

広川町商工会 経営発達支援計画
令和6年度 事業報告書

令和7年5月1日事業評価委員会における評価委員の総括

自 令和6年4月 1日
至 令和7年3月31日

令和7年 4月

目次

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事 | …P 2 |
| 2. 需要動向調査に関する事 | …P 4 |
| 3. 経営状況の分析に関する事 | …P 7 |
| 4.事業計画策定支援に関する事 | …P 8 |
| 5.事業計画策定後の実施支援に関する事 | …P 11 |
| 6.新たな需要の開拓に寄与する事業に関する事 | …P 13 |

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

| | |
|---------------------|-------|
| 1.経営指導員等の資質向上等に関する事 | …P 17 |
|---------------------|-------|

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

(実施の概要)

第1期計画(平成29年認定)では、新鮮な情報をいち早くHPで掲載するために公表回数にこだわり、得られた情報について専門的な比較分析が十分にできていなかった。また、外部機関が行った調査結果を基に分析する手法を取っていたため、域内の経済状況の実情に沿った分析ができていたとは言い難い。

第2期計画(令和4年認定)では、ビッグデータや統計資料なども活用し、更に域内の景況を全国や県内と比較分析するよう改善し実施している。

(目標と実績)

| | 公表方法 | R5 目標 | R5 実績 | R6 目標 | R6 実績 |
|-----------------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| ①ビッグデータを活用した分析結果の公表回数 | HP 掲載 | 1回 | 1回 | 1回 | 1回 |
| ②域内小規模事業者景況調査の公表回数 | HP 掲載 | 4回 | 4回 | 4回 | 4回 |

(令和6年度の具体的な取り組み)

① 国が提供するビッグデータの活用

「RESAS」(地域経済分析システム)及び市場情報評価ナビ MieNa を活用して得られた地域の経済動向の情報について、経営指導員等が中小企業診断士と連携し分析を実施した。得られた結果については、本会 HP に掲載し、域内小規模事業者(会員問わず)に広く公表し、要望に応じて事業計画策定の支援に活用した。

・令和6年度地域経済動向調査 … [資料1](#)

【調査項目】

- ・地域経済循環マップ:地域経済の全体像の分析、お金の流入の状況分析
- ・生産分析:強い産業の分析
- ・人口マップ:将来人口予測や年齢構成の分析
- ・まちづくりマップ:流入人口、滞在人口等の人の動きの分析
- ・産業構造マップ:産業の現状と構造の分析

② 域内小規模事業者景況調査分析

広川町商工会の独自事業として、地域の状況を的確に示した地域経済情報の提供を行うため、製造業、建設業、卸売業、小売業、サービス業全 50 社に対し、年 4 回の景況調査を実施した。

調査結果については、中小企業診断士と連携し分析を行い、4 半期毎に HP に掲載し、域内小規模事業者(会員問わず)に広く公表し、要望に応じて事業計画策定の支援に活用した。

- ・4-6 月景況調査分析(令和 6 年 6 月 6 日公表) … [資料2](#)
- ・7-9 月景況調査分析(令和 6 年 10 月 7 日公表) … [資料3](#)
- ・10-12 月景況調査分析(令和 6 年 12 月 23 日公表)… [資料4](#)
- ・1-3 月景況調査分析(令和 7 年 3 月 27 日公表) … [資料5](#)

【調査項目】

売上高、営業利益、設備投資、資金繰り、従業員数、借入付加

③ ①②の成果の活用

また、①②の結果について、経営相談時に個別に事業者へ情報提供し、自社が置かれた外部環境の状況について認識を高め、事業計画の掘り起こしにつなげた。

- ・分析結果を活用して策定した事業計画策定 69 計画

===事業評価シート===

本事業についての評価について、ご記入をお願いします。

(判定)

- ・A:実施され効果(活用)が見られたもの、もしくは期待できるもの
- ・B:実施されたが効果(活用)が見られないもの、もしくは不明のもの
- ・C:実施されなかった、もしくは実施されたが回数等が大幅に目標を下回っているもの

(評価)

職員一体となって、取組を進めているのがよくわかります。
取組に、目的意識があり、その効果を増していると考えます。
目標達成でき、評価できます。

2. 需要動向調査に関すること

(実施の概要)

