TOPICS

福岡、いや日本中を励ましてまわる、おと姫のスコップ三味線隊。

大任町商工会女性部　スコップ三味線「Big Sister OTO姫」(ビッグ シスター おとひめ)

「ナンチカンチ言いなんな」。曲もオリジナルなら、衣装もオリジナル。大任町商工会女性部のスコップ三味線隊。スコップを鉄のヘラでカンカンカンと叩きながら、ステージ狭しと歌い踊る。三味線というよりパーカッション?!

「九州筑豊・鷹羽の郷で、英彦流れを聞きながら生まれ育った生粋の女ー輪川筋気質‥‥アンタしゃんとせんね!ナンチカンチ言いなんな!」軽妙なトークと軽快な歌と踊りで、福岡市天神で、東京で、色々な街に元気を振りまいている。

きっかけは、熊本で九州大会が開催された時、大分県の九重町商工会女性部が演奏しているのを見て、永原部長が「これだ!」とインスパイアされたそうだ。それから九重町まで習いに通ったとのこと。仕事終わりにみんなで集まって夜遅くまで練習を重ね夏祭りでお披露目。拍手喝采に包まれる。

「どうせ続けるならばオリジナルを作ろう」3年目の夏祭りで大進化を遂げた「OTO姫」、今日のスタイルができた。それをご覧になった田川市長より「ぜひ東京の炭鉱祭りで」と依頼を受け見事東京デビュー。東京新聞にもとりあげられた。

今や筑豊を代表するガールズパフォーマー「Big Sister OTO姫」。黄金色に輝きながらさらなる進化を続け、あちらこちらで元気を振りまいている。お目に止まった時は「是非応援してください」とのこと。

歌詞の原案を女性部で練り上げ、
作詞作曲を田川ホルモン喰楽歩のPR隊長!!「イエローお兄さん」こと、
中村成也さんにお願いした。

福岡県商工会連合会

ビジネスに変革を、地域に活力を

ACTION 2017

[平成29年度福岡県内の商工会事例集]

商工会等変革へのアクション事例集

ビジネスチャンスを広げる商工会

福岡県商工会連合会

はじめに

わが国の経済は、緩やかな回復基調が続いているといわれております。しかしながら、商工会地域においては、個人消費の冷え込みによる売上減少や後継者不足、労働力の減少や原材料価格の高騰などの経営課題が山積しており、中小企業・小規模事業者にとっては極めて厳しい経営環境が続いているのが現状です。

こうした経済情勢の中、2017年7月の「九州北部豪雨」が福岡県を襲いました。青年部のボランティア活動、地域商工会の事業所再開に向けた伴走型支援などで地域経済を支える経済団体として全力を尽くしましたが、まだ復帰のめどが立たない事業者も少なくありません。

ここで学んだのは地域経済復興、会員事業者の事業所再開のための施策の準備など災害後の支援プログラムを事前にいかに準備するかということです。「備えあれば憂いなし」と言われるように、これからはいつ災害が来ても迅速に地域振興が行えるような「備え」が必要だと言えます。

このことは、災害に限ったことではありません。2019年10月に控えた消費税増税、2020年東京オリンピック後も景気の落ち込みが予測されています。

今後も全会員の経営の持続的発展を図るため、商工会とともに会員自らが経営計画を策定し、それを実行・検証することで外部環境の変化に即応し、継続的な経営改善を実践していくことに力点を置いて、これまで以上に伴走型支援を徹底していかなければなりません。

今回、アクション事例集では、有事の際の地域住民への支援をはじめ、地域経済の活性化や経営発達支援計画に則した会員事業者への伴走型支援などの事例をいくつかご紹介させていただきました。今後の商工会活動の一助になればと考えております。

地域振興や会員事業者への支援において、商工会が中心的な役割を果たすことができるよう、参考にしていただければ幸いです。

INDEX

［九州北部豪雨災害復興状況］
朝倉市商工会・東峰村商工会
添田町商工会 …… 4

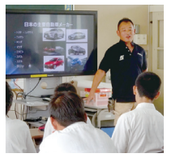
［50 周年記念大会］
福岡県商工会青年部連合会 …… 18

［青年部提案公募事業］
小郡市商工会・糸島市商工会
鞍手町商工会 …… 19

［九州北部豪雨災害復興状況］
福岡県商工会青年部連合会 …… 6
福岡県商工会女性部連合会
福岡県災害復興販売支援センター …… 7

［青年部提案公募事業］
香春町商工会 …… 20
みやま市商工会 + 柳川市商工会 …… 21

［福岡県商工会連合会］
アンテナショップ
「DOCORE ふくおか商工会ショップ」… 8



［青年部提案公募事業］
福津市商工会 青年部 …… 22

［福岡県商工会連合会］
販路開拓支援 …… 10

［女性部提案公募事業］
うきは市商工会 …… 24
田川郡女性部 …… 25

［福岡県商工会連合会］
ふくおか商工会観光ルート開発
プロジェクト …… 12
福岡県商工会女性部連合会会長
上島登美子氏「旭日単光章」受賞 …… 13

［女性部提案公募事業］
那珂川町商工会 …… 26

［全国展開支援事業］
太宰府市商工会 …… 14
筑前町商工会 …… 15

［経営支援発達計画事業］
太宰府市商工会 …… 28
みやま市商工会 …… 29

［世界遺産登録記念事業］
宗像市商工会 …… 16

［経営支援発達計画事業］
水巻町商工会 …… 30
飯塚市商工会 …… 31

7月九州北部豪雨の被害と商工会の復興支援

2017年（平成29年）7月5日から6日にかけて、福岡県と大分県を中心とする九州北部で局地的集中豪雨が発生。
湿った空気が福岡・佐賀県境にある脊振山地の周囲を囲むように二方向から流れ込み、
積乱雲が繰り返し発生しては発達しながら東へ移動する、線状降水帯が維持され
河川の氾濫や土砂崩れなどで地形が変わるような災害が筑後地方と筑豊地方の一部を襲った。

朝倉市の様子

7月5日、当日の天気予報は降水量1mm。午後2時を過ぎた頃、マナーモードにしていたスマートフォンが度々災害警報を鳴り響かせた。激しい雨はたちまち道路と川との境界線をなくした。政府は午後7時41分に官邸対策室を設置。記録的な災害が、筑後地区と筑豊地区の一部を局地的に襲った。

朝倉市は1時間雨量（129.5mm）、3時間雨量（261.0mm）、24時間雨量（545.5mm）、72時間雨量（616.0mm）で観測史上1位を更新。朝倉市では、蜷城地区で桂川が氾濫。添田町で彦山川が氾濫した。土石流や地滑り、がけ崩れといった土砂災害も県内で232件も発生した。被災地には大量の流木が川の流れをせき止めて氾濫させた。総量はおよそ20万トン、36万立方メートルにのぼると推定され、住宅地に押し寄せた流木によって、水流だけの場合よりも破壊力が増し、家屋に大きな被害をもたらした。川に流された流木や家屋は遠く有明海にまで流されていった。

東峰村の様子

■朝倉市の被害状況
【人的被害】死者33名、行方不明者2名
【住家被害】全壊248棟、半壊（床上浸水も含む）790棟、床下浸水424棟
【会員事業所の被害状況】
全会員に対し約47%にあたる237事業所が被災

■東峰村の被害状況
【人的被害】死者3名、負傷者1名（重傷）
【住家被害】全壊26棟、半壊37棟、一部破損8棟、床上浸水12棟、床下浸水67棟
【会員事業所の被害状況】
全会員に対し、約52%にあたる60事業所が被災

朝倉市では、5 年前の豪雨災害後、コンサルタントも入れ、全コミュニティにおいて、住民参加型で自主防災マップが整備されていた。東峰村でも避難勧告等の判断基準が明確化されており、「避難準備」「避難勧告」「避難指示」の 3段階の基準についてリーフレットを作成。説明の上、住民に配布されていた。自然災害は防げないが、住民が被害に遭うことは避けたいと、自治体は懸命に工夫を講じている。しかし、こうした様々な施策でも人的被害を防ぐことができなかった。

また、今回の豪雨災害は極めて狭いエリアに集中した為、家屋が建っていた位置の違いによって、全壊した家がある一方で無傷の家が同じコミュニティ内に混在するという事態がおきてしまった。被害エリアが広いと大災害で、エリアが狭いとそれほどでもないと思われがちな傾向があり、復興に障害が出るのではないかと懸念する声もあった。

■添田町の被害状況
【住家被害】全壊1棟、半壊1棟、床上浸水3棟、床下浸水66棟
【会員事業所の被害状況】9事業所

商工会の対応は早かった。翌6日には県青連から支援物資の連絡が入り、7日に物資搬入を行った。また、6日には災害救助法適用を踏まえ、被災中小企業支援を実施（①特別相談窓口の設置、②災害復旧貸付の実施、③セーフティネット保証4号の実施、④既往債務者の返済条件緩和等の対策、⑤小規模企業共済災害時貸付の実施）。
8月に入るとワンストップ相談会開催、商店街補助金公募開始、持続化補助金公募開始と支援策が続いた。
朝倉市で237件（被害額93億円）、東峰村で36件（同11億円）の事業所の被害が判明している。県全体に広げると350以上の事業者が被災し、事業復興どころか、普通に生活できるようにと必死に復旧作業に取り組んでいるのが実情である。事業の立て直しどころか、廃業も懸念される状況で、支援策はなかなか事業者に届かなかった。
そこで、会員被災状況確認のために巡回を早々に開始。被害が大きい事業所、再開できず支援が必要な事業所を確認、被害者の声を集めた。

