

経営発達支援計画の概要

<p>実施者名 (法人番号)</p>	<p>芦屋町商工会 (法人番号 6290805004640) 芦屋町 (地方公共団体コード 403814)</p>
<p>実施期間</p>	<p>令和4年4月1日～令和9年3月31日</p>
<p>目標</p>	<p>経営発達支援事業の目標</p> <p>① 経営状況の把握と企業の安定化 経営状況が、外部要因等により悪化しているか否か、個社毎に経営分析を実施。現状を起点に計画的に業績を上げるための方針を策定する。</p> <p>② 新たな取り組みに対しての重点支援 取り組みの妥当性、実施体制、費用対効果、市場、顧客ニーズ、SWOT分析、将来性、既存事業への貢献度等、経営指導員と専門家によって総合的な経営戦略を支援するため経営計画の見直しと事業計画策定支援を実施する。</p> <p>③ 創業促進支援と空き店舗対策 芦屋町が制度化している「芦屋町創業促進支援事業補助金」および「空き店舗等活用事業補助金」の活用を促進し、地域内創業を推進する。</p> <p>④ 特産品開発支援とIT化マーケティング 新商品の開発と既存商品のブラッシュアップを促進し新市場に送り出す。顧客ニーズやトレンドを見極めこれまでとは違った市場へ、ITを活用して新たな商取引の創出を図るとともに事業者の育成を推進する。</p>
<p>事業内容</p>	<p>I. 経営発達支援事業の内容</p> <p>3. 地域の経済動向調査に関すること</p> <p>① 地域経済動向分析の活用と公表 当地域において真に稼げる産業や事業者に対し限られたマンパワーや施策資源を集中投下し、効率的な経済活性化を目指すため、経営指導員が「REASAS」(地域経済分析システム)を活用した地域の経済動向分析を行い、年1回公表する。</p> <p>② 景気動向分析の活用と公表 当地域の小規模事業者にその動向を把握してもらうため、全国商工会連合会が実施する「小規模事業者景気動向調査」および、中小企業庁が実施する「中小企業動向調査」をもとに分析し、半期ごと(2回/年)に公表する。</p> <p>4. 需要動向調査に関すること 新商品開発の調査 地域文化をモチーフにした商品開発強化を図るため、「芦屋釜」や「赤紫蘇」等に関連した新商品開発のモニタリング調査を行う。</p> <p>5. 経営状況の分析に関すること 経営分析を行う事業者の発掘(経営分析セミナーの開催)セミナーを実施することで、自社の経営課題等を分析し対象事業者の掘り起こしを行う。</p> <p>6. 事業計画策定支援に関すること</p> <p>① 「事業計画策定セミナー」の開催 ② 「ITツールを活用した販売・情報管理システム等導入セミナー」の開催</p> <p>7. 事業計画策定後の実施支援に関すること 経営指導員が策定支援を行った事業計画書を元に巡回訪問等を実施し、策定した計画が着実に実行されているか定期的かつ継続的にフォローアップを行う。</p> <p>8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること</p> <p>① DOCORE ふくおか商工会ショップ(BtoC) ② Food EXPO Kyushu (ふくおか「農と商工の自慢の逸品」展示商談会)(BtoB) ③ SNS活用 ④ よかもん市場ECサイトの利用 ⑤ 自社ホームページによるネットショップ開設</p>
<p>連絡先</p>	<p>芦屋町商工会 〒807-0113 福岡県遠賀郡芦屋町中ノ浜9番52号 TEL: 093-222-2111 FAX: 093-222-1201 MAIL: ashiya@shokokai.ne.jp 芦屋町役場 産業観光課 〒807-0198福岡県遠賀郡芦屋町幸町2番20号 TEL: 093-223-3542 FAX: 093-223-3927 MAIL: kanko@town.ashiya.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

芦屋町は、福岡県の北端に位置し、町の北東部から北西部にかけては、響灘に面した玄海国定公園を臨む美しい海岸線が続き、北東部から南東部にかけては北九州市の若松区と隣接している。

町の中央を一級河川の遠賀川が流れ、昔から交通の要所として栄えてきた。古くは、日本書紀にも登場し、平安中期からの芦屋津(港)の繁栄は、江戸時代には大阪・江戸、遠くは松前(函館付近)まで行き交い、商人たちが活躍し、回船問屋も栄え、「芦屋千軒・関(現下関市)千軒」と称えられる賑わいを見せていた。

明治22年の町村制施行により芦屋村と山鹿村が誕生し、明治24年に芦屋村が芦屋町に、明治38年に山鹿村と合併し、現在の芦屋町となった。明治時代には、遠賀郡役所や警察署、税務署等の官公庁もあり、明治43年には、芦屋町商工会も発足。芦屋町は、地域経済の中心地であった。

昭和に入り、陸軍芦屋飛行場が建設され、戦後は米軍が駐留、現在は、実に基地面積が町域の約3分の1に及ぶ航空自衛隊芦屋基地が存在する基地の街である。

交通インフラは、JRなどの路線が存在せず、隣町の最寄りの駅(遠賀川駅:JR鹿児島本線)まで5キロ離れている。公共交通機関は、町営のタウンバスと北九州市営バスの2路線がJR遠賀川駅(遠賀町)、JR折尾駅(北九州市)からそれぞれ1時間に数本運行しているのみである。

中心市街地としては、東西に約350メートルのアーケード商店街があるが、廃業等空き店舗化が進み一時期の賑わいは失われつつある。

(九州最北部)



(福岡県芦屋町商店街)

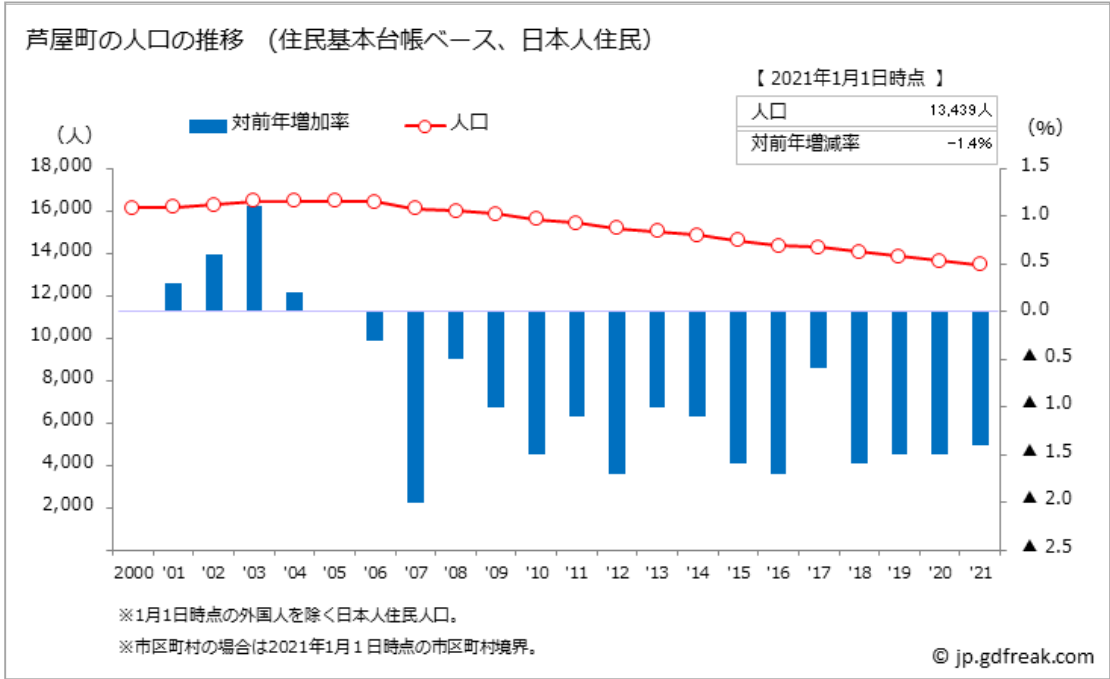


■人口

人口は、13,439人(※令和3年1月1日現在)6,775世帯。5年間の人口推移は、平成27年から769名の減少である。

本町においても、国立社会保障・人口研究所の推計によれば、平成27年(2015年)の人口14,208人は、45年後の令和42年(2060年)には5,178人と約4割になることが見込まれている。