第1期計画(平成29年認定)では「ひろかわ藍彩市場」に出店している小規模事業者に対してPOSデータ分析は、季節ごとの売れ筋商品の入れ替えや商品開発などの参考資料として有益に機能してきた。しかし、新商品開発への一歩踏み込んだ支援に活かすまでには至っていない。また、商談会でのバイヤー需要調査も、支援事業者や商品に合わせた調査項目ではなく統一のシートを利用していたことから、形骸的な分析結果となってしまっており、売れる商品づくりに活用できているとは言い難い。さらに、観光客に実施した消費者需要動向調査では、広川町地域資源の認知度が低いことが課題として浮彫となったものの、具体的に消費者が求める需要の洗い出しにまで結びつかなかった。

第2期計画(令和4年認定)では、より消費者需要やバイヤーニーズの洗い出しに繋がり分析精度が上がるよう改善し実施している。

(目標と実績)

| | R5 目標 | R5 実績 | R6 目標 | R6 実績 |
|---------------------------------|-------|-------|-------|-------|
| ① テストマーケティングによるお客様アンケート調査分析対象者数 | 2者 | 3者 | 3者 | 3者 |
| ② 首都圏商談会等におけるバイヤーニーズ調査分析対象事業者数 | 4者 | 7者 | 5者 | 7者 |
| ③ 「ひろかわ藍彩市場」POSレジデータ分析対象事業者数 | 2者 | 2者 | 2者 | 2者 |

(令和6年度の具体的な取り組み)

① テストマーケティングによるお客様アンケート調査の実施

域内飲食店及び地域資源を活用した商品販売を行う小売店を中心とした3事業者に対し、消費者モニターによる覆面調査を実施した。昨年度は、まち子のおやつに出店する3事業者に対し実施したが、本年度は広く業種対象を広げ公募し、希望者3社を選定した。

調査目的:消費者需要動向調査を実施し、顧客の需要を的確に捉えた商品開発や改良、サービス向上の支援を行い、支援事業者の売上拡大に繋げる。

調査内容:消費者モニターによる覆面調査、フィードバック面談

調査対象:飲食店、小売店、食品製造業者

調査時期:11月～12月

フィードバック面談:1月14日(火) 専門家 安河内 真理子氏、事業者3社、指導員
委託先:ビジネスリファイン(株)

【結果の活用】

調査結果を分析し専門家から分析結果の活用方法を指導していただいたことにより、顧客の需要を的確に捉えることができた。また、その後の商品開発や改良、サービス向上につながった。

表1 調査対象 消費者モニター調査結果 結果報告書 業種別集計 2024年1月 対象 株式会社みんがわ食品 調査内容 1次

| 項目 | 調査結果 | 分析結果 | 活用方法 | 活用状況 |
|------|--|-------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|
| 商品 | 商品の味、香り、食感、パッケージ、価格、見やすさ、利用シーン、味、色、大きさ、価格、見た目、パッケージ、ネーミング、品質管理情報など | 味、色、大きさ、価格、見た目、パッケージ、ネーミング、品質管理情報など | 味、色、大きさ、価格、見た目、パッケージ、ネーミング、品質管理情報など | 味、色、大きさ、価格、見た目、パッケージ、ネーミング、品質管理情報など |
| サービス | 接客サービス、予約制、情報発信、商品提案、商品改良 | 接客サービス、予約制、情報発信、商品提案、商品改良 | 接客サービス、予約制、情報発信、商品提案、商品改良 | 接客サービス、予約制、情報発信、商品提案、商品改良 |



【成果】

- A 社:従業員の接客サービスにマニュアル化しすぎているところがあり、現場の裁量に任せるよう体制見直しに繋がった。(売上昨年対比 115%増)
- B 社:完全予約制がはっきりと伝わる情報発信の仕方を見直し、季節ごとの商品を提案した。2月の恵方巻を商品化し予約営業により10万円の売上獲得につながった。(売上昨年対比 105%増)
- C 社:消費者モニターによる商品評価を受け商品改良に繋がった。(創業のため比較なし)

② 首都圏商談会等におけるバイヤーニーズ調査

全国展開を目指すには、首都圏の需要動向に合わせた商品改良が必要であるため、商談会出展支援事業では、出展に係る事前指導から事後指導まで一気通貫で支援しており、この支援の一つとしてバイヤーニーズ調査を行った。商談会等で来場バイヤーへの聞き取りアンケート実施し、分析結果を出展者へフィードバックした。

【調査項目】

評価項目(ターゲット、商品特徴、商品表示、利用シーン、味、色、大きさ、価格、見た目、パッケージ、ネーミング、品質管理情報など)を事業者ごとにカスタムし実施。

【分析対象者数】

- ・アグリフード EXPO 2社
- ・Food Style Kyushu 2024 2社
- ・東京インターナショナルギフトショー春 2025 3社

【結果の活用と成果】

各出展事業者と商談したバイヤーへ職員がアンケート調査を行い、成約・不成約に至った理由や評価点及び改善点を調査することにより、支援事業者が想定していないニーズに気が付くことができ、商品改良や新商品開発の基礎資料として活用した。

