実施者名 (法人番号)筑紫野市商工会(法人番号 5290005006653)実施期間平成 31 年 4 月 1 日~平成 36 年 3 月 31 日筑紫野市は市民にとって商業、交通、自然等に恵まれた住環境の良いであります。今後大きな人口減少も予測されておらず、市内の事業所総
筑紫野市は市民にとって商業、交通、自然等に恵まれた住環境の良い
筑紫野市は市民にとって商業、交通、自然等に恵まれた住環境の良い
も増加しています。反面、中規模以上の企業の参入が相次いでおり、商業
サービス業を中心に競争激化が進んでいます。特にその問題に直面して
目標 るのは小規模事業者であり、観光産業の伸び悩み、全国的な事業承継問
も含めて、小規模事業者の事業所総数に占める割合は減少しています。:
域経済を支える小規模事業者が当市で持続的な経営を行っていくため、
会による伴走型の経営支援を中心に、地域ぐるみで行う小規模事業者へ
支援体制を確立します。
1.経営発達支援事業の内容
1. 地域経済動向調査に関すること
外部公表データの調査、商工業者へのヒアリング調査を実施し、地域
済動向の実態を掴みます。調査分析結果は、個社の経営分析や事業計画
定支援に活用するとともに、レポートにまとめ外部への公表も行います。
2. 経営状況の分析に関すること
経営分析の必要性を喚起する各種セミナーを開催し、受講した小規模
業者を中心に個別フォローを実施、個社の経営分析支援を行います。分
は経済産業省が提供する分析ツール「ローカルベンチマーク」を使用し
す。
3. 事業計画策定支援に関すること
経営分析支援を実施した個社に対し、今後の経営の指針となるような
業計画の策定支援を実施して行きます。また、巡回や事業計画策定セミ
ーによる啓発活動によって、計画策定に取組む小規模事業者の掘り起し
行います。
4. 事業計画策定後の実施支援に関すること
事業計画の策定支援を実施した個社に対し、定期的なフォローアップ
事業内容 行い、助言及び各種施策を活用しながら計画実施支援を行います。事業
継予定先は、その後の承継計画の策定、実際の承継へとステップアップ
援に繋げます。
創業予定者についても、同様、実際の創業後の支援を行います。
5. 需要動向調査に関すること
観光地来訪者へのヒアリング調査や日経テレコンを活用し、当市への
光ニーズや地域外から求められている商品ニーズ、個社商品ごとの需要!
向等を調査し、地域資源等の活用や観光客に対しての販路開拓を目指す
社に対して、調査分析情報をフィードバックします。
6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること
需要動向調査のフィードバックを行う個社に対して、需要開拓のため
助言及び各種支援メニューの提案、当会が展開する「紫プロジェクト」
一環として「紫」を活用した商品開発支援等を実施します。また、個社
販売機会の創出のため、物産イベントや販売拠点の充実を目指します、
Ⅱ. 地域経済の活性化に資する取組
行政、市観光協会、その他地域の外部機関と連携し、当会が展開する「
- 「一」「「一」「「「一」」「「「一」」「「「一」」「「「」」「「「」」「「「
プロジェクト」の一層の推進、天拝山周辺遺産群と二日市温泉の観光開発
また、これらの取組みの広報強化を行います。
また、これらの取組みの広報強化を行います。 筑紫野市商工会 住所:福岡県筑紫野市湯町3丁目2-5
また、これらの取組みの広報強化を行います。

経営発達支援事業の目標

I. 筑紫野市の現状

1. 位置

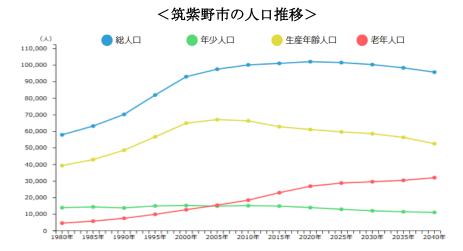
福岡県の中央部、やや西よりに位置する当市は東西 15.9 km、南北 14.1 kmに広がり、市形は蝶の形に似ています。主要交通体系として国道 3 号線や JR 九州、西日本鉄道が運営する鉄道・バスが広域交通体系の中核的な役割を果たしています。特に当該鉄道は、福岡市の中心地より 12 分程度で当市を結ぶ主要な交通手段になっております。さらに九州自動車道にも筑紫野 IC が設置されており、大変利便性の高い交通環境にあるため、福岡市(博多、天神)のベッドタウン化が進展しています。【DATA:市域面積 87.73 km/西日本鉄道 5 駅(平成 22 年新駅「紫駅」開業)/JR 九州 3 駅】





2. 人口

人口は平成30年8月末現在で103,748人(世帯数44,545)です。内閣府のまち・ひと・しごと創生本部が提供する「地域経済分析システムRESAS(以下リーサス)」によると、これまで当市は人口増加を続けています。平成32年(2020年)頃をピークに逓減していくことが予測されていますが、大きな人口減少の恐れはありません。国立社会保障・人口問題研修所の公表する「将来人口推計」によると、平成27年(2015年)時点の年齢別の割合は年少人口(0歳~14歳)15%、生産年齢人口(15歳~64歳)62%、老年人口(65歳以上)23%となっていますが、老年人口の割合は増加傾向にあり、2040年に向けて地域の高齢化が進んでいくことが予測されています。



引用元:地域経済分析システム RESAS

< 筑紫野市の将	は こっぱき マンス ロール はっぱん しょう	L \
へ 取 ※ 野 III リノボヤー	米人口作品	┌~

SSENT AND A MANUAL PROPERTY.							
	2010年	2015年	2020年	2025年	2030年	2035年	2040年
総人口	100, 172	101,812	102, 099	101, 562	100, 340	98, 405	95, 774
年少人口 (0~14 歳)	15, 180	14, 816 (15%)	14, 036	13, 009	12, 072	11, 511	11, 106 (11%)
生産年齢人口 (15~64 歳)	66, 460	63, 585 (62%)	61, 154	59, 714	58, 622	56, 432	52, 580 (55%)
老年人口 (65 歳以上)	18, 532	23, 411 (23%)	26, 909 (26%)	28, 839 (28%)	29, 646 (30%)	30, 462 (31%)	32, 088 (33%)

引用元:国立社会保障・人口問題研修所「将来人口推計」

3. 環境・地域資源

福岡市のベッドタウン化が進むにつれ、市街地にイオンモール、ゆめタウン等のショッピングモールをはじめ、ディスカウントストア、大手服飾や飲食、美容室チェーン店等の進出が相次いでおり、当市は商業地域としての成長を今なお続けています。大きな人口減少も予測されていないことから、今後も同様の動きがみられると考えられます。同市内にありながら、市街地を少し外れると自然も豊かであり、交通利便性も含めて、市民にとっての住環境は充実しています。

観光面からみると、九州最古の寺といわれる「武蔵寺」や1300年以上の歴史がある「二日市温泉」、江戸時代に整備された長崎街道筑前六宿の「山家宿」や「原田宿」、「阿志岐山城跡」、国指定史跡「五郎山古墳」、さらに太宰府市の隣接市として菅原道真公ゆかりの「天拝山や周辺遺産群」など様々な時代の文化遺産も多い街です。しかしながら、市として地域資源を充分に活用・PRできているとは言い難く、隣市である太宰府市(太宰府天満宮には年間800万人以上の参拝客が訪れる)に比べ、近年当市の観光客数は180万人を横ばいで推移している状況です。特産品についても、ふるさと納税謝礼品のラインナップをみると、県内で最も古い酒蔵である「大賀酒造」の日本酒をはじめとして、地場生産の醤油、和菓子、農作物などがありますが、当市を代表する知名度の高い特産品はありません。

<主な地域資源>

①二日市温泉

万葉の昔から知られる 1300 年以上の歴史がある温泉です。大宰府政庁がおかれた頃より賑わいを見せ、大伴旅人、夏目漱石など、多くの文人墨客が訪れてきました。市街地にあり、アクセスの良さと放射能泉という泉質の良さが特徴の温泉地です。しかしながら近年は、宿の減少、施設の老朽化、風情の喪失、経営者の高齢化等により、賑わいが失われつつあります。現在、10 軒の温泉宿と 2 軒の公衆浴場を有します。

②天拝山及び周辺遺産群

かつて菅原道真が大宰府へ左遷された際に、道真公が無実を訴えるために、百余日「紫藤の瀧」で身を清め、山頂に登って七日七夜、祈り続けたという言い伝えがある山です。山道には一合ごとに道真公の歌碑を設置、山麓の「天拝公園」周辺には九州最古の寺といわれる「武蔵寺」や道真公が自身で彫った像が祭られている「御自作天満宮」などの寺社や名所旧跡が点在します。天拝山は登山道が綺麗に整備された低山であり、登山客に人気の山です。

③紫荳

筑紫野市の市名の由来とも言われ、かつての税である「紫の染料(高貴な色)」として朝廷 に納められていたという歴史をもつ花です。現在は絶滅危惧種であり希少、その根は紫根(し