また、高齢化率は、平成27年(2015年)の28.9%から45年後には40.4%と、人口の4割を65歳以上の高齢者が占めるものと見込まれ、国と同様に急激な高齢化が予想される。このような状況の中、芦屋町人口ビジョンは、国の「まち・ひと・しごと創生長期ビジョン(令和元年改訂版)」の趣旨を踏まえ、本町における人口の現状を様々な角度から分析することで、本町の特性や実態を明らかにするとともに、国や県の目標との整合を図りながら、人口の将来展望を示すこととする。



■産業

商工業（商工業全体の概況）

中心市街地に存在する「正門通り商店街」は、高齢化や事業承継、消費者ニーズの多様化、地元消費購買の町外流出動向等による要因で、相次ぐ個店の閉店により空き店舗増加傾向にある。特に昼間に開いている店舗が減少し、唯一移動手段のない高齢者が町内で買い物をする傾向が続いている。

また、米軍基地時代からの名残として、町内に存在する飲食・サービス業（宿泊業含む）の店舗数は減少しているものの159店舗存在し、町内の商工業者数の約43%も占めている。

しかし、近年は、慢性的な人口減少や昨年からの新型コロナウイルス感染症の影響が最も大きく、業種を問わず軒並み休業が続いている。

町の産業がもともと商業中心であったため、近年でも大きな変化はないが、町内には多種事業所が点在している状況である。工業（建設、製造）自体は本町の主たる産業とは言えないが、建設関連事業所においては、公共工事の他、地場を中心とした民間工事の請負を行い、製造業においては、大手や中堅事業所の下請けとした工業系の製造業が多数を占める中、鋳物製造業や食品製造業、化粧品製造業など製造系の事業者も数社存在している。

【小規模事業者の推移】

（経済センサスより/小規模事業者数）

年度	業種	建設	製造	卸売	小売	飲食 宿泊	サー ビス	その 他	合計
平成 28年度		75	20	5	94	84	91	40	409
平成 29年度		75	20	5	94	84	91	40	409
平成 30年度		75	20	5	94	84	91	40	409
令和 1年度		73	20	10	77	76	83	33	372
令和 2年度		73	20	10	77	76	83	33	372

【産業の現状】

- 就業人口は平成7年～27年の間で2,000人減少
- 芦屋町に住みながら、町外に従業している人はゆるやかに増加
- 基幹産業である農業、漁業ともに、就業人口が大きく減少
- 商業の就業人口及び事業所数（商店数）は微減、年間商品販売額は微増傾向
- 遠賀郡4町の中では、観光入込客数は最も多く、増加傾向

【産業別就業人口】

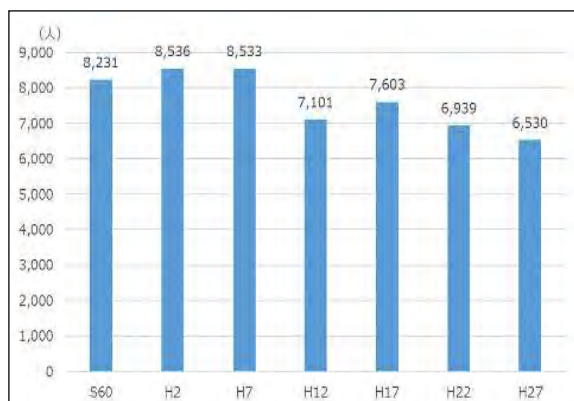
芦屋町の実業人口は、平成27年で6,530人となっており、平成7年から20年間で約2,000人減少。産業別就業者の状況を見ると、第一次産業、第二次産業の実業人口及び就業割合はいずれも減少傾向にあり、特に第一次産業の実業人口は、昭和60年と比較し、平成27年には約半分に減少。同じく第三次産業においても4,636人と最も低い人数となっている。

□ 芦屋町就業人口推移

(単位：人)

□ 芦屋町産業別就業者数

(単位：人)



■ 観光

芦屋町は、響灘に面しており、自然景観を目的とした芦屋町から岡垣町へ約7kmのサイクリングロードが人気である。また、毎年ゴールデンウィーク中には、1,800年以上の歴史を持つ岡湊神社に植えられた大小約120本の珍木「なんじゃもんじゃの木」の満開の花を観光するため、期間中に約15,000人超の来場者が訪れる。また、年間を通じて最も観光客が多い夏場には、芦屋町観光協会（以下、観光協会とする）が管理するレジャープール（アクアシアン）へ、7月から8月までの約2ヶ月間で約10万人が来場する。さらに、7月下旬に開催される「あしや花火大会」は大正時代から続く歴史を持ち、毎年7万人以上の来場者がある。

文化的資源としては、室町時代に隆盛した茶釜“あしや釜”の発祥の地である。芦屋釜は、「真形（しんなり）」と呼ばれる端正な形が京都の貴族達に絶大な人気を呼んだ逸品で、室町幕府の8代将軍足利義政にも愛された。その一級品の美しさが認められ、現在、国の重要文化財に指定されている茶釜9点のうち8点が芦屋釜である。ただし、芦屋釜の製作は、江戸時代初期を最後に途絶えていたため、芦屋町は、平成7年に芦屋釜の復興を目的に「芦屋釜の里」を整備し、芦屋釜のPRを図るとともに、鋳物師（いもじ）と呼ばれる職人を育成し、「芦屋釜の復興」に力を注いでおり、今後のさらなる観光誘致に向けた取組みを進めている。

今年度、町制施行130周年となる芦屋町は、九州国立博物館（福岡県太宰府市）へ芦屋釜の期間展示および特産品をミュージアムショップで販売するなど130周年を記念し、歴史ある芦屋町をPRした。

観光入込客は、遠賀郡内で最も多く、特に夏季の観光客誘致が数字でも表れている。

しかしながら、平成28年時点で年間約634,000人の町外からの観光入込客であったが、昨年は主要なイベントが新型コロナウイルスの影響で中止となるなど大幅な減少が続いている。