■被害事業者の声
- ●設備の被害額が高額なため、融資だけでは到底事業再開に踏み込めない。
- ●設備導入における補助金が欲しい。
- ●被災にあった現地で建物などの建築許可などが下りるか不安である。
- ●工場などに投資できる代替地などの支援など早急に検討してほしい。
- ●被災で従業員を解雇せざるを得ない。

事業者の被害の状況と要望に耳を傾けながら、「支援策ガイドブック」を使って融資制度、税制、持続化補助金等の説明を実施。それぞれの事業所に合った支援策を提案してまわった。
「まだそれどころではない」と時々うるさがられることもあったが、早期に生活基盤を安定させるためにも事業再開は必須であると丁寧に計画を作ってまわり、伴走型支援を行っている。
九州経済産業局と中小企業庁の担当職員が被災した事業者を訪問してまわる際も、道路が寸断され通れるルートが日々変わる中、地元商工会の経営指導員が、土地勘を活かして効率良く訪問ルートを設定し案内した。これも支援をスムーズに行う上でとても重要だったと言える。

また、意外と知られていない話だが、災害ボランティアの派遣先は民家が対象。事業再開には土砂等の撤去が最優先だが、事業所はボランティアの派遣対象とならず、地元の商工会や県内の商工会青年部の支援がなければ早期復旧は望めない状況であった。
ワンストップ相談会は計11回開催され、47者、64件の相談に対応。持続化補助金は、149件が採択された。
11月16日東京都で開催された第57回商工会全国大会において、安倍総理が挨拶の中で「7月の九州北部豪雨や先日の台風21号などの災害により亡くなられた方々に哀悼の意を捧（ささ）げるとともに、被災された方々にお見舞い申し上げます。商工会の皆様が、相次ぐ災害の度に被災された方々に寄り添い、地元の復興に全力で取り組まれていることに心から敬意を表したいと思います。」と商工会の活動に労いの言葉をかけた。
災害に関して商工会の役割は、災害が収束した後、被災事業所や地域経済をいかに迅速に復興させるかにある。今後の対応としては、マイナスの局面から脱出し、一刻も早く平時の状況へと戻すための組織づくりと、復興のためにどのような施策が必要なのかをマニュアル化し、県や国に働きかけることであろう。その早期整備が望まれる。

[福岡県商工会青年部連合会]九州北部豪雨の支援活動　福岡県商工会青年部連合会 会長 沖野 光一郎

青年部のネットワークパワーで迅速な支援を。

災害ボランティアとして
約160名もの青年部員が集結

災害地支援は何よりも迅速性を求められるという考えから、青年部では、先の熊本地震における支援活動の経験を生かし、翌7日には集めた支援物資を手に被災地へ。混乱する被災地にて人的支援の必要性を痛感し、翌週には人的支援の組織的スキームを作成。15・16・17日の連休には、災害ボランティアとして約160名もの青年部員が朝倉市や東峰村などに集結しました。
この動きは県内外へと伝わり、それぞれが仕事を抱える中、支援の輪は現在までに1000人を超える青年部員へと広がっています。

人的・物的支援の両面で
青年部のネットワークを再確認。

平日の午前中にも関わらず、50名以上の人員が集まったこと。支援の方向性の決定からたったひと晩で、期待以上の物資が集まったこと。人的・物的支援の両面において、いまさらながら青年部の持つネットワークの強さを再確認しました。
さらに佐賀県や熊本県を中心に、県外からも複数回にわたり多大なる支援を賜りました。これは熊本震災の際に結んだご縁のおかげです。物資のみならず実際に足を運び、ご支援いただいた青年部もありました。青年部ならではの絆に、深く深く感謝しております。

現状と今後について・・・
明日につながる支援

大きな被害を受けた被災地が、災害前の状態まで復旧するには長い期間を要するでしょう。青年部においても、被災地と足並みを揃えた長期的な支援を考えています。被災した青年部員や、商工会会員のすべての皆さまが復興する最後まで手助けを行いたいと思います。
災害が頻繁に発生する昨今、今回の経験は必ずや今後の教訓となるはずです。青年部の使命として、組織としての災害対策を充実させることも計画しています。

[福岡県商工会女性部連合会]

被災地区商工会女性部へ、全国から支援の輪。

	第1期分	第2期分	合　計
朝倉市商工会	1,359,332円	323,098円	1,682,430円
東峰村商工会	1,152,031円	273,824円	1,425,855円
添田町商工会	72,137円	17,146円	89,283円
合　計	2,583,500円	614,068円	3,197,568円

災害発生直後から、何かできることはないかと、たくさんの声が集まった。同時に全県下の商工会女性部より義援金が寄せられた。また、支援の輪は全国にも広がり、全女性連等からお見舞金をいただき、被災地区商工会女性部にお届けした。
商工会女性部は女性部員が一丸となって、相互扶助を図ることを目的のひとつに掲げている。支援を受けた事業者の方から「何かあった時に本当に協力しあえる仲間がいるということはとても心強く、事業を復興させる気力が湧いた」とのお声もいただいた。「皆様方には多大なるご協力を頂いておりますこと心より感謝申し上げます」とのこと。

[福岡県災害復興販売支援センター]

被災事業者の販売を支援するマッチング事業

実施期間／平成29年8月21日(月)から30年3月31日(土)まで

九州北部豪雨により、多くの商工業者が売上等の落ち込みに頭を抱えていた。復興の一環として、被災事業者の売上回復を図るため「福岡県災害復興販売支援センター」を開設。この事業は福岡県商工会連合会が福岡県からの委託を受けて実施するもので、民間企業等からの復興支援販売の申し出を受け付け、被災事業者との連絡調整、販売会への出品・出展にかかる手続きなどを支援した。
主な支援内容としては、復興支援販売会を希望する企業や団体からの問い合わせ対応、情報・出展条件の整理、販売会情報の提供、出展にあたっての手続きや準備等に関する相談対応、販売会時の応援など。
本事業は3月31日をもって終了したが、半年近くかかってやっと販売できるようになった事業者も多く、販売会に参加できなかった事業者は少なくない。実際問題として販売支援はこれから必要とされる施策である。
復興支援の機運も時間が経つにつれて失われていくもので、そうならないためにも民間企業からの復興支援販売を募り、立ち上がろうとしている事業者とのマッチングを推進していくことが必要であり、今後の課題である。

災害復興支援販売会をご検討中の
小売店舗・企業・団体等の方に向けた募集要項。

出展希望の被災事業者の方に
向けた募集要項。

［福岡県商工会連合会］

アンテナショップ「DOCOREふくおか商工会ショップ」

売れる商品作りを支援し、新たな県産品の発掘・育成を行う。

目的

福岡県内の売れる商品づくりを支援し、新たな県産品の発掘育成により、福岡県産業の活性化を図ることを目的とする。
また、小売店等と連携して取り組むことで、従来の単発催事ではなく、継続的な商品育成の場を提供する。
具体的には‥‥ ①アンテナショップでの販売
②消費者ニーズ募集
③情報フィードバック
④商品ブラッシュアップへの反映

結果

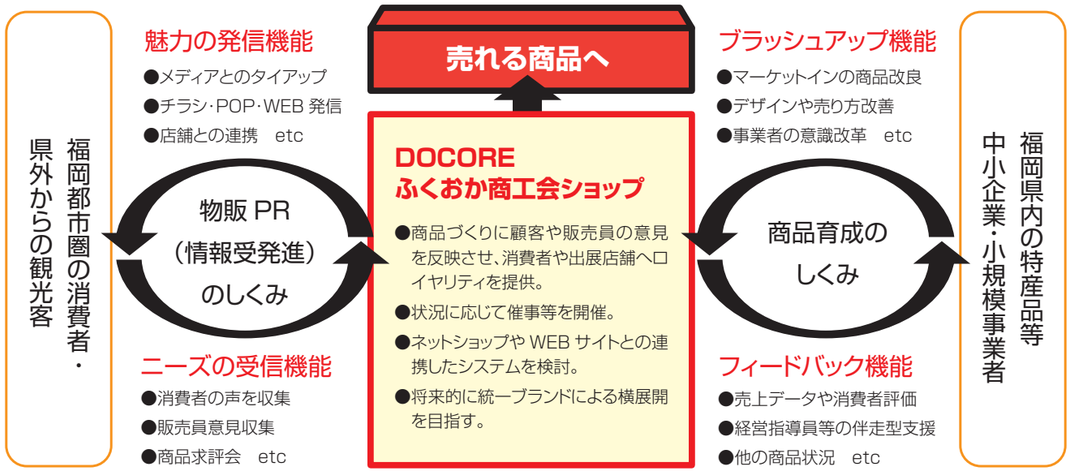
博多マルイ2階に平成29年7月より「ふくおか商工会アンテナショップ」オープン。「どぉこれ?」と自慢したくなる福岡の隠れた逸品がずらり!ということから「DOCORE(どぉこれ) 」とネーミング。都市部で販売する機会を持たなかった300点以上の商品が集まり販路拡大に役立っている。また、商工会のアンテナショップだけに、消費者と事業者の間をしっかりと結びつけるシステムができており、実際お客様の声をフィードバックして、パッケージを変更し売り上げを上げた事業所もある。

DÔCORE
どぉこれ
ふくおか商工会ショップ

県内各地のこだわりの逸品を扱うアンテナショップがJR博多駅に隣接する博多マルイ2階に2017年7月1日にオープン。福岡県産の原材料を使ったり技術を活かした、こだわりのある商品や、地元の人しか知らない、そんな商品が並ぶ。販路開拓と商品ブラッシュアップを図るための常設のテストマーケティングのスペースとして福岡県商工会連合会が運営している。
福岡県内商工会・商工会議所または、(福岡・筑後・北九州・筑豊)地域中小企業支援協議会の推薦があった商品が並んでおり、委託販売の出品商品は、四半期ごとに募集を行い催事販売を希望する事業者は、原則、1 週間を出展期間としている。

どうすれば手に取ってもらえるのか、どうすれば売れるのか、という試行錯誤を商工会と事業者が一体となって実践、伴走型支援を行っている。また、消費者の意見を細かく事業者にフィードバックできるのも特徴である。

■アンテナショップ事業コンセプト



①アンテナショップでは、事業者自らが試食販売や情報発信を行い、消費者に対し直接PRする催事販売の機会を提供。
②出品商品を対象に販売結果(消費者・スタッフ・専門家の意見等)のフィードバックを実施。
③消費者モニターを実施予定。
④定期的な広報物を発行(チラシ等)。

この他に『どぉこれ!?ふくおか新定番 試食会』、『九州北部豪雨災害復興支援販売会』、『福岡の伝統的工芸品の展示販売』、『6次化商品コンクールで入賞した商品の催事』などの企画催事を展開し、集客に努めている。
博多駅という都心立地、従来の単発催事ではなく常設販売である、しかもマーケティング結果のフィードバックという好条件でありながら、出展事業者の費用負担は商工会会員であれば「委託販売」で税込売上高×17%、「催事販売」で税込売上高×15%プラス出展料10,000円である。
小規模事業者が独力でこうした場所でテストマーケティングや販売を行うのはほぼ不可能である。「DOCOREふくおか商工会ショップ」への出展を望む事業者の声は強い。

現在は好立地によって集客が確保されているが、今後は「DOCOREふくおか商工会ショップ」を目的として博多マルイに足を運ぶという顧客意識の醸成を図らなければならない。
アンテナショップの強みとしては、他の店ではなかなか見る事のできない魅力的な地域商品が集まっているという「商品構成」と「商品群」にある。そして、その商品群の中からお気に入りの商品をオリジナルギフトとして詰め合わせる事ができるというのも他店とは異なる特徴である。こうした強みを増やしながら消費者にしっかりとPRしていくことが求められている。
連合会としては、アンテナショップを持続的に運営していくために、これからも可能な限り、施策提案を行っていく。

商品群の中からお気に入りの商品をオリジナルギフトとして詰め合わせられる。

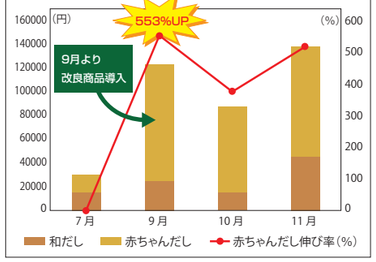
【消費者の声のフィードバック事例】
乳児用規格適用食品「月齢5ヶ月からの離乳食におすすめの赤ちゃん専用無添加だし」
15包入り1,080円～1,296円
商品特徴がうまく伝わらず、売り上げが伸び悩んでいた。

【お客様の声】
●15包は多い。5包で300円くらいのお試しサイズがあるといい。
●こどもの成長は早いので小さいサイズが良い。
●1包6グラムは少し多い。
●離乳食は毎食使い切り。

【改良後】
9月より5包入り540円という新企画を導入。売り上げの高い伸び率を示した。これによって15包入りも売れるようになり、アンテナショップでは売れ筋の定番商品となっている。

従来の15包入り　改良された5包入り

■改良商品導入後の伸び率



福岡の食の魅力を発信し、全国のバイヤーとの商談の実施。

目的

Food EXPO Kyushuは、地場食品関連産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に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。本事業は、BtoB・BtoCを連続した日程で開催し、バイヤーだけではなく一般消費者の皆様に向けて、広く「九州の食を発信する」ことが最大の特徴で、食による街のにぎわいも創出する。スーパーマーケットトレードショーではスーパーを中心とする食品流通業界に福岡の食の最新情報を発信する。

結果

Food EXPO Kyushuもスーパーマーケットトレードショーも継続して開催、参加している。この継続によって福岡県のより多くの事業者が全国に向けての情報発信が可能となっている。
継続は力なりの言葉が示すように参加事業者だけに止まらず商工会指導員も、出展の目的、出展に対する費用対効果、自社に合った展示会の選定、具体的な展示出展作業、展示会対応、バイヤーへのフォローアップを学んでいる。これらは単発のイベントでは身に付けることはできない。今後海外へと商圏を広げるに当たって、この継続事業は大きなパワーの源となる。

Food EXPO Kyushu2017

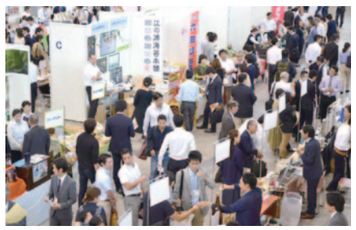
国内外食品商談会

2017年10月4日~5日

出展者数は178社・団体（昨年実績／ 152社）、来場者数が10月4日／ 2,157人、5日／ 1,900人。バイヤーによる事前審査を経た出展者が参加できる事前予約型商談会においては、バイヤー数18カ国147社（海外87社、国内60社）、商談数880件（昨年実績／ 713件）

本年度は昨年とは比較にならないほどの賑わいを見せた。来場者数の差だけではなく、会場内を回遊するバイヤーにも勢いがあり多くのブースでやりとりが見られた。
これは、商工会連合会や商工会議所が、例年以上にバイヤーに対して、広く細やかな来場案内を行なった結果だと言えそうだ。そのため商談に熱心なバイヤーが多く集まっているように思える。

継続調査中ではあるがアンケートに回答のあった41社のうち商談成立が7社、ほぼ成立が11社、商談中が14社という結果を得た。
出展についてのアンケートでは、回答のあった18社中15社が役に立ったと答えている。本展示会は、こうした大規模な商談会に不慣れな事業者でも商工会の指導員が事前、当日、事後フォローとサポートしてくれるので、初めてでも参加しやすかったという声が多く聞かれた。福岡で九州最大の「食」の商談会を継続して開催している意義は大きい。営業の効率化と新規の獲得が展示会の目的だが、「毎年この時期に」というルーティーンはバイヤーにとっても出展者にとっても事業計画が立てやすいことになる。連合会としては毎年新しい試みで展示会を活性化していきたい。



九州うまいもの大食堂

2017年10月6日~9日

九州の食材をPRするビックイベント「Food EXPO Kyushu2017 九州うまいもの大食堂」。昨年、4日間で約13万6千人が来場したこの食べ歩きイベントが今年度も10月6日（金）~9日（月・祝）、福岡市・天神の天神中央公園で開催、約14万5千人が来場し昨年以上の賑わいを見せた。
九州の食を広くPRするイベントで福岡から沖縄まで約80店舗・団体が出店し、「食欲の秋」にふさわしい、個性あふれる九州・沖縄のグルメがぐるりと会場を取り囲んだ。
会場には、郷土の味わいを集めた『企画ブース(福岡県大木町など)』や久留米の銘酒が一挙に試せる『地酒バー Kyushu』、福岡県産天然地魚を味わえる『福ふく地魚まつり』など、今年も楽しめるブースが充実。

【出展者の声】
大木町では初めての取り組みとして「えのき麺」と「きのこもぎとり」で参加させていただきました。お客様の反応が直接感じられ、ご意見をいただく場としてとても役に立ちました。ありがとうございます。

【出展者の声】
初めての出店でわからないことばかりでしたが、実行委員の方や周りの出店者の方に色々とご指導をいただきなんとか4日間終えることが出来ました。

【出展者の声】
飲食スペースや休憩する場所が少なかったと思います。あと、1品あたりの金額を考慮して出店費用やオプションの金額がもっと抑えていただければありがたいと思いました。

国内大型商談獲得支援事業スーパーマーケットトレードショー 2018 （福岡県ブース合同出展）

2018年2月14日~16日

スーパーマーケット・トレードショーは、スーパーマーケットを中心とする食品流通業界に最新情報を発信する商談展示会である。幕張メッセで開催され、例年9万人以上の来場があり、多くの商談が期待されている。
全国のスーパーマーケットを中心とした小売業をはじめ、卸・商社、中食、外食、海外などから多数のバイヤーが来場。出展者の新たな販路やビジネスチャンスにつながる場として、今回で52回目の開催となっている。

事業者が単独出展を行うと出展ブース料だけでも約40万円程度かかるが、福岡県ブースでは、出展料が10万円であったため、出展者は関東地域への販路開拓にコストを抑えチャレンジすることができた。また、合同ブースであるため単独ブースと比べて訴求力が高くより多くの集客があった。
これまでの参加企業からは「取引先が増えました」、「京都にある物産直売所から注文をいただきました」などの声も多く寄せられており、特産品やこだわり食品製造業者等の販路開拓の絶好の場として好評を得ている。

【出展者の声】
関東を中心に全国から来場したバイヤー等へ商品提案や名刺交換、情報収集ができました。

【出展者の声】
今まで取り組めていなかったエリアの企業（問屋・小売）との接点が持てました。

【出展者の声】
商品自体はとても気に入ってもらえたが、価格やロットが合わなかった。とても参考になりました。

［福岡県商工会連合会］

ふくおか商工会観光ルート開発プロジェクト

商工会地区を横断する広域観光開発のモデル事業。

目的

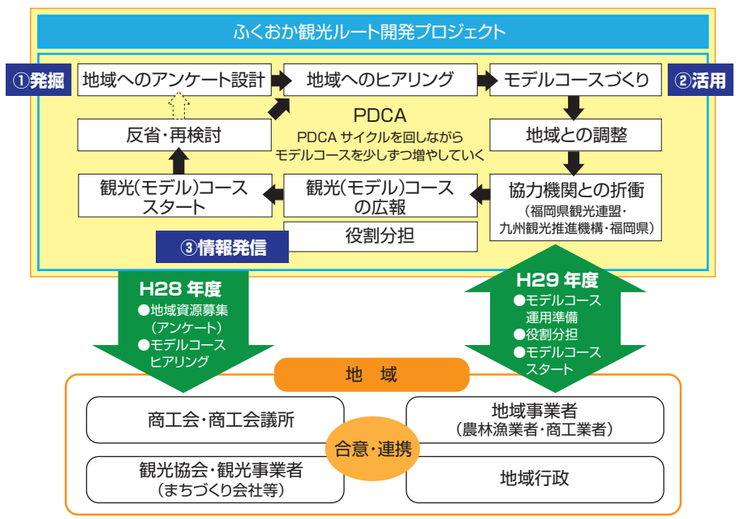
27年度までの研究内容を踏まえ、福岡県の新たな魅力づくりと商工会事業の効果アップのため、商工会地区を横断する広域観光開発のモデル事業（観光ルートづくり）に取り組む。
単純な観光名所を紹介して回る観光ルートづくりにとどまらず、事業者の匠の技や商品に対するこだわりや想いに触れる「産業観光」を中心に、点として存在する事業者を線に結びつけ、面へと広げ、消費者と相互理解を深めながらPR活動や販路開拓に結びつけようというものである。

結果

NPO法人九州地域交流推進協議会の協力を得て「ふくおか逸品めぐりバスツアー」として1回目「宮若市&芦屋町編」、2回目「宗像市編」、3回目「みやま市&柳川市編」と3回シリーズのバスツアーを実施。地域の観光と合わせて、商工業者を訪問し、商品や特産品づくりにかけるこだわりや想いに触れて巡る旅が実現、参加者からも事業者からも好評を得た。
商工会をはじめ、地域関係団体との協力体制、事業者側の受入体制の構築など残された課題も少なくない。

本事業は、福岡県の新しい「地域の魅力」を発掘し、観光ルートとして活用、情報発信するというコンセプトを受け「ふくおか商工会観光ルート開発プロジェクト」として2年目を迎える。しかし商工会連合会は観光事業を推進する団体ではない。本事業の目的は商工会が取り組む地域観光のモデルづくりである。2017年に博多マルイにアンテナショップ「DOCORE」をオープンしたが、そこだけでは商品の魅力を訴求しきれていない。そこで、アンテナショップをきっかけに福岡の産品に興味を持った方々を製造の現場に迎え、商品の魅力を余すところなく伝えていこうというのがポイントである。
現在「オープンファクトリー」が注目を集めている。オープンファクトリーとは、モノをつくりだしていく現場を公開し、来場者（お客様）に見学・体験してもらう取り組みである。普段はお客様を招き入れることのない仕事現場を公開し、交流をおこなうことで、自社製品や仕事に対する生の声や新たな気づきを得ることができる。来場者にとっても、普段は見ることのできないモノづくりの現場は、魅力あるエンターテインメントであり、商品価値を知ることができる。小さな事業所は公開しているところが少なく、消費者が簡単に見学を申し込めるものではないので、とても人気の高い企画となっている。

■事業の全体イメージ図



仕事現場の公開や、来場者との交流は事業所や商品のファンを増やすことに繋がる。たとえBtoBの仕事が中心であったとしてもエンドユーザーとの結びつきは可能性を広げるものである。また、エンドユーザーの生の声には新たな気づきがあり、商品開発やサービスのヒントが含まれている。
さらに、こどもたちや若者にモノづくりや地域の魅力を伝えることで、後継者づくりや人手不足解消に役立つ可能性もある。
ツアー参加者（消費者）にとっては、モノづくりの現場を体験することは、知的好奇心を刺激してくれる。現場で作り手の仕事ぶりを見て、会話を交わす。実際にワークショップなどに参加し、自分の手を動かしてモノづくりを体験する。こうした体験をすることで、消費者は商品への理解を深め「選ぶ理由」を理解するようになる。
広域観光開発のモデル事業ができるのは、県下に約33,000人もの事業者が参加している商工会連合だからこそである。バスツアーであるから事業所だけでなく、観光、食、街の歴史など様々な地域資源に触れて巡ることにもなり、地域活性化の一助ともなる。
今回は3ヵ所でツアーを実施したが、将来的には各商工会が主体的に地域を巻き込んだ誘客事業を企画し、地域事業者、ツアー参加者相互に魅力ある企画を考えていかなければならない。

福岡県商工会女性部連合会会長

上島 登美子氏 女性部活動が認められ「旭日単光章」受章。

平成29年11月秋の叙勲が3日付で発令され、県内からは社会のさまざまな分野で顕著な功績があった29人に旭日章が贈られた。その中に福岡県商工会女性部連合会会長としての活動が認められ上島登美子氏が選ばれた。
経済産業省関係で選ばれた女性はわずか2名。しかも現役で選ばれたのは、男女合わせてもほんの数人にとどまる。
多くの方がお祝いに駆けつけたその席で上島氏は「この章は、家族や商工会など多くの人に支えられたものです」と謝辞を述べ「今後も女性が輝く社会づくりに貢献したい」と語った。

［全国展開支援事業］

太宰府市商工会

情報の一元化「だざいふ・なび」で、古都・太宰府の情報発信の強化。

目的

調査研究事業と本体事業1年目を踏まえ、古都・太宰府の魅力発信を強化する。近年の観光動向も見据えた多言語化を含む発信強化、現在の太宰府市の観光資源の魅力強化にも取り組むことで、滞在時間延長を図りリピーター増加につなげる。
現状の梅商品は豊富にあるが、マンネリを防ぎ観光客に喜んでもらえる商品の見直し、改善を欠かすことはできない。
観光振興において関係者の連携強化と取り組み一元化のためにDMOを検討する。

結果

前年度立ち上げたポータルサイトの情報を充実させることができた。その過程で、専門委員会や各部会で数多くの討議と意見交換を行い意思統一を行うことができた。当事者たちが、高い意識を持ってくれたことが本事業の最も大きな効果と言える。商工会の指導員や民間事業者に委託することでしか情報の発信が行えなかった事業者、または情報発信の重要性に気づいていない事業者の意識改革を起こすための動機付けができた。今後はオール太宰府を象徴するポータルタイトに成長させる。

調査研究事業の結果から、太宰府の歴史が十分認識されていないことがわかった。
太宰府には行政はもちろん、天満宮、九州国立博物館、観光協会など様々な組織があり情報を発信しているが、そのために情報が散逸し観光客に求める情報が適切に届いていない現状がある。「具体的にどこをどのように巡っていけば良いのかわからない」「史跡案内と食事処の情報をいちいち別のサイトを開けなければならない。スマホだと面倒」という観光客の意見からもそれがわかる。
そのために、全ての情報を一元化し、スマホに対応したポータルサイトを構築した。ここはパブリックな情報にとどまらず、飲食店、お土産店、サービス業などの情報も提供されている。史跡案内とともに食や旅行者に

http://dazaifu-nabi.com/　だざいふ・なび

嬉しいサービスの情報がワンストップで得られる。
サイトの人気度をあげるためには情報の鮮度が最も重要である。そのために、掲載事業者を増やすとともに掲載情報の収集が必須であり、その役割を商工会が担ってきた。しかし、このサイトが継続していくためにはコンテンツの充実が求められ、参加団体、事業者のモチベーションの向上が不可欠である。そのためにも商工会に依存しない自立した自律型の運営が求められている。本年度はその足がかりを作ることができた。
東京オリンピック以降は、観光を含め地域経済の鈍化が危惧されている。現在集客があるからといって将来が保証されているわけではないので、比較的好調な状態のうちに、観光地としての魅力を高め、情報を発信する重要性を意識づけていかなければならない。
これまで、観光客は太宰府の各店舗のイベント情報等を通常のサイト検索でなかなか見つけることができなかった。今回、太宰府の様々な店舗のイベント情報やレア情報などを各店舗が各自で更新する仕組みを取り入れた。今後は掲載店舗を拡大し、太宰府の各店舗の「太宰府ならでは」の情報を増加させ、一元的に情報発信できるポータルサイトを目指していく。
観光物件、自然、食、芸術・芸能、風習、風俗など当該地域にある観光資源に精通し、地域と協同して観光地域作りを行う法人（DMO）の設立も視野に入れて活動を継続する。

［全国展開支援事業］

筑前町商工会

「筑前女子力 プロジェクト」で高機能食品とギフトセットを開発。

目的

筑前町の優れた農産品を使用した高機能食品とギフトセットの開発を行う。特に機能性をより正確に訴求するためのエヴィデンスに特化した商品開発を推進することで、競合商品との差別化を図り、ワンランク上の商品開発を具現化する。
昨年度までは「筑前クロダマル」による機能性食品の開発を行っていたが、今回他の優れた農産品での商品化の可能性を探り、個別商品の開発のみではなく、町外者向けに地域をPRするためのギフトセットを合わせて開発するものとする。

結果

女性のみで構成する商品開発専門部会「筑前女子力プロジェクト」を結成。筑前クロダマルをはじめ、筑前姫酢（木酢）など筑前町の農産品を使い、機能性を感じさせる商品開発を行った。
「健康に良さそうだ」「高機能性食品」という商品特性を求めるのは女性が多い。ターゲットを女性に絞り、「ちくぜんの癒し」として杉チップと姫酢ドライのピローと食べる4種の薬膳茶を開発。デザインなども女性が好むようなイメージで作り上げた。「女子が創る女子のための新しいギフト商品」のコンセプトが示すように、ギフトとしても魅力的に感じられるように工夫を凝らした「あさくら筑前づくし」が生まれた。

商工会が出資する直売所「みなみの里」には町外からの観光客用のお土産品や贈答用のギフト商品が乏しいという課題があった。魅力的なギフト商品があれば、筑前町の魅力を内外に発信することができ、交流人口の増加を図る手段となる。
本事業で取り組む商品開発は高機能を訴求できる高付加価値商品を目指した。したがって一般的な商品よりも厳選された原材料を使用し製法にもこだわっている。当然のことながら販売価格が高くなることも予想される。ターゲットは健康志向の高いアッパー層またはアッパーミドル層の女性となる。取引先としては、オーガニック商材やマクロビオティックに興味を示す食品商社、ホテル、地域内外の小売店、飲食店などを想定している。
活用する地域資源は、「筑前クロダマル」「フクユタカ」「筑前産小麦」「花立山しょうが」「木酢改め筑前姫酢」などである。

1年目の試作品として、「ちくぜん薬膳茶」「杉チップと姫酢ドライのピロー」などが誕生した。
商品をセットにしたギフトは「あさくら筑前づくし」と命名。今後ブランドとして成長させていく。女性ばかりのチーム「筑前女子力プロジェクト」で商品開発を行っている点も女性に向けたブランド力を訴求する効果を持っている。
ただ本事業の目指す目標「高付加価値」は、かなりハードルが高い。オーガニックやマクロビを目指すのであれば「有機JAS」を取得する必要がある。高機能食品もそのエヴィデンスをどのように見つけるのか。また、厳選素材で作り方にこだわれば原価が上がるが、小規模ゆえに価格が上がるのであればそれは消費者に認めてもらえない。食品表示も栄養成分表示もまだ完全ではない、と課題は決して少なくない。
表示を含む商品開発、エヴィデンスの確立、販路開拓、ブランディング、情報発信が次年度以降の課題となる。

［参加者の声］
㈱クレッシェンド　肥山 つや子さん

商品開発専門部会「筑前女子力プロジェクト」に参加して筑前町の豊かな自然の中で育った農産品を使った商品開発を･･･
聞いただけでなんだかわくわく気分でプロジェクトに参加しました。そして経験豊富なアイデアいっぱいの楽しいメンバーにお会いして話し合いをする度に、そのわくわく感は高まり、集まりの度に新しい商品やネーミングが沸き出してきました。
●もしギフトで頂くとしたらこんなのがいい!!
●身体の為には、こんな商品があったら…!!
●このラッピングが素敵!!
いろんな意見交換と試行錯誤を繰り返してできた商品は「女子が創る女子のための新しいギフト商品」に仕上がったのではないかと思っています。
日頃、一人で自社オリジナル商品を開発製造している私にとってメンバーの方のアイデアや意見を聞く度にとても刺激を受け、お客様に喜んでいただける商品創りをする楽しさを改めて味わうことができました。このプロジェクトに参加させて頂き、とても感謝しております。
※本年度の活動で商品開発専門部会は、すべて女性のメンバーで構成しました。この専門部会の愛称を「筑前女子力プロジェクト」としました。

［世界遺産登録記念事業］

宗像市商工会

世界文化遺産登録を記念して宗像の特産品をPR・展示即売。

目的

世界文化遺産「『神宿る島』宗像・沖ノ島と関連遺産群」登録を記念して宗像市・福津市の大型店イベントスポットにおいて、商工会会員事業所を含む宗像市産業振興戦略プロジェクト団体の世界文化遺産に関連したお土産品（食品）を中心とした商品や事業所PRなどを地元住民に向けて発信していく。
本事業を「宗像・福津のおもてなし」と名付け、体験を通して会員事業者が自立して商談会や販売会に参加できるように伴走型支援していく。

結果

事業名を「宗像・福津のおもてなし」とし、宗像、福津の商業施設3カ所で、世界遺産のPRとともに、各事業者が新たに作り上げた物産の展示販売会を行なった。
求評会事業、パッケージデザインブラッシュアップ事業と、これまで平成24年度からコツコツと継続してきた事業を販売という場で試すことができた。そこで、出展事業者は消費者の声を直接聞くことができ、商品のブラッシュアップや接客、ディスプレイのための新しいヒントが得られた。

自立を促す販促支援を実施

「宗像・福津のおもてなし～世界文化遺産登録記念～」展示販売会を開催。
平成29年7月の世界文化遺産登録が決定し、国内や海外からも注目を浴びている地域「宗像市・福津市」には、良いものや美味しいものがたくさんある。
そこで宗像市・福津市両市内の大型店に特設会場を設け、世界文化遺産及び宗像市・福津市の観光PRと、お土産や特産品等の展示販売会を実施した。
今年度は世界遺産登録元年ということで行政と地元大型店と協力し、今まで積み上げてきた求評会事業（BtoB）からワンステップ上げて、会員事業所の商品やサービスを地元地域住民に知っていただく機会（BtoC）を創出して伴走型支援の一環として事業に取り組んだ。
内容としては、まず宗像市商工会会員を含む宗像市産業振興戦略プロジェクト団体、福津市商工会会員が取り扱っているお土産品（食品）を中心とした販売促進と世界文化遺産「『神宿る島』宗像・沖ノ島と関連遺産群」を地元並びに周辺地域の方々に情報発信していくこと。
情報発信ツールとして、宗像市と共同で「世界文化遺産土産品パンフレット」を作成した。昨年度宗像市商工会では、過去求評会事業で得られた評価をベースにパッケージを中心とした商品ブラッシュアップを実施し、新しくなったお土産品をパンフレットに掲載。宗像の食の魅力を訴求した。
出展管理等（運営・設営・撤去等）は、イベント会社に委託。その分の時間を出店事業者の事前、事後のフォロー活動に充てることで指導員本来の支援ができた。
出展内容に係る催事ルールは大型3店舗の基準に従うのだが、事業者と何度も打ち合わせを行い、効果的なPR方法を検討した。今回の事業では、事業者の自立した取り組みが大切であると考え、出展事業者から商品を預かっての委託販売は行うことなく、商工会指導員は出展サポートに徹した。

宗像市商工会発行の情報誌「あなたのまちの商工会」で展示販売会のイベントを告知。

以下の会場、スケジュールで実施した。
①サンリブくりえいと宗像
［1日目］8月19日（土）10:00 ～ 19:00
［2日目］20日（日）10:00 ～ 18:00
②ゆめタウン宗像
［1日目］9月2日（土）10:00 ～ 19:00
［2日目］3日（日）10:00 ～ 18:00
③イオンモール福津
［1日目］9月23日（土・祝）9:00 ～ 19:00
［2日目］24日（日）9:00 ～ 18:00
実際に出展事業所と消費者が接することで多くのことが得られた。ビジネスに対して、参加事業者が皆前向きになってくれたことが大きな収穫と言える。今後も世界文化遺産を目当てに観光客が増えてくるので、それぞれの事業者が自立した販売戦略を構築できるように指導していきたい。

【参加者の声】
消費者の声を直接聞くことができてよかったです。お客さんとのやりとりで商品に対する思いなどを認識することもできた。

【参加者の声】
初めて出店しました。とても勉強になりました。お客さんの目線とか動きとかは、実感してみないとわからないので、営業している途中で展示に工夫を加えたりして楽しかったです。今度自分の店でも実践してみます。

【参加者の声】
接客して自社商品をPRするとき、きちんと伝えられていないことがわかった。自社商品をもう一度きちんと見直して、特徴が伝わるように接客にも工夫していきます。

「むなかた・ふくつ“うまかもん”再発見!」合同食品求評会事業（バイヤーさんと仲良くなろう）

世界文化遺産の正式登録を目指して全国から注目を浴びている中、今後益々多くの方々が両市を訪れることが予想される。このことを踏まえ、宗像市・福津市の食品関係を取り扱う事業所を中心に隠れた良品発掘・育成を図るため、「合同食品求評会」と「バイヤー・専門家との個別相談会」「事業者間交流会」を開催。

バイヤー等から主に「商品・パッケージのデザインや見栄え」「PRするためのディスプレーやPOPづくり」「誰に売るか、どこで売るかを考えた商品作り」の3点のアドバイスを受けた。
会員事業所の今後の商品開発・販売促進につなげるために、これら3点を改善・伴走型支援の指標とした。

商品パッケージ開発・改良支援事業。

求評会事業を受け継いで、意欲と覚悟のある会員を対象に、商品パッケージ改良を一括してデザイナーに依頼した。『観光客が購入したくなる商品・土産品』、『宗像市民が市外への贈答としたくなる商品・土産品』のコンセプトのもと8会員事業所及び宗像農協・宗像漁協を合わせて全10事業所・団体の商品のパッケージ・ラベル等開発・改良を行った。リニュアルされた製品は、先進モデルとして広報支援を行う。
量販化できる体制・販売先がないとデザインを生かすことができないため、販路支援と経営判断する視点が高くなるよう経営力を育成していくための伴走型支援を継続し、次年度につなげるものとした。

宗像の良品を集めた冊子「むなかたのおもてなし」

福岡県商工会青年部連合会
設立50周年記念式典開催

2017年11月13日、ホテルニューオータニ博多にて「福岡県商工会青年部連合会組織化50周年記念式典」が開催された。
「原点に立ち返ることで、新しい価値を創造する」をテーマに、県青連が自社だけでなく地域そのものの発展に寄与していることや、県青連を次世代に継承することの大切さを再確認。
記念講演会では、アレックス株式会社代表取締役社長兼CEO辻野晃一郎氏より「チャレンジを恐れるな、誇りを忘れるな、リーダーになる勇気」と題し、これからの経営の中心となる青年部にとって、たいへん素晴らしい講義をいただいた。
記念祝賀会では、織田一嘉県青連初代会長よりご挨拶をいただき、歴代の県青連役員と現役の青年部員とが交流を深め、さらなる50年、100周年に向けての邁進を誓い合った。

小郡市商工会青年部「小郡市賑わい創出イルミネーション事業」

第23代 青年部長　益永 陽一

当初は3万球のLEDも6万球に増え、なかなか充実させることができなかったソフト面の企画が実施できる運びとなりました。
企画の内容は、フェイスブックやインスタグラムなどのSNSを通じてこのイルミネーションの素晴らしさを発信してもらうとともに、その発信に対し、お得な特典をご用意するというものです。この企画実現には、小郡市、観光協会、飲食店組合等との連携がなければ実現不可能な内容でした。改めて、協賛いただいた方々、関係団体の皆様に感謝申し上げます。

これからの事業展開として、このイルミネーションを今後も継続することは、我々青年部の希望でありますが、事業費の捻出には厳しいものがありますので、商工会や関係団体の皆様にご相談、ご協力を仰ぎたいと考えています。
この事業を運営することができましたのは、青年部活動に対して、駅周辺事業所をはじめとした多くの皆様のご理解とご協力の賜物と深く感謝いたします。

見る一般の方、周辺在住の方、運営する我々の全てが「楽しく♪賑わう♪」事業となるように実行委員会で協議を続けていきますので、これからもご支援を賜りますようお願いいたします。

糸島市商工会青年部「いとしまイルミネーション2017」

第3代 青年部長　岡﨑 隆行

糸島市商工会・商工会青年部主催で、2017年11月19日から18年3月下旬までの間、丸田池公園に電球を灯す、イルミネーション事業を開催しました。

初日となる11月19日にはステージイベントを実施、ライブや多彩なパフォーマンスが披露されました。また、糸島ブランドの飲食を楽しめるほか、個性的な店舗も多数出店賑やかな一夜となりました。同事業では糸島の中心地を明るく暖かな夜を演出することで地域活性化に貢献することを目的としていますが、それに加え糸島市の人口が再び10万人を突破したことを受け、10万球のイルミネーション点灯を目標にしています。多くの糸島市民の皆様、そして糸島を訪れてきた方が楽しんでいただけるよう、より良い事業を行えるようがんばって参ります。
今年のイルミネーションにも是非ご期待ください。

鞍手町商工会青年部「キラキラ光の公園inくらて」

第22代 青年部長　楠田 和延

鞍手町商工会青年部では、平成28年度より「キラキラ光の公園inくらて」と題し、イルミネーション事業を実施しています。
今年度は11月20日から12月28日までの間、町の文化体育総合施設とその周辺をイルミネーションで装飾し、“ヒトが集まる新たなスポット”として彩りのある広場を演出しました。
12月23日にはクリスマスイルミネーションの下、鞍手町との共催により「真ん中くらてコンサート」を実施しました。ロビーではフードコーナーの設置やコンサートの合間での大抽選会などイベントも盛り沢山の楽しく賑やかなコンサートで、多くの来場者にイブの前夜を楽しんでもらいました。また同日施設内の体育館では「第2回鞍手ゆる～いミニ四駆グランプリ」を青年部主催で開催、子供から大人まで一日楽しんでもらえるイベントづくりを行いました。提案公募事業をきっかけに、行政や関係機関との連携を更に深め、これからも町の活性化に取り組むことが出来ればと思っています。

今後も本事業を継続し実施することで、町内はもとより町外から一人でも多くの方々に来ていただき、町全体を盛り上げていきたいと考えています。

［青年部提案公募事業］

香春町商工会

香春岳より流れよ!
手づくり 大流しそうめん。

目的

本事業は、こどもたちにふるさとの良さを感じてもらおうという目的で香春町商工会青年部が企画した。
香春神社は以前こども達の遊び声が溢れる場所だった。しかし、今ではこどもたちの遊び声を聞くことはほとんどなくなった。香春神社に限らず、香春の自然の中でこどもたちが遊ぶことが少なくなり、このままでは、香春町の良さを知らないままに大人になってしまうのではないかと危惧。こどもの時の大切な思い出にふるさとの風景が残るようにとイベントを企画。

結果

今年で3回目を迎える「大流しそうめん」が香春神社で行われた。単なるそうめん流しではなく参道の約200段の石段の傾斜を利用し、全長200m、高低差40m、他の地域にはない特徴的なそうめん流し台を設置。町内外から500名近くの人を集めた。
本年度はそうめん流しだけでなく「おはし」と「はし入れ」を作る木工教室や、香春町の歴史を分かりやすく学べる歴史勉強会等も開催。こどもだけでなく、大人にも好評を博した。

7月2日、今年で3回目を迎える「大流しそうめん」が香春神社で行われた。
香春町商工会青年部が「最近、神社の境内で遊ぶ子が少ない。町の由緒ある神社に親しんでもらい、ふるさとの良さを感じてもらおうと思った」と始めた企画である。
高台にある香春神社参道の石段と傾斜を利用し全長200メートル、高低差40メートルのダイナミックなそうめん台が青年部の手作りで準備された。

3回目となる今年は気温30度を超える暑さとなった当日、美味しいそうめんや涼を取ろうと町内外から400人以上の大人・こどもが参加。一直線に据えられた樋に沿ってこどもたちが並び、ふだんは森閑とした境内に笑顔と歓声が広がり、夏の暑さを吹き飛ばすほどの活気に会場は包まれた。

流水に乗って流れるそうめんに、こどもたちも大はしゃぎ。上手にとれる子、うっかり取り逃がす子、どの子、いや大人もついつい夢中になって時の経つのを忘れてそうめん流しを楽しんだ。笑顔がはじける中、用意された70キロのそうめんは約2時間でなくなった。
流しそうめんの前に、「おはし」と「はし入れ」を作る木工教室や、香春町の歴史を分かりやすく学べる歴史教室などが開催され、大人もこども改めて地域のことを学ぶきっかけとなった。

たった1日のイベントだが、青年部は実施に向けて、神社や町との協議を何度も何度も重ねた。おかげで、青年部と神社や町との結びつきが年々強固になっている。まさに仕事の合間を縫っての活動によって作り上げられる地域ネットワークと言える。
また、毎年同じでは面白くないということで新しい企画も考案し、青年部員同士で協議を重ねている。
香春町商工会青年部は、常に地域を盛り上げるイベントを考案し実施してきており、町内外の住民に青年部の取り組みへの期待は高い。
これからもより多くの人たちに、ふるさとの景色の中で、もっともっとたくさんの思い出を育んでいただけるようにと活動を継続していくそうである。

［青年部提案公募事業］

みやま市商工会+柳川市商工会

新たな商工業活性化策を
考案していく力を養う。

目的

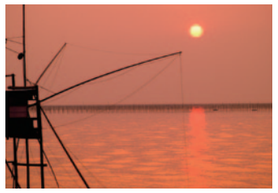
本事業は柳川市商工会青年部とみやま市商工会青年部が連携して、会員事業所を地域の方々にアピールすることを目的とした事業である。3ヶ年計画で、昨年度は1年目の事業として「ポスター・チラシのデザイン作成」を行なった。2年目となった本年度は「スタンプラリー冊子の作成とPR開始」とそれに付随する様々な整備を行った。次年度は3ヶ年計画の集大成として「スタンプラリー」を実施することになる。エリアを超えて青年部が連携することで、効果的に地域活性を行う。

結果

本年度はスタンプラリー用のスタンプ帳を作成した。スタンプ帳は基本的に飲食店で1個のスタンプを押印するシステムだが、サービス業や建設業などスタンプの押印とは関係のない事業所も紹介した。みやま市で飲食店26件、事業所紹介18件。柳川市で飲食店30件、事業所紹介21件を収録できた。参加事業所は1件1件、青年部員が協力をお願いして回った。編集作業も全て青年部が手作りで行っている。
来年度6月1日よりいよいよ広域スタンプラリーが始まる。

昨年度から、柳川市商工会青年部とみやま市商工会青年部での合同事業で立案された広域スタンプラリーの実施に向けて様々な取り組みが行われている。柳川エリアとみやまエリアの商工会青年部員の各事業所の発展と地域の活性化に繋がることを目的に広域スタンプラリーを実施することとなっている。
2014年『ゆめモール柳川』が誕生した。「ザ・ダイソー」、「ケーズデンキ」、「ユニクロ」、「明林堂書店」など多彩な専門店が集結した近隣型ショッピングセンターである。こうしたショッピングセンターはみやまにもできる可能性があり、事業者にとっては脅威となっている。
ショッピングセンターは消費者にとって利便性の高い施設であるが、地方では商店街がシャッター通りと化し、人が集まる場所はショッピングセンターに限られるようになる。クルマが使えない孤立した老人たちは食料品や日用品を購入することも困難になり、コミュニティが成り立たなくなることも懸念される。
そうなる前に、小規模事業者は集客のための方策を立てなければならない。しかし、1軒1軒ではショッピングセンターに対抗するのには難しく、連携することが望ましい。こうして生まれたのが本事業である。
2年目となる本年度は、スタンプラリーの仕組みを構築。何度も会議を開き、実施に向けた事業要項や申込方法、スタンプ帳の配布先や実施期間など、さまざまな角度から活発な意見をかわし具体的な案を出し合った。スタンプ帳の編集デザイン、スタンプを作成。本格的な募集とPR活動を行った。
また、今年の事業成果として、柳川市みやま市の新たな魅力を再発見していく事で、地域内の優良事業所を掘り下げていく。そして、魅力的な事業所同士を広域スタンプラリー冊子を使ってエリア集客ができるよう企画検討していく。また本事業を通じて新たな商工業活性化策を考案していく力を養う。

九州デザイナー学院の協力により完成したポスターがイベントを盛り上げる。



［青年部提案公募事業］

福津市商工会 青年部

仕事のやりがいを伝え、福津で一緒に働く仲間を増やしたい。

目的

市内の3つの中学校の2年生に対して、商工会青年部員が出前授業を行う。目的としては、中学生たちに「福津市にはたくさんの仕事があるんだ」と認識してもらい、世の中にたくさんの仕事があるということを知ってもらいたいということ。そして将来福津市で起業してもらいたいとう、二つの思いから実施している。
付随する事業として、「福津の仕事人」という会員事業所紹介カタログを製作して中学生に配布。部員事業所のPRと売り上げアップを目指している。

結果

本年で3年目を迎える事業である。事業目的を達成するために妥協せず、3年間で100回以上もの細かな打ち合わせを重ねた。本事業を通して生徒だけでなく学校関係者や生徒保護者など地域との関係が深まり、青年部に対する理解を深めてもらうことができた。また、青年部同士でも目的達成のため一致団結することができ、より強く絆を深めることができた。
事業をすることで、自分の事業を見つめ直し、客観的に特徴をプレゼンテーションすることもできるようになった。

福津市の将来を担う子供達（市内の3つの中学校の2年生／ 335名）に対し、様々な職種の青年部員による特別授業を実施。「理容（理容業）」、「クルマ（自動車販売業）」、「飲食（飲食業）」、「サービス（サービス業）」、「家（建設業）」の5班に分かれて授業を行った。
実施時期は中学校が実施する「職業体験プログラム」の直前とし、職場体験の前に社会人としての最低限のマナーや地域で働く仕事のやりがいなどを生徒たちに伝えることができた。これは学校側からの提案でもあった。
授業終了後は生徒に感想文を書いてもらい、授業を担当した班にフィードバック。今後の出前授業をよりよくするために活用した。
感想には「将来の夢の幅が広がった」「地元で働くということ、その良さや意義がわかった」「自分も福津の仕事人になりたい」というものを見ることができた。起業や自営業の魅力、地域で働くことの思いが十分に伝えられたと手応えを感じている。
本事業を行うことで、独立開業して地域と関わりながら生計を立てるということの意義や魅力を十分に理解した生徒の中から真剣に独立開業を目指す若者が増えることで、地域内における商工業者の減少、後継者不足などにも歯止めがかかり、ひいては福津市の商工業の発展、地域経済の活性化に繋がっていきそうである。

本事業は3年目を迎えるが、出前授業としてはすでに7年もの歳月を重ねている。そのおかげで、街角で声をかけられることも多くなったとか。以前は「商工会青年部って何ですか」と聞かれることが多かったのに最近では「青年部イコール福津の仕事人」というイメージが定着してきている。
学校関係者との連携も年々強化できており、授業の後に特別授業担当の先生のみならず校長先生からも直々にお礼の言葉を頂戴するようになった。その上で、今後の出前授業についての意見交換を学校と青年部の間で重ねることができ、より質の高い授業に向けての計画づくりが進められている。

当事業を一過性のものとしないために、授業の内容や地域で働く商売人のことを記載した「福津の仕事人」という冊子を発行。特別授業を実施した各中学校に配布し、受講する2年生だけでなく、他の学年の生徒や先生方にも配布した。
今回初の試みとして、イオンモール福津店にあるユニクロや市観光協会ブースにて仕事人の冊子を設置した。
福津市は移住者が多く、地元で昔から活躍している小規模事業者の存在を知らない消費者が多く、今後も増加してくことが予想されている。
今回ユニクロとの連携により発行部数を増加して強化に努めることができ、移住者も含め新規顧客の開拓に繋がっている。また既存顧客についても地元事業者の認知度を高めることで、大型商業

福津で働く人たちを紹介する本
その名も「福津の仕事人」

施設や全国展開しているハウスメーカーなどに流れていた顧客の流出を防ぎ、地元の商店や大工などへの受注増へ繋がることが期待される。
これは付随して得られた効果であるが、出前授業での発表が部員にとっても新たな刺激になっている。部員同士といえども意外とお互いの仕事を理

解していないことが多い。しかしそれぞれの発表を聞くことで初めてわかったことが少なくなく、相互理解が深まり、仕事の上での新しい協力体制が結べるようになっておりネットワークの強化に繋がっている。
また、発表する部員においては自身の経歴、事業

の背景や魅力、課題、今後の展開など自社を見つめ直す良い機会となり、発表することで事業者の成長に繋がっている。
さらに、中学生たちとコミュニケーションを図るという、通常の仕事の中ではあり得ない体験をすることで、お客様との接客の質が向上している。業種によってはあまり人と接することのない仕事も少なくないが、すべての仕事は人のため、必ず最後は人と繋がっているわけで、トークの上手い下手、得意不得意ではなく、「積極的に自分からコミュニケーションすることが大切である」ということを学ぶ良い機会となっている。
来年度以降は提案公募事業として実施しないため補助金が受けられなくなるが、出前事業は継続することになっている。予算面での課題が浮上しているもののコストをかけずに、しかし妥協せず創意工夫を重ねこどもたちにしっかりと「福津の仕事人」の意義を伝えていきたいと考えている。

［女性部提案公募事業］

うきは市商工会女性部

（上）一の瀬焼（丸田窯）
（下）柿みそディップ、柿味噌

規格外の柿を活用した特産品開発!! 女性部パワーで地域を売り込め!

目的

自然豊かなうきは市には、魅力ある特産品が数多くある。
特に富有柿は有名である。この富有柿を利用して食生活に欠かせない調味料（味噌）を開発。その味噌をディップやお菓子へ発展させる。素材については、産地ならではの市場に出ないふぞろいなモノや生産余剰品を活用する。
こうして生まれた加工品をうきはの新しい特産品となるように、PRし販売することで、地域内外にうきはの魅力を発信。来街者の増加を図ることを目的としている。

結果

昨年度までに「柿味噌」「柿ディップ」「柿味噌かりんとう」などを商品化。本年度はこれらの商品をPRするために物産展等に積極的に参加した。これらの商品は、イベントとしてはうきはエリア外で販売しているが、基本的に「うきはでしか手に入らない」ものとしてのプレミアム感を醸成している。インバウンドを高めていくためには他ははにはない商品が一つでも多く存在することが必要で、イベントで購入した人たちがリピーターとなってくれれば、観光地「うきは」を意識する頻度を高めることができる。

甘柿の生産量全国2位の福岡県で、生産量トップを誇るうきは。耳納山麓一帯は西日本随一の富有柿の産地として知られている。しかし廃棄柿の量が1トンは下らない。畑で処分される分も相当あり、県全体では3分の1近い柿が廃棄されている。規格に合わないというだけの話で味などは全く問題のない品質を保っている。この柿を有効利用できないかと女性部で商品化を実施した。
1年目で柿味噌と柿味噌ディップを商品化。2年目には柿味噌を使ったかりんとうを開発した。他にも生キャラメルや甘酒など女性ならではのアイディアが次々とあふれている。3年目となる本年度事業としては原材料の確保とPR活動が目的となった。

商品開発会議

柿は、収穫時期が限られているため、まず女性部員総出で皮むき作業を行い、冷凍保存。年間を通して供給できるようにした。
「柿味噌」「柿味噌ディップ」は、事業2年目で「道の駅うきは」で販売していたが、本年度はJA直運営の物産館「耳納の里」へも販路を広げることができた。

柿むき作業

「柿味噌かりんとう」に関しては本年度が販売初年度となる。「柿味噌」「柿味噌ディップ」と同様の販路を確保している。
特産品開発でもっとも大きな課題となるのが、商品の周知、アピールをどのように行うかである。商品が売れるためには特徴やストーリーを認知していただくことが重要である。PR活動としてはRKBラジオ祭り等福岡市内のイベントに参加した。単に商品を販売するだけではなく、リピーターとしてうきはに来ていただけるように、うきはの魅力も紹介した。一過性の顧客とならないようにパンフレットも配布した。

うきはフルーツ王国 開国式

RKBラジオ祭り

地元スーパー「サンピット」での試食会

試食などを行い、好評を得ることでイベントでの成果を実感することができた。そこから、どのような人が興味を示してくれるのか、どの部分を気に入ってくれているのか、どのような商品を望んでいるのかをリサーチすることができた。販売会で直接消費者と向き合った経験を活かして4年目以降はさらに商品にあったユーザーが集まるイベントをセレクトしPR活動を継続して、商品の認知度を高めたい。
また、商品の魅力を高めるためには新商品による相乗効果も重要であるため、柿のドライフルーツの商品化も検討しているところだ。今後も女性部パワーでもっと「うきは」を広めていく。

［女性部提案公募事業］

田川郡女性部

田川6町村の魅力を探り出し情報を発信する。

目的

大きな目的としては田川郡内に他のエリアの方々を呼び寄せたいということである。
そのためには地域に埋もれている特産品、名所及び道の駅の特徴などをまず地元の人たちに再認識してもらうことが必要である。地域の人たちが地元の良さを再発見してくれるような活動を行う。その上で、他地域にもPRエリアを広げていく活動を実施していく。一町、一村では魅力に乏しくとも6町村が集まることで、ワクワクするような観光体験を構築することができる。

結果

ホームページを使って田川6町村の観光名所や特産品を発信して2年目となる。女性部員の中にもITを活用した取り組みが浸透しており、外部に頼らなくとも自主的なサイト運営ができるようになりつつある。
また地域PRのための観光案内カードを作成。地域をはじめ東京でも配布した。従来の観光案内では手にとってもらうことも難しかったが、カードサイズにすることで多くの方が手にすることに成功。高いPR効果を得ることができた。

イベント時の赤駅にて

町村フェア

田川郡内6商工会の女性部が連携して地域をPRしていこうという本事業も3年目を迎えた。本事業の最大の特徴は6町村の商工会女性部が連携して地域の魅力を発掘し情報発信している点である。これにより自分たちの地域を主観的・客観的に見つめ直すことができ、観光客を引き込むには何が必要であるかを明確にすることができた。

復興支援イベント

田川郡の各町で数種類ずつデザインや色が違うカード。裏面は全て違う各町の観光地と案内HPへのQRコードを記載。

また、女性目線での観光ルートの紹介やPR方法を構築することにも成功している。消費や旅行の主導権が中高年層の女性にある現在、商工会女性部の連携は効果的な意見を育んだ。
ITを活用した情報発信も女性部で運営できる体制づくりが進んでおり、地域情報の更新も素早くできるようになりつつある。また、サイトのPRを推進するためにQRコードを入れた観光カードを作成。各町村のキャラクターを印象的にあしらった50種類の観光案内カードは、様々なイベントで大好評となり、1枚手渡すと全種類欲しいという要望が寄せられた。各町村で作っている既存の観光案内はなかなか手にとってもらえないが、今回制作したカードはうまくターゲットユーザーの心を捉えた。
コンパクトな観光案内とITを連動させた取り組みを今後も持続する。

香春町秋祭り

各町のキャラクターをプリントしたオリジナルTシャツ。

「全国町村会 町イチ!村イチ!2017」東京国際フォーラム

［女性部提案公募事業］

那珂川町商工会女性部

町から市へと変革する時期に那珂川の特産品を開発。

やまももわらび餅

目的

美味しく健康的に地域活性「やまももプロジェクト」。
平成30年10月市制施行。平成30年3月には「五ヶ山ダム」が完成予定。この大きな変革の機会に那珂川の魅力を強く発信していきたいと考えている。以前より那珂川町にはこれといった特産品がない･･･との声もある。そこで町の花木に指定されている「やまもも」を活用。女性部ならではのネットワークと行動力で、新しい特産品の開発を行い、都市部だけでなく那珂川全体の活性化を図りたいと考えている。

結果

「やまもも」の実の旬の時期は短い。そこで ①実のまま急速冷凍 ②ピューレにして冷凍 ③フリーズドライ の3つの方法で1次加工を行い、年間を通じて供給することが可能であることが確認できた。次に地域の事業者に呼びかけて「やまもも」を使った商品開発を実施、試作品は1月に発表を行い高い評価を得た。
この結果を受け、行政から商品提案を求められたり、「やまももプロジェクト」に参加したいという事業者が増えたりしている。また、やまもも農家の意識改革にも役立っている。

1年目試作、2年目町からの市政化を見据えた特産品開発と販路開拓、3年目商品開発と販路開拓、4年目商品ブラッシュアップ、5年目6次産業化への取り組みと5年計画のプロジェクトと位置づけているが、五ヶ山ダムに計画されている直売所の完成に合わせていくつかの商品を完成させることとなった。

①まず、町内での「やまもも」の生育状況を歩きとヒアリングで調査。女性部全員で実を収穫。
年間を通じて商品が供給できるように会員事業者に協力を呼びかけ、冷凍庫を確保した。
②「やまもも」をピューレ、粉末、フリーズドライなど1次加工の可能性を研究。「やまもも」は季節作物であり店頭に並ぶ時期はきわめて短い。そのため年間を通じた商品にならないため生産者も減少している。年間を通じて「やまもも」が供給できるようになれば商品化もスムーズであり収益の上がる農産品と位置づけることができる。また豊作不作の影響を回避することができるようになる。福岡県工業技術センター生物食品研究所の協力を得て、女性部が1次加工を行った。その上で、どの加工が最も使いやすいかを事業者にヒアリング。コスト面を考慮して次年度の加工方法を検討した。

やまももジャム入りレアチーズ大福（上）、やまもも饅頭（下）

（姉）　（弟）
8頭身バージョン

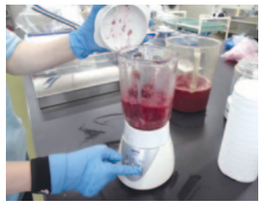
（姉）　（弟）
2頭身バージョン

那珂川町商工会女性部ならではのやまももキャラクターを検討中。

やまももマスコット化トリオ

（女の子）　（男の子）
クラシカルファッション

（女の子）　（男の子）
カジュアルファッション



福岡県工業技術センター生物食品研究所の協力で材料の一時加工を行っている。

③「やまももジャム」「やまももソフトクリーム」「やまももパン」「やまももドレッシング」「やまもも甘酒」等の試作品を作る。今まで作ったことのない全く新しい商品を作るのは事業者にとって負担が大きい。そこで、特に新商品を作るのではなく、既存商品に「やまもも」を加えるだけという簡単な商品開発に参加していただいた。手軽に参加できる上に、扱い商品のバリエーションが広がると好意的に協力していただけた。平成30年1月新年のつどい等で試作品を発表。女性には好評であった。

④「やまももプロジェクト」を告知するためのパンフレットを作製。より多くの方々に関心を持っていただき、女性部だけの活動ではなく町全体を巻き込んだ活動にしていきたい。パンフレットには試作品に協力してくれた事業者を紹介し、地域の事業者PRを行った。
特産品開発の課題は、どうやって商品をPRするかである。商品を多くの方に知っていただくための努力を早い段階から進めることとした。同時に「やまもも」の知名度も高める。

⑤「やまももプロジェクト」を告知するためのキャラクターを作成。「やまもも」や「新商品」は機会があるごとに様々なシーンで発表をしていきたいが、印象に残るようにキャラクター案を数案作り上げた。今後は、各方面の方の意見を集約して1案に絞り込みPR大使として活躍してもらう。
また、各事業者が作り上げた「やまもも商品」に関しては、イメージの連動を図るという意味合いでもパッケージのデザイン支援を行った。仮でもパッケージが存在することで、より具体的なイメージが醸成され、早期の商品化が期待されている。次年度のテーマとして原材料となる「やまもも」の価格を農家と調整、将来的には農家と事業者が直接連携できるようにしていきたい。

やまももも焼き菓子

やまももプロジェクトを紹介したパンフレット

やまももシフォンケーキ

やまももベーグル

那珂川町商工会「平成30年新年の集い」で、お披露目。

［参加者の声］パティスリーノア

やまもものあの綺麗な赤色を生かして那珂川らしいお菓子が作れたらいいなと思っています。やまももの価格が気になります。色々な材料が高騰しているので、できるだけ安く仕入れられるとありがたいですね。お客様にはできるだけリーズナブルにお届けしたいですから。

［参加者の声］甘味処つくし庵

那珂川町ならではの商品開発には、とても興味があります。やまももは色が美しく、独特の酸味があるので、和菓子にも洋菓子にも使えるのではないでしょうか。今までは、手に入れる機会がなかったので使えませんでしたが、一年を通じて手に入るのであれば、使ってみたいです。

太宰府市商工会

全国へ、世界へ販路を広げる。

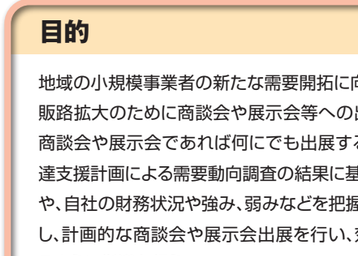
目的

地域の小規模事業者の新たな需要開拓に向け、全国や海外への販路拡大のために商談会や展示会等への出展を支援していく。商談会や展示会であれば何にでも出展するのではなく、経営発達支援計画による需要動向調査の結果に基づいた商品の見直しや、自社の財務状況や強み、弱みなどを把握した事業計画を作成し、計画的な商談会や展示会出展を行い、効果的な成果が出せるように指導を行う。
また、ITを活用した販売促進等の支援を行う。

結果

国内では「スーパーマーケットトレードショー」に4事業者、「中小企業テクノフェアin九州」に1事業者、「東京インターナショナルギフトショー」に1事業者が参加。海外ではドイツミュンヘンで開催された「ISPO MUNICH」に1事業者が参加した。国内の展示会出展においては4事業者が全国規模の物産展や商談会に出展。うち2社が大きな商談に結びついている。海外での展示会では、スケート靴用の靴ひもという新テーマが見つかり、ヨーロッパ企業のオファーに合わせて新商品の開発に取り組んでいる。

小規模事業者はオリジナルの商品・技術など優れた特徴を持っているところも多い。しかし、独自の販売ルートを持っていないことや、資金力が限られているため販売促進の道が開かれていないのが現状である。
平成25年度より筑紫管内の小規模事業者の販路拡大や売上拡大を図るために事業者間のマッチングを実施している。また、福岡県商工会連合会やその他の関連機関が行う商談会や展示会の情報提供を行っているが、商談会や展示会の内容を事前に検討して事業者と話し合ったり、商談後の細やかなフォロー活動等は商工会としてあまり行われてはいなかった。商談会も展示会も多種多様に開催されている。それぞれに特色があり、扱う商材も違えば集まるバイヤーも異なる。単に人が集まるからということで漠然と参加していても成果には結びつかないのが現状である。



東京インターナショナルギフトショー 2018

ISPO MUNICH 2018

そこで、事業者の特色を理解した商工会の指導員が、最適な商談会や展示会のコーディネートを行った。
国内では「スーパーマーケットトレードショー」、「中小企業テクノフェアin九州」、「東京インターナショナルギフトショー」。海外ではドイツミュンヘンで開催された「ISPO MUNICH」に参加した。出展にあたっては、「展示会出展セミナー」、「海外展開セミナー」を開催。指導員が事業者にあった展示会のセレクトから出展フォロー、アフターフォローを実施。
また、事前事後のPR活動を支援するために、
①IT活用セミナーやJimdo等を利用したホームページ作成支援、②スマートフォンを使っての販売促進やSNSの活用、③ニッポンセレクトドットコムへの出品推進、ネット通