

(別表1)

経営発達支援計画

経営発達支援事業の目標

1. 目 標

(1)地域の現状及び課題

①現状

<立地・沿革>

大牟田市は、福岡県の最南端に位置し、北は福岡県みやま市、東は熊本県南関町、南は熊本県荒尾市、西は有明海に面している。市域は、81.45k㎡で、東部には、三池山を中心とした低山地が連なり、有明海に向けて、河川が流れる豊かな自然に囲まれている。

大牟田市は、明治時代以降、日本の近代化を支えてきた石炭産業の隆盛とともに発展し、現在は化学工業を中心とした製造業を基幹産業に福岡県南・熊本県北における地域経済や雇用を支える中核的な機能を担う産業都市である。

また、周辺市町との結びつきを強め、圏域での定住のために必要な生活機能の確保、自立のための経済基盤を培い、活性化を図るために、平成22年10月に福岡県柳川市、みやま市、平成25年3月には、熊本県荒尾市、南関町、長洲町と協定の締結を行い、4市2町において「有明圏域定住自立圏」を形成している。大牟田市は、その圏域の中心市としての役割を担い、圏域の都市機能や地域資源を活かして、医療、福祉、産業振興、地域公共交通、道路等のインフラ整備、人材の育成など、幅広い分野において、連携した取組みを行っていくこととしている。

また、大牟田市へのアクセスには、JR鹿児島本線、九州新幹線、西日本鉄道天神大牟田線の3つの鉄道、並びに九州縦貫自動車道、国道208号、有明海沿岸道路の広域幹線道路、さらに福岡県の重要港湾である三池港など、広域的な交通ネットワークに恵まれている。



大牟田市へのアクセス

●新幹線<新大牟田駅まで>

博多から……………27分
新大阪から……………3時間7分
東京から……………5時間39分

●飛行機<福岡空港まで>

大阪(関西)から……………1時間15分
東京(羽田)から……………1時間50分
★東京(羽田)～佐賀空港…1時間55分

●JR<大牟田駅まで>

博多から…53分
熊本から…47分

●西鉄電車<大牟田駅まで>

福岡(天神)から…1時間3分

●自動車<九州自動車道 南関ICまで>

大宰府ICから…40分

<大牟田市の人口動態>

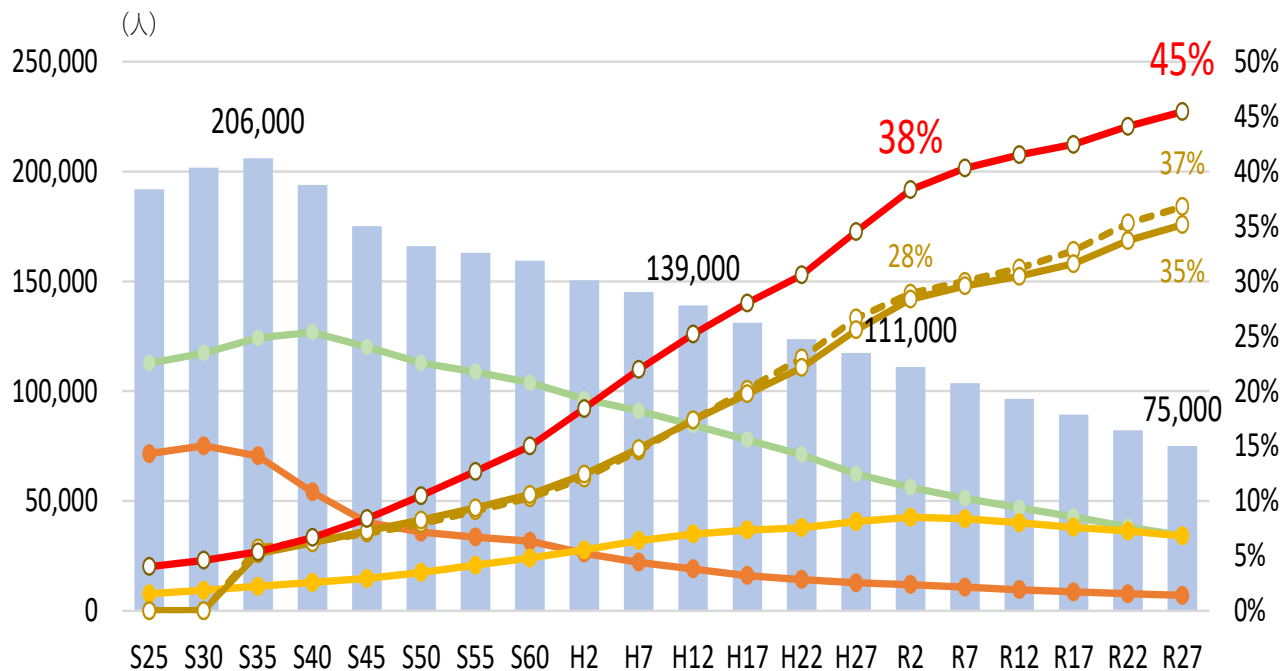
大牟田市の人口は、昭和 35 年（1955 年）の約 206,000 人をピークに減少傾向が続いており、令和 2 年（2020 年）には約 111,000 人 [△95,000 人、△46%] と大きく減少している。

人口減少に転じた主な要因は、昭和 30 年半ばに始まったエネルギー政策の転換以降、石炭産業とともに発展し、大牟田市の基幹産業であった鉱業や化学系企業の規模縮小等の影響により、市外への転出が転入を上回る社会減にある。また、平成元年からは、死亡数が出生数を上回る自然減が加わっている。

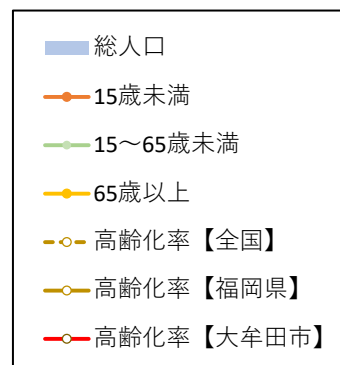
人口減少は全国的な課題であるが、特に、大牟田市における高齢化率は令和 2 年には 38%と、国や福岡県の 20 年先を行くとも言われている。近年、合計特殊出生率の向上や社会減幅の改善傾向という、明るい材料も出てきているが、人口減少が今後も続くという依然厳しい状況にある。

人口減少の傾向が予測される中、第 6 次大牟田市総合計画においては、第 5 次計画から引き続き少子高齢化対策等の様々な対策を講じていくことで、人口減少の緩和に取り組んでいくこととしている。

【大牟田市の人口推移と全国・福岡県・大牟田市の高齢化率の推移】



出典：国勢調査、国立社会保障・人口問題研究所



＜産業構造および事業者数＞

経済センサス活動調査による大牟田市の事業所数は5,409で、卸売業・小売業が29.1%、サービス業が28.0%、宿泊業・飲食サービス業14.5%で約7割を占めている。平成24年と平成28年の4年間で、事業所数は336減少しており、卸売、小売業の126事業所、サービス業の167事業所、宿泊業・飲食サービス業76事業所の順となっている。

また、小規模事業者数は4,116で、全事業者数の76%となっており、卸売業・小売業が26.7%、サービス業が30.2%、宿泊業・飲食サービス業17.8%で約7割を占めている。

【事業者数の推移】

業種	調査年	平成24年①		平成26年②		平成28年③		増減③-① 事業者数
		事業者数	(構成比)	事業者数	(構成比)	事業者数	(構成比)	
全業種	全事業所	5,745	(100.0%)	5,776	(100.0%)	5,409	(100.0%)	△ 336
	小規模	4,478	(100.0%)	4,382	(100.0%)	4,116	(100.0%)	△ 362
建設業	全事業所	537	(9.3%)	521	(9.0%)	503	(9.3%)	△ 34
	小規模	502	(11.2%)	480	(11.0%)	472	(11.5%)	△ 30
製造業	全事業所	270	(4.7%)	288	(5.0%)	273	(5.0%)	3
	小規模	201	(4.5%)	228	(5.2%)	207	(5.0%)	6
卸売業・小売業	全事業所	1,699	(29.6%)	1,683	(29.1%)	1,573	(29.1%)	△ 126
	小規模	1,222	(27.3%)	1,166	(26.6%)	1,098	(26.7%)	△ 124
宿泊業・ 飲食サービス業	全事業所	858	(14.9%)	821	(14.2%)	782	(14.5%)	△ 76
	小規模	823	(18.4%)	788	(18.0%)	734	(17.8%)	△ 89
サービス業	全事業所	1,681	(29.3%)	1,700	(29.4%)	1,514	(28.0%)	△ 167
	小規模	1,390	(31.%)	1,371	(31.3%)	1,245	(30.2%)	△ 145
医療・福祉	全事業所	490	(8.5%)	543	(9.4%)	555	(10.3%)	65
	小規模	186	(4.2%)	191	(4.4%)	208	(5.1%)	22
その他	全事業所	206	(3.6%)	216	(3.7%)	205	(3.8%)	△ 1
	小規模	154	(3.4%)	158	(3.6%)	152	(3.7%)	△ 2