遠賀郡 4 町比較

単位：千人

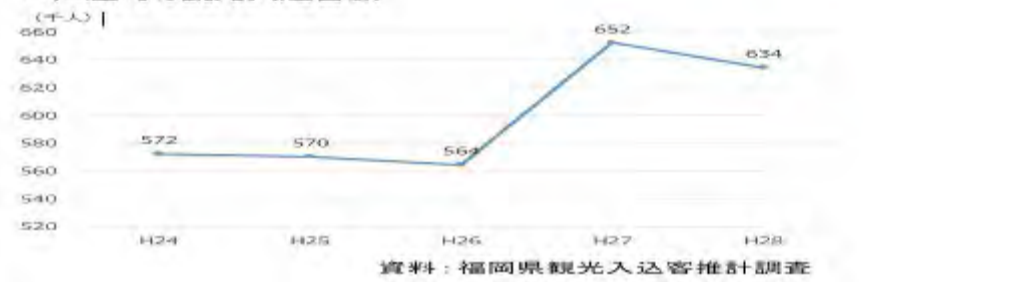
遠賀郡 4 町の年間観光入込客数を見ると、芦屋町は 4 町の中で最も多く、特に 7～8 月の夏季、及び 10 月に多くの観光入込みがあります。夏季は海水浴を中心としたレジャー、10 月はあしや砂像展や航空自衛隊芦屋基地における航空祭により多くの集客を得ているものと考えられます。

■平成 28 年遠賀郡 4 町の月別観光入込客数

	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	合計
芦屋町	14	15	17	21	27	0	148	102	78	95	83	1	634
水巻町	6	9	12	12	12	12	12	12	12	30	12	1	156
遠賀町	4	4	6	10	6	5	6	18	5	7	7	1	84
岡崎町	80	14	23	43	18	14	34	24	22	40	23	1	350

資料：福岡県観光入込客推計調査

■芦屋町の観光入込客数



資料：福岡県観光入込客推計調査

(第 6 次芦屋町総合振興計画現況調査報告書)

【商工業の業種別課題】

芦屋町において、小規模事業者の振興を図る上で以下の①～④に記載した業種別の課題がある。

① 商業

これまで長く町の中心市街地として経済の中心であった「正門通り商店街」周辺は、昼間は特に閑散とした状態であり、交通手段のない地元の高齢者、昔ながらの常連客が主な顧客となっている。

また、都市インフラも、町内幹線道路以外では道幅も狭く事業所の認知度も低い。販売手段に関しても、インターネット市場が著しく増加し、個社毎の経営分析からネット販売を行っていない事業者の売上減少が頻繁に見て取れる。特に汎用性が無く付加価値の高い商品の売り方についても個社の新たな取り組みが課題である。

② サービス業

地域住民向けの生活関連サービス業も経営者と消費者の高齢化が進んでいる。その中で、後継者の予定がある事業所は事業承継を行い引き続き経営は可能であるが、地域の現状(市場)を踏まえ、あえて事業承継をしないところも年々増加している。中でも生活関連のサービス業は継続営業しているが、近隣の大型施設やそのテナント、通信会社等についても地域内に店舗は無く、全般的に消費の流出傾向にある。一般的にコア店舗の周りに商業・サービス関連のテナントを構成した施設は無く、ほぼ 100% 個店利用となるが、用途ごとに店舗が離れており、利便性に欠ける点が大きな懸念材料である。

地域住民が地域内で消費できる利便性を打ち出すことと、全体的なメリットを創出することが今後継続していくことの大きな鍵となる。

③ 飲食業

古くから基地の町であったため、現在でも町内には多くの飲食店が立ち並ぶ。このため、昼間は閑散として見える「正門通り商店街」周辺も夜間は若い客も多く活気を見せていた。しかし、新型コロナウイルスによる営業スタイルの転換が要求され、各店舗の新たな取り組みが必要となる。

④ 工業

工業系の業種は、建設業と製造業に分けられる。これに加え設備と土木業があげられる。工業全般、一般消費者の受注を除けば、代表的な内需として町等の公共工事が挙げられるが、公共工事の発注件数自体が年によって変動がある上、競争入札の場合、案件によっては、十分な利益を確保するのが難しい場合もある。そのため、公共工事に過度に依存しない体質強化を図ることや、受注を確実に捌くための労働力の確保が必要となる。また、建築工法については、災害対策、耐震基準、資材の適正化等コンプライアンスも厳格化され、より高い精度が求められている。

一方、後継者問題についても親族内承継が難しいことや年々下請け工事等審査基準も厳格化され事業の拡大より縮小傾向にある。今後の課題としては、新技術の導入やこれまでの常識を覆す発想の転換や応用が求められるため、人材育成や新たな取組へのチャレンジに踏み出すことが期待される。

(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

小規模事業者の減少傾向は大きな問題となり、今後10年間少なくとも増加する要因は見当たらない。そこで、現時点で打ち出す策は将来に向けて効果的なものでなくてはならない。既存の事業者においては、まず収益性の確保ができ安定した経営状況を保てること。当然ながら収益向上を掲げた事業計画の策定が必須となる。

また、これから起業する者については、従来の創業計画では馴染まない新たな経営スタイルが望まれることを考え、特に自然災害、感染症対策等、平時ではない事態を予測した事業計画の策定を実施する。その他、中長期的な人材確保、社内コンプライアンス、マーケティング等トレンドに対応するITツールの導入と活用を支援する。

② 第6次芦屋町総合振興計画との連動制・整合性

芦屋町は第6次総合振興計画（実施計画）を令和3～5年の3カ年で設定している。地域小規模事業者は、住民の買い物事情などの生活利便性やコミュニティの核としての役割も担っている一方、消費動向として地域外への流出による売上減少や商品価格問題、起業の妨げにも影響が大きい。

総合振興計画内では、商工会と連携して、1. プレミアム付き商品券事業、2. 創業支援、3. 特産品開発の推進を図ることが計画されている。

商工会では、プレミアム商品券を発行することで、地域小規模事業者店舗の活用を促進し、売上向上と顧客獲得へ繋がる支援として実施。また、新たに芦屋地域内で創業希望者に関しては、創業者が申請を行える「芦屋町創業促進支援補助金」申請に係る創業計画書の策定支援を実施し創業と併せ支援制度の活用を推進する。特産品については、令和3年度、「芦屋釜と関連商品」を九州国立博物館において6月に期間展示および販売を行った。

□第6次芦屋町総合振興計画

第3節 商工業

現状と課題

- 商工業は地域経済の担い手であるだけでなく、住民の生活利便の機能や地域コミュニティの核としての役割を果たし、地域の発展には欠かせません。芦屋町では近隣市町への大型店舗進出による売上不振や後継者不足など商工業の経営は厳しい状況にあります。
- 芦屋町では商工会などと連携して、事業者への支援や地域振興券の発行、企業誘致などにより商工業の振興に取り組んでいます。
- 官民一体となったワンストップの創業支援体制を整備するため、通商部内4町と各商工会、金融機関とともに設置したおんが創業支援協議会において、起業・創業促進に取り組んでいます。
- 平成26(2014)年より商工会で芦屋の地域産品を活用した特産品開発事業に取り組んでいます。商工会をはじめ、関係機関と連携し、芦屋町の特産品などの商品価値を高める取り組みを推進し、地域産業の活性化を図る必要があります。

基本方向

商工会との連携をはじめ、各種制度による事業者支援を行うとともに、地域産品を活用した特産品開発などにより、商工業の活性化を促進し、地域経済の活性化に取り組んでいます。