③ 当会運営の「ひろかわ藍彩市場」POS レジデータの分析

広川町産業展示会館の物産館「ひろかわ藍彩市場」及び福岡県商工会連合会のアンテナショップ「DOCORE」に出展している八女茶製造業者 2 社に対し、各 POS データを集計し、今後の消費者の需要動向の予測について分析した。結果について、両出店者に対してフィードバックを行い、商品改良の基礎資料として活用した。

【調査項目】

購買額集計、購入者数、売れ筋商品、季節変動状況、顧客分析、顧客の声

【分析対象者数】

八女茶製造販売業者 2 社

【結果の活用】

分析結果から顧客のニーズを洗い出し具体的に伝えたことで、商品アイテムの見直しや商品改良・新商品開発に繋画った。

【成果】

D 社:DOCORE において茶葉の一煎パックが売上好評な A 社に対して、顧客分析を行った結果、ティーパック形式の商品開発に繋がった。令和 7 年度より店頭販売予定である。

E 社:顧客需要の分析結果からパッケージや内容量の小パック化により若年層や観光客需要の獲得が期待できる事がわかり、次年度に取組みを支援することとなった。

===事業評価シート=====

本事業についての評価について、ご記入をお願いします。

(判定)

- ・A:実施され効果(活用)が見られたもの、もしくは期待できるもの
- ・B:実施されたが効果(活用)が見られないもの、もしくは不明のもの
- ・C:実施されなかった、もしくは実施されたが回数等が大幅に目標を下回っているもの

(評価)

客観的な POS データ、アンケートをしっかりと取っている点が、評価できます。
また、積極的な取組を行っており、評価できます。
目標を見据えて、具体的な行動ができています。

3. 経営状況の分析に関すること

(実施の概要)

第1期計画(平成29年認定)における支援では、事業者の中には、未だ必要に駆られて経営分析を行う姿勢が見受けられ、事業者自身が経営課題の発見のために経営分析を行うまでには至っていない。また、新たな課題の発見に繋がるような分析精度を上げることが出来ていない。

第2期計画(令和4年認定)では分析精度を上げるために、定性と定量を総合的に分析でき、かつ事業者自身ができる分析ツールを活用する。分析精度を上げることから、分析を実施する事業者を事業計画策定の意欲が高い事業者に選定し実施する。また、専門的課題に対しては、専門家や関係支援機関と連携し、課題に対する対応までを総合的に支援している。

(目標と実績)

| | R5 目標 | R5 実績 | R6 目標 | R6 実績 |
|--------|-------|-------|-------|-------|
| 分析事業者数 | 40 者 | 63 者 | 40 者 | 69 者 |

(令和 6 年度の具体的な取り組み)

相談対応時において経営分析の重要性について説明し、事業計画の掘り起こしを行った。補助金活用や経営革新計画などの事業計画策定支援時には、地域動向調査や需要動向調査結果を踏まえ、SWOT 分析だけでなく定量分析も行い、強みの確認と課題の洗い出しを行った。

また、事業遂行に係る資金調達時においては、財務分析のみならず定性分析も併せて行い、必要に応じて計画見直しと資金繰り支援を合わせて実施することで、事業実現性を高めた。

- ・事業分析事業者数 69 者 / 支援カルテ数 490 件
- ・事業計画実施に伴う資金調達 10 者 / 支援カルテ数 34 回

(成果の活用)

定量分析結果と定性分析結果を基に課題を洗い出し、対応すべき課題の整理をおこなった。さらに、課題解決のために補助金の活用や、資金繰り支援に必要な経営改善計画などの事業計画策定支援を行った。また、分析結果と共に相談者の経営状況や支援状況について電子カルテとして共有サーバーに整理保管し、どの職員が対応しても同じ支援を提供できる環境整備だけでなく、職員の業務軽減に繋げている。

=== 事業評価シート ===

本事業についての評価について、ご記入をお願いします。

(判定)

・A: 実施され効果(活用)が見られたもの、もしくは期待できるもの

・B: 実施されたが効果(活用)が見られないもの、もしくは不明のもの

・C: 実施されなかった、もしくは実施されたが回数等が大幅に目標を下回っているもの

(評価)

取組が具体化されている点が、評価できます。
各種計画の実行支援も十分に成果をあげています。
1社に対する支援数も多く、評価できます。

4. 事業計画策定支援に関すること

(実施の概要)

