

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	宗像市商工会 (法人番号 2290005005963)
実施期間	平成 28 年 4 月 1 日 ~ 平成 31 年 3 月 31 日
目標	<p>【事業計画に基づく、小規模事業者の経営力向上の促進】</p> <p>1) 小規模事業者の実情に適した事業計画作成・実施の伴走型支援</p> <p>2) 世界遺産の注目を活用した需要の拡大に対応する支援</p> <p>3) 経営支援の質を安定させる仕組みづくり</p>
事業内容	<p>・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 「金融調査」「決算データ調査」「外部機関のデータ活用」の実施及び調査結果の分析・公表</p> <p>2. 経営状況の分析に関すること 小規模事業者ニーズ調査の実施 経営の習熟度・関心事項に適した小規模事業者の経営状況の分析実施</p> <p>3. 事業計画策定支援に関すること 経営の習熟度・関心事項に適した計画作成支援の実施 事業計画作成セミナー及び個別相談会の実施</p> <p>4. 事業計画策定後の実施支援に関すること 経営支援チーム制による巡回・窓口フォローアップの実施 専門家を活用した課題解決支援の実施</p> <p>5. 需要動向調査に関すること 「消費者モニタリング調査」「パイヤー・専門家アンケート」の実施、調査結果の分析及び公表</p> <p>6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること 商品・パッケージ開発(改良)支援の実施、食品品評会(商談会)の開催、道の駅「土産品コーナー」への出品支援による販路拡大支援、各種商談会等への出展支援、販売促進のためのセミナー開催</p> <p>・地域経済の活性化に資する取組 宗像市・農協・漁協・観光協会・商工会で組織する「宗像市産業振興プロジェクト会議」及び「道の駅むなかた」等が取り組む、世界遺産の注目を活用した「宗像ブランド向上(宗像の認知向上と宗像発の商品開発)」「交流人口拡大(観光促進)」「地産地消・地産他消(宗像商品の販売促進)」を目的とした事業の推進・協力</p>
連絡先	〒811-3436 福岡県宗像市東郷 1-3-10 (電話) 0940-36-2268 (E-mail) munakata@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

1. 宗像市の現状と歴史～福岡市と北九州市の中間に位置、恵まれた歴史と自然～

宗像市は1市1町1村（宗像市、玄海町、大島村）の合併を経た現在、市域面積は119.91k㎡で、福岡市と北九州市の両政令指定都市の中間にあり、両市の中心から概ね30kmの距離に位置する。福岡市や北九州市の両都心部へのアクセスもよく、恵まれた自然環境を有している。

宗像市の住民基本台帳によると平成27年の人口は96,623人、世帯数は40,804世帯（2.37人／世帯）である。また、人口は年々増加しているが、年を追うごとに人口の増加率は鈍化傾向にある。また、65歳以上の高齢化率は平成27年で26.8%とであり、高齢化が進行している。

市内には、沖ノ島の神宝を筆頭として宗像大社や各地域に点在する古墳群など、歴史や風土に深く根ざした貴重な遺物や遺跡が多く存在しており、後世に伝え続けるべき価値のある文化遺産として注目されている。（日本政府により、“「**神宿る島**」宗像・沖ノ島と関連遺産群”は、平成29年度の世界文化遺産の国内推薦候補に決定している。）

2. 宗像市の産業動向～第3次産業の比重増加と観光を通じた交流人口拡大への期待～

宗像市は農業・水産業の資源に恵まれており、特に漁業では北部九州有数の水揚げを誇る漁港を持ち、魚介類（特にふぐ・イカ）のイメージが強いが、第1次産業の生産額は年々減少傾向にある。また、市内産業全体に対する第1次産業の比率は低い。

第2次産業を見てみると、市内の漁港に中堅・大手製造業はなく、魚介類の加工等は小規模事業者が担ってきた。そのため加工食品等の土産品はあまり育っていない。

第3次産業は、市内全産業に占める生産額の比率が最も高く、就業人口も市内全産業の75%を超える主要産業である。人口に占める大型小売量販店数が多いのも特徴であり、幹線道路沿道などへの大規模店舗の集積化が進み、身近な生活圏における小規模商店は減少している。

平成20年に「道の駅むなかた」がオープンし、宗像の情報発信・販売拠点となった。平成26年の利用者数は約173万人、売上は約18億円で全国第4位、九州1位の売上があり、今も増加傾向にある。宗像への観光入込客数は、平成26年で約642万人となっており、増加傾向にある。交流人口の拡大により、今後、観光が各産業の成長を促すことが期待されている。

### 3. 宗像市の中長期的産業振興（商工業）と課題

宗像市は、平成29年度の世界文化遺産の国内推薦候補として“「神宿る島」宗像・沖ノ島と関連遺産群”が平成27年に決定したことを受け、平成28年10月公表の「宗像市産業振興計画」では、世界文化遺産登録を見据えた「宗像ブランド向上（宗像の認知向上と宗像発の商品開発）」「交流人口拡大（観光促進）」「地産地消・地産他消（宗像製品の販売促進）」等が中長期ビジョンとして盛り込まれている。

世界文化遺産国内推薦候補決定の報道により地域への経済波及効果が期待されており、今後増加が予想される観光客の受け入れ体制構築と、「道の駅むなかた」の集客・アンテナ機能の有効活用、素材そのものだけではなく、地域資源を活かした付加価値の高い魅力的な商品（土産品・特産品）づくりとそれを消費してもらう仕組みの構築、ものづくり工房等の観光拠点開発に加え、旅館・飲食店等観光産業のサービス開発づくりが課題である。

### 4. 宗像市商工会の小規模事業者の中長期的振興支援

#### 1) 宗像市商工会の現状と課題

宗像市の商工業者数は、2,275 事業所、小規模事業者は 1,694 事業所（経済センサス 平成 27 年 4 月 1 日現在）で 74.5%を占める。

宗像市商工会の会員数は 1,400 名（平成 28 年 4 月 1 日現在）で、市内商工業者に占める組織率は 61.5%となる。全会員の 75.8%はサービス業・飲食業・小売業であり、全会員の 86.9%が小規模事業者により構成されている。

宗像市の中長期的産業振興を踏まえ、宗像市商工会では、商業・サービス業の付加価値を向上させ活性化させることが一次産業の活性化にもつながることから、商業・サービス業の需要開拓のためのビジネス・モデルの再構築が中長期的な課題となっている。

#### 2) 宗像市商工会の中長期的支援方針

平成 27 年に“「神宿る島」宗像・沖ノ島と関連遺産群”の日本政府による世界文化遺産国内推薦決定の報道がなされ、地域の注目度が飛躍的にアップしている。地元商工業者からも経済波及効果を期待する声が多いことを踏まえ、世界遺産の注目を活用し需要の開拓につながりやすい商業・サービス業を中心に、地域の特色を活かしつつ世界遺産関連に対応した「土産品開発」「観光おもてなし対策（交流人口増加）」「宗像ブランド向上」を推進する。宗像市商工会は、それぞれの地域小規模事業者が持つ経営ビジョンに寄り添いながら消費者・観光客等の需要動向を勘案し、魅力的な商品・サービス開発が実施できるよう支援を実施し、地域経済全体の活性化に繋げていく。

## 5. 経営発達支援事業の目標

### 『事業計画に基づく、小規模事業者の経営力向上の促進』

#### 経営発達支援の3つの柱

#### 1) 小規模事業者の実情に適した事業計画作成・実施の伴走型支援

宗像市の小規模事業者は経営の習熟度が高くなく、経営資源が蓄積されていない方が多い。そのことを踏まえ、需要開拓につながる現状に即した事業計画の作成及び実施を重点的に据えて伴走型支援を行い、段階的な支援を実施することで経営資源の積み上げを可能にし、地域小規模事業者の経営力を強化する。

対象とする小規模事業者の現状の経営習熟度・関心事項を考慮した上で、経営資源・経営環境の分析・調査を行う。現状の経営資源を事業者と支援者が共有することで、小規模事業者の経営習熟度等に適した計画の作成支援を行う。また、事業者に適した支援導入から、経営者の成長に応じ徐々にステップアップしていくことで、作成した事業計画の実効性を高め、PDCAを廻す支援事業所を育成し「経営力向上」を段階的に目指す伴走型支援を行うこととする。

#### 想定する対象事業者

- ・小規模事業者特有の課題に直面した事業者
- ・経営ビジョン及び経営資源の整理を要する小規模事業者
- ・消費者の購買属性、購買動向など経営環境の明確化を要する小規模事業者
- ・課題対応、需要拡大のための事業計画作成を要する小規模事業者

#### 2) 世界遺産の注目を活用した需要の拡大に対応する支援

平成27年に「神宿る島」宗像・沖ノ島と関連遺産群”の日本政府による世界文化遺産国内推薦決定の報道がなされ、地域の注目度が飛躍的にアップしている。そこで、商業・サービス業を当初の重点支援業種とし、小規模事業者が世界遺産の注目を活用して需要の拡大に対応する体制をつくるための事業計画の作成を支援する。世界遺産効果を一過性のブームとさせないよう、観光客受け入れや観光地としての魅力的な商品・サービスの開発・販路拡大を伴走型支援で行う。

#### 想定する対象事業者

- ・宗像ブランド商品、土産品開発を目指す小規模事業者及びその販路開拓、販売促進を目指す小規模事業者
- ・観光客に対応するハード、ソフトの改善や向上を目指す小規模事業者

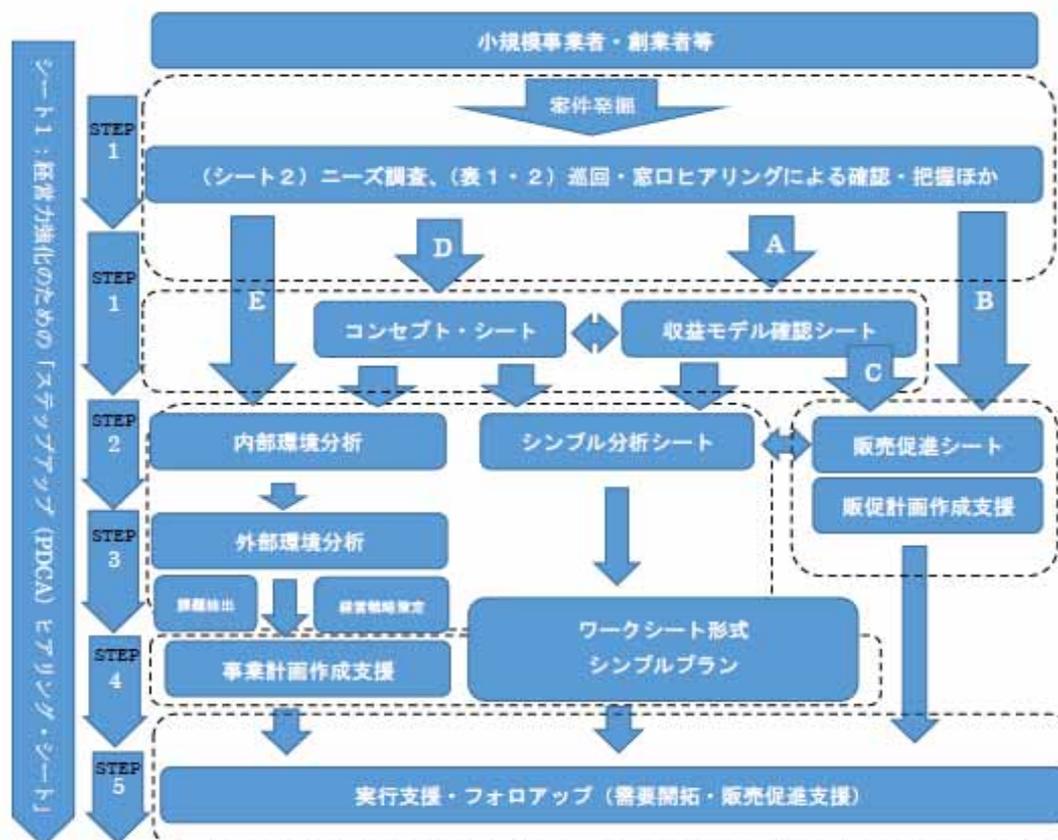
### 3) 経営支援の質を安定させる仕組みづくり

宗像市商工会職員が提供する経営支援の質を安定させることにより、支援対象である小規模事業者への支援効果と満足度の向上を図る。小規模事業者の経営の習熟度に応じた支援スキーム（図1参照）に基づき、職員共通の支援ツールを活用することにより支援を仕組み化し、質の安定した経営支援実施及び各職員の支援力向上を図る。