出典：総務省・経済産業省「経済センサス活動調査」より作成（民営事業所を対象）

産業大分類別の従業者数は、医療・福祉が最も多く、卸売業・小売業、製造業、宿泊業・飲食サービス業の順となっており、全体の約7割を占めている。

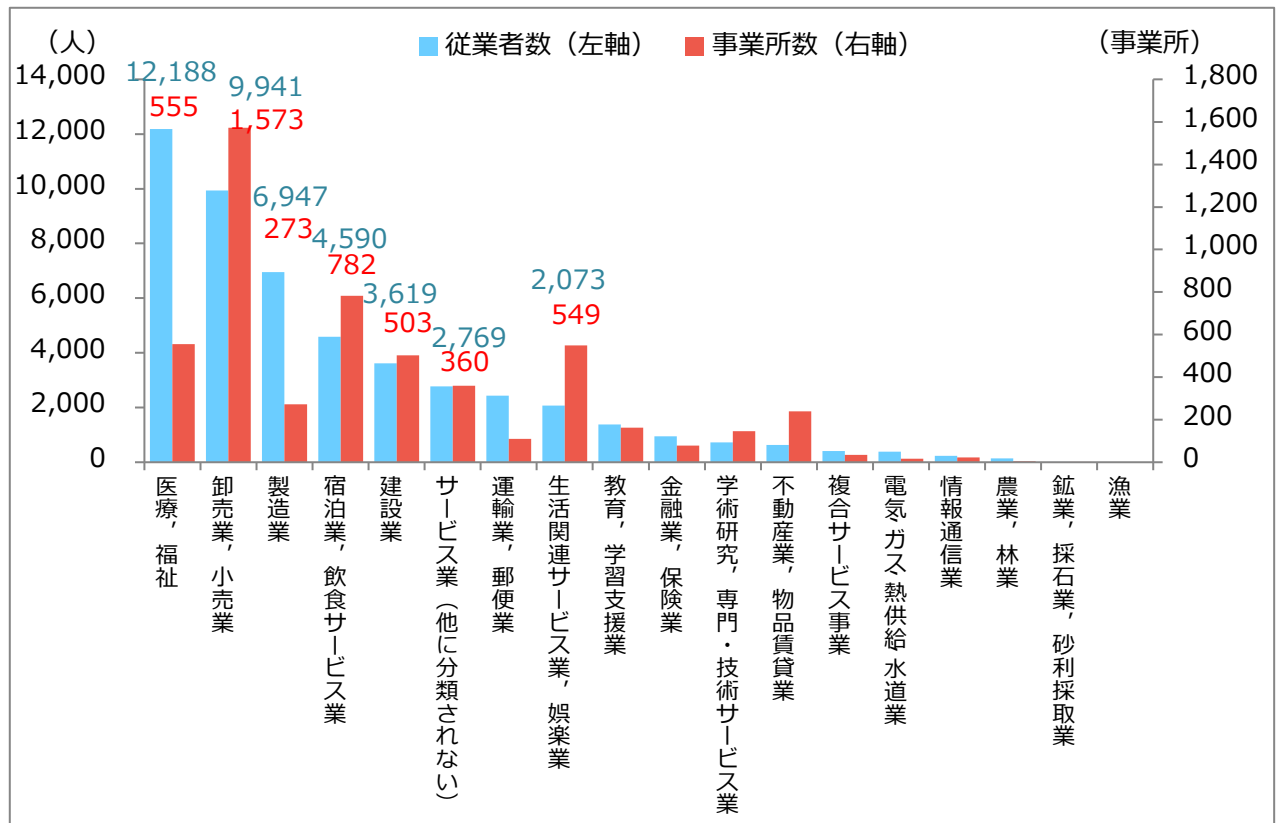
経済活動別市内総生産は、鉱工業・製造業が最も多く、保健衛生・社会事業が続く。

市内には、化学工業を中心とした製造工場が多く存在し、工業出荷額だけでなく工場の定期改修工事に携わる建設業や宿泊業・飲食サービス業など幅広い業種と密接につながり、地域経済を支える基幹産業となっている。

また、大牟田市の人口における高齢化率が高いことから、介護・福祉事業所が多く、産業において医療・福祉が占める割合が大きい。

一方、卸売業・小売業や宿泊業・飲食サービス業は、事業所数や従業員数において占める割合は大きいですが、市内総生産から見るとその割合は小さい。

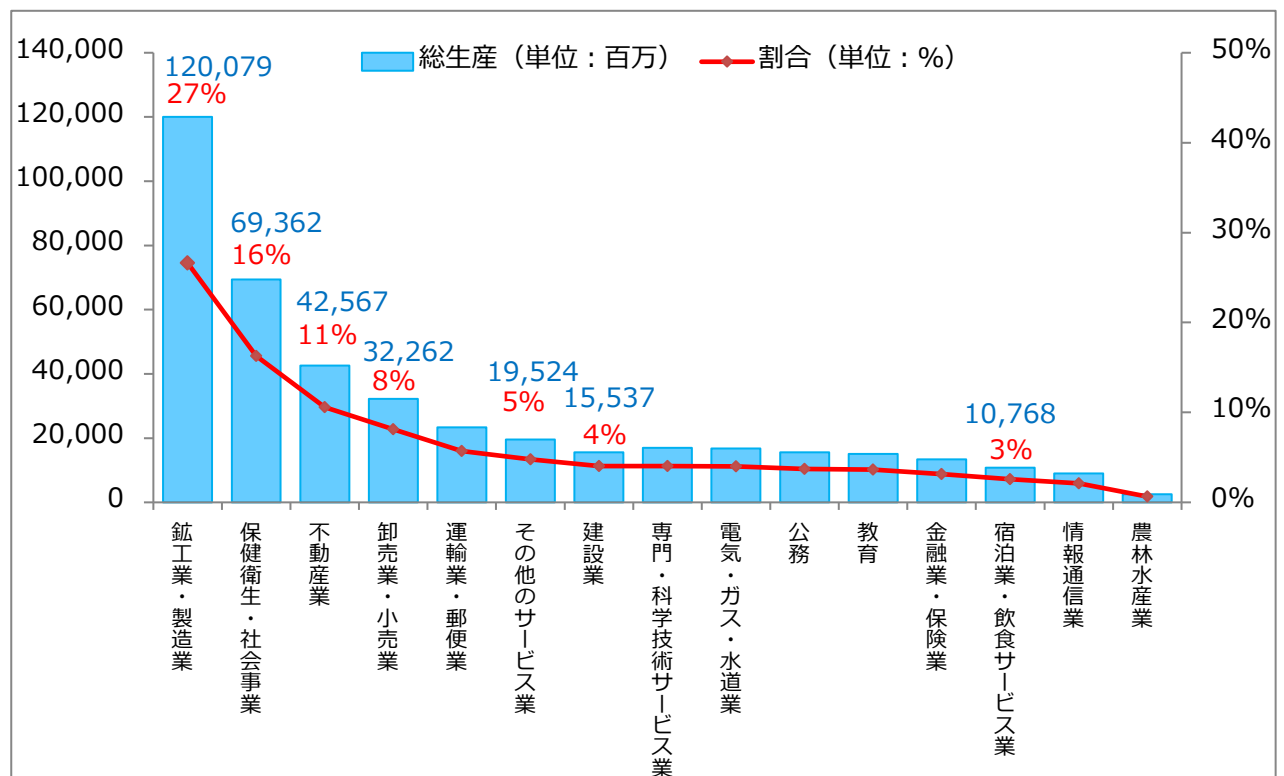
【産業大分類別 従業者数と事業所数】



出典：RESUS データ集計年 平成 28 年

(総務省「経済センサス基礎調査」、総務省・経済産業省「経済センサス活動調査」再編加工)

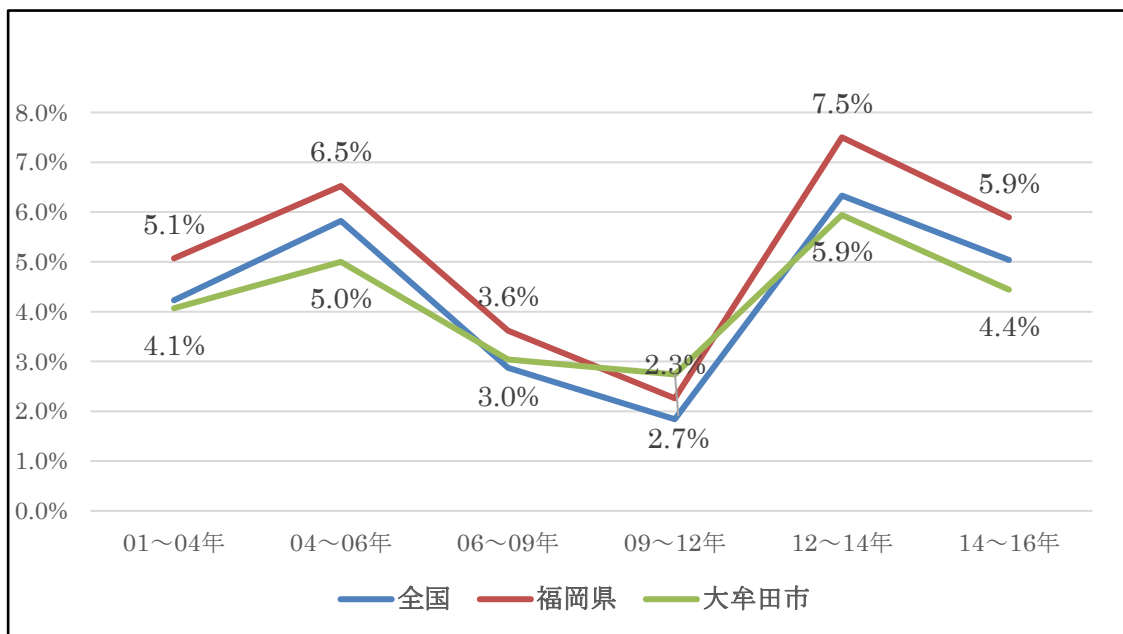
【経済活動別市内総生産】



出典：福岡県 平成 30 年度 県民経済・市町村民経済計算報告書 (市町村内総生産)

