施します。調査結果については、整理及び分析を行い、「3. 事業計画策定支援に関すること」及び「4. 事業計画策定後の実施支援に関すること」に係る巡回・窓口相談の際に事業者へ提供します。また、調査結果を図表にするなどし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。

当会のキャラクター「神民くん」を活用した人形焼を販売している事業者（本計画での重点支援事業者に選定予定）があり、まずはその商品から需要動向調査を行います。

(事業内容)

(1) 町内のイベントを活用した地域内の需要動向調査【新規】

町内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女性の消費ニーズが高いものについては、吉富町で開催され集客力が高く、また重点支援事業者候補が多く出店する「よしとみ・ワッショイ・春まつり」「ガールdeマルシェ」で消費者ニーズの調査を行います。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：デザイン、素材、内容量、味（食品の場合）
サービスの好悪、価格帯 等

調査対象：「よしとみ・ワッショイ・春まつり」に来場した女性
「ガール d e マルシェ」に来場した女性

調査内容：重点支援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：1事業者あたり1回の調査で100件のヒアリング調査を実施

(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（主に広い商圈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：商談会・展示会に参加した事業者の商品・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

(目標)

項目・支援内容	現状	31年度	32年度	33年度	34年度	35年度
5-(1) 調査分析の利用事業者数 (イベント時にヒアリング)	未実施	2	2	3	3	3
5-(1) 調査分析の1事業者あたりの 回答者数 (イベント時にヒアリング)	未実施	100	100	100	100	100
5-(2) 調査分析の利用事業者数 (バイヤーへのヒアリング)	未実施	3	3	3	3	3

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)

吉富町の小規模事業者の内、広い商圈で販売を主にする小売業、及びサービス業

者は限定されており、町内及び近隣市町の住民をターゲットにし、狭い商圏で生活に関連する事業を営む事業者が多く存在します。しかし、人的資源、資本力に乏しい小規模事業者は、口コミや人脈による集客が中心であり情報発信力が弱く、また提供する商品・サービスについて、お客様の立場にたったマーケットインの考えが弱いといえます。

(事業概要)

当会のネットワークが持つ情報発信力の活用と、個々の小規模事業者の情報発信力の強化の両面から、町内小規模事業者の情報発信力を強めていきます。一方、マーケットインでの商品・サービス開発、ブラッシュアップに必要な情報収集力の向上、及び、集めた情報の分析や活用に向けた支援を行います。

(事業内容)

(1) 当会のSNSを活用した販路開拓支援【拡充】

FacebookやLINE等のSNSによる集客では、事業者とターゲット顧客とが、SNS上での「友達」等としてつながっている必要があります。しかしながら、この「友達」を集める作業には時間がかかります。そのため、既に、Facebookで1投稿あたり1,000人～5,000人の閲覧、LINEについても既に299人の「友達」登録がある当会のFacebookアカウント、LINEアカウントを使用して、個社の情報発信を行います。

重点支援事業者については、1社あたり月に1回の頻度でFacebook、LINEにて当会から個社の情報発信を行います。発信の原稿は、事業者と当会とで協力して作成します。

重点支援事業者以外の事業者については、小売業・サービス業の事業者を中心に投稿依頼があれば情報発信を行います。このことは、当会の広報やHPを通じて事業者に周知します。

対象企業：重点支援事業者を優先に、小売業・サービス業の事業者

(2) 「SNSを利用した集客セミナー」の開催【新規】

当会のFacebookアカウント、LINEアカウントを利用した個社の情報発信と並行して、事業者が自社独自でもSNSを活用した情報発信が出来るようにするために「SNSを利用した集客セミナー」を年に1回の頻度で開催します。

対象企業：町内の小規模事業者

(3) 町内の事業者を紹介する「回遊マップ」の作成【新規】

「(1) 当会のSNSを活用した販路開拓支援」による情報発信を通じて、個社に来店されたお客様が、「九州一小さな町内」を回遊する仕組みを作る為に、町内の事業者を紹介する「回遊マップ」を作成します。「回遊マップ」は当会のHPにて公開し、SNSでの情報発信時に「回遊マップ」へのリンクを添付します。