こん)と呼ばれ、生薬として扱われます。







二日市温泉

天拝公園

紫草

4. 産業

総務省が公表する平成 26 年経済センサスによると市内事業所数は 3398 事業所となっています。特に割合が大きいのは小売・卸売業 (1020 事業所) であり、それに次いで、宿泊・飲食サービス (454 事業所)、生活関連サービス・娯楽業 (330 事業所)、建設業 (294 事業所)と続いています。当市の産業構造をみるに、個人向け消費に密接関係にある業種が基幹産業と言えます。この背景には、当市が福岡市のベッドタウンとして発展を続けてきたこと、またそれ以前に、中心市街地である「二日市」が、鎌倉時代の「市」により形成されたもので、古くから商業を中心として栄えた町であったことや、戦後の米軍の在留や炭坑労働者が二日市温泉旅館に憩いを求めたという経緯があります。

<筑紫野市の産業構造>

	産業分類	事業所数(H26)
1 次産業	農林漁業	10
1 久泾木	鉱業	0
2 次産業	建設業	294
	製造業	131
	電気・ガス・熱供給・水道業	7
	情報通信業	21
	運輸・郵便業	60
	小売·卸売業	1020
	金融•保険業	45
	不動産·物品賃貸業	242
3 次産業	学術研究、専門・技術サービス業	159
	宿泊・飲食サービス業	454
	生活関連サービス・娯楽業	330
	教育、学習支援業	146
	医療、福祉	288
	複合サービス事業	22
	サービス業(他に分類されないもの)	169
	合計	3398

引用元:平成26年経済センサス

Ⅱ. 市内小規模事業者の現状と課題

1. 小規模事業者の現状

平成26年経済センサスによると、当市内の小規模事業者数は2277事業者あります。事業所総数に占める小規模事業者の割合をみると、基幹産業の代表である小売・卸売業は63.6%、宿泊・飲食サービスは57.3%、生活関連サービス業は77.9%となっています。平成24年経済センサスでの比較になりますが、全国の割合と比べると、当市の小規模事業者の割合は相対的に低く、当

該業種においては特に市内に中規模以上の企業が多いことがわかります。

<筑紫野市の	業種別小	規模事業者数>
- ファログバンコーロ・マン	大田田カリノ	MUX 7 7 10 90 /

, , , , , , , , , , , , , , , , , , ,							
産業大分類	小規模事業者数(H26)	市内割合(H26)	全国割合(H24)				
全産業	2277	67.0%	86.5%				
建設業	268	91.2%	95.9%				
小売業·卸売業	649	63.6%	小売 84.4% 卸売 72.1%				
宿泊業、飲食サービス業	260	57.3%	87.3%				
生活関連サービス業, 娯楽業	257	77.9%	93.3%				

- ※市内割合は市内小規模事業者数:市内事業所総数
- ※全国割合は全国小規模事業者数÷全国事業所総数

引用元:平成24年、平成26年経済センサス

リーサスを確認すると、当市は創業比率 (新設企業の既存企業に対する割合) が全国平均を上回る推移となっています。当市は創業が多い地域と言えますが、創業の業種も小売・飲食・理美容業等が多く、経営資源の乏しい新規創業者もその多くが激化する競争に身を投じている状況にあります。

< 筑紫野市の創業比率>



引用元:地域経済分析システム RESAS

平成21年と平成26年の経済センサスより、市内事業所数の推移を見てみると、一見、小規模事業者数は増加しています。しかしながら、事業所総数に占める小規模事業者数の割合は年々減少傾向にあります。この現象は、商業地域としての発展に伴い、新設企業は増えているものの、中規模以上の企業との競争により、小規模事業者が淘汰されていることに他なりません。小規模事業者の割合が減少することは、地域に根付いた「地域経済の下支え」を失うことであるとともに、需要の多様化、雇用や就業の形態が多様化など、地域の産業構造が変化する中で、「個性豊かな地域社会形成の担い手」を喪失することを意味し、地域経済の観点から望ましいことではありません。

< 筑紫野市内事業所数の推移>

	小規模事業者数	事業所総数	小規模事業者割合
平成 21 年	2, 252	3, 281	68.63%
平成 24 年	2, 189	3, 239	67.58%
平成 26 年	2, 277	3, 398	67.01%

引用元:総務省平成21年、平成24年、平成26年経済センサス

当市は毎年 180 万人の観光客が訪れますが、平成 19 年頃と比べると 10 万人程度減少しています。観光客が減ることは、地域外の資金流入が減少するに繋がり、地域経済を疲弊させます。地域の経済環境と密接な関係を持って経営活動を行う小規模事業者にとってはマイナス要因です。福岡県が公表する観光入込客推計調査の目的別内訳を確認すると、「天拝山」という整備された低山を地域資源にもつ当市は登山ブームに助けられていますが、一般行楽や祭・行事についての減少幅は総数に比べて大きくなっています。ある側面の話ですが、このような動向にあっても、「天拝山」という地域資源を活用したり、登山客をターゲットにするような事業展開を進める商工業者はほとんど見られないのが現状です。この観点から、行政や地域団体による一般観光客の取込みができていないこと、商工業者も地域資源の活用や観光ニーズへの対応ができていないといった可能性が予見されます。

<筑紫野市目的別観光入込客推計調査>

(千人)

	一般行楽	祭·行事	社寺·文化財 史跡参拝見学	ハイキング 登山	キャンプ	釣·観光漁業	ゴルフ	その 他	合計
平成19年	1,536	32	33	132	12	2	175	_	1,922
平成18年	1529	32	37	138	12	2	179		1929
平成24年	1,443	28	42	157	11	2	173	_	1,856
平成25年	1,443	30	40	179	10	2	177	_	1,881
平成26年	1,449	21	36	192	10	2	173	_	1,883
平成27年	1,368	27	31	218	12	3	165	0	1,824

引用元:福岡県観光入込客推計調査

全国的な事業承継の問題は、当市内の小規模事業者にも当てはまります。経営者の高齢化が進む中で、小規模事業者は一人もしくは夫婦で経営しているケースが多くあります。当会が組織する税務相談所(個人事業主を対象とした申告指導団体)に加入している約250名の事業者をみても、9割以上が小規模事業者でありながら、うち子供と一緒に事業を行っているものは約3割程度しかありません。子供がいながらも、将来の業績を心配し、自分の代で廃業する意思をもつ事業主も少なくありません。小規模事業者の廃業理由として経営不振以外にも事業承継ができなかった(しなかった)というケースもみられます。そもそも後継者候補がいない、事業将来性や後継者の資質の問題から引継ぐことができない、相談相手がいない、など様々な事情があります。

上記のような現状にありながら、今後の経営の方向性を意識して事業計画を策定している小規模事業者を当会ではあまり確認できていません。

2. 小規模事業者の課題

小規模事業者の現状を踏まえると、課題として以下のことが挙げられます。

①事業計画の策定と実行

中規模以上の企業に比べ、相対的に経営資源の乏しい小規模事業者が持続的な発展を図っていくためには、競争優位となるような戦略が必要であり、そのために如何に現状の把握、分析を行うか、差別化した事業計画を策定するか、また計画に沿った経営を進めていくかが課題となります。

②観光需要や地域資源等の活用

観光ニーズや域外消費者のマインド、地域資源等を意識して事業を展開することは、地域経

済の活性化に寄与するとともに、個社にとって新たな需要の開拓にも繋がります。また、地域性や柔軟な事業展開を強みとする小規模事業者にとっては、これらが競争優位の源泉になる余地が十分にあります。しかしながら、効果を発揮するためには、如何に観光ニーズを把握し、地域資源や地域ブランドを上手く活用していくかが課題となります。

③円滑な事業承継

老齢人口の比率が増える中では、ますます経営者の高齢化は進んでいくことが予想されます。事業承継しやすい経営環境の整備、前もった事業承継計画の策定、相談相手の確保等が課題となります。

Ⅲ. 筑紫野市商工会の取組

1. 取組実績について

地域に密着した唯一の経済団体として、商工業者の抱える諸問題(金融・税務・労務、その他経営に関する一切)の相談・指導のみならず、地元の祭り・イベント等の地域振興事業にも取り組んできました。当会の特長としては、小規模事業者が2200事業所を越えている全国的にも規模の大きな商工会であり、それに付随して、金融・税務・労務等の支援件数は全国・県下でも有数の実績を残してきました。また、国や県による提案公募型の補助金等も多く活用してきた経緯があり、以下のような事業も実施してきました。

経営支援として、経営革新計画の推進のため専門家派遣拠点事業や講習会開催事業を実施、商店街の活性化に向けた研究事業やイベント開催等を実施してきました。また、地域振興事業としては、平成22年度より「紫プロジェクト」という事業を継続実施しています。この事業は、かつて朝廷に納められていたという希少植物「紫草(紫根)」がこの地に咲き誇ったという歴史から、紫草(紫根)を中心とした紫ブランドの育成及び紫色で街を活性化しようとするものです。平成22年に開業した西日本鉄道の新駅名が「紫駅」となったこと、着地型観光イベント「紫のまち博覧会」を開催したこともこの事業の一環です。