- (1) これまで個人管理だった経営支援のための各種データを組織として収集・管理し、全職員が活用できる仕組みの構築。
- (2) 経営支援に係る情報・取組みを全職員で共有する仕組みの構築。
- (3) 共有された情報をもとに、小規模事業者のニーズと実情を踏まえた経営支援を実施し、いつ誰が支援しても安定した質の経営支援を実施する仕組みの構築。

なお、支援スキーム・支援ツールは常に実情と実務に合わせて改善していくこととする。また、実際の支援に際しては、決められたカテゴリーやステップの順序等に囚われて、支援が形式化しないよう心がけるものとする。

■ 図1：支援スキーム（経営支援の流れ）《新規》



情報の共有と質の安定した経営支援を実施するため、シート1：経営力強化のための「ステップアップ (PDCA) ヒアリング・シート」【指針①②③④】《新規》を活用し、支援状況・経過を記載する。

記載内容は、現状の支援ステップから支援の進捗・課題等が確認でき、支援者と支援を受ける小規模事業者の共通認識がもてるようにする。また、このシートを活用して職員間の情報の共有を行い、組織としてフォローアップができるようにする。

■シート1：経営力強化のための「ステップアップ (PDCA) ヒアリング・シート」《新規》

経営力強化のための「ステップアップ (PDCA) ヒアリング・シート」																																			
～ 己を知り相手を知れば、百戦危うからず ～																																			
事業所名:				<div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <table border="1" style="font-size: small;"> <tr><td colspan="2">★経営ステージ</td></tr> <tr><td>計画</td><td>実行</td></tr> <tr><td>評価</td><td>改善</td></tr> <tr><td>計画</td><td>実行</td></tr> <tr><td>評価</td><td>改善</td></tr> <tr><td>計画</td><td>実行</td></tr> <tr><td>評価</td><td>改善</td></tr> </table> <table border="1" style="font-size: small;"> <tr><td>A</td><td>B</td></tr> <tr><td>計画</td><td>実行</td></tr> <tr><td>評価</td><td>改善</td></tr> <tr><td>計画</td><td>実行</td></tr> <tr><td>評価</td><td>改善</td></tr> <tr><td>計画</td><td>実行</td></tr> <tr><td>評価</td><td>改善</td></tr> </table> </div>		★経営ステージ		計画	実行	評価	改善	計画	実行	評価	改善	計画	実行	評価	改善	A	B	計画	実行	評価	改善	計画	実行	評価	改善	計画	実行	評価	改善		
★経営ステージ																																			
計画	実行																																		
評価	改善																																		
計画	実行																																		
評価	改善																																		
計画	実行																																		
評価	改善																																		
A	B																																		
計画	実行																																		
評価	改善																																		
計画	実行																																		
評価	改善																																		
計画	実行																																		
評価	改善																																		
代表者名:																																			
担当者名:																																			
連絡先: ☎																																			
e-mail:																																			
★経営ビジョン設定 (当初)																																			
↓																																			
★社長の経営ビジョン (確定)																																			
STEP	実施項目	今したいこと・必要なこと・問題・課題など	実施確認	実施日			担当	PDCA																											
★1-1	経営力強化ニーズ確認 (ヒアリング・シート)	<ul style="list-style-type: none"> <li>■事業ニーズ把握 NDA/NOシート</li> <li>■事業ニーズ確認シート</li> <li>■事業内容もろずの確認シート</li> <li>■事業内容の把握シート</li> </ul>	○	1	2	3		A																											
	★1-2	経営習熟度・支援STEP確認 (ヒアリング・シート)	<ul style="list-style-type: none"> <li>■経営ステージ別集 YEA/NOシート</li> <li>■経営ステージ確認シート</li> <li>■事業内容もろずの確認シート</li> <li>■支援内容の把握シート</li> </ul>		1	2	3																												
★2	経営環境分析 I (企業の経営資源調査)	<ul style="list-style-type: none"> <li>■企業経営活動内訳集情報集</li> <li>①拠点・サービス</li> <li>②運営 (労務・給与・福利)</li> <li>③事業 (業種・業態・事業)</li> <li>④人材・組織</li> <li>⑤ネットワーク</li> <li>⑥システム (設備付属)</li> <li>⑦経営数字 (財務)</li> </ul>		1	2	3																													
★3-1	経営環境分析 II (市場・需要動向調査)	<ul style="list-style-type: none"> <li>■市場調査データ</li> <li>■グループ・アライアンス</li> <li>■市場動向調査</li> <li>■イノベーション</li> <li>■市場の動き</li> <li>■その他</li> </ul>		1	2	3																													
★3-2	課題抽出	<ul style="list-style-type: none"> <li>■事業コンセプトシート</li> <li>■ファン定義シート</li> </ul>		1	2	3																													
★4-1	経営戦略策定	<ul style="list-style-type: none"> <li>■事業コンセプトシート</li> <li>■経営戦略策定シート</li> <li>■事業計画</li> <li>■財務計画</li> <li>■組織マップ</li> <li>■ロードマップ</li> </ul>		1	2	3																													
★4-2	経営計画作成	<ul style="list-style-type: none"> <li>■経営計画 (ロードマップ)</li> <li>■財務計画</li> <li>■組織計画</li> <li>■人事計画</li> <li>■業務計画</li> <li>■経営計画 実施スケジュール</li> </ul>		1	2	3	P																												
★5-1	実施段階	参加予定の需要開拓に関するイベント等名		1	2	3			D																										
★5-2	フォローアップ (進捗状況確認)			4	5	6			C																										

## 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 28 年 4 月 1 日～平成 31 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】

##### 1) 現状と課題、今後の改善点

###### (1) 現状と課題

地域の経済動向に関する情報は現在も有しているものの、個々の職員の管理にとどまっておらず、商工会内にある事業者の決算情報・金融斡旋情報等も組織として共有・活用できていない。また、市内金融機関や日本政策金融公庫との定例会議も形式的な意見交換にとどまっている。組織としての情報管理と定例会議の内容充実が課題である。

###### (2) 今後の改善点

経営指導員が持つ経営支援・金融斡旋の情報や経営支援員が持つ経理支援・決算指導の情報等、データを有意に蓄積し共有を図る。また、商工会で蓄積したデータに各種外部データ（後述）を加味し、地域経済動向の分析を行い、定期的に「経済動向調査レポート（後述）」を作成する。作成したレポートについては、ホームページを通じて市内事業者提供すると共に小規模事業者の経営相談や経営計画作成支援等の基礎データとして活用する。

##### 2) 具体的事業内容

###### (1) 調査の方法・手段

###### ①金融調査【指針③】《新規》

本会は小規模事業者を対象とした市の融資制度（『宗像市中小企業小口事業資金』）の斡旋窓口となっており、本会支援分のみならず市内金融機関からの持ち込みを含め年間 200 件前後の融資申込を受け付けている。（平成 27 年度宗像市中小企業小口事業資金斡旋件数：216 件、平成 27 年度宗像市における福岡県信用保証協会保証承諾件数：353 件）その金融斡旋情報と福岡県信用保証協会が毎月発行している「MONTHLY DATA MAIL」をデータ化し、四半期ごとに集計・分析することで、地域企業の景気動向を把握する。また、金融機関との連絡会議（日本政策金融公庫：年 2 回、市内金融機関：年 2 回）を開催し、地域の景況感や今後の経済動向の見通しなどの意見交換を行う。

**調査項目 (5 項目)**

斡旋件数・金額、決定件数・金額、決定率 (件数・金額)、資金使途

**②決算データ調査【指針③】《新規》**

本会税務相談所には 300 事業所を超える小規模事業者が加入し、商工会が記帳及び決算指導を行っている。これら会員の決算内容等を継続して調査することにより、小規模事業者の経営状況の把握と地域経済全体及び業種ごとの景気動向を把握する。

**業種区分 (7 業種)**

製造業・建設業・小売業・卸売業・サービス業・飲食宿泊業・その他

**調査項目 (10 項目)**

売上・仕入・売上総利益・売上総利益率・人件費・従業員数・減価償却費・経常利益・経常利益率・問題点

**③外部機関のデータ活用【指針③】《新規》**

福岡県商工会連合会が四半期毎に発行する「中小企業景況調査報告書」「景気・金融・雇用動向に関する調査結果」、福岡県信用保証協会が毎月発行する「MONTHLY DATA MAIL」、宗像市が 5 年毎に作成している「宗像市産業振興計画」や毎年 5 月に発行する「宗像市統計書」のデータを収集・蓄積し活用する。

**活用データ項目**

データ名称	発行元	発行期間	データ項目
中小企業景況調査報告書	福岡県商工会連合会	四半期	○ 県下産業別の DI・経営上の問題点・設備投資状況
景気・金融・雇用動向に関する調査結果	福岡県商工会連合会	四半期	○ 地区別 (福岡・筑後・北九州・筑豊) の DI・金融動向・雇用動向
MONTHLY DATA MAIL	福岡県信用保証協会	毎月	○ 県下業務概況 (新規保証承諾推移・保証債務残高推移・代位弁済推移) ○ 地域別業務状況 (新規保証承諾・保証債務残高・代位弁済)
宗像市産業振興計画	宗像市	5 年	○ 農業・水産業・商工業・観光を含めた宗像市の産業振興の方向性 ○ 宗像市の産業振興施策
宗像市統計書	宗像市	毎年	○ 人口動態・市民経済計算・観光客入込数・JR 乗降人員数

## (2) 調査分析スケジュール

実施内容及びスケジュール(月)	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3
金融調査		○			○			○				○
決算データ調査		○										

## (3) 成果の活用方法

①～③における調査結果については、下記の通り活用する。

### ○経済動向調査レポートの作成【指針③】《新規》

金融調査による用途別資金需要・設備投資動向と外部機関データを経営指導員会議で総合的に分析し、四半期に一度、宗像市経済動向調査四半期レポートとしてまとめると共に組織内で情報の共有化を図る。また、上記の四半期レポートに、決算データ調査による業種毎の売上・利益動向を加え、中小企業診断士や税理士等の専門家と経営指導員の検討会議を経て、宗像市経済動向調査年次レポートを作成する。また、レポートについては、表やグラフを有効に活用すると共に事業者が必要とする情報を選別することで、事業者が理解・活用し易いものとする。

#### 四半期レポート項目

##### ○区分

地区別（福岡・筑後・北九州・筑豊）

業種別（製造業・建設業・卸小売業・サービス業）

##### ○項目

DI・金融動向・雇用動向・経営上の問題点・今後の見通し

#### 年次レポート項目

○宗像市内産業全体の概況及び今後の見通し

○宗像市の市場分析（人口・市内総生産・市民所得・観光入込状況）

○宗像市小規模事業者業種別業況分析（売上・売上総利益・経常利益・人件費・従業員数・設備投資）

○四半期レポートと同様の項目

### ○各種情報の提供【指針③】《既存強化》

現在は、商工会会員に対しては会報誌（年2回/9月・3月）と本会が構築する情報配信システム（事業者に登録いただいたFAX番号又はメールアドレスに毎月商工会 News等の情報を送るサービス）を利用し情報提供を行っているが、宗像市経済動向調査年次レポート及び四半期レポートは、商工会ホームページで公開し、非会員の事業者も自由に閲覧できるようにする。併せて、年に一度市内全戸に配布している商工会広報誌を利用し、商工会ホームページに宗像市経済動向レポートが掲載していることを会員・非会員問わず市内の全ての事業者に周知する。