「回遊マップ」を作成し、当会とSNSを通じてつながった「友達」に提供する

ことで、本事業の効果が個社にとどまらず周囲の店舗へ波及するようにします。

対象企業：重点支援事業者を優先に、小売業・サービス業の事業者

**(4) 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に対する
取り組み【拡充】**

商談会・物産展等を通じて販路を求める事業者があまりいない、もしくは当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り組みとして、

- ① 商談会・展示会に参加する事業者に対しては、よろず支援拠点、又は専門家派遣を活用した事前個別指導を行い、個社の商品・サービスの提案力を高める取り組みを行います。
- 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、福岡県工業技術センター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率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、ブラッシュアップにつながるように支援します。
- ④ 商談会には当会職員が同席し、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：重点支援事業者を優先に、小売業・サービス業の事業者

(5) 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と言えます。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：重点支援事業者を優先に、小売業・サービス業の事業者

(※) プレス福岡

福岡のさまざま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コ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ます。

(目標)						
項目・支援内容	現状	31年度	32年度	33年度	34年度	35年度
6-(1) SNS を活用した販路開拓支援事業者数	未実施	7	7	7	7	7
6-(2) 「SNS を利用した集客セミナー」への参加事業者数	未実施	4	4	5	5	5
6-(3) 「回遊マップ」への掲載事業者数	未実施	8	9	10	11	11
6-(4) 商談会・物産展等による成約件数	1	3	3	3	3	3
6-(5) マスメディアを活用した販路開拓支援事業者数	2	1	1	2	2	2
6-(1) (2) (3) (4) 販路開拓支援による売上3%アップ事業者数 (※1)	未把握	2	2	3	3	3

(※1) 事業計画策定事業者の内、1/4 を目標に設定

II. 地域経済の活性化に資する取り組み

(現状と課題)

吉富町は、面積が小さく、また観光資源も乏しいことから町単独でのブランド化が厳しい地勢にあります。

吉富駅前で女性をターゲットに開催されているガール de マルシェは、集客力のあるイベントとして周知されており、遠方から女性に人気の店が集結し駅前の賑わいを創出しています。しかし、このイベントに会場した客が町内事業者を回遊する体制は構築できておらず、イベント開催日は周囲の店舗の売上が減少している状況です。

(事業概要)

行政と連携をさらに強化し地域経済活性化に向けた方針を一つにすることで、九州一小さな町の特性を活かした「女子集客の町」プロジェクトに寄与する取り組みを実施し、交流人口の増加を図り商業の活性化に取り組みます。

(事業内容)

(1) 地域活性化のための、女性を主体とした検討会の創設【新規】

吉富町が行う「女子集客の町」プロジェクトは、町に活気と消費を呼び込むことを目的としています。この目的を達成するためには、イベントの開催だけでなく町内の女性経営者及び女性をターゲットにした商品・サービスを取り扱う事業所の連携が必要不可欠です。そのため、町内の女性経営者及び女性をターゲットにした商品・サービスを取扱う事業所に集まってもらい、女性集客に

向けた回遊性の確保及び地域経済の活性化に必要な交流人口の増加に向けた検討会議を行います。

また、この会議には、近隣地区のさまざまな取り組みに参画している町外の元気ある女性経営者をオブザーバーに招集し外部意見も取り入れます。

(2) 「神民くん」を使った販売促進活動【新規】

「神民くん」を、商品デザインやパッケージデザイン、さらには各種の販売促進活動に活用するように事業者に対して働きかけます。実際に「神民くん」を使った商品やパッケージ、及び、販売促進物のデザインを行う際は、デザイナーを始めとする専門家とのマッチングを支援します。