主要施策

① 商工業の振興

- 商工会との連携や地域振興券発行などにより、商工業の活性化に取り組んでいます。
- 創業促進支援事業補助金や空き店舗活用事業補助金などを活用し、中心市街地の活性化や空き店舗対策、起業の促進、企業誘致に取り組んでいます。
- 官民一体となったおんが創業支援協議会を有効活用し、創業促進等と連携した起業の促進に取り組んでいます。
- 芦屋の地域産品を活用した特産品開発やメニュー開発、商工業等連携事業などを推進するとともに、開発された特産品などをブランド認定するブランド認定制度を活用し、地域産業の活性化を図ります。

数値目標

主要施策	指標	現状値		目標値 (令和7年度)
		基準年度	数値	
① 空き店舗等補助金の交付件数	令和元年度	1件	3件 (5年平均)	
	令和元年度	0件	2件 (5年平均)	
② ブランド認定件数	令和元年度	0件	5件 (5年平均)	

③ 芦屋町商工会の役割

商工会の役割としては、小規模事業者の支援充実と、通常から身近な存在であることで、地域と小規模事業者間を保つコミュニティを創出する機関として一番近い存在であると認識しており、さらに存在意義を高めていきたい。今後、小規模事業者が持続的かつ、経営の安定化を図る上では、新たな取組としての経営革新や各種補助金、国や県の支援制度の活用を推進して行くことが最も大きな役割として認識する。

また、ITツールを活用した経営戦略や事業者が行う申請制度等の変化に対し、円滑に対応できるための伴走支援を実施する。

(3) 経営発達支援の目標

芦屋町の地域経済活性化に向けた管内小規模事業者の経営基盤の安定化に向けた取組みと創業及び観光集客の促進による新規顧客の獲得促進を図るため、以下の目標を掲げる。

① 経営状況の把握と企業の安定化

経営環境の変化に対応した小規模事業者の経営基盤の安定化を図るため、過年度分の決算書類等を活用した財務分析の実施や、取引先および一般消費者への販売状況等を把握する事で、自社の経営状況を掴む。

② 新たな取り組みに対しての重点支援

常に変化する消費者ニーズに合わせた販売戦略の推進を図る上で、小規模事業者においても自社の強みを活かした新たな取り組みは必要不可欠であるため、「経営革新計画書」や「小規模事業者持続化補助金」の経営計画書等の様式を活用した事業計画作成に係る支援の実施を図る。

③ 創業促進支援と空き店舗対策

人口減少や、後継者のいない高齢経営者数の増加が進む芦屋町においては、慢性的な管内小規模事業者の減少が懸念されている。このため、地域経済活性化に不可欠となる事業者数の確保を図る目的で、芦屋町が掲げる総合振興計画に沿った創業者の支援を促進するため、「芦屋町創業促進支援補助金」の申請予定者等を対象とした事業計画の作成を支援する。

また、かつて町の中心市街地として活気を帯びていた正門通り商店街等に存在する空き店舗等の利用促進を図ることで、町外への購買流出の歯止めに繋げたいと考えている。

④ 特産品開発支援とIT化マーケティング

夏場を中心に「あしや砂像展」や「芦屋基地航空祭」など町外から多くの来場者が見込まれる芦屋町では、観光客を中心とした域外消費者への販売促進が必要となる。このため、本会が平成26年度より事業の推進に取り組んでいる「特産品等開発プロジェクト」を中心とした特産品開発に向けた組織的な支援と、開発した商品の着実な販売促進を目的とした市場分析や潜在購買需要の把握等に繋がる商圈分析システム「MieNa: ミーナ」等のITマーケティングツールを活用した需要創出に繋げる。

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) 目標達成に向けた方針

① 経営状況の把握と企業の安定化

小規模事業者の経営状況が、外部要因等により悪化しているか否か、または、さらなる合理化や販売戦略の構築により、より売上・利益向上に繋がるかを個社毎に経営分析を実施。現状を起点に計画的に業績を上げるための方針として事業計画の見直しと事業計画策定支援を実施する。

② 新たな取り組みに対しての重点支援

小規模事業者が、新たなことへの取り組みに対し、取り組みの妥当性、実施体制、費用対効果、市場、顧客ニーズ、SWOT分析、将来性、既存事業への貢献度等、経営指導員と専門家によって総合的な経営戦略の作成を支援する。また、制度の活用として経営革新、実行支援補助金、ものづくり補助金、事業再構築補助金、小規模事業者持続化補助金の活用推進を図る。

③ 創業促進支援と空き店舗対策

芦屋町が制度化している「芦屋町創業促進支援事業補助金」および「空き店舗等活用事業補助金」の活用者を掘り起こし、地域内創業を加速させ小規模事業者の育成を推進する。特に空き店舗に関しては、アーケード商店街として未形成、賑わい喪失、目的店舗不足、治安維持面でも悪化傾向である。芦屋町と連携をし、「空き店舗バンク（仮称）」に向け調査中。毎年、業績悪化、後継者不足の廃業や転出、また直近では新型コロナウイルスの影響による事業縮小等、地域の大きな起爆剤として創業促進を地域活性化へ繋げる。

④ 特産品開発支援とIT化マーケティング

上述の通り、本会が平成26年度より取り組んでいる「特産品等開発プロジェクト」の推進を通じた芦屋町の特産品である「芦屋釜」や「赤紫蘇」等の特産品開発支援を強化するため、より極めた商品開発と既存商品の磨きを促進し新市場に打ち出すとする。具体的に歴史・文化をモチーフにした関連商品のブラッシュアップ。顧客ニーズやトレンドを見極めこれまでとは違った市場へ、ITを活用して新たな商取引の創出を図る。

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】 本会はこれまで、独自に実施してきた業種別モニタリング調査のデータ活用や、日本政策金融公庫や中小企業基盤整備機構など、他の機関が開示している統計データを用いた経営支援を講じてきた。その中で、特に指標となったのは、「ネットde記帳」（※全国商工会連合会が推奨するインターネットを活用した経理システム）の利用事業所の「簡易財務診断書」から個社へのフィードバック、「資金需要状況」、「客数調査」により有効な情報交換を実施してきた。その後もフォローアップは個社毎に実施したものの、一つ一つの分析結果に多少個社毎に偏りも見受けられ、売上増加、収益率向上の安定化に至ったとは言えない。

【課題】 上記に記載した本会独自の業種別モニタリング調査や本会主催のイベント等で実施した消費者向けのアンケート結果に加え、今後はビッグデータ等を活用した専門的な分析を行う。また、当該地域は、福岡市、北九州市の郊外に位置している影響もあり、

市場ニーズやトレンド、消費者動向の上昇や下降についても一歩後れをきたす面もある事から経済動向については精度を上げていくことが必要である。

直近では、令和2年度に本会が実施した新型コロナウイルス感染症の影響によるアンケート調査を実施したが、経済動向も刻々と変化しており新たな調査が課題である。

(2) 目標

	公表方法	現行	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
① 地域経済動向分析の公表回数	HP掲載	—	1回	1回	1回	1回	1回
② 景気動向分析の公表回数	HP掲載	—	2回	2回	2回	2回	2回