大牟田市の創業比率は、平成 21 年（2009 年）～平成 24 年（2012 年）を除き、全国及び福岡県の平均値より全般的に低い傾向にある。平成 26 年（2014 年）～平成 28 年（2016 年）では福岡県が 5.9%に対し、大牟田市は 4.4%であり 1.5 ポイント低い状態となっている。

【創業比率の推移】



出典：RESUS（総務省「事業所・企業統計調査」、総務省「経済センサス基礎調査」、総務省・経済産業省「経済センサス活動調査」より作成）

＜観光の状況＞

大牟田市には平成 27 年（2015 年）に世界文化遺産に登録された宮原坑、三池港、三池炭鉱専用鉄道敷跡で構成する近代化遺産や、長さ 10m 以上もある大蛇山が火煙を吐き、まちを練り歩く おおむた「大蛇山」まつり、大牟田市動物園がある。特に、大牟田市動物園は、ハズバンダリートレーニングなど「動物福祉を伝える動物園」としての取組が全国に知られている。



三池炭鉱関連資産 宮原坑



おおむた「大蛇山」まつり

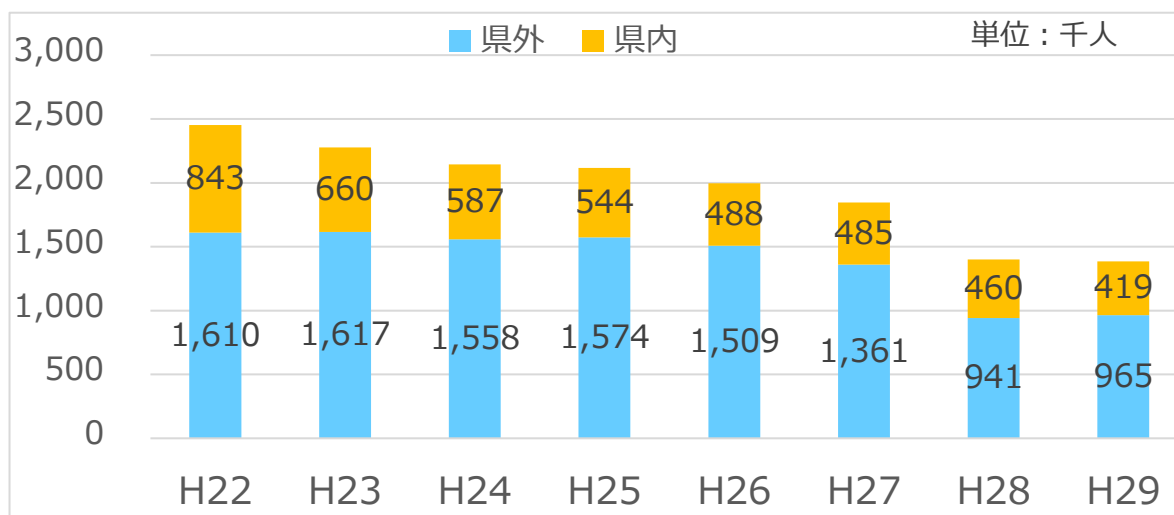


大牟田市動物園

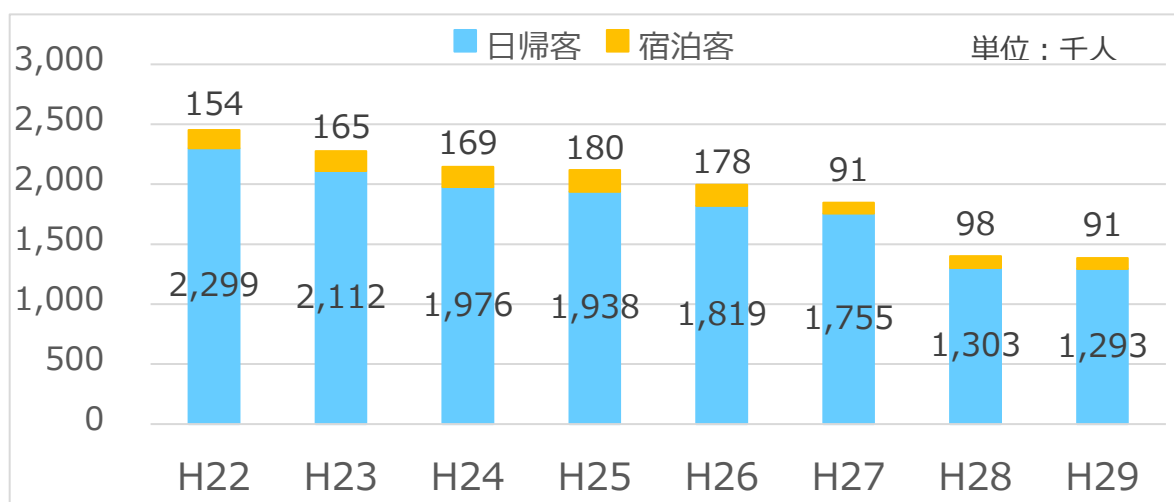
観光は、域外からの消費を拡大できることから、地域資源を活用し、市域への来訪者増とともに回遊性の向上等を図ることで、域内の消費拡大に繋げていくこととしている。

大牟田市を訪れる観光客は、福岡県内よりも県外から訪れているが、宿泊客よりも日帰り客が多く、年々減少傾向である。

【県内および県外からの旅行者数の推移】



【宿泊客数および日帰り客数の推移】



出典：福岡県観光入込客推計調査

②課題

<人口減少(少子高齢化)・後継者不足への対応>

大牟田市の人口減少により、域内では消費にかかるパイが縮小し、売上も減少していく。このため、域外での消費を拡大していく必要がある。

加えて、人口同様に経営者の平均年齢も高いことから、高齢による廃業が予測される。持続的な企業経営の為にも、事業の革新および第三者への譲渡を含め、事業承継の対策が急務である。

<販路開拓・拡大>

域内需要および消費の拡大に向けては、当所が開催する「おおむた二十日えびす」をはじめ販促イベントへの積極的な参加を促進し、販路開拓・拡大に向けては、当所が参画する支援団体で主催する「ビジネスマッチング会」「求評会」などを案内している。管内事業所の参加は一定数あるが、その後の商談成立まで至らず、次回の出展を見送る事業所が見受けられ、販路開拓の機会を失っている。自社商品の優位性や付加価値等の訴求が弱いことが原因であり、商談成立に繋げるためにも、販路拡大手法の強化や販路開拓機会のさらなる創出が必要である。小規模事業者の場合、全国規模の見本市や商談会等への参加には財政的な問題も抱えている。

＜環境変化に伴う社会的ニーズ、消費者ニーズ変化に対応した経営の変革＞

脱炭素社会に向けた取り組みの加速化、新型コロナウイルス感染拡大の影響は、社会、経済の隅々にまで及び、消費者の購買行動が一変するなかで、アフターコロナを見据えた持続可能なビジネスモデルへの転換が求められている。デジタル化の進展が一層加速しており、事業の革新に向けたDX、業態転換へのチャレンジ、IoTやAIの活用、地域資源の活用、SDGs経営などビジネスモデルの抜本的な改革が今後の課題である。また、近年大きな自然災害が頻発する状況において、事業継続するために計画を備えておくことも必要である。

(2) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

① 10年程度の期間を見据えて

大牟田市が抱える課題である人口減少や少子高齢化は、今後も続き、これらに伴う市場の縮小、競争力の低下等が危惧される。

このため、事業者支援として、明確なビジョン策定、経営資源を活かしたサービス・商品開発、競争力の強化、強固な経営基盤の確立に向けて、事業者に寄り添った経営分析や事業計画の策定等を促進していく。

また、事業承継や創業により、時代に即した新たな経営者を輩出し、経営者の循環を図ることにより、大牟田市の地域発展・雇用を支える産業の振興、地域の振興に寄与していく。

② 大牟田市総合計画との連動制・整合性

大牟田市では、令和2年(2020年)～令和5年(2023年)の4年間を計画期間とする「第6次総合計画まちづくり総合プラン」を策定し、まちづくりに取り組んでいる。

この計画では、目指す都市像を「人が育ち、人でにぎわい、人を大切にする ほっとシティおほむた」と設定し、次の5つの基本目標を掲げている。

- 基本目標1 はぐくみ 未来を拓く人がはぐくまれています
- 基本目標2 にぎわい 地域の宝が活かされ、にぎわいのあるまちになっています
- 基本目標3 やさしさ 支えあい、健やかに暮らせています
- 基本目標4 暮らし 都市と自然が調和した快適なまちになっています
- 基本目標5 あんしん 安心して安全に暮らせています