「神民くん」を活用する町内の事業者を増やすことで、「神民くん」＝「吉富町」としてブランディングを図ります。

(3) 吉富町との連絡会議【新規】

吉富町の産業建設課と年に4回の連絡会議を開催します。連絡会議では、「女子集客の町」プロジェクトや「神民くん」の活用に関する情報の共有や議論を行います。

(4) 創業予定者の誘致、発掘【拡充】

女性集客に向けた取り組みを行う為には、吉富町内に魅力のある事業者を増やす必要があり、既存事業者のレベルアップだけでなく、創業予定者の発掘や事業所の新規誘致が必要です。当会では近隣で開催されるセミナーにおいて吉富町での事業の魅力情報を発信するとともに、金融機関などに対して吉富町が行う「経営革新支援制度」や「創業助成金制度」の周知を図り創業予定者や意欲ある事業所の発掘を行います。

(目標)

項目・支援内容	現状	31年度	32年度	33年度	34年度	35年度
Ⅱ-(1) 女性を主体とした検討会の開催回数	未実施	4	4	4	4	4
Ⅱ-(2) 「神民くん」を使った商品デザイン、パッケージデザイン、及び、販売促進活動を実施した件数	平均 1件/年	3	3	3	3	3
Ⅱ-(3) 吉富町との連絡会議の開催数	未実施	4	4	4	4	4
Ⅱ-(4) 創業者数	平均 2人/年	3	3	3	3	3

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り組み

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 (現状と課題)

ここ数年で、産業競争力強化法、福岡県中小企業振興条例等の法律、条例が整備され、それに伴い複数の会議体が創設され、各地域において小規模事業者の支援に関する新たな取り組みが始まっています。しかしながら、これまでは県連との連携が当会にとって連携の軸であったため、その他の関係機関との連携は限定されてきました。

(事業概要)

下記の新しく創設された会議体を通じて関係各機関との連携を深め、支援ノウハウ等の情報交換を強化します。

(事業内容)

(1) 北九州地域中小企業支援協議会との情報交換を通じた支援力向上【拡充】

支援協議会を構成する各団体（市町村、商工会議所・商工会、中小企業団体中央会、金融機関、政府系金融機関、信用保証協会、専門家団体など）と情報交換を行います。

支援協議会の構成団体はそれぞれに違った機能、役割を有しており、それらの機関と連携、情報交換を行うことで、商工会にはない支援ノウハウを取得します。

情報交換の頻度、方法としては、北九州地域中小企業支援協議会幹事会（月 1 回開催）の場を中心として情報交換を行います。

(2) 京築地区 4 町・4 町商工会での情報交換を通じた支援力向上【拡充】

京築地区 4 町・4 町商工会（みやこ町、築上町、吉富町、上毛町、及び、各町の商工会）と情報交換を行います。

当会は、経営指導員が 1 名体制の小規模な商工会であり、また、町内の事業所数も少ないことから、当会だけで数多くの支援事例を蓄積していくことはできません。そのため、京築地区内の近隣の各商工会と支援事例や支援ノウハウを共有することで、当会の支援力を向上させます。

また、平成 27 年度に京築地区 4 町と 4 町商工会が連携して結成した「4k 創業応援団」を通して、創業支援ノウハウの情報交換を行います。

各町の役場と情報交換することで、小規模事業者にとって有効な支援策について商工会側から各町の役場へと情報提供を行い、役場への政策提案を行います。

情報交換の頻度、方法としては、4 町・4 町商工会合同会議（年 1 回開催）、及び、4 町商工会経営指導員業務研究会（年 4 回～5 回開催）を中心として情報交換を行います。

2. 経営指導員等の資質向上に関すること

(現状と課題)

当会は、県下でも小規模商工会に該当し事務局長1名、経営指導員1名、経営支援員2名という体制で地区内における地域振興事業、経営改善普及事業を担ってきましたが、各職員の業務は多岐にわたり業務分担は明確に分かれています。県連や振興事務所が開催する支援ノウハウの向上を目的とした研修の内容は、個々の支援ノウハウの蓄積にとどまり、職員間で共有することはありませんでした。

(事業概要)

