

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	福岡商工会議所（法人番号 1290005003010）
実施期間	2019年4月1日～2022年3月31日
目 標	福岡商工会議所は、管内の産業構造や経済政策、事業者の課題等を踏まえ、以下の点を基本とした小規模事業者振興に取り組む。 1. 伴走型支援の強化 より一層支援の質を上げ、支援効果の高い「伴走型支援」を提供できるよう、組織的取組を強化する。 2. 「食」・「MICE、観光、インバウンド」・「ファッション」関連産業、「海外展開」にかかる重点支援 産業構造上集積度や波及効果が大きい産業の振興、並びに「海外展開」支援を通じ、小規模事業者の重点支援を行う。 3. 商店街支援 行政等と連携した賑わい創出のイベント支援と商店街相互の勉強会や定期的な情報提供を通じ、自ら行動する商店街づくりを支援する。 4. 創業・新産業創出の促進 他の創業支援機関と連携し、創業及びイノベーションの掘り起こしから安定化まで、一貫した支援の仕組みづくりを行う。 5. 事業承継支援（新規） 技術やノウハウを受け継ぐ後継者育成や親族外承継の支援を通じ、事業承継の円滑化に取り組む。 6. 生産性向上支援（新規） 身の丈ITの導入支援を通じ、小規模事業者の生産性向上に取り組む。
事業内容	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 経営分析及び事業計画作成支援等に活用するため、「地場企業の経営動向調査」を1,500社に対し年4回実施する。 2. 経営状況の分析に関すること 事業者との間で経営課題等を共通認識とするため、経営計画策定支援ツール等を使用した経営状況分析や事業承継診断を実施する。あわせて、分析結果の組織内共有と活用に向けた仕組みづくりを行う。 3. 事業計画策定支援に関すること 事業者が限られた経営資源を有効に活用できるよう、経営状況分析や需要動向調査の結果を用い、IT導入等も含めた事業計画策定を支援する。創業希望者には、福岡起業塾等で創業計画書作成支援を実施する。また、事業承継診断の結果承継支援を要する事業者には、承継計画の策定に向けた支援を行う。 4. 事業計画策定後の実施支援に関すること PDCAを意識した経営が行われるよう、地区担当経営指導員等15名が基本四半期に一度進捗確認を行い、計画の実施と更なる成長に向けた支援に取り組む。 5. 需要動向調査に関すること マーケットインの事業計画策定や販路開拓に役立つよう、商談会等で得た生きた情報を提供する。 6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること 国内外に向けた各種商談会や展示会、マッチング等の機会を提供し、商材の発掘から商談、フォローアップまでの一貫した支援を行う。 II. 地域経済の活性化に資する取組 行政等関係団体と連携した大規模イベントによる地域経済の活性化、及び、商店街を中心とした消費喚起イベント、インバウンド需要の取込み支援を行う。
連絡先	福岡商工会議所 経営相談部 経営支援グループ 〒812-8505 福岡県福岡市博多区博多駅前二丁目9番28号 TEL：092-441-1146 / FAX：092-482-1523 E-mail：fkkeiei@fukunet.or.jp

(別表1)

経営発達支援計画

経営発達支援事業の目標

1. 経営発達支援事業の目標

〈第1期における取組と評価等〉

第1期の計画期間においては、福岡商工会議所管内の産業構造や経済政策等を踏まえ、4つの目標（①伴走型支援の強化、②「食」、「観光」、「ファッション」関連産業の重点支援、③商店街支援、④創業の促進）を設定し事業を実施してきた。各事業の取組と課題については以下の通りであるが、全体として、各事業の取組みについては目標を概ね達成し、評価会議の評価員（外部有識者・以下、「評価員」という。）からも、「事業範囲が広いにもかかわらず取り組みのレベルも事業者との接触度も高い」との評価を受けている。

今後、より一層支援の質を上げるためには、特に部署間の連携を強化し、個々の事業者の課題解決をはじめ、成長のための事業サポートを行い、支援効果の高い「伴走型支援」が提供できる組織的取組みが課題である。また、経営環境の変化に伴い小規模事業者が対応を迫られている「事業承継」や「生産性向上」に対する支援にも力を入れて取り組む必要がある。

そこで、第2期においては、各部署の持つ支援メニューを部署横断的に検討を行いながら提供していくことにより、全所的な支援体制を確立し、事業者の発展段階に応じた「伴走型支援」を徹底するとともに、第1期に掲げた4つの目標に加え、新たに「事業承継支援」及び「生産性向上支援」を掲げ、小規模事業者の持続的発展に繋げるべく取り組む。

○各事業の取り組みと課題について

I. 経営発達支援事業の内容

経済動向調査、経営状況の分析、事業計画策定・実施支援、需要動向調査、新規需要開拓の各項目については、概ね目標を達成し成果をあげた。特に食や観光関連の商談会では、目標を大きく上回る実績をあげ、効果的な販路開拓支援を行うことができた。更に効果を上げるためには、バイヤーへのヒアリングをもとに、成約に繋がる個別指導や商談会の企画を行うことが課題である。

また、日常的なマッチング支援については、成約件数は目標を下回ったものの、個々の取引先に関わる相当程度の情報蓄積に繋がった。今後、蓄積した情報の活用・提供を通した一層の支援が求められる。

全体を通して、個々の事業者の状況、課題、支援策等を部署間でタイムリーに情報共有する組織的な連携が不足しており、個々の事業者の事業計画に沿った真に成果を出す伴走型支援を追求する必要がある。

II. 地域経済の活性化に資する取組

第3次産業が多い地域の特性を活かし、行政等関係団体と連携して、波及効果の高い全市的なまつりや食・ファッション関連の大規模イベントを実施したほか、商店街を中心とした消費喚起イベント等を支援し、域内消費の拡大・インバウンド需要の取り込みと地域経済の活性化に効果を上げることができた。しかし、食のイベントなどは、地域により多くの人を呼び込めるような他のイベントと連携して開催するなど、更に相乗効果を上げる方策を検討する必要がある。

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

小規模事業者に対する支援力向上のため、行政や他の支援機関との支援策に関する情報共有、共同事業によるスケールアップ等に取り組んだ。また、経営指導員の活動の「質的向上」を掲げ、特に成長意欲の高い事業者に焦点を当て、事業計画に基づく運営を経営者との二人三脚で進めている。

一方、事業者が成長機会として挑戦する様々な機関による商談会や輸出相談等についての事前・事後の状況把握、参加後のフォローなどの連携が十分なされておらず、今後の課題となっている。

〈今回の申請における取組〉

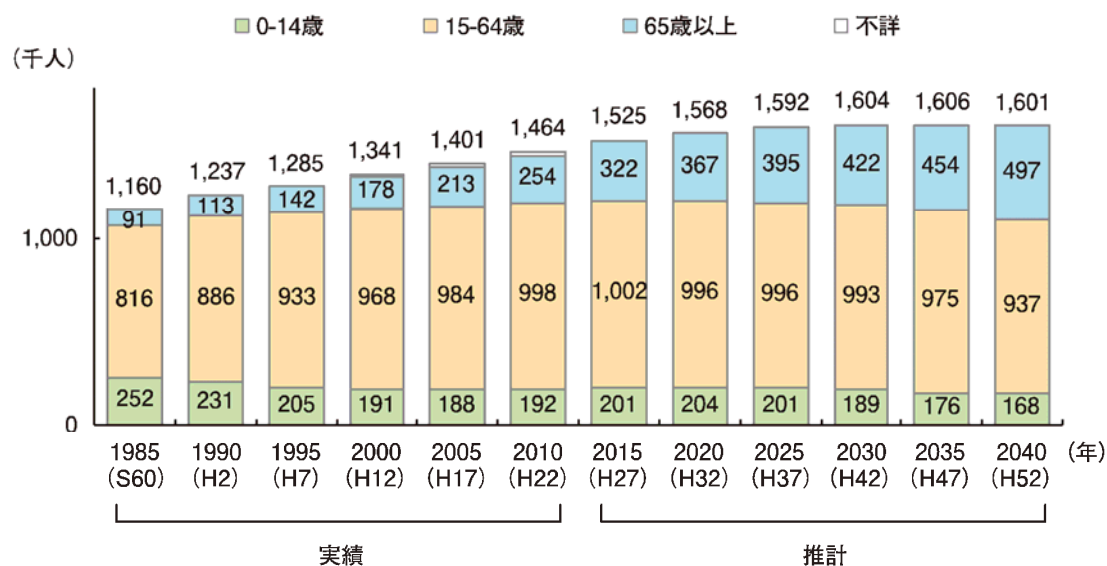
（１）地域の現状と課題

①現状

【地域の概況】

- 九州最大の都市である福岡市は、福岡県の西部に位置する政令指定都市であり、県庁所在地である。
- 人口は157万人（2018年10月時点）であり、2035年頃まで増加が見込まれており、2030年には160万人を超える見込みである。人口構成は、若者、特に若い女性が多く、若者率が22.05%を占め、政令指定都市では全国一位（2015年国勢調査）となっている。一方、高齢化も進展し、生産年齢人口は減少傾向にあり、2040年には老年人口が全体の31%に達する見込みである。
- 都心部にある福岡空港から飛行機で釜山まで50分、上海まで90分、博多港から高速艇で釜山まで3時間弱で結ばれるなど、日本で一番アジアに近い大都市である。また、高速道路や鉄道・新幹線、飛行機により、九州の主要都市をはじめ全国各地と直接結ばれており、陸・海・空のアクセスが良い。そのため、アジアのゲートウェイとして重要なハブ機能を果たしている。
- 豊かな自然環境や食文化・伝統芸能等の観光資源に恵まれ、道路や鉄道などの都市基盤や文化施設などの社会資本が充実している。また、災害も少なく、他の大都市圏に比べ物価や家賃も低い。そのため、2018年度の福岡市政に関する意識調査においては、9割以上が「福岡市は住みやすい」（97.1%）、「福岡市に住み続けたい」（92.8%）と答えており、大手旅行情報メディア「Frommer's」が選ぶ旅行先トップ10（2012年）においても日本で唯一選ばれるなど、国内外から評価される住みやすく訪れたい都市となっている。

福岡市の将来推計人口および年齢別構成



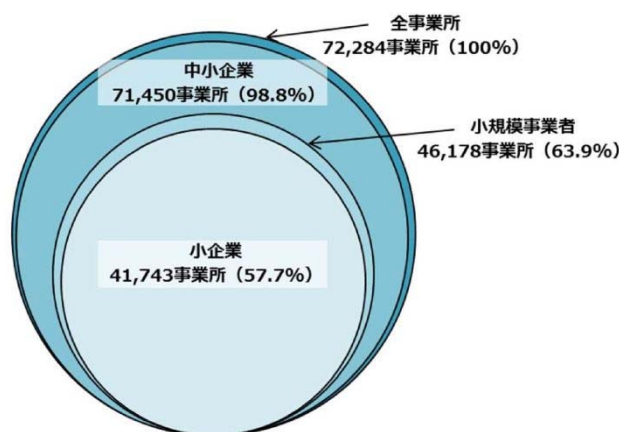
資料：実績…国勢調査、推計…福岡市総務企画局（2012年3月推計）

出典：福岡市「第9次福岡市基本計画」2013年

【産業構造】

- 総務省が6月に公表した「平成28年経済センサス - 基礎調査」によると、2017年7月1日現在における福岡市内の産業大分類別民営の事業所数は72,284事業所、従業者数は866,930人となっている。小規模事業者は46,178事業所で、事業所数の63.9%を占めている。
- 官民を挙げて創業支援に取り組んでいることもあり、経済センサスをもとにした算出では、2014年から2016年の平均開業率は7.4%と全国でもトップクラスであるものの、廃業率も9.7%と高めであることから、事業所数は2014年調査時点と比べると若干減少している。
- 平成28年経済センサス活動調査によると、第3次産業が事業所数の90.1%を占め、政令指定都市としては最も高い水準となっている。最も多いのは「卸売業、小売業」で29.3%を占め、次いで「宿泊業、飲食サービス業」(14.5%)、「生活関連サービス業、娯楽業」(8.2%)である。また、RESASを用いた分析でも、第3次産業が生産額の87.1%、付加価値額の91.4%を占めており、広くサービス産業が地域に集積しているといえる。
小規模事業者においては、第3次産業の中でも特に「食」、「観光」、「ファッション」関連産業において集積度が高く、波及効果が大きいといえる(次頁「福岡市における小規模事業者の業種的特徴」参照)。

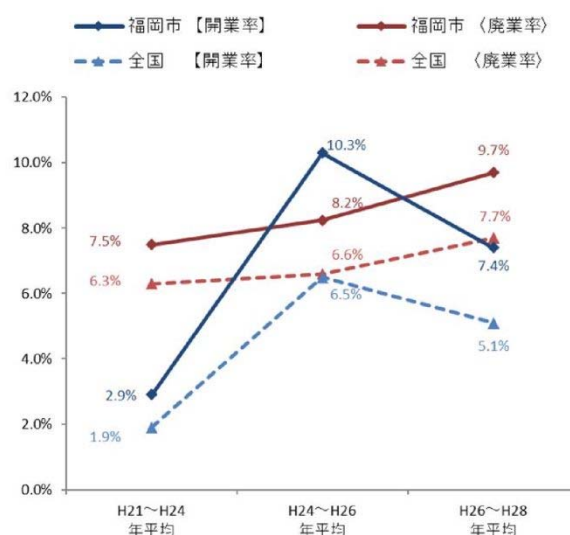
福岡市事業所数に占める小規模事業者の割合



※統計結果の性質上、中小企業、小規模事業者、小企業の定義を下記ののとおりとした。
 ・中小企業数：従業者規模300人未満
 ・小規模事業者：従業者規模20人(商業・サービス業は5人)以下
 ・小企業：従業者規模5人以下

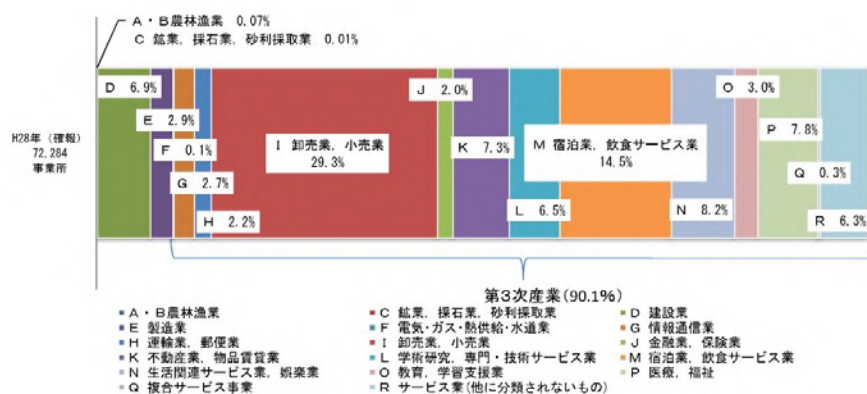
資料：総務省・経済産業省「平成28年経済センサス活動調査」

開・廃業率の推移



資料：総務省「経済センサス」をもとに算出した開業率・廃業率の推移(事業内容等不詳を除く民営事業所のみ)

福岡市の産業別の事業所構成比(民営のみ)



出典：福岡市経済観光文化局「福岡市経済の概況」2018年10月

福岡市における小規模事業者の業種的特徴

産 業 分 類(大分類)	小規模 事業者数	構成比	中分類から見える特徴
農業, 林業	46	0.1%	・ 食品関連事業者数 7,709 (16.7%) 対象業種：農業、漁業、製造業の一部、卸売業, 小売の一部、飲食サービス業 ・ 飲食関連事業者数 6,718 (14.5%) 対象業種：小売業の一部、飲食サービス業 ・ 観光関連事業者数 6,183 (13.4%) 対象業種：情報通信業 の一部、運輸業の一部、宿泊業、飲食業、娯楽業 ・ ファッション関連事業者数 5,276 (11.4%) 対象業種：製造業の一部、卸売業, 小売業の一部、生活関連サービス業の一部 ※市内の小規模事業者の構成として、上記記載の食品関連事業者、飲食関連事業者、観光関連事業者、ファッション関連事業者の占める割合が高い。
漁業	2	0.0%	
鉱業, 採石業, 砂利採取業	6	0.0%	
建設業	4,405	9.5%	
製造業	1,780	3.9%	
電気・ガス・熱供給・水道業	65	0.1%	
情報通信業	1,027	2.2%	
運輸業, 郵便業	1,060	2.3%	
卸売業, 小売業	12,107	26.2%	
金融業, 保険業	1,079	2.3%	
不動産業, 物品賃貸業	4,699	10.2%	
学術研究, 専門・技術サービス業	3,235	7.0%	
宿泊業, 飲食サービス業	5,994	13.0%	
生活関連サービス業, 娯楽業	4,527	9.8%	
教育, 学習支援業	1,243	2.7%	
医療, 福祉	2,359	5.1%	
複合サービス事業	76	0.2%	
サービス業(他に分類されないもの)	2,468	5.3%	
総計	46,178	100.0%	

出典：総務省「平成28年経済センサス-活動調査」

②課題

○集積度や波及効果の大きい産業の振興、増加するインバウンドへの対応

- 福岡市は第3次産業の割合が高いことから、祭りやイベントを通じた集客など、福岡市の保有する資源や魅力を掘り起こして観光・集客を促進することにより、人の集積とそれに伴う消費を喚起していくことが課題である。こうした取組みを行うことで地域経済に大きな効果を及ぼすことができる。
- 第3次産業のなかでも、特に集積度が高く波及効果の大きい「食」、「観光」、「ファッション」関連産業においては、「福岡・九州」という単位でのブランド価値の形成が課題となっている。
- 今後少子高齢化の進展による国内市場の頭打ちや経済のグローバル化による国内外の企業間競争が激しくなるなかで、国内のみならず、海外への展開も大きな課題となっている。
- 国際コンベンション開催数はここ数年大幅な伸びを見せ、全国の都市別でみると東京都に次いで8年連続で2番目の多さを誇る。また、入込観光客数も2009年から7年連続増加し、2012年から5年連続で過去最高を更新しており、インバウンドへ対応し、いかに地域経済の振興に繋げていくかが重要となっている。(福岡市経済観光文化局「福岡市経済の概況」2018年10月)
- 地域のコミュニティを支える商店街においては、商圈人口の減少や高齢化、消費者の商店街離れ、商店街組織の担い手不足等が進行し、年々商店街数が減少している状況である(福岡市経済観光文化局「福岡市商店街実態調査」)。そのため、取り込むべきインバウンドへの対応も後手に回っている。

○創業・イノベーションの促進、事業承継による事業価値の継続

- 当地域は創業に対して非常に注力しており、2014年にはグローバル創業・雇用創出特区の指定を受け、創業に対する機運がますます高まっている。前述の通り開業率が高く競争も激しいことから、創業後の事業継続が課題である。そのため、イノベーションの促進により特徴ある製品やサービスを生み出すことが必要となっている。
- 若者の比率が高いため、大学や専門学校が多数集積し、毎年多くのクリエイティブ産業関連の

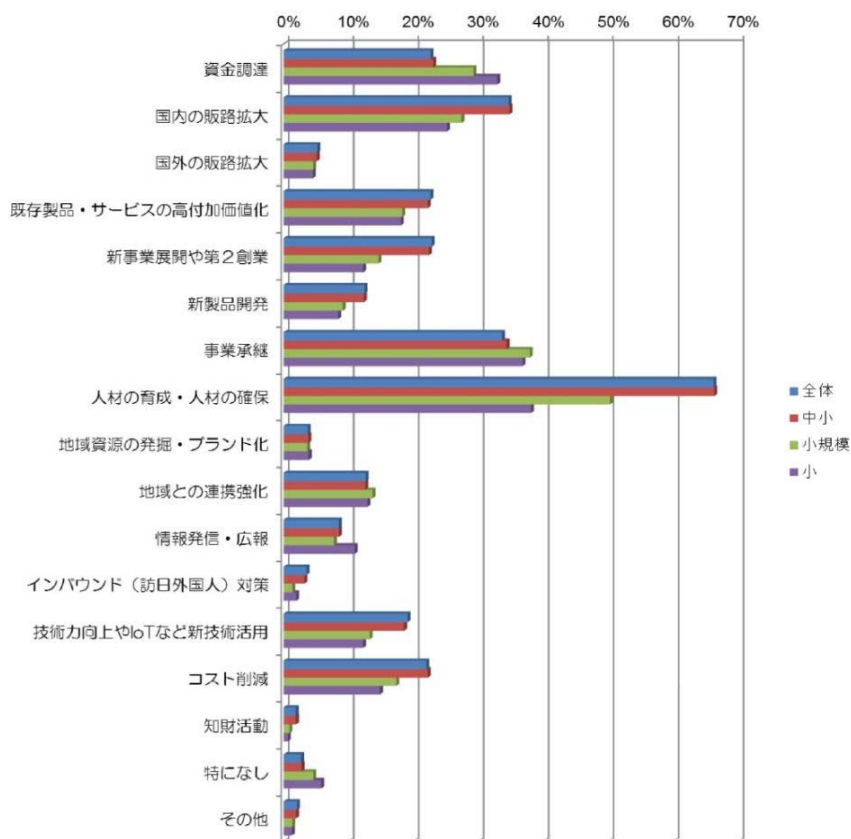
人材を輩出している。こうした人材を地元企業に取り込んでいくことにより、イノベーションの促進や新産業の創出に繋げていくことが求められる。

- 事業承継に関しては、市内事業者について診断を行い現状把握に努めているところではあるが、まだ後継者問題を抱えている事業者がどの程度存在するのか明らかにはなっていない状況である。帝国データバンクが実施した調査¹によれば、福岡に本社を置く企業の7割が事業承継を経営上の問題として認識しているものの、進めるための「計画がある」企業は45%程度に留まるなど、対策が遅れていることがうかがえる。そのため、事業承継に関わる積極的な情報発信により事業者自身の取組みを促していくことが求められる。

○人手不足対応、生産性向上のためのIT・ICT活用

- 福岡市が行った「平成28年度中小企業振興に関するアンケート調査²」によれば、中小企業が重要視している経営課題は、企業規模・業歴に関わらず「人材の育成・確保」が最も多く、次いで「販路拡大」「事業承継」となっている。
- 人手不足への対応に関して当所が実施した経営動向調査³からは、設備投資による省力化やIT投資による効率化に「対応済み」と回答した企業は1割強と、あまり対応が進んでいないことがうかがえる。また、生産性向上や人手不足対策としてのITの導入状況について尋ねたところ、4割以上の事業者が「分からない」と回答し、特に従業員規模が小さい企業ほどその割合が高かったことから、この点についての支援の必要性が浮き彫りになった。

事業展開において重要視していること（企業規模別）



平成28年度中小企業振興に関するアンケート調査
(福岡市経済観光文化局経営支援課)

出典：福岡市「みんなで応援！中小企業元気都市プラン」2017年10月

¹ 帝国データバンク「事業承継に関する九州企業の意識調査」2017年10月

² 福岡市経済観光文化局「平成28年度中小企業振興に関するアンケート調査」

³ 福岡商工会議所「平成30年度第1四半期 地場企業の経営動向調査」「平成29年度第2四半期 地場企業の経営動向調査」

(2) 小規模事業者に対する中長期的な振興のあり方

① 10年程度の期間を見据えて

福岡市は、アジアに開かれた交流拠点都市として、国内外から多くの人々が観光やビジネスのために訪れている。市民生活を支える卸売業、小売業、サービス業などに加えて、新たな経済の活力を生み出す情報関連産業、クリエイティブ産業などの創業や集積も進んでおり、九州・西日本を代表する大都市として、また、日本経済を牽引する創業・成長の拠点として今後も発展が予想される。

しかしながら、急速な人口の減少、少子高齢化社会の進展、自然災害リスクの増大などの深刻な社会的課題に加え、世界経済の変動リスク、グローバル化に伴う国内外の企業間競争の激化、I o T・ビッグデータ・人工知能等による第4次産業革命とも呼ぶべき技術革新など、中小企業・小規模事業者は、これまでにない経営環境の変化に直面している。更に、こうした環境変化を背景として、特に「事業承継」や「生産性向上」への対応が、これまで以上に喫緊の課題として浮上してきている。

当所は、前述した地域の現状と課題や、第1期に取り組んだ小規模事業者支援の課題（集積度・波及効果の大きい業種・分野の重点支援）等を踏まえ、「事業承継支援」・「生産性向上支援」を加えた以下の点を基本として、会員／非会員を問わず地区内全ての小規模事業者の振興に取り組んでいく。

1. 伴走型支援の強化

日々蓄積した情報を活用し、環境変化や事業者ごとの成長段階に応じたより個別具体的できめ細かな支援をスピーディーかつ継続的に行う。

2. 重点支援

事業所数の63.9%を占める小規模事業者への効果的支援のため、集積度や波及効果が大きい業種（「食」、「観光」、「ファッション」関連業種）や分野、経営改善に積極的に取り組む等成長意欲の高い事業者に焦点を当てた活動を行う。

3. 商店街支援

地域経済活性化のための賑わいづくりと地域や顧客特性、目指す姿を踏まえた主体的活動を引き出す商店街支援に取り組む。

4. 創業・新産業創出支援

意欲ある事業者の参入による活性化のため、行政・支援機関等と連携して創業・新産業創出の促進に取り組む。

5. 事業承継支援

技術やノウハウを受け継ぐ後継者育成や親族外承継の支援を通じ、事業承継の円滑化に取り組む。

6. 生産性向上支援

少子高齢化、生産年齢人口が減少傾向にある中、小規模事業者は人手不足や売上機会のロスによる売上減少に直面しているため、I T・I C T等新技術の活用による生産性向上支援に取り組む。

② 「みんなで応援！中小企業元気都市プラン」（福岡市中小企業振興条例に基づく基本計画）との連動性・整合性

福岡市は、中小企業・小規模事業者がこれまでにない経営環境の変化に直面するなかで、生活の質の向上と都市の成長の好循環を創り出していくためには、直面している経営環境の変化を新たなビジネスチャンスと捉え、中小企業が自主的な経営の革新、第二創業やイノベーションの実現に果敢に挑戦するとともに、それを地域全体で支援していくことが不可欠であるとの認識のもと、2017年7月、地域社会全体で中小企業の振興を図り、中小企業が生き生きと活動する、活力ある福岡市の実現を図るため、福岡市中小企業振興条例の全面改正を行った。

「みんなで応援！中小企業元気都市プラン」は、改正後の中小企業振興条例に基づき、中小企業の振興に関する施策を総合的かつ計画的に推進するために、2017年12月に作成された基本計画であり、その施策体系は次頁の通りである。

福岡商工会議所は、福岡市中小企業振興部と毎月定例の会議等を通し、各種施策の擦り合わせや情報交換を行い、本プランとベクトルを一にし、中小企業・小規模事業者支援に連携して取り組んでいる。

みんなで応援！中小企業元気都市プラン 施策体系

1. 経営基盤の強化

○中小企業者の経営基盤の強化に資する施策の推進を図る。

- ・ 経営に関する相談・助言
- ・ 資金の供給の円滑化
- ・ 販路開拓の促進
- ・ 経営の承継の円滑化
- ・ 人材確保・育成
- ・ その他の経営支援

2. 持続的発展の促進

○商店街、伝統産業など、地域経済や市民生活を支える産業の持続的発展に資する施策の推進を図る。

- ・ 商店街の振興
- ・ 伝統産業・技能の振興
- ・ 農林水産品などの地域資源や特産品に係る地場産業の振興
- ・ 地域と中小企業との連携

3. 多様で活力ある成長発展の促進

○中小企業者の成長発展を促進する施策の推進を図る。

- ・ 創業、第二創業、経営の革新
- ・ 新商品・新サービスの開発、技術革新、事業化の促進
- ・ 海外市場への事業展開、海外需要の取込み
- ・ 知識創造型産業などの次世代を担う産業の振興
- ・ 観光・MICEの振興
- ・ 企業立地及び産業集積の促進

4. 公共事業など受注機会の確保

○市が行う工事の発注、物品及び役務の調達等に当たっては、中小企業者の受注の機会の確保等に努める。

- ・ 公共事業の予算確保や計画的な発注
- ・ 地場企業の育成・振興及び受注機会の確保
- ・ 公共調達における参入機会の拡大

③小規模事業者支援における福岡商工会議所の役割

福岡地域の総合経済団体である福岡商工会議所は、明治12年に「福岡商法会議所」として発足し、以来約140年に亘り、商工業者の意見を集約し、国、県、市等の行政に届け、行政の施策等に反映させるとともに、「地域の活性化」・「中小企業の活力強化」に取り組んできた。

2014年6月に「小規模企業振興基本法（小規模基本法）」と「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の一部を改正する法律（小規模支援法）」が施行され、経営環境が大きく変化する中で今後、小規模事業者への支援体制を一層強化して地域経済の活性化を推進するなど、地域の支援機関におけるリーダーとしての役割も期待されている。

（3）経営発達支援事業の取組目標

中長期的な振興のあり方や地域の現状と課題、及び1期目の課題を踏まえ、以下の通り取組み目標を定める。

1. 伴走型支援の強化（改善・継続）

より一層支援の質を上げ、支援効果の高い「伴走型支援」を提供できるよう、組織的取組を強化する。

支援にかかる部署横断型の検討機会を定期的に設け、重点支援先*の摺合せ、支援メニューの選定、進捗確認などを、実際に情報を共有しながら連携して行うことにより、事業者に対して全所的な支援体制を確立する。あわせて、ITの活用により蓄積した支援情報を組織全体で共有するとともに、外部機関との連携も密にし、補完し合いながらトータルでの支援を提供する。

*重点支援先：伴走型支援の組織定着を図るため、小規模事業者経営改善資金（マル経）融資、経営革新、各種補助金、創業などにかかる事業計画策定や経営改善提案を行った先や販路開拓に積極的に取り組む先を重点支援先として関係部署で選定。

○到達目標

	2019 年度	2020 年度	2021 年度
重点支援先小規模事業者	750 社	750 社	750 社
伴走型支援により経営課題を解決*した重点支援先小規模事業者数	80 社	100 社	120 社

*定量指標として、前期比売上高増加、利益額増加、付加価値額増加、B/Sの改善とする。

2. 「食」・「M I C E、観光、インバウンド」・「ファッション」関連産業、「海外展開」にかかる重点支援（改善・継続）

産業構造上集積度や波及効果が大きい「食」・「M I C E、観光、インバウンド」・「ファッション」関連産業の振興、並びに「海外展開」支援を通じ、小規模事業者の重点支援を行う。

3. 商店街支援（継続）

行政等と連携した賑わい創出のイベント支援、商店街相互の勉強会や定期的な情報提供を通じ、自ら行動する商店街づくりを支援する。

4. 創業・新産業創出の促進（拡充・継続）

従来から取り組んできた生業規模の創業支援に加え、今後市場の拡大が大きく期待されるA I・I o Tビジネスなどイノベーション支援を拡充する。

また、他の創業支援機関と連携し、創業及びイノベーションの掘り起こしから安定化まで、一貫した支援を行う。

5. 事業承継支援（新規）

事業承継診断を通しての気付きの促進から、承継対応、承継後の経営革新の取組みに至るまで一貫して支援し、技術やノウハウの逸失を防ぎ、事業価値を次世代へ引き継いでいく。

6. I T・I C T活用による生産性向上支援（新規）

身の丈I Tの導入支援を通じ、小規模事業者の生産性向上に取り組む。

（4）目標の達成に向けた方針

1. 伴走型支援の強化（改善・継続）

- ・ 小規模事業者の状況に即した支援を当所の全組織をあげて行う。そのため、事業者が利用した支援メニューとその効果等の情報が組織内で円滑に受け渡しされ、事業者の成長に資する確かなフォローに繋がられるよう会議やI Tを活用した情報連携を推進する。
- ・ 小規模事業者支援を担う経営相談部（個社支援を担当）、地域振興部（観光振興等、地域活性化を担当）、産業振興部（販路開拓や海外展開支援を担当）が定期的に集まり、特に重点支援を行う小規模事業者に対して、支援計画を検討し、支援メニューを策定する。
※重点支援先以外の小規模事業者に対しても、部署間で連携して支援に取り組むという基本は変わらないが、今回の計画期間においては特に重点支援先に対する取組みを強化する。
- ・ 重点支援先にはそれぞれ経営指導員が担当制で張り付き、策定した支援メニューを適宜提供しつつ継続してフォローする。また、支援にあたっては、専門家や外部支援機関とも連携し、専門的知見を活用して支援の質の向上を図る。
- ・ 個社支援の内容・進捗状況や支援ノウハウを組織内で共有するため、経営指導用の顧客データベースへの情報の蓄積を徹底する。

2. 「食」・「M I C E、観光、インバウンド」・「ファッション」関連産業、「海外展開」にかかる重点支援（改善・継続）

- ・ 小規模事業者が保有する商品、サービス等を勘案し、需要動向などの調査結果や関連する商談会情報を担当経営指導員等が確実に事業者へ提供する。

- ・ 商談会への参加を希望する事業者については、準備から商談会参加後のフォローまで、伴走支援を徹底する。
- ・ 「食」、「観光」、「ファッション」などに関連して、国内のみならずインバウンドの需要取込みや海外展開にも繋がる大型イベントを開催し、地域経済の活性化に資する取組みを行うとともに、関連産業の小規模事業者の振興を図る。

3. 商店街支援（継続）

- ・ 来訪者の減少や後継者問題を抱える商店街に対して、商店街運営のコンセプトや事業計画の作成、商店街が実施する事業へのノウハウ提供等の伴走支援を行うことにより、地区内事業者や消費者から選ばれ、日常的に来訪者が集う商店街を目指す。
- ・ 訪日外国人観光客の呼び込みが見込める商店街に対しては、インバウンド対策を推進することにより、新たな顧客としての取り込みを図り、地域の賑わい創出と商店街の活性化に繋げる。
- ・ 福岡市・福岡県等の行政をはじめとした外部組織との連携を強化し、商店街の立地環境・業種構成等に応じた施策の提案ができる体制を構築する。

4. 創業・新産業創出の促進（拡充・継続）

- ・ 地域経済の維持、拡大を図るため、従来から取組んできた生業規模の創業支援に加えて、今後市場の拡大が大きく期待されるA・I・I・O・Tビジネスをはじめ、エネルギー、ヘルスケア、農業等、成長分野に取り組むベンチャー企業の創業促進に注力する。
- ・ 創業した企業が1社でも多く成長軌道に乗れるよう、創業後のフォローアップ支援を一層強化し、持続的発展に繋げていく。
- ・ 支援にあたっては、福岡市、福岡県、地域金融機関、その他の外部支援機関等の専門的知見を活用し、支援力アップに取り組む。

5. 事業承継の円滑化（新規）

- ・ 事業承継は、後継者の決定、後継者育成、事業の磨き上げ、株式譲渡をはじめとする資産承継など、対応に時間を要する課題が複合的に絡み合う問題であり、早期に着手する必要がある。職員はそのことを念頭に置き、まずは事業者の気付き促進に注力する。
- ・ 経営指導員が窓口対応・巡回を通して事業承継診断を行うほか、セミナーや相談会を開催し、支援対象者の掘り起こしを強力に推進する。
- ・ 掘り起こされた事業者の状況に応じ、当所設置の福岡県事業引継ぎ支援センターや福岡県事業承継支援ネットワークの専門的知見を活用しながら事業承継支援（プレ承継、承継計画策定、ポスト承継）に取り組み、技術やノウハウの逸失を防ぎ、事業価値を次世代へ引き継いでいく。
- ・ 経営指導員が主体的に事業承継支援に取り組むことができるよう、定期的な研修を実施するほか、事業承継支援ネットワークの専門家との同行訪問などOJTにも取り組み、知見アップを図る。

6. IT・ICT活用による生産性向上（新規）

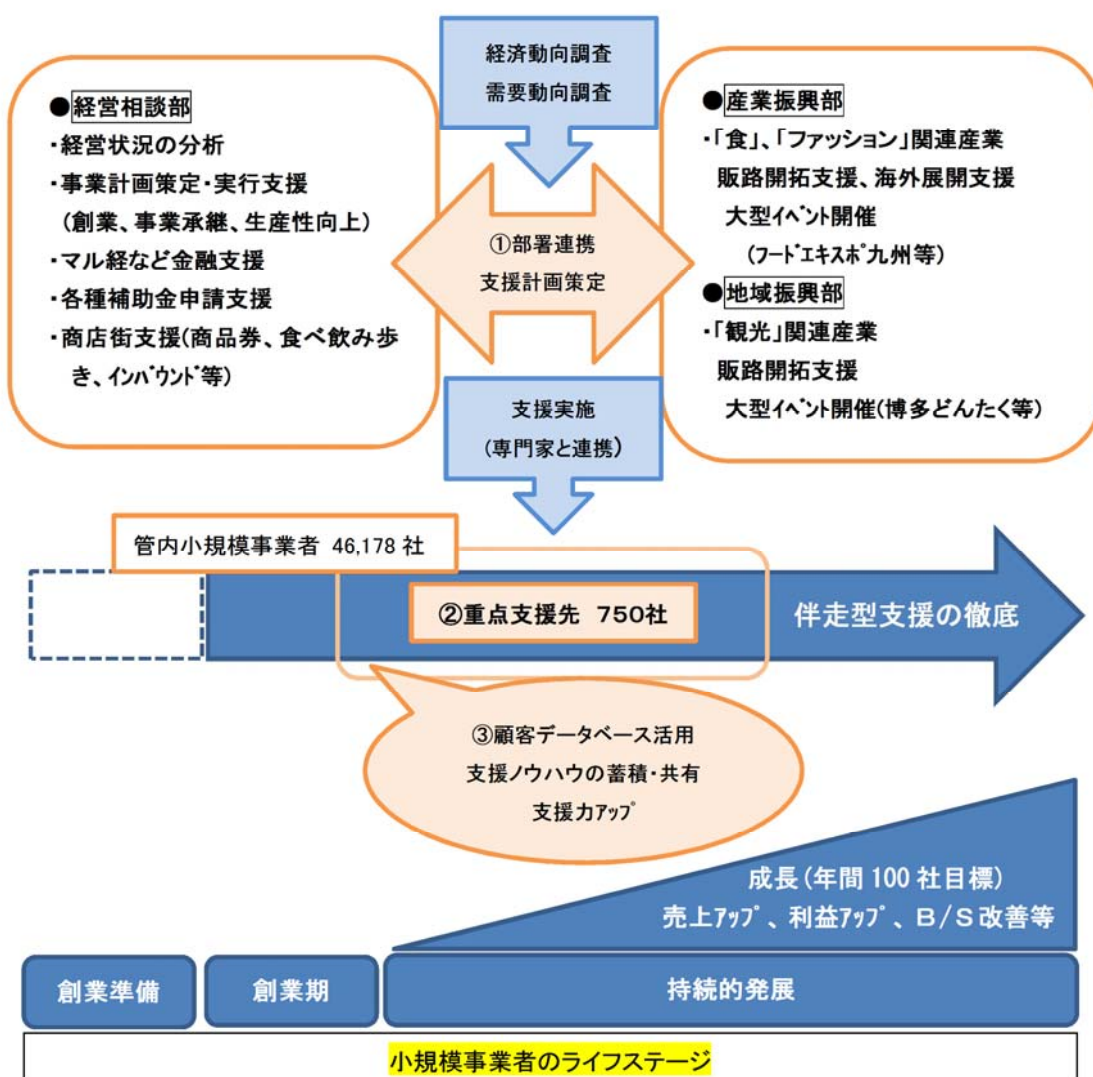
- ・ IT・ICTの活用による生産性向上支援は、単にIT化による業務の効率化だけでなく、複数のビジネスアプリ（クラウド会計、モバイルPOSレジ等）の導入を提案することにより、生産性向上とともに、蓄積データを活用した売上アップの仕組み作りをも支援することが肝要である。
- ・ まずは、IT・ICT活用による生産性向上セミナーを実施して支援対象者を掘り起こし、次に、ITの専門家と連携しながら、事業所の規模、業務フローを踏まえ、安価に導入可能なクラウドサービスを中心に、売上アップに繋がる身の丈に応じた複数のビジネスアプリの導入支援を行う。
- ・ 導入支援にあたっては、小規模事業者のIT・ICT活用に対する心理的なハードルを下げるため、早期にそのメリットを実感してもらうことが必要である。そこで、導入から安定稼働に至るまでハンズオンによる集中的な支援に取り組み、経営者の成功体験を通して、継続的な生産性向上の取り組みを促していく。

部署間連携による伴走型支援の強化イメージ

ポイント①支援にかかる部署横断での検討機会を定期的に設け、事業者に関わる情報連携を徹底し、事業者の状況に即した支援計画を策定する。

ポイント②上記支援計画を策定し支援を行う重点支援先は、経営相談部（個社支援を担当）が関係部署と協議の上選定する。

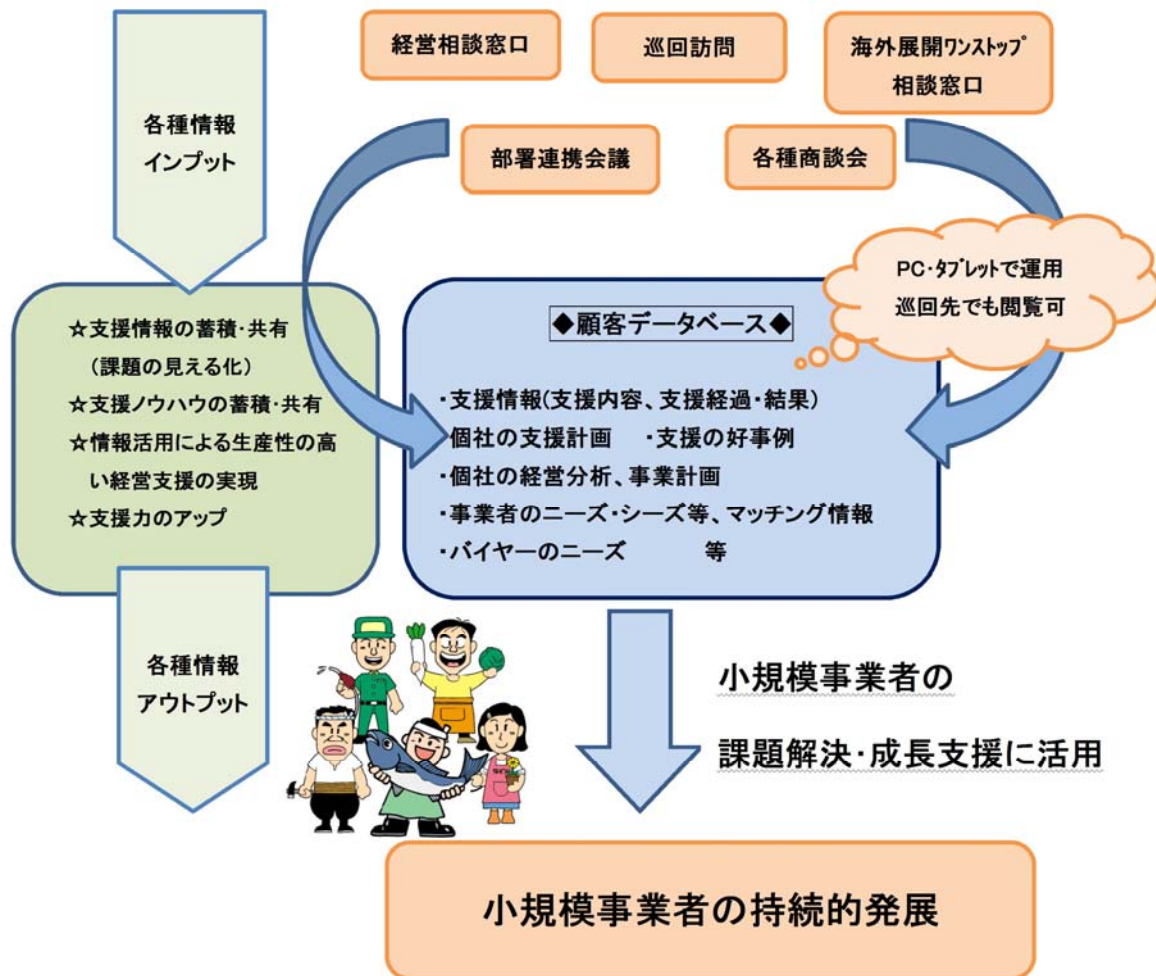
ポイント③顧客データベースへの支援情報の蓄積を徹底し、支援ノウハウの共有による支援力アップを図る。



伴走型支援の強化のための顧客データベース活用イメージ

経営指導員等が経営相談・巡回や商談会、部署連携会議等で収集した各種情報は、顧客データベースへの蓄積を徹底。

蓄積された情報は、組織で共有し小規模事業者の課題解決や成長支援のため活用。生産性の高い経営支援を実現し、支援力アップにより、小規模事業者の持続的な発展に繋げる。



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（2019年4月1日～2022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

2. 地域の経済動向調査に関すること

〈第1期における取組と評価等〉

第1期の計画期間においては3つの事業を実施した。各事業の評価及び第2期の取組方針は以下のとおりとする。

①地場企業の経営動向調査

年4回調査を実施し、平均して40%の回答を得ており、地域の経営動向を知るデータとして有効であるとの評価を得た。結果は、当所の中期方針・事業計画立案の参考としたほか、4回とも当所常議員会で報告した上で、当所会報誌・ホームページで公表している。また、経営指導員と結果を共有し、小規模事業者の経営分析・事業計画作成におけるデータとしても活用しており、今後も継続して実施していく。

②特別調査

中小企業が抱える課題の実態を把握するために、調査項目を経営指導員と協議し、人手不足の状況、ICTの活用状況、設備投資、価格転嫁について中小企業の実態調査を行った。調査内容が時宜を得たものであると高く評価されており、今後も同様に実施していく。

③経営指導員による聞き取り調査

窓口相談や巡回指導時に経営動向について聞き取りによる情報収集、分析を行い、調査結果を毎月取り纏め、経営指導員間で共有を図るとともに、常議員会にて報告を行った。経営者の肌感覚の「生の声」が伝わると評価を受けているため、今後は単に情報共有を行うだけにとどまらず、窓口や巡回訪問時に支援の参考資料としても活用していく。

【実績】

項 目	2016 年度	2017 年度
①公表回数	4	4
②公表回数	4	4
③公表回数	10	10

〈今回の申請における取組〉

(1) 事業内容

①地場企業の経営動向調査（継続）

当所独自の調査で年4回、毎回1,500社を対象に実施し、約40%の回答を得ている。調査結果は当所広報誌・ホームページで公表するとともに、経営指導員が経営分析・事業計画作成を支援する際のデータとしても活用する。

【調査対象】1,500社を任意抽出（中小企業1,320社、大企業180社）

【実施回数】年4回（四半期毎に実施；6月、9月、12月、3月）

【調査項目】 自社・業界の景況、生産額、売上額、完成工事高、原材料・製（商）品仕入価格、受注価格、販売価格、製（商）品在庫、営業利益、資金繰り、100 万円以上の新規借入、100 万円以上の設備投資、当面の経営上の問題点など

【調査手法】 調査票を FAX で送信し、FAX で回収する。

【集計方法】 項目別に集計し、D I 値を定数的・時系列に把握する。

②特別調査（継続）

経済・経営動向に影響する事象がある際に、上述の地場企業の経営動向調査と同時に行う（調査対象、手法等は①同様）。調査項目は、経営指導員と協議の上、人材採用状況・賃上げ・価格転嫁・設備投資など中小企業・小規模事業者の課題を踏まえて設定。調査結果は、当所広報誌やホームページを通じて事業者をはじめ関係団体に広く周知公表するとともに、経営指導員が経営分析・事業計画作成を支援する際のデータとしても活用する。

③経営指導員による聞き取り調査（継続）

窓口相談や巡回指導時に経営指導員が、小規模事業者から景況感や需要動向、経営課題について聞き取りを行い、結果を「事業所訪問レポート」として業種別、項目別に取り纏める。当レポートは常議員会（年 10 回開催）で報告し、管内小規模事業者の業況について情報提供を行う。あわせて経営指導員間で共有し、経営分析・事業計画作成を支援する際のデータとしても活用する。

【調査対象】 管内小規模事業者（全業種）・150 社

【調査項目】 景況感（前年の同じ時期や前期と比較して当社や業界の景気状況）

需要動向（当社や業界の商品やサービスの動き）

経営課題（収益性向上、人材確保、売上拡大、販売力強化、製品・新サービス・新事業の開発、資金繰り、IT を活用した生産性向上）

【調査手法】 経営指導員が巡回訪問・窓口相談時に聞き取り

【分析手法】 業種別・項目別に集計し、特徴的な内容を抽出

④国が提供するビッグデータの活用（新規）

小規模事業者に対して地域情報の提供や活用を促すことで、地域の優位性を発揮できることを目指すため、経営指導員が「RESAS」（地域経済分析システム）を使って地域の小規模事業者を取り巻く経営環境を把握し、年 1 回公表する。

【分析手法】 「地域経済循環マップ・生産分析」…何を稼いでいるか等を分析

「まちづくりマップ・From-to 分析」…人の流れ等の分析

「産業構造マップ」…業種毎の労働生産性等の分析

（2）成果の活用

①地場企業の経営動向調査、②特別調査

- 調査結果をホームページに掲載し、広く管内事業者に周知する。
- 当所の事業計画の立案や行政への要望・施策へ反映させる。
- 調査結果を行政や経済記者クラブへ資料提供し、中小企業・小規模事業者の景況感の実態把握や施策の基礎資料として活用を促す。
- 経営指導員等が巡回指導や窓口指導を行う際の参考資料とし、経営分析・事業計画作成におけるデータとして活用する。

③経営指導員による聞き取り調査

- 常議員会で報告し、各業界の主要企業へ情報提供する。
- 情報共有ツールを用いて組織内で共有し、経営指導の際の参考資料として活用する。

④国が提供するビッグデータの活用

- 当所ホームページで公表するとともに、経営指導、経営分析並びに事業計画策定支援の資料として活用する。
- 内部研修で具体的な活用についての事例を示し、更に支援の場での活用に繋げる。

(3) 目 標

項 目	2019 年度	2020 年度	2021 年度
①公表回数	4	4	4
②公表回数	4	4	4
③公表回数	10	10	10
④公表回数	1	1	1

3. 経営状況の分析に関すること

〈第1期における取組と評価等〉

第1期の計画期間においては4つの項目を設定し事業を実施した。事業の評価及び第2期の取組方針は以下のとおりとする。

①対象者の掘り起し

地区を担当する経営指導員が、顧客データベースを活用して過去の支援先（補助金申請者、経営革新支援先、マル経利用先など）を抽出し、巡回を通じて次のステップの改善等に繋げていく見込先の発掘を行った。結果として、多くの分析支援に繋がった。

また、「小規模事業者持続化補助金対策セミナー」、「IT活用による生産性向上セミナー」、「プロフェッショナル人材（フリーランス）活用セミナー」などを開催。自社の財務状況や強み・弱みなどを把握するための経営状況分析をはじめ、クラウドサービスなどのITツールや専門性を持った外部人材の活用による経営力向上、生産性向上を図る取組みの重要性について周知、浸透を図った。

セミナーに関しては、参加者が少ないケースもあり、経営指導員のニーズ把握力や訴求力の不足が指摘された。そのため次期は、喫緊の経営課題と事業者ニーズを踏まえたテーマでセミナーを開催していく。

②分析項目

当所独自の経営計画策定支援ツールを活用し、売上高総利益率、経常利益率、流動比率、当座比率、労働分配率等の項目を元に財務分析を行うとともに、業務の流れ、CF、内部環境（保有する知的資産、自社の強み・弱み等）、外部環境（競合他社、買い手、売り手、新規参入、代替品等）について分析を行い、計画策定に繋げていくことができた。次期は今期の取組内容に加えて、IT導入・活用状況、販路開拓、事業承継等、喫緊の課題にかかる定性分析の強化を図る。

③情報共有

経営状況分析の結果は、経営支援力向上会議（経営指導員によるミーティング）や、部署内ミーティングで情報共有し、課題抽出の着眼点などを確認して分析力の向上を図った。情報共有により、複数の経営指導員の視点から支援ノウハウを活用できるようになり、的確な計画策定支援に繋げることができた。今後も引き続き情報共有を通して分析力の向上を図る。

④専門的な分析

高度・専門的な分析が必要な場合、経営指導員が内容を把握した上で、当所所属の専門家と連携して支援を行った。今後は専門家の活用だけでなく、他の支援機関と連携することにより支援の幅を広げる必要がある。

【実績】

項 目	2016 年度	2017 年度
①訪問件数（軒数）	8,684	9,205
セミナー参加人数	410	184
②経営分析件数	227	328

〈今回の申請における取組〉

（1）事業内容

①対象者の掘り起し（改善・継続）

地区を担当する経営指導員が、顧客データベースを活用して過去の支援先（補助金申請者、経営革新支援先、マル経利用先など）を抽出し、販路開拓や経営革新、経営改善などに意欲的な小

規模事業者を中心に、計画的な巡回や窓口相談により掘り起こしを行う。特に巡回については、地区担当経営指導員 15 名で小規模事業者 8,000 軒を目標に実施する。

また、経営状況分析の必要性を喚起するため、販路開拓、生産性向上など喫緊の経営課題・ニーズを踏まえ、各種補助金申請も見据えた「経営状況分析セミナー」を開催する。あわせて経営指導員に対し、テーマ設定に関する研修を実施する。

【セミナー募集方法】巡回・窓口での案内、HP・当所広報誌・市政だよりでの広報

【開催回数・参加者数】8 回／年・240 名／年（30 名／回×8 回）

②経営分析の内容（拡充・継続）

②－１．経営分析

当所独自の経営計画策定支援ツールを活用し、売上高総利益率、経常利益率、流動比率、当座比率、労働分配率等の項目を元に財務分析を行うとともに、業務の流れ、CF、内部環境（保有する知的資産、自社の強み・弱み等）、外部環境（競合他社、買い手、売り手、新規参入、代替品等）についても分析を行う。定性分析に際しては、IT 導入・活用状況、販路開拓等の喫緊の経営課題も踏まえて分析を進める。

また、従来の財務分析に加え、収支分析や資金繰りなど様々な角度から分析を行い、分析したデータは事業者を提供するとともに、経営改善提案を行う。

【対象者】経営革新や販路拡大などで事業の維持・拡大を図る小規模事業者

【分析項目】定量分析たる「財務分析」と定性分析たる「SWOT 分析」

《定量分析》売上高総利益率、経常利益率、流動比率、当座比率、労働分配率、損益分岐点売上高等

《定性分析》強み、弱み、脅威、機会等

【分析手法】当所独自の経営計画策定支援ツールや中小機構の経営自己診断システム等を活用し、経営指導員が分析を行う。

②－２．事業承継診断（新規）

経営指導員が、独自の事業承継診断シートを用いて診断を行い、経営状況と合わせて事業継続の方向性を確認する。

【対象者】経営者が 60 歳以上の小規模事業者

【分析項目】後継者の有無、準備状況、今後の事業見通し、SWOT 分析、承継方法（親族、役員・従業員、第 3 者）、今後の支援事項

【分析手法】事業承継診断シートを用いて聴き取り調査を行い、経営指導員と事業承継支援ネットワークのコーディネーターが連携して調査結果や本人の意向等を踏まえ、分析を行う。

③情報共有（拡充・継続）

分析結果は毎月、経営支援力向上会議（経営指導員によるミーティング）や部署内ミーティングで情報共有し、課題抽出の着眼点、支援のポイントなどを確認し合い分析力の向上を図る。あわせて顧客データベースにデータを蓄積し、部署間での情報共有に繋げる。

④専門的な分析（継続）

今後、商品又は提供する役務の内容、保有する技術・ノウハウ等、専門的な分析が必要な場合は、経営指導員が内容を把握したうえで、当所に登録している専門家のほか、他の支援機関とも連携し、より専門的な分析を実施する。

【対象者】専門的な経営課題に対し支援を必要としている小規模事業者

【分析項目】IT 導入状況、SEO 対策状況、BCP 計画対応、マーケティング戦略等

【分析手法】経営指導員と専門家が同席により状況を聞き取り、専門家が主体となって専門的な分析を行い、結果を三者で共有する。

(2) 成果の活用

分析結果は当該事業者にはフィードバックし、事業計画の策定等、課題解決に向けた伴走支援に活用する。また、分析結果と経営改善提案は顧客データベースを使って組織で共有化し、経営指導員が巡回時や相談窓口においてタイムリーに活用することにより支援力のアップに繋げる。

(3) 目標

	項目	2019 年度	2020 年度	2021 年度
①巡回訪問	訪問件数（軒数）	8,000	8,000	8,000
経営状況分析セミナー	開催回数	8 回	8 回	8 回
セミナー参加者数	参加人数	240 名	240 名	240 名
②－ 1．経営分析	分析件数	300 件	300 件	300 件
②－ 2．事業承継診断	分析件数	800 件	800 件	800 件

4. 事業計画策定支援に関すること

4-1. 事業者支援

〈第1期における取組と評価等〉

第1期の計画期間においては次の通り事業を実施した。事業の評価及び第2期の取組方針は以下のとおりとする。

①支援対象者の掘り起し

経営状況分析を行った支援先(補助金申請者、経営革新支援先、マル経利用先、経営状況分析セミナーの参加者など)に対して、経営指導員による巡回や窓口対応、経営革新塾等「事業計画策定セミナー」の開催と事後フォローを通して案件発掘を行った。

セミナー受講生への事後フォローが計画策定に結びつきやすかったため、次期も同様の取組を進める。

②事業計画策定支援

上記①により掘り起こした事業者を対象に、経営動向調査や経営分析結果、需要動向調査結果を加味した経営改善提案を行い、特に売上増加や利益確保に主眼を置いた事業計画策定支援を行った。

また、経営力強化資金事業計画作成やマル経資金の経営状況確認書作成を通じて、事業計画、収支計画、資金繰り表作成の支援を実施した。

自力で経営計画の策定を行うことに抵抗を覚えがちな事業者も、補助金や資金繰り相談をきっかけとして、経営指導員と話しながら形にしていくことができることは多い。今後も、そうした機会を捉えながら、継続して支援を行っていく。更に、地域の優位性も踏まえた、より実現性の高い事業計画の策定支援を行うため、経済状況分析データ等を活用し、事業計画への反映を行う。

【実績】

項 目	2016 年度	2017 年度
①経営革新等セミナー開催回数	6	5
経営革新等セミナー参加人数	145	100
②事業計画策定支援件数	184	244

〈今回の申請における取組〉

(1) 支援に対する考え方

多くの小規模事業者は、経験と勘に頼って事業を行っていることが多く、客観的な経営分析に基づいた事業計画を策定し、合理的な経営を行っている事業者は比較的少ない。そこで、小規模事業者に対して、計画策定の取り組みで成功している事例を示し、経営状況や需要動向等の分析を踏まえて、売上増加や収益確保等、安定した事業継続ができる実現性の高い事業計画の策定支援を行う。

(2) 事業内容

①支援対象者の掘り起し(継続)

経営状況分析を行った支援先(補助金申請者、経営革新支援先、マル経利用先、経営状況分析セミナー等の参加者など)に対して、経営指導員が巡回等による事後フォローを行うほか、経営革新塾等「事業計画策定セミナー」への参加を促すことにより、支援対象者の掘り起こしを行う。

【セミナー募集方法】巡回・窓口での案内、HP・当所広報誌・市政だよりへの掲載

【開催回数・参加者数】5回/年・100名/年(20名/回×5回)

②事業計画策定支援（拡充・継続）

経営状況の分析を行った事業者を対象として、売上増加や収益確保等、安定した事業継続に繋がる実現性の高い事業計画の策定支援を行う。事業計画策定にあたっては、経営状況の分析結果や経営課題を踏まえるとともに、地域情報等の客観的なデータ（RE S A S）も活用する。

また、持続化補助金やものづくり補助金等の申請時に必要な事業計画策定を積極的に支援するとともに、計画策定において専門的課題がある場合は、専門家派遣を効果的に活用しながら課題解決を図る。支援内容については顧客データベースにデータを蓄積し、経営指導員間で情報共有を行っていく。

【支援対象】経営状況分析を行った事業者

【手段・手法】経営状況の分析を行った事業者に経営指導員が担当制で張り付き、必要に応じて経営革新塾等「事業計画策定セミナー」への参加を促し、策定支援を行う。経営指導員の他、専門家の知見も活用していく。

（３）目標

	2019 年度	2020 年度	2021 年度
① 事業計画策定セミナー 開催回数	5 回	5 回	5 回
事業計画策定セミナー 参加人数	100 名	100 名	100 名
② 事業計画策定件数	200 件	200 件	200 件

４－２．創業支援

〈第１期における取組と評価等〉

第１期の計画期間においては次の通り事業を実施した。事業の評価及び第２期の取組方針は以下のとおりとする。

①支援対象者の掘り起し

創業希望者を対象として、業種を特化しない「起業マインド醸成セミナー」のほか、福岡市の産業構造上比率の高いサービス業（特に美容業、飲食業）に特化したセミナーを実施した。セミナーの開催にあたっては、各種支援機関や地域金融機関、業種団体、専門学校などと共催することにより、創業希望者へ効果的なアプローチを行うことができ、支援対象先の裾野が広がった。

今後は、一層の起業の実現に繋げるため、セミナー参加者への事後フォロースキームを構築するとともに、市場の拡大が大きく期待されるベンチャー支援にも取り組んでいく。

②創業計画策定支援

創業相談窓口を設置し、創業に関する手続きの案内から、計画策定までの相談に対応した。あわせて、早期に起業を目指す方を対象とした講座である起業塾を年３回開催し、より手厚い支援を提供できるようにした。

起業塾は、全４日間の本格的なカリキュラムで開催することから、創業意識が高く起業の実現性が高い方に受講を促すため、日本政策金融公庫、地域金融機関、スタートアップカフェ（福岡市創業支援機関）、商工会連合会等と連携して受講生を募集。毎回定員いっぱいの受講生が集まっている。また、専門家活用等による事後フォローを徹底することにより確実な計画策定、早期の起業に繋がっており、近年は受講後１年以内の開業率 70%超をキープしている。

こうした支援に加え、今後は市場の拡大が大きく期待されるベンチャー支援にも取り組んでいく。

【実績】

項 目	2016 年度	2017 年度
①対象先掘起しセミナー開催回数	9	18
セミナー参加人数	495	625
福岡起業塾開催回数	3	3
②創業計画書作成件数（福岡起業塾分）	63	71

〈今回の申請における取組〉**（１）支援に対する考え方**

地域の現状でも述べたとおり、福岡市は開業率も高いが、廃業率も高めで推移している。そこで、地域経済の維持、発展を図るため、従来から取組んできた生業規模の創業支援に加え、今後市場の拡大が大きく期待されるＡＩ・ＩｏＴビジネスをはじめ、エネルギー、ヘルスケア、農業等、成長分野に取組むベンチャー企業の創業促進に注力する。また、創業後に１社でも多く支援先企業が成長軌道に乗れるよう、創業後のフォローアップを強化し、持続的発展に繋げていく。

支援にあたっては、福岡市、福岡県、地域金融機関、その他の外部支援機関等の専門的知見を活用し、総合的な支援力を高める。

（２）事業内容**①支援対象者の掘り起し（拡充・継続）**

創業に興味を持つ層の掘り起こしと創業に対する動機付けを行うための「起業マインド醸成セミナー」を、スタートアップカフェ（福岡市創業支援機関）、地域金融機関等の外部機関と共催し、支援対象者の掘り起こしを行う。

また、ベンチャー向けに特化したセミナーを開催するほか、外部のベンチャー支援機関とも連携して掘り起こしを図るとともに、セミナー受講者に対しては、事後フォローを強化し、定期的に創業支援情報をメールや地区担当経営指導員を通して提供する。

【セミナー募集方法】ＨＰ・広報誌への掲載、外部機関への案内・募集協力

【開催回数・参加者数】１０回／年・５００名／年（５０名／回×１０回）

②創業計画策定支援（拡充・継続）

創業相談窓口において、創業計画策定や創業に関する手続きの案内など、創業に向けて必要となる対応を行う。計画策定に際して専門的課題がある場合は、専門家の知見も取り入れながら解決を図る。

また、概ね１年以内の創業を目指し、具体的な創業プランを持つ創業希望者を対象とした福岡起業塾を年３回開催。起業塾内である程度創業計画を固められるまでの指導を行う。

ベンチャー支援に関しては、当所にプロジェクトチームを設置して集中的に取り組むとともに、福岡市や福岡県等が設置するベンチャー支援機関の専門的な知見も活用していく。

【支援対象】創業相談窓口利用者や起業塾受講生等

【手段・手法】起業塾の受講を通して計画が策定できるようなカリキュラムを組むとともに、受講後も塾講師が事後フォローとして相談対応、策定指導を行う。創業予定地に基づき地区担当経営指導員が担当制で張り付き、課題に応じて中小企業診断士等の専門家も交えた三者で計画の策定を行う。

【起業塾募集方法】ＨＰ、広報誌、外部機関への案内・募集協力

【開催回数・参加者数】３回／年・６０名／年（２０名／回×３回）

(3) 目標

	2019 年度	2020 年度	2021 年度
①起業マインド醸成セミナー開催回数	10 回	10 回	10 回
セミナー参加人数	500 名	500 名	500 名
②起業塾開催回数	3 回	3 回	3 回
起業塾参加人数	60 名	60 名	60 名
創業計画策定件数	60 件	60 件	60 件

4-3. 事業承継支援

〈第1期における取組と評価等〉

第1期の計画期間においては次の通り事業を実施した。事業の評価及び第2期の取組方針は以下のとおりとする。

①支援対象者の掘り起し

経営指導員による巡回や窓口支援を通じて案件発掘を行ったほか、当所に設置の福岡県事業引継ぎ支援センターと連携し、事業者や金融機関向けセミナーを実施した。また、起業者と後継者不在の企業とのマッチングを図るため「後継者人材バンク登録セミナー」も開催した。福岡県事業引継ぎ支援センターとの連携により、目標を上回る相談件数に繋がった。

2018年度に当所が地方事務局となる福岡県事業承継支援ネットワークが構築され、今後は県下の支援機関が連携して、事業者に対し事業承継診断を実施していくことになっている。この診断を通して事業者に気付きを促すとともに、各種セミナーも継続して実施し、案件発掘を強力に進める。

②事業承継計画策定支援

事業引継ぎ支援センターと連携して各種セミナーを実施し、目標を上回る相談件数、計画策定件数に繋がった。今後は、こうしたセミナーとあわせて実際に経営指導員が事業承継診断を行い、事業承継支援ネットワークと連携して診断結果に応じた支援を行っていく。

現状、経営指導員の事業承継に関する知見が不足しており、相談や計画策定については、ほとんど支援ネットワークや引継ぎ支援センターに任せている状況である。そのため、計画策定支援を一層進めていく上では、経営指導員の知見アップを図ることが課題である。

【実績】

項 目	2016 年度	2017 年度
①対象先掘起しセミナー開催回数	14 回	13 回
セミナー参加人数	619 名	698 名
②事業承継支援者数	220 件	244 件

〈今回の申請における取組〉

(1) 支援に対する考え方

経営者の年齢分布は66歳が一番多く⁴、今後10年間で、高齢化した経営者の大量引退が予想されている。企業数の99%を占める中小企業・小規模事業者は、雇用の担い手、多様な技術・技能の担い手として、我が国の経済・社会において重要な役割を果たしている。

その活力を維持していくためには、事業価値を次世代に引き継いでいくことが不可欠であ

⁴ 中小企業庁「2016年版中小企業白書」

り、事業承継への早期の取組みを働きかけていくことが喫緊の課題となっている。こうした中、当所設置の福岡県事業引継ぎ支援センターや福岡県事業承継支援ネットワークの専門的知見を活用し、事業者の状況に応じた承継支援(プレ承継、承継計画策定、ポスト承継)を強力に進める。

(2) 事業内容

①支援対象者の掘り起し(拡充・継続)

経営指導員が、窓口対応・巡回を通して事業承継診断を行い、その結果から必要性が高いと判断した先に対して働きかけを行う。あわせて、福岡県事業引継ぎ支援センターや福岡県事業承継支援ネットワークと連携し、事業承継に関するセミナーや相談会を開催する。

【セミナー募集方法】巡回・窓口(事業承継診断時)での案内、HP・広報誌への掲載

【開催回数・参加者数】10回/年・700名(70名/回×10回)

②事業承継計画策定支援(改善・継続)

当所設置の福岡県事業引継ぎ支援センターや福岡県事業承継支援ネットワークと連携を密にし、第三者承継や親族承継、従業員承継など、事業者の状況にあわせた承継計画の策定支援を行っていく。

あわせて、経営指導員の事業承継に関する知見アップによる支援推進のため、定期的な研修を実施するほか、事業承継支援ネットワークの専門家との同行訪問などOJTにも取り組む。

【支援対象】事業承継診断実施事業者のうち支援を要すると判断された事業者

【手段・手法】経営指導員が承継診断を行った事業所に担当制で張り付き、事業承継支援ネットワークや事業引継ぎ支援センターの専門家と同行・同席しながら計画の策定を支援していく。

(3) 目標

	2019年度	2020年度	2021年度
①セミナー開催回数	10回	10回	10回
セミナー参加人数	700名	700名	700名
②事業承継計画策定件数	14件	14件	14件

4-4. 生産性向上支援(新規)

(1) 現状と課題

少子高齢化、生産年齢人口が減少傾向にあるなか、小規模事業者は人手不足、売上機会のロスによる売上減少に直面している。クラウドサービスの進展により安価にIT・ICTツールの導入が可能となり、当所では2018年度より事業者の身の丈にあったIT・ICTの活用による生産性向上支援に本格的に取り組んでいるが、小規模事業者の認識は低調である。

そこでまず、導入事例の紹介など啓発方法を工夫することにより事業者に気づきを与え、取組みの必要性への理解を促すことが必要である。2019年10月の消費税増税、軽減税率導入への対応を迫られることから、売上、仕入れ処理や経理業務の見直しが急務となっている。このような点を踏まえ、IT・ICTの導入を支援し、人手不足への対応や売上の向上、税制改正への対応を促進する必要がある。

(2) 支援に対する考え方

IT・ICTの活用による生産性向上支援は、単にIT化による業務の効率化だけでなく、複数のビジネスアプリ(クラウド会計、モバイルPOSレジ等)の導入を提案することにより、生産性向上とともに、蓄積データを活用した売上アップの仕組み作りをも目指すものである。

I T化は創業時に取組みやすい課題であるため、起業塾受講生など創業予定者向けに情報発信、セミナー案内等を行い、支援対象の拡大を図る。

(3) 事業内容

①支援対象者の掘起し（新規）

経営状況の分析を行った事業者のうちI T化の支援を要する事業者に対して、経営指導員の巡回による働きかけを行う。また、「I T・I C T活用による生産性向上セミナー」を実施し、参加を促す。セミナーは、導入事例の紹介や実際のクラウドサービスの実習を盛り込むなど、事業者がI T・I C T活用による生産性向上を実感できる内容とする。更に、福岡市やI Tベンダーと共催することにより、より広範な掘起しを図る。

【セミナー募集方法】巡回・窓口での案内、HP・広報誌への掲載
起業塾受講生など創業予定者向けに個別案内

【開催回数・参加者数】12回／年・240名(20名/回×12回)

②事業計画（導入計画）策定支援（新規）

I T相談窓口を設けて、導入状況の聞き取りや相談対応を行うとともに、I Tの専門家と連携し、安価に導入可能なクラウドサービスを中心に事業所の規模、業務フローにあわせて身の丈に応じたビジネスアプリの導入計画の策定支援を行う。

また、計画策定にあたっては、導入により売上アップに繋がるよう、複数のビジネスアプリ（クラウド会計、POSレジによる顧客管理など）を実際に提案し、実効性のある計画を目指す。

【支援対象】経営状況分析を行った事業者のうちI T化の支援を要すると判断される事業者、起業塾受講生など創業予定者

【手段・手法】経営指導員が担当制で張り付き、必要に応じI T専門家と同席して相談対応し、実際の導入まで見据えた計画の策定を支援する。

(4) 目標

	現状	2019年度	2020年度	2021年度
①生産性向上セミナー開催回数	12回	12回	12回	12回
セミナー参加人数	123名	240名	240名	240名
②導入計画策定件数	20件	70件	70件	70件

5. 事業計画策定後の実施支援に関すること

5-1. 事業者支援

〈第1期における取組と評価等〉

第1期の計画期間においては次の通り事業を実施した。事業の評価及び第2期の取組方針は以下のとおりとする。

①実施支援体制

計画策定先に地区担当経営指導員が張り付き、最低限四半期に一度の面談スケジュールを調整し、巡回・窓口対応を通して進捗状況の確認、支援を行った。担当制で張り付くことにより、計画の進捗状況を継続的に把握でき迅速なフォローに繋がっているが、所属長のアドバイスが行き届かない面があり、担当経営指導員により支援の質にばらつきが発生しているとの指摘を受けた。

今後は、顧客データベースを活用し、所属長のアドバイスや個々の経営指導員の支援内容を共有することにより、組織的なフォロー体制を構築していくことが課題である。

②実施支援内容

進捗状況の確認のなかで顕在化した課題に対しては、必要に応じ専門家や関係支援機関と連携し、その知見も活用しながら計画の実現を図った。事後フォロー先は増えているが、進捗状況の把握や管理が十分実施できていないため、今後はマネジメント面の強化を図り、組織的な支援を推進する。

【実績】

項 目	2016 年度	2017 年度
②事業計画フォローアップ支援者数	132	221

〈今回の申請における取組〉

(1) 事業内容

①実施支援体制（改善・継続）

地区担当経営指導員 15 名が事業計画策定を支援した事業者担当制で張り付き、定期的に面談スケジュールを組んで、巡回・窓口対応を通して進捗状況の確認と状況に応じた支援を行う。

また、支援内容のレベルアップを図るため、所属長が日々面談内容を確認し、経営指導員に対してきめ細やかなアドバイスを行う。あわせて、顧客データベースを活用し、所属長のアドバイスや個々の経営指導員の支援内容を共有していくことにより、組織的なフォロー体制の強化を図る。

② 実施支援内容（改善・継続）

フォロー対象は計画策定を行った全事業者 200 社とする。そのうち特に計画の「新規性・独創性」「市場性」「具現性」や「経営者の事業意欲」の高い事業所を 120 社選定し、成果指標設定先として支援を行う。成果指標設定先に対しては四半期毎に巡回し、進捗状況や課題を聞き取り、必要に応じ専門家の知見を活用しながら、課題解決と計画実行に向けた支援とあわせて、事業者と相談のうえ「売上増加」、「利益増加」、「付加価値額増加」、「B/Sの改善」等の成果指標を設定し、計画の実施だけではなく、さらなる成長に向けた支援に取り組む

なお、成果指標設定先以外の 80 社に対しては、最低年 1 回の巡回を実施するが、進捗状況によっては、複数回の支援を実施する。

フォローの状況や所属長のアドバイスは随時顧客データベースに蓄積し、経営指導員間、部署間の情報共有を図り、支援の質を高めていく。その他支援内容は次の通り。

- 計画実行において計画と大きな差が生じた時は、まず担当経営指導員が原因分析と改善案を作成し、改善案は経営指導員間で検討の上、質の高い改善提案を行う。
また、ITを活用し四半期訪問の遅滞を知らせる仕組みを設け着実な巡回を実行する。
- 特に販路開拓や商品力の向上を課題としている事業者には、地区担当経営指導員等が当所実施の商談会や他地域で開催される商談会の活用を提案する。
商談参加事業者には、参加準備として提案内容のブラッシュアップ、プレゼン準備、面談同席によるバイヤー意見の確認、今後の対応策等を支援する。
- 商品開発や知財確保など専門性が求められる課題については中小企業基盤整備機構等専門機関を有効に活用する。
- 成長過程において資金を必要とする事業者は、日本政策金融公庫のマル経資金や小規模事業者経営発達支援融資制度、福岡県、福岡市の制度融資の利用を促す。

(2) 目標

	2019 年度	2020 年度	2021 年度
フォローアップ対象事業者数	200 社	200 社	200 社
頻度（延数）成果指標設定先	480 回	480 回	480 回
頻度（延数）その他	80 回	80 回	80 回

5-2. 創業支援

〈第1期における取組と評価等〉

第1期の計画期間においては次の通り事業を実施した。事業の評価及び第2期の取組方針は以下のとおりとする。

①実施支援体制

創業相談窓口の利用者や創業計画策定者に対しては、創業予定地に基づき地区担当経営指導員が担当制で張り付く体制を取っている。特に早期の起業を目指す起業塾受講生(創業計画策定者)に対しては、創業担当経営指導員が四半期毎に創業の準備状況や支援ニーズのヒアリングを実施し、地区担当と創業担当経営指導員が連携してフォローしながら創業を促進する体制となっている。

当初は経営指導員同士の連携がうまく取れないこともあったが、徐々にスムーズになり、相互に補い合って手厚い支援に繋がっている。しかし、所属長のアドバイスが行き届かない面があり、担当する経営指導員により支援の質にばらつきが発生しているとの指摘を受けた。

今後は、顧客データベースを活用し、所属長のアドバイスや個々の経営指導員の支援内容を共有することにより、組織的なフォロー体制を構築していくことが課題である。

②実施支援内容

起業塾の卒塾生に対しては、創業担当経営指導員が四半期毎に創業の準備状況や支援ニーズのヒアリングを実施。その内容を地区担当経営指導員と共有し、課題に応じて専門家による相談窓口の利用を促す、資金繰り相談に応じる等の対応を行った。

また、金融機関や起業塾講師の協力を得て、起業塾受講生限定の融資相談会や創業計画相談会を開催したほか、フォローアップセミナーも行うなど事後フォローを徹底し、創業まで確実に支援した。

その他の計画策定者に対しても、地区担当経営指導員が、計画の進捗状況や課題の確認を定期的に行い、財務面、システム等のハード面など個別の対応を重ねた。

進捗状況の把握やフォローの実施を個々の経営指導員に任せていた面があり、支援の質にばらつきが見られたため、今後は支援の質の高位平準化を図れるよう改善を行う。

【実績】

項 目	2016 年度	2017 年度
②創業支援者数（福岡起業塾卒塾生）	71	74
創業支援者数（創業融資採択者）	51	81

〈今回の申請における取組〉

（１）事業内容

創業計画を策定した全ての事業者、起業塾受講生を対象として、概ね四半期に一度の頻度で電話や巡回による進捗状況の確認、改善等の支援を実施する。

①実施支援体制（継続）

- 創業予定地に基づき地区担当経営指導員が担当制で張り付き個別支援を行うことを基本とする。
- 特に早期の起業を目指す起業塾受講生に対しては、創業担当経営指導員が四半期毎に、創業の準備状況や支援ニーズのヒアリングを実施する。その内容を地区担当経営指導員に確実に繋ぎ、支援内容を確認しながら連携して対応する。
- 創業者については、地区担当経営指導員が四半期に一度の訪問等により課題を確認し、解決に向けた対応を行う。支援レベルの向上を図るために、所属長は日報を通じて面談内容の確認を常に行い、経営指導員に対してアドバイスを実施する。
- 支援者毎の状況や支援内容については、顧客データベースにデータを蓄積し、経営指導員間、部署間で情報共有を図っていく。
- ベンチャー支援については、課題解決の困難性もあり、前述の通りプロジェクトチームを組み、専属的に支援に取り組む。

②実施支援内容（改善・継続）

- 起業塾の卒塾生に対しては、創業担当経営指導員が四半期毎に創業の準備状況や支援ニーズのヒアリングを実施。その内容を地区担当経営指導員と共有し、課題に応じて専門家による相談窓口の利用を促す、資金繰り相談に応じる等、解決に向けた対応を行う。
また、金融機関や起業塾講師の協力を得て、起業塾受講生限定の融資相談会や創業計画相談会を年１回開催するほか、フォローアップセミナーも年１回行い、創業まで確実に支援する。
- 創業者に対しては、地区担当経営指導員等が創業計画に基づき、ターゲット顧客のズレや売上計画、資金計画など経営基盤にかかわる点に着目したフォローアップを実施する。
- ベンチャー支援については、プロジェクトチームメンバーが、個々の課題に応じて外部ベンチャー支援機関の専門的知見も活用しながら、課題解決を図る。
- 経営指導員の支援レベルの高位平準化を図る対応として、所属長はセーフフォース上で支援内容の確認を行い、経営指導員に対してアドバイスを徹底するほか、必要に応じて支援に同行してフォローする。

（２）目標

	2019 年度	2020 年度	2021 年度
フォローアップ対象事業者数	60 社	60 社	60 社
頻度（延数）	240 回	240 回	240 回

５－３．事業承継支援

〈第１期における取組と評価等〉

第１期の計画期間においては次の通り事業を実施した。事業の評価及び第２期の取組方針は以下のとおりとする。

(事業内容)

事業承継の案件発掘については、経営指導員が窓口対応や巡回等を通して主体的に取り組んできたが、具体的な相談対応や承継計画の策定は事業引き継ぎ支援センターに任せている状況であるため、フォローアップについては主体的な取り組みが行えていない。そこで今後は、事業引き継ぎ支援センターや事業承継支援ネットワークの専門的な知見を一層活用する一方で、経営指導員の事業承継に関する知見の向上を図り、確実な承継に向けてフォローアップまで主体的に関わっていけるようにする。

〈今回の申請における取組〉

(1) 事業内容 (改善・継続)

事業承継計画を策定した全ての事業者を対象とし、経営指導員が事業引き継ぎ支援センターや事業承継支援ネットワークと連携して四半期に一度の頻度で巡回訪問や電話により承継の進捗状況を確認し、承継がスムーズに進むようフォローする。

あわせて、経営指導員の事業承継に関する知見アップによる支援推進のため、定期的な研修を実施するほか、事業承継支援ネットワークの専門家との同行訪問などOJTにも取り組む。

(2) 目標

	2019 年度	2020 年度	2021 年度
フォローアップ対象事業者数	14 社	14 社	14 社
頻度 (延数)	56 回	56 回	56 回

5－4．生産性向上支援 (新規)

(1) 現状と課題

前述の通り、当所では 2018 年度より事業者の身の丈にあった IT・ICT の活用による生産性向上支援に本格的に取り組んでいるが、小規模事業者の問題意識は必ずしも高くない。その要因として、経営者自身が日々の経営に追われ、生産性向上策を検討する時間的な余裕が無い、社内に IT・ICT 活用に精通した人材がいないといったことが挙げられる。

IT・ICT 活用の心理的なハードルを下げるためには、早期にそのメリットを実感してもらうことが肝要であり、計画策定後もハンズオンによる導入、安定稼働に向け、集中的なフォローアップが求められる。こうした支援を通して経営者自身が成功体験をすることにより、積極的に次の生産性向上に取り組む契機とすることが必要である。

(2) 事業内容 (新規)

導入計画を策定した全ての事業者を対象とし、できるだけ早く計画したクラウドサービスの導入、安定稼働が実現できるよう、IT 専門家の知見も活用しながら、集中的にフォローアップを実施する。

具体的な頻度は、導入計画の規模にもよるが、概ね計画策定後 6 か月以内に 3 回のフォローアップを実施し、IT・ICT 活用による生産性向上の実現を目指す。

(3) 目標

	2019 年度	2020 年度	2021 年度
フォローアップ対象事業者数	70 社	70 社	70 社
頻度 (延数)	210 回	210 回	210 回

6. 需要動向調査に関すること

〈第1期における取組と評価等〉

第1期の計画期間においては3つの事業を実施した。各事業の評価及び第2期の取組方針は以下のとおりとする。

①業種別情報やものづくり事例、好事例の収集と活用

事業者には有用と思われる情報や事業者からの照会事項について、日本政策金融公庫、日本商工会議所、中小機構等が公表するレポート等より随時情報を収集し、経営指導員間で情報共有を行い、窓口・巡回指導時に事業者に提供した。実際の指導現場では、1. ③に記載した「事業所訪問レポート」の方がより有用との指摘を受けたことから、今後は同レポートの充実により注力していくこととし、職員の業務量対効果も考慮して、この取組みは廃止する。

②商談会バイヤーからの需要動向調査および活用

当所が実施する「Food EXP0 Kyushu 〈BtoB〉(p34)、個別商談会(p35)」、「観光商談会(p37)」に参加するバイヤーに対し、商談会前後でアンケートを実施。その結果を当所経営指導員や各地商工会議所・商工会へフィードバックし、フォローアップの充実による成約件数の向上を図った。

こうした取り組みにより、バイヤーニーズの高い商品・分野を反映させた企画や、セラー側へバイヤーニーズの情報提供をすることによる成約率アップに繋げることができ、評価員からも高い評価を受けた。また、各地商工会、商工会議所の経営指導員への情報共有による能力開発にも貢献していると思われる。

一方、バイヤーのニーズと事業者のシーズに乖離が見られるという課題が見えてきたため、今後はこの点を改善して取り組んでいく。

【実績】

項 目	2016 年度	2017 年度
②バイヤーに対する事前アンケート調査数	195	204
バイヤーに対する事後アンケート調査数 () 内は小規模事業者商談分	1,352 (413)	1,338 (803)

③その他の需要動向調査および活用

日本商工会議所が実施する「日経テレコン POSEYES」を活用し、小規模事業者に対して情報提供を行うことを予定していたが、あまり活用できなかった。評価員からも、調査範囲をより効果が見込める分野に絞る必要性が指摘された。当所が実施する商談会における調査結果を見ても、今後縮小が見込まれる国内市場に対し、海外展開へ期待を寄せる事業者は多い。そこで、今後は海外展開を支援するための調査に力を入れていく。

〈今回の申請における取組〉

(1) 事業内容

【①業種別情報やものづくり事例、好事例の収集と活用（1. ③に統合により廃止）】

②商談会バイヤーからの需要動向調査および活用（拡充・継続）

当所が実施する「Food EXP0 Kyushu 〈BtoB〉(p34)、個別商談会(p35)」、「観光商談会(p37)」にバイヤーとして参加する百貨店や高級スーパー、通販、コンビニ、食品卸などから、売れ筋や商談希望品目、必要数量に加え、需要動向把握に役立つニーズ調査を行う。

また、商談後に、商品への改善要望などより具体的なバイヤー意見をアンケートにより収集し事業者に提供する。アンケートは、より多くの情報を収集するため、中小企業者の商談時にもバイヤーに対して行う。

特に、バイヤーとセラーのニーズとシーズの乖離を埋め、「精度の高いマッチングを行いながら商談数を増やす」という課題に対応するため、よりきめ細やかな商談ニーズの収集を行うとと

もに、個別のフィードバックにも力を入れる。

更に、調査結果をもとにモノづくりについても経営指導員がアドバイスを行い、商品企画や改良に繋げる。

②－１．食品・飲食関連の小規模事業者を対象とするもの

a. Food EXPO Kyushu 〈BtoB 国内外食品商談会 編〉

【概要】セラーのブースを多数のバイヤーが訪問し、試食や商談を行う展示商談会（詳細は p34）

【サンプル数】バイヤー4,000名

【調査手法】参加バイヤーアンケート

【調査項目】関心のある地域と商品、九州において魅力を感じる商品、（海外バイヤーに対して）自国で販売を希望する商品

【分析結果の活用】経営指導員が出展希望者に直接伝え、出展商品の選定・今後の商品企画等に活かせるようアドバイスを行う。
地域支援機関と共有し、個別支援に活用する。

b. 個別商談会

【概要】全国各地の百貨店や高級スーパー、通販等のバイヤーに対し、セラーが商品持ち込みで行う商談会（詳細は p35）

【サンプル数】バイヤー140名

【調査手法】参加バイヤーアンケート

【調査項目】事前：商品改良アドバイス、関心のある地域と商品、九州において魅力を感じる商品、（海外バイヤーに対して）自国で販売を希望する商品
事後：個別商品への評価、商談へのアドバイス、特に魅力を感じた商材と理由、今後探したい企業・商品、

【分析結果の活用】事前に企業から提出された商品の FCP シートをもとに、商品改良に関するバイヤーからのアドバイスを各企業に展開。
個別商談時にバイヤーが記入した個々の商品への評価は、経営指導員が出展者に伝え、今後の商品企画等に活かせるようアドバイスを行う。
地域支援機関と共有し、個別支援に活用する。

c. 博多うまかもん市

【概要】毎年1回、市内百貨店において実施している一般消費者向けの地場食品の展示即売会（詳細は p36）

c-i. 新商品企画

【サンプル数】バイヤー3名

【調査手法】サンプル商品を陳列し、個別評価をヒアリング

【調査項目】商品の改良ポイント、商品ポップや売り方について工夫すべき点

【分析結果の活用】経営指導員が出店企業へ個別にフィードバックし、バイヤーアドバイスへの対応に向けて支援を行っていく。

c-ii. 来場者アンケート

【サンプル数】来場者のうち100名

【調査手法】調査員（臨時雇用）による来場者への個別聞き取り

【調査項目】評価商品、商品の改良ポイント

【分析結果の活用】経営指導員が出店企業へ個別にフィードバックし、対応に向けて支援を行っていく。

②－２．観光関連の小規模事業者を対象とするもの（継続）

a. 観光商談会（観光マッチング）

【概要】国内外の旅行社（バイヤー）を集めて実施する“観光”をテーマとした商談会（詳細は p37）

【サンプル数】バイヤー 15 名

【調査手法】アンケート（ヒアリング含む）

【調査項目】旅行商品として欲しい業態・業種

【分析結果の活用】案内パンフレット作成時に結果の詳細を掲載するとともに、申込みの際にも各事業者へ直接伝え、シーズと合っているかを確認する。また、商談の際にも摺り合わせを行い、成約率アップに繋がるように指導する。

③海外展開にかかる需要動向調査と活用（改善・継続）（「③その他の需要動向調査および活用」から名称変更）

海外展開を希望する事業者へターゲットとなる市場の情報を提供するため、ジェトロ福岡、福岡アジアビジネスセンター、福岡貿易会、中小企業基盤整備機構九州本部、海外商工会議所等を通じて情報を収集し、商品の企画・選定に活用する。

【調査手法】引き合いに対し、海外商工会議所、ジェトロ福岡、福岡アジアビジネスセンター、中小企業基盤整備機構九州本部等を通じた照会を行い、結果を経営指導員が取り纏める。

【調査項目】求められる商材、流通状況

【分析結果の活用】結果を経営指導員が個別にフィードバックし、新たな海外展開関連事業の立案などを行い、海外展開支援に繋げていく。

（２）目標

項 目	2019 年度	2020 年度	2021 年度
②－１． a 調査対象事業者数	200	200	200
②－１． b 調査対象事業者数	200	200	200
②－１． c 調査対象事業者数	60	60	60
②－２． a 調査対象事業者数	20	20	20
③ 調査対象事業者数	100	100	100

7. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること

〈第1期における取組と評価等〉

第1期の計画期間においては以下の事業を実施した。各事業の評価及び第2期の取組方針は次のとおりとする。

①商談会等販路開拓に関する取組み

「6. 需要動向調査に関すること」で調査した内容を経営指導員等が事業者へ提供する仕組みや、商談参加事業者に対する準備から事後フォローまでの一連のプロセスを実行する仕組みについては、整ってきたと評価されている。

今後は、個別指導を通じた商品力や提案力の向上支援のみならず、特に海外の需要開拓を図るうえで、物流、デザイン、新たな商品開発などに関する課題の解決も求められる。

そこで、他の支援機関（中小機構九州、福岡ベンチャーマーケット等）のネットワークも活用しながら、課題解決を支援するソリューション企業と地場企業とのマッチングにも取り組んでいく。

②小規模事業者が参加する主な商談会等

②－1. 食品・飲食関連の小規模事業者を対象とした売上確保のための販路開拓支援

過去に実施した商談会における調査結果から、九州域内のみならず、関東・関西・シンガポール・台湾など、域外市場への進出に意欲を持つ事業者が多いことがうかがえる。そこで、「Food EXPO Kyushu」や「個別商談会」等を実施したほか、他地区での商談会への参加支援等を行った。

商談の事前・事後におけるニーズ・シーズの把握、プレゼンテーション指導、フィードバック等の取組みを通して成約件数は伸びており、評価員からも支援内容は高く評価されている。

一方、バイヤー調査からは、福岡・九州の商品についての具体的なイメージが湧き難く、付加価値が示し辛いという意見が多く、「福岡及び九州」という単位でのブランド訴求が課題となっている。あわせて事業者は、モノづくりなど販路開拓を見据えた取組みの部分でも支援を求めているため、今後はそうした面でも支援を行っていく。

a. Food EXPO Kyushu 〈BtoB〉

九州産農林水産物、加工食品を対象とする国内外のバイヤー向け商談会を毎年1回開催した。北部九州豪雨に見舞われた後には、復興支援に向けた特設ブースを設け、朝倉、日田地域の食材の販売や観光PRをあわせて行った。

また、事業にあわせて42社が新たに商品を開発し、お披露目を行った

日本最大級の規模での実施となっているものの、商談後に出店者とバイヤーのコミュニケーション不足により、本来成約に繋がるものを取りこぼしている案件もあるため、今後は出店者の管轄商工会議所・商工会に対しても、当所から商談結果について丁寧に情報を伝え、フォローアップに繋げていくことが必要である。

【実績】

BtoB	2016年度		2017年度	
	小規模	全数	小規模	全数
出展者数	79	152	92	178
来場者数	－	4,310	－	4,057
個別バイヤー社数	－	108	－	147
個別バイヤー国数	－	16	－	18
展示商談数	1,726	3,325	1,706	3,307
個別商談数	370	713	454	880
訪問商談数	11	22	50	97
総商談数	2,107	4,060	2,221	4,304
総成約数	70	136	125	243
ソリューション相談数	－	14	－	204
交流会参加者数	－	169	－	166
出展者満足度	－	73%	－	72%

b. Food EXPO Kyushu (BtoC 九州うまいもの大食堂 編) の実施

一般消費者へ向けた食の販売イベントであり、地域の小規模事業者には、それぞれが持つ商品や実店舗について、約 15 万人の来場者に向けた P R の場を提供することができた。

当事業の力点は、地域の食産業振興に向けた取り組みの一環として、国内外に向けた地域産業のブランド力向上を図ることにあるため、今後は「Ⅱ. 地域経済の活性化」の項目に組み入れ、取り組みを進めることとする。

c. 個別商談会の実施

九州・福岡の「食」を世界に発信するため、食を取り巻く関連業種を対象とした商談会を開催した。特に、重点地域に据えた「バンコク、シンガポール」や、企業アンケートでニーズの高かった「台湾」などの新規市場とバイヤーを積極的に開拓したほか、2017 年度には、成約数増に向けて下記のような新たな取り組みも行った。その結果、一定の成約に繋がっていることが、評価員からも評価されている。

一方で、国内向け商談は、他団体での開催が増え差別化が必要となってきたことから、今後は事業者のニーズが高い海外展開への支援にも力を入れ、「e. 海外展開支援」事業とも連携させて取り組みを進めていく。

【2017 年度の新たな取り組み（成約数の向上に向けて）】

- 商談時の提案力向上を支援（細かなバイヤーニーズを事前に情報提供）
- 新たなマッチング機会を創出（出展者やバイヤー同士等の商談機会を新設）
- ソリューションコーナーの拡充（製造、包材、デザイン等の相談に対応）
- 大学との連携による留学生の参画（出身地の食文化や市場動向をアドバイス）
- 英文での資料作成（海外バイヤーに英文での出展企業情報を配布）
- 交流会の充実（地元タレントをよび福岡の魅力を交流会で発信）
- ワンコンテナプロジェクトの実施（台湾向け定期コンテナを用意）
- 常設店舗の開設、展示（市内小売店内で P R、マーケティングを支援）
- 朝倉・日田での訪問商談会の実施（国内外バイヤーが、現地を訪問し商談）

【実績】

	2016 年度		2017 年度	
	小規模	全数	小規模	全数
商談会開催数	－	36	－	43
商談数	676	1,352	803	1,338
うち国内向け	366	730	372	579
うち海外向け	310	622	431	759
成約数	170	340	224	374
うち国内向け	92	184	82	137
うち海外向け	78	156	172	237
セミナー参加者数	－	392	－	351

d. 他地区での展示商談会への参加

海外向け展示会であるフーデックスジャパンに当所として団体出展を行った。「e. 海外展開支援」と内容が重複してきていることから、次期は項目を統合して支援を強化していく。

e. 海外展開支援の実施

東南アジア等で開催される「食品フェア」を現地の日系百貨店と共催した。年間 175 件の成約に結び付けるなど成果は上がっており、評価員からも高く評価されている。

海外展開については、企業規模に関わらず、小規模事業者においても商品力を強みとして可能性はあるものの、文化が異なる市場への展開となることから、より柔軟な発想や新たなモノづくりの観点が必要となる。そのため今後は、地域の海外展開支援機関と連携し、アドバイザー制度などそれぞれのメニューを活用しながら経営指導員が、マーケティング、モノづくり、物流、販路開拓を伴走型で支援していくことで、さらなる成約向上を図る。

②ー２．観光関連の小規模事業者を対象とした売上を確保するための販路開拓支援

国内外の旅行社を「バイヤー」とした観光商談会を年１回実施。事業の実施にあたっては、事前マッチングを行い、成約率の向上に努めた。毎年改善に取り組んでおり、2015年から「セラー・バイヤー交流会」、2016年から「F AMトリップ」、2017年から「プレゼンチェックセミナー」を開催している。

７年目の事業のため商工会や観光協会などにも周知ができており、広報や新規参加に協力いただいている。しかし、まだ新規の参加企業は発掘できる状況にあると考えており、一層の周知が必要である。また、観光商談会の性格的に成約まで時間がかかるケースが多く、フォローアップの充実も求められる。

今後は、新たなバイヤーの発掘、新規セラーの参加促進のための仕組みづくり（広報強化・観光関係団体・行政との連携）、成約のためのフォロー体制づくり等が課題である。評価員からも、行政をはじめとした関係機関と一層連携して事業を実施していくことの重要性を指摘されているため、そうした点を意識して取組みを進めていく。

②ー３．ファッション関連の小規模事業者を対象とした売上を確保するための販路開拓支援

アパレル関連事業者や理美容事業者の需要拡大のため、毎年３月に、福岡市内においてファッションで福岡を盛り上げるキャンペーン（ファッションウィーク福岡）を実施した。当事業は、個別事業者の支援はもちろんであるが、むしろ福岡ファッションのブランド化を通じたより広い支援の方向性での展開を目指すものであるため、今後は「Ⅱ．地域経済の活性化」の区分へ移し、取組みを進めていく。

②ー４．経営相談を通じた職員によるビジネスマッチング支援

マッチング支援に必要な情報（取扱商品、事業者の強み、ニーズ等）を事業者から聞き取り、顧客データベースに随時蓄積を行い、相談の際に蓄積した情報を活用して支援を行った。また、当所主催の各種商談会への参加を促すとともに、参加する事業者に対してはフォローを実施した。必要な情報の蓄積は十分に行えたが、経営指導員に蓄積した情報を提供する意識が薄かったため、実績は低調となった。

次年度は、蓄積した情報を積極的に提供する点に重きを置き、小規模事業者の販路開拓に繋げる。また、当所主催に限らず、他の支援機関が主催する商談会へも積極的な案内を行い、機会を提供していく。

②ー５．ネット販売を通じた販路開拓支援

これからネット販売を行う事業者に対する情報提供及び、既にネット販売を行っている事業者に対する販売促進（SEO対策等）支援を行った。しかし、ネット販売はその目的を事業者と明確に共有した上で展開を支援していく必要があり、その部分が不十分であるとの指摘を受けた。

小規模事業者にとってネット販売に取り組むことは、規模が小さいことによる事業活動の制限や成長の限界を打破する有効な手段である一方、IT・ICTの活用とも絡むことから、販路開拓のみならず業務全般を俯瞰した支援が求められる。そこで次期計画では、ネット販売支援を生産性向上支援の一環として、４ー４、５ー４の「生産性向上支援」に位置付けて取り組んでいくこととする。

【実績】

項 目	2016 年度	2017 年度
②ー１．食品・飲食関連事業者を対象とした商談会		
商談会開催数（年間、BtoC 開催分除く）	34	43
参加企業数（年間、BtoC 開催分除く）	676	803
商談成約数（年間）	131	374
②ー２．観光関連事業者を対象とした商談会		
商談会開催数	1	1
参加企業数（年間）	18	22
商談成約数（年間）	9	43
②ー４．ビジネスマッチング情報提供数	28	13
②ー５．ネット販売情報提供者数	37	7

〈今回の申請における取組〉

(1) 事業内容

①商談会等販路開拓に関する取組み（継続）

「6. 需要動向調査に関すること」で調査したバイヤー意見等を経営指導員等が確実に事業者へ提供するとともに、新たに商談会の企画にも反映させていく。商談参加を求める事業者については、準備から商談会参加後のフォローまでの一連のプロセスを実行していく。

＜商談会参加事業者発掘・支援プロセス＞

	プロセス	当所および経営指導員等の活動
①	経営指導員等による商談会企画・実施情報の確認	需要動向調査を反映させた企画，他の経済団体からの情報収集
②	該当事業者の洗い出し 需要動向と商談会情報の提供	該当事業者のDBへの登録，巡回計画への反映，需要動向に関する情報の提供
③	参加希望事業者と経営指導員等による商談会準備	バイヤーニーズや商談条件の確認，商品説明の支援 等
④	商談会への経営指導員等の同席/結果の確認	成立・不成立に係らずバイヤー意見の確認，商品の改善等今後の対応についての確認，DBへの記録
⑤	経営指導員等によるフォローアップ	商品の改善等今後の事業者の経営計画への反映

②小規模事業者が参加する主な商談会等（改善・継続）

②－1. 食品・飲食関連の小規模事業者を対象とした売上確保のための販路開拓支援

a. Food EXPO Kyushu (BtoB 国内外食品商談会 編) の実施

世界的にも優れた高付加価値の九州産農林水産物、加工食品を国内外に発信し、地場食品関連企業の更なる売上向上、販路拡大及び地域経済の振興を目的として年1回、BtoB 事業（国内外食品商談会）を実施する。内容は、セラーのブースを多数のバイヤーが訪問し、試食や商談を行う展示商談会、及び、バイヤーとセラー双方から寄せられた商談希望リストを基に事務局で商談マッチングを行う個別商談会を2日間にわたり行うのとあわせて、生産地を訪問しての訪問商談会も1日間で行う。

事業の特色として、九州産品に特化した食品国際商談会としては国内最大規模であること、展示会の他に生産地を訪問する訪問商談会を開催すること、成約から物流まで、経営指導員等による一貫したサポートを実施することが挙げられる。また、新たに「九州・山口大産業展」の一環として実施することにより、域外から幅広い分野のビジネスパートナーを呼び込み、マッチングの機会拡大や異業種間のオープンイノベーションの創出も図っていく。

更に、成約数の増加に向けて、出展者に向けたフォローアップを行っていくとともに、出展者の管轄商工会議所・商工会に対しても、商談結果についての情報を伝え、更なるフォローアップに繋げていく。

【支援対象】九州・沖縄の食品製造業及び生産者

【実績見込み】来場者数：4,500名

出展者数：219社

個別バイヤー数：151社

バイヤー国数：27か国

総商談数：4,500件

総成約数：254件

【新たな取組み】

・出展者の商談数の強化

出展者からバイヤーへの商談申込に加え、バイヤーから出展者への商談申込にも対応することで、出展者の想定していない新たな販路拡大の機会創出に繋げる。

・マーケティング、モノづくり支援の強化

六本松蔦屋書店でのマーケティング催事を実施。実演販売及び来店者へのテストマーケティング（商品評価に対する聞き取り）を行い、Food EXPO Kyushu における商談に活用する。

・新たな商品開発の強化

新商品開発に取り組む出展者に対し、事前にバイヤーからのフィードバックを実施し、当日の成約数増加や売上増を目指す。

【b. Food EXPO Kyushu 〈BtoC 九州うまいもの大食堂 編〉の実施（Ⅱ．地域経済活性化の項目へ移動）】

c. 個別商談会の実施

全国各地の百貨店や高級スーパー、通販等のバイヤーに対しセラーが商品持込みの商談会を実施。バイヤーニーズや商談条件を事前に確認し商談会参加を目指す事業者に伝える。商談は、予め提出された商品内容等をバイヤーが選定して実施し、幅広く効率的な販路開拓に繋げる。

商談に至らなかった商品や商談不成立の商品は、バイヤーに理由を確認し、セラーへのフィードバックを通じて次回商談、売り込み先の再検討、商品の見直し等に結び付ける。

あわせて、販路拡大を目指す福岡・九州地域の食品関連企業を対象に、成約率の向上に向けた事前セミナーも実施する。特に、これまでの取組み結果を受けて、事業者のニーズの高いマーケティングやモノづくりなどのテーマも加えて開催していく。

【支援対象】九州・沖縄の食品製造業及び卸売業、日用雑貨製造及び卸売業など

c-i. 伊勢丹シンガポール商談会

【概要】九州フェア向け商談

【支援事業者数】6社

【バイヤー数】1社

c-ii. 伊勢丹マレーシア商談会

【概要】九州フェア向け商談

【支援事業者数】7社

【バイヤー数】1社

c-iii. マレーシアふぁんじゃばん商談会

【概要】通常取引商談

【支援事業者数】7社

【バイヤー数】1社

c-iv. 山形屋産業開発商談会

【概要】通常取引商談

【支援事業者数】6社

【バイヤー数】1社

c-v. ナカモト商事商談会

【概要】通常取引商談

【支援事業者数】7社

【バイヤー数】1社

c-vi. サンエー21 商談会

【概要】通常取引商談

【支援事業者数】9社

【バイヤー数】1社

c-vii. その他（以下商談会を予定）

- ・マルカイコーポレーション商談会（ハワイ／九州フェア向け）
- ・明治屋食品商談会（シンガポール／九州フェア向け）
- ・神戸屋食品工業（タイ／通常取引商談）
- ・メイズ（香港／通常取引商談）
- ・複数のバイヤーを招聘しての商談会

【d. 他地区での展示商談会への参加（e. 海外展開支援と統合）】

e. 海外展開支援の実施

東南アジア等で開催される「食品フェア」を現地の日系百貨店と共催し、現地での商品の認知度向上と販路開拓に結び付ける。また、関東地区で開催されるフーデックスジャパン等の「展示商談会」で当所が共同ブースを設置し、出展を支援する。

小規模事業者にとって展示会を自前で開催する、或いは、自社で専用ブースを設置するといったことは困難なため、共催、共同出展といった形式を取り、費用面で小規模事業者が出展しやすい環境を整える。

【支援対象】九州・沖縄の食品製造業及び卸売業、日用雑貨製造及び卸売業など

e-i. フーデックス

【概要】日本能率協会が3月に実施する日本最大の食品展示会に団体出展

【支援事業者数】6社

【来場者数】6万人

【出展者数】8社

e-ii. 輸出エキスポ

【概要】ジェトロが10月に実施する輸出に特化した食品展示会に団体出展

【支援事業者数】4社

【来場者数】4千人

【出展者数】5社

e-iii. バンコク伊勢丹九州四国フェア

【概要】食品展示即売会

【支援事業者数】14社

【来場者数】未集計

【出展者数】14社

e-iv. 伊勢丹シンガポール秋の九州フェア

【概要】食品展示即売会

【支援事業者数】4社

【来場者数】未集計

【出展者数】30社

e-v. その他（以下の食品催事を開催予定）

- ・伊勢丹マレーシア
- ・明治屋食品商談会

f. 博多うまかもん市の実施（「Ⅱ. 地域経済活性化」の項目から移動）

地場食品の「新鮮さ」や「味の良さ」をPRし、福岡を代表する名物を育て、福岡の「食の魅力」、「ブランド」の向上を図ることを目的に、毎年1回、市内百貨店において実施している一般消費者向けの食のイベント。

百貨店での開催効果について評価員より疑問が呈されたものの、福岡の「食」ブランドの向上という意味では一定の効果があると判断。催事の魅力を高め、新規顧客層の掘り起こしを行っていくことが課題であるため、今後は商店街や地域支援機関との連携を深め、新規企業の発掘に努めるとともに、開催時期を変更し、新商品や出店者同士のコラボ商品の開発などに取り組ん

でいく。また、効果的な売り方などについて、事前にバイヤーからアドバイスをもらう仕組みも取り入れる。

【支援対象】福岡の食品製造業者

【概要】年1回、3月に福岡市内百貨店において開催する一般消費者向け展示即売会

【実績見込み】支援事業者数：30社

来場者数：3万3千人

出展者数：60社

【新たな取組み】

- ・実施時期を従来の1月から3月開催に変更し、春の行楽シーズンに関連したテーマで開催することにより新たな誘客を図る。
- ・新規企業発掘のため、情報収集・募集時期を前倒しする。
- ・新商品開発や出店者同士のコラボ商品開発など、催事の魅力を高める企画を実施。
- ・広報の強化（2月中にアンケートを分析し、結果を踏まえて具体策を立案）
- ・イベント実施時に来場者に対するアンケートを実施するとともに、出店者に対するPR効果や満足度についてのアンケートも実施する。
- ・期間終了後に実店舗に誘客できる仕組み（店舗案内の作成等）を取り入れる。

②ー2. 観光関連の小規模事業者を対象とした売上を確保するための販路開拓支援（継続）

観光商談会を中核事業と位置付けた観光関連事業者向けの販路開拓支援を引き続き実施する。商談会が効率的な販路開拓の場となるよう、商談会の実施とあわせて事前対策・事後フォロー等にも取り組む。

a. 観光商談会の実施

国内外の旅行社（バイヤー）を集め、“観光”をテーマとした商談会を実施する。宿泊、アミューズメント、交通輸送や飲食店など観光産業に携わる事業者（セラー）の商品（人・サービス・施設）をバイヤーに積極的に売り込む場を設ける。

今後は、ラグビーワールドカップ（RWC）や東京オリンピック・パラリンピックを見据え、新たなエリアからのバイヤー招聘に取り組むとともに、広報を強化し、観光関係団体や行政と連携を深めることにより、新規セラーの参加を促進する。また、事前・事後フォローについても力を入れていく。

【支援対象】九州・沖縄地域の宿泊施設（ホテル・旅館等）、アミューズメント（演劇場・遊園地・水族館・動物園・ゴルフ場・美術館等）、交通輸送（鉄道・バス・船舶・タクシー・航空等）、土産品店、飲食店等

【実績見込み】支援事業者数：20社

来場者数：150名

出展者数：56社（バイヤー16社・セラー40社）

【連携機関】福岡県商工会議所連合会、福岡県商工会連合会、行政、各地の観光協会

b. 事前対策（プレゼンチェック）セミナーの開催

商談がスムーズに行えるように、事前準備のため、業界動向や商談シートの作り方などを学ぶ場としてのセミナーを開催する。

c. フォローアップの実施

成約案件に対するフォローだけでなく、成約に至らなかった案件についても、アンケート（ヒアリング）を実施し、バイヤーニーズをセラーへフィードバックすることにより改善を図り、次に繋げる。

d. 広報の強化

地域の観光産業の担い手として潜在的な力を持つ事業者を発掘するため、成功事例集を作成し、各団体を通して周知を図る。

【②－３．ファッション関連の小規模事業者を対象とした売上を確保するための販路開拓支援
（Ⅱ．「地域経済活性化」の項目へ移動）】

②－４．経営相談を通じた職員によるビジネスマッチング支援（改善・継続）

人員や広告費等に大きな制約がある小規模事業者が販路開拓に取り組むためには、当所が保有する事業所データをマッチングに活用することは有効な手段の１つである。そこで、経営指導員が、巡回や窓口支援を通じてマッチングを希望する事業者から必要な情報（取扱商品、事業者の強み、ニーズ等）を聞き取り、顧客データベースに随時蓄積を行い、蓄積した情報を活用してマッチングに繋げる。

また、当所主催の各種商談会をはじめ、他の支援機関が実施する商談会や展示会にも積極的に参加を促すとともに、商談会の場でも経営指導員が同席支援を行うことにより成約に繋げていく。

【支援対象】食関連・観光関連の他、重点支援先の小規模事業者

【②－５．ネット販売を通じた販路開拓支援（４－４，５－４「生産性向上支援」に統合）】

②－６．ＩｏＴを活用したイノベーション支援事業（新規）

これまで中小企業は、恒常的に人材や資源が不足しており、新たなサービスや商品を開発すること、効率性や生産性を向上させること（＝イノベーションを起こすこと）が難しい環境にあると考えられてきた。しかし現在では、情報関連機器の小型化や低価格化に加え、インターネットやクラウド等に容易に接続できる環境も整ってきており、中小企業にとってもイノベーションを起こしやすい環境が整いつつある。

しかし、地場企業への調査結果では、ＩｏＴビジネスについて約４割がわからないと回答し、既に取り組んでいる企業は１割程度に留まっている。一方、約３割の事業者が今後取組みたいと回答しており、将来の新たなビジネスの必要性を感じていることがうかがえる。また、期待するサービスについて尋ねたところ、動向や事例を知るセミナー・展示会が最も多く約６割を占め、次に人材確保・育成支援が２割強という結果であった。新たな分野であることから、ビジネスの初期段階（そもそものＩｏＴへの理解や事例の学び）へのニーズが高いことが分かる。

そこで、イノベーションへの機運の醸成、イノベティブな新ビジネスの創出と世界規模のマーケットを狙った事業展開支援による地域中小企業の活性化を目的として、以下の３事業を実施し、新ビジネスの開発から販売まで一気通貫の支援を行っていく。

【内容】

- ・ ＩｏＴを活用したイノベーションの重要性や考え方に関する気付きを提供するセミナーの実施
- ・ 事業者同士の出会いにより新たなビジネスアイデアを生み出すためのワークショップの開催
- ・ 新たなビジネスを世界規模で展開するためのマッチング機会の提供（ＩｏＴベンダーを交えた交流会等）

【支援対象】自社の強みやリソースを活かし、革新的な商品・サービスを創造する（したい）小規模事業者

(2) 目標

	項目	2019 年度	2020 年度	2021 年度
②－１．食品・飲食関連				
a. Food EXPO Kyushu 〈BtoB〉	対象事業者数	60	60	60
	成約件数	200	200	200
c. 個別商談会	対象事業者数	500	500	500
	成約件数	180	180	180
e. 海外展開支援	対象事業者数	50	50	50
	成約件数	70	70	70
f. 博多うまかもん市	対象事業者数	30	30	30
	売上額（１事業者あたり）	1,900 万円	1,900 万円	1,900 万円
②－２．a. 観光商談会	対象事業者数	20	20	20
	成約件数	50	50	50
②－４．ビジネスマッチング	支援事業者数	100	100	100
	マッチング成約件数	100	100	100
②－６．イノベーション支援	対象事業者数	10	10	10
	マッチング成約数	1	1	1

Ⅱ. 地域経済の活性化に資する取組

8. 地域経済の活性化に資する取組に関すること

〈第1期における取組と評価等〉

第1期の計画期間においては下記の事業を実施した。各事業の評価及び第2期の取組方針は以下のとおりとする。

①「博多どんたく港まつり」の実施

ゴールデンウィーク期間中、日本最大の人出を誇る全市的な祭りである「博多どんたく港まつり」を、今期においても福岡市、福岡観光コンベンションビューロー、自治会、商店街、関係団体等と協力して実施し、200万人以上の人出を得て盛況な賑わいとなった。

また、2016年から、地域に直接的な消費効果を生み出す仕掛けとして飲食店と提携した割引券「どんたくクーポン」の発行を開始。どんたく開催前の4月中旬から終了後の5月下旬まで観光客や市民、地元企業に配布している。

評価員からは、まつりの実施についてはもちろん、どんたくクーポンの発行についても事業者と繋げる取組みとして評価を得ているが、こうした取り組みに対する経済波及効果が把握しきれていないことはもったいないとの指摘も受けた。そのため今後は、経済効果を把握する仕組みについても検討しながら引き続き実施していく。

②「福岡アジアファッション拠点推進会議」

当所と福岡県、福岡市が共同で設置した福岡アジアファッション拠点推進会議が実施主体となり、百貨店、商業施設、小売店舗及びファッションに興味のある一般市民などが参画する、「福岡アジアコレクション (FACo)」、「ファッションウィーク福岡」等のイベントを開催した。

特に「ファッションウィーク福岡」については、参画する地元商業施設と福岡を拠点に活躍するクリエイター・学生等コミュニティとのマッチングを行い、店舗でのファッションイベントなど様々なコラボレーション企画を実現した。ファッション関係に限らず、市内の商業施設や飲食店等にも広がりを見せており、集客や話題性で高い評価を受けている。

そのため今後は、映像、音楽など新たなコンテンツとの融合による魅力アップを目指した取組みを進めるとともに、国内外に「ファッションの街・福岡」の魅力を発信することにより福岡市のブランディングに貢献する。

③「食」を通じたイベントの実施

多くの地元飲食店等が出展する食のイベントとして「Food EXPO Kyushu」「博多うまかもん市」「食の都ふくおか」を開催し、福岡の強みの一つである「食」を通じた関連産業の振興に取組んだ。

「Food EXPO Kyushu (BtoC)」については、九州北部豪雨地域の復興支援として位置付けるなどの全九州の活性化を図る取り組みやコンセプト等が一定の評価を受けた一方、他の食品フェアとの差別化の必要性が課題として指摘された。

そのため今後は、九州商工会議所連合会や各地商工会議所とのネットワークをはじめ、福岡県、福岡市、福岡県商工会連合会、ジェトロ福岡、福岡地域戦略推進協議会等の参画団体の持ち味を活かしながら、福岡のみならず九州ブランドを意識したオリジナル商品の開発にも力を入れる。

「博多うまかもん市」については、福岡の「食」ブランドの向上の面で地域経済の活性化に資する取組みではあるが、今後はより事業者支援の側面に力を入れ、新規企業の発掘とともに新規顧客層の掘り起こしに向けた取り組みを強化しつつ実施するため、「I - 7. 需要開拓支援」の項目に入れることとする。

また、「食の都ふくおか」に関しては、「Food EXPO Kyushu」のプレ事業として開催したものであり、屋外イベント開催にかかるノウハウの蓄積が進み、一定の成果が得られたことから、2015年度で廃止した。

④商店街関連事業

福岡市内の商店街数は年々減少が続いている⁵。そのため、福岡県や福岡市と連携し来街者の減少に歯止めをかけ、地域の賑わい創出と地域コミュニティの活性化を図るため、イベントや祭りを通じた消費喚起等に取り組んだ。

依然として、消費者の商店街離れや商圈人口の減少、高齢化、商店街組織の担い手不足、インバウンド対応の遅れ等の課題が山積しているため、今後も引き続き対応を強化していく。

④－１．プレミアム付き地域商品券発行支援

支援団体数は年々減少しているが、地域の消費喚起と発行団体に加盟する個店の売上増に寄与しており、商店街活性化には一定の評価を受けている。そのため、新規発行の働きかけを行いつつ今後も継続的に実施していく。

④－２．食べ飲み歩き事業の実施支援

今期中、新規実施団体を２団体増やすことができ、小さいながら必要な取組との評価を得ている。今後も、商店街や個店への集客力・回遊性を高め、地域の賑わいを創出するため継続して実施する。

また、今後は当事業の実施による効果を実施商店街だけでなく、より面的な波及効果が出せるよう、複数の近隣商店街の連携による実施も検討する。

④－３．商店街等会長会議

中央区商店街連合会及び南区商店街連合会において会長会議を開催し、各商店街の事例発表や情報交換を行った。共同イベントの開催を実現するなどの成果も出ていることから、今後も継続して実施する。

④－４．インバウンドへの取組

外国人観光客の多い商店街（西新、美野島、六本松等）に対して、戦略会議の開催やワーキングのサポート、店舗診断や講習会を実施し、インバウンド対策の支援を行った。ここ数年、外国人観光客が急増しており、その集客を取り込めるかどうか商店街の振興の重要な要素となっていることから、今後は更なる取り組みの強化を図るため、支援実施後の推進状況によりフォローを徹底する。

【実績】

項 目		2016 年度	2017 年度
イベント開催数		5	5
出展者数	②③	655	796
来場者数	①②③（ファッションウィーク除く）	204 万	239 万
①博多どんたく港まつり 来場者数		200 万	220 万
②FACo 出展者数		15	10
FACo 来場者数		7,524	7,562
②ファッションウィーク 出展者数		432	450
ファッションウィーク 来場者数		13.4 万	54 万
③博多うまかもん市 出展者数		56	63
博多うまかもん市 来場者数		3 万	3.4 万
③Food EXPO kyushu 出店者数		152	273
Food EXPO kyushu 来場者数		4,310	14.9 万
④-1 商品券発行支援団体数		23 団体	22 団体
④-2 食べ飲み歩き支援団体数		11 団体	12 団体

⁵ 福岡市内の商店街数：2009 年度 162、2014 年度 153、2017 年度 138、福岡市経済観光文化局「福岡市商店街実態調査」

〈今回の申請における取組〉

(1) 事業内容

①「博多どんたく港まつり」の実施（継続）

ゴールデンウィーク期間中、日本最大の人出を誇る全市的な祭りである「博多どんたく港まつり」を、福岡市や福岡観光コンベンションビューロー、自治会、商店街、関係団体等と協力して行い、賑わい創出を図る。

また、地域の事業者への直接効果を生み出すための仕掛けとして、「どんたくクーポン」の発行についても掲載企業数を増やして引き続き行うことにより、事業者や商店街と双方向で発展し合う仕組みとする。

あわせて、クーポン利用状況の確認等経済波及効果を把握するための仕組みについても検討し、把握した効果をホームページや関係者会議でフィードバックするとともに、商店街等においてもそのデータを活用できるように情報提供する。

【連携機関】福岡市、福岡観光コンベンションビューロー

②ファッション関連イベントの実施（改善・継続）（「②福岡アジアファッション拠点推進会議」から名称変更）

現在、ファッション業界では急激な構造変化が進行している。福岡市では、インバウンドが拡大するなか、更にアジアからの誘客に向けて、アジアの若者に評価が高い映像や音楽などコンテンツの活用を促進することも求められており、これらのコンテンツを交えた新しい見せ方の工夫を行いアジアへの発信を強化することが必要である。

当所は、福岡県、福岡市と一体となって福岡アジアファッション拠点推進会議を立ち上げ、百貨店、商業施設、小売店舗及びファッションに興味のある一般市民などを巻き込み、「福岡アジアコレクション（FACo）」などファッション関連イベントを展開している。

今後は、「ファッションの街」として更に都市ブランドを強化するために、各事業において、これまでの繊維ファッション分野に加え、映像やゲームなどのコンテンツ産業、インバウンド振興に相乗効果の高い美容や食産業との連携や融合を図りつつ事業を進める。

②-1.「ファッションマンス福岡」の開催

これまでファッション産業の振興事業として行っていた「ファッションウィーク福岡」を、「MICE、観光、インバウンド支援（交流人口の増加）を通じた産業支援」と位置付け、クリエイティブ関連企業の巻き込みを図りながら「ファッションマンス福岡」として開催する。東アジアなどより広い地域からの需要を取り込むため、中国における旧正月にあわせて開催時期を変更し、期間も拡大して実施する。

【概要】毎年2月上旬からの約1カ月間、天神・博多エリアを中心とした福岡市内の各商業施設・飲食店舗等において、アジアの若者などインバウンドのニーズを踏まえたファッション、食、コンテンツを交えた各種イベントを実施し、街が一体となった盛り上げを図る。

【新たな取組み】

・参加クリエイター発掘・拡充

当所事業（経営革新等）、繊維ファッション部会、市内商業施設、市内専門学校（大村ファッション、香蘭ファッション）を通じた関連企業の発掘。

クリエイティブ関連機関（まんがコンテンツ振興機構、コンテンツ産業振興会（映画）、九州アートディレクターズ（デザイン）等）を通じた、ファッションと連携可能なクリエイターの拡充。

・参加店舗拡大及びコンテンツの充実

食及び美容に関する情報誌ナッセのネットワーク（約3,000店）を活用し、個店への参画要請（期間中オリジナルサービスやイベント）を行い、理美容、食との連携、事業拡大を図る。

・インバウンド向け発信の強化

東アジアのメディア、旅行社、航空会社（機内誌掲載依頼）など海外400か所へプレスリリースを実施（韓国語、中国語、英語）。また、博多部と天神部の回遊性の向上

に向け、インバウンド向けツール（マップ掲載）及び OFF クーポンを作成し、各商業施設にて配布。

インバウンド向けツール（韓国語、中国語、英語の散策マップ 7,000 部）の e-book を特設 WEB サイト及び SNS を通じて発信。

・外国人集客に向けた中核イベントの実施

多言語放送を行う LOVE FM のお祭り（ラブフェス）とタイアップし、国際色豊かなコンテンツ（理美容、ファッション、グルメ、音楽、ブース他）で外国人を含む誘客を図る。

【連携機関】福岡アジアファッション拠点推進会議の構成団体（福岡県美容生活衛生同業組合、福岡県、福岡市等）、天神・博多エリアの商業施設及び企業

②- 2. 「福岡アジアコレクション (FACo)」の開催

福岡発ブランド（毎年春夏オリジナル商品）を国内外に発信するためのリアルクローズ（日常着用できるファッション性が高い服）のファッションイベントを実施。

【概要】毎年 3 月下旬の 1 日間、福岡国際センターにおいてファッションショーを開催。ネットと連動させ、販売にも繋げる。

【新たな取り組み】

・オリジナル福岡ブランドの発掘

民間で独自に実施されているファッションイベント（プロジェクトクリック、ファッションビル、日本経済大学等）の主権者との連携による発掘。

・アジア諸国との連携強化

リアルとバーチャル、映像、音楽との融合を図る。また、アジアからの集客を目的としたアジアの雑誌等での広報を通じ、バイヤー及び一般客の来場促進を図る。

【連携機関】福岡県、福岡市

③「食」を通じたイベントの実施（縮小・継続）

③- 1. Food EXPO Kyushu 〈BtoC 九州うまいもの大食堂 編〉の実施

世界的にも優れた高付加価値の九州産農林水産物、加工食品を国内外に発信するため、出展者一押しの商品を集めた「九州うまいもの大食堂」と称する食のイベント（BtoC 事業）を開催する。福岡の強みの一つである「食」を通じた関連産業の振興を図るため、他団体との連携を深め、九州全体での打ち出しを行うことにより、海外需要への競争力を高める。

また、回遊性を高めるため、専門家を交えて店舗レイアウトを改善するとともに、広報活動も強化（SNS の活用などを検討）。あわせて、農水産品等特産品を活かした新たな実食メニューの開発、提供を行うなど、オリジナル商品や新たな仕掛けを取り入れることにより他事業との差別化を図る。

【概要】毎年 10 月の三連休に、天神中央公園において九州・沖縄の食品企業・団体が出店し一般来場者へ販売する食品フェスを開催。

【連携機関】福岡県、福岡市、福岡県商工会連合会、ジェトロ福岡、福岡地域戦略推進協議会

【③- 2. 博多うまかもん市の実施（「I - 7. 新たな需要の開拓に寄与する事業」の項目へ移動）

④商店街関連事業（継続）

福岡市内の商店街においては、消費者の商店街離れや商圈人口の減少、高齢化、商店街組織の担い手不足等が課題となっている。こうした課題へ対応するため、福岡県や福岡市と連携し、イベントや祭りを通じた消費喚起を働きかけるとともに、商店街が自立して各支援機関と連携していけるような支援を引き続き行っていく。特に、今後期待されるインバウンドへの取り組みには力を入れていく。

④- 1. プレミアム付き地域商品券発行支援（継続）

地域の更なる消費喚起に繋がるよう福岡県と連携し、「プレミアム付き地域商品券発行」に取組む商店街等に対して支援を行う。

また 2019 年 10 月には消費税増税が予定されていることから、その影響も含め、実施後の効果を検証するためにアンケートを実施するとともに、これまでの好取組事例については、事前説明会等の場において各商店街に対し情報提供を行い、更なる活用と新規発行団体の創出を図る。

【連携機関】 福岡県

④－ 2. 食べ飲み歩き事業の実施支援（改善・継続）

地域の消費喚起のために、商店街が主体となり、商店街間でも連携して「食べ飲み歩き事業*1」を実施する。取組みを行う商店街等に対しては、広報やチケット販売等の支援を行う。あわせて、(株)みずほ FG、(株)Blue Lab 等と協力し、チケットレス・キャッシュレス化等の IT 活用にかかる実証実験にも取り組む。

また、実施団体に対してヒアリングを実施し、好事例の収集を行い、情報交換会を開催して情報提供をしながら結節点としての機能を果たす。

更に、新規実施団体の開拓とあわせて、広域的な共同イベント実施についても働きかける。

【連携機関】 福岡市

*1 食べ飲み歩き事業：商店街等を核とした地域飲食店の販促支援と地域活性化のため、共通チケットを準備し、一定期間に複数の飲食店のお酒や料理を楽しむことができるイベントを実施するもの。

④－ 3. 商店街等会長会議（継続）

中央区商店街連合会及び南区商店街連合会において会長会議を開催し、祭りや販促活動、イベント、勉強会など活性化に取り組む各商店街の事例発表を通じて、相互の情報交換や事業連携に繋げる。

④－ 4. インバウンドへの取組（拡充・継続）

外国人観光客の呼び込み見込みがあり、インバウンド対応に積極的な商店街に対し、福岡市と協力して戦略会議やワーキングの実施をサポートし、取組みの方向性や実施体制、進め方等についてアドバイスを行う（年 1 団体）。必要に応じて専門家による講習会や診断を実施し、外国人観光客を新たな顧客として取り込み、地域の賑わいを創出し商店街活性化を図る。これまでに支援した商店街に対しては、更なる取組み推進のために継続してフォローを行う。

【連携機関】 福岡市

⑤着地型観光プラットフォーム構築（新規）

当所が事務局を担う博多伝統芸能振興会が開設した「博多伝統芸能館*2」を中核とし、福岡市が展開する「博多旧市街プロジェクト」や周辺施設、商店街等とも連携して、「博多部観光コース」を策定する。また、観光マップへの掲載、周遊観光チケットの作成、旅行会社への商品提案（ツアー化）、商店街・飲食店・文化施設等での割引販売などで利便性を高める。

あわせて、福岡市、福岡観光コンベンションビューロー等と連携し、アジアを中心に海外観光客、留学生を博多部に呼び込む。

【連携機関】 福岡市、福岡観光コンベンションビューロー、博多券番、市内商店街等

*2 博多伝統芸能館：博多の伝統文化に触れる、体験できる新たな観光スポットとなる体験型文化施設。2017年11月開設。「博多券番事務所・稽古場」も会館に移転し、博多伝統芸能発信の中心的な役割を担う。

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

〈第1期における取組と評価等〉

第1期の計画期間においては下記の事業を実施した。各事業の評価及び第2期の取組方針は以下のとおりとする。

①公的支援機関との連携・情報共有

福岡県中小企業支援協議会⁶(福岡県、地元経済団体、金融機関等で構成)に参画。毎月開催される会議において、県の施策情報や他の支援機関の動き等について情報収集するとともに、当所の諸事業についてもPRし、必要に応じて連携・協力の要請を行った。協議会を活用することにより、当所にとっても参画機関にとっても支援の幅が広がっていることから、今後も継続していく。

②日本政策金融公庫との連携

日本政策金融公庫とマル経審査員との意見交換会(年1回)やマル経協議会(年2回)を開催し、マル経融資制度の円滑な運用のため、審査基準や審査上の留意点等の確認など、情報交換を実施した。

また、公庫の担当者が毎日当所に常駐する体制を整え、マル経の事前相談を行えるようにしたほか、定期的に経営指導員と公庫職員がマル経利用先を帯同訪問し、利用促進に取り組んだ。更に、経営指導員と公庫職員のグループワークによる勉強会(年2回)も実施し、融資判断の目線合わせを行った。

この他、当所起業塾の開催時(年3回)には、広報への協力、参加者の紹介、カリキュラム内での融資制度の紹介、融資相談会でのフォローアップ等において連携している。

こうした活動を通して、当所の与信判断など金融支援力の向上に繋がっており、今後も継続して連携を図っていく。

③福岡県信用保証協会との連携

福岡県信用保証協会との勉強会を開催し、制度融資あっせんに伴う注意点の確認や保証承諾に関する目線合わせを行い、小規模事業者の金融相談に対する支援力向上に繋げている。

また、当所起業塾の開催時(年3回)には、広報への協力、参加者の紹介、カリキュラム内での融資制度の紹介、融資相談会でのフォローアップ等において連携しているほか、経営改善セミナーや創業マインドセミナーを共催している。

更に、事業承継にかかる相談に対しては、当所設置の福岡県事業引継ぎ支援センターと業務提携し、支援対象者の紹介など一体となった支援を行っている。

こうした活動を通して、双方にとって支援力の向上に繋がっていると評価されていることから、今後も継続して取り組んでいく。

④福岡県商工会連合会との連携

福岡県商工会連合会とは年2回、定期的に各団体の重点事業や課題について意見交換会を実施し、情報共有を図るほか、各種セミナーの共催や相互案内、事業者支援における専門家の紹介などを行っている。それぞれの持つリソースを相互活用することにより効果的な事業者支援に繋がれていることから、今後も引き続き連携を深めていく。

⁶ 福岡県中小企業支援協議会

地域の経済を活性化し、地域における雇用を創出するために、県の中小企業振興事務所が中心となり、地域をよく知る市町村、商工会議所・商工会などの支援機関、金融機関、専門家団体などが、地域の特性を活かし、地域の力を結集して中小企業支援に取り組む『地域中小企業支援協議会』を県内4地域(北九州、福岡、筑後、筑豊)に設立するもの。

⑤JETRO、福岡アジアビジネスセンターなど国際関係機関との連携

これまで JETRO や福岡アジアビジネスセンターなど国際関係機関とは、海外展開支援や国際関係のセミナー開催の際に、意見交換や相談を通しての情報共有、共同開催等を行ってきた。

2018 年に福岡アジアビジネスセンター、ジェトロ福岡貿易情報センターが当所ビルに移転することを契機として、海外展開支援機関 5 団体が連携し、「ワンストップ海外展開相談窓口」を設置。これにより事業者にとっての利便性向上が期待されている。今後はこの窓口を活用し、支援業種や支援範疇の空白なく一貫した支援体制を構築し、海外展開をめざす企業の増加や九州・福岡からの海外進出の促進、輸出額の増加を目指して取り組んでいく。

⑥商店街関係団体との連携

九州経済産業局、福岡県、福岡市、福岡県中小企業団体中央会、及び当所で構成する「商店街関係機関連絡調整会議」を年 1 回定期的に開催し、地域や商店街を取り巻く環境への対応、各機関の支援策等について情報交換を行った。商店街振興に向け協力して取り組んでいく上で、重要な情報共有の場になっていることから、今後も継続して取り組んでいく。

〈今回の申請における取組〉

(1) 事業内容

①福岡県中小企業支援協議会への参加（毎月）（継続・「①公的支援機関との連携・情報共有」から名称変更）

売上や利益率をモニタリングした効果的な支援を行うため、福岡県、福岡県商工会連合会、日本政策金融公庫、福岡県信用保証協会、地域金融機関等で組織する福岡県中小企業支援協議会へ参画。県の施策情報や他の支援機関の動き等について情報収集するとともに、当所の諸事業についても PR し、必要に応じて連携・協力を図る。

あわせて、当協議会で選定、支援を行う重点企業支援スキームを活用し、当所の支援先の重点支援化に取り組む。

②日本政策金融公庫との意見交換会等の開催（年 3 回ほか）（継続）

当所の金融支援力の向上を図り、マル経融資制度の円滑な運用に繋げるため、日本政策金融公庫とマル経審査員との意見交換会（年 1 回）やマル経協議会（年 2 回）を開催し、審査基準や審査上の留意点等の確認など、情報交換を実施する。また、引き続き、公庫担当者の当所常駐窓口の設置、経営指導員と公庫職員とのマル経利用先への帯同訪問、公庫職員とのグループワーク研修（年 2 回）についても取り組んでいく。

更に、当所起業塾（年 3 回開催）における広報協力、参加者の紹介、カリキュラム内での融資制度の紹介、融資相談会でのフォローアップ等での連携のほか、「創業マインド醸成セミナー」等各種セミナーの共催においても協力し、事業者の資金面での不安に対応していく。

③福岡県信用保証協会との連携（継続）

福岡県信用保証協会と信用保証や与信情報に関する勉強会を年 1 回程度開催し、小規模事業者の金融相談に対する支援力向上に繋げる。また引き続き、当所起業塾における広報協力、参加者の紹介、カリキュラム内での融資制度の紹介、融資相談会でのフォローアップ等での連携のほか、「創業マインド醸成セミナー」等各種セミナーの共催においても協力し、事業者の資金面での不安に対応していく。

更に、事業承継にかかる相談に対しても、当所設置の福岡県事業引継ぎ支援センターと業務提携し、支援対象者の紹介など一体となった支援を行っていく。

④福岡県商工会連合会との意見交換会の開催（年 2 回ほか）（継続）

福岡県商工会連合会とは、年 2 回、定期的に意見交換会を実施し、課題や依頼事項等の情報を共有し、連携して対応を行う。また、各種セミナーの共催や協力を実施するほか、それぞれが保有する専門家情報についても共有し、リソースの相互活用を図ることにより、効果的な事業者支援に繋げていく。

⑤JETRO、福岡アジアビジネスセンターなど国際関係機関との連携（拡充・継続）

近年、海外市場の拡大による販路拡大への期待や、F T A，E P A等経済連携協定相手国の増加、インバウンドの増加などを背景に、海外展開を希望する地場企業が増加している。

そこで、福岡商工会議所と福岡アジアビジネスセンター、ジェトロ福岡貿易情報センター、（公社）福岡貿易会、中小企業基盤整備機構九州本部の海外展開支援機関5団体が設立した「ワンストップ海外展開推進協議会」を通じて、海外展開の計画づくりから現地サポートまで、支援業種や支援範疇の空白なく一貫した支援を行い、海外展開をめざす企業の増加や九州・福岡からの海外進出の促進、輸出額の増加を目指していく。

また、毎週火曜日には5団体職員が集まり、定期的な相談対応に関する情報共有の会議を開催する。

【概要】地場企業からの海外展開に関する相談を経営指導員が受け付け、支援機関が連携を取りながら各機関の海外展開支援メニュー等を活用して対応し、海外展開の実現に向けた計画策定や各種支援を行う。

【頻度】随時先方の相談希望日時に応じて。

【方法】上記5団体の職員及び専門家が複数同席し、各団体のソリューションを提供する。

【対応事案】貿易・投資など海外展開に関する事案すべて

【支援対象】福岡県を中心とした九州に所在する企業

【展開地域】アジア・アセアンを中心とした全世界

【年間目標】相談対応 100 件

⑥商店街関係団体との連携（継続）

九州経済産業局、福岡県、福岡市、福岡県中小企業団体中央会及び当所で構成する「商店街関係機関連絡調整会議」を年に2回程度開催し、地域や商店街を取り巻く環境への対応等について意見交換を行うとともに、現状認識、問題点、方向性等を共有化し、実際の事業に連携して取り組んでいく。

⑦福岡市中小企業振興部との連携（新規）

福岡市中小企業振興部と連携し中小企業支援施策を一層強力に推進するため、2018年度より毎月1回連携会議を開催。連携会議では、両機関の施策のスケジュールや進捗状況、協力依頼事項等について情報共有するとともに、「生産性向上」、「キャッシュレス」、「事業承継」など新たな政策課題について連携して実施していくための協議を行っていく。

2. 経営指導員等の資質向上等に関すること

〈第1期における取組と評価等〉

第1期の計画期間においては、主として経営指導員向けに、計画通り次のような事業を実施し、支援ノウハウの共有・習得を図った。

更に、伴走型支援を行うにあたっては、高度化、複雑化する事業者の経営課題への一層の対応力強化を図るため、経営指導員に限らず全所的な取組みが求められる。そこで、資質向上策を、①内部研修、②外部研修、③顧客データベースの活用といった形で体系的に整理し、取り組みを強化した。

各事業の取組み効果は少しずつ表れてきているものの、顧客データベースの活用や事業承継支援、生産性向上支援等の分野においては、まだ経営指導員の知見アップが課題である。また、評価員からは、経営指導員の知識を実際の支援に「繋げる力(実践力)」が不足していること及び、部署間連携(事業連携)による全所的な伴走型支援の徹底などが課題として指摘されていることから、今後はこうした点を改善すべく対応を進める。

- 福岡県の補助により開催する「経営指導員等研修」に、経営指導員等を年間2回以上参加させ、売上や利益確保を重視した支援能力の向上を図った。(外部研修)
- 経営指導員等の経験が2年目までの者に対しては、先輩経営指導員を教育係として任命し、巡回への同行、経営計画策定支援等の実地教育、融資の事務手続きの指導等のほか、業務上の疑問や悩みなどへの相談対応を行った。(内部研修)
- 定期的に(毎月、2回程度)「経営支援力向上会議」を実施し、巡回訪問・窓口相談を行う各職員が抱えている経営相談案件、経営状況の分析結果の情報と支援ノウハウの共有を図った。(内部研修)
- 専門家の知見を必要とする支援案件について専門家と帯同して対応し、専門家のノウハウ吸収による職員の支援力向上を図った。(内部研修)
- 経営革新計画支援等の経験のない経営指導員等に対しては、作成方法を学ぶために、グループワークで当所の経営革新計画書等の作成までを行う「経営革新等支援研修」(2時間×10日)を実施した。(内部研修)
- その他、内部研修として、「経営課題別等研修」や「日本政策金融公庫担当者との金融支援力向上研修」などを実施。また、外部研修としては、日本商工会議所や外部機関が実施する人材育成プログラム等への職員派遣を行った。

〈今回の申請における取組〉

(1) 事業内容

①内部研修の実施(改善・継続)

○ O J T

商工会議所職員としての能力向上とそれを通じた成果の向上を図るため、当所では、全職員を対象として資格等級制度を採用し、資格等級毎の能力要件を設定している。そして、この能力要件に基づき、面談等を通して必要な力を伸ばすための目標を設定し、日々の業務の中で指導を行うことにより、組織的な人材育成に取り組む。

また、実際の経営指導の現場では、経営指導員が原則専門家と同席支援を行い、専門家の支援ノウハウと繋げる力を修得できるよう改善する。

○ 経営支援力向上会議

経営指導員の支援力の高位平準化を図るため、これまで不定期であった会議を月1回定期的に開催。具体的な支援事例のケーススタディーを通して、課題抽出のポイントや支援の具体的な手法について情報共有を行う。

複数の経営指導員が参加し、多角的見地から意見交換を行うことにより、不足している「繋げる力(実践力)」の強化を図る。

○ 経営課題別等研修

職員の知見が不足している支援分野(事業承継支援、IT活用による生産性向上支援等)等

の新たな経営課題等に対応するため、外部専門家を招聘して研修を実施。「繋げる力(実践力)」の強化を図るには、経営状況や課題をより深く聞き出す力が必要であるため、ロールプレイングによるヒアリング、咀嚼、提案力向上を目指す伴走力向上研修を行う。

○ 新任経営指導員基礎研修

マル経融資、制度融資、各種共済、決算書の見方など、支援にかかる基礎知識の習得を目的に、新任の経営指導員をはじめ、経営指導員歴の浅い経営指導員を対象に、年度当初(4~6月頃)に実施。また、新任者には先輩経営指導員がチューターとして付き、OJTに取り組む。

○ 金融支援力向上研修

金融支援力の向上を図るため、公庫担当者1名が当所に常駐。マル経案件の事前相談を行うほか、事業所を同行訪問し、融資案件発掘、金融支援ノウハウの習得を目指す。

○ 資格取得の促進

職員の一層のスキルアップを目的に、資格等級毎の能力要件に加え、事業分野毎に必要な能力・知識を明確化し、計画的な資格習得(簿記、ITコーディネーター等)に取り組む。

②外部研修への派遣(継続)

職種や階層に応じた能力の具備、向上を目的に、福岡県商工会議所連合会、日本商工会議所、中小企業大学校、その他外部機関が実施する人材育成プログラム等に、継続して該当職員を派遣する。

③顧客データベースの活用(改善・継続)

支援実績を顧客データベースのシステムに随時登録。巡回時等にタブレットで小規模事業者の支援状況を随時確認するほか、支援のスケジュール化(見える化)機能、好支援事例の共有機能などを活用し、経営指導員間の情報共有や計画的な支援を行い、伴走支援力の向上に繋げていく。あわせて、経営指導員毎に活用状況の濃淡が発生しない様、運用のルール化にも取り組む。

④部署横断による検討機会の新設(新規)

部署間連携(事業連携)による伴走型支援の徹底のため、部署横断での検討機会(会議体)を設け、ここを核として支援を展開する。

まずは、グループ長レベルで月1回、発達支援計画の進捗確認の機会を設け、情報共有と事業協力を図っていく。次に、定期的に月2回程度、各部署より主に重点支援に取り組む小規模事業者の情報を持ち寄り、連携して支援計画を策定し、フォローを行っていくこととする。

こうした機会を設けることにより、組織全体での支援ノウハウの共有による事業者への支援力向上、伴走型支援の徹底を図るとともに、当計画の進捗確認の場としても機能させる。

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

〈第1期における取組と評価等〉

第1期の計画期間においては、半期毎に、経営発達支援事業の実施状況についてまず内部での振り返りを実施。その上で、外部有識者である評価員⁷を交えて評価会議を開催し、目標達成に向けての課題を明確化し、アドバイスを受けた。更に、評価会議の内容を受けて内部で取り組みに対する見直し、再検討を行い、次の半期、ひいては最終的な目標達成に向けて、効果的に事業を実施できる様に努めている。

実施状況、評価会議結果並びに、結果を受けた次の取組みのあり方については、年度毎に6月の常議員会において報告を行うとともに、当所のホームページ上で公表し、地域の小規模事業者が常に関覧できるようにしている。

外部の視点を入れるとともに、評価会議の内容を内部にフィードバックし、更に検討を促すことにより、PDCAサイクルを効果的に回すことができ、事業の質の向上に繋がっている。そのため、今後も継続して評価及び見直しの仕組みを動かしていく。

〈今回の申請における取組〉

(1) 事業内容

○ 事業の評価及び見直し（継続）

半期毎に、経営発達支援事業の実施状況についてまず内部での振り返りを実施。その結果を取り纏めた上で、外部有識者3名で構成される評価会議を開催する。

評価会議においては、実施状況や成果に対する評価とともに、問題点や課題の指摘、今後に向けた実施アドバイス等を受ける。

評価会議の結果は更に内部でフィードバックを行い、次の半期、ひいては最終的な目標達成に向けた事業の改善・見直しに繋がるよう検討を促す。検討した改善策、見直し内容についても全体での取り纏めを行い、内部で共有するとともに外部へも公表する。

○ 結果の公表（継続）

実施状況、評価会議結果並びに、結果を受けた次の取組みのあり方については、年度毎に6月の常議員会において報告を行うとともに、当所のホームページ上で公表し、地域の小規模事業者が常に関覧できるようにする。

⁷ 評価会議評価員：中小企業診断士、販路開拓専門家、観光振興・地域活性化専門家の3名で構成

(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

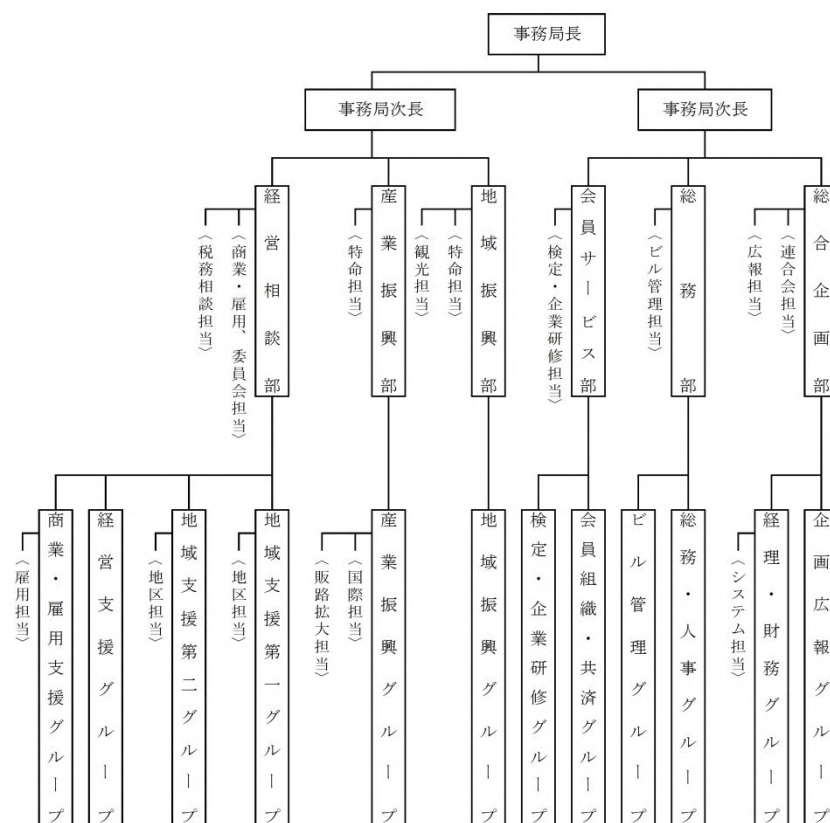
(2018年11月1日現在)

(1) 実施体制

経営相談部が主管となって全体を統括し、各部署間で連携して経営発達支援事業を実施する。実際に個別事業を実施するのは、総合企画部の企画広報グループ(6名)、地域振興部(7名)、産業振興部(8名)、経営相談部の地域支援第一グループ(9名)・第二グループ(8名)・経営支援グループ(6名)・商業・雇用支援グループ(6名)である(組織体制は下図参照)。各事業の担当部署は次の通り。

- ・経営状況分析：総合企画部 企画広報グループ，経営相談部 地域支援第一グループ・地域支援第二グループ
- ・事業計画策定・計画実施支援：経営相談部 地域支援第一グループ・地域支援第二グループ
※創業支援及び事業承継支援のうち、支援者の掘り起しに関わるセミナー等の開催については、経営相談部 経営支援グループが担当。
- ・需要動向調査：地域振興部，産業振興部
- ・需要開拓支援：地域振興部，産業振興部，経営相談部 地域支援第一グループ・地域支援第二グループ
- ・地域経済活性化：地域振興部，産業振興部，経営相談部 商業・雇用支援グループ
- ・支援力向上への取組：経営相談部 地域支援第一グループ・地域支援第二グループ・経営支援グループ

組織図



(2) 連絡先

〒812-8505

福岡県福岡市博多区博多駅前二丁目9番28号

福岡商工会議所 経営相談部 経営支援グループ

TEL: 092-441-1146 / FAX: 092-482-1523

E-mail: fkkeiei@fukunet.or.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)

	2019 年度	2020 年度	2021 年度
必要な資金の額	452,808	456,082	464,082
地域経済動向調査	646	650	650
経営状況分析	7,900	7,900	7,900
事業計画策定支援	66,798	66,798	66,798
計画実施支援	74,116	74,116	74,116
需要動向調査	4,920	5,000	5,000
需要開拓支援	66,990	68,160	68,160
地域経済活性化	227,580	229,600	237,600
他の支援機関との連携	410	410	410
経営指導員等の資質向上	2,948	2,948	2,948
事業評価の仕組み	500	500	500

調達方法
会費収入、国補助金、福岡県補助金、福岡市補助金、事業受託費 等

(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
3. 経営状況の分析に関すること ①対象者の掘り起し 福岡市と連携して「経営状況分析セミナー」の周知・募集を行う。 ②事業承継診断 福岡県事業承継支援ネットワークのコーディネーターと連携し事業承継診断の分析を行う。 ④専門的な分析 福岡県よろず支援拠点を設置する福岡県中小企業振興センターをはじめとする福岡市内の各支援機関と連携して、各機関の強みを活かしたより深い分析を行う。 4. 事業計画策定支援に関すること 4－1. 事業者支援 ①支援対象者の掘り起し 福岡市と連携し「事業計画策定セミナー」の周知・募集を行う。 ②事業計画策定支援 福岡県よろず支援拠点を設置する福岡県中小企業振興センターをはじめとする福岡市内の各支援機関と連携して、各機関の持つ知見を活かしたアドバイス及び事業計画のブラッシュアップを行う。 4－2. 創業支援 ①支援対象者の掘り起し 福岡市、地場金融機関と連携し、「起業マインド醸成セミナー」を共催する。 ②創業計画策定支援 日本政策金融公庫、福岡県信用保証協会、福岡市と連携し、「起業塾」を共催する。また、中小企業診断士などの専門家の専門的な知見も活用し、創業計画策定支援を行う。 4－3. 事業承継支援 ①支援対象者の掘り起し 福岡県事業引継ぎ支援センターや福岡県事業承継支援ネットワークと連携して事業承継に関するセミナーや相談会を共催し、啓蒙普及を図る。 ②事業承継計画策定支援 福岡県事業引継ぎ支援センターや福岡県事業承継支援ネットワークの専門家と同行・同席しながら、事業承継計画の策定支援を行う。 4－4. 生産性向上支援 ①支援対象者の掘り起し 福岡市やITベンダーと「IT・ICT活用による生産性向上セミナー」を共催し、広範な掘り起しを図る。 ②事業計画策定支援 ITベンダーやIT専門家と連携し、専門的な知見を活用しながら事業計画(導入計画)の策定支援を行う。 5. 事業計画策定後の実施支援に関すること 5－1. 事業者支援 ②実施支援内容 福岡県中小企業振興センター、中小企業基盤整備機構、日本政策金融公庫、福岡県、福岡市と連携して、事業計画策定後の販売促進、販路拡大、資金調達にかかる相談対応、支援を行う。

5－2．創業支援

②実施支援内容

日本政策金融公庫、福岡県信用保証協会、起業塾講師と融資相談会や創業計画相談会を開催し、創業予定者の個別相談に応じるほか、地場金融機関、ベンチャー支援機関、中小企業診断士等の専門家の知見も活用し、創業計画のブラッシュアップや実施支援を行う。

5－3．事業承継支援

福岡県事業引継ぎ支援センターや福岡県事業承継支援ネットワークの専門家と情報を共有し、ときに同行し、進捗状況の確認・フォローを行う。

5－4．生産性向上支援

I TベンダーやI T専門家の専門的な知見も活用し、事業計画（導入計画）実施上の課題解決を図る。

6．需要動向調査に関すること

③海外展開にかかる需要動向調査と活用

ジェトロ福岡、福岡アジアビジネスセンター、福岡貿易会、中小企業基盤整備機構九州本部等と連携し、海外動向に関する情報収集（海外事務所活用）を行う。

7．新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること

②小規模事業者が参加する主な商談会等

②－1．食品・飲食関連の小規模事業者を対象とした売上確保のための販路開拓支援

a. Food EXPO Kyushu 〈BtoB 国内外食品商談会 編〉の実施

福岡県、福岡市、福岡県商工会連合会、ジェトロ福岡、福岡地域戦略推進協議会と連携し、イベントの企画、運営、広報を行う。

e. 海外展開支援の実施

福岡県、福岡貿易会、ジェトロ福岡、中小企業基盤整備機構九州と連携し、食品フェアや商談会の企画、運営、広報を行う。

f. 博多うまかもん市の実施

福岡市と連携して広報（市広報媒体等利用）を行う。

②－2．観光関連の小規模事業者を対象とした売上を確保するための販路開拓支援

福岡県商工会議所連合会、福岡県商工会連合会、行政、各地の観光協会と連携し、観光商談会の案内を行う。

②－6．I o Tを活用したイノベーション支援事業

福岡市と連携し、I o Tコンソーシアム等にかかる広報を行う。

8．地域経済の活性化に資する取組に関すること

①「博多どんたく港まつり」の実施

福岡市、福岡観光コンベンションビューローとともに「福岡市民の祭り振興会」を構成し、祭り開催に関する会議運営や管理、運営、広報活動を行う。

②ファッション関連イベントの実施

②－1．「ファッションマンス福岡」の開催

②－2．「福岡アジアコレクション（FACo）」の開催

福岡県、福岡市、福岡県美容生活衛生同業組合等とともに「福岡アジアファッション拠点推進会議」を構成し、イベントの企画を担う。実際の運営については、福岡県、福岡市と連携して進めていく。

また、天神・博多エリアの商業施設及び企業とも連携して、イベントを実施する。

③「食」を通じたイベントの実施

③－1．Food EXPO Kyushu 〈BtoC〉の実施

福岡県、福岡市、福岡県商工会連合会、ジェトロ福岡、福岡地域戦略推進協議会と連携し、イベントの企画、運営、広報を行う。

④商店街関連事業

④－１．プレミアム付き地域商品券発行支援

福岡県と連携し、「プレミアム付き地域商品券発行」に取り組む商店街等に対して、説明会や申請、情報提供等の支援を行う。福岡県は審査手を担う。

④－２．食べ飲み歩き事業の実施支援

福岡市と連携し、「食べ飲み歩き事業」に取り組む商店街等に対して、広報やチケット販売等の支援を行う。あわせて、(株)みずほ FG、(株)Blue Lab 等と連携し、チケットレス化等の IT 活用にかかる実証実験に取り組む。

④－４．インバウンドへの取組

福岡市と協力して、商店街でのインバウンド対応にかかる戦略会議やワーキングの実施をサポートする。

⑤着地型観光プラットフォーム構築

福岡市、福岡観光コンベンションビューロー、博多券番と、上川端商店街や御供所町商店会等の商店街、博多町家ふるさと館等の周辺施設が連携、協力し、「博多部観光コース」を設定、ツアー化を図る。

連携者及びその役割

(平成 30 年 10 月現在)

※事業項目別に記載（重複しているものについては「役割／効果」欄に事業項目で分けて記載）

名称	代表者氏名	住所	役割／効果
3. 経営状況の分析に関すること			
福岡市	市長 高島 宗一郎	福岡市中央区天神 1 丁目 8 番 1 号	3. 経営状況分析 セミナーの周知／広範な周知・対象の拡大 4. 事業計画策定 セミナー・起業塾・創業イベント等の共催, 周知, 事業承継対策の周知／広範な周知・対象の拡大 5. 計画実施支援 相談窓口共同設置／支援内容の充実 7. 需要開拓 イベントの共同企画・運営・広報／提供機会の拡大, 内容の充実 8. 地域経済活性化 イベントの共同企画・運営・広報／内容の充実, 発信力強化 観光コース化への企画協力／対象の拡大 Ⅲ. 支援力向上 商店街支援機関, 情報提供と商店街イベント等への共同支援／支援内容の充実
福岡県中小企業振興センター	理事長 桑野 龍一	福岡市博多区吉塚 本町 9 番 17 号	3. 経営状況分析 専門的な分析の提供／診断力強化 4. 事業計画策定・5. 計画実施支援 異なる知見・支援メニューを活用したアドバイス／提供メニューの増加 Ⅲ. 支援力向上 各機関の施策情報や支援ノウハウ等の提供／支援力強化

福岡県よろず支援拠点	コーディネーター 佐野 賢一郎	福岡市博多区吉塚 本町 9-15	3. 経営状況分析 専門的な分析の提供／診断力強化 4. 事業計画策定・5. 計画実施支援 異なる知見・支援メニューを活用した アドバイス／提供メニューの増加
福岡県事業承継支援ネット ワーク	事務局長 奥山 慎次	福岡市博多区博多 駅前 2 丁目 9 番 28 号	3. 経営状況分析 事業承継診断分析のアドバイス等／ 診断力強化 4. 事業計画策定・5. 計画実施支援 事業承継診断・承継対策の共同実 施／広範な啓蒙・意識醸成、制度周 知、取組促進、支援内容の充実
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			
経済産業省九州経済産業局	局長 塩田 康一	福岡市博多区博多 駅東 2 丁目 11 番 1 号	4. 事業計画策定・5. 計画実施支援 事業承継対策への支援・アドバイス、 事業費補助、承継支援の制度・取組 の周知／広範な啓蒙・意識醸成、制 度周知 Ⅲ. 支援力向上 商店街支援機関、情報提供と商店 街イベント等への共同支援／支援内 容の充実
福岡県	知事 小川 洋	福岡市博多区東公 園 7 番 7 号	4. 事業計画策定 事業承継ネットワークの共同運営、 事業費補助、承継支援の制度・取 組の周知／広範な啓蒙・意識醸 成、制度周知 7. 需要開拓イベントや商談会の共 同企画・運営・広報／提供機会の 拡大、内容の充実 8. 地域経済活性化地域商品券発 行事業の指導機関・審査対応／支 援対象者の利便性向上 Ⅲ. 支援力向上商店街支援機関、 情報提供と商店街イベント等への 共同支援／支援内容の充実相談 窓口共同運営／利便性の向上
福岡県ベンチャービジネス 支援協議会 (福岡アジアビジネスセン ター)	会長 貫 正義	福岡市博多区博多 駅前 2 丁目 9 番 28 号	4. 事業計画策定 セミナーの共催／広範な周知・対 象の拡大 専門的知見を活かしたアドバイス／ 支援内容の充実 5. 計画実施支援 専門的知見を活かしたアドバイス／ 支援内容の充実 6. 需要動向調査 海外動向の情報収集／調査内容 の充実
福岡市スタートアップカフェ	市長 高島 宗一郎	福岡市中央区大名 2 丁目 6 番 11 号	4. 事業計画策定 セミナー・創業イベントの共催／広 範な周知・対象の拡大 専門的知見を活かしたアドバイス／ 支援内容の充実 5. 計画実施支援 専門的知見を活かしたアドバイス／ 支援内容の充実

独立行政法人中小企業基盤整備機構九州本部	九州本部長 山地 禎比古	福岡市博多区祇園町4番2号	3. 経営状況分析 専門的な分析の提供／分析力強化 4. 事業計画策定 セミナー・起業塾・創業イベントの共催／広範な周知・対象の拡大 専門的知見を活かしたアドバイス／支援内容の充実 5. 計画実施支援 専門的知見を活かしたアドバイス／支援内容の充実 6. 需要動向調査 海外動向の情報収集／調査内容の充実 7. 需要開拓 商談会の共同企画・運営・広報／提供機会の拡大, 内容の充実
福岡県商工会連合会	会長 城戸 津紀雄	福岡市博多区吉塚本町9番15号	4. 事業計画策定 セミナーの共催／広範な周知・対象の拡大 専門家の紹介／支援メニューの充実 7. 需要開拓 イベントの共同企画・運営・広報／提供機会の拡大, 内容の充実 観光商談会の広報／対象の拡大 Ⅲ. 支援力向上 相談窓口共同運営／利便性の向上, 支援内容の充実 各機関の施策情報や支援ノウハウ等の提供／支援力強化
一般社団法人福岡県中小企業診断士協会	会長 梅山 香里	福岡市博多区吉塚本町9番15号	3. 経営状況分析 専門的な分析の提供／診断力強化 4. 事業計画策定・5. 計画実施支援 専門的知見を活かしたアドバイス／支援内容の充実 Ⅲ. 支援力向上 各機関の施策情報や支援ノウハウ等の提供／支援力強化
福岡県弁護士会	会長 上田 英友	福岡市中央区城内1-1	4. 事業計画策定・5. 計画実施支援 専門的知見を活かしたアドバイス／支援内容の充実
九州北部税理士会	会長 武部 道孝	福岡市博多区博多駅南1丁目13番21号	3. 経営状況分析 専門的な分析の提供／診断力強化 4. 事業計画策定・5. 計画実施支援 生産性向上セミナーの共催／広範な周知・対象の拡大 専門的知見を活かしたアドバイス／支援内容の充実
福岡県中小企業再生支援協議会	統括責任者 藤田 知行	福岡市博多区博多駅前2丁目9番28号	4. 事業計画策定・5. 計画実施支援 専門的知見を活かしたアドバイス／支援内容の充実
福岡県事業引継ぎ支援センター	統括責任者 奥山 慎次	福岡市博多区博多駅前2丁目9番28号	4. 事業計画策定(承継支援)・5. 計画実施支援 事業承継対策の共同実施／制度周知, 対象者拡大, 取組促進, 支援内容の充実

日本政策金融公庫 (福岡創業支援センター)	所長 宮本 大資	福岡市博多区博多 駅前3丁目21番 12号	4. 事業計画策定 セミナー・起業塾・創業イベントの共 催／広範な周知・対象の拡大 金融面でのアドバイス／支援内容 の充実 5. 計画実施支援 資金調達支援・金融面でのアドバイ ス／支援内容の充実
日本政策金融公庫福岡支 店	支店長兼国民生 活事業統轄 勝又 政司	福岡市博多区博多 駅前3丁目21番 12号	4. 事業計画策定 セミナー・起業塾・創業イベントの共 催／広範な周知・対象の拡大 金融面でのアドバイス／支援内容 の充実 5. 計画実施支援 資金調達支援・金融面でのアドバイ ス／支援内容の充実 Ⅲ. 支援力向上 各機関の施策情報や支援ノウハウ 等の提供／支援力強化
日本政策金融公庫福岡西 支店	支店長 本間 竜一	福岡市中央区大名 1丁目4番1号	4. 事業計画策定 セミナー・起業塾・創業イベントの共 催／広範な周知・対象の拡大 金融面でのアドバイス／支援内容 の充実 5. 計画実施支援 資金調達支援・金融面でのアドバイ ス／支援内容の充実 Ⅲ. 支援力向上 各機関の施策情報や支援ノウハウ 等の提供／支援力強化
福岡県信用保証協会	会長 山崎 建典	福岡市博多区博多 駅南2丁目2番1 号	4. 事業計画策定 セミナー・起業塾・創業イベントの共 催／広範な周知・対象の拡大 金融面でのアドバイス／支援内容 の充実 5. 計画実施支援 資金調達支援・金融面でのアドバイ ス／支援内容の充実 Ⅲ. 支援力向上 各機関の施策情報や支援ノウハウ 等の提供／支援力強化
福岡銀行	取締役頭取 柴戸 隆成	福岡市中央区天神 2丁目13番1号	4. 事業計画策定 セミナー・起業塾・創業イベントの共 催／広範な周知・対象の拡大 金融面でのアドバイス／支援内容 の充実 5. 計画実施支援 資金調達支援・金融面でのアドバイ ス／支援内容の充実
西日本シティ銀行	取締役頭取 谷川 浩道	福岡市博多区博多 駅前3丁目1番1 号	4. 事業計画策定 セミナー・起業塾・創業イベントの共 催／広範な周知・対象の拡大 金融面でのアドバイス／支援内容 の充実 5. 計画実施支援 資金調達支援・金融面でのアドバイ ス／支援内容の充実

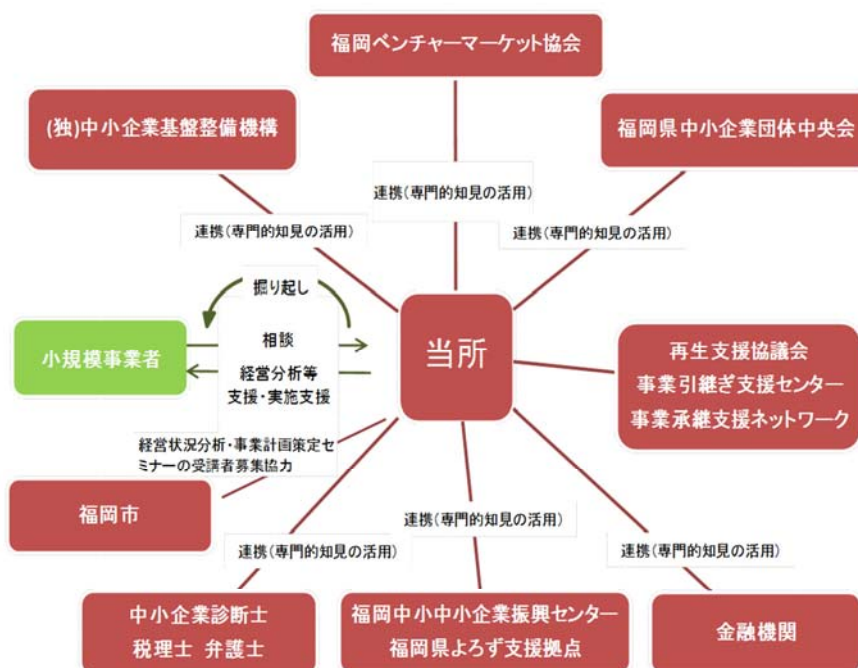
福岡中央銀行	取締役頭取 古村 志朗	福岡市中央区大名 2丁目12番1号	4. 事業計画策定 セミナー・起業塾・創業イベントの共 催／広範な周知・対象の拡大金融 面でのアドバイス／支援内容の充 実 5. 計画実施支援 資金調達支援・金融面でのアドバ イス／支援内容の充実
福岡信用金庫	理事長 安部 文仁	福岡市中央区天神 1丁目6番8号	4. 事業計画策定 セミナー・起業塾・創業イベントの共 催／広範な周知・対象の拡大 金融面でのアドバイス／支援内容 の充実 5. 計画実施支援 資金調達支援・金融面でのアドバ イス／支援内容の充実
九州女性起業家応援ネット ワーク事務局 (一般社団法人九州ニュー ビジネス協議会)	会長 貫 正義	福岡市中央区天神 2丁目3番36号	4. 事業計画策定 セミナーの共催／広範な周知・対 象の拡大
一般社団法人女性起業家 スプラウト	理事長 長菅 由美子	福岡市中央区天神 4丁目1番28号	4. 事業計画策定 セミナーの共催／広範な周知・対 象の拡大
株式会社アイ・ビー・ビー	代表取締役 廣田 稔	福岡市中央区天神 2丁目3番36号	4. 事業計画策定 セミナーの共催／広範な周知・対 象の拡大
株式会社マネーフォワード	九州支社長 宮村 誠志	福岡市中央区大名 1-12-57 福商会館 4F	4. 事業計画策定・5. 計画実施支援 生産性向上セミナーの共催／広範な 周知・対象の拡大 専門的知見を活かしたアドバイス／ 支援内容の充実
株式会社ワクフリ	代表取締役 高島 卓也	福岡市博多区祇園 町8番13号-1F	4. 事業計画策定・5. 計画実施支援 生産性向上セミナーの共催／広範な 周知・対象の拡大 専門的知見を活かしたアドバイス／ 支援内容の充実
6. 需要動向調査に関すること			
ジェトロ福岡	会長 藤永 憲一	福岡市博多区博多 駅前2-9-28	6. 需要動向調査 海外動向の情報収集／調査内容 の充実 7. 需要開拓 イベントや商談会の共同企画・運 営・広報／提供機会の拡大, 内容 の充実 Ⅲ. 支援力向上 相談窓口共同運営／利便性の向 上, 支援内容の充実
福岡貿易会	会長 土屋 直知	福岡市博多区博多 駅前2-9-28	6. 需要動向調査 海外動向の情報収集／調査内容 の充実 7. 需要開拓 商談会の共同企画・運営・広報／ 提供機会の拡大, 内容の充実 Ⅲ. 支援力向上 相談窓口共同運営／利便性の向 上, 支援内容の充実

7. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関する事			
福岡県商工会議所連合会	会長 藤永 憲一	福岡市博多区博多駅前2-9-28	7. 需要開拓 イベントの共催・観光商談会の広報／内容の充実, 提供機会の拡大
8. 地域経済の活性化に資する取組			
福岡県美容生活衛生業組合	理事長 井手口 宥公	福岡市中央区荒戸2-3-12	8. 地域経済活性化 イベントの共同企画・運営・広報／提供機会の拡大, 内容の充実
大村美容ファッション専門学校	理事長 大村 陽之介	福岡市中央区黒門2-6	8. 地域経済活性化 参加クリエイターの発掘／内容の充実
香蘭ファッションデザイン専門学校	校長 坂根 康秀	福岡市中央区大手門2-10-5	8. 地域経済活性化 参加クリエイターの発掘／内容の充実
福岡美容専門学校	校長 西村 卓郎	福岡市中央区荒戸2-3-12	8. 地域経済活性化 参加クリエイターの発掘／内容の充実
株式会社みずほ FG	執行役社長 坂井 辰史	東京都千代田区大手町1-5-5	8. 地域経済活性化 チケットレス・キャッシュレスシステムの構築、実証実験実施とイベントデータの提供／支援メニューの充実
株式会社 Blue Lab	代表取締役社長 山田 大介	東京都港区愛宕2-5-1-40F	8. 地域経済活性化 チケットレス・キャッシュレスシステムの構築、実証実験実施とイベントデータの提供／支援メニューの充実
博多券番	代表 こまこ	福岡市博多区冷泉町2-20	8. 地域経済活性化 観光コース化への企画協力, イベント実施／提供内容の充実
Ⅲ. 他機関との連携			
福岡県福岡中小企業振興事務所	所長 島田 達也	福岡市博多区吉塚本町9番15号	Ⅲ. 支援力向上 各機関の施策情報や支援ノウハウ等の提供／支援力強化
福岡県中小企業団体中央会	会長 桑野 龍一	福岡市博多区吉塚本町9番16号	3. 経営状況分析 専門的な分析の提供／診断力強化 4. 事業計画策定・5. 計画実施支援 異なる知見・支援メニューを活用したアドバイス／提供メニューの増加 Ⅲ. 支援力向上 各機関の施策情報や支援ノウハウ等の提供／支援力強化 商店街支援機関, 情報提供と商店街イベント等への共同支援／支援内容の充実

連携体制図

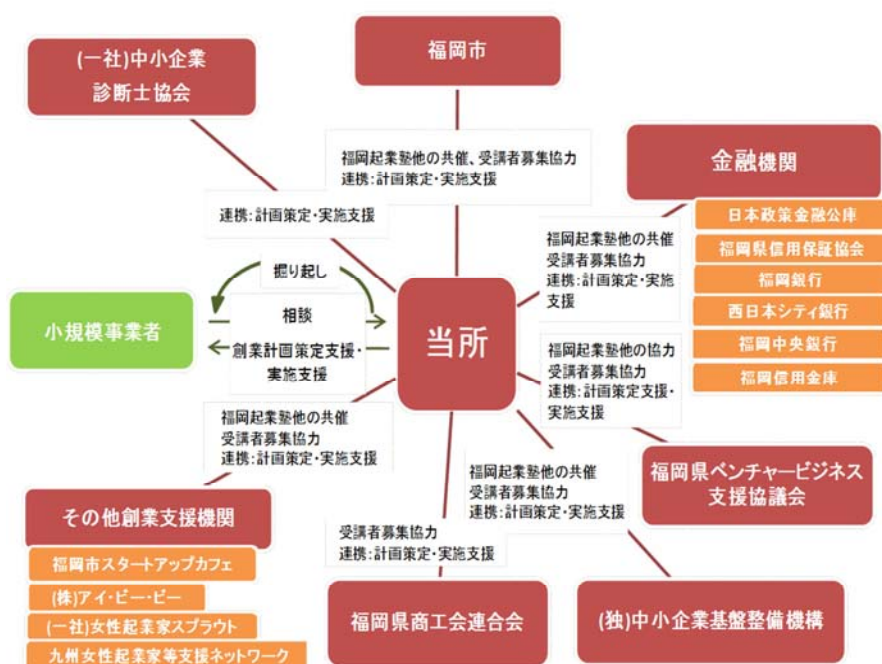
経営状況分析，事業計画策定・計画実施支援（事業者全般）

（３．経営状況分析，４．事業計画策定支援，５．計画策定後の実施支援）

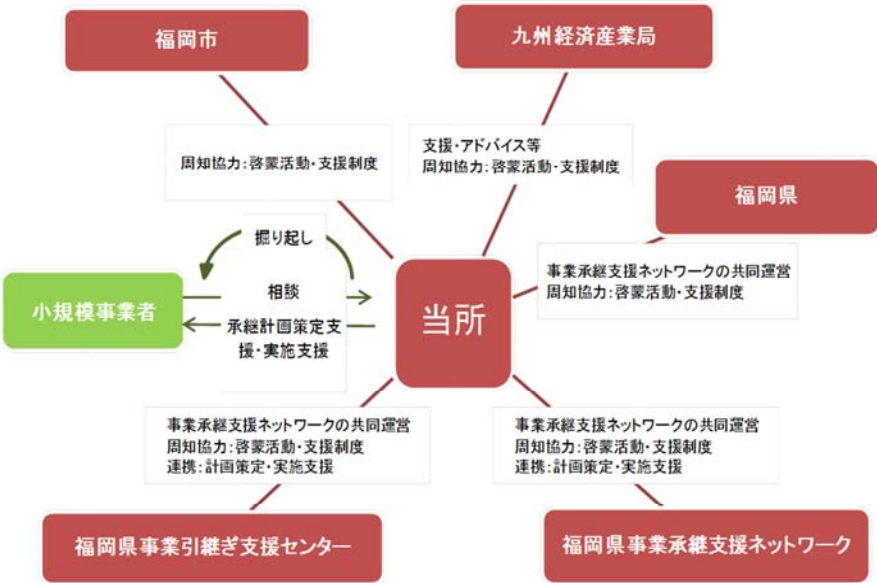


事業計画策定・計画実施支援（創業支援）

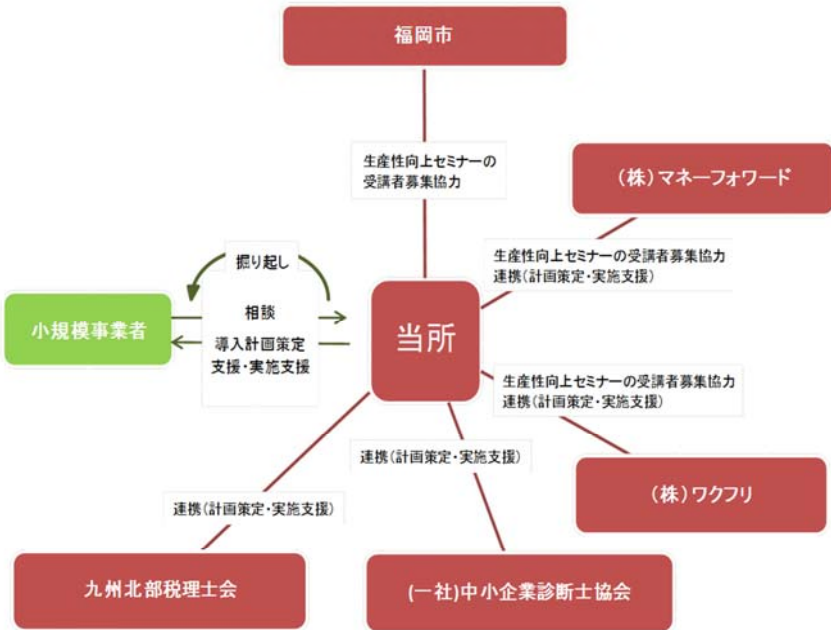
（４．事業計画策定支援，５．計画策定後の実施支援）



事業計画策定・計画実施支援（事業承継支援）
 （４．事業計画策定支援，５．計画策定後の実施支援）



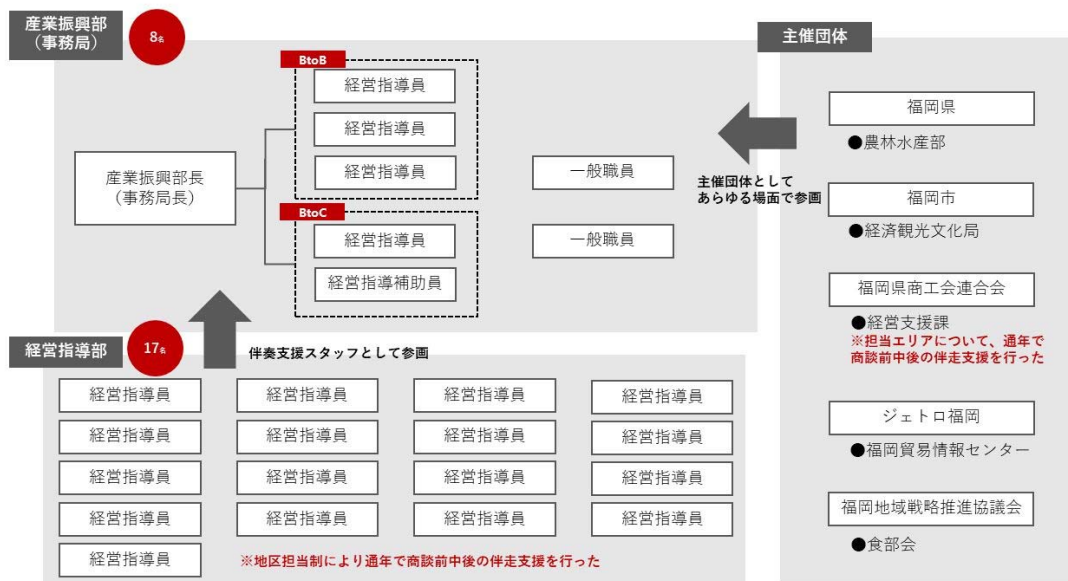
事業計画策定・計画実施支援（資産性向上支援）
 （４．事業計画策定支援，５．計画策定後の実施支援）



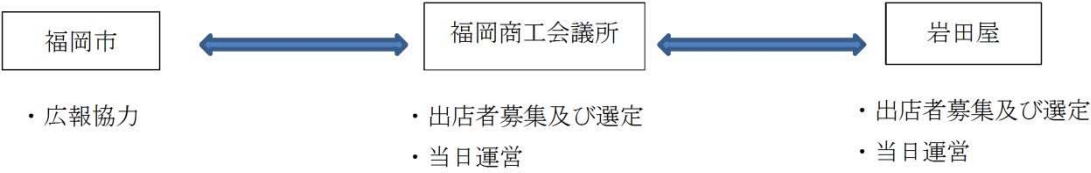
海外展開支援（6．需要動向調査，7．需要開拓）



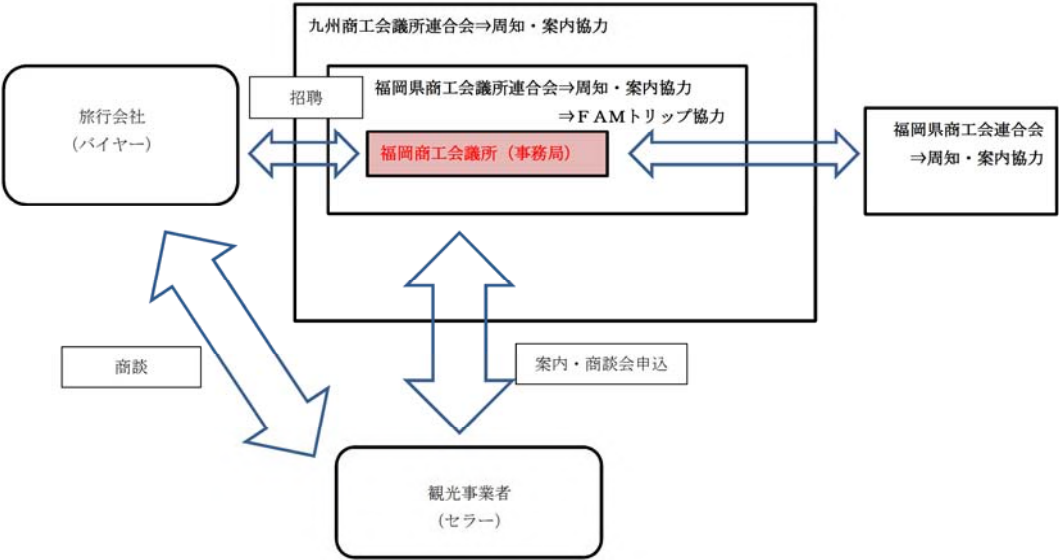
Food EXPO Kyushu <BtoB> <BtoC>
（7．需要開拓支援，8．地域経済活性化）



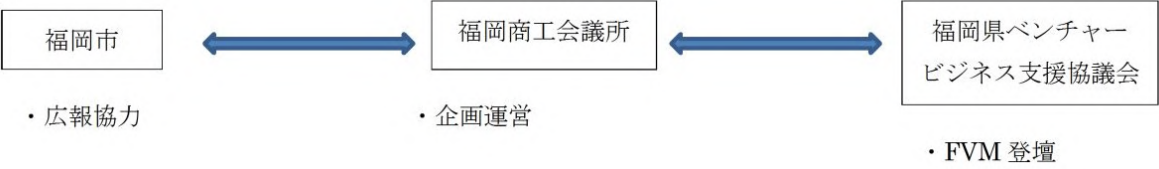
博多うまかもん市（7. 需要開拓支援）



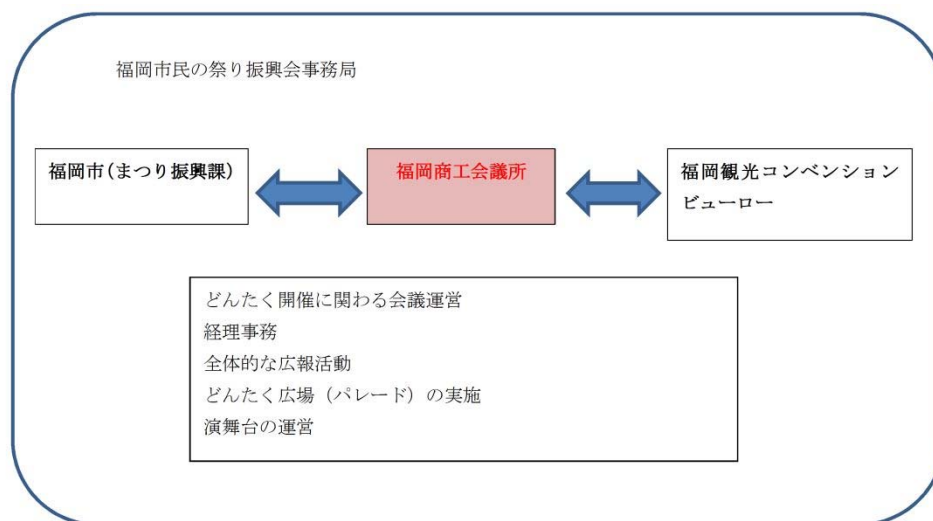
観光商談会（7. 需要開拓支援）



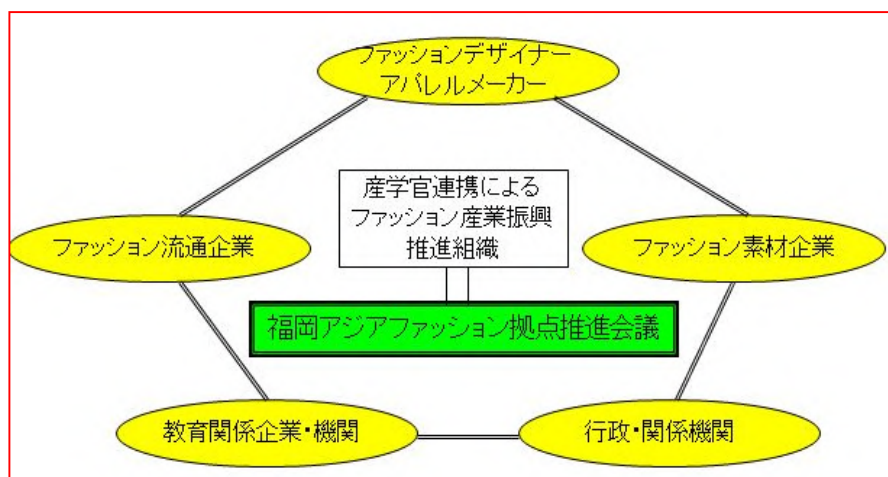
イノベーション支援（7. 需要開拓支援）



「博多どんたく港まつり」の実施（８．地域経済活性化）

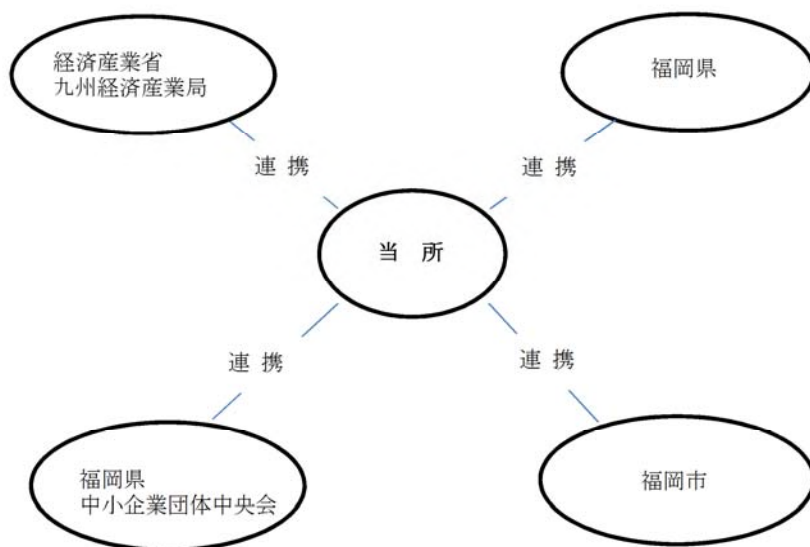


ファッション関連イベントの実施（８．地域経済活性化）

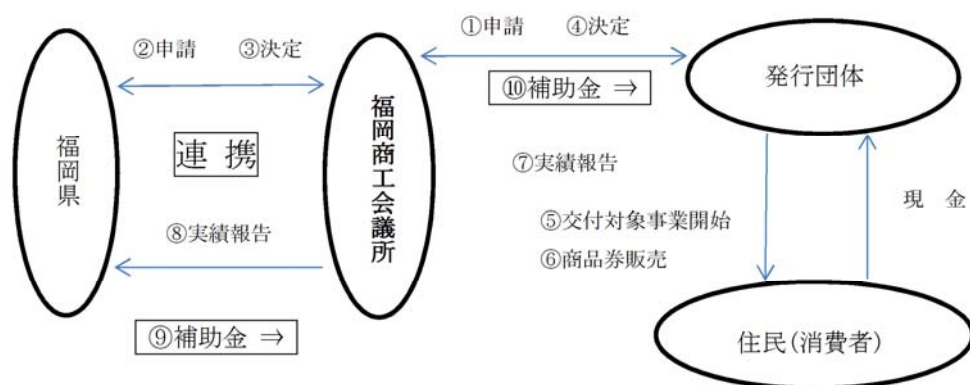


商店街関連事業（８．地域経済活性化）

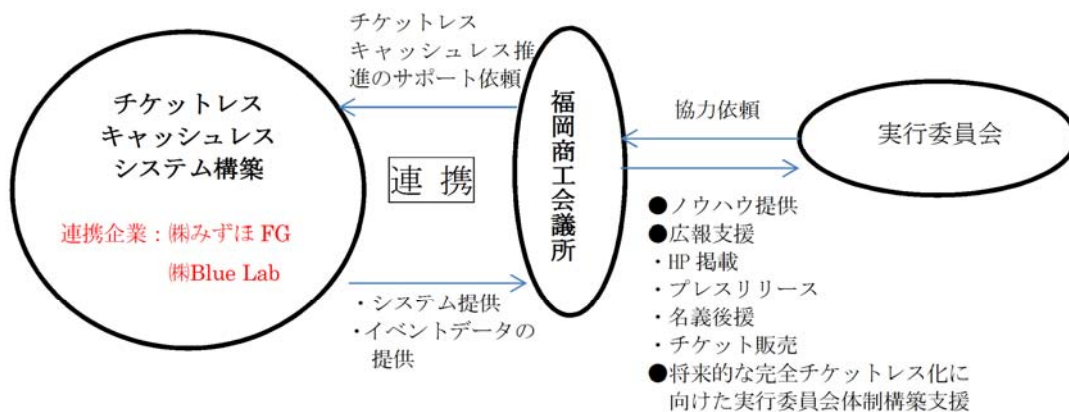
〈全般〉



〈プレミアム付き地域商品券発行支援〉



〈食べ飲み歩き事業〉



着地型観光プラットフォーム構築（８．地域経済活性化）