<紫プロジェクトの取組例>



新駅名称「紫駅」の決定



「紫のまち博覧会」の実施

2. 小規模事業者の支援に向けて

上記の通り、当会は商工業者と地域に対して広く貢献をしてきたと自負しております。しかしながら、小規模事業者に焦点を当て、一貫した伴走支援を行うことはありませんでした。これまで行ってきた小規模事業者への支援は、相談があった際に、小規模事業者持続化補助金、日本政策金融公庫融資(以下、政策公庫)制度の小規模事業者経営改善貸付(通称マル経)等の施策利用を勧めるといった短期的・受動的支援が中心となっていました。

小規模事業者の現状と課題を踏まえると、今後当会に求められることは、経営発達支援計画に 定められている通り、小規模事業者を対象とした経営分析、事業計画策定、計画実施支援といっ た伴走支援ほか、地域資源活用の支援、観光産業発展のための連携活動、円滑な事業承継に向け た支援の確立が必要であると考えます。

また、経営支援はこれまで職員個々で対応し完結していましたが、小規模事業者への質の高い 支援を考えるにあたっては、外部機関や職員同士の情報・支援ノウハウの共有、連携を図りなが ら効果的な支援をしていく必要があります。

IV. 小規模事業者の中長期的な振興の在り方

行政の商工業振興並びに観光方針では、当市は「筑紫野市まち・ひと・しごと創生総合戦略」にて、①地域における新たなビジネスや雇用の創出(創業支援等)②地域産業の競争力強化(中小企業経営支援、誘致等)③地域資源を活かした観光地域づくり(二日市温泉性化、ルート整備等)などを目指すこととしています。

行政の目指す街づくりの実現に向けた、この先 10 年程度の小規模事業者の振興の在り方として、当会は、①新たなビジネスを創出する新規創業者や事業承継からの再成長を行う小規模事業者の増加を図る②戦略的な経営を行う小規模事業者の増加を図る③観光ニーズ、地域資源等を活かした経営を行う小規模事業者の増加を図る、といった展望を掲げます。多種多様で、競争力のある、また地域性が反映された小規模事業者が、当市の主体となって商工業振興を図ってくことが、当市の新ビジネスの創出、地域産業の強化、観光地域づくりに繋がっていくものと考えます。

上記展望や小規模事業者の現状、課題等を踏まえた、小規模事業者の当会の支援としては以下を考えます。基幹産業であり、競争上、特に不利な状況にある「商業・サービス業」ほか「新規創業者」「事業承継予定者」の小規模事業者に支援の重点をおき、経営分析支援や事業計画策定支援を通した戦略的な経営のサポートを行っていきます。また、観光ニーズや域外消費者マインド、地域資源等の活用支援、商工業者・行政と連携した観光産業への貢献による流入人口の増加に繋げます。これらを含めて、小規模事業者の経営力向上、販路開拓による個社の売上利益の拡大を支援していきます。

V. 経営発達支援事業の目標と方針

1. 本計画の目標

平成31年4月からの5年間を実施期間として、地域経済動向の調査分析、個社の経営分析、 事業計画策定、計画の実現ならびに需要動向調査、需用開拓に向けた支援を行い、上記、小規模 事業者の振興を図ります。また、小規模事業者が身を置く地域経済の活性化のために観光振興を 推し進めるとともに、地域ぐるみで行う小規模事業者への支援体制を確立します。

2. 目標達成に向けた方針

目標達成に向けた方針として、以下を掲げます。

①商業・サービス業を中心とした伴走支援

商業・サービス業は当市の基幹産業であり、かつ当市においては特に中規模以上の企業との競争激化が予測される業界です。この業界の小規模事業者を中心に伴走支援することは、当市の特性上、経営発達支援事業における最も高い効果を発揮することになります。主に経営分析支援、事業計画策定支援、計画実施支援となりますが、競争激化に負けないための経営戦略立案を支援し、実施のフォローアップを行っていきます。

②新規創業者への重点支援

業種とは別の考え方として、新規創業者を重点支援します。当市は創業が多い地域であること、新規創業者は小規模事業者として開業するケースが多いこと、資本不足や経営ノウハウの未熟さ等弱点が多いことから、支援の効果は高いと考えます。創業セミナーから伴走支援を続けていきますが、定期的なフォローアップを意識します。

③事業承継候補者(60歳以上経営者)への重点支援

小規模事業者の事業承継の課題解決のため、中小企業庁「事業承継ガイドライン」の方針に沿って、60歳以上の経営者を重点支援します。事業承継診断からプレ承継支援(承継対象企業の経営分析・事業計画策定・計画実施)を行います。のち、他支援機関と連携し、事業承継計画策定、承継実施支援、再成長のための新事業展開支援へと繋げていきます。

④観光需要や地域資源等の活用支援、関連団体と連携した地域経済の活性化

小規模事業者の需要開拓に繋がる支援として、観光ニーズや域外消費者マインド等の情報提供や地域資源の活用支援を行います。また当会としても、関連団体と地域活性化に向けた連携体を組織し、認識・情報の共有を行うとともに、「紫プロジェクト」の推進による地域ブランド育成、その他イベント開催等を行い、地域の賑わい創出を目指します。

⑤他支援機関との情報交換、職員および組織の支援力向上

他支援機関との定期的な情報交換、職員の研修への積極的な派遣、加えて支援情報や支援ノウハウの共有化を行い、これらによって培った情報やスキルを組織の財産としていきます。それらを蓄積、活用し、個々や組織としての支援力向上を目指します。

⑥外部有識者を含めた経営発達支援事業の評価及び見直し

職員、当会役員等に加え、行政や他支援機関を交えて外部評価委員会を組成し、毎年度、経営発達支援事業の報告、評価、見直しを行います。

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. 地域の経済動向に関すること【指針③】

(1) 現状と課題

現状、当会では地域経済動向の調査は行っておらず、その把握としては、福岡県商工会連合会(以下、県連合会)が作成している「中小企業景況調査報告書」を職員が閲覧するのみとなっています。また、小規模事業者への情報提供も窓口相談時など受動的なものになっています。小規模事業者に的確な指導を行っていくため、また広く貢献していくためには、小規模事業者を取り巻く地域経済動向の「実態」を当会で調査分析するとともに、能動的に情報公開していく必要があります。

(2) 今後の方針

今後は、外部で公表されている情報の調査と当会での独自調査を組合せ、地域経済動向の調査 分析を実施します。調査や分析によって得られた結果は小規模事業者の経営分析及び事業計画策 定支援に活用します。また、別にレポートにまとめ、外部へ公表します。

(3) 実施内容・手段

(ア) 外部公表情報の調査【新規】

調査目的:県内、市内の経済動向の「実態」を把握するために実施します。地域経済動向の 実態を把握することで、小規模事業者の詳細な外部環境を掴むことができ、効果的な経営分析、事業計画策定支援が行えます。

①県連合会が四半期ごとに公表する「中小企業景況調査報告書」

調査項目:業種別の景況、今後の見通し

調査頻度:年4回

②福岡県が公表する「ふくおかデータウェブ」

調査項目:生産、設備投資、住宅投資、公共投資、消費、企業倒産、中小企業景況、雇用、

貿易、物価、金融調查頻度:年4回

③内閣府の提供する「地域経済分析システム (RESAS:リーサス)」

調査項目:福岡県および筑紫野市の人口構造、地域経済循環構造、産業構造、観光入込客数

調査頻度:年1回

④福岡県が公表する「観光入込客推計調査」

調査項目:福岡県及び筑紫野市の観光入込客の動向

調査頻度:年1回

⑤筑紫野市が公表する「統計書」

調査項目:土地および気象、人口、事業所数などの地域基本情報

調査頻度:年1回

(イ) 商工業者へのヒアリング調査【新規】

調査目的:上記の外部が公表するデータでは当市に特化した情報は限定的であるため、より現実的な実態を把握するために当会独自調査を実施します。市内の現状に即した経済動向を把握することで、効果的な経営分析、事業計画策定支援が行えます。

調查対象:市内小規模事業者60事業者程度

(内訳は、商業分野・工業分野・サービス分野ごと各 20 事業者の予定)

調査項目:業種別景況、今後の見通し、経済動向についての実感等

調査頻度:年1回

(ウ) 地域経済動向の分析手法【新規】

各調査によって得られた情報を基に、四半期に1回の頻度で中小企業診断士を交えて分析を行います。(ア)の調査結果については、経営指導員が日々の巡回等で収集する情報も踏まえながら、時系列で比較分析し過去の推移から今後の動きを予測します。(イ)の調査結果については、外部公表情報との比較またはその検証を行うことで、市内経済の正確な動向を把握します。県内動向との大きな差異があれば、要因を探ります。

(エ) 分析結果の活用方法【新規】

調査分析結果はデータとして経年管理を行い、経営分析支援における外部環境要因としての利用のみならず、需要動向調査と合わせて今後の事業計画策定支援の基礎資料として活用します。合わせて、調査分析結果はレポートにまとめ、毎年度更新、広報誌への折込みや当会窓口への掲示および当会ホームページへの掲載にて外部へ公表します。さらに行政等に分析結果を報告することで、意見具申と合わせて、市内小規模事業者に適した施策の促進を図っていきます。

(4) 目標

本事業の目標として以下を掲げます

	現状	H31 年度	H32 年度	H33 年度	H34 年度	H35 年度
地域経済動向分析回数	未実施	4	4	4	4	4
地域経済動向レポート公表回数	未実施	1	1	1	1	1