支援ノウハウや、研修で得た内容を職員間で共有するため体制を整備します。

(事業内容)

(1) 職員会議での支援ノウハウの共有【新規】

毎週1回開催する職員会議の中で、経営指導員が中心となり支援先の状況や方向性等について情報を共有するための時間を設け、各職員が持つノウハウを出し合い支援先に対する今後の支援策の検討を行います。また、経験の浅い職員に対しては経営指導員が必要に応じて助言・指導を行い互いの支援ノウハウの蓄積により職員の資質向上を図ります。

(2) 行政・県連・各団体等が実施する研修の参加、及び、商工会での研修内容の共有による支援力向上【新規】

当会では、振興事務所、県連、行橋税務署、日本政策金融公庫、信用保証協会等が主催する研修には経営指導員が積極的に参加し、当会が必要とする最新の支援情報の収集、及び、経営支援に必要なノウハウの蓄積により有効的な個社支援を実施してきました。今後は、研修に参加した職員のみで情報、ノウハウを蓄積するのではなく、職員間で共有ができるように、翌営業日に研修内容の報告会を実施します。

(3) 商工イントラを活用した情報の共有【実施済、継続実施】

商工イントラとは、県連が県下商工会に導入したシステムであり、事業所ごとの経営指導内容及び会社の概要をサーバーに一元管理し、当会内部で共有することができるシステムです。当会では事業者支援の際に作成した事業計画の簡易な内容や経営分析の最終結果、折衝記録等を事業者別に商工イントラへ入力し個社指導・支援内容の見える化を図ります。また、この蓄積した情報を職員間で共有し、職員会議の際に活用します。

(4) 共有フォルダによる電子ファイルの共有【実施済、継続実施】

商工イントラでは電子ファイルを添付することができないため具体的な事業計画や経営分析の結果を保存することはできません。よって当会では、電子ファイルを事業所別に分かりやすく管理し全職員が閲覧できる共有フォルダに保管しています。この共有フォルダでは、事業計画書や経営分析の結果、決算書、

事業所が掲載された新聞記事、これまでのチラシなども保管されており、人事異動で職員が異動になった際もこのフォルダにある情報は有効に活用することができます。また、支援履歴を電子ファイルで残すことで過去の当会担当者がどのような思いで支援を行ってきたかが分かり意欲の向上につながります。

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) 経営発達支援計画進捗会議の実施による進捗状況の共有

商工会職員と商工会正副会長で形成する経営発達支援計画進捗会議を四半期毎に開催し、進捗状況の確認及びスケジュールの見直しを行います。

(2) 経営発達支援事業検証委員会（外部有識者会議）による評価及び課題抽出、計画の見直し及び目標設定

当会正副会長及び外部有識者（吉富町役場産業建設課長、中小企業診断士）、県連北九州・筑豊広域連携拠点統括により組織する経営発達支援事業検証委員会にて当該年度に係る経営発達支援事業の評価を行います。また、評価をもとに課題抽出を行い、計画の見直し及び目標案を提示します。

(3) 理事会による計画の見直し及び目標の決定

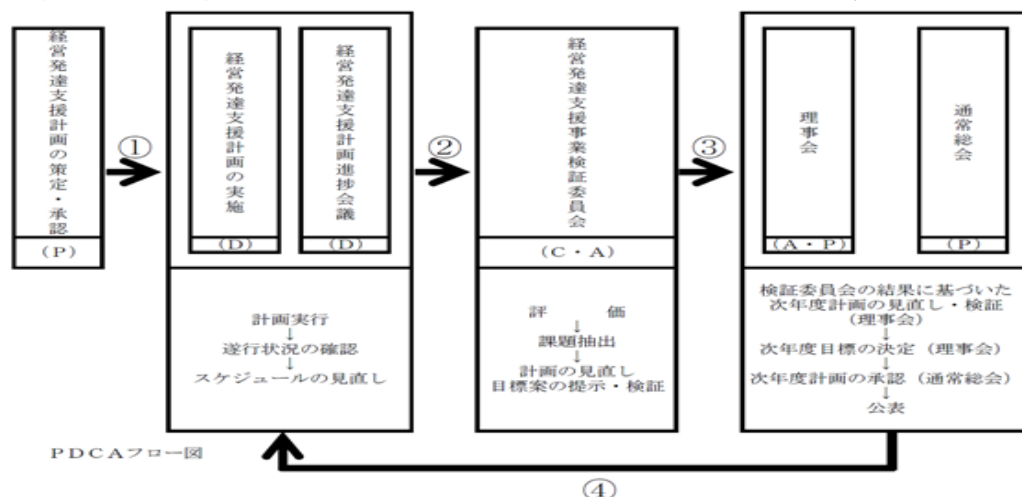
「(2)の計画の見直し及び目標案の提示」をもとに、次年度計画の見直し及び目標を決定します。