○小規模事業者の経営相談等における基礎データとして活用【指針③】《新規》

宗像市経済動向調査レポートは、地域での営業を中心とする小規模事業者の経済・景気動向を把握する手段として重要である。このため職員の小規模事業者に対する経営相談時の基礎データとすると共に経営者の経営判断のひとつの材料として情報提供する。

実施内容及びスケジュール(月)	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3
経営指導員職員会議(経済動向)		○			○			○				○
経営指導員職員会議(専門家含)					○							
経済動向調査四半期レポート作成			○			○			○			○
経済動向調査年次レポート作成					○							

### 3) 目標

目 標	現状	H28	H29	H30
金融調査事業者数	0	200	200	200
金融機関との連絡会議開催数	4	4	4	4
決算データ調査事業者数	0	300	300	300
経済動向調査四半期レポート提供事業者数	2,275	2,275	2,275	2,275
経済動向調査年次レポート提供事業者数	2,275	2,275	2,275	2,275

## 2. 経営状況の分析に関すること【指針①】

### 1) 現状と課題、今後の改善点

現状は、金融・税務・労務・記帳等など直面する課題に対しての支援が多く、経営分析まであまり至らなかったのが現状である。これまで主に経営分析を実施した取り組み内容として、金融支援時の資金繰り等財務分析、経営革新計画作成にあたっての経営分析（専門家派遣によるものが多い）などあるが、事業者の状況や理解を考えるとより決算書からの数値分析等により一方的な改善点の指摘にとどまっているのが課題である。

今後は、案件発掘、経営の習熟度・関心事項による意欲の違い、経営状況・業態による内容の違い、経営分析への理解及び活用につなげるための支援とし、中堅企業以上に見られるような詳細な財務分析等ではなく、需要につながる課題発見・解決・実行手段を提供できる分析をメインとし、現状の改善と持続的発展のための行動支援に繋げる。

## 2) 具体的事業内容

### (1) 分析方法・手段

職員による巡回・窓口での個別支援を実施する。また、必要に応じてミラサポ・よろず支援拠点・福岡県商工会連合会等の専門家による個別指導を実施する。

#### 分析の流れ

##### ①案件発掘

⇒②経営習熟度・関心事項の確認把握

⇒③支援ステップの確認把握

⇒④経営分析の実施

⇒⑤課題抽出

#### ①案件発掘【指針①③】《新規》

巡回や窓口相談対応時に、「事業者ニーズ調査・情報配信登録票（シート2）」を活用して支援ニーズの掘り起こしを行い、経営状況分析の端緒として活用する。

#### シート2：事業者ニーズ調査・情報配信登録票 の主な調査・登録項目

##### ○商売・経営で興味あること、相談会・セミナー・講習会について（選択方式）

経営者講演、売上アップにつながる講師、販促物（POP/DM等）作成講座、新商品サービス開発セミナー、商談会等バイヤー参加イベント、自社の健康診断、自社の数字を把握できる勉強、経営計画作成、補助金助成金や中小企業施策の説明、消費・トレンド情報、長く続く会社の話、歴史から学ぶ経営、資金調達のこと、税金のこと、記帳や経理、労働保険実務、法律のこと、従業員教育講習、技術技能資格講習、パソコン、HP作成、ネット通販、その他（ ）

##### ○販路拡大に関するイベント情報等の紹介について（選択方式）

- ・催事、まつり出店（市内近郊・県内・全国・海外）
- ・商談会、展示会、マッチングイベント（市内近郊・県内・全国・海外）
- ・テナント、アンテナショップ出店（市内近郊・県内・全国・海外）

##### ○ビジネス・マッチングのための情報収集（記入方式）

- ・自社の持っている商品・サービス及び特徴等
- ・これまでの商談履歴・取引履歴（記載可能な範囲で）

■シート2：事業者ニーズ調査・情報配信 登録票《既存強化》

**事業者ニーズ調査・情報配信 登録票**  
FAX：36-7822

京都市商工会では、事業者の皆様の商品につながる情報をできるだけお伝えし、皆さまの商品・経営が維持・発展していただくよう努めています。そこで、強力ながら情報のマッチングのため「事業者の皆さまのニーズ調査」と「情報をお送りするための登録」を同時実施していきます。

セミナー・イベント出店・商談会・マッチング情報等について、商工会が主催するもの、商工会に流れてくる情報や事業所間会等がありますので、皆様の皆様にとってメリットがあるものをお知らせしたいと思います。

①商品・経営で興味あること、相談会・セミナー・講習会について ⇒【情報配信を、希望する・希望しない】

分類	★知りたいこと、興味のある項目に○を付けて下さい。いくつでも！				
経営者・幹部・後継者	経営者の講演 新たなビジネス展開を考えている	会社の数字に詳しくなる	資金調達のこと	事業承継や後継者のこと	その他( )
売上・取引拡大・商品開発など	売上アップにつながる講師 ネット通販のセミナー等	商談会等バイヤー参加イベント 営業力アップのセミナー等	商品の企画・開発 のセミナー・イベント 特定技術に関する	経営者過去の実績や個人から学ぶ POP・DM等作成講習会	その他( )
中小企業の経営等	販路拡大に関わる経営企業	販路拡大・販路の補助金・助成金	課題解決や情報 活用に関する	経営の活性化・IPD や商談会の経験会	その他( )
経営管理・基礎	税金のこと	記帳と経理のこと	労働保険業務のこと	特許や商標など	法律のこと
教育・技能向上	技術研修資格取得講座	従業員向け接客等講習	パソコン教室	ホームページ・SNS講座	その他( )

②販路拡大に関するイベント情報等の紹介について ⇒【情報配信を、希望する・希望しない】

内容	★御社のお取り扱い商品・サービス等で該当・希望するものに○を付けて下さい。					
	加工食品	***	工業・建築	***	サービス	その他
健康・まつり出店						
商談会・展示会・イベント出店						
※出店(出展)場所の制約(○を付けてください)⇒	①市内及び近郊 ②県内 ③全国 ④海外出展も検討中					
具体的な商品・サービス名を ご記入下さい。(複数可)	商品・サービスの特長等 (※食品の場合は「味」/「香り」 /「色」等の記入をお願いします。)					必要は許諾 状の取得 (○)あり
※製造・販売に必要な許認可等が ありましたら、ご記載下さい。						マナー・ インジ ック 遵守等 あり

③ビジネス・取引のマッチングのための情報紹介について ⇒【情報配信を、希望する・希望しない】

商品・製品・技術・情報・人など、マッチングができればいいと思われるもの、何でも結構ですのでご記入下さい。

④希望情報のご案内方法について (※送信先欄には、FAX番号とメールアドレスの両方をご記載ください。)

<input type="checkbox"/> 事業所名	<input type="checkbox"/> 住所(〒 )
<input type="checkbox"/> 代表者名	<input type="checkbox"/> 電 話
<input type="checkbox"/> ホームページ	<input type="checkbox"/> 担当部署

★送信先 ⇒ FAX  E-MAIL

⑤イベント等主催者の裏面(企画内容)「テーマ」により、出店事業者のりくアップを希望される場合があります。その際、この登録情報を利用してもらうことができます。送り返すかどうかを必ずお願いたします。――(「寄」・「不寄」)  
(※販売会情報やセミナー情報は、商工会のホームページやフェイスブックページで随時ご案内しております。)

②経営の習熟度・関心事項の確認・把握【指針①②】《新規》

対象とする小規模事業者の経営の習熟度・関心事項の情報収集を行い、経営支援を受ける態勢を表1に照らして把握する。

■表1：経営の習熟度・関心事項 確認・把握《新規》

経営の習熟度・関心事項	支援
経営計画書は未作成だが経営計画書を作成したい、若しくは自らある程度作成できる。自社の計数を常に把握できている。	E
自社の方向性や経営ビジョンは明確になってないが、新たな商品・サービスの事業実施のため検討している。	E
自社の方向性や経営ビジョンは明確になってないが、自社のポジションや自社の持つ経営資源等を整理し、次につなげたいと思っている。	D
経営ビジョンや計画性への意識は薄い、何らかの改善ニーズがある。 (経営課題に直面しており) 現状維持のために変化を必要としている。	C
経営ビジョンや計画性はないが、少しでも売上を上げたいという思いと行動はある。	B
事業の方向性は未確定。日々の商いをこなしている。日常の事務・庶務等に関することや直面する問題の応急処置は望んでいる。	A
日々の商いは現状で満足、もしくは諦めている。面倒なことはしたくない。	X



f. システム **ヒアリング**：収益を産む仕組み・事業（作業）の流れや方法、マニュアル（現物確認含む）ほか

g. 経営の基礎数字把握/財務諸表分析

**ヒアリング**：売上・仕入価格・販売価格・諸経費（定性把握）・収益・在庫・資金繰り・客数・販売個数・設備投資・問題点など

**データ調査**：決算書・財務諸表ほか

○外部環境の具体的分析内容【指針③】《新規・既存強化》

a. 市場規模、商品・サービスのライフサイクル調査

b. 消費・商品売れ筋・トレンド調査、生活変化・顧客ニーズ変化調査、成長分野・商品調査、ニュースになった認知されやすい商品調査

c. 技術・生活様式の変化要因（代替商品調査）、社会情勢・法律改正など

**ヒアリング**：経営者等（業界情報・業界紙から）

**データ活用**：日経新聞・日経MJ・日刊工業新聞・日経テレコン POSEYES 情報（※）・インターネット（Googleトレンド※）調査ほか  
インターネット上の調査情報収集・取得

d. 競合状況（業界・分野・エリア・対象顧客等）と自社（商品・サービス）のポジショニング分析

**ヒアリング**：経営者等（業界情報・業界紙から）

**データ活用**：地域経済動向調査データ結果・ネット情報取得

<活用するデータ等例>

- ・日経テレコン POSEYES 情報活用による消費動向・トレンド調査
- ・インターネット（Googleトレンド等）を活用した消費動向・トレンド調査
- ・「道の駅むなかた」売場データ活用 観光客消費動向調査
- ・バイヤー意向調査（商品品評会等イベント開催・参加時等に調査）
- ・総務省統計局の家計調査（売れ筋商品や類似商品を含めた売れ行き動向）

※日経テレコン POSEYES とは

加工食品、酒類、家庭用品など 2,000 分類、265 万商品の売上情報を集録しており全てのデータが閲覧・ダウンロード可能。ヒット商品や競合他社の動向に関する最新の新聞雑誌のニュースも収集できる。

※Googleトレンドとは

趣味嗜好が多様化した現代、インターネットの検索エンジンで検索されたキーワードの回数、時系列による傾向、アクセスされている地域、アクセスされている関連キーワード、急激に増加している関連キーワード等を知ることができる。

◆経営習熟度・意欲がそれほど高くない方（上記内部環境分析・外部環境分析）への簡易な経営分析の導入対応

小規模事業者の経営の習熟度を考慮し、自社の経営資源・外部環境（市場動向等）を簡易に把握・活用できるよう、本格的な経営分析に入る以前の簡易な導入ツールとして次の分析シートを活用し、経営の習熟度アップをはかる。

・「収益モデル確認 簡易シート」⇒ 儲けの源泉と自社のポジション分析用

・「ランチェスター戦略簡易分析シート」⇒ 1位の商品・サービス作り分析用

※ランチェスター戦略とは

代表的なビジネス戦略理論の1つ。企業間の販売競争で、シェアを取る為に体系立てられた理論。もともとは、F・W ランチェスターによって考え出された戦争における軍事戦略理論。これを企業間の販売競争戦略に応用し理論が体系立てられた。「弱者の戦略」「ナンバーワン戦略」が有名であり、経営資源の少ない中小・小規模事業者の戦略として特に中小・小規模企業の経営者から支持されている。