(3) 事業内容

① 地域経済動向分析の活用と公表

【調査手法】

当地域において真に稼げる産業や事業者に対し限られたマンパワーや施策資源を集中投下し、効率的な経済活性化を目指すため、経営指導員が「RESAS」(地域経済分析システム)を活用した地域の経済動向分析を行い、年1回公表する。

【調査項目】

- ・「地域経済循環マップ・生産分析」→なんで稼いでいるかを分析
- ・「まちづくりマップ・From-to分析」→人の動き等を分析
- ・「産業構造マップ」→産業の状況等を分析

上記について総合的に分析し、事業計画策定支援等に反映する。

② 景気動向分析の活用と公表

【調査手法】

地域経済の景況について、当地域の小規模事業者はその動向を把握してもらうため、全国商工会連合会が実施する「小規模事業者景気動向調査」および、中小企業庁が実施する「中小企業動向調査」をもとに分析し、半期ごと(2回/年)に公表する。また、芦屋町等が行う管内小規模事業者向けに活用可能な関連データ等の景況データをもとにした情報発信を行う。

【調査対象】

管内小規模事業者20者程度(商業、サービス業、飲食業、工業、その他各4者程度)

【調査項目】

- ・「小規模事業者景況動向調査」→売上、採算、資金繰り、業況
- ・「中小企業動向調査」(DI値)→業種の景況、従業員数過不足、設備投資動向

上記について総合的に分析し、事業計画策定支援等に反映する。

(4) 成果の活用

- ・調査結果は、当会のホームページに掲載、公表することで広く事業者へ提供する。
- ・経営指導員等が巡回指導を行う際、また、事業計画策定の際など資料として活用する。

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

【現状】 需要動向を踏まえた新商品の着実な販路開拓等に繋げるため、現在、本会では、福岡県商工会連合会が運営するアンテナショップDOCORE（どおこれ）出展事業者に対するモニタリング調査の実施によるフィードバックを行っている。

【課題】 小規模事業者が経営改善するにあたり、総合的な経営状況の把握は行ったものの、個社に求められる商品づくりやニーズへの対応、商品のブラッシュアップ等が十分でなかったと思われる。地域の市場や個社の取引状況、地域内への観光入込客数等の実態から、より市場を見据えた商品力強化を図り、個社の販売戦略へ繋げることが課題である。

(2) 目標

	現行	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
① 新商品開発の調査対象事業者数	1者	4者	4者	6者	6者	8者
② アンケート調査対象事業者数	0者	4者	4者	6者	6者	8者

(3) 事業内容

① 新商品開発の調査

芦屋町の特産品である「芦屋釜」や「赤紫蘇」等に関連した新商品開発を行う事業者向けにモニタリング調査を実施する。

具体的には、テナント出店やイベント等での試食ではなく、各事業者の顧客へ商品を送り、併せてその評価についてアンケート調査を実施する。調査結果は、個社にフィードバックし、商品の改良および新商品開発に役立てていただく。また、当該調査による分析結果を事業計画に反映する。

【調査方法】

(情報収集)

・アンケート調査Ⅰ

事業者の顧客または、商工会が抽出した消費者へ試食品を送付する。(10月/年1回)
目標サンプル数は80名 (1事業者20名×4者=計80名：令和4・5年度)
80名の方にアンケート調査を実施する。

・アンケート調査Ⅱ

経営発達支援計画評価委員会、芦屋町商工会理事会において上記4者の試食会を実施。

(情報分析)

・アンケート調査Ⅰ

アンケートによる調査結果は、経営指導員等が分析を行う。

・アンケート調査Ⅱ

アンケートによる調査結果は、中小企業診断士、芦屋町職員等が行う。
調査結果の分析を行い、商品ごとに事業者にフィードバックし新商品開発または、ブラッシュアップへ繋げる。

上記内容を踏まえたアンケートの調査内容は次のとおり。

項目	アンケート調査Ⅰ	アンケート調査Ⅱ
対象者	一般消費者	経営発達支援計画評価委員・理事
サンプル数	80名	20名
調査項目	①味 ②見た目(商品) ③見た目(パッケージ) ④価格 ⑤購入動機 ⑥購入頻度	
分析者	経営指導員	中小企業診断士、芦屋町職員
調査結果の活用	商品ごとに事業者フィードバックし新商品開発 または、ブラッシュアップへ繋げる。	

また、感染症対策の緩和に応じ、イベント、販売促進会、チャレンジショップ等への出展再開時には試食会等を実施し、精度を高めるためのコメントを収集する。(令和6~8年度)

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

【現状】 小規模事業者にとって、経営戦略の構築に不可欠となる消費者ニーズの動向や競合他社の取り組みなどの外部環境の把握や、自社の強みを踏まえた内部環境の把握を的確に把握することは容易ではない。このため、福岡県中小企業振興事務所と定める重点支援企業(各商工会が推薦し、福岡県が県内各地域に設置している市町村、金融機関等で構成される地域中小企業支援協議会で連携支援を行う事業者)や持続化補助金等補助事業に取り組む事業者、事業承継計画策定事業者等に対しては、企業の動向、業界の状況、外部要因による変化、内部環境変化による自社の対応について、相談または経営指導員等による巡回時に把握し適宜対応してきた。

ただし、上記のような相談に対しては、都度対応はできたものの、数的に各社分析をできている状況とは言えない。

【課題】 福岡県商工会連合会が4半期毎に実施している中小企業景況調査を更に活用し、地域環境の変化や市場動向から、経営分析の必要性が高いと思われる事業者に対してのアナウンス不足が課題である。

(2) 目標

	現行	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
① セミナー開催回数	1回	2回	2回	2回	2回	2回
② 経営分析事業者数	20者	40者	40者	40者	40者	40者

(3) 事業内容

① 経営分析を行う事業者の発掘(経営分析セミナーの開催)

セミナーを実施することで、自社の経営課題等を分析し、事業計画策定等への活用についての理解を深めるとともに、対象事業者の掘り起こしを行う。

【募集方法】 芦屋町商工会発行の会報誌、ホームページ掲載、巡回・窓口相談時に案内

【募集人数】 50者

② 経営分析の内容

【対象者】 セミナー参加者の中から意欲的で販路拡大に取り組む 40 者を選定

【分析項目】 定量分析「財務分析」、定性分析「非財務分析」の双方を行う

（財務分析） 直近 3 期分の収益性、生産性、安全性、成長性の分析

（非財務分析） 下記項目について、事業者の内部環境における強み、弱み、事業者を取り巻く外部環境の脅威、機会を整理する

—内部環境—	
➤	商品
➤	製品
➤	サービス
➤	技術、ノウハウ等の知的財産
➤	仕入先、取引先
➤	デジタル化、IT 活用の状況
➤	人材、組織
➤	事業計画の策定

—外部環境—	
➤	商圏内の人口、人流
➤	競合
➤	業界動向

【分析手法】 経済産業省「ローカルベンチマーク」、中小機構の「経営計画つくるくん」等のソフトを活用し、経営指導員等が分析を行う。非財務分析は、SWOT 分析のフレームで整理する。

SWOT マトリクス	目標達成の 助けになる	目標達成の 妨げになる
内部の要因	Strengths 強み	Weaknesses 弱み
外部の要因	Opportunities 機会	Threats 脅威