(4) 通常総会での報告・承認

「(2)の評価結果」と「(3)の次年度計画の見直し及び目標」を通常総会に報告し、承認を受けます。

(5) 経営発達支援計画評価結果と次年度計画の見直し及び目標の公表

通常総会で承認を受けた後、商工会HP (<https://www.yoshitomishokokai.jp/>)にて経営発達支援計画評価結果と次年度計画の見直し及び目標を公表します。



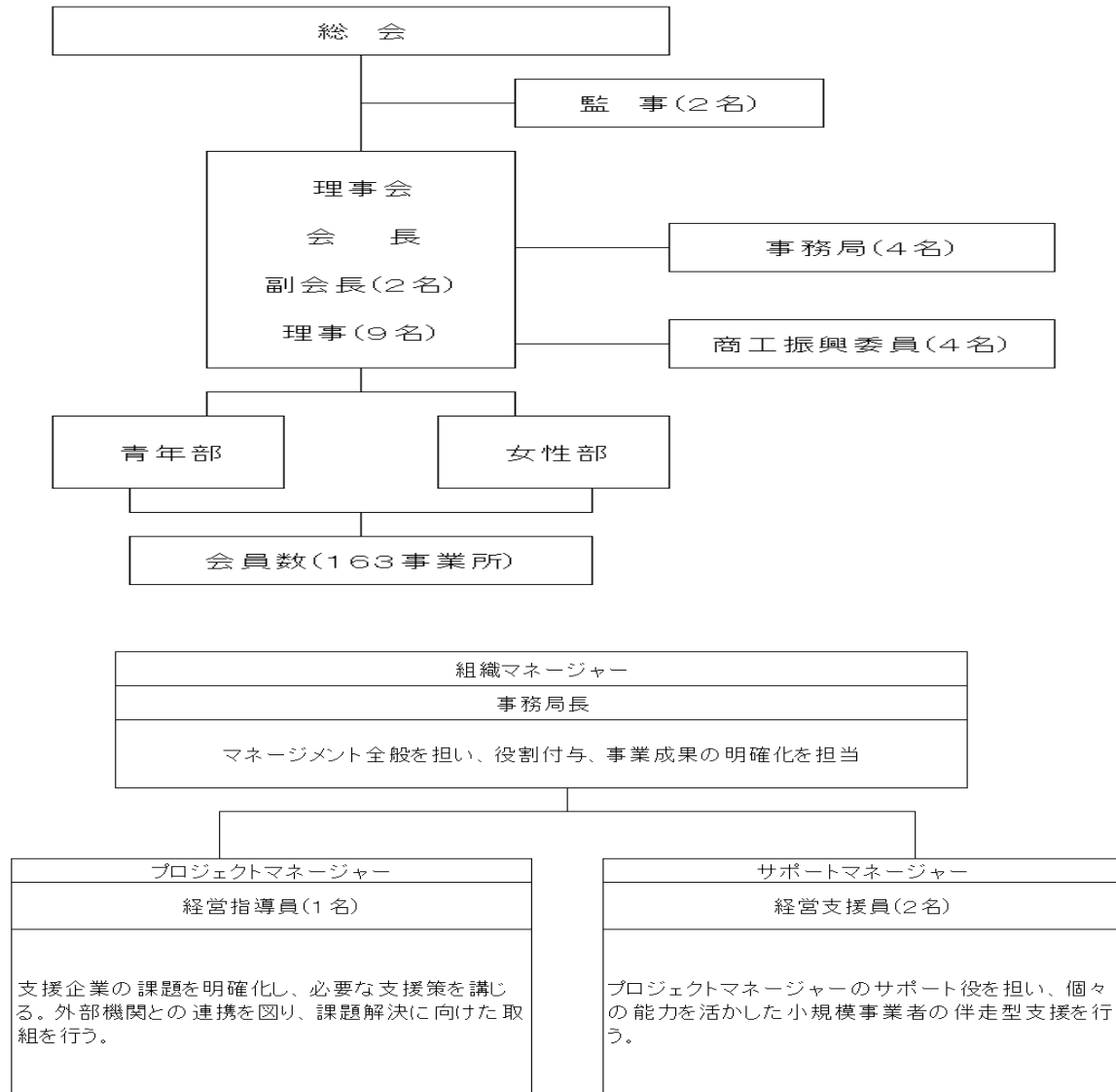
(別表 2)