・「販売促進 簡易分析シート」⇒ 販売・集客のみをフォーカスした分析用

（導入ツールの具体的な分析内容の一例）【指針①】《新規》

「収益モデル確認 簡易シート」：儲けの源泉と自社のポジション分析用

- a. 経営者の持つ強みのたな卸し（ヒアリング）
- b. 飯のタネ調査・分析（売上を創っている商品・サービス）
- c. 儲けの源泉である商品・サービス調査・分析
- d. どのお客様が儲けさせてくれているのか？（顧客分析）
- e. 自社と競合のポジショニング調査・分析
- f. 収益モデル作成

⑤課題抽出

①～④から抽出された課題のあぶり出しを行う。

(2) 成果の活用方法について【指針②】《新規》

- ・経営分析報告書の作成
- ・経営分析結果を報告し課題抽出し解決への支援を実施する
- ・経営計画策定への活用
- ・毎月開催する経営指導員会議にフィードバックし、事案の研究、調査結果・分析ノウハウ等について共有する。分析資料は、シート 1（経営力強化のための「ステップアップ（PDCA）ヒアリング・シート」（P5 参照））に付けてファイリングし、いつ誰でも対応できるよう整頓・管理する。

### 3) 目標

目 標	現状	H28	H29	H30
案件発掘数	0	100	100	100
経営習熟度・関心事項の確認把握数	0	60	60	60
支援ステップの確認把握数	0	60	60	60
経営分析の実施数	0	30	42	54
課題抽出数	0	30	30	30

### 3. 事業計画策定支援に関すること【指針②】

#### 1) 現状と課題、今後の改善点

現状は、財務改善計画や各種補助金申請のための事業計画・経営革新計画等を積極的に実施してきたが、小規模事業者の経営の習熟度・関心度を踏まえて事業企画及び計画を提案・作成支援しているということではなく、既存の経営計画の様式に当てはめた形式的な支援にとどまっていることが課題である。

今後は、経営者の習熟度・関心度に応じ通常の経営計画だけでなく簡易の経営計画作成ツールを活用するなどし、経営者に寄り添い実行に移せる段階的な経営計画作成支援を行うことで小規模事業者の経営力向上に取り組んでいく。

#### 2) 具体的な事業内容

小規模事業者の経営状況の分析と課題の抽出を行った事業所に対して、継続して事業計画策定支援を実施する。

##### (1) 策定方法・手段

##### ① 経営指導員等による巡回・窓口相談での個別支援【指針②】《既存強化》

経営分析の対象小規模事業者の経営習熟度に応じてA～Eのツールにより事業計画の策定支援を行う。AからEに向けて順に経営習熟度が高い方向けのツールとなる。

活用ツールA 小機構 WEB「経営計画つくるくん (※)」活用

※「経営計画つくるくん」とは、  
中小機構のホームページにある経営計画作成アプリケーションで、事業計画に不慣れな方でも、基本的な事業計画を作成できる。

活用ツールB 販売促進を中心とした経営計画様式

“販売・集客といった特定の事項のみ反応する方”への経営分析の導入後の販促を項目別にまとめた販促計画書。

活用ツールC **経営計画作成の入口として事業計画サマリーシート活用**  
 事業計画の各項目を1枚のシートでビジュアル化。各項目を一言でまとめることで実施する事業の骨子づくり・イメージづくりに役立つ事業計画サマリーシート

活用ツールD **ワークシート形式簡易版経営計画** (第51期中小企業診断士養成コース使用)  
 ※中小企業診断士養成コースとは  
 独立行政法人中小企業基盤整備機構中小企業大学校東京校の中小企業診断士を養成するカリキュラム。

活用ツールE **第51期中小企業診断士養成コース使用の経営計画書等**

②事業計画作成セミナー及び個別相談会の実施 【指針①】《既存強化》

事業計画作成を希望する事業者を対象に、施策案内を含めセミナーを開催する(年1回)。セミナー開催後に日程を改めて個別に作成指導のための相談会を実施し(年2回)、それぞれのニーズに合わせた事業計画作成を支援する。

③専門家による個別指導【指針②】

業界特有の問題解決を含むケースや特別な課題等を有し、専門的な事業計画作成が必要な事業者には、ミラサポ・よろず支援拠点・福岡県商工会連合会等の専門家を招聘し、事業計画策定を支援する。

(2) 成果の活用方法について【指針②】《新規》

- ・ 中小企業施策等への活用を検討し、効果的な実施につなげていく
- ・ 毎月開催する経営指導員会議にフィードバックし、事案の研究、調査・分析等を行い情報共有する。
- ・ 経営状況の分析で使用した「シート1：経営支援ステップアップ (PDCA) ヒアリング・シート (P5 参照)」を使用し一貫した支援を行う。

3) 目標

目 標	現 状	H28	H29	H30
事業計画作成セミナー開催数	0	1	1	1
事業計画作成セミナー参加者数	0	30	30	30
事業計画作成個別相談会開催数	0	2	2	2
事業計画作成個別相談会参加者数	0	60	60	60
事業計画策定数	0	30	42	54
専門家活用派遣数	0	60	60	60

※事業計画書は、経営指導員一人、初年度5事業所を目標として作成する。

#### 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、今後の改善点

現状は、事業計画作成支援者一人にフォローアップが委ねられていた。そのため、事業計画の進捗確認は行うが成果を上げるための支援まで至っていない案件や、事業計画を作成したものの経営環境の変化や経営資源が不足等により、事業計画の実行が止まっている小規模事業者も散見されて、フォローアップが支援者個人の支援できる範囲にとどまっているのが課題である。

今後は、対象事業所に支援グループを決め、予めフォローアップのための支援体制づくりと定期的・段階的な支援ステップによる実施を行うよう改善する。また、実施状況と成果を確認する仕組みと、経営指導員等だけでは解決できない課題対応のための、専門家等の支援体制構築を組織内で取り組んでいく。

##### 2) 具体的事業内容

###### (1) 巡回・窓口によるフォローアップ支援 【指針②】《既存強化》

定期的な事業所への巡回訪問等（四半期に一度以上）により事業計画の進捗状況を確認し、事業計画の実行における課題の早期発見と着実な事業計画の実行に向けてフォローアップを行う。その際、先輩指導員・後輩指導員・経営支援員の3名体制によるOJTを交えた支援を実施し、複数の視点からの支援により、課題解決の手法や情報が得られるようにする。

なお、フォローアップの確認・把握には、経営状況の分析、事業計画策定支援で使用したシート1（経営力強化のための「ステップアップ（PDCA）ヒアリング・シート」）（P5参照）を使用する。

###### フォローアップの内容

進捗状況確認、計画実行上直面する課題ヒアリング、課題対応のための専門家派遣、不足する経営資源（資金・ノウハウ・技術・ネットワーク・需要開拓情報及び場の提供）のマッチング支援、PDCA実行による改善提案等

###### (2) 「商工振興委員」による専門支援体制の構築 【指針②】《新規》

宗像市商工会の「商工振興委員会」は、中小企業診断士・税理士・社労士・弁護士・金融機関・IT専門家・広報専門家・商品企画実務家等で構成しており、商工振興委員を活用することにより、経営計画の実施に伴う課題解決についてサポートする。

###### ※「商工振興委員」とは

商工会（商工会議所）が行う金融、税務、労務、経営等小規模事業者の経営全般についての相談や指導体制強化のため、商工会と事業者とのパイプ役を担う役割をもつ。通常地域の会員事業者が商工会長によって委嘱される。

(3) 小規模事業者発達支援融資制度の活用 【指針②】《既存強化》

事業計画に基づく必要資金の調達は「小規模事業者発達支援融資制度」を活用する。小規模事業者は経営資源が少ないため、国の施策を活用し事業計画の実行性を高め、効果を持たせるため、資金面での支援を積極的に実施する。

本制度の活用にあたっては、経営指導員が必要に応じて小規模事業者の現状をヒアリングした上で、課題解決のため必要な金額と資金使途を明確化し、本制度資金の効果が見込めるよう支援する。

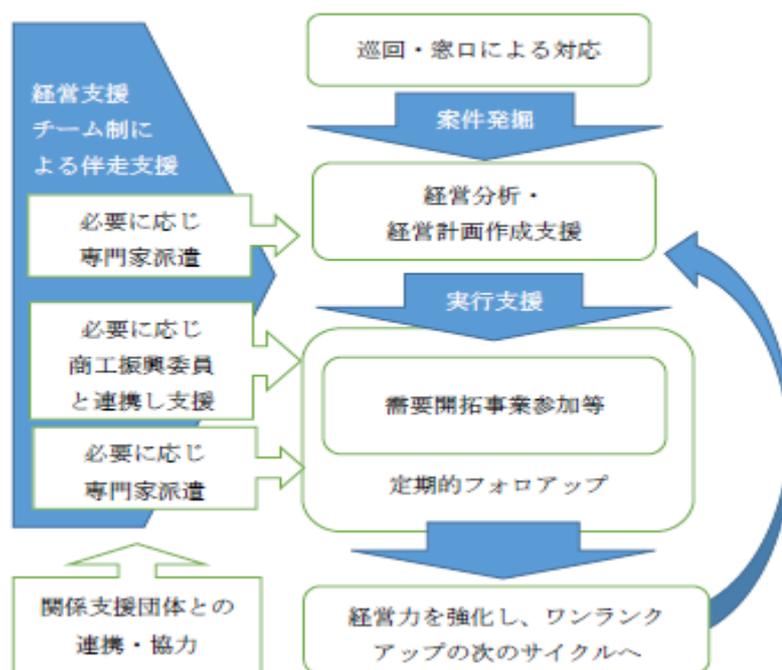
(4) 専門家の活用 【指針②】《既存強化》

事業計画の需要開拓にかかる実施では、商品・サービスの開発、展示会・品評会参加や販売促進の技術やノウハウが必要となるケースが出てくるため、事業計画を実施する事業者には、その諸課題に応じた専門家を派遣し支援する。

また、事業計画実施中、経営環境の変化により事業計画の修正を必要とする場合についても、必要に応じ専門家を派遣し経営環境の変化に対応した分析及び戦略の修正・事業計画の修正等実施する。

■ 図 2：経営力強化のためのフォローアップ体制

- ・ 毎月 1 回開催する経営指導員会議で情報共有し支援ノウハウを高める。
- ・ 同時に、支援事業所のフォローアップの進捗状況を確認する。



### 3) 目標

目 標	現状	H28	H29	H30
経営指導員会議数	12	12	12	12
経営支援員勉強会数	0	4	4	4
巡回・窓口によるフォローアップ支援数	0	120	168	216
経営力強化のための「ステップアップ（PDCA）ヒアリング・シート」数	0	30	42	54
専門家活用派遣数（商工振興委員含む）	0	30	40	50
経営発達支援融資支援数	0	10	15	20

### 5. 需要動向調査に関すること【指針③】

#### 1) 現状と課題、今後の改善点

現状は、需要動向に関する情報・データは、これまで支援者個々で収集し事業者に提供されていたのが実情であり、その情報・データも調査結果をそのまま活用するにとどまっていたのが課題である。

今後は、消費者を中心とした小規模事業者の需要開拓につながる宗像ブランド商品やサービス開発のための調査や分析を実施し、有用性の高い情報を提供することで小規模事業者が市場ニーズに合わせた経営戦略を立てられるよう取り組んでいく。

#### 2) 具体的事業内容

##### (1) 調査方法・手段

##### ①消費者モニタリング調査【指針③】《新規》

宗像ブランド商品開発を目指す小規模事業者を中心に自社で提供する商品やサービスの消費者モニタリング調査を実施する。モニタリング調査については、宗像消費者交流会もしくは NPO 法人むなかた子育てネットワーク「こねっと」に依頼し、商品に関するデータを中心に収集を行う。

### 調査内容

項目	内 容	
支援事業者数	20 事業所 (1 事業所 3 品目まで)	
支援事業者募集方法	ホームページ及び広報誌、職員による推薦	
調査対象者	宗像消費者交流会会員、または NPO 法人むなかた子育てネットワーク「こねっと」会員 40 名	
アンケート数	1 商品あたり 40 件	
調査手法	試供品を実際に使用し、アンケートに記入・回収	
調査項目	属性	年齢・性別・居住地域・家族構成・職業
	商品	価格・容量・品質・商品デザイン・パッケージ・満足度・購入意欲と理由 (自分で使いたい、贈答品としたい、宗像で作った商品だから等)・購入する場合の売り場 (百貨店、スーパー、コンビニ、サービスエリア、土産物店等)・改善点