(4) 分析結果の活用

- 分析結果は、当該事業者へフィードバックし、事業計画の策定および補助事業に活用する。
- 分析結果は、商工会事務局のデータベースにより管理し、内部共有することで経営指導員等の指導スキルアップに活用する。

6. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

【現状】 現状での計画策定支援については、小規模事業者から相談を受けることの多い、「小規模事業者持続化補助金」等、各種補助金の申請に係る計画策定や、資金調達の際に金融機関に提出が求められる事業計画の策定及び創業者向けの創業計画策定に係る支援等が中心となっており、事実上、必要に迫られた際の“手段”としての位置づけから計画策定の支援を行っている場合が多い。

【課題】 上述の現状を踏まえた事業計画策定支援における課題として、事業の推進に係るロードマップとしての観点に立った計画策定支援ではなく、補助金の採択や資金調達達成の視点に重点を置いた計画策定支援が中心となっていることが挙げられる。また、策定した事業計画が代表者のみの思いにとどまり、実際の事業運営や販売戦略の推進に携わる従業員等に計画内容を共有化できるノウハウが構築できていないことで、策定した計画内容そのものが実効性の低いものになってしまう懸念が多いことも課題である。

(2) 支援に対する考え方

小規模事業者に対し、事業計画策定の意義や重要性を漠然と述べても、実質的な行動や意識変化を促せる訳ではないため、「事業計画策定セミナー」のカリキュラムを工夫するなどにより、5. で経営分析を行った事業者の3割程度/年の事業計画策定を目指す。

また、小規模事業者持続化補助金または経営革新計画の申請を契機として経営計画の策定を目指す業者の中から実現可能性の高いものを選定し、創業者への創業計画策定支援も含め年間8者程度の事業計画策定支援につなげていく。

(3) 目標

	現行	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
① 事業計画策定セミナー	—	1回	2回	2回	3回	3回
② ITツールを活用した販売・情報管理システム等導入セミナー	—	1回	2回	2回	3回	3回
事業計画策定事業者数		20者 【内訳】 ・セミナー参加者12者 ・補助金申請事業者、創業者計8者	20者 【内訳】 ・セミナー参加者12者 ・補助金申請事業者、創業者計8者	20者 【内訳】 ・セミナー参加者12者 ・補助金申請事業者、創業者計8者	20者 【内訳】 ・セミナー参加者12者 ・補助金申請事業者、創業者計8者	20者 【内訳】 ・セミナー参加者12者 ・補助金申請事業者、創業者計8者

(4) 事業内容

① 「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を対象とする

【支援手法】 事業計画策定セミナーの受講者に対し、経営指導員等が個社毎に担当し、外部の専門家と共に確実に事業計画策定に繋げていく。

② 「ITツールを活用した販売・情報管理システム等導入セミナー」の開催

策定した事業計画の着実な推進に向け、ITを活用した社内の情報共有に関するシステムの導入や、SNS、ECサイトなどを活用した販売戦略の実現に必要なITツールの活用（DX推進含む）に関する意識の醸成や基礎知識を習得するため、ITツールの導入やWEBサイトの構築等に向けた取り組みの推進に繋がるアナウンスを目的としたセミナーの開催を行う。

【セミナー（カリキュラム案）】

- クラウド型情報管理ツールの紹介
- SNSを活用した情報発信方法
- ECサイトの構築手法等
- スマートホン画像の活用等
- リモートを活用したビジネス営業手法の習得等
- DX総論、DX関連技術、（クラウドサービス・AI等）や具体的な活用事例

セミナーを受講した事業者の中から、取り組み意欲の高い事業者に対しては、経営指導員等に加えIT専門家の活用により、策定した事業計画に沿った形でのIT（DX含む）推進および販売・情報管理システム等の導入を促進する。これにより、策定した事業計画がITツールの活用により、さらに効率的に運用が図れるのではないかと考えている。

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】 事業計画策定後の実施支援については、経営指導員等による定期的な巡回等により、総体的な進捗状況は把握してきたものの、事業計画に掲げる取り組み内容、取組結果、設備投資、収益性など項目ごとの分析と対応策、丁寧なフォローアップが完全ではない。

【課題】 上記に記載した通り、現状では事業計画の策定支援時に比べ計画策定後のフォローアップ支援には十分な力点を置いていない。特に小規模事業者の持続的発展に不可欠な事業実施後の売上、利益等の数値目標に関する状況確認や、計画策定時に想定したシナリオから乖離が生じてしまった場合などにおけるリカバリー支援等に十分対応できていないことは大きな課題である。

また、計画変更に伴い、リスケジュールの作成や専門的な課題に関しては、支援内容に応じた「よろず支援拠点」や専門家派遣制度を活用し、円滑なフォローアップ（スキーム作り）が必要であり、今後の課題としている。

(2) 支援に対する考え方

事業計画を策定した全ての事業者を対象とするが、事業計画の進捗状況等により、訪問回数を増やして集中的に支援すべき事業者と、ある程度順調と判断し訪問回数を減らしても支障ない事業者を見極めた上で、フォローアップ頻度を設定する。

(3) 目標

	現行	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
フォローアップ対象事業者数	—	20者 (内 創業3者)	20者 (内 創業3者)	20者 (内 創業3者)	20者 (内 創業3者)	20者 (内 創業3者)
頻度(延べ回数)	—	40回	40回	40回	40回	40回
売上増加事業者数	—	8者	8者	10者	10者	12者
利益率10%以上増加の事業者数	—	8者	8者	10者	10者	12者

(4) 事業内容

事業計画を策定した事業者を対象として、経営指導員が策定支援を行った事業計画書を元に巡回訪問等を実施し、策定した計画が着実に実行されているか定期的かつ継続的にフォローアップを行う。その頻度については、事業計画策定20者のうち、全ての事業者において年2回。ただし、事業者からの申出等により、頻度は臨機応変に対応する。

【事業計画進捗状況のズレが出た場合の対処方法】

進捗状況が思わしくなく、かつ何らかの要因で履行不可能となった場合などは、他の経営指導員、経営支援員、事務局長によって対応策を講じることと、場合によっては外部有識者など第三者の視点を必ず投入し、当該ズレの要因及び今後の対応と方策を検討の上、フォローアップ頻度の変更等を行う。

8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること

(1) 現状と課題

【現状】 地域内の小規模事業者の多くは IT を活用した販路開拓等に関心があるものの、「高齢化」、「知識不足」、「人材不足」、「後継者不足」等外部環境の不変等の理由により、キャッシュレス化に向けた取り組み等にも対応できておらず、都市部に所在する事業者と比較しても、商圈が近隣の限られた範囲にとどまっている。

【課題】 福岡県商工会ショップ「DOCORE」への出展や九州国立博物館での期間限定の展示及びテストマーケティングを実施してきたが、出店後のリーピーターによる売上向上や継続的な販路拡大も分析中である。従って、次のターゲットの選定や、販路開拓戦略を見据えたフォローアップに加え、SNS を活用した販路開拓など IT の推進による新たな需要の開拓に向けた取り組みを図ることが課題である。

(2) 支援に対する考え方

上記の現状と課題を踏まえ、小規模事業者の新たな需要の開拓に向けた具体的な支援内容として、従来より実施していた展示商談会等への出展支援に加え、IT 推進による販路開拓に向けた取り組みの推進を図ることである。まず、展示商談会等への出展支援については、経営指導員等が出展要領に基づいて事前・期間中・事後のサポート支援を前提に、福岡県内をはじめ、国内で開催される展示商談会等への積極的な出展を促す。また、状況により、出展に際してのアドバイスを行うため、専門家派遣制度を活用した指導を合わせて実施することで、より精度を高めた伴走型支援を行う。