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 30 年 4 月現在)

(1) 組織体制



(2) 連絡先

吉富町商工会

- ・住所 〒871-0811 福岡県築上郡吉富町大字広津 424-1
- ・電話 0979-22-0228
- ・FAX 0979-23-4741
- ・e-mail yoshitomi@shokokai.ne.jp
- ・ホームページアドレス <http://www.yoshitomishokokai.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)

	平成 31 年度 (31 年 7 月 以降)	平成 32 年度	平成 33 年度	平成 34 年度	平成 35 年度
必要な資金の額	3,590	1,720	1,720	1,720	1,720
・地域の経済 動向調査	150	150	150	150	150
・経営状況の 分析	100	100	100	100	100
・事業計画 策定支援	100	100	100	100	100
・事業計画 策定後の 実施支援	150	150	150	150	150
・需要動向 調査	800	800	800	800	800
・需要の開拓	200	200	200	200	200
・地域経済の 活性化	2,000	100	100	100	100
・事業の評価 及び見直し	90	120	120	120	120

(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・県・町補助金、会費、受託費

(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
<ul style="list-style-type: none">・地域の経済動向調査に関する事……①・経営状況の分析に関する事……②・事業計画策定支援に関する事……③・事業計画策定後の実施支援に関する事……④・需要動向調査に関する事……⑤・新たな需要の開拓に寄与する事業に関する事……⑥・地域経済の活性化に資する取り組み……⑦
連携者及びその役割
<p>名 称：日本政策金融公庫北九州支店 事業統括：岩下 学 住 所：福岡県北九州市小倉北区鍛冶町1-10-10 大同生命北九州ビル 電話番号：092-541-7550 連携内容：① 役 割：四半期ごとに提供する「中小企業景況調査」の活用</p> <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：②、③、④、⑥ 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：公益財団法人 福岡県中小企業振興センター 代表理事：桑野 龍一 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：②、③、④、⑥ 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：山地 禎比古 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：②、③、④、⑥</p>

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。

名 称：北九州中小企業振興事務所(北九州地域中小企業支援協議会事務局)

所 長：前田 勝裕

住 所：北九州市小倉北区船場町1-35 北九州市立商工貿易会館6F

電話番号：093-512-1540

連携内容：②、③、④、⑥

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。

名 称：吉富町

町 長：今富 壽一郎

住 所：福岡県築上郡吉富町大字広津226-1

電話番号：0979-24-1122

連携内容：①、⑤、⑦

役 割：小規模事業者に関する施策の検討
創業助成金制度、経営革新支援制度の情報発信。「女子集客の町」プロジェクトの実施母体

名 称：福岡県工業技術センター

所 長：赤尾 哲之

●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：④、⑥

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