### ②バイヤー・専門家アンケートの実施 【指針③】《新規》

宗像市商工会が主催する品評会や道の駅むなかたが開催する出品審査会をホームページや広報誌で市内事業者へ積極的に周知し、小規模事業者の出品を促す。品評会等では、百貨店や地元スーパーのバイヤー、パッケージデザインや商品開発の専門家等に小規模事業者が出品した商品や現在の市場動向に関するアンケートを実施する。

### 調査項目

項目	内 容	
支援事業者数	20 事業所 (1 事業所 3 品目まで)	
支援事業者募集方法	ホームページ及び広報誌、職員による推薦	
調査対象者	百貨店・スーパー等のバイヤー、専門家 30 名	
アンケート数	1 商品あたり 30 件	
調査手法	商工会主催の品評会及び道の駅むなかた主催の出品審査会でアンケートに記入・回収	
調査項目	視覚評価	第一印象での評価
	商品評価	価格・容量・品質・表示・商品デザイン・パッケージ・こだわり・独自性・市場性・改善点
	その他	同カテゴリーの売れ筋商品・今後注目している商品・仕入れる際に重視するポイント

## (2) 成果の活用方法

### ① 商品力向上への活用

事業者と経営指導員でモニタリング調査の結果を中心に分析を行い、商品の改善点を検討する。また、専門性の高い改善点については、専門家を活用する。リストアップした改善点については、作業プロセス・資金・設備・人材等を考慮した実行計画を作成し、継続的に支援をすることで商品力の向上を図る。

### ② 販路開拓への活用

モニタリング調査とバイヤー・専門家アンケートの結果を分析し、ターゲットの絞り込みとターゲットに適した販路の選定を行う。また、バイヤー・専門家アンケートを活用することにより、商談会や展示会で百貨店等のバイヤーへ訴求力の高いプレゼンテーション資料を作成し、成約率の向上を図る。

## 3) 目標

目 標	現状	H28	H29	H30
モニタリング調査支援事業者数	0	20	20	20
バイヤーアンケート調査支援事業者数	0	20	20	20

## 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、今後の改善点

現状は、平成 24 年度から会員販路拡大プロジェクトを立ち上げ『宗像発の売れる商品づくり』を念頭に、バイヤーや食の専門家を招聘し、商品研鑽のためのアドバイスを求める食品品評会や、商品づくりを学ぶ勉強会等を開催し、小規模事業者の製造販売する加工食品及び新開発商品の販路開拓支援に努めてきた。

平成 26 年 4 月からは継続実施した上述の食品品評会でバイヤーや主婦から選ばれた商品を「道の駅むなかた」内にある商工会の商品販売コーナーに出品させ販路拡大を支援した。

平成 27 年度は、九州産業大学デザイン学科と連携し、工芸・雑貨の土産品試作開発・商品化事業を実施した。応募の中から選考した 5 事業者について商品企画・デザイン支援等を実施し、道の駅むなかたの工芸品コーナーで販売を開始した。

これらの取組みは一定の成果を挙げていると思われるが、宗像を代表する土産品は少なく、現状ではまだプロダクトアウトの商品にとどまっているのが課題である。

今後は“「神宿る島」宗像・沖ノ島と関連遺産群”が平成 29 年の世界文化遺産登録を目指す候補として「宗像市」が全国から注目を浴び、多くの方々が「宗像市」を訪れることが予想されることから、観光客等の需要動向を踏まえた、マーケットインの商品開発・販路拡大支援に取り組んでいく。

## 2) 具体的事業内容

- (1) 売れる商品づくり支援（国内販路開拓事業）【指針④】《既存強化・新規》  
～世界遺産で興味を持った観光客等への土産品開発・改良・販路開拓支援事業～

### ①商品・パッケージ開発（改良）事業

宗像発の土産品作りに取り組む事業者を対象に、「売れている土産品の売れる理由と売れるデザインの事例紹介セミナー」や「新商品の開発、既存商品の改良を目的としたデザイン学科の学生とのワークショップ」を実施する。

#### （事業の効果）

消費トレンドを把握したバイヤー・デザイナー等専門家の招聘や新鮮な感性をもつ大学のデザイン学科の学生とのコラボレーションにより、消費者に訴求できるマーケットインの魅力的な土産品の開発やパッケージデザイン開発・改良を行い、宗像の新たな土産品として宗像ブランド作りが期待できる。

### ②食品品評会（商談会）事業

宗像市の特産品・土産品の販路拡大を目指す事業者を対象に、道の駅むなかたと連携し、市内ホテルで食品品評会（商談会）を開催する。食品品評会にはアドバイザーとして、百貨店のバイヤー、地元スーパーの店長・バイヤー、料理研究家、パッケージデザイナー等を招聘し、商品の品評やアドバイスと商談する機会の提供を行い、「売れる加工食品」及び「宗像の土産品」の発掘・開発・育成・販路開拓を支援する。

#### （事業の効果）

食品品評会（商談会）の参加事業者は、市内外の百貨店・スーパーのバイヤー・店長など、小規模事業者が日頃接したことの無い様々な立場のバイヤー等に一度に商品を紹介することで商談が進むことが期待できる。また、この機会に小規模事業者の出品商品にプロのバイヤーからの意見がもらえるほか、各量販店の商品の販売動向・売れ筋・価格設定等多様なアドバイスや折衝の仕方を学ぶことで、消費者を見据えたマーケットインの商品開発や商品のブラッシュアップも図られる。

### ③道の駅むなかたの商工会「土産品コーナー」での販路拡大支援事業

道の駅むなかたの商工会商品販売コーナーの見直しを行い、道の駅むなかたと連携し、土産品に特化した売場「土産品コーナー」にリニューアルし、小規模事業者が開発・改良した土産品の販路拡大を支援する。

(事業の効果)

道の駅むなかたには宗像市外からの観光客が多く、また量販店バイヤーも新たな商品掘り起こしのために視察によく訪れる。道の駅むなかたと連携し特設の宗像の土産品コーナーを作ること、観光客やバイヤーからの注目を集め、商品・パッケージ開発(改良)支援した土産品の販路拡大・販売促進が期待できる。

(2) 各種展示会・商談会等への出展支援【指針④】《既存強化》

『事業者ニーズ調査・情報配信 登録票』(シート2:P10)でイベント情報等の提供を希望した事業者には、随時下記のイベント情報等提供を行う。

また、新商品や土産品開発(改良)等実施した事業者及び商工会が支援した事業者には、下記展示会・商談会・物産展で販路及び商品・サービスの合致するものを斡旋し、出展支援を行う。

(出展支援する展示会等例)

- ・福岡県商工会連合会主催(共催): イベント等出展支援  
(ふくおか「農と商工の自慢の逸品」展示商談会、福岡県よかもんフェア)
- ・福岡県主催: 首都圏テストマーケティング(毎年)への出展支援
- ・イオン九州(株)主催: 福岡うまいものフェア合同商談会出展支援
- ・信金合同ビジネス商談会参加支援
- ・東京ビッグサイトでの各種展示会参加案内及び出展支援
- ・その他、福岡商工会議所主催商談会等参加案内ほか

展示会・商談会等への出展・出品に際しては、できるかぎり商工会経営指導員が同席し、展示販売動向や消費者・バイヤーの反応を把握し、出展・出品後は今後の販路開拓につなげるための販売・商談条件の整理・アドバイスやさらなる新商品開発・改良等のためのアドバイスを行うなど伴走型によるフォローアップ支援を行う。

(事業の効果)

経営指導員が小規模事業者の商品・サービスを分析した上で、効果的な展示会・商談会等の紹介・斡旋を行うことができ、展示会等に必要な事前の資料の作成や効果的にPRするノウハウの指導を行うことができる。それにより、小規模事業者は、自社の出展商品及び会社の特徴等を効果的にプレゼンテーションする能力が高まり、商談成立が期待できる。

### (3) 販売促進のためのセミナー開催【指針④】

開発した商品・土産品・サービス等の需要開拓のため、「販売促進ランチェスター戦略（P13 参照）講習会」（仮称）、「POP・DM・チラシ作成講座」（仮称）など販売促進に関わる戦略、マーケティング手法、販促物作成等の実務的なセミナーを開催する。

基本戦略や売れる仕組み構築のため、単発のセミナーではなく、基礎編・応用編や実際の販促物作成編などステップを踏みながら実施する。

#### （事業の効果）

販売促進のためのセミナーは、経営資源の少ない小規模事業者の戦略として特に中小・小規模企業の経営者から支持され、小規模事業者向けの具体的な販売促進戦略と実務的な戦術・販促物作成について複数回体系的に学ぶため、商品・サービスの販売促進・販路拡大の実務として期待できる。

### 3) 目標

目 標	現 状	H28	H29	H30
商品・パッケージ開発（改良）事業参加事業者数	8	30	30	30
食品品評会（商談会）出品支援事業者数	0	30	30	30
道の駅むなかたへの出店事業者数	20	30	30	30
バイヤー等との商談件数	10	20	20	20
展示会・商談会等への出展支援事業者数	10	20	20	20
販売促進セミナー等参加事業者数	40	50	60	60

## II. 地域経済の活性化に資する取組

#### （現状と今後の方向性）

宗像市には、地域経済活性化を目的に、市・農協・漁協・観光協会・商工会の産業振興 5 団体で組織された産業振興プロジェクト会議がある。産業振興プロジェクト会議は、市の産業振興計画（「宗像ブランド向上（宗像の認知向上と宗像産の商品開発）」「交流人口拡大（観光促進）」「地産地消・地産他消（宗像産品の販売促進）」）に基づく産業振興事業や構成する 5 団体が開催する地域経済活性化のためにイベントへの協力について、定期的に代表者及び実務担当者による連絡会議を開催し、地域振興に取り組んでいる。

今後は、平成 27 年に「神宿る島」宗像・沖ノ島と関連遺産群が、平成 29 年度の世界文化遺産の国内推薦候補として決定したことを受け、今後、産業振興プロジェクトのイベント等事業は「世界遺産」の注目を活用した宗像（ブランド）の認知向上のための PR、宗像への観光客誘致（交流人口拡大）、宗像産品（サービス）の消費拡大による地域経済の活性化に取り組んでいく。

具体的には、宗像市が全体の取りまとめ役となり、土産品開発の素材の提供を農協・漁協が、商品開発・パッケージ開発やサービス開発の支援を商工会が、旅館・飲食店等をはじめ宗像への観光客誘致を観光協会が協力し、地域経済活性化のため「いちごまつり」「漁師まつり」「ふくフェア」「むなかた495まつり」などの事業を産業振興プロジェクト会議構成5団体が協力して実施していく。

### 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

##### (取組の目的)

商工会は様々な関係機関・ネットワークを有しており、それぞれに情報と支援ノウハウが蓄積されている。経営発達支援計画の遂行にあたり商工会のみでは効果が低くならかねない事案等（地域の経済動向・消費動向に関する情報、専門ノウハウ・実務経験値、他の支援事例の収集など）について関係機関との連携により、本計画を着実に実施し域内小規模事業者の支援を要する案件に応えることと支援力の向上を図ることを目的とする。

#### 1) 市内金融機関等との連携《既存強化》

宗像市商工会は、市内金融機関6行（福岡銀行・西日本シティ銀行・北九州銀行・福岡中央銀行・遠賀信用金庫・福岡県中央信用組合）と市金融担当課と年2回行っている定例連絡会議の内容を融資案件の情報交換にとどまらず、金融機関からの地域経済動向・地域企業動向・消費動向についての情報交換も併せて行う。