IT 推進に向けた取り組みとして、まずデータ収集と管理、活用方法を選定し、事後の効果的、かつ合理的な販売促進に繋げることとしたい。しかし、出展事業者全てに同じ手法を取り入れるのではなく、事業者ごとに最も効果的な手段であるかを見極め、SNS 情報発信、EC サイト、IT 活用等、効果的な活用を促進する。

段階的に IT 推進に伴う知識の習得は、上記記載、6. 事業計画策定支援に関すること (2) と整合性を図り、支援をすすめる。

小規模事業者が取り組む IT 推進のための体制整備

【参考：IT 推進体制には以下 4 つの要素】

- ① マインドセット
- ② 推進・サポート体制
- ③ 人材
- ④ 予算（投資）



(3) 目標

	現行	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
① 展示会出展事業者数	3者	4者	8者	8者	12者	12者
売上額/者(月額)	—	10万円	10万円	10万円	10万円	10万円
② 商談会参加事業者数	—	2者	4者	4者	6者	6者
成約件数/者	—	1件	1件	1件	2件	2件
③ SNS活用事業者	—	3者	6者	6者	10者	10者
年間売上増加率/者	—	10%	10%	10%	10%	10%
④ ECサイト利用事業者数	—	3者	3者	3者	3者	3者
年間売上増加率/者	—	10%	10%	10%	10%	10%
⑤ ネットショップの開設者数	—	2者	2者	2者	2者	2者
年間売上増加率/者	—	20%	20%	20%	20%	20%

(4) 事業内容

① DOCORE ふくおか商工会ショップ (BtoC)

福岡県内の地域特産品や中小企業・小規模事業者の持つ隠れた逸品等を取扱う常設店舗を設置し、育成の場として地域商品等の販路開拓と商品ブラッシュアップを通して、中小企業・小規模事業者の商品展開力・販売力の向上等を図るとともに、地域情報の発信拠点として地域活性化に寄与することを目的とする。

■概要：JR博多駅前 KITTE博多・博多マルイ2階に常設され、開業からの集客は、年間1,000万人を超える集客数

② Food EXPO Kyushu (ふくおか「農と商工の自慢の逸品」展示商談会) (BtoB)

本地域の小規模事業者が新たに開発する商品として、地元農産物や海産資源が活用され、特産品、6次産業化を含めた新たな市場に送り出すための機会の創出を図る。

■概要：福岡県主催
商談先：百貨店、スーパー、卸売業者、通信販売事業者など約40社参加

③ SNS活用

現状の顧客が近隣の商圈にほぼ限定されていることから、福岡市、北九州市、県外からの顧客取り込みのためSNSを活用し、宣伝効果を向上させるために支援を行う。特に、SNSの特性を生かし、鮮度ある情報の提供を積極的に促す。

④ よかもん市場 EC サイトの利用

公益財団法人福岡県中小企業振興センターが、福岡をはじめとする九州の企業が出店するショッピングサイトへの掲載を推進。エントリーシート (FCP)、食品トレーサビリティ、HACCP等指導し、伴走型支援を講じて出品を促す。

⑤ 自社ホームページによるネットショップ開設

自社ホームページの運用について、立ち上げのコンテンツ、商品構成、ページ構成等、整備についてのノウハウを指導する。また、専門的な内容についての指導については、IT 専門家の派遣により一層支援の充実を図る。

ネットサイトでは、商品の購買について欠かせぬ決済（クレジットカード）に関するセキュリティが厳格であることから、現在主流となりつつある電子決済やキャッシュレス決済等、スムーズな決済方法を取り入れることにより、新たな購入機会の創出をはかる。

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】 経営発達支援計画で実施した取り組み内容は、年に1回評価委員会を開催し、検証をしている。その評価基準もより精度を高めるため、審査10項目から更に細分化し17項目による採点評価へ変更した。

見直しは、該当事業者にフィードバックをしている。

【課題】 経営発達支援計画の評価と見直しは行えているものの、その公表方法が確立できていない。

(2) 事業内容

本会の経営発達支援計画にかかる事業の評価及び見直しを行う評価委員会を設置する。評価委員は、福岡県中小企業振興事務所、芦屋町産業観光課長、福岡県商工会連合会、商工会理事、法定経営指導員、外部有識者として中小企業診断士、日本政策金融公庫で構成し、年に1回、経営発達支援計画の取り組み内容及び進捗状況等を協議し、見直しと対応を協議する。

評価委員会の協議内容は、本会理事会にフィードバックしたうえで、事業運営方針等に反映させるとともにホームページ及び会報誌（年1回）へ掲載。常時地域の小規模事業者等に閲覧を可能とする。

（芦屋町商工会ホームページ）

本会ホームページコンテンツにてデータ分析結果、景気動向、市場動向等を公表する。



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】 経営指導員等は、毎年経営指導員、経営支援員の職種別に開催される資質向上研修を受講している。また、福岡県商工会連合会の階層別研修（職員の階級毎）に参加し、個人の職種、階層に応じたスキルの習得のために参加している。本会が所属する管内商工会で構成する職種別会議及び研修会にも積極的に参加しており、管内の支援レベル、支援内容等に齟齬が生じないように実施している。

また、本会では年に数回、経営指導員等は、外部有識者を招聘し中小企業診断士から職種別に支援制度、支援内容、現在小規模事業者が必要とされる支援策等について研修を受けている。

【課題】 経営指導員等の支援内容が年々多種多様になり、これまでに想定していない対応と知識が望まれている。特に災害や感染症に伴う小規模事業者の事業継続力強化支援は、更に支援スキルの向上が必要とされている。目前に対応しなければならない支援については、現在でも事務局長を中心としたミーティングを開催し、その対応策を都度模索しているが、予め想定した問題点に対し事前に協議・検討やDXを用いた手法で更に問題解決に繋げることが課題である。

(2) 事業内容

① 外部講習会等の積極的活用

【経営支援研修】

経営指導員等は、福岡県商工会連合会及び中小企業支援協議会が主催する「経営指導員等研修会」に積極的に経営指導員等を派遣する。

【創業支援担当者研修】

創業を目指す事業者に対し、北九州地域中小企業支援協議会が主催する「創業支援担当者研修」に参加し創業支援に関する基礎的な支援知識を習得する。

また、国、県等が制度化している支援策を十分に活用し、創業者が作る創業計画と併せ、スムーズな開業ができるよう経営指導員を派遣する。

【北九州地域中小企業支援協議会】

福岡県中小企業振興条例第12条第2項に基づき北九州地域内の中小企業・小規模事業者の抱える経営課題を解決するため、中小企業支援団体、金融機関等、市町村その他の関係機関と緊密に連携して、適切かつきめ細かな支援を推進し、もって地域内の中小企業・小規模事業者の健全な発展に寄与することを目的とする。

