

令和 5 年度

志免町商工会
事業評価書

令和 6 年 5 月

【経営発達支援事業事業評価の概要】

経営支援発達計画について

志免町商工会の計画内容は以下の通りである。

I. 経営発達支援事業

- ①地域の経済動向調査に関すること
- ②需要動向調査に関すること
- ③経営状況の分析に関すること
- ④事業計画策定支援に関すること
- ⑤事業計画策定後の実施支援に関すること
- ⑥新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること

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
- ②経営指導員等の資質向上等に関すること
- ③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

III. 地域経済の活性化に資する取組

事業評価委員会について

事業評価委員は商工会連合会、志免町、専門家の 3 者で構成され、事業評価委員会の取り組みについては、当会職員と事業評価委員との間で以下のように説明と質疑を行い実施された。

1. 職員より担当として実施した事業について委員へ説明
2. 各委員より担当者へ事業内容についての質問
3. 各委員は【評価・検証結果】および【講評】を評価

事業評価のとりまとめについて

事業評価委員の構成員である専門家(中小企業診断士)が事業評価で交わされた質疑や意見などに基づき評価書として取りまとめを実施した。

I. 経営発達支援事業

① 地域の経済動向調査に関すること

小規模事業者には、地域経済及び消費動向を用いて、よりの確な支援を行うため、①「RESAS(※)」活用による地域動向調査及び、②商工会独自調査を行う。

※「RESAS」は、自治体のデータが連携しており、人口・産業など信頼性の高い統計調査がグラフ等で表示されているため、直感的にわかりやすいシステムである。

(1) 現状と課題

地域経済状況調査については、(商工会独自ヒアリングシートを使用した)商工会独自調査を行い、志免町の小規模事業者の「経営状況や景況感」について集計分析し、その結果をホームページで公表している。

これまで、公表した調査結果データにビッグデータは含まれていない。当会において、ビッグデータは、事業者が「経営革新計画や補助金事業計画」を策定する際に、「MieNa」(市場情報評価ナビ)を使い、個者支援ツールとして活用するにとどまっていた。小規模事業者に対して、よりの確な支援を行うためには、商工会独自調査だけでは、情報量としては不足しているため、今後、商工会独自調査と合わせて、国のビッグデータ「RESAS」(地域経済分析システム)等を活用分析した上で、情報を提供する必要がある。

(2) 事業内容

- ① 国のビッグデータ「RESAS」等による地域経済動向分析
- ② 景気動向分析

(3) 目標と実績

内容	公表方法	現行	令和5年度	
			目標	実績
①地域の経済動向分析の公表回数	HP 掲載	—	1回	1回
②景気動向分析の公表回数	HP 掲載	1回	2回	1回

(4) 具体的な取組

- ① アンケートによる動向調査・公表
令和5年12月7日～令和6年1月12日にかけて、志免町プレミアム付電子商品券アンケートを通じた地域経済動向調査を、加盟店76社に実施した。また、集計結果を令和6年1月30日に志免町商工会ホームページ掲載した。
- ② 聴き取りによる景気動向調査
令和6年3月18日～27日、5回に亘って開催した商工会会員の地区協議会にて景気動向に関する調査を行った。

(5) 改善点

- ①商品券に関連する内容に偏ったため、次年度は目標に即した経済動向調査を行うように努めたい。
- ②当初は年4回のヒアリングを行う予定であったが、年に1回の調査となった。また、協議会に参加された方に限った調査となり調査数が少なかったため、次年度は計画的な調査が出来るよう努める。また、①②共に独自のヒアリングシートにて調査を行う予定だったが、聞き取りや定型の調査となってしまったため、次年度は分析に適したヒアリングシートを使用して調査を行う。

(6) 評価及び見直し案

【評価・検証結果】

A:達成水準と認められる/B:概ね達成水準にある/C:改善が必要である

(7) 【講評】

- 志免町プレミアム付電子商品券の実施及び実施後の商品券アンケートを通じた調査などの取り組みは有意義であり評価できる。
- 一方で、「RESAS」等による地域経済動向分析や独自のアンケートシートなどの準備が整わず課題も残した。次年度は、取り組み体制を整備し、遂行されることを期待したい。
- また、これらの情報をどのように有効活用していくのかも含め検討していきたいところである。「RESAS」については、トップページから入る『サマリー』の生成データを確認するだけでも分析につなげられるため、参考にして頂きたい。

② 需要動向調査に関すること

消費者の意見を取り入れたマーケットインの考え方を取り入れ、魅力ある「売れる商品」づくりを支援するために、志免町の小規模事業者の商圏内で開催されるイベント(商工まつり等)会場にて小規模事業者の商品等を飲食又は、使用してもらい、その場で商品に対するアンケート調査行う。
また、当該調査の分析結果を事業計画に反映する。

(1) 現状と課題

本調査について、これまで商工まつりのイベント会場等で実施していたが、近年は、新型コロナウイルスの関係でイベントが中止となり実施できていなかった。そのため、事業者の計画策定等支援の際に、専門機関が公表している需要動向情報を参考資料として提供したが、漠然とした情報提供となったため、効果的な事業者支援に繋がっていなかった。地域住民の年齢の変化など消費者ニーズや嗜好が変化していくにもかかわらず、小規模事業者の多くは、自社の経験や思い込み、自社が作れるものを基準とした商品づくりを行う傾向があり、市場ニーズと合わずに売上成果に繋がらないケースが散見される。さらに、小規模事業者が自ら需要動向できない又は思いつかないケースも多々あるため、当会において需要動向調査を支援し、商圏の消費者の声を取り入れ、プロダクトアウトでなくマーケットインの考えを浸透させ、消費者ニーズに合った売れる商品開発、改良について気づきを与えながら提案していく必要がある。

(2) 事業内容

① 一般消費者アンケート調査

(3) 目標と実績

内容	現行	令和 5年度	
		目標	実績
一般消費者によるアンケート調査/対象事業者数	—	5者	5者

(4) 具体的な取組

① 消費者モニター調査の実施
令和5年10月～令和5年11月にかけて消費者モニター調査を実施。味・価格・接客等の基本的な部分の他、事前に対象事業者が重視する点をヒアリングし調査項目を設定した。各店舗5名の調査員による結果報告を基に12月は専門家を交えて個別にフィードバック面談を実施。消費者が考える商品及びサービスの付加価値を改めて認識し、事業者の商品及びサービスの改良に繋がる気づきを与える事ができた。

(5) 改善点

① 当初は商工まつり等のイベント会場にて商品の飲食及び使用をされた方に商品に対するアンケート調査を行う予定だったが、アンケート調査実施前に効果的な分析が見込める手法として消費者モニター調査が挙げられたため内容を変更して実施した。商品及びサービスに対する調査員からの詳細な報告が得られたものの、イベント会場でのアンケート調査にて予定していたサンプル数50人を下回るため、次年度はイベント会場でのアンケート調査を実施出来る様に努めたい。

(6) 評価及び見直し案

【評価・検証結果】

A:達成水準と認められる/B:概ね達成水準にある/C:改善が必要である

(7) 【講評】

- 消費者調査は覆面調査で実施された。『消費者視点のリアルな声を拾うことができる』『店舗の環境も反映した総合的な調査になる』など、対面調査とは別の視点の結果が得られ有意義な取り組みであると評価できる。
- また、目標の事業者数には達成しており、調査結果によって事業者に気づきを与えられた点も評価できる。
- 今後、対面調査も実施することで、対象者数は更に伸ばせる可能性も考えられ、更に有意義な取り組みが出来ることを期待したい。

③ 経営状況の分析に関すること

地域の経済動向調査(景気動向分析)及び需要動向調査を実施した小規模事業者、それ以外に、巡回相談や窓口相談等を通じて、売上向上を図る事業者・販路拡大を目指す事業者等を中心に事業計画策定支援が必要な小規模事業者の掘り起しを行う。

なお、経営分析については、対話と傾聴を通じて、小規模事業者自らが本質的な課題を抽出し、強み等の気づきを与えることを基本姿勢とする。

(1) 現状と課題

現在は、当会にて記帳指導や金融指導を行っている事業者や経営革新・補助金の申請支援事業者等に対して財務分析を推進しローカルベンチマークで簡易的な経営分析(財務分析)を実施しているが、非財務分析による自社の強みや課題など本質的な課題の抽出や提案までは行っていない。

特に近年のコロナ禍の状況下で、経営状況が大きくマイナスに転じている事業者が増えてきている中、経営分析の必要性は以前にも増して大きくなっている。経営基盤が脆弱な小規模事業者は、自社の強み・弱みを十分に把握し、この難局を乗り越えなければならない。

今後は、経営分析の必要性を「対話と傾聴」を通じて十分に理解させ、財務分析、非財務分析を通じて本質的な課題を把握し具体的な事業計画策定の必要がある。

(2) 事業内容

① 抽出財務分析は経済産業省の「ローカルベンチマーク」、中小企業基盤整備機構の「経営自己診断システム」を活用し、経営指導員等が分析を行う。なお、非財務分析は SWOT 分析(クロス SWOT 分析)のフレームを活用して整理する。

(3) 目標と実績

内容	現行	令和 5 年度	
		目標	実績
経営分析(事業者数)	30 者	60 者	53 者

(4) 具体的な取組

① 決算データ及び独自のヒアリングシートを利用した経営分析

決算データや金融実績を基に経済産業省が推進する経営診断ツール「ローカルベンチマーク」を使用した分析、ソリマチ株式会社の提供する「商工会クラウド・MA1」利用事業者に対し「経営分析システム」を使用した分析の他、専門家を交えた分析の三通りの方法を用いた財務分析を実施。また、非財務分析においては SWOT 分析のフレームを応用した志免町商工会独自のヒアリングシートを使用し、対話を通じて自社内外の状況を言語化し現状と目標のギャップに対する課題と対応策を提示する事で、財務と非財務の双方の分析結果を当該事業所へフィードバックした。

分析結果を開示することにより、事業所には現状と目標の間にある本質的な課題について気づきを与えることができた。

(5) 改善点

- ① 本年度は、令和5年10月から開始したインボイス制度(適格請求書等保存方式)の推進及び周知の他、持続化補助金などの補助金申請支援や、企業の規模を問わず緊急の支援を必要とする場面が多く、時間を要したため、目標達成には至らなかった。独自のヒアリングシートを用いた分析においても時間を要したため、シートの改良を重ねつつ次年度はより迅速に進めていける様に努める。

(6) 評価及び見直し案

【評価・検証結果】

A:達成水準と認められる/B:概ね達成水準にある/C:改善が必要である

(7)【講評】

- 目標数値にはわずかに達しなかったが、定量・定性の両面で、53者に取り組みられたことは大いに評価できる。一方で、定量・定性分析の関連性まで見出せると課題がより明確になり説得力は一段と高まるため、今後に期待したい。
- 申告時期の取り組みのため、短期間の形式的な調査になってしまう可能性もあるため、一社一社に目線を合わせた調査から、個社支援にいかせるように心がけたい。
- その意味で、前年までの実績を活用して、毎月数社ずつ分析を実施し、申告時期のみならず、少し長めの期間でじっくり取り組んでも良いかと考える。

④ 事業計画策定支援に関すること

事業計画策定の必要性を理解してもらうため、対話と傾聴を通じ、自らの経営分析を通じて、事業者が自社の強みや弱み等の本質的課題を把握した上で、事業者自らが、当事者意識を持って事業計画策定に能動的に取り組めるよう、経営者の内発的動機付けを行う。

事業計画策定支援前段階において、小規模事業者の競争力の維持・強化に向けて販路開拓や生産性向上を図るため、より実現性の高い事業計画の策定に寄与することができるよう、DXに向けたセミナーを行い経営改善への取り組みを支援する。

創業者等の育成については、より丁寧な伴走支援を行い、また事業承継支援が必要な小規模事業者に対しては、福岡県事業承継・引継ぎ支援センター等と連携して実現可能な事業計画策定支援を行う。

(1) 現状と課題

当会において、これまで事業計画書作成セミナーを開催してきたものの参加者が少なく、事業計画書策定の意義や重要性の理解が得られていないことが多い。小規模事業者は、日々の営業活動に追われていることが多いことから、自ら事業計画を策定する事業者は殆どいない状況であり、当会の事業計画策定支援においても、金融斡旋や補助金申請のための事業計画策定支援となっていることが多く、一時的な成果はあるものの、一過性の事業計画策定で終わっているケースも少なくない。

今日の急変する経営環境を乗り越えるためには、小規模事業者が自身の強みや弱みを把握した上で、今後の経営ビジョンや消費者ニーズに沿った事業計画策定が必要であると考えられる。

そのためには、事業計画策定の意義を理解してもらい、成り行き経営からの脱却、経営者自身が克服すべき5つの壁(①見えない②向き合わない③実行できない④付いてこない⑤足りない)を乗り越え、小規模事業者の経営改善と売上向上を目指していくことが必要である。

(2) 事業内容

- ① DX 推進セミナーの開催
- ② 事業計画策定セミナーの開催
- ③ 創業セミナーの開催
- ④ 事業承継計画策定

(3) 目標と実績

内容	現行	令和 5年度	
		目標	実績
①DX 推進セミナー	—	1回	2回
②事業計画策定セミナー	1回	1回	1回
事業計画策定事業者数	30者	30者	31者
③創業セミナー	1回	1回	1回
創業計画策定事業者数	11者	12者	13者
④事業承継計画策定事業者数	1者	3者	1者

※1. 事業計画策定支援目標数は、経営分析を行った事業者60者のうち5割程度／年を目指す。

※2. 創業計画策定事業者数は、経営指導員3名×4者を目標とする。

※3. 事業承継計画策定事業者数は、経営指導員3名×1者を目標とする。

(4) 具体的な取組

① DX 推進セミナーの開催

(1) 基礎から学べる弥生会計セミナー

開催日 令和5年9月27日、10月4日の2日間

参加数 13企業 2日間延べ29名

内容 経理や会計ソフト初心者に対して弥生会計を使った講習会を実施した。

(2) AIを使った事業計画策定セミナー

開催日 令和6年1月24日

参加数 14企業 14名

内容 ChatGPT、bingを使った、市場動向調査や顧客ニーズの洗い出し方法などを説明。

② 事業計画策定セミナーの開催

※上記(2)AIを使った事業計画策定セミナーと重複。

【事業計画策定事業者数】

31者に対し、地域経済動向調査や需要動向の結果も合せた経営目標や達成手段、売上計画等の今後のプランが明確に示された事業計画書や補助金申請書の策定を個別に支援した。

③ 創業セミナーの開催

開催日 令和5年9月9日、16日、30日の3日間

参加数 27名(志免町から9名が参加)

内容 志免町、宇美町、須恵町の3町合同で起業塾を開催した。

【創業計画策定事業者数】

起業塾参加者のうち融資申込者や個別対応による創業計画相談を支援し、創業融資申込や補助金申請に伴う計画策定等、合計13者に対して支援を行った。

④ 事業承継計画策定

事業承継が必要な事業者を掘り起こし、福岡県事業承継・引継ぎ支援センター等と連携して、1者に対して事業承継計画を策定した。

なお、事業承継関連指導は21者に対して延べ39回実施している。

【事業計画策定件数一覧】

計画名	完成	継続	断念	件数
計画策定支援	18	3	3	24
経営革新計画	2	0	0	2
経営計画	1	3	0	4
経営力向上計画	1	0	0	1
事業継続力強化計画	1	0	0	1
事業承継計画	1	0	1	2
先端設備等導入計画	1	0	0	1
創業計画	11	0	2	13
補助金申請支援	15	1	6	22
ものづくり補助金	0	0	1	1
小規模事業者持続化補助金	15	1	5	21
総計	33	4	9	46

※企業重複あり、計画断念や不採択も含めての件数

(5) 改善点

- 毎週定例で専門家による個別相談窓口を設置しており相談件数は増えているが、小規模事業者の多くは日々の業務が手一杯で事業計画に取り組むことが難しいことや、支援者である商工会のフォローアップ体制が構築できていないため、計画策定断念する事例も多かった。
- 多様な施策が増えている中、小規模事業者に対してスピード感を持って支援することも課題である。また、いかに早く施策を小規模事業者へ情報伝達できるかもカギである。

(6) 評価及び見直し案

【評価・検証結果】

A:達成水準と認められる/B:概ね達成水準にある/C:改善が必要である

(7) 【講評】

- 目標件数はほぼクリアしており評価できる。
- セミナーは弥生会計や AI などを取り上げ、関心を呼び込む切り口の工夫がされており、ニーズにマッチしている。更なるステップアップの内容も期待したい。
- 創業支援もセミナーと個別支援を実施し、件数としても充実しており評価できる。
- 計画策定を断念する事例が見られる点は、今後の課題とも言える。多様な施策が増えている中、いかに早く施策を小規模事業者へ情報伝達できるかもカギと言える。

⑤ 事業計画策定後の実施支援に関すること

事業計画は小規模事業者自身の事業計画であり、やる気や行動に対して内発的動機付けを行う必要がある。そのためには、事業者が自ら行動しチェックできるように経営者自身が「答え」を見いだすこと、対話を通じてよく考えること、経営者と従業員と一緒に作業を行うことで、現場レベルで当事者意識を持って取り組むことなど、当会の行うフォローアップを通じて、経営者へ内発的動機づけを行い、自走化に向けて潜在力の発揮に繋げることをスタンスとして支援する。

一定の頻度で定期的なフォローアップ回数を設けるが、事業計画の進捗状況や事業者の課題等により、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、フォローアップを行う。

(1) 現状と課題

現状では、事業計画策定を実施した事業者に対して、継続したフォローアップのヒアリングを随時、実施している。事業計画策定は、補助金申請支援に伴う事業計画策定が中心となっている。事業期間の短期間の計画実行においても、適切なフォローを行わないと、現状と計画との乖離が大きく生じて、計画自体実施されずに終わる事業者も多いのが実情である。

現状に記載のとおり、策定後のフォローを行わないと、日々の営業活動に追われる小規模事業者は計画どおりに実行していないことが多い。

また、定期的なフォローを通じて、事業計画の進捗状況を把握し、新たな経営課題が生じた場合には事業計画の見直しや、直面した課題の解決支援に速やかに対応するなど、さまざまな対応

が経営指導員等に求められる。限られたマンパワーでは対応できないことも想定されるため、経営支援員も含めた組織的支援体制を構築していく必要がある。

(2) 事業内容

- ① 計画策定フォローアップ
- ② 創業者フォローアップ
- ③ 事業承継フォローアップ

(3) 目標と実績

内容	現行	令和 5年度	
		目標	実績
計画策定フォローアップ事業者数	30 者	30 者	26 者
計画策定フォローアップ(延回数)頻度	317 回	120 回 (30 者×4 回)	104 回
売上増加事業者数	—	5 者	11 者
利益率 3%以上増加の事業者数	—	5 者	5 者
創業者フォローアップ事業者数	11 者	12 者	6 者
創業者フォローアップ(延回数)頻度	67 回	48 回 (12 者×4 回)	11 回
事業承継フォローアップ事業者数	1 者	3 者	1 回
事業承継フォローアップ(延回数)頻度	3 回	6 回 (3 者×2 回)	3 回

(4) 具体的な取組

- ① 計画策定フォローアップ
 - (1) 計画策定フォローアップ事業者数
 - (2) 計画策定フォローアップ(延回数)頻度
事業計画を策定した後、進捗状況を財務諸表やヒアリングなどで把握しながら、問題解決や新たな支援策の周知、資金需要がある場合は融資制度の斡旋などを行い、合計 26 者に対して 104 回の支援を実施した。
 - (3) 売上増加事業者数
計画策定フォローアップをした小規模事業者のうち、直近期の売上高等を把握している 15 者を調査し、そのうち 11 者の売上高が前年と比較して増加している。
 - (4) 利益率 3%以上増加の事業者数
計画策定フォローアップをした小規模事業者のうち、直近期の売上高等を把握している 15 者を調査し、そのうち 5 者の経常利益率が前年と比較して 3%以上増加している。

② 創業者フォローアップ

(1) 創業者フォローアップ事業者数

(2) 創業者フォローアップ(延回数)頻度

創業計画を策定した後、進捗状況を財務諸表やヒアリングなどで把握しながら、融資相談、記帳指導を中心とした指導を、合計 6 者に対して 11 回の支援を実施した。

③ 事業承継フォローアップ

(1) 事業承継フォローアップ事業者数

(2) 事業承継フォローアップ(延回数)頻度

事業承継計画を策定した後、承継後の進捗状況のヒアリングなどで状況把握しながら、問題解決や新たな支援策の周知、資金需要がある場合は融資制度の斡旋などを行い、合計 1 者に対して 3 回の支援を実施した。

(5) 改善点

- 必要に応じて定期的な進捗管理を行っているが実績確認のみに留まることも多く、問題や課題等を抽出・把握した改善計画や開拓支援までは行き届いていないことが多い。今後は事業者用チェックシートを利用した事業計画に基づく実施状況を確認しながら、新たな施策等の提案などフォローアップを行う。

(6) 評価及び見直し案

【評価・検証結果】

A:達成水準と認められる/B:概ね達成水準にある/C:改善が必要である

(7) 【講評】

- 計画策定フォローアップ事業者数及び回数は目標に及ばなかったが、売上増加事業者数の実績は目標の倍以上を達成し、利益率 3%以上についても目標を達成できている。
- フォローアップ事業者数や回数は、事業者支援の優先度に合わせて、メリハリのある支援回数により効果的なフォローアップの取り組みにしていくことも考えられる。
- 業務日誌の記録の徹底や支援員さんとの連携など、徐々に改善していくことで総合力アップにつながることを期待したい。

⑥ 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること

商工会が自前で展示会等を開催するのは困難であるため、既存の展示会等の出展を目指す。

なお、事業者の規模や段階にあった展示会を検討し、地元での販路開拓は「地元イオンへの催事の出展」、福岡市が商圏の場合は「DOCORE ふくおか商工会ショップ」への出品支援、九州又は全国規模を目指す場合は、「Food EXPO Kyushu」等とする。

また、出展に際しては、経営指導員等が商談の事前準備・事後のバイヤーへのフォローの仕方など出展支援を行うとともに、出展期間中には、陳列、接客など、きめ細かな伴走支援を行う。

また、DX の取組については、巣ごもり需要の増加など社会情勢が大きく変わったここ数年は、町内に

においても、DX 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いる。今後は、新たな販路の開拓には、DX 推進が必要であるということを理解・認識してもらい、取組みを支援していく必要がある。データに基づく顧客管理や販売促進、SNS 情報発信、EC サイト利用等の営業・販路開拓に関する個別相談対応を行い、理解度を高めた上で、導入にあたっては必要に応じて専門家と連携するなど事業者の段階に合った支援を行う。

(1) 現状と課題

小規模事業者にとって需要開拓に対するノウハウの欠落や自社の商品・サービスの販促方法や販促ツールの作成能力に乏しいことが現実である。また、オンラインによる販路開拓に対する関心はあるものの、知識の欠如や人材不足等の理由により、DX に対し何から取り組んで良いかの判断が滞っているため DX に向けた取組が進んでいない。

展示会や商談でのバイヤーや一般消費者への PR 不足で、成約に至らないケースが多くある。また、展示会出展の事前・事後のフォローが不十分であったため改善の余地がある。

今後は、新たな販路の開拓には DX 推進が必要であるということを理解・認識してもらい、取組みを支援していく必要がある。

(2) 事業内容

- ① 展示販売会(BtoC)事業・展示商談会(BtoB)出展事業
- ② DX に向けた販路開拓支援

(3) 目標と実績

内容	現行	令和 5 年度	
		目標	実績
①商談会等出展事業者(合計)	2 者	5 者	10 者
①の内訳			
ア)イオン即売会	2 者	2 者	6 者
売上額/者	10 万円	10 万円	318,090 円
イ)DOCORE 出品	—	2 者	0 者
成約件数/者	—	1 件	0 件
ウ)Food EXPO Kyushu 出展	—	1 者	4 者
成約件数/者	—	1 件	3 件
②DX 推進事業者	—	5 者	17 者
上記売上増加率/者	—	5%	3.3%

(4) 具体的実施内容

① 展示販売会(BtoC)事業・展示商談会(BtoB)出展事業					
(ア) イオン即売会					
催事名		開催日	出展数	売上高	
アビスパ福岡志免町応援デー		令和5年6月3日	2企業	110,290円	
ふくおか町村フェア		令和5年10月21日 ～22日	4企業	207,800円	
合計			6企業	318,090円	
※企業重複1者あり					
(イ) DOCORE 出品					
支援実績なし					
(ウ) Food EXPO Kyusyu					
催事名		開催日	出展数	成約件数	成約金額
Food EXPO Kyusyu		令和5年10月4日～5日	1企業	0件	0円
Food Style Kyusyu		令和5年11月14日～15日	3企業	3件	200,000円
合計			4企業		200,000円
② DXに向けた販路開拓支援					
専門家と連携したSNS活用、各種ソフト操作支援など、17者延べ25回の支援を実施した。なお、職員による簡易的なデジタル化支援は、72者延べ138回実施している。					
【DXに向けた販路開拓支援 売上増加率/者】					
専門家と連携したDX支援した17者のうち直近期の売上高等を把握している7者を調査し、そのうち4者の売上増加が見られ、売上増加率が前年と比較して平均3.3%となった。					

(5) 改善点

① 展示商談会については志免町商工会として初めての合同出展支援である上、参加企業も初めての商談会出展が多く、支援ノウハウや商談ノウハウが圧倒的に不足していた。開催前の事前準備、期間中の商談アピール力、開催後のフォロー体制の仕組化などを検討する必要がある。
② DX化やSNSによる広報、商品開発など、販路拡大に関する販路拡大支援は今後もニーズが高まっていくが、ITスキルは個社によってバラツキがあったため小規模事業者のIT力の底上げが必要であると感じた。支援現場では職員も各種WEB申請制度やSNSの知識を問われる場面も増え、施策等の特性や動向を掴みながら基礎的な操作方法を習得していかなければいけない。

(6) 評価及び見直し案

【評価・検証結果】

A:達成水準と認められる/B:概ね達成水準にある/C:改善が必要である

(7) 講評

- 目標の項目に対し、ほとんどの項目で大きく上回るとともに、具体的実施内容についても、高く評価できる。経験を重ね支援の向上が図られ効果的な取り組みとなっている。
- 展示会では、出展時に受けるバイヤーからの問い合わせや要望を専門家派遣などの活用でフォローアップにいかしていきたい。
- DX 支援では、昨年に引き続き、地元の事業者を活用し、身近な支援でニーズに細かく対処した有意義な内容となっている。更なる DX 化の推進に期待したい。
- 1 分動画の作成と放映の支援については記載がなかったが、DX 支援の中に入れても良いのではないかと考える。個社の取り組みでありながら、地域おこしにもつながっている。

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

① 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

現在、事務局長と経営指導員等で構成しているリーダー会議等を必要に応じて開催し、各事業の実施内容や進捗について協議している。また、外部有識者等で構成する志免町経営発達支援事業評価委員会を毎年 1 回開催し、事業成果の評価、見直しを図っており、その後、理事会にて事業成果等を報告したうえで、ホームページで公表している状況である。

事業評価委員会を通じて、評価委員より有益なアドバイスを頂くが、職員全体が多岐に渡る業務に追われていることや、発達支援事業の目標達成水準を満たすことが優先となり、一部の項目は本事業の目的とは乖離し効果的な事業になっていないケースもある。

今後はさらに、職場全体において経営発達支援事業について情報共有を強化し、職員の業務適正化を行い、事業の PDCA サイクルの実施体制を強化していく必要がある。

(2) 事業内容

- ① 職員による実施体制の強化と情報共有の強化
- ② 事業評価委員会の設置
- ③ 評価結果の報告および情報公開

(3) 目標と実績

・数値目標なし

(4) 具体的実施内容

- ① 職員による実施体制の強化と情報共有の強化
職員間の情報共有を図るための会議及び経営指導カルテ(経営指導員等が事業者に行った支援を記録したもの)の充実を図った。
- ② 事業評価委員会の設置
事業の評価に対する事業評価委員会を令和5年4月28日に実施した。
- ③ 評価結果の報告および情報公開
令和5年5月31日に志免町商工会ホームページ上で公表した。

(5) 改善点

- ① 職員による実施体制の強化と情報共有の強化
職員間で情報を確認・理解し共有できる経営指導カルテとなるよう、詳細な情報を記載することを心掛けてはいるものの、業務に追われカルテ記載が十分に出来なくなっているのが現状。常日頃からカルテ入力への癖づけを出来るよう努める。
- ② 事業評価委員会の設置
外部からみた事業の評価を定期的に行い、伴走支援のブラッシュアップを図っていく。
- ③ 評価結果の報告および情報公開
評価結果を委員会後速やかに公開し、当商工会の伴走支援を認知してもらうよう努める。

(6) 評価及び見直し案

【評価・検証結果】

A:達成水準と認められる/B:概ね達成水準にある/C:改善が必要である

(7) 【講評】

- 概ね計画通り実施出来ており評価できる。
- カルテの情報共有の改善を含め、当商工会の支援の総合力が、更に高められる可能性や、今後の伸びしろが十分にあると考えられるため、引き続き、創意工夫を図って頂きたい。

② 経営指導員等の資質向上等に関すること

(1)現状と課題

福岡県商工会連合会が開催している具体的な経営改善支援手法等の研修会へ参加していることに加え、毎年1～2回開催している職員内部研修会の開催、および税務署や労働局など外部組織の研修会に積極的に参加し、経営支援能力の向上に努めている。

小規模事業者の課題は多岐に渡る上、職員間で支援能力にバラつきがあるため、事業者支援に必要な情報を共有した上で、支援体制の構築と職員の資質向上に努めることが課題である。

また、生活様式の変容によりDXに関連する相談が増えている中、職員もDXに関連した支援スキルの習得が急務である。

(2)事業内容

<p>① 外部講習会等の積極的活用 関係機関による講習会・セミナーに積極的に参加し、対話と傾聴のノウハウや、個社の特性に沿った経営課題の抽出及び課題解決に向けた多提案力を取得する。</p> <p>② OJT 制度の導入 職員間による支援能力の格差をなくすため、支援経験の豊富なベテラン職員と若手職員でチームを編成する。小規模事業者に対する相談時に OJT 制度を積極的に実施し、商工会全体としての支援能力の底上げを行う。</p> <p>③ 職員定期ミーティングによる情報の共有 OJT 制度でのチーム編成による積極的な情報交換のほか、全職員を対象とした内部会議を毎月 1 回開催し、支援スキルの共有化を図る。また、支援事例の成果報告、事業者へのフォローアップ状況、支援内容の検討等について発表し、意見交換も行う。</p> <p>④ データベース化 小規模事業者の各種分析結果や事業計画書についてはデータ管理し、支援内容は事業者別の経営指導カルテを作成する。カルテについては全職員が情報共有できるようにし、支援に必要な情報を取得できるようデータベース化を行い、ノウハウを蓄積し支援能力の向上を図る。</p>
--

(3)目標と実績

・数値目標なし

(4)具体的実施内容

<p>① 外部講習会等の積極的活用 県連や粕屋管内等の講習会に積極的に参加し、事業者支援の充実を図った。また、事業者支援相談業務に活かせるよう、デジタルを活用した業務効率化につながる内部研修会を開催した(テーマ:商工会で今すぐできる業務改善 開催日:令和 5 年 7 月 11 日)。</p> <p>② OJT 制度の導入 チーム編成の構築を行うことが出来なかった。</p> <p>③ 職員定期ミーティングによる情報の共有 定期的なミーティングではなく、案件が生じた際に適宜ミーティングを行った。</p> <p>④ データベース化 カルテ内容の充実を図り、詳細な会員情報となるカルテ作成に努めた。</p>
--

(5)改善点

<p>① 外部講習会等の積極的活用 引き続き、業務体制も見直しながら講習会に参加し易い体制を作り、積極的に講習会を受講できる仕組み作りを行っていく必要がある。</p> <p>② OJT 制度の導入 体制づくりが不十分であったため、令和 6 年度は導入を行う。</p> <p>③ 職員定期ミーティングによる情報の共有</p>

適宜ミーティングを行っていたが、定例で行えるような体制づくりを行う。

④ データベース化

各職員のカルテの充実(精度の向上)を引き続き行っていく。

(6)評価及び見直し案

【評価・検証結果】

A:達成水準と認められる/B:概ね達成水準にある/C:改善が必要である

(7)【講評】

- 概ね計画通り実施されており、有意義な取り組みと言える。
- OJT 制度の導入については、体制作りにも更なる考えがあるということなので、今後に期待したい。また、研修で学んだエクセルなどの活用を現場でいかしていきたい。