第1期計画(平成29年認定)を経て、計画に基づいた事業展開により海外や全国展開に繋がっている事業者や、改善計画の策定により経営の立て直しに繋がった事業者もあり、成果を上げている。創業についても、単なる創業計画策定にとどまらず、必要に応じて、資金繰り計画や事業計画の策定を支援し金融機関に提供するなど、金融機関と連携した創業支援に繋がっている。さらに、支援対象者の多くは、事業計画の見直しや新たな事業ごとに策定するなど、事業計画策定の必要性の浸透と定着化に繋がった。

第2次計画(令和4年認定)でも引き続き、事業計画策定を目指す小規模事業者の掘り起こしにより、新たな需要開拓に繋がる効果的な事業計画策定支援が必要である。また今後は、デジタル技術を利用して事業展開することが主流となることが想定され、デジタルによる変革を迅速に経営とICT戦略に織り込むことが、経営資源が限られた小規模事業者の競争力維持・強化には必須である。

(支援に対する考え方)

補助金申請等を目的とした事業計画策定ではなく、事業者自身が自社の経営課題を意識し、今後の方向性について検討するための事業計画に重点を置く。そのため、対象事業者は、事業計画を策定し経営力向上に意欲の高い小規模事業者を選定し、3.～5.で行った各種分析(地域経済動向分析、需要動向分析、経営分析)で明らかとなった課題に対し解決へ向けた事業計画を支援する。また、事業計画策定前段階において、DXに向けたセミナーを行い、小規模事業者の競争力の強化を目指す。

(目標と実績)

| | R5 目標 | R5 実績 | R6 目標 | R6 実績 |
|---|---------------------|----------------------|---------------------|----------------------|
| ①DX 推進セミナー (個別相談会) | 1回 | 1回 | 1回 | 0回 (16回) |
| ②創業セミナー | 1回 | 1回 | 1回 | 1回 |
| ③事業計画策定事業者数 (うち創業計画策定数) (うち事業承継計画策定数) | 20者 (5者) (1者) | 43者 (11者) (0者) | 20者 (5者) (1者) | 54者 (25者) (0者) |

(令和6年度の具体的な取り組み)

(1)DX 推進個別相談会の開催

当初デジタル技術を用いた経営改革について関心が高い者及び取引先拡大に対し IT 活用の必要がある小規模事業者に対し、各々の IT レベルに応じた解決法や対応を専門家と協議し提案する個別相談形式で行った。第2期発達支援計画策定当初は、セミナー形式で実施する計画であったが、相談事業者のレベル差が大きいことから、昨年度の事業評価委員会での意見を踏まえ、本年度は個別相談会形式にて実施し、事業計画の掘り起こしにつなげた。

【日時】令和6年7月1日～令和7年1月31日(全16回)

【講師】WEBディレクター 原 美穂 先生

【参加者】延68者

(2)創業セミナーの開催

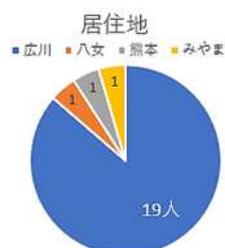
創業者(予定者)については、創業において必要な「事業計画」「資金調達」「労務」「税務」「経営法務」「販路開拓」など創業に必要な基本知識の習得を目指ため、広川町及び金融機関と連携し創業塾を開催した。また、カリキュラムでは「ICTの活用」についても学び、DX推進による新ビジネスの創出を支援した。受講者には創業計画の策定に繋げた。

【日時】令和6年10月12日(土)・13日(日)

【講師】中小企業診断士、日本政策金融公庫、
筑後信用金庫、福岡銀行

【参加者数】22名

【卒業者】21名



- ・女性の創業意欲は高い
- ・参加者の86%が町内在住
- ・平均41歳(最年少20歳/最高齢66歳)
- ・開業済み参加者5名
- ・R7開業予定7名

(3)事業計画策定支援

| | |
|---------------------|------------------------|
| ◆経営指導員等による事業計画策定支援 | 490回(経営指導カルテより) |
| ◆事業計画策定支援事業所数事業所 | 54社(70計画) |
| ・経営改善計画書 | 策定事業所 5事業所(指導回数 35回) |
| ・経営革新計画 | 策定事業所 4事業所(指導回数 40回) |
| ・経営力向上計画 | 策定事業所 1事業所(指導回数 8回) |
| ・先端設備等導入計画 | 策定事業所 1事業所(指導回数 7回) |
| ・事業継続力強化計画 | 策定事業所 6事業所(指導回数 38回) |
| ・創業計画 | 策定事業所 25事業所(指導回数 104回) |
| ・持続化補助金 | 策定事業所 6事業所(指導回数 94回) |
| ・IT導入補助金 | 策定事業所 1事業所(指導回数 7回) |
| ・福岡県事業再建支援補助金 | 策定事業所 4事業所(指導回数 48回) |
| ・福岡県省エネ導入支援補助金 | 策定事業所 1事業所(指導回数 18回) |
| ・福岡県チャレンジ応援補助金等 | 策定事業所 1事業所(指導回数 27回) |
| ・経営革新賃上げ環境整備緊急支援補助金 | 策定事業所 2事業所(指導回数 11回) |
| ・広川町小規模事業者支援補助金 | 策定事業所 11事業所(指導回数 53回) |