2. 経営状況の分析に関すること【指針①】

(1) 現状と課題

現状、事業計画や経営分析の必要性を理解している小規模事業者は少なく、当会の経営分析支援も、融資あっせんや経営革新、補助金申請手続きの際に行うものでしかありません。このような場合、往々にして申請書類が求める項目を埋めることが優先され、「手続きのため」の経営分析、事業計画策定支援をしがちになります。経営戦略を展開していくための事業計画を策定、実施支援していくためには、手続きありきの経営分析ではなく、個社の本質を理解するための経営分析を支援していく必要があります。

(2) 今後の方針

今後はセミナー開催をきっかけに小規模事業者に対して経営分析の必要性を喚起し、積極的に 個社の経営分析支援を行っていきます。小規模事業者の今後の経営の指針となるような事業計画 の策定に向けて体系的な分析支援を実施していきます。

(3) 実施内容・手段

(ア) セミナー実施による経営分析支援対象事業者の掘り起し【拡充】

小規模事業者向けに「経営分析」をテーマとしたセミナーを開催し、経営分析の必要性喚起、分析手法紹介、実際の演習等を行います。セミナーは「商業・サービス業」と「その他」に分けて開催します。商業・サービス業は当市の基幹産業であり、特に競争激化が予測される業界です。当該業種への貢献度を高めるため、当該業界事情に特化したセミナーを実施します。また、当会は新規創業者を対象とした創業セミナーを行っていますが、創業セミナー講義内で「経営分析」の内容も充実させていきます。これらのセミナー開催のち、受講者には個別フォローを行い、個社の分析支援を行います。

併せて、60歳以上の経営者をターゲットとした事業承継セミナーを開催します。セミナーでは、事業承継ガイドラインに沿った「事業承継診断」を行います。事業承継診断によって、承継までに経営改善が必要であると判断される小規模事業者に対しては、セミナー開催のち、承継前の経営改善を目的とした経営分析(ガイドライン上の「プレ承継:経営状況・経営課題等の把握(見える化)」に当る)を行います。

(イ) ローカルベンチマークによる経営分析支援【新規】

上記セミナーの受講者のみならず、日々の巡回や窓口での経営相談の中でも小規模事業者 に対し、経営分析の必要性喚起、個社経営分析支援を行います。

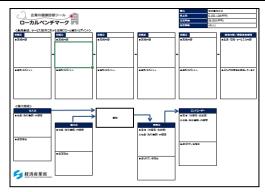
実際の分析はローカルベンチマークを活用して行います。ローカルベンチマークとは経済産業省が提供する、企業の経営状態の把握、いわゆる「健康診断」を行うツール(道具)として、企業の経営者等や金融機関・支援機関等が、企業の状態を把握し、双方が同じ目線で対話を行うための基本的な枠組みであり、事業性評価の「入口」として活用されることが期待されるものです。

このツールを使用することで、業界基準値と比較した財務分析だけでなく、商流、外部環境、企業内部の実態に基づく非財務面の分析によって、現状と目標、課題、対応策等を導き出すことが出来ます。また、他支援機関との共通スキームであり、他支援機関を含めた体系的な経営分析が可能となります。なお、経営分析のための情報は、地域経済動向調査や需要動向調査によって収集および分析された情報、㈱きんざいが提供する「業種別審査辞典」から収集できる業種情報、個社 B/S、P/L 等の財務諸表およびヒアリング等から調達します。

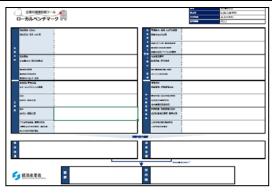


<ローカルベンチマークのイメージ>

財務分析







非財務分析(経営環境·組織等)

分析項目:

【財務情報】売上増加率、営業利益率、労働生産性、有利子負債倍率、営業運転資本回転期間、 自己資本比率

【非財務情報】業務フローと商流、経営者の考え方(経営理念・意欲など)、内部環境(強み・弱みなど)、外部環境(機会・脅威など)、内部組織(従業員情報・管理体制など)

(ウ) 分析結果の活用方法【新規】

個社の経営分析を実施し、事業計画の方向性を検討していきます。ローカルベンチマークには出力用シートがあるため、分析によって得られた結果を印刷し、分析対象事業者にも提供します。結果を共有することで、その後の事業計画策定等の伴走支援に繋げていきます。職員間でもデータとして蓄積、共有することで、組織としての支援力向上を図ります。

(4)目標

本事業の目標として以下を掲げます

	現状	H31 年度	H32 年度	H33 年度	H34 年度	H35 年度
経営分析喚起セミナー開催回数	1	4	4	4	4	4
上記セミナー参加事業者数	17	38	41	44	47	50
経営分析件数	随時	48	51	54	57	60

3. 事業計画策定支援に関すること【指針②】

(1) 現状と課題

事業計画策定支援について、現在、当会では事業計画策定セミナーを年1回程度開催しています。しかし、それ以外では経営分析支援と同じく、融資あっせんや経営革新、補助金申請手続きの相談があった場合に行うものでしかありません。これから激化していく競争を小規模事業者が乗り越えて行くためには、経営分析同様、手続きのための事業計画策定ではなく、経営の指針となるような事業計画の策定支援が必要となります。

(2) 今後の方針

今後は事業計画策定事業者の掘り起しも行いながら、経営分析支援を実施した個社に対し、分析結果に裏付けられた「経営のため」の事業計画策定支援を推進していきます。

(3) 実施内容・手段

(ア)事業計画策定支援【新規】

小規模事業者の持続的発展を実現させることが地域経済の安定に繋がる。小規模事業者がこれまで行ってきた場当たり的な経営から、目標を持った計画経営にシフトさせるためにも、事業計画策定支援を強化していく。

まず、「事業計画策定セミナー」を、経営分析を行った事業所を対象に開催する。また、 巡回やホームページでセミナーを告知する事で広く事業計画策定事業者の掘り起こしを行 います。

事業計画策定セミナーは、年2回開催し、1回あたり30人程度の参加者を募ります。 カリキュラムとしては、事業計画策定が取り組み易い、「経営革新セミナー」や、「小規模 事業者持続化補助金申請セミナー」を行うことで、事業計画策定に興味を促し、小規模事業 者の、個社経営分析を実施したのち事業計画策定支援を行っていきます。

経営分析支援を実施した個社に対し、下記の要領で事業計画の策定支援を行っていきます。経営分析の結果に基づいて、当会からも有効戦略の提案を行いながら、質の高い計画策定支援を実現していきます。

手段手法は、具体的な事業計画の策定手順は、ローカルベンチマークによる経営分析にて 収集した指標や地域経済動向調査及び、後述する需用動向調査の分析結果等を基に、①ビジョン・目標等の決定②事業領域(だれに・何を・どのように)の決定②成長戦略(市場浸透、 多角化等)の決定③事業戦略(どの市場に的を絞って、どうやって差別化するか)の決定④ 各戦術の決定(事業戦略を展開するために何に取組んでいくか)の流れで個社に助言指導を 行い、事業計画書に落とし込んで行きます。必要に応じて福岡県商工会連合会や中小企業診 断士との連携支援を行います。また、事業計画の策定過程の中で、生産性の向上や経営の多 角化等の案件があれば、「経営力向上計画」「経営革新計画」の策定支援に繋げていきます。

(イ) 事業承継計画策定支援【拡充】

急速に少子高齢化が進行していることから、事業承継計画策定支援を行っていきます。 まず、経営分析を行った 60 歳以上の経営者や巡回等で掘り起こした事業承継支援が必要 な経営者に対して承継に向けた準備状況や後継者の有無等のヒアリングを行います。

計画策定の手段手法は、ヒアリング等で浮き彫りになった問題点を解決するために事業承継計画策定の重要性を指導し、各分野の専門家中小企業診断士、税理士や、金融機関、事業承継引継ぎ支援センター等とも連携し、事業承継をスムーズ実行させるための事業承継計画策定支援を行います。

(ウ)創業セミナー等による創業予定者等の掘り起しによる創業計画策定支援【拡充】

当市は、創業が多い地域であることや経営ノウハウが未熟な創業者が多いことから創業計画策定を行っていきます。まず、従来実施している創業セミナーで創業予定者の掘り起こしを行ないます。

募集方法としては、市広報へ創業セミナー開催案内記事掲載や新聞折り込みチラシ等への 開催案内記事掲載で創業予定者の掘り起こしを行います。創業セミナーは年1回、1回あた り20名程度を募ります。カリキュラムは「経営基礎知識の習得、会計の基礎知識、販売計 画の立て方、資金繰りについて、総括して創業計画書の作成」等を行います。

計画策定の手段方法は、創業セミナー受講者を対象に、中小企業診断士・税理士と連携し、ターゲットや販路の重要性・収支計画の正確性等を指導して創業を可能にさせるための計画策定支援を行います。

(4) 目標

本事業の目標として以下を掲げます

	現状	H31 年度	H32 年度	H33 年度	H34 年度	H35 年度
事業計画策定件数	随時	20	20	21	22	23
承継計画策定件数	随時	2	3	3	4	4
創業計画策定件数	随時	2	3	3	3	3