この計画の基本目標のうち、「にぎわい」が経済政策にかかる部分となっている。

本市の経済環境が、人口減少や社会構造の変化などにより、商業・サービス業をはじめ厳しい状況にあることから、市内の中小企業者や小規模事業者が持続的に成長するためには、経営の効率化や技術の高度化、新商品の開発、取引の拡大を図る必要があるとあり、あわせてそれを担う人材の確保や育成が必要であるとしている。一方で、経営資源に限られる個々の企業にあっては、こうした取組を単独で行っていくことに限界があるため、大牟田商工会議所や(公財)大牟田市地域活性化センターを中心に、支援機関等と連携し、企業活動を支援していくこととしている。また、地域の活性化を図るためには、既存企業の成長とあわせて、新規創業を増やすことが重要であり、創業に必要な基礎知識の習得をはじめ、創業後のフォローアップにも取り組むこととしている。

これに向けて、同計画第2編第1章「企業・産業が発達し、活力あふれ成長するまち」では、企業の競争力の強化、人材確保の支援や新規創業の促進等を施策推進の視点に設定し、それを実現するためのアクションプログラムにおいて具体的な成果指標や目標値を定め、取り組んでいる。

第2編第2章「人とものが行き交い、にぎわうまち」では、地域資源を活かした観光の推進、ブ

ランド化の推進、魅力的な商店街・個店づくりを施策推進の視点と設定し、具体的な成果指標や目標値を定め、取り組んでいる。

③商工会議所としての役割

大牟田商工会議所は、昭和7年(1932年)設立以来、地域の唯一の総合経済団体として商工業の発展に資するため、「税務」「金融」「労務」を柱とする経営改善普及事業をはじめ、おおむた「大蛇山」まつりや世界文化遺産などの地域資源を活用した観光の振興、商品券発行事業等の消費喚起の取組を実施してきた。

これからも、大牟田市との緊密な連携を図り、商工業の全体的な底上げ支援を発展的に行うとともに、当所として、企業個々と向き合い、寄り添った伴走支援を行い、より多く強固な経営基盤を持つ企業を作り出すことで、地域振興に繋げていく役割を担っていく。

(3) 経営発達支援事業の目標

① 事業計画の策定および実施支援による経営の安定

小規模事業者を取り巻く経営環境の変化に対応するために、消費者動向・需要動向のデータや経営状況の分析結果を活用し、専門家の意見を交え、実効性ある事業計画の作成を支援する。

計画策定後の実施についても、随時進捗状況を評価・検証し、必要に応じて計画の見直しや軌道修正を支援する。

② 新商品開発、新たな需要開拓の支援による稼ぐ力の強化

今後の市場の動向、トレンドを捉え、需要動向を踏まえた新商品開発を支援するとともに、関係機関が行う物産展・展示会・商談会や越境ECへの参加を促し、福岡市、東京都、海外展開など巨大マーケットへの積極的な市場開拓をバックアップする。

世界文化遺産として登録された三池炭鉱関連施設、おおむた大蛇山まつり、大牟田市動物園など地域資源を活用した特産品の開発を促進し、おおむたブランド認定品を充実させる。

③ ウィズコロナ・アフターコロナを見据えた地域経済の活性化

コロナ禍において経営環境が変化する中で、ウィズコロナ・アフターコロナを見据え、地域企業のDXを促進するため、アプリを活用したプレミアムを付けた電子商品券を導入することによりキャッシュレス化を図り、業務の効率化や販路拡大を支援する。

また、SDGs推進企業の登録制度を立ち上げ、登録企業の周知を図ることで、地域企業の価値向上や競争力を高める。

まちの賑わいを取り戻し、域内消費を拡大するために、感染症対策を徹底したおおむた「大蛇山」まつりをはじめとする各種イベントの開催を支援する。

2. 経営発達支援事業の実施期間、目標の達成方針

(1) 経営発達支援事業の実施期間（令和4年4月1日～令和9年3月31日）

(2) 目標の達成方針

① 事業計画の策定および実施支援による経営の安定

コロナ禍において各業種で様々な補助金が増えて、補助金の獲得のため経営計画の作成にチャレンジする事業者が増えている。そこで、経営革新計画策定セミナーや持続化補助金等のセミナーを定期的に開催するなかで、経営分析と3年～5年の事業計画を策定するカリキュラムを加える。経営分析により明確になった強みや課題への対応などにより、実現性の高い計画策定を支援し、補助金申請内容に厚みを増し、補助金獲得に繋げる。

計画の実施についても、経営指導員と専門家を交えた適切なフォローアップによる伴走支援を行うことで、事業の実現性を高め、結果的に経営の安定を図る。

② 新商品開発、新たな需要開拓の支援による稼ぐ力の強化

BtoCについては、需要動向調査結果を踏まえ、専門家を交えた個別相談等で新商品開発や改良により自社商品の魅力を向上させる。あわせて、その魅力を伝えるホームページやSNSを活用した集客方法についてセミナーを開催し、新たな需要開拓を支援する。また、集客力ある催事や大手ECサイト出店を後押しする。

BtoBについては、日本商工会議所、福岡商工会議所、福岡県中小企業振興センター、県南7商工会議所等で開催する展示会・商談会・求評会などを周知し、参加を呼びかけ、参加企業の伴走支援を行う。

また、越境ECについては、説明会を開催するとともに、チャレンジしやすい環境を整え、海外展開の支援を行う。

③ ウィズコロナ・アフターコロナを見据えた地域経済の活性化

新型コロナウイルス感染症拡大により経済環境が大きく様変わりし、また、SDGsに基づく企業行動や消費者行動の変化も、今後の企業活動に大きく影響していく。この時代の変化に対応するために経営手法や経営形態の見直し、業態転換などへのチャレンジや、ITやAIを活用したDXなど新たなビジネスモデルへの転換の支援を行う。

コロナ禍において、まちの賑わいに欠かすことのできないイベントである、おおむた「大蛇山」まつりをはじめ、当所が主催する「おおむた二十日えびす」、「100円玉笑店街」などの商店街のイベントはことごとく中止を余儀なくされた。今後、感染症対策を施した安心・安全なイベントを構築し、復活させることが急務である。

また、プレミアム付き商品券を発行し、市内の冷え込んだ消費を喚起する。商品券は、紙媒体の他、電子媒体でも発行し、キャッシュレス化を推進する。

I. 経営発達支援事業の内容

3. 地域の経済動向調査に関すること

(1) 現状と課題

[現状]

地域経済の動向や景況感は、各種業界の会員との税務・融資・補助金等の面談や日本商工会議所の景況調査における訪問時の聞き取りを行い、大牟田市や外郭団体で行う調査、信用金庫の景況調査などを総合的に判断し景況感を把握しているが、調査結果の分析や公表は行っていない。

[課題]

現状では、ヒアリングする企業の業種・規模に偏りがみられるほか、各指導員の情報量にも偏りがあり、ヒアリングによる感覚的な判断となるため、景況感にも差が見られる。また、定期的な客観的データの蓄積や分析が不足しており、持続的な経営を目指す小規模事業者へ情報を提供できていない。

そこで、小規模事業者が、定期的に国内・地域の経済動向を把握し、事業計画策定等に活用できるよう当所独自の調査を実施し、経営指導員間での情報共有・分析を行うほか、商工会議所LOB調査（早期景気観測）や国が提供する「RESAS」（地域経済分析システム）による地域の経済動向分析結果を公表し、事業者への情報提供を行う必要がある。

(2) 目標

	公表方法	現行	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度
①大牟田商工会議所 景気動向調査結果 公表回数	HP掲載	—	2回	2回	2回	2回	2回
②日本商工会議所 LOB調査結果 公表回数	HP掲載	—	12回	12回	12回	12回	12回
③RESASによる 地域経済動向分析 結果 公表回数	HP掲載	—	1回	1回	1回	1回	1回

(3) 事業内容

①景気動向分析（大牟田商工会議所景気動向調査の実施）

地域の景気感や経営上の問題点をより詳細に把握するため、当所独自の景気動向調査を半期に一度実施し、中小企業診断士と経営指導員が調査項目ごとに全国・福岡県との比較分析等を行い、その結果を年2回公表する。

【調査手法】市内事業所約2,400社に調査票を郵送し、5業種（製造業、建設業、卸小売業、宿泊・飲食サービス業、サービス業）ごとに各20社を抽出し、計100社対象の調査を行う

【調査項目】業況・売上・採算・資金繰り・仕入単価・従業員の状況、直面する経営上の問題 等

②早期景気観測分析（商工会議所L O B O調査（早期景気観測）の活用）

日本商工会議所が、商工会議所のネットワークを活用し各地域の「肌で感じる足元の景気感」や「直面する経営課題」を全国ベースで毎月調査している結果を小規模事業者の事業活動や個別事業所の経営指導時に活用するほか、毎月公表する。