===事業評価シート===

本事業についての評価について、ご記入をお願いします。

(判定)

・A:実施され効果(活用)が見られたもの、もしくは期待できるもの

・B:実施されたが効果(活用)が見られないもの、もしくは不明のもの

・C:実施されなかった、もしくは実施されたが回数等が大幅に目標を下回っているもの

(評価)

地域特性にあった取組を、実施していると思われます。

特にDX化における個別相談を強化した取り組みは効果が非常に高いと考えます。

承継計画が今後の課題ですので、その取り組みも必要です。

さらに、外部との連携も行ってほしい。

5. 事業計画策定後の実施支援に関すること

(実施の概要)

第1期計画(平成29年認定)では、伴走型補助金等を活用して定期的に経営個別相談会を開催しており、更なる支援が必要と判断される事業者には、専門家を交えて課題への対応策を検討してきた。フォローアップでは新たな事業計画策定や補助金活用など、次の支援に繋がるケースが多い。

しかしながら、支援の過程の中で自走に繋げることができておらず、また事業者においても、伴走型の支援を求める傾向があり、結果、経営指導員一人当たりの支援先数が膨らんでいる状況にある。

第2期計画(令和4年認定)では、商工会の限りあるマンパワーの中で、より効率的かつ効果的に行う体制を作るために、経営指導員と経営支援員が職種の壁を越え一丸となり、定期的なヒアリングによるフォローアップを実施し、事業者に寄り添った伴走型支援に取り組んでいる。

(支援に対する考え方)

定期的な巡回を中心としたフォローアップを実施し、事業計画に基づく進捗確認と予実管理を行う。その中で、事業者が自ら実施し事業計画に基づく行動の定着を目指す。

フォローアップ支援は全ての事業計画策定事業者が対象であるが、事業計画の進捗状況や支援の緊急性に応じて、訪問回数を増やし、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差し支えない事業者を見極めたうえで、フォローアップ頻度を設定する。

(目標と実績)

| | R5年目標 | R5年実績 | R6年目標 | R6年実績 |
|-----------------------|-------|-------|-------|-------|
| フォローアップ対象事業者数 | 20者 | 48者 | 20者 | 67者 |
| (うち創業フォローアップ支援事業者数) | (5者) | (16者) | (5者) | (18者) |
| (うち事業承継フォローアップ対象事業者数) | (1者) | (0者) | (1者) | (0者) |
| 頻度(延回数) | 152回 | 136回 | 152回 | 234回 |
| 売上増加事業者数 | 11者 | 27者 | 13者 | 22者 |

(令和6年度の具体的な取り組み)

- ①事業計画を策定した事業所に対し、専門家及び経営指導員等で策定した事業計画の実現性を図るためフォローアップ支援を行った。計画実施後に直面した課題に対しては、適切な助言を行い課題解決に導くよう支援した。

◆事業計画策定後のフォローアップ支援

- ・中小企業診断士等による経営個別相談会

日時:令和6年7月1日~令和7年1月31日

支援事業者数:16者

指導件数:32回

- ・経営指導員等による支援 234回(経営指導日誌より)

◆各事業計画後のフォローアップ実績

| | | |
|---------------------|------------|----------------|
| ・経営改善計画書 | フォローアップ事業所 | 4事業所(指導回数19回) |
| ・経営革新計画 | フォローアップ事業所 | 7事業所(指導回数9回) |
| ・経営力向上計画 | フォローアップ事業所 | 1事業所(指導回数1回) |
| ・事業継続力強化計画 | フォローアップ事業所 | 5事業所(指導回数11回) |
| ・創業計画 | フォローアップ事業所 | 18事業所(指導回数40回) |
| ・持続化補助金 | フォローアップ事業所 | 13事業所(指導回数73回) |
| ・ものづくり補助金 | フォローアップ事業所 | 1事業所(指導回数9回) |
| ・IT導入補助金 | フォローアップ事業所 | 1事業所(指導回数3回) |
| ・事業再建支援補助金 | フォローアップ事業所 | 4事業所(指導回数34回) |
| ・福岡県省エネ導入支援補助金 | フォローアップ事業所 | 1事業所(指導回数10回) |
| ・福岡県チャレンジ応援補助金等 | フォローアップ事業所 | 2事業所(指導回数9回) |
| ・経営革新賃上げ環境整備緊急支援補助金 | フォローアップ事業所 | 2事業所(指導回数5回) |
| ・広川町小規模事業者支援補助金 | フォローアップ事業所 | 8事業所(指導回数11回) |