4. 事業計画策定後の実施支援に関すること【指針②】

(1) 現状と課題

現状、事業計画策定後の実施支援については、経営革新計画承認企業、補助金採択企業、融資あっせん企業に対して、各制度の管轄機関から求められる進捗状況確認に場当たり的に対応するものとなっています。小規模事業者の経営力向上や売上利益拡大等の実現を成すためには、計画を策定して終わるのではなく、現実的な実施に向けたフォローを体系的に行っていく必要があります。

(2) 今後の方針

事業計画策定支援を実施した個社に対して、ある程度一定の頻度と管理手法を用いて、助言 および各施策による計画実施支援を行っていきます。事業計画から計画実施支援まで伴走的な 支援を行うことにより、必要なタイミングでのフォローを行い、計画の実行性を高めます。

(3) 実施内容・手段

(ア) 定期的なフォローアップ【拡充】

事業計画策定支援を実施した個社に四半期に1度の頻度で巡回訪問による定期的なフォローアップを行います。管理手法としては、①事業計画策定の際に決定したビジョン・目標を達成できそうか(できているか)、②事業計画策定の際に決定した戦術を実行できそうか(しているか)、を検証します。当会は助言、指導だけでなく、その評価を個社にフィードバックしますが、計画に対して現状や進捗に大きな乖離があれば、福岡県商工会連合会や中小企業診断士等の専門家と連携して対策案の検討および計画の見直しを行います。

(イ) プレ承継からの承継計画策定、承継実施、ポスト事業承継のステップアップ支援【新規】 事業承継予定先の策定した事業計画を基に、後継者が後を継ぎたくなるような経営状態 への引き上げを図ります。支援の内容自体は、①2か月に1回のフォローアップ、②各施 策による計画実施支援、を行います。その後、中小企業診断士、税理士との連携や事業承 継引継ぎ支援センター、中小企業基盤整備機構等の他支援機関と共同で、実際の事業承継 計画策定から承継の実施、ポスト事業承継(承継後の後継者による事業の見直しや挑戦) を支援していきます。

(ウ) 創業予定者の事業計画策定支援【拡充】

「新規創業者(創業1年目まで)」については月に1度の頻度で巡回訪問による計画進捗 状況の確認と助言、指導を行います。支援の内容自体は、①毎月1回のフォローアップ、 ②各施策による計画実施支援、を行います。その後、中小企業診断士、税理士との連 携、中小機構等の他支援機関と共同で、実際の創業後の支援を行っていきます。

(エ) 各施策による計画実施支援【拡充】

フォローアップの際には計画実施のための助言のみならず、計画上有効な当会施策や他

支援機関の施策があれば、紹介および取組支援を行います。具体的には、「6. (イ)」で後述する支援施策メニューや「経営力向上計画」「経営革新計画」に紐付けられている中小企業施策ほか、日本政策金融公庫と連携して「小規模事業者経営改善貸付(マル経)」「小規模事業者経営発達支援融資制度」、市内金融機関と連携して「福岡県中小企業融資制度」「筑紫野市中小企業融資制度」等の取組支援を行っていきます。これまでも、上記のような施策支援は行ってきましたが、今後、計画の妥当性などが担保されている伴走支援先に利用推進をしていくことで、個社に対してこれまで以上の支援効果を与えていけると考えます。

(4) 目標

事業の目標として以下を掲げます

		現状	H31 年度	H32 年度	H33 年度	H34 年度	H35 年度
事業計画フォロー事業者数		未実施	20	20	21	22	23
事業計画フォロー頻度(延数)	四半期	-	80	80	84	88	92
承継計画フォロー事業者数		未実施	2	3	3	4	4
承継計画フォロー頻度(延数)	2か月1回	ı	12	18	18	24	24
創業計画フォロー事業者数		未実施	2	3	3	3	3
創業計画フォロー頻度(延数)	月1回	1	24	36	36	36	36

5. 需要動向調査に関すること【指針③】

(1) 現状と課題

これまで需要動向調査については、相談内容によって必要がある場合を除き、能動的に実施しておらず、調査した内容も個社の商品開発改良まで活用できるような分析は行っていませんでした。小規模事業者の売上利益拡大に資するためには、当会から積極的に需要動向調査のフィードバックをしていく対象を定め、新商品開発、販路開拓等に繋がるような需用動向調査及び分析、提供を行っていくことが求められます。

(2) 今後の方針

冒頭に触れた当市小規模事業者の現状や課題(経営発達支援計画の目標>Ⅱ>1および2)を踏まえて、当会は、需要動向調査のフィードバックを行っていく支援対象を、下記に定めます。下記支援対象者に需要動向調査、分析、個社への情報の提供を行い、消費者等買い手の立場に立った考え方を浸透させ、需要開拓に繋げていきます。

(3) 実施内容・手段

支援対象者:観光ニーズや地域資源の活用を考えた「特産品・新商品」の開発及び取扱いを 行う小規模事業者

(ア) 観光地来訪者へのヒアリング調査【新規】

当会独自で、観光地来訪者へのヒアリング調査を実施します。

調査① 当市に対する観光ニーズ、域外消費者マインド調査

頻度:調査、分析、提供ともに年2回

手法: 当市の観光入込客の動向を基に、「天拝山周辺」「二日市温泉」等の主要観光地の

来訪者へのヒアリング調査を実施。

項目:年齢、性別、住所地、来訪目的、来訪頻度、滞在時間、その後向かう場所、 当市で購入したい(あるといいと思う)商品、筑紫野市のイメージなど

分析:調査開始年度は年齢別、性別、住所地別で比較分析、翌年度以降は時系列を追加、 当市に対する観光ニーズ、域外消費者マインドの動向を掴みます。

活用:支援対象者にフィードバックし、今後、支援対象者が観光客や域外消費者向けに 展開していく商品・販促策を検討します。また、特産品や新商品の開発に利用でき る地域資源等も検討します。

調査② 個社商品ごとの域外消費者マインド調査

頻度:調査①と同じ 手法:調査①と同じ

項目:年齢、性別、住所地、支援対象者ごとの商品について認知度、

魅力を感じるか(購入意欲の有無)、その理由、価格の妥当性、デザイン、味など

分析:調査開始年度は年齢別、性別、住所地別で比較分析、翌年度以降は時系列を追加、

個社商品ごとの需要動向を掴みます。

活用:支援対象者にフィードバックし、商品や販促策のブラッシュアップに繋げます

(イ) 日経テレコンによる調査【新規】

(ア)の需要動向調査の補完的な調査として、日経テレコン POSEYES を利用した個社商品分類ごとの全国的な消費動向の調査を行います。日経テレコンは日本経済新聞社が提供するビジネス向けオンラインデータベースサービスです。そのサービスの一つである POS EYES では、加工食品、酒類、家庭用品など 2000 分類、265 万商品の売上情報があり、現在の売れ筋商品ランキング他、商品別・メーカー別販売推移などが閲覧可能です。

目的:個社商品分類ごとに消費者が求めているものを把握します

頻度:調査、分析、提供ともに個社への伴走支援の都度

項目:個社取扱商品分類の売上情報など

分析: 時系列、競合別、地域別での比較分析を行う。また類似商品分類の動向、消費動向、

トレンド情報をチェックし、今後個社が展開していくべき商品を検討する 活用:(ア)の調査の補完とし、合わせて支援対象者にフィードバックします。

(4) 目標

本事業の目標として以下を掲げます

	現状	H31 年度	H32 年度	H33 年度	H34 年度	H35 年度
ヒアリング調査①②結果提供数	未実施	10	12	14	16	18
調査①②ヒアリング回答数 (75×2回)	未実施	150	150	150	150	150
日経テレコン調査結果提供数	未実施	10	12	14	16	18

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) 現状と課題

個社の需要開拓に寄与する取組として、これまで当会では、販売拠点の設置、商談会や物産イベントの開催、出店案内等を行ってきました。しかしながら、これら施策の推進は不特定多数への一方的な案内が多く、個社の経営環境を把握したうえでの的確な提案は出来ていませんでした。また、商品開発、展開支援も一部に留まり、需要動向を充分に踏まえたものではありませんでした。小規模事業者への効果的な販路開拓、新商品開発等のために、伴走支援によって策定し

た経営戦略を基礎とし、需要動向調査のフィードバックを加え、支援対象に注力した需要開拓支援を実施していく必要があります

(2) 今後の方針

需要動向調査のフィードバックをする支援対象者に向けて需用開拓支援を行っていきますが、 観光ニーズや地域資源の活用を踏まえた戦略的な需要開拓支援を行っていきます。

(3) 実施内容・手段

(ア) 需要動向調査を踏まえた助言及び需要開拓支援【拡充】

需要動向調査の内容を踏まえて、支援対象者の「特産品・新商品の開発」「取扱商品の 見直し」「販売促進策等」について、中小企業診断士等の専門家と連携してブラッシュア ップを支援します。支援の際は、観光ニーズや地域資源の効果的な活用を十分に検討した うえでの助言をします。個社より今後展開していく商品の決定を受け、(イ)施策ライン ナップのメニュー化と提案、(ウ)「紫」による新たな需要開拓の支援、に繋げていきます。