#### 2) 日本政策金融公庫との連携《新規》

日本政策金融公庫福岡支店と、これまで一日公庫等の商工会での融資申込の場を設けてきたが、新たに、経済動向・消費動向・新たな企業動向情報、日本政策金融公庫が蓄積している直近の支援ノウハウや業種別の各種情報等について勉強会を定期的（年2回）に開催する。

なお、勉強会は上記の情報共有だけではなく経営指導員等のノウハウ向上となる事例（業種別融資案件・生産性向上による経営改善事例・事業承継案件・業種別創業支援・設備投資による収益改善・新商品開発事例など）を交え実務に対応できる内容にする。

#### 3) 本会「商工振興委員」との連携《既存強化》

本会の商工振興委員会は、中小企業診断士・弁護士・税理士・社会保険労務士・ITコーディネーター・商品企画プランナー等で構成され、それぞれ中小企業診断協会、弁護士会、税理士会、社労士会、ITコンサルタント団体等の業界コンサルのネットワ

ークを有している。このネットワークを活用し、年2回、士業団体等セミナー・懇談会・勉強会等参加し、経営支援ノウハウや情報の収集・交換を図る。

#### 4) 各種支援機関等との連携《新規》

経営指導員会議に支援機関（福岡県商工会連合会・よろず支援拠点等）の専門家・コーディネーターを招き、新商品開発、販路開拓及び各地域の小規模事業者の新たなビジネス・モデルの支援ノウハウや需要動向等の情報交換を行う勉強会を年2回開催し、本事業の支援強化を図る。

#### 5) 宗像管内経営指導員との連携《既存強化》

宗像管内経営指導員会議で、管内各商工会の支援体制・仕組み、今後の支援に活かせる支援成功事例、危機管理のための失敗事例、ビジネス・マッチング希望事業所、地域の経済動向・消費動向・特需や支援ノウハウ等の情報交換（年2回）を行う。

## 2. 経営指導員等の資質向上等に関すること

### （取組みの目的）

経営発達支援計画及び本事業で掲げる4つの支援を効果的に伴走型支援の中でスムーズに実施するためには、これまでの経営改善に関するノウハウ・実務だけでなく調査・分析や需要開拓といった新たなスキルが求められている。また、計画実施にあたって、個々のスキルや支援ノウハウ向上だけではなく、組織として支援品質の均一化と向上が求められており、経営指導員だけではなく経営支援員等商工会職員が個々の持つスキル・情報を共有し、小規模事業者の伴走型支援を効果的に実施していく支援体制を作り、支援事業者の満足に繋げることを目的とする。

#### 1) 能力向上のための取り組み

##### (1) 経営支援のグループ体制化及びOJTによる支援能力向上《既存強化》

支援にあたっては経営指導員2人、経営支援員1名の3名体制を基本とし、可能な限り先輩経営指導員の支援現場に同席させ、情報収集・支援手法・指導助言内容等OJTにより資質の向上を図る。この支援過程は「経営指導員会議」「経営発達支援事業推進会議」において全員が支援情報として共有し、支援実務の研鑽を図り実行支援を高める。

##### (2) 商工振興委員との連絡会議・勉強会を年2回開催《新規》

本会商工振興委員は士業等専門家・実務家で構成されており、小規模事業者へのフォローアップ支援で連携している。各委員の専門分野に基づく勉強会及び支援情報の交換を行う連絡会議を開催し、支援ノウハウの強化を図る。（内容：経営分析実務、調査分析実務、法務・事業承継・創業・経営改善・商品開発等事例研究等）

(3) 支援機関派遣の専門家との情報交換・支援ノウハウ交換《既存強化》

ミラサポ・よろず支援拠点・福岡県商工会連合会等の専門家派遣を活用する際、職員が同行し支援実務や事業者の実情について情報交換し支援ノウハウを学ぶ。また福岡県商工会連合会が毎月提供する指導事例について内部で検討し、当地区で可能なものは速やかに実施する。

(4) セミナー等の参加《既存強化》

本会主催セミナー及び福岡県商工会連合会や関係支援機関が開催するセミナー・懇談会・展示会等に参加し、経営支援に必要なノウハウ・情報を習得し、支援資質の向上を図る。

2) 職員の情報共有のための取り組み

(1) 経営指導員会議を毎月開催《既存強化》

これまで不定期で行ってきた経営指導員会議を月 1 回の定例開催とし、支援事例・ノウハウ等情報共有する。会議の内容は次の通りとする。

- 計画実施状況の確認、支援のフォローアップ遂行状況確認
- 支援事例・支援ノウハウ等情報の共有

(2) 経営発達支援事業推進会議（仮称）を四半期に一度開催《新規》

事務局長・経営指導員・経営支援員が参加し、次の事項について協議し情報及び支援ノウハウ等の共有を図る。

- 事業の実施状況地域経済動向の調査・分析及び広報について
- 消費動向・需要動向調査・分析および広報について協議
- 事業の実施状況報告、支援事業者のフォローアップ状況報告
- 支援事例・ノウハウ等情報の共有

(3) 経営発達支援事業検討委員会を四半期に一度開催《新規》

本会「商工振興委員会」の委員（専門家：中小企業診断士・税理士・弁護士・社労士・公認会計士・IT 専門家・広報実務家・商品プランナー等 9 名）による経営発達支援事業検討委員会を設置し四半期に一度開催する。委員会では、経営発達支援計画の進捗の状況について情報の共有を図る。

(4) 経営支援員の情報収集・管理・活用のための定期会議《新規》

経営支援員が窓口相談・フォローアップ支援等に際して活用するための、地域経済動向データ及び日経 MJ や日経トレンドィ等の消費・商品トレンドや新商品情報を相互に共有するために、四半期に一度「情報活用事例についての情報交換のための会議」を開催する。

### 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

経営発達支援計画を適正に遂行するため、以下の事業評価、検証を行い、見直しを実施するPDCAサイクルの仕組みを構築する。

#### 1) 事業の評価

(1) 経営指導員会議（毎月）

(2) 経営発達支援事業検討委員会（四半期に一度）

(3) 四役会[正副会長・総務委員長]（四半期に一度）

(4) 第三者評価（半年に一度）

中小企業診断士、税理士（公認会計士）、地元金融機関支店長の外部有識者及び市役所担当課の計4名の第三者と、職員代表（事務局長）1名により事業の実施状況、成果の評価・見直し案の提示を行う。

(5) 理事会（半年に一度）

(6) 総代会（年に一度）

(7) 公表

事業実施状況及び成果の評価・検証・見直し案の結果を、本会のホームページで計画期間中公表する。（<http://www.munakata.or.jp/syokou/>）

	検討する会議等	検討内容等
毎月	経営指導員会議	実施進捗管理、必要事項改善・実施
四半期に1度	事業検討委員会	実施状況・成果の検証、改善提案
四半期に1度	四役会報告	実施状況・成果の検証、見直し決定
半年に1度	第三者評価	実施状況・成果の検証、見直し承認
半年に1度	理事会報告・HP公表	実施状況・成果の検証、見直し承認・公表
年に1度	総代会報告・HP公表	実施状況・成果の検証、見直し承認・公表

(別表 2)

経営発達支援事業の実施体制

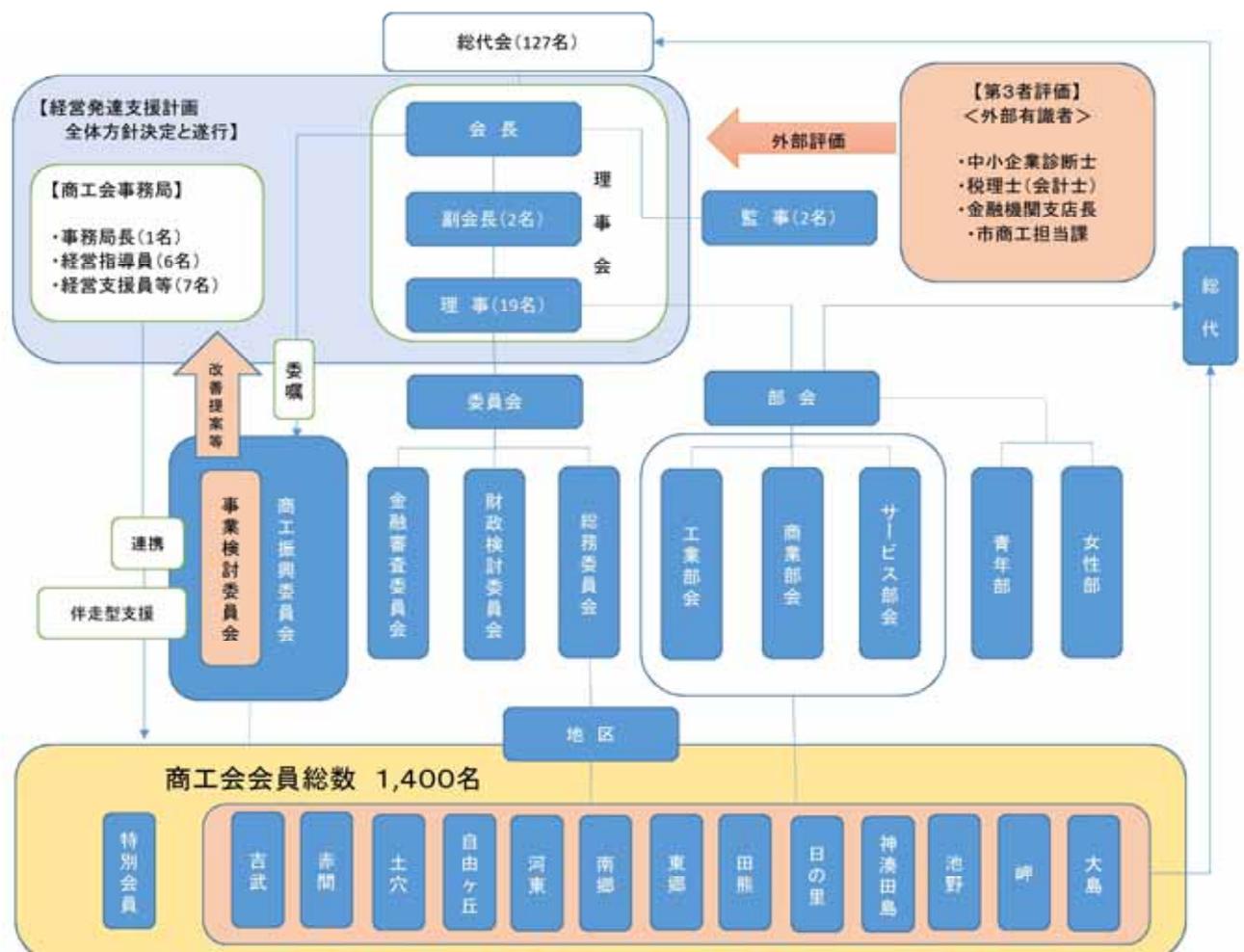
経営発達支援事業の実施体制

(平成 28 年 4 月 1 日現在)

1. 組織体制

宗像市商工会は、経営発達支援計画の実施にあたり役職員一丸となって取り組むこととしており、事業を円滑に実施していく。なお、経営指導員が小規模事業者に対して主に事業計画策定等の支援を行っていくが、取り組む内容によって企画立案・事業推進のための組織横断のプロジェクト・チームを編成し、事業を実施していく。