===事業評価シート===

本事業についての評価について、ご記入をお願いします。

(判定)

- ・A:実施され効果(活用)が見られたもの、もしくは期待できるもの
- ・B:実施されたが効果(活用)が見られないもの、もしくは不明のもの
- ・C:実施されなかった、もしくは実施されたが回数等が大幅に目標を下回っているもの

(評価)

巡回状態からフォローアップまで、しっかり取り組まれてあります。
目標達成しているだけでなく、要望に応じて臨機応変に対応している点も評価できる。

6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること

(実施の概要)

第1期計画(平成29年認定)では、八女茶、久留米餅、八女杉などの地域資源を活用し需要に合わせた新商品開発に取り組む、目標を大きく上回る成約数に繋がった事業者もあった。一方、支援企業が固定化されつつあり、新たな支援ニーズの掘り起こしのためにも、商談会展展支援制度の見直しが必要である。

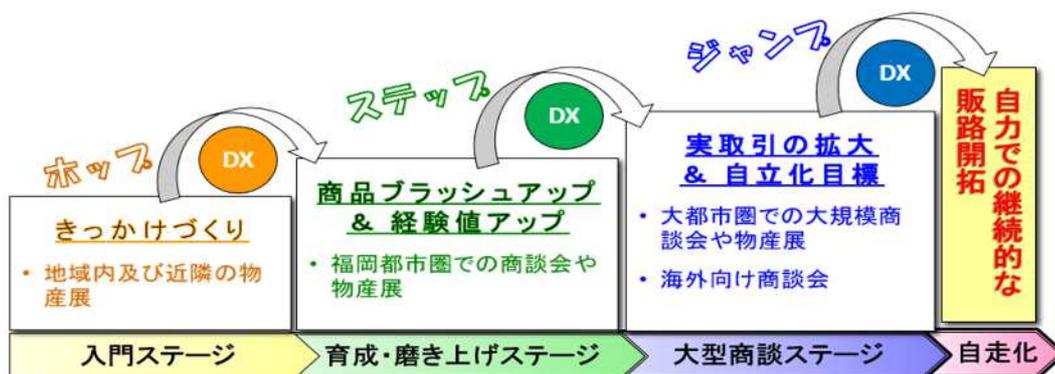
また、コロナによる需要の変化は域内においても、WEB販促に取り組んだ事業者と、そうでない事業者の差が顕著に現れてきており、第2期計画(令和4年認定)は、新たな販路開拓には、DX推進が不可欠であることを理解・認識してもらい地道に支援に取り組む。

(支援に対する考え方)

第2期でも事業計画を策定した事業者の出口支援として、事業者の成長ステージに合わせた出展支援を実施する。

DXに向けた取組みとして、データに基づく顧客管理や販売促進、SNSを活用した情報発信、ECサイトの構築等、WEB活用による販路開拓については、IT専門家と連携し、事業者の理解深度やITスキルに応じて段階的及び伴走的な支援を行う。

| | 支援対象 | 支援の目標 | 商談会等 |
|-------|---|--|--|
| ホップ期 | 特産品の開発に意欲的な事業者 | ・商品開発のきっかけづくり ・商品開発のセオリーを学ぶ | 町内 ① ひろかわ藍彩市場等 |
| ステップ期 | 地域資源を活用した既存商品を改良し更なる販路開拓を図る事業者 | ・商品のブラッシュアップ ・顧客ニーズを商品に活かすノウハウを身に付ける | 県内 ① DOCORE ふうおか 商工会ショッブ ② Food Style Kyushu |
| ジャンプ期 | 地域資源を活用した商品で、品質や生産体制に問題がなく、全国や海外への販路拡大を目指す事業者 | ・全国展開や海外展開に必要な生産体制の構築や、品質基準、知的財産の構築 ・成約数の増加 | 大都市圏 ① ニッポン全国物産展 ② 東京インターナショナルギフトショー 等 |