(イ) 施策ラインナップのメニュー化と提案【拡充】

当会や県連合会等が提供する支援施策をニーズごとに分類、メニュー化し、個社へ提案していきます。具体的に以下の支援施策をメニュー化します。また、利用を促すだけでなく、イベント等への出店時には必要に応じて、帯同で販売支援、出店結果に基づくフォローアップを行います。

<代表的な支援メニュー>

①域内来訪者への販売機会提供

観光客を含めた域内来訪者への物産品・新商品の販路拡大を図るため、当会が開催する物産イベント「いきいき商工農フェスタ※」等への出店を促します。また、筑紫野市社会福祉協議会と当会が連携して設置している物産販売所「天拝憩いの館※」や、今後発掘していく販売拠点への出品を促します。

※いきいき商工農フェスタ…当会が毎年開催している物産イベント。地域内外から約8000人を集客しています。出店者は市内商店街や個店で構成されており、20~30の販売ブースが立ち並びます。

※天拝憩いの館…地域資源である「天拝山」の麓で筑紫野市社会福祉協議会が運営している施設(喫茶及び足湯施設あり)です。販売する物産品は当会からの推薦によるものを採用しています。

②県内への販路拡大

域外の消費者(県内)への販路拡大を図るため、JR 博多駅前の百貨店「博多マルイ」 内に県連合会が設置している「DOCORE ふくおか商工会ショップ」の出店を促し、同連合 会に推薦を行います。また、同連合会が提供する、県内イベント案内のメール配信サービ ス「出展案内直接配信制度」へのアドレス登録を推進します。

※DOCORE ふくおか商工会ショップ…県連合会が JR 博多駅前の百貨店「博多マルイ」内に設置している、県内商工会地域の商工業者のためのアンテナショップ。購買者数は

2,000人/月で、出品事業者はお客様の声等のフィードバックも受けることができます。

③全国への販路拡大

域外の消費者(全国)への販路拡大を図るため、全国商工会連合会が運営する EC サイト「ニッポンセレクト. COM (プレビュー数 30 万人/月)」、同連合会が東京の有楽町に設置している物産館「むらからまちから館(来客 3,000 人/日)」への出店を促し、同連合会に推薦を行います。

④パブリシティの実施

支援対象者の商品のメディア採用を実現するため、県連合会が提供するプレスリリース 事業「プレス福岡※」によってメディアへの情報発信を支援します。

※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。県連合会が、このサイト情報をマスコミへ配信を行うことで PR し、事業者のパブリシティを支援しています。

⑤その他需要開拓に寄与する支援

当会が発行する会報「筑紫野市商工会だより」での支援対象事業者の掲載、県連合会が発行する会報「福岡県商工会ニュース」への支援対象事業者の掲載推薦を行います。

(ウ)「紫」による新たな需要開拓の支援【拡充】

当会は現在、絶滅危惧種の紫草(紫根)を中心とした紫ブランドの育成に取り組むとともに、紫をキーワードにした街づくりをすすめる事業「紫プロジェクト」を展開し、筑紫野市=紫、のイメージ定着を目指しております(詳しくは、経営発達支援計画の目標>Ⅲ>1を参照)。

当会は、紫プロジェクトの一環で、かねてより市内商工業者に「紫」に因んだ商品開発等を勧めてまいりました。紫プロジェクトを推進し、紫ブランドが育成されていくにつれ、当市の「紫」には付加価値が与えられていきます。この「紫」というブランドを個社が事業経営に活用していくことは、中規模以上の企業に比べて経営資源が相対的に少ない小規模事業者にとって、競争優位の源泉となる可能性が高いと考えます。今後は、この「紫」を小規模事業者の新たな需要の開拓に寄与する資源の一つして明確に位置づけます。需要動向調査のフィードバックをする支援対象者に「紫」による競争差別化を提案し、商品開発支援、販売促進支援(例えばラベルやチラシ、看板やホームページのデザインに紫を使用するなど)を行っていきます。

<紫プロジェクトにより個社が開発した商品例>



紫黒米を使用した寿司



紫芋を使用した和菓子

(エ) 販売機会の創出を目的とした物産イベント等の開催、販売拠点の発掘【拡充】

当会はこれまで、「いきいき商工農フェスタ (先述)」という地域の商工業者が出店し、域外からも来場者を呼べる物産イベントを市内にて開催してきました。今後も小規模事業者が出店できる同趣旨のイベントを企画していくとともに内容の充実を図っていきます。また当会は、地域の商工業者が商品を出品できる販売拠点として、「天拝憩いの館 (先述)」に販売ブースを設けています。今後も外部団体や事業者と連携しながら、小規模事業者が出品できる新たな販売拠点の発掘を図っていきます。

(4) 目標

本事業の目標として以下を掲げます

		現状	H31 年度	H32 年度	H33 年度	H34 年度	H35 年度
商品ブラッシュアップ支援件数		随時	10	12	14	16	18
	物産イベント出店事業者数	随時	10	12	14	16	18
支 援	販売拠点への出店事業者数	随時	10	12	14	16	18
援	DOCORE 出店事業者数	未実施	2	2	3	3	4
\ =	直接配信制度新規登録事業者数	随時	10	12	14	16	18
ユ	プレス福岡掲載事業者数	未実施	5	6	7	8	9
7	当会・県連合会会報紹介事業者数	未実施	5	6	7	8	9
提	ニッポンセレクト出店事業者数	未実施	2	2	3	3	4
提案	むらからまちから館出店事業者数	未実施	1	1	2	2	2
	支援メニューによる平均売上増加率	未実施	5%	5%	6%	6%	7%
紫に関連した商品開発・販促支援件数		随時	4	5	6	7	8

Ⅱ. 地域経済の活性化に資する取組

地域経済の活性化に資する取組として、当会は、現在も行政・市観光協会と共同で当市を活性化するイベント等を実施しており、観光客の誘致や地域の賑わい創出に寄与しています。しかしながら、行政・市観光協会と長期的・統一的な戦略ビジョンを共有している訳ではなく、事業ごとの臨時的、確認的な会議を組織するにおわり、過去の経緯のまま、事業を実施している状況です。今後は、統一ビジョンの共有を皮切りに、行政・市観光協会だけでなく地域活性化を目指す多様な外部機関との連携強化を進め、地域経済の発展を図ります。

1. 筑紫野市活性化連絡会議の組織【新規】

行政・市観光協会と共同で「筑紫野市活性化連絡会議」を組織し、地域経済活性化の長期的なビジョンを共有し、地域特性を踏まえた街づくり戦略や取組内容の検討を行います。開催は年度ごとに3回程度(計画1回・進捗確認1回・反省1回)を予定しています。行政・市観光協会以外の外部機関にもその戦略等の周知を図り、地域ブランド育成やにぎわいの創出にあたって、連携した地域活性化事業を行っていきます。

2. 紫プロジェクトの推進【拡充】

先の「6.(ウ)」で触れたとおり、当会は「紫プロジェクト」の推進を行い、筑紫野市=紫、のイメージ定着を目指しています。個社の需要開拓支援とともに、紫ブランドの育成による地域活性化を目的とし、一層のプロジェクト推進を行っていきます。

具体的には、筑紫野むらさきまちづくり協会(過去、紫プロジェクトによって誕生した独立組織。紫草(根)を栽培し、それを使用した特産品開発及び販売を専門実施する団体)、ちくしの物産振興会(当市の物産の生産及び販売を実施し、振興を目指す事業者団体)と連携し、紫草(紫

根)を使用した特産品、紫色または「むらさき」という言葉に因んだ特産品の開発を行います。 また、当会は市内景観に「紫」を広めるため、毎年「ツルムラサキ」という紫色の蔓でエコカーテンができることを利用して、市民にツルムラサキの苗を無償配布しています。今後も継続実施するとともに、市内景観のハード面に「紫」を採用してもらうよう行政・企業への意見具申、市民へのPRを進めていきます。地域外からも「紫」に関連のある著名人や事業者を招聘し、「紫」をテーマにしたイベント開催も検討しています。

<紫プロジェクトのハード面での取組例>



紫色の商工会館



ツルムラサキのエコカーテン

3. 天拝山周辺遺産群と二日市温泉の観光開発およびPR【拡充】

当市は「天拝山」という整備された低山を地域資源にもっており、昨今の登山ブームにより登山客が増加しています。隣市の太宰府市は学問の神として有名な「菅原道真」を祭る太宰府天満宮を有しており、当市も道真公とのゆかりが深いこと、また、1300年以上の歴史がある二日市温泉もあることから、潜在的な観光需要は大きいものと推定します。当市を代表する地域資源である「天拝山および周辺遺産群」と「二日市温泉」は立地も隣接した場所に存在しているため、これらを観光拠点とし、外部機関と連携して観光開発・PRを実施していきます

具体的には、天拝山及び周辺遺産群を活性化させるため、市観光協会や筑紫野経済同友会(市内経営者が当市の経済発展と観光振興に寄与するために組織する経済団体)と連携して天拝山麓にある「天拝公園」の整備として石楠花・紫陽花の植樹を実施、二日市温泉も絡めた観光ルートの開発を行います。行政とも連携して登山道、公園の設備面の整備を実施します。