【小規模事業者経営改善貸付資金推薦団体協議会】

毎年1回、商工会と日本政策金融公庫とで協議会を実施し、中小・小規模事業者への貸付状況、利用傾向、新たな貸付制度等の情報が提供され、今後の支援対策等について協議。

また、経営指導員から支援事例や小規模事業者の動向について情報交換を行う。

【IT推進に向けたセミナー】

今後、小規模事業者へのIT推進については、経営指導員等がITスキルをもっと向上させ、小規模事業者のニーズに合わせた支援スキルが求められる。そのため、IT推進にかかるセミナーへ積極的に参加する。

(IT推進に向けたテーマ)

- データ管理と活用、クラウド会計、電子マネー商取引システム、補助金電子申請（GビズID、Jグランツ）
- ECサイト構築、SNSを活用、モバイルオーダーシステム、オンライン展示会、リモート商談、スマートホン画像の活用等
- リモート相談、支援手法の構築

② OJTの実施

経営指導員と経営支援員とが連携し、小規模事業者からの多種にわたる相談に対し、柔軟かつ的確に応えるために連携して実施する。

具体的に一つ目は、経営相談の中に、経営改善を主とした金融相談や経営手法、販売戦略等に関する相談には経営指導員を中心に対応する。税務、企業が備える共済制度や保険制度、雇用関連相談等に関しては、経営支援員による支援を実施し、互いのスキルをもって両者から支援にあたる。

二つ目は、小規模事業者に経営指導員と経営支援員が同時に対峙することでお互いが知識を

共有でき、複合、総合的に支援することでスキルの向上に繋げる機会として実施する。

③ 職員ミーティング開催

経営発達支援計画の全体の進捗状況や目前に実施する事業内容について共有するため職員ミーティングを開催。(2回/月)手法については、エクセルで作成したタスク管理ツールを活用し日常業務の効率化を図る。

④ データベース化

本会のデータについては、データの消失、事故、漏洩、ウイルス感染等に対し危機管理に着眼し、クラウドへのデータベース化と、独自のバックアップシステムを導入中である。また、小規模事業者の対応状況は、福岡県商工会連合会所有のデータベースへの入力確認している。事業の実施に関しては独自のプログラム活用により、着手状況、進捗状況、結果、対応等の構築中である。

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】 各支援機関との情報交換は、適宜連携を取って実施している。特に遠賀郡管内の商工会では、「遠賀郡内商工会広域体制協議会」を設置し、職種ごとに新体制強化を図る上での資質向上研修会や、小規模事業者に対し研修会等を実施している。

【課題】 小規模事業者が直面している諸問題の中、特に今回の新型コロナウイルス感染症の影響や自然災害による減災準備等、一支援機関だけでは解決に至らないケースもあり、まさに各機関の支援ノウハウのさらなる共有が必要である。各支援機関の強みを活かし、スピード感と効果的な支援体制強化が課題である。

(2) 事業内容

関係機関との情報交換

① 遠賀郡内商工会広域体制協議会 (芦屋町商工会、水巻町商工会、岡垣町商工会、遠賀町商工会)

平成13年より、遠賀郡内4町商工会により商工会合併を見越した広域連携としてスタート。元来結びつきの強い隣接する4町が手を組むことで、単独ではできない事業(農商工連携事業による特産品開発や人材育成等講習会等)の開催、合同役員研修会等、地域内小規模事業者に対し新たな成長・活躍の場を提供するなど、最も結びつきの深い機関である。現在、毎月1回、経営指導員による連絡会議を開催し、各種講習会の企画や商工会事業について、また、個別支援については、各地域の小規模事業者について情報交換を行っている。今後は、事業所連携等を積極的に取り入れ、新たな需要の開拓等を推進していく。

② おんが創業支援協議会 (郡内4行政、郡内4商工会、日本政策金融公庫八幡支店、遠賀信用金庫)

平成27年2月、遠賀信用金庫の呼びかけにより、遠賀郡内での創業を増やし、地域経済の活性化を図ることを目的に発足。毎月1回実行委員会にて、創業・第二創業者への創業セミナーや創業塾のカリキュラムの編成と各事業者の個別支援(金融相談含む)について情報交換を行っている。今後も継続し、地域内の創業・第二創業の推進を図る。

③ 商工観光協議会 (芦屋町産業観光課、芦屋町観光協会、芦屋町商工会)

平成25年より町担当課を中心に毎月1回実施。地域の総合的な振興を目指し、主に3者に共通する商工施策や観光事業、小規模事業者についての情報交換を行っている。当協議会の連携を深めることにより、今後、観光イベント等の開催に対応した地域内小規模事業者のビジネスチャンスにつなげる。さらに、平成26年12月より創業にあたり創業等促進支援事業補助金と中心市街地商店街の空き店舗対策として2年間の家賃補助制度が創設、

(別表2)

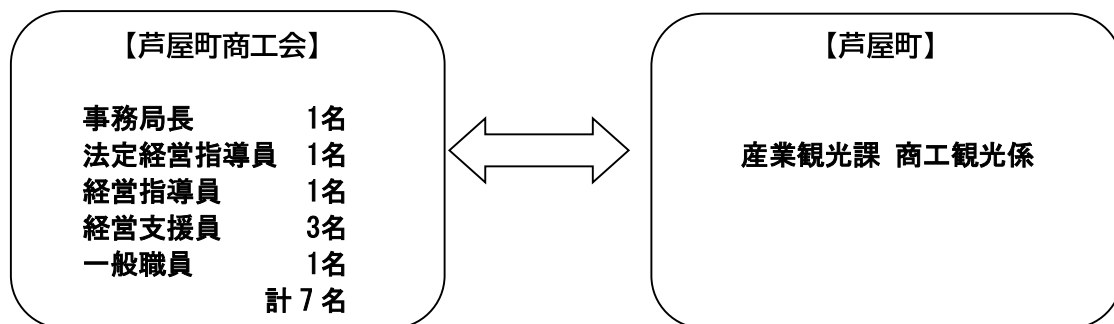
経営発達支援事業の実施体制

経営発達支援事業の実施体制

(令和3年10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)

芦屋町商工会 経営発達支援計画実施体制



(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法定経営指導員の氏名、連絡先

氏名 西住 孝宏

連絡先 芦屋町商工会 093-222-2111

②法定経営指導員による情報の提供及び助言(手段、頻度等)

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、事業の評価・見直しをする際の必要な情報の提供等を行う。

(3) 商工会/商工会議所、関係市町村連絡先

①芦屋町商工会

〒807-0113

福岡県遠賀郡芦屋町中ノ浜9番52号

TEL: 093-222-2111/FAX: 093-222-1201

MAIL: ashiya@shokokai.ne.jp

②芦屋町役場

〒807-0198

福岡県遠賀郡芦屋町幸町2番20号

産業観光課 商工観光係

TEL: 093-223-3542/FAX: 093-223-3927

MAIL: kanko@town.ashiya.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	473	715	858	1,100	1,192
・ 専門家派遣費	120	240	240	360	360
・ 経営分析 セミナー開催費	50	50	100	100	100
・ IT推進 セミナー開催費	50	100	100	150	150
・ 事業計画策定 セミナー開催費	50	100	100	150	150
・ 需要動向調査	160	160	240	240	320
・ 専門家旅費	27	49	54	76	76
・ 通信費	16	16	24	24	36

(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、国補助金、県補助金、町補助金等

(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 並びに法人にあつては、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