宗像市商工会 組織図



1) 実施体制図

宗像市商工会（職員 14 名）

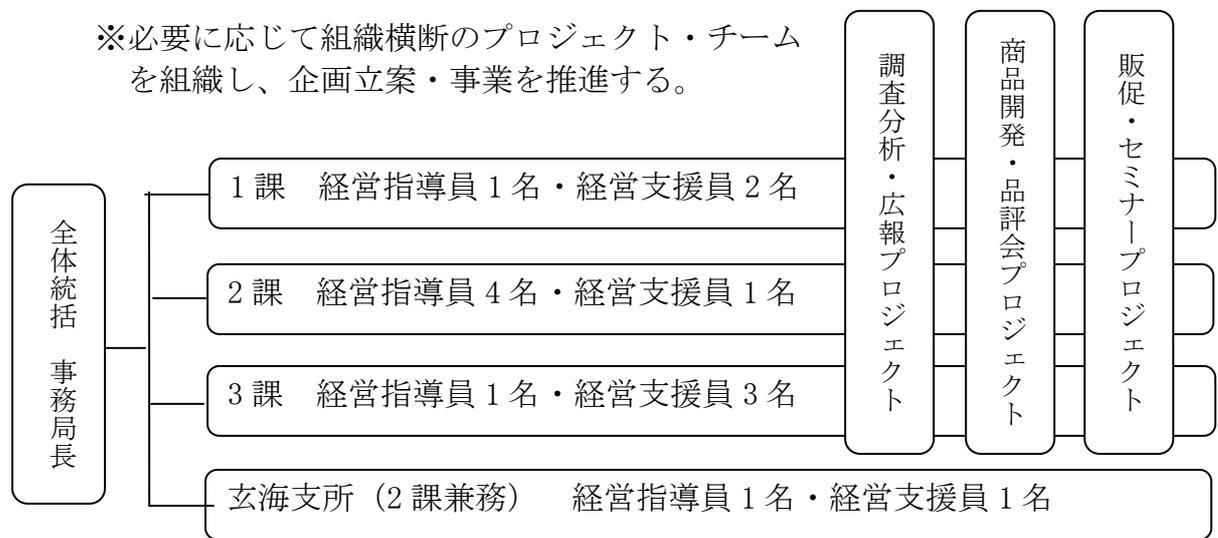
事務局長 1 名、経営指導員 6 名、経営支援員 6 名、パート職員 1 名ほか

事務局長・・・全体統括

経営指導員・・・経営発達支援事業全体調整：責任者 1 名及びサブ 1 名を決定  
小規模事業者の経営計画作成等のための伴走型支援実施

経営支援員・・・案件発掘・伴走型支援・フォローアップ時の経営指導員サポート

※必要に応じて組織横断のプロジェクト・チーム  
を組織し、企画立案・事業を推進する。



2) 連絡先

宗像市商工会 本所

住 所 : 〒811-3436 福岡県宗像市東郷 1-3-10

電話番号 : 0940-36-2268

F A X 番号 : 0940-36-7822

メールアドレス : munakata@shokokai.ne.jp

ホームページ : <http://www.munakata.or.jp/syokou/>

宗像市商工会 玄海支所

住 所 : 〒811-3502 福岡県宗像市江口 1177-1

電話番号 : 0940-62-0070

F A X 番号 : 0940-62-0494

(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 28 年度 (H28 年 4 月以降)	平成 29 年度	平成 30 年度	年度	年度
必要な資金の額	2,500	1,900	1,900		
旅費・事務費 (研修参加・会議開催等)	100	100	100		
講習会開催費	1,000	1,000	1,000		
食品品評会・商談会	1,000	500	500		
アンケート調査費	100	100	100		
通信費	300	200	200		

(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
① 国 「伴走型小規模事業者支援推進事業補助金」
② 福岡県 「小規模事業経営支援事業費補助金」
③ 宗像市 「経営改善事業指導事業費補助金」「地域総合振興事業費補助金」
④ 道の駅むなかた 「産業振興研究事業補助金」
⑤ 会費収入等
⑥ 特別賦課金・雑収入 「講習会等受講負担金、展示会等出展料ほか」

(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
○地域の経済動向調査に関する金融機関・関係機関との連携 ○小規模事業者の経営力強化のための支援機関・専門家等との連携 （経営状況の分析・事業計画策定支援・事業計画策定後の実施支援） ○小規模事業者の経営課題に対応するための支援機関・専門家等との連携 （創業・事業承継・第二創業・経営革新・補助金申請等） ○需要動向調査に関する金融機関・関係機関・バイヤー等との連携 ○新たな需要開拓に寄与する事業に対応するための連携 ○地域経済の活性化に資する取組みみみのための関係機関との連携 ○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支援機関等との連携
連携者及びその役割
<b>【連携者】</b> ①日本政策金融公庫 福岡支店 〒812-0011 福岡市博多区博多駅前 3-21-12 TEL：092-411-9111（国民生活事業） 福岡支店長兼国民生活事業統括 池隅剛志  ②㈱福岡銀行 宗像支店 〒811-3436 福岡県宗像市東郷 5-4-5 TEL：0940-36-2017 支店長 中狭孝章  ③㈱福岡銀行 赤間支店 〒811-4183 福岡県宗像市土穴 1-1-20 TEL：0940-33-7211 支店長 渡辺雅寛  ④㈱西日本シティ銀行 日の里支店 〒811-3425 福岡県宗像市日の里 1-29-8 TEL：0940-36-6767 支店長 西和久  ⑤㈱西日本シティ銀行 赤間支店 〒811-4184 福岡県宗像市くりえいと 1-5-1 TEL：0940-33-3341 統括支店長 佐渡弘和  ⑥㈱西日本シティ銀行 自由ヶ丘支店 〒811-4163 福岡県宗像市自由ヶ丘 2-7-7 TEL：0940-33-5151 統括支店長 佐渡弘和

- ⑦遠賀信用金庫 むなかた支店  
〒811-3406 福岡県宗像市稲元 4-1-1 TEL : 0940-32-3104  
支店長 土岐昭弘
- ⑧福岡県中央信用組合 宗像支店  
〒811-3436 福岡県宗像市東郷 1-4-14 TEL : 0940-36-2152  
支店長 桑野文郁
- ⑨福岡県中央信用組合 赤間支店  
〒811-4146 福岡県宗像市赤間 5-1-1 TEL : 0940-32-2930  
支店長 伊賀和幸
- ⑩㈱福岡中央銀行 自由ヶ丘支店  
〒811-4163 福岡県宗像市大字自由ヶ丘 5-975-11 TEL : 0940-33-3321  
支店長 清水久司
- ⑪㈱北九州銀行 宗像支店  
〒811-4185 福岡県宗像市赤間駅前 1-4-34 TEL : 0940-38-0511  
支店長 萩原正香
- ⑫福岡県商工会連合会  
〒812-0046 福岡市博多区吉塚本町 9-15 TEL : 092-622-7708  
会長 城戸津紀雄
- ⑬独立行政法人 中小企業基盤整備機構九州  
〒812-0038 福岡市博多区祇園町 4-2 TEL : 092-263-1500  
九州本部長 齋藤三
- ⑭福岡県よろず支援拠点  
〒812-0046 福岡市博多区吉塚本町 9-15 TEL : 092-622-7809  
コーディネーター 佐野賢一郎
- ⑮公益財団法人 福岡県中小企業振興センター  
〒812-0046 福岡市博多区吉塚本町 9-15 TEL : 092-622-6230  
理事長 高木郁夫
- ⑯宗像市商工観光課  
〒811-3492 福岡県宗像市東郷 1-1-1 TEL : 0940-36-1121  
課長 衣笠哲哉
- ⑰ミラサポ  
中小企業庁の中小企業・小規模事業者支援サイト

②①宗像市商工会商工振興委員

中小企業診断士、税理士、弁護士、金融機関支店長、商品企画・開発、広報企画、情報発信、人材育成、IT 支援、HP 作成を専門分野とする 9 名から成る。(平成 28 年 1 月現在)

②②福岡県事業引継ぎ支援センター

〒812-0011 福岡市博多区博多駅前 2-9-28 TEL : 092-441-6922  
統括責任者 奥山慎次

②③経営革新センター

〒812-0046 福岡市博多区吉塚本町 9-15 TEL : 092-622-5432  
アドバイザー 野上育彦

②④公益社団法人 九州生産性本部

〒810-0004 福岡市中央区渡辺通 2-1-82 TEL : 092-622-5432  
会長 田中優次

②⑤(株)道の駅むなかた

〒811-3502 福岡県宗像市江口 1172 TEL : 0940-62-2715  
館長 山崎宏幸

②⑥(株)ハローデイ 宗像店

〒811-3413 福岡県宗像市曲字京縄手 138-1 TEL : 0940-36-8900  
代表取締役社長 加治敬通

②⑦(株)サンリブ くりえいと宗像店

〒811-4184 福岡県宗像市くりえいと 1-5-1 TEL : 0940-38-0130  
代表取締役社長 佐藤秀晴

②⑧(株)イズミ ゆめタウン宗像店

〒811-4175 福岡県宗像市田久 2-1-1 TEL : 0940-35-6111  
代表取締役社長 山西泰明

②⑨(株)博多大丸 福岡天神店

〒810-8717 福岡市中央区天神 1-4-1 TEL : 092-712-8181  
代表取締役社長 柚木和代

③⑩イオン九州(株)

〒812-0016 福岡市博多区博多駅南 2-9-11 TEL : 092-441-0611  
代表取締役社長 柴田祐司

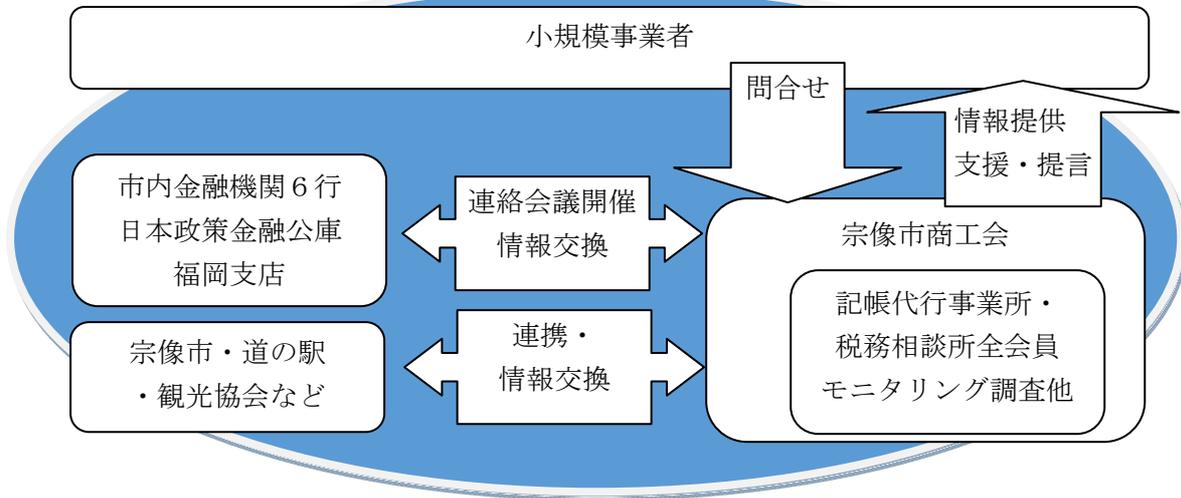
- ③① ㈱阪急阪神百貨店 博多阪急  
〒812-0012 福岡市博多区博多駅中央街 1-1 TEL : 092-461-1381  
代表取締役社長 荒木直也
- ③② ㈱岩田屋三越  
〒810-8680 福岡市中央区天神 2-5-35 TEL : 092-721-1111  
代表取締役社長 中込俊彦
- ③③ JR九州リテール(株)  
〒812-0013 福岡市博多区博多駅東 1-1-14 TEL : 092-434-5761  
代表取締役社長 本多修一
- ③④ (一社) 宗像市観光協会  
〒811-3502 福岡県宗像市江口 1172 TEL : 0940-62-3811  
会長 小林正勝
- ③⑤ 宗像農業協同組合  
〒811-3436 福岡県宗像市東郷 4-3-1 TEL : 0940-36-4110  
代表理事組合長 川口正利
- ③⑥ 宗像漁業協同組合  
〒811-3512 福岡県宗像市鐘崎 778-5 TEL : 0940-62-1500  
代表理事組合長 中村忠彦
- ③⑦ 九州産業大学芸術学部デザイン学科  
〒813-8503 福岡市東区松香台 2-3-1 TEL : 092-673-5050  
芸術学部デザイン学科教授 青木幹太
- ③⑧ 宗像市世界遺産登録推進室  
〒811-3504 福岡県宗像市深田 588 TEL : 0940-62-2600  
室長 徳永淳
- ③⑨ 福津市商工会  
〒811-3217 福岡県福津市中央 2-10-6 TEL : 0940-42-0315  
会長 原田誠