当会は、毎年4月に「天拝公園」にて昼間開催される市祭「藤まつり」、仲秋の名月ごろに同所にて夜間開催される市祭「二日市温泉と天拝山観月会」を行政と市観光協会と共同で開催しています。多くの来場者を招くこの機会に、現在、行政・市観光協会と連携して、天拝山のPRとして登山を促すウォークラリーの開催、二日市温泉のPRとして仮設の足湯設置などを行っていますが、今後も地域資源のPRとして、それらの取組の充実を図っていきます。また、天拝山の「周辺遺産群」にも注目を集めるため、「周辺遺産群」の祭中のライトアップを企画するなど導線の強化を図ります。

4.「プレス福岡」「Nabes (ネイブス)」を活用した広報【新規】

地域活性化に資する取組みを効果的なものにするため、地域内外の広報も強化します。これまでは、当会会報、当会ホームページほか、市報やタウン情報誌での宣伝が中心でしたが、今後は、地域外への広報強化として県連合会が提供するプレスリリース事業「プレス福岡」を活用し、地域内への広報強化として㈱西日本新聞が提供するスマートフォン向けのWEBサービス「Nabes(ネイブス)」を活用します。

「プレス福岡」は、福岡県内各商工会が支援する商工業者の商品・サービス等を県内外のマス

コミに向けてプレス通信会社を通じてプレスリリースするサービスですが、商工会自体の取組の 広報も可能となっています。当市の地域観光・イベント情報等を広く県内に向けて発信していき ます。

「Nabes (ネイブス)」とは、平成29年8月より、㈱西日本新聞社が福岡県筑紫野市エリアから開始したスマートフォン向けのWEBサービスで、地域住民に、わが町の情報をリアルタイムに届けるニュースサイトです。ネイブスの取材担当者に随時情報提供を行い、当会や外部機関が実施する地域活性化に資する取組を地域内部にも発信していきます。

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

他支援機関と小規模事業者支援の知識・ノウハウの情報交換を行います。情報交換を行うことで、小規模事業者に対する連携支援に一貫性が生まれます。また、外部機関の知識・ノウハウを知ることで、支援の幅が広がるだけなく、多面的な視野が生まれ、支援の質が向上します。当会の支援内容を改善する場合にも役立ちます。具体的には、以下を行います。

①経営改善貸付推薦団体連絡協議会での情報交換(年2回)

本協議会は、政策公庫の小規模事業者向け融資制度である「小規模事業者経営改善貸付(マル経)」の推薦団体によって、推薦状況確認、推進に関する情報交換が行われる場です。政策公庫、県連合会、他商工会、他商工会議所が集うこの会議において、県内レベルでの金融面を中心とした小規模事業者支援に関する状況、知識、支援ノウハウの情報交換を議題として設けます。

②筑紫野市中小企業融資制度指定金融機関連絡会議での情報交換(年1回)

本会議は、筑紫野市が定める保証協会付融資「筑紫野市中小企業融資制度」の取扱い金融機関によって、実行状況確認、その他情報交換が行われる場です。市内に支店のある金融機関(7行)と行政、当該融資あっせん機関である当会が集うこの会議において、市内レベルでの金融面とを中心とした小規模事業者支援に関する状況、知識、支援ノウハウの情報交換を議題として設けます。

③専門家との情報交換(年12回)

専門家を招聘し、職員との情報交換の場を設けます。企業の経営内部に深く関わることの多い専門家である、中小企業診断士・社労士・税理士等との情報交換会を開催します。各専門分野における小規模事業者支援に関する状況、知識、支援ノウハウの情報交換を行います。

④筑紫地区商工会経営指導員協議会が開催する業務研究会での情報交換(年2回)

本協議会は、当会近隣商工会の経営指導員にて構成され、毎年、業務研究会を開催しております。5 商工会、18 名の経営指導員が集うこの研究会において、総合的な小規模事業者支援に関する状況、知識、支援ノウハウの情報交換を研究の一つとして設けます。

2. 経営指導員等の資質向上等に関すること

経営指導員は金融や補助金支援を、経営支援員は税務支援を中心に業務を行っており、これらの業務ついては各職員が一定の共通したスキルを有しておりますが、これら以外の一般経営、財務、労務、法務、情報などの各分野においては担当者専任であったり、一部の詳しい人でないと全く対応できないといったように、職員共通のスキルとなっていません。小規模事業

者への伴走支援を行っていくうえでは、経営分析や事業計画策定支援を実施が中心となるため、どの職種においてもある程度幅広い経営知識、支援スキルが必要となります。そのうえで経営指導員には専門的な知識、応用的なスキルが求められます。そのために、各職員がもつスキルを認識し、不足スキルを補うとともに、質の向上を目指していく必要があります。また、組織としての支援体制整備のために、地域経済動向や個社の経営分析情報、事業計画等の共有化を図ります。具体的には以下の取組みを実施します。

①職員ごとのスキル確認と管理

管理職との面談によって職員ごとのスキルの洗い出しを行います。小規模事業者支援に必要なスキルを細分化し、各項目に一定レベルにあるかどうかを確認、リスト化し、各職員および組織として有しているスキルの確認を行います。各職員が保有しているスキルを基に、各職員および組織として不足しているスキルを確認、下記に掲げる資質の向上を進めながら管理をしていきます。特に経営発達支援事業を実施するにあたっては、職員全員に求められるものとしてローカルベンチマークの活用スキル、経営指導員等に求められるものとして事業計画書の作成スキルが挙げられます。

②職員研修への積極的な派遣、勉強会、0JT による資質の向上

各職員および組織として小規模事業者支援に不足しているスキルを埋めるため、県連合会が主催する基本研修ほか、中小企業基盤整備機構が主催する小規模事業者支援研修、経営指導員は別に中小企業大学校が主催する専門研修への積極的な派遣を行います。上記研修に不足する分野については職場内での勉強会、OJT、必要に応じた専門家個別指導により支援能力の向上および、スキルの共有化を図ります。

③データベース化による情報共有

地域経済動向調査、需要動向調査、個社情報等の経営発達支援事業の過程で収集する分析情報はデータ化し、職員共通のネットワークフォルダにて経年管理を行います。また県連合会が提供するグループウェア「商エイントラ」の経営カルテに支援過程を記録し、情報共有の仕組みを構築します。

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、経営発達支援事業の実施状況や成果に関して、報告・評価・見直しを実施します。 具体的には、以下のことを行います。

- ①職員会議にて実施状況及び成果の整理を行います。
- ②管理職員、正副会長、県連合会地区担当者に加え、外部有識者(行政の商工観光担当者、政策公庫の当会地区担当者、中小企業診断士)にて外部評価委員会を組成し、事業報告・評価を行い、見直しについての意見をもらいます。
- ③外部評価委員会の評価結果及び見直しの意見を基に、職員会議にて見直し案を作成します。
- ④管理職員、正副会長で組織する正副会長会にて見直し案を決定し、理事会の承認を受けます。
- ⑤本事業の実施状況、成果、評価、見直し案を当会ホームページ上で公表します。

(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 11 月現在)

(1)組織体制

◎商工会体制

機関名	人 数	役割
正副会長	会長1名、副会長2名	発達支援事業の最高責任者
理事会	26 名	発達支援事業の運営について協議
専担税理士	1名	発達支援事業の税務面の支援
事務局	次項に記載	発達支援事業の各取組を実施

◎事務局体制

S 1 WW VII II				
職種	人数	役割		
事務局長	1名	発達支援事業の各取組を統括管理		
経営指導員	4名	 発達支援事業の各取組を実施		
経営支援員	8名	光厓又仮争未り合収組を天旭		

職員数 計13名

(2) 連絡先

【名 称】筑紫野市商工会

【住 所】〒818-8577 福岡県筑紫野市湯町3丁目2番5号

【電話番号】092-922-2361 【FAX番号】092-921-1029

【ホームページ】 <u>http://www.chikushino.ne.jp/</u>

【E メール】 chikushino@shokokai.ne. 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)

	31 年度 (H31.4以降)	32 年度	33 年度	34 年度	35 年度
必要な資金の額	9,850	10,000	10, 050	10, 400	10, 200
地域経済動向調査	400	400	400	400	400
経営分析支援	350	350	350	550	350
事業計画策定支援	400	550	600	750	750
事業計画実施支援	100	100	100	100	100
需要動向調査	100	100	100	100	100
需要開拓支援	4,000	4,000	4,000	4,000	4,000
地域経済活性化	4,000	4,000	4,000	4,000	4,000
支援力向上等	400	400	400	400	400

(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

補助金 (国・県・市)、事業受託、会費、手数料収入、事業受託費

(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

I. 経営発達支援事業の内容

- 1. 地域の経済動向に関すること > (ウ) 地域経済動向の分析手法
 - 地域経済動向調査によって得られた情報を基に中小企業診断士を交えて分析を行います。
- 3. 事業計画策定支援に関すること> (ア) 事業計画策定支援 事業計画策定の際に、必要に応じて中小企業診断士と連携して策定支援を行います。
- 3.>(イ)事業承継計画策定支援

事業承継計画策定支援の際に、各分野の専門家中小企業診断士、税理士、金融機関、事業承継引き継ぎ支援センター等と連携し、策定支援を行います。

- 3.> (ウ) 創業セミナー等による創業予定者等の掘り起こしによる創業計画策定支援 創業計画書策定支援の際に、中小企業診断士、税理士と連携し創業を可能にさせるたため の計画策定支援を行います。
- 4. 事業計画策定後の実施支援に関すること> (ア) 定期的なフォローアップ 事業計画に対して現状や進捗に大きな乖離があった場合、中小企業診断士等の専門家と共同 で対策案の検討および計画の見直しを行います。
- 4. > (イ) プレ承継からの承継計画策定、承継実施、ポスト事業承継のステップアップ支援 中小企業診断士、税理士、事業承継引継ぎ支援センター、中小企業基盤整備機構等の他支援機関 と共同で実際の事業承継計画策定から承継の実施、ポスト事業承継(承継後の後継者による事業の 見直しや挑戦)を支援していきます。
- 4. > (ウ) 創業予定者の事業計画策定支援

中小企業診断士、税理士、中小企業基盤整備機構等のその他支援機関と共同で実際の創業後の支援を行います。

4. > (エ) 各施策による計画実施支援

政策公庫、市内金融機関と連携して、融資制度の取組支援を実施します。

6. 新たな需要開拓に寄与する事業に関すること>(ア) 需要動向調査を踏まえた助言および 需要開拓支援

支援対象者の「特産品・新商品の開発」「取扱商品の見直し」「販売促進策等」について、中 小企業診断士等の専門家と連携してブラッシュアップを支援します

- 6. > (エ) 販売機会の創出を目的とした物産イベント等の開催、販売拠点の発掘 外部団体や事業者と連携しながら、小規模事業者が出品できる新たな販売拠点の発掘を図っ ていきます。
- Ⅱ. 地域経済活性化に資する取組
 - 1. 筑紫野市活性化連絡会議の組織

行政、市観光協会と共同で連携体を組織し、地域活性化に向けた戦略を検討していきます。

2. 紫プロジェクトの推進

筑紫野むらさきまちづくり協会、ちくしの物産振興会と連携し、「紫」を活用した特産品開発を行います。

3. 天拝山周辺遺産群と二日市温泉の観光開発およびPR

市観光協会、筑紫野経済同友会と共同で天拝山周辺に石楠花・紫陽花を植樹、観光ルートの開発、行政と連携した登山道や公園の設備面の整備、また、これら観光資源のPRを行います。

4.「プレス福岡」「Nabes (ネイブス)」を活用した広報

「Nabes (ネイブス)」の取材担当者に随時情報提供を行い、当会や外部機関が実施する地域

活性化に資する取組を地域内部に発信していきます。

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

定期的に、政策公庫、市内金融機関、中小企業診断士、社労士、税理士等専門家と小規模事業者支援の知識・ノウハウの情報交換を行います。

2. 経営指導員等の資質向上等に関すること

職員の資質向上のため、必要に応じて専門家個別指導を実施します。

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

外部評価委員会の外部有識者として行政、政策公庫、中小企業診断士に参画してもらいます。

連携者及びその役割

※下記ほか、専門家派遣制度や当会直接の依頼によって、中小企業診断士、社労士、税理士等の各専門家とも連携します(状況によって連携者が変わるため、ここでの特定はしません)

①名称 福岡県事業承継引継ぎ支援センター

代表者 統括責任者 奥山慎次 電話 092-441-6922

住 所 福岡県福岡市博多区博多駅前 2-9-28-7F

役 割 事業プレ承継から繋がる事業承継支援

②名称 中小企業基盤整備機構 九州本部

代表者 九州本部長 山地禎比古 電話 092-263-1500

住 所 福岡県福岡市博多区祗園町 4-2

役 割 事業プレ承継から繋がる事業承継支援

③名称 日本政策金融公庫 福岡西支店

代表者 支店長 本間竜一 電話 092-712-4381

住 所 福岡県福岡市中央区大名 1-4-1

役 割 事業計画実施のための金融支援、支援ノウハウ等の情報交換、 外部有識者として発達支援事業の評価及び見直し

④名称 とびうめ信用組合 二日市支店

代表者 支店長 淵上輝彦 電話 092-922-2431

住 所 福岡県筑紫野市二日市中央 2-6-15

役 割 事業計画実施のための金融支援、支援ノウハウ等の情報交換

⑤名称 福岡中央銀行 二日市支店

代表者 支店長 今村太郎 電話 092-922-6731

住 所 福岡県筑紫野市二日市中央 2-9-7

役 割 事業計画実施のための金融支援、支援ノウハウ等の情報交換

⑥名称 福岡銀行 二日市支店

代表者 支店長 吉田稔 電話 092-924-2131

住 所 筑紫野市二日市中央 2-9-7

役 割 事業計画実施のための金融支援、支援ノウハウ等の情報交換

⑦名称 西日本シティ銀行 二日市支店

代表者 支店長 西田忠弘 電話 092-924-2033

住 所 筑紫野市二日市中央 2-1-15

役 割 事業計画実施のための金融支援、支援ノウハウ等の情報交換

⑧名称 筑邦銀行 二日市支店

代表者 支店長 本田雅之 電話 092-922-6661

住 所 筑紫野市二日市北 1-12-1

役 割 事業計画実施のための金融支援、支援ノウハウ等の情報交換

⑨名称 佐賀銀行 二日市支店

代表者 支店長 藤井正也 電話 092-921-1212

住 所 筑紫野市二日市北 2-11-5

役 割 事業計画実施のための金融支援、支援ノウハウ等の情報交換

⑩名称 北九州銀行 筑紫野支店

代表者 支店長 青木敬徳 電話 092-918-3955

住 所 福岡県筑紫野市石崎 1-3-15

役 割 事業計画実施のための金融支援、支援ノウハウ等の情報交換

①名称 筑紫野市社会福祉協議会が運営する物産販売所「天拝憩いの館」

代表者 会長 岡部征紘 電話 092-920-8008

住 所 福岡県筑紫野市 3-11-1

役 割 小規模事業者が出品可能な販売拠点

迎名称 筑紫野市

代表者 市長 藤田陽三 電話 092-923-1111

住 所 福岡県筑紫野市二日市西 1-1-1

役 割 筑紫野市活性化連絡会議の組織、天拝山周辺遺産群と二日市温泉の観光開発及びPR、 外部有識者として発達支援事業の評価及び見直し

③名称 筑紫野市観光協会

代表者 会長 山田眞 電話 092-922-2421

住 所 福岡県筑紫野市二日中央 1-1-1

役 割 筑紫野市活性化連絡会議の組織、天拝山周辺遺産群と二日市温泉の観光開発及びPR

⑭名称 筑紫野むらさきまちづくり協会

代表者 代表理事 渡邉正一 電話 090-1920-9693

住 所 福岡県筑紫野市柚須原 192 役 割 「紫」を活用した特産品開発

⑤名称 ちくしの物産振興会

代表者 会長 天本義昭 電話 092-922-2361

住 所 福岡県筑紫野市湯町 3-2-5 役 割 「紫」を活用した特産品開発

(i)名称 筑紫野経済同友会

代表者 会長 黒田修司 電話 092-922-2361

住 所 福岡県筑紫野市湯町 3-2-5

役 割 天拝山周辺遺産群と二日市温泉の観光開発

①名称 西日本新聞メディアラボ

代表者 代表取締役 秀島徹

住 所 福岡県福岡市中央区天神 1-4-1 電話 092-731-2282

役 割 「Nabes (ネイブス)」による地域情報の広報

連携体制凶等

	商工会	内 容	連携者
		外部公表情報の調査	
	地域経済動向調査	商工業者へのヒアリング調査	
	地域經濟動門嗣宜	地域経済動向の分析	中小企業診断士
		分析結果の活用	
	 経営状況分析支援	経営分析支援対象事業者の掘り起し	
	性百秋九万州大阪	経営分析支援	
	事業計画策定支援	事業計画策定事業者の掘り起し	
経	尹未可四水足入1版	事業計画策定支援	中小企業診断士
名 発		定期的なフォローアップ	中小企業診断士等専門家
経営発達支援事業	事業計画実施支援	事業プレ承継から繋がる事業承継支援	中小企業診断士、税理士、事業承継引 継ぎ支援センター、中小企業基盤整備 機構等
業		各施策による計画実施支援	政策公庫、市内金融機関
	需要動向調査	観光地来訪者へのヒアリング調査	
	而女别門剛且	日経テレコンによる調査	
		商品・販促のブラッシュアップ支援	中小企業診断士等専門家
		施策のメニュー化・提案	
	需用開拓支援	「紫」による需要開拓支援	
		販売機会の創出	「天拝憩いの館」ほか今後の発掘する 見込販売拠点

	連携会議の組織	行政、市観光協会
1164477.44.77. 本坐	紫プロジェクトの推進	筑紫野むらさきまちづくり協会、ちく
地域活性化事業		しの物産振興会
	観光開発およびPR	行政、市観光協会、筑紫野経済同友会
	地域情報の広報	西日本新聞メディアラボ

支援力向上の	支援ノウハウ等の情報交換	政策公庫、市内金融機関、中小企業診 断士、社労士、税理士等専門家
ための取組	経営指導員等の資質向上等	各分野専門家
	発達支援事業の評価及び見直し	行政、政策公庫、中小企業診断士

※発達支援計画イメージ