【調査手法】経営指導員がL O B O調査を活用し、地域の景気動向分析を行う

【調査項目】業況・売上・採算・資金繰り・仕入単価・従業員の状況 等

付帯（新型コロナウイルスの影響、助成金の活用状況、BCP計画の策定状況 等）

③地域の経済動向分析（国が提供する「RESAS」（地域経済分析システム）の活用）

大牟田市域において効率的な経済活性化を目指すため、経営指導員が「RESAS」を活用した地域の経済動向分析を行い、年1回公表する。

【調査手法】経営指導員が「RESAS」を活用し、地域の経済動向分析を行う

【調査項目】・「地域経済循環マップ・生産分析」（何で稼いでいるか等を分析）

・「まちづくりマップ・from-to分析」（人の動き等を分析）

・「産業構造マップ」（産業の現状等を分析）

これらを総合的に分析し、事業計画策定等に反映する

（4）調査結果の活用

○情報収集・調査・分析した結果はHP・会報誌に掲載し、広く管内事業者に周知を行い、小規模事業者の事業活動の参考資料として活用する。

○経営指導員等が巡回指導を行う際の参考資料として活用する。

4. 需要動向調査に関すること

（1）現状と課題

【現 状】

小規模事業者は、自社の商品・サービスについて市場調査を行っている事業者は少なく、ニーズに沿った新商品の開発や販路開拓ができていない。

当所でも、これらに係る具体的な情報収集等の市場調査は行っていない。

【課 題】

これまで、消費者が集まる場面（イベント、道の駅、モニター調査会など）やバイヤーが集まる場面（求評会、商談会など）に、既存食料品や特産品等の斡旋などは行っているが、消費者やバイヤーの意見等は収集・分析していなかったため、新商品開発や商品改良などに結び付いていない。

これらのアンケート調査や意見集約・内容分析を実施し、フィードバックしていく必要がある。

（2）目 標

	現 行	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度	R8 年度
①新商品開発・商品改良の調査対象事業者数	—	5社	5社	5社	5社	5社
②バイヤー求評による調査	—	5社	5社	5社	5社	5社

【課題】

経営分析は、高度・専門的な知識が必要であり、経営指導員等のスキルや経験にもばらつきがある。このため、共通ツールを用い、外部環境や内部環境等の分析項目を整理するとともに、外部専門家と連携し実施する必要がある。

(2) 目標

	現行	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度	R8 年度
①経営分析セミナー 開催回数	—	3回	3回	4回	4回	4回
②経営分析事業者数	—	120者	120者	160者	160者	160者

(3) 事業内容

①経営分析を行う事業者の発掘（経営分析セミナーの開催と巡回・窓口相談）

【発掘手法】 経営分析セミナーの開催、日頃の巡回、各種窓口相談等を通じて掘り起こしを行う。セミナー終了後に、外部専門家と経営指導員等が連携し、個別相談会を実施する。

【募集人数】 各30者程度（セミナー）、30～40者程度（巡回・窓口相談）

【募集方法】 当所会報誌やHPを用いるほか、巡回や窓口相談時等にチラシを通じて呼びかける。

②経営分析の内容

【対象者】 セミナー参加者や巡回指導等の中から、意欲的で販路拡大の可能性の高い120者を選定。令和4年度および令和5年度の目標値については、管内小規模事業者からの相談内容の多様化・複雑化により時間を要している実態や当所の新規経営指導員の支援能力向上に要する期間を勘案し、設定している。

【分析項目】 ローカルベンチマークを活用した、売上持続性を中心とした定量分析と、「強み、弱み、脅威、機会」を確認し、自社の置かれている状況を把握する「SWOT分析」等を中心とした定性分析を実施する。

【分析手法】 経済産業省の「ローカルベンチマーク」、中小機構の「経営計画つくるくん」等のソフトを活用し指導員が分析を行う。

(4) 分析結果の活用

経営状況の分析結果を当該事業者にフィードバックし、事業者ならではの強みを活かした、今後あるべき事業ドメインの明確化と具体的経営課題の抽出を行い、事業計画の策定等に活用する。

分析結果は、所内システム内に蓄積し内部共有することで、経営指導員等のスキルアップに活用する。

6. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

当地域では、自ら事業計画を策定している小規模事業者は少ない。事業者が計画を策定するのは、創業や経営革新計画、持続化補助金、事業再構築等の補助金申請の際であり、当所においても事業者からの求めに応じて作成支援している状況にある。

当所では、各種セミナーを実施しているが、小規模事業者のIT化への対応は遅れており、特に、ホームページやSNSなどの情報発信や、キャッシュレスへの対応ができていない状況にある。

[課題]

小規模事業者は、自らの経験をもとに経営を行っていることが多く、事業計画を立てる必要性を感じていないなど、事業計画策定の意義や重要性の理解が浸透していない。

このため、補助金申請にあたっての事業計画策定などを契機とし、セミナーのカリキュラムに組み込むことで、必然的に策定する機会に繋げる必要がある。

また、小規模事業者のDXを実現するには、IT化することによる業務の効率化や販促効果を肌で感じる事が重要である。セミナー開催と併せて専門家の派遣等により、自らの事業に合った内容を実際に試行・体験させる必要がある。

(2) 支援に対する考え方

小規模事業者が、事業計画策定の意義や必要性について理解を深めるよう、これまでの事業計画策定セミナーのカリキュラムに、事業計画を策定した事業所の事例や売上を上げる仕組み作り等を加えて実施することにより、経営分析を行った事業者の7割程度の事業計画策定を目指す。

特に、経営革新、持続化補助金等の申請を契機として経営計画の策定を目指す事業者においては、実現可能性の高いものを選定し、事業計画の策定につなげていく。

また、創業や事業承継にあたっては、創業の実現や安定した経営の基礎を培う重要な機会であることから、セミナーを実施し、事業経営における基礎知識や事業計画の立て方の習得を目指す。

事業計画の策定前段階においては、セミナー等を実施し、DXに関する意識の醸成や基礎知識の習得を図り、小規模事業者の競争力の維持・強化を目指す。

(3) 目標

	現行	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度
①DX推進セミナー	—	4回	4回	4回	4回	4回
②事業計画策定セミナー	3回	4回	4回	5回	5回	5回
③創業支援セミナー	2回	2回	2回	2回	2回	2回
事業計画策定事業者数	50者	84者	84者	112者	112者	112者

(4) 事業内容

①DX推進セミナーの開催、IT専門家派遣の実施

小規模事業者のDXに関する意識の醸成や基礎知識を習得するため、ITツールやデジタル技術の情報を紹介・実演するセミナーの年4回開催および実態に合わせた専門家派遣を実施する。

【支援対象】経営分析を行った事業者、ITツールやデジタル技術に関心のある事業者を対象とする。

【募集方法】当所会報誌やHPを用いるほか、巡回や窓口相談時等にチラシを通じて呼びかける。

【講師】福岡県よろず支援拠点のコンサルタント等を予定。

【参加者数】 各30者程度

【カリキュラム】 DX推進セミナー カリキュラム (予定)

◆デジタルトランスフォーメーション(DX)定義・入門編
◆5Gとは?
◆ホームページとSNS連携で売上UPの方法とは?
◆WEBマーケティングとは?
○その他、以下の内容等の組合せにより実施する。 ・Google広告、顧客分析 ・SNS運用設計 ・SEO対策 ・Facebook広告 ・チラシ、名刺、DM作成 ・SEO対策 ・ECサイト構築 ・WEB制作、デザイン ・ブログ活用 等 ○取り組み意欲の高い事業者に対しては、経営指導員等による相談対応・経営指導を行う中で、必要に応じてIT専門家派遣を実施する。

②事業計画策定セミナーの開催

経営革新計画策定、持続化補助金申請に向けた事業計画策定を基本に、個別相談会や事例を交えたセミナーを年4～5回開催する。

【支援対象】 経営分析を行った事業者、事業計画に意欲のある事業者を対象とする。

【募集方法】 当所会報誌やHPを用いるほか、巡回や窓口相談時等にチラシを通じて呼びかける。

【講師】 中小企業診断士等を予定。

【参加者数】 各30者程度

【カリキュラム - ①】 事業計画策定セミナー (経営革新) カリキュラム (予定)

- ◆企業を取り巻く環境変化、経営革新計画策定の必要性
- ◆経営革新の取り組み方法
- ◆経営革新制度と各種補助金等支援策の活用
- ◆経営革新計画作成の進め方、経営革新計画承認の要件
- ◆新しい取り組みテーマをどのように設定するか
- ◆経営革新の事例紹介 等
- ◆個別相談会

【カリキュラム - ②】 事業計画策定セミナー (持続化補助金) カリキュラム (予定)

- ◆持続化補助金の概要
- ◆事業計画策定のポイント
- ◆事業計画の事例紹介 等
- ◆個別相談会

【支援手法】 事業計画策定セミナーの受講者に対し、経営指導員等が担当制で張り付き、外部専門家も交えて着実に事業計画につなげていく。

③創業支援セミナーの開催

創業希望者を対象としたセミナー4日間を年に2回開催し、経営、財務、人材育成、販売方法等の創業に必要な知識を習得し、事業計画作成、プレゼンテーションができるまでを支援する。実行性のある事業計画となるまで指導する。

【支援対象】 創業を目指す人、または、創業間もない事業者

【募集方法】 市広報や当所会報誌・HP、地元新聞へ掲載するほか、相談窓口において案内し、参加を呼びかける。

【講師】 中小企業診断士、日本政策金融公庫等を予定。

【参加者数】 各15者程度

【カリキュラム】 創業塾 カリキュラム (予定)

- ◆ 創業に関する心構え、基礎知識
- ◆ 金融、税務、労務、情報化などの講習（DXへの取組を含む）
- ◆ 従業員等の育成
- ◆ 事業計画に必要な基礎知識、資金・収支計画等
- ◆ 事業計画策定、プレゼンテーション
- ◆ 個別相談会

【支援手法】 経営指導員が、創業セミナーの受講者に対し、店舗立地や資金面や運営面など全般的に支援し、創業までフォローする。創業後も、相談窓口における対応のほか、中小企業診断士が同行する巡回訪問を年に1度実施し、事業計画の進捗状況を確認し、伴走支援を行う。

7. 事業計画策定後の実施支援に関すること

(1) 現状と課題

[現状]

事業計画策定後の進捗管理は、経営指導員等による巡回・窓口相談時にヒアリングする程度に留まっており、継続した事業計画実行支援に取り組めていない。

[課題]

小規模事業者において、補助金申請にあたっての必要性から事業計画の策定をする場合が多く、計画の実施は事業者まかせになっており、担当の経営指導員等も殆ど関与していない。

事業者には、数値目標を伴った計画に基づく経営が必要である旨を認識してもらえよう、経営指導員等は、事業計画の推進、実行支援、その後のフォローアップ、必要に応じた計画の修正提案などを行い、策定した事業計画の遂行を支援していくことが必要である。

(2) 支援に関する考え方

事業計画を策定した全ての事業者を対象に、フォローアップスケジュールを計画し、経営指導員と専門家による訪問及び面談を実施し、計画の遂行状況を確認する。

計画が順調に進んでいない事業者には、経営分析により原因を究明し軌道修正を支援する。最終的には事業計画を策定した全ての事業者が、自らの計画を意識した経営に移行し、経営分析、検証、計画変更、更に次期の経営計画が立案できるよう支援していく。

(3) 目標

	現行	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度	R8 年度
フォローアップ 対象事業者数	—	84 者	84 者	112 者	112 者	112 者
頻度 (延回数)	—	168 回	168 回	224 回	224 回	224 回
売上増加事業者数	—	8 者	8 者	12 者	12 者	12 者
付加価値額 5%以上 増加の事業者数	—	4 者	4 者	6 者	6 者	6 者

(4) 事業内容

事業計画を策定した事業者を対象として、半年に1回、原則計2回フォローアップシートを用いて巡回訪問等を実施する。その際、事業計画と進捗状況のズレが生じている場合は、専門家同行のもと計画修正や改善点を見極め、必要に応じてフォローアップの頻度を上げる。一方、経営指導員等が順調と判断した場合は頻度を少なくするなど、変更等を行う。

フォローアップに際しては、外部専門家として、地域金融機関、税理士、中小企業診断士、福岡県よろず支援拠点等と連携し支援を行う。

8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること

(1) 現状と課題

[現状]

当所では、共催の「ちくごバイヤービジネスマッチング会」(福岡県南地域中小企業支援プラットフォーム構成機関主管開催)や、「観光商談会～観光 de 九州」(主催：福岡商工会議所)、「モノづくりフェア」(主催：日刊工業新聞社)、「エコテクノ」(主催：福岡県・北九州市等)、「観光商談マッチングフェア」(共同開催：全国商工会連合会・日本商工会議所)など、県内外で行われる商談会・展示会や海外のインフルエンサーを招いたプロモーションへの案内を行っている。しかし、小規模事業者の参加は少なく、参加しても商品・サービスのPR方法など訴求力が不足しているため十分な効果が得られていない。

[課題]

小規模事業者にとって、営業マンである代表者が、少ない時間を使ってより効果的な営業を行うには、全国各所の商談会・展示会等より事業者が希望する商談先などニーズに合う企画を勧め参加を促すことが必要である。また、参加にあたっては、商品・サービスのブラッシュアップはもとより、市場調査や商談の対策など、事前準備から出展後のフォローアップまで経営指導員等が伴走支援を行い、成約件数や成約率の向上等を図っていく必要がある。

(2) 支援に対する考え方

小規模事業者は、新たな需要の開拓方法についての知識やテクニック、情報が不足していると考えられる。このため、自社の限られた経営資源を活かした商品開発や商品陳列、POP、接客などを含むプロモーション戦略や、DXに向けた取り組みとして、SNSやホームページの活用策など、ITを駆使していかにして販路の拡大や顧客の獲得をするのかをセミナー等を通して身につける

ことができるよう支援する。

次に、事業者が販路開拓に取り組む機会として、各商談会・展示会の情報を提供する。これまで人員確保や資金不足、経験不足などの問題により商談会・展示会への出展を断念し、販路開拓の機会を逸していた小規模事業者も多かった。このため、専門家の派遣や補助金等の活用、プレゼンの方法など、事前の準備から出展後の進捗状況の確認まで、専門家を含め経営指導員が伴走して支援を行うことで、事業者の不安を払拭し、一体となった販路開拓に取り組む。

なお、商談会・展示会の選定については、事業者が求めるエリアやターゲット層と来場者の属性に差異がないことに留意し、効果的な出展に繋がるよう実施する。

B to B向けとしては、主に、日本商工会議所や福岡商工会議所をはじめとした各支援機関が実施する商談会・展示会、越境E Cの開催情報を提供し出展を促す。

B to C向けとしては、当所主催の「おおむた二十日えびす」などの各種イベント、「100円玉笑店街」などの商店街の催し、各地区の百貨店等で行われる物産展などの情報を提供し、事業者ごとに希望するニーズに合わせた出展を促す。

(3) 目 標

内 容	現行	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度
①-1 ホームページ開設者	—	10者	10者	15者	15者	20者
売上増加率	—	5%	5%	5%	5%	5%
①-2 ネットショップ開設事業者	—	10者	10者	15者	15者	20者
売上増加率	—	10%	10%	10%	10%	10%
①-3 SNS活用事業者	—	10者	10者	15者	15者	20者
売上増加率	—	5%	5%	5%	5%	5%
②-1 展示会・商談会 出展支援件数(BtoB)	—	10者	15者	15者	20者	20者
成約件数	—	2件	3件	5件	7件	8件
②-2 越境E C出品説明会	—	1回	1回	1回	2回	2回
出品事業者数	—	2者	2者	2者	4者	4者
②-3 イベント出展支援 (BtoC)	—	15者	20者	25者	30者	40者
1社あたり売上高/日	—	5万円	7万円	10万円	10万円	10万円

(4) 事業内容

① ネットショップの開設やSNSの活用支援

自社ホームページでのネットショップの立ち上げから、SNS等を活用した集客術習得、データに基づく顧客管理や販売促進について、前記（事業計画策定支援に関すること）DX推進セミナーやIT専門家の派遣、当所パソコン教室を通じて支援を行う。

また、アフターコロナを見据えたキャッシュレス化やオンライン商談への対応に向けた、PCやタブレット端末等IT技能習得の支援を行う。

② 展示会、商談会の出展支援、越境ECおよびイベント等の出展支援

< BtoB支援 >

当所会報誌やホームページに情報を掲載するほか、各種セミナーや、巡回・窓口相談の時にも適宜案内を行う。出展にあたっては、事前に自社の商品・製品の優位性が商談者に伝わるようプレゼンテーション能力向上の支援を行うほか、出展後には、名刺を交換した商談者へのアプローチ支援を行う。また、コロナ禍において増えているオンライン商談への参加者には、オンラインで求められる商品資料の作成方法やプレゼンテーションのコツなどの支援を行う。

小規模事業者においては、出展料が高額など財政的な問題もあることから、適宜、当所が一括で「大牟田ブース」として借上げ、複数の事業者の展示・商談を行う場を提供する。

越境ECについては、説明会を開催し、商社を通じたAmazonなどの海外サイトへの出品を斡旋するとともに、出品するための商品開発や商品改良を伴走支援する。また、海外のバイヤーが集まる見本市、展示会への参加を案内する。

【主な展示会・商談会出展候補先】

展示会・商談会名	開催時期	開催場所	出展者・来場者数 等	主な対象事業者	支援方法
エコテクノ	6月	北九州市	出展者約140社 来場者約28,000人	環境関連事業者	一括
ちくごバイヤービジネス マッチング会	9月	久留米市	出展者約60社 バイヤー約20社	食品・雑貨	個別
Food EXPO Kyushu	9月	福岡市	バイヤー約50社	食品	個別
モノづくりフェア	10月	福岡市	出展者約350社 来場者約19,000人	製造業	個別
東京インターナショナル ギフトショー秋	10月	東京都	出展者1,400社 来場者10万人	製造・加工・卸 売・小売業	個別
FOOD STYLE Kyushu	11月	福岡市	出展者約260社 バイヤー約130社	食品	個別
観光商談マッチングフェ ア	12月	東京都	出展者37社 来場者115名	観光関連事業者	一括

観光マッチング ～観光 de 九州～	2月	福岡市	バイヤー(旅行会社) 14社	観光関連事業者	個別
東京インターナショナル ギフトショー春	2月	東京都	出展者1,400社 来場者10万人	製造・加工・卸 売・小売業	個別

<BtoC支援>

当所会報誌やホームページに情報を掲載するほか、巡回や窓口相談時に展覧情報の提供を行う。また、各地の百貨店等で開催される九州物産展・福岡物産展などの催事情報をこまめに収集し、来場者の属性に適する事業者へ個別に案内する。

【主な出展候補イベント】

イベント名	開催時期	開催場所	主な対象事業者	来場者 受講者
ふくおか商工会ショップ 「DOCORE」出展	随時	福岡市	食品、雑貨販売業	—
十日市	毎月 10日	中心市街地	物販、飲食業	2,000人
おおむた二十日えびす	4月	大牟田市	飲食、食品、雑貨販売業	20,000人
おおむた夏祭り「大蛇山」	7月	大牟田市	飲食、食品、雑貨販売業	300,000人
100円玉笑店街	10月	大牟田市	物販、飲食、サービス業	10,000人
三池港ロマンフェスタ	11月	大牟田市	飲食、食品、雑貨販売業	5,500人
福岡県ふるさと物産展	1月	福岡市	食品、雑貨、工芸品販売業	20,000人
おおむたまちゼミ	2月	大牟田市	全ての業種	1,000人

II. 経営発達支援事業の円滑な実施に向けた支援力向上のための取組

9. 事業の評価及び見直しをするための仕組みに関すること

(1) 現状と課題

【現状】

当所が実施した事業は、年3回の監事による業務監査により意見を伺うほか、常議員会・議員総会へ事業報告を行い、その内容等について承認を得ることをもって評価としている。また、当該事業報告書は、福岡県・大牟田市の各担当部局へ毎年提出している。

[課 題]

事業の評価及び見直しは、これまで内部組織のみで実施しており、外部の人材による評価は行っておらず不十分であることから、外部有識者等を含めた評価委員会を組織化し、P D C Aサイクルがうまく回っていくよう改善していく必要がある。

(2) 事業内容

①「経営発達支援事業評価委員会」の設置

経営発達支援事業の評価を行う「経営発達支援事業評価委員会」を新たに設置し、メンバーは、学識経験者、中小企業診断士、大牟田市産業経済部、法定経営指導員等で組織する。

②「経営発達支援事業評価委員会」の開催

評価委員会は、事業年度の終了後に年1回開催し、本計画に記載する各種事業の実施状況及び成果等について報告し、検証・評価・見直しを行う。

③事業の成果・評価・見直し結果の公表

事業の成果・評価・見直しの結果は、正副会頭会議、常議員会等へフィードバックしたうえで、事業実施方針等に反映させるとともに、当所ホームページ(<https://www.omutacci.or.jp/>)で公表し、管内全事業所に閲覧可能な状況とする。

10. 経営指導員の資質の向上等に関すること

(1) 現状と課題

[現 状]

経営指導員の資質向上に向け、これまで福岡県商工会議所連合会主催のキャリア別研修や中小企業基盤整備機構主催の専門研修、日本商工会議所のテーマ別研修等を中心に参加するとともに、ベテラン職員によるO J Tにより、提案力・指導力等のスキルアップを図ってきた。しかし、指導員の経験、能力などにより支援レベルに差が生じており、支援の度合いにも差が生じている。

[課 題]

経営支援のメニューが多岐にわたり、高度化しているなかで、指導員の支援方法・内容を、より高いレベルで平準化していくためには、当所としての経営支援に関する考え方、行動、知識などを独自の研修により指導員全体で習得する必要がある。

また、経済産業省のローカルベンチマークなどの経営支援フリーソフトやI Tを活用できる能力を平準化していく必要がある。

(2) 事業内容

①D Xに向けた相談・指導能力の習得

小規模事業者へのD Xに向けた取組を支援するためには、経営指導員等がI Tスキルを習得し、ニーズに応じた対応能力を向上することが必要であるため、当所で年4回開催予定のD X推進セミナーへの参加をはじめ、各所で行われるD Xをテーマとした研修に積極的に参加する。

②外部研修会等の積極的な活用

中小企業基盤整備機構等が実施する中小企業支援担当者等の能力強化研修に積極的に参加し、経

営分析、販路拡大など基礎的な支援能力向上の他に、IT利活用、事業承継、事業継続力強化、BCPなどこれから求められる支援メニューに対する研修に参加し、能力の向上を図る。

③OJT制度の強化

出張・窓口で行う専門家による個別相談の際は、担当指導員の同行を義務付けて、専門家が行う経営分析、販路拡大の手法、コーチング技術を肌で感じ取り、面談後は、アドバイスの視点・今後の支援方法について同行した専門家より学習し、スキルアップを図る。

また、経験の浅い指導員等の経営支援には、ベテラン指導員が同行し職員間のOJTを行うなど、支援ノウハウを伝授していくことで、職員の支援能力の向上を図る。

④ローカルベンチマークなどのフリーの経営支援ソフトの研修

経営指導員等が行う経営支援について、経済産業省等が提供している「ローカルベンチマーク」「経営計画つくるくん」「RESAS」「グラレスタ」などのフリーソフトを十分に活用し、経営分析や経営計画が作成できるように、所内でソフトの研修を行い、支援能力の平準化を図る。

⑤支援ノウハウの共有

他の支援機関との連絡会議や各種セミナー等の参加後は、職員ミーティングにおいて報告し、意見交換することで、組織内の情報共有と職員の支援能力向上を図る。また、各指導員による個社支援の状況について月に1回報告会を開催し、経営状況や経営課題を共有するとともに、今後の支援方法について意見を交わし事業者にとって最適な支援策を導き出すなど、支援ノウハウの蓄積と情報の共有化を図る。

⑥データベース化

経営支援の内容は、事業所管理システムによって一括管理し、データベース化を行い、企業カルテとして事業所情報を共有化することで、職員全員での相互共有を図るとともに、ベテラン指導員の支援内容を参考とした経営指導員等の支援能力の向上を図る。

1.1. 他の支援機関との連携を通じた支援ノウハウ等の情報交換に関すること

(1) 現状と課題

[現状]

大牟田市や(公財)大牟田市地域活性センターと連携し、小規模事業者の支援に向けた各種セミナーや個別相談会、補助金説明会等を共同開催するとともに、月1回程度の頻度で情報交換を行っている。

また、福岡県南の商工会議所や地域の金融機関等と連携し、定期的に地域の需要動向や支援ノウハウ等に関する情報交換も行っている。

[課題]

他の支援機関とはこれまでも定期的に情報交換を行ってきたが、コロナ禍による社会環境の変化により小規模事業者が抱える課題やニーズ等も多様化するなど、支援の幅が拡大している。

これらを総合的かつ適切に支援していくためには、情報収集・支援ノウハウ等、より一層の連携強化を図り、それぞれの役割を明確にしながら、最も効果的に小規模事業者の支援を行っていく必要がある。

(2) 事業内容

①地方公共団体等との連携強化

大牟田市、(公財)大牟田市地域活性センターと月1回以上の事務局会議を開催し、小規模事業者が抱える経営課題等を共有する。新しい支援策が必要な場合は、それぞれの役割を明確にした上で、市施策や当所事業計画への反映等、小規模事業者の支援につなげていく。

また、大牟田市と当所が事務局となり、国・県の公共機関や学識経験者、専門家および商業者団体等で構成する「大牟田市商業活性化協議会」、製造業団体等で構成する「大牟田市産業活性化推進協議会」とも連携を強化し、積極的に情報提供を行いながら各業界の全体的な底上げを図っていく。

②福岡県南地域中小企業支援プラットフォームとの連携

福岡県南部地域の商工会議所(久留米・大牟田・柳川・大川・八女・筑後・朝倉)及び県南地区に本店がある金融機関(筑邦銀行・筑後信用金庫・大川信用金庫・大牟田柳川信用金庫、福岡県信用組合)で構成する「福岡南地域中小企業支援プラットフォーム」の連絡会議(年3回程度開催)において情報交換を行うとともに、連携して需要動向調査、販路拡大支援を実施する。

③筑後地域中小企業支援協議会との連携

福岡県久留米中小企業振興事務所、市町村、金融機関、信用保証協会、日本政策金融公庫、中小企業振興センター、中央会、中小企業診断士協会、筑後地域の商工会・商工会議所等で組織する同協議会に、当所よりモデル企業を年3者推薦し連携支援を実施する。

また、幹事会12回/年・総会1回/年など、積極的な情報交換を進め、各地域の経営革新の内容、巡回相談案件などの中から模範事例を蓄積し、当地域の経営支援に活かしていく。

④金融機関との連携

日本政策金融公庫久留米支店において年2回開催される「経営改善普及事業担当者会議」にて、小規模事業者への資金繰り支援などの情報を共有する。新規創業等についても、年2回開催する創業塾(当所主催)において公庫職員を講師とする創業資金融資制度、資金調達の方法などをカリキュラムに加え、創業における資金繰り支援について連携を図る。

また、地元金融機関である大牟田柳川信用金庫とも年2回程度の連絡会議を開催し、地域の景況状況やセミナー・商談会などの支援施策について情報交換し、連携した支援体制を構築していく。

⑤公的支援機関との連携

中小企業基盤整備機構、福岡県事業承継・引継ぎ支援センター、福岡県よろず支援拠点、福岡県再生支援協議会、福岡働き方改革推進センターなどの公的機関と必要に応じて適宜相談し、幅広い内容に対応できる体制を整える。また、企業経営の深刻な課題である人材不足への対応に向けて、大牟田公共職業安定所、大牟田高等技術専門校等と年2回程度情報交換し、連携を強化していく。

⑥県南商工会議所との連携

福岡県南地区の商工会議所(久留米・大牟田・柳川・大川・八女・筑後・朝倉)において、専務理事、事務局長、中小企業相談所長、各支援担当指導員の各会議をそれぞれ年4～6回程度開催し、小規模事業者への経営支援状況等について情報交換しながら、より効果的な事業者につなげていく。

Ⅲ. 地域経済の活性化に資する取組

12. 地域経済の活性化に資する取組に関すること

(1) 現状と課題

[現 状]

大牟田市には、世界文化遺産に登録されている「三池炭鉱宮原坑・三池炭鉱専用鉄道敷跡・三池港」、市民が誇りとする市最大の夏まつり「おおむた大蛇山まつり」、動物福祉に取り組む「大牟田市動物園」等の地域資源がある。中でも、三池炭鉱と石炭化学コンビナート関連産業は、当時、当地域に多くの雇用と商工業の発展もたらしたが、炭鉱閉山等に伴い、最大約21万人いた人口が、現在では約11万人に半減した。

当所では、大牟田市や観光協会をはじめ、地域経済の活性化に向けた各種の委員会等を組織し、事務局等の役割を担いながら取組を進めている。

[課 題]

大牟田市への観光は、滞在時間が短く日帰りが主で減少傾向にあることから、地域経済の活性化には、十分に繋がっていない現状にある。来訪者の増とともに回遊性向上等により、域内消費を拡大していく必要がある。また、新型コロナウイルス感染症拡大や令和2年7月豪雨の影響により、域内の消費は低迷が続いており、消費を喚起するイベントの再開やプレミアム付き商品券の継続的な発行が必要である。

また、大牟田市は「SDGs未来都市」に選定されており、地域経済に資する幅広い活動の一環としてシティーセールスしていく必要がある。

(2) 事業内容

①「おおむた大蛇山まつり」の開催

大牟田市、大牟田青年会議所、祇園六山、大牟田観光協会、大牟田サービス連合会等で構成する「おおむた大蛇山まつり振興会」において、まつりの実施や観光客の誘致等について、総会を年2回、実行委員会を10回程度開催する。

当所は、振興会の事務局を担い、会場警備救護部会の一員として、会場の設営、道路等の交通規制、観光客等の安全対策などの役割を果たしていく。

②本市域を訪れる来訪者を対象とした域内消費拡大の取組み

大牟田市・(一社)大牟田観光協会・当所が連携し、大牟田市動物園や世界文化遺産(含む三池炭鉱関連施設)をはじめとする観光施設等への来訪者に対し、様々な情報ツールなども積極的に活用して民間の誘客施設や市内飲食店等へと有機的に繋ぐことにより、市域における滞在時間の拡大とともに域内消費に繋げていく。

③「おおむたブランド商品」の認定

当所食品部会が年1回会議を開催し、大牟田産の素材を使用した食品、大牟田の土地にちなんで名づけられた食品、大牟田の文化・風土を伝える食品などを「おおむたブランド」として認定・PRしていく。

認定商品には、大蛇山をモチーフとした認定シールの添付を許可するとともに、順次ブラッシュアップし、ふるさと納税の返礼品、域外への販路開拓に取組んでいく。

④プレミアム付き商品券の発行

新型コロナウイルス感染症や豪雨被害により、影響を受けた事業者を支援するため、福岡県・大牟田市の協力のもと、プレミアム付き商品券を発行し、落ち込んだ消費を喚起する。商品券は、紙媒体と電子媒体の2種を発行し、併せて、市内事業者のキャッシュレス化も推進する。また、商品券アプリを活用した販促事業の展開を図っていく。

⑤「おおむたまちゼミ」の開催

商業・サービス業事業者等により構成する「おおむたまちゼミ実行委員会」が設立されている。毎年1回の開催（開催期間：約1か月）にあたり、実行委員会を8回程度実施し、店舗部会や広報部会において業務を分担して取り組んでいる。店と消費者を繋ぐプロモーションとして効果的であるため、大牟田市や当所も実行委員会のオブザーバーとして参加し、円滑な開催に向けて支援している。

※まちゼミ：商店街3種の神器の1つである「得するまちのゼミナール」の通称。

商店主等が講師となり、プロならではの専門的な知識や情報、コツ、また趣味の楽しみなどを無料で受講者（客）に伝える少人数制のゼミである。

⑥「SDGs推進企業登録制度」の実施

三井住友海上火災、大牟田市、日本経済大学と連携を図り、SDGs推進企業を登録し、目標達成を通じた企業の価値向上、競争力強化を図る。

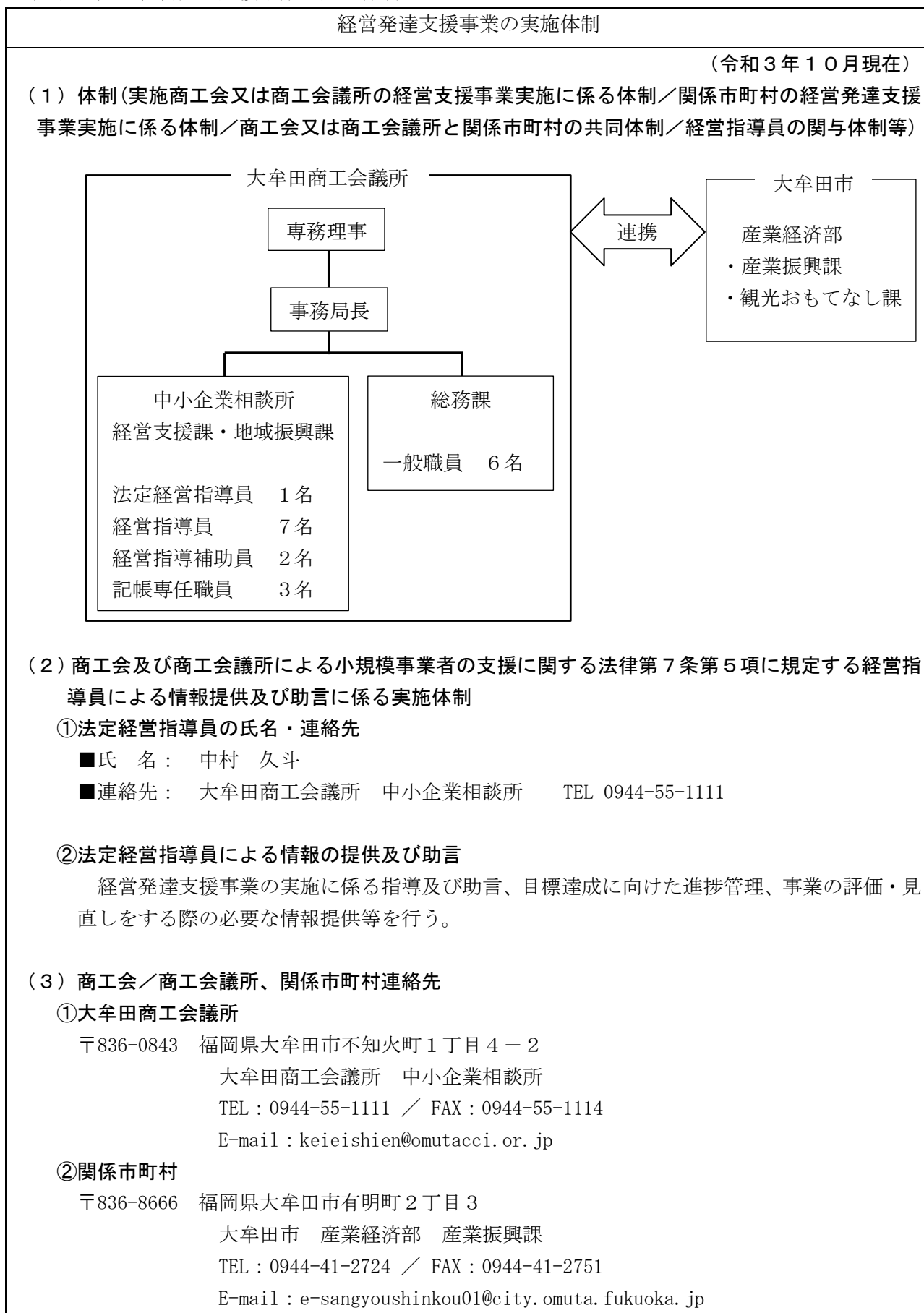
当所は、企業からの申請、審査後の登録等、推進組織の中核を担い、推進会議は年4回程度開催する。

⑦「マイポートみいけ利用促進協議会」の開催

九州地方整備局、福岡県、大牟田市、三池港物流等で組織する利用促進協議会を年1回開催するとともに、部会を年4回開催する。

当所は、広報部会に所属し、三池港の利用促進に向けて、ポートセミナーの開催やホームページ等を用いた広報を行う。

(別表2) 経営発達支援事業の実施体制



(別表3)

経営発達支援事業の実施に必要な資金の額及びその調達方法

(単位 千円)

	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度
必要な資金の額	7,700	7,700	7,700	7,700	7,700
・地域経済動向調査事業 (独自調査用)	700	700	700	700	700
・需要動向調査事業 (アンケート調査・出張費)	500	500	500	500	500
・経営分析事業 (セミナー開催費用)	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
・事業計画策定支援事業 (セミナー開催費用)	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
・事業計画実施支援事業 (専門家謝金)	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
・販路開拓支援事業 (出展サポート補助費用、 ブース借上、出張旅費)	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000
・地域経済活性化事業	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500

(備考) 必要な資金の額については、見込み額を記載すること。

調達方法
会費収入、国補助金、福岡県補助金、大牟田市補助金、各種事業収入 等

(備考) 調達方法については、想定される調達方法を記載する

(別表 4)

経営発達支援計画を共同して作成する商工会又は商工会議所及び関係市町村以外の者を連携して経営発達支援事業を実施する者とする場合の連携に関する事項

連携して事業を実施する者の氏名又は名称及び住所 並びに法人にあつては、その代表者の氏名	
連携して実施する事業の内容	
① ② ③ ・ ・ ・	
連携して事業を実施する者の役割	
① ② ③ ・ ・ ・	
連携体制図等	
① ② ③	