(目標と実績)

| | R5 目標 | R5 実績 | R6目標 | R6実績 |
|--------------------------------|--------|----------------------|--------|----------|
| 【BtoC】ひろかわ藍彩市場出展事業者数 | 2 者 | 2 者 | 2 者 | 3 者 |
| 売上高/者(平均) | 100 千円 | 664 千円 | 100 千円 | 1,162 千円 |
| 【BtoC】DOCORE ふくおか商工会ショップ出展事業者 | 2 者 | 2 者 | 2 者 | 5 者 |
| 売上高/者(平均) | 100 千円 | 846 千円 | 100 千円 | 2,025 千円 |
| 【BtoB】Food Style Kyushu 出展事業者数 | 2 者 | 2 者 | 2 者 | 2 者 |
| 成約数/者(平均) | 2 件 | 1 件 (商談中 3.5 件) | 2 件 | 2 件 |
| 【BtoB】東京インターナショナルギフトショー出展事業者数 | 2 者 | 5 者 | 3 者 | 3 者 |
| 成約数/者(平均) | 2 件 | 6.8 件 (商談中 3.6 件) | 2 件 | 11 件 |
| DX に向けた販路開拓支援者数 | 4 者 | 13 者 | 5 者 | 19 者 |
| 売上高/者(平均) | 200 千円 | 230 千円 | 200 千円 | 250 千円 |

(令和6年度の具体的な取り組み)

(1)商談会等出展支援事業

◎ホップ期事業者支援

令和6年度は地域資源である八女茶を活用し商品開発した事業者 2 者に対して、商品のブラッシュアップ支援を行った。そのブラッシュアップ後の商品の販路開拓の場として、広川町産業展示会館の特産品売場「ひろかわ藍彩市場」の活用を支援した。さらに「DOCORE ふくおか商工会ショップ」への出品支援も併せて行った。



《成果》

| | 藍彩市場 | DOCORE | 備考 |
|-----------|---------|-----------|----------|
| F 社(八女茶) | 349,437 | 1,057,692 | |
| G 社(八女茶) | 755,271 | 1,032,380 | |
| H 社(蜂蜜) | - | 35,000 | 7 月から |
| I 社(久留米餅) | - | 49,000 | 11 月から |
| J 社(八女茶) | 56,956 | 6,400 | R7.3 月から |

◎ステップ期事業者支援

地域資源を活用した既存商品を改良し、更なる販路開拓を図る食品製造業の小規模事業に対して出展支援を行った。今年度は創業フォロー事業として、創業 5 年以内の小規模事業者 2 者を選定し、出展支援を行った。

【Food Style Kyushu 2024】

日程:令和6年 11 月 13日(水)・14日(木)

会場:マリンメッセ福岡

支援事業者数:2 者

支援内容:出展ブース装飾指導、出展ブース出展料の補助、人的サポート等

《成果》

K 社(八女茶):商談数 5 件、成約数 1 件(見込み額 100 千円)、商談継続中 2 件

L 社(果樹):商談数 5 件、成約数 1 件(見込み額 0.3 千円)

◎ジャンプ期事業者支援

地域資源を活用した既存商品を改良し、市場の求める品質管理や生産体制構築にも取り組み、自ら課題解決する姿勢がある事業者については、大都市圏への出展支援を実施した。

【アグリフード EXPO 東京 2024】

開催日:令和 6 年 8 月 21 日(水)・22 日(木)

会場:東京ビッグサイト

支援事業者数:2 者

支援内容:出展ブース装飾指導、出展ブース出展料の補助、人的サポート等

《成果》

M 社(八女茶):商談数 15 件、成約数 3 件(見込み額 350 千円)

N 社(八女茶):商談数 4 件、成約数 3 件(見込み額 530 千円)

【東京インターナショナル・ギフトショー春 2025】

日程:令和 7 年 2 月 12 日(水)-14 日(金)

会場:東京ビッグサイト

支援対象者:地域資源を活用し商品開発を行った小規模事業者 3 者

支援内容:出展ブース装飾指導、出展ブース出展料の補助、人的サポート等

《成果》

○ 社(食品):商談数5件、成約数2件(見込み額 1,000 千円)

P 社(久留米糀):商談数29件、成約数8件(見込み額 2,100 千円)、商談継続中:13 件

Q 社(雑貨):商談数8件、成約数1件(見込み額 1,200 千円)、商談継続中:2 件

(2)DX に向けた販路開拓支援

DX を経営に取り入れるため、本年度は身近な IT の活用として以下の 2 つに取り組んだ。

① WEB 販促個別相談会の開催 … 4. 事業計画策定に関すること(1)に重複

デジタル技術を用いた経営改革について関心が高い者及び取引先拡大に IT 活用の必要がある小規模事業者に対し、各々の IT レベルに応じた解決法や対応を専門家と協議し提案する個別相談形式で行った。

日時:令和 6 年 7 月 1 日~令和 7 年 1 月 31 日(全 16 回)

講師:WEB ディレクター 原 美穂 先生

参加者:19 事業者 (延 68 者)

成果:WEB 販促を中心とした相談が多く、ほとんどは SNS や EC サイトを活用した集客や販路拡大の相談であった。1 事業者につき平均 3.5 回(平均 3-4 ヶ月)の相談があり、長期的な支援が多い。支援事業者において最大フォロワー数 500 名増、最大売上 1,800 千円増の成果に繋がった。

===事業評価シート===

本事業についての評価について、ご記入をお願いします。

(判定)

- ・A:実施され効果(活用)が見られたもの、もしくは期待できるもの
- ・B:実施されたが効果(活用)が見られないもの、もしくは不明のもの
- ・C:実施されなかった、もしくは実施されたが回数等が大幅に目標を下回っているもの

(評価)

サポートもしっかり対応されているようです。評価もよく、成果もでています。事業所のレベルに応じた支援をいしきされ、評価できます。自走の状況も明確にする必要があります。海外支援も取り組む時期にきていると考えます。

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取組

1. 経営指導員等の資質向上等に関すること

当会は職員の平均年齢が 40 才と比較的若い商工会であるため、経験不足により事業者の経営課題によっては支援の質にばらつきが生じる。また、課題解決への取組みと方針の立て方が一辺倒となりがちであり、様々な視点から課題を検証する力が不足している。これを補うため、職員全体の支援能力の底上げと補い合う仕組みが必要である。

また、策定支援した事業計画データは、事業計画の種類ごとに年度管理しており、担当外の職員には事業者が過去どのような事業計画を作成したかが分かりにくい状況である。事業者ごとに支援実績がわかるデータ整理と共有の仕組みが必要である。

(令和6年度の具体的な取組み)

(1)外部講習会等の積極的活用(OFF-JT)

福岡県商工会連合会が主催する義務研修に加え、下記セミナーに参加し知識習得に努めた。

① 職員向けセミナーの開催【自主開催】

・令和6年11月25日(月)14:00～17:00

テーマ 創業相談における経営力再構築伴走支援の具体的手法
「創業相談における商圈分析について」

講師 中小企業診断士 齋藤 久美 氏

成果 創業計画策定支援事業者数 26 者(25 計画策定)に繋がった

②外部セミナーへの参加

・令和6年6月19日 労働保険実務者研修(主催:福岡県労働保険事務組合)

参加者 経営指導員 1名

・令和6年8月 9 日 創業支援者研修(主催:中小企業支援協議会)

参加者 経営指導員 1名

・令和6年9月12日 人出不足解消支援セミナー(主催:福岡県)

参加者 経営指導員1名

・令和6年11月19日 人材課題解決ワークショップ(主催:経済産業省)

参加者 経営指導員1名

・令和7年1月7・8日 八女税務署管内税務研修会(主催:八女商工連絡協議会)

参加者 全職員

(2) 職員間の支援ノウハウ共有(OJT)

税務、労務、ICT 活用、経営指導など知識や経験のある職員がその能力を十分に発揮できるように、職員間の風通しが良い職場環境に努めた。また、そのノウハウを共有するために、日頃より職員間のコミュニケーションを密に務めた。

特に商談会出展支援では、経営指導員と経営支援員でペアとなり出展の事前支援から事後支援まで一連の支援の流れについて共有した。また、各自が習得したノウハウや事業者の支援事例、個別事業者支援の進捗状況については、毎朝行う職員ミーティングにおいて共有し、各職員が相互にノウハウの蓄積を図っている。

① データベース化

指導に当たった職員等が、イントラシステム上に経営カルテ入力を適時・適切に行い、支援中の小規模事業者の状況等を職員全員が相互共有できるようにし、当外の職員でも一定レベル以上の対応ができるようにしている。

事業者別のフォルダーを共有サーバー上に設置し、財務諸表や事業計画についても事業者ごとに暦年管理ができるようにしており、資金繰り支援などの急を要する相談においてもすぐに財務状況が把握できるようデータ管理に努めている。

===事業評価シート===

本事業については数値目標設定のない項目になりますので、評価のみご記入をお願いします。

(評価)

経験、能力の個人差はあるが、取組意識や体制はしっかりできています。更なるスキルアップをお願いします。

支援者のモチベーション向上にも取り組む必要があります。

全職員の連携もみられます。今後は、DX や AI の積極的な取組が必要になると考えます。