③ 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

これまで、糟屋南部の 3 商工会(宇美町、須恵町、志免町)と合同セミナーや研修会を通じて情報交換等を実施してきた。また、志免町役場まちの魅力推進課、志免町飲食店組合、福岡地域中小企業支援協議会、日本政策金融公庫との情報交換について、年間 1~2 回ほど実施してきた。各支援機関から得た情報は担当職員のみで把握していることも多く、全職員で共有を図るには不十分であった。商工会全体として小規模事業者への支援ノウハウを効果的に生かされる体制ではないことが課題である。経営発達支援事業を円滑に実施するためにも各支援機関等との連携による情報交換を積極的に図り、その結果が支援先で生かされる体制づくりも必要である。

(2)事業内容

- ① 福岡県商工会連合会や糟屋管内商工会との連携
- ② 福岡地域中小企業支援協議会や福岡県事業承継引継ぎ支援センター等の公的機関との連携

(3)目標と実績

・数値目標なし

(4)具体的実施内容

- ① 福岡県商工会連合会や糟屋管内商工会との連携
 - ・3 町・商工会合同の起業塾を開催(令和 5 年 9 月 9 日、9 月 16 日、9 月 30 日)、及び起業塾開催に伴う合同会議(令和 5 年 4 月 25 日、8 月 9 日、令和 6 年 1 月 31 日)
 - ・福岡地区商工会経営指導員連絡会議(令和 5 年 7 月 20 日、12 月 5 日)
- ② 福岡地域中小企業支援協議会や福岡県事業承継引継ぎ支援センター等の公的機関との連携
 - ・福岡地域中小企業支援協議会総会(令和 5 年 4 月 27 日)、事業承継支援推進会議(令和 5

年 11 月 1 日)

- ・日本政策金融公庫マル経協議会(令和 5 年 7 月 3 日、令和 6 年 2 月 7 日)
- ・福岡県信用保証協会と粕屋ブロック商工会との勉強会(令和 5 年 7 月 3 日)

(5)改善点

定例的に情報共有が出来る場を設け、当商工会及び関係機関がそれぞれの課題・問題を協議し、解決できるよう実施していきたい。

(6)評価及び見直し案

【評価・検証結果】

A:達成水準と認められる/B:概ね達成水準にある/C:改善が必要である

(7)【講評】

- 他機関と会議や勉強会を開催されており、計画通り事業を実施できたと考える。
- 今後も連携を継続して頂きたい。

Ⅲ. 地域経済の活性化に資する取組

(1) 現状と課題

志免町は第三次産業のうち飲食サービスが盛んであり、飲食店や食品を活かしたサービスを展開することで、町外からの交流人口を増加させ町内消費の拡大を図り、志免町の振興に繋がることを目標とし活動してきた。志免町飲食店組合とは適宜協議を重ね、共同事業としてグルメイベントである「し〜麺 vs し〜1 グランプリ」の開催や、飲食店応援リーフレットである「#しめエール飯」「志免町応援クーポンマップ」の製作等を実施し、活性化の一助となっている。

飲食店を中心とした取組により一定の成果が生まれているが、単なる地域振興ではなく志免町が抱える課題を解決するとともに地域経済の活性化に寄与する事を目的として事業に取り組む必要がある。志免町の課題として提議されている、地域製品の PR 不足、産業人口の減少、買い物弱者対策などを通じて、小規模事業者の発展や地域の賑わいを創出できる事業を推進する。

(2) 事業内容

- ① 志免町との協議による地域活性化への取組
- ② 志免町飲食店組合との協議による地域活性化への取組

(3) 目標と実績

・数値目標なし

(4) 具体的な取組

① 志免町との協議による地域活性化への取組

令和 5 年 4 月 11 日、7 月 6 日、10 月 13 日、10 月 23 日、11 月 27 日、令和 6 年 1 月 25 日

に志免町役場まちの魅力推進課等との電子商品券等に関する会議を行った。

② 志免町飲食店組合との協議による地域活性化への取組

令和 5 年 5 月 30 日役員会にて電子商品券発行に伴う周知、6 月 10 日インボイス制度及びセミナー案内を行った。

(5) 改善点

①②共に、引き続き協議を密に行い、情報交換が出来る機会を多く作り、相互活性化になるよう協議の場を作っていく。

(6) 評価及び見直し案

【評価・検証結果】

A:達成水準と認められる/B:概ね達成水準にある/C:改善が必要である

(7) 【講評】

- 町役場と年 6 回の会議を開催するなど、概ね計画通りに事業を実施できており評価できる。商品券や都市整備など、地域に密着した協議を重ねており、今後も継続して協力関係を深めていきたい。
- 地域産品等のPRについて、役場にパンフレット・リスト等を提供し、報道関係者につないでもらったり、買い物弱者対策として 3 月から運航を開始したオンデマンドバスの利用等を共に促したりするなど、今後も建設的な協議を続けていきたい。