**【連携者の役割】**

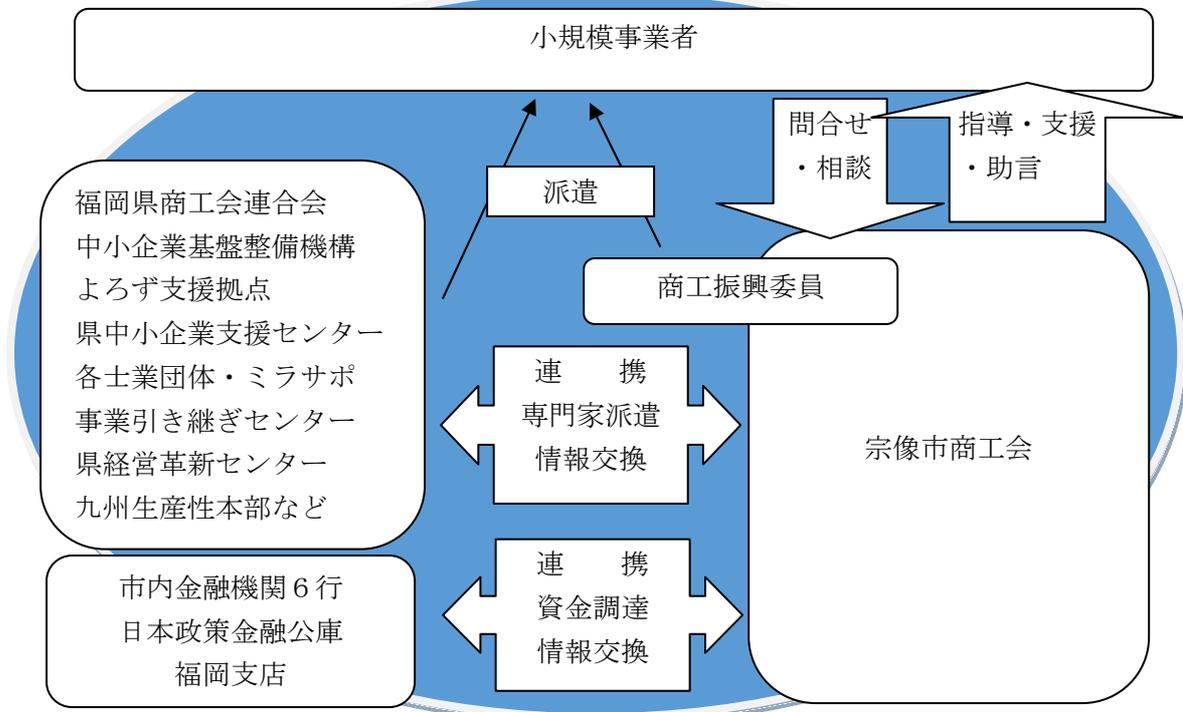
- 地域の経済動向調査に関する金融機関・関係機関との連携  
(連携先) ①～⑫、⑯、⑳、㉔
- 小規模事業者等の経営力強化に関する事業(経営状況分析・経営計画作成・フォロー)  
(連携先) ①～⑮、⑰～㉑
- 資金調達支援  
(連携先) ①～⑪、⑯
- 創業支援事業  
(連携先) ①～⑭、⑯～㉑
- 後継者育成・事業承継・第二創業支援事業  
(連携先) ①～⑭、⑯～㉒
- 経営革新・生産性向上支援事業  
(連携先) ①～⑭、⑰～㉑、㉓、㉔
- 需要動向調査に関する金融機関・関係機関・バイヤー等との連携  
(連携先) ①～⑫、⑯、㉕～㉗
- 新たな需要開拓に寄与する事業に対応するための連携  
売れる商品(世界遺産関連お土産)づくり事業(国内販路開拓支援事業)  
(連携先) ①～⑫、⑯、㉕～㉙
- 地域経済の活性化に資する取組みのための連携  
(連携先) ⑯、㉕、㉖、㉗、㉚
- 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支援機関等との連携  
(連携先) ①～⑮、㉑～㉔

## 連携体制図等

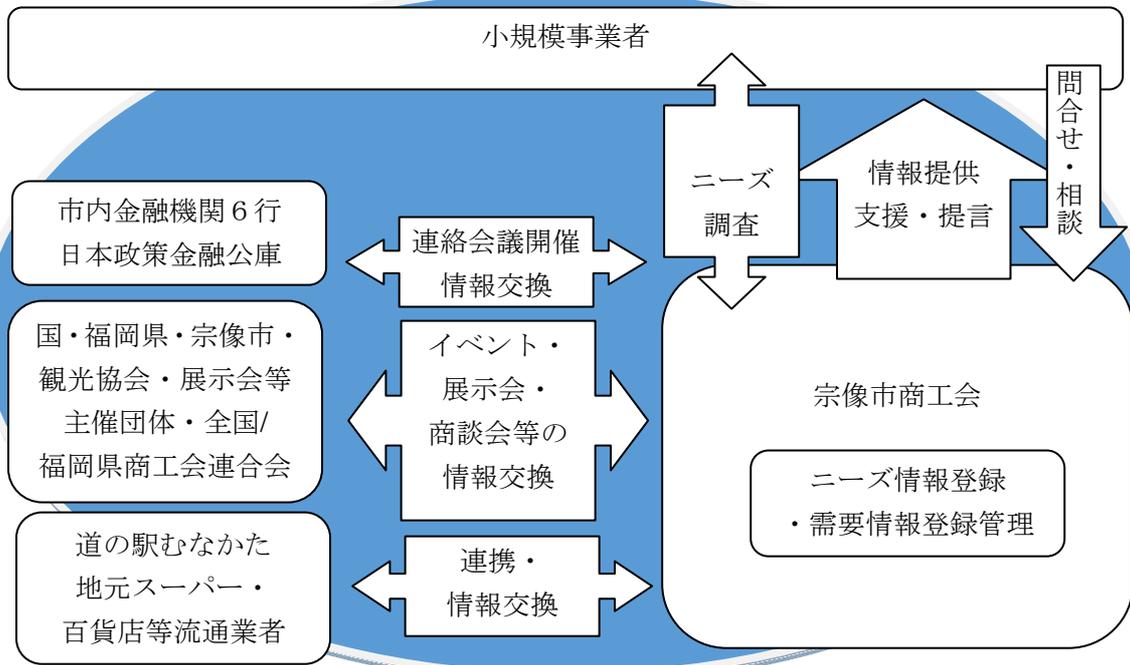
### ■地域の経済動向調査に関する金融機関・関係機関との連携



### ■小規模事業者等の経営力強化に関する事業（経営状況分析・経営計画作成・フォロー） ・資金調達支援、創業支援事業、後継者育成・事業承継・第二創業支援事業、 経営革新・生産性向上支援事業など

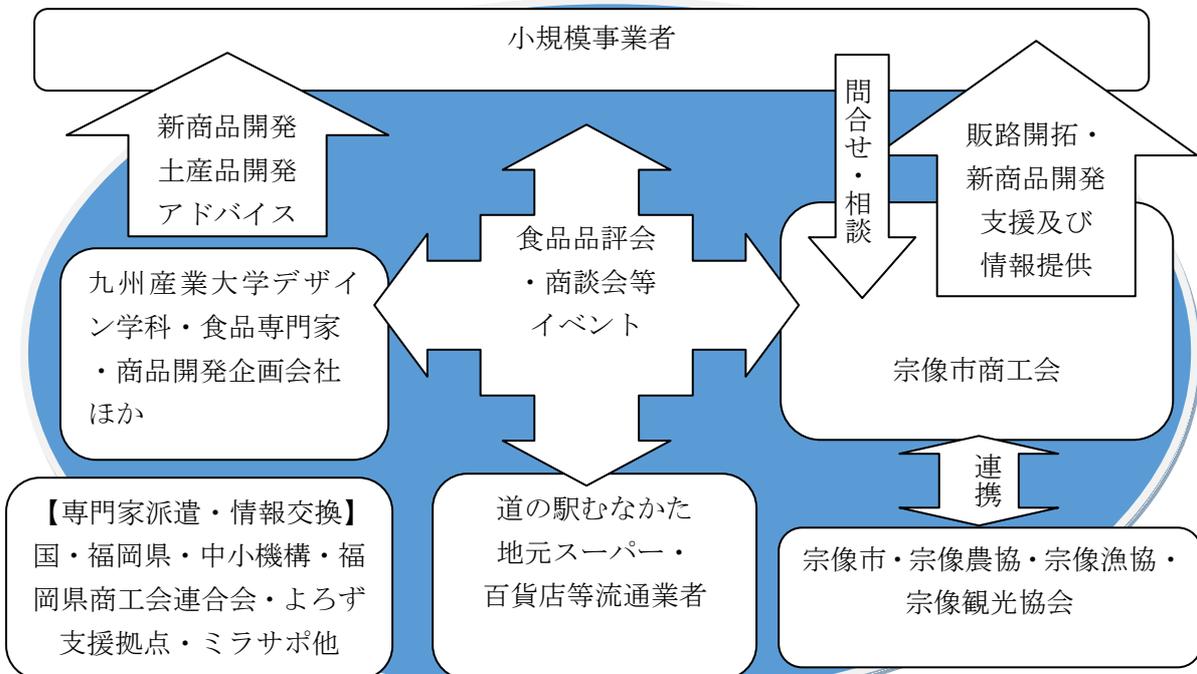


■需要動向調査に関する金融機関・関係機関・バイヤー等との連携

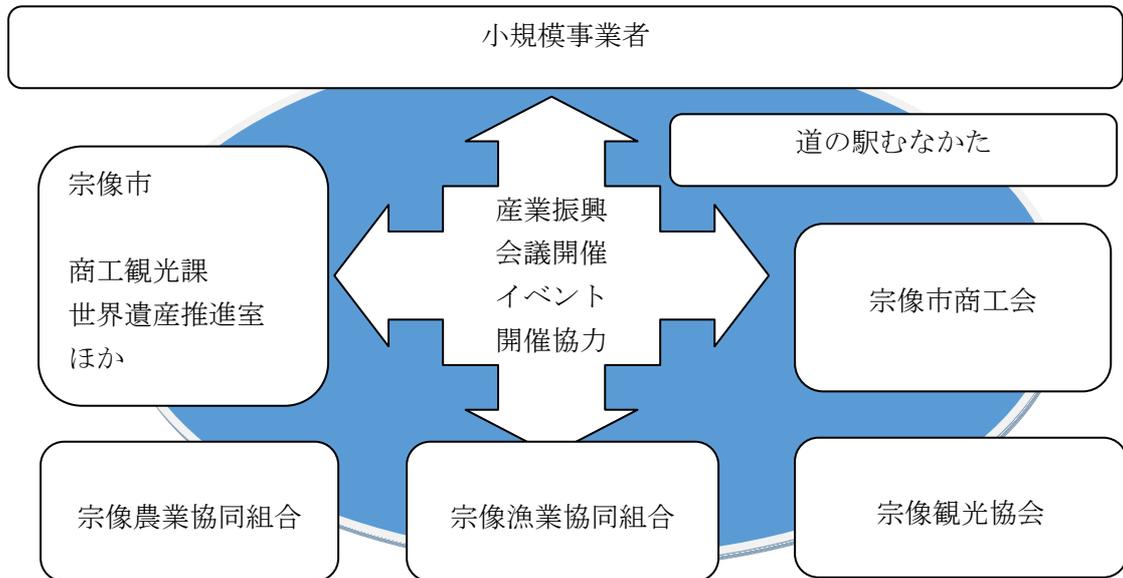


■新たな需要開拓に寄与する事業に対応するための連携

売れる商品（世界遺産関連土産品）づくり事業（国内販路開拓支援事業）等



■ 地域経済の活性化に資する取り組みのための関係機関との連携



■ 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支援機関等との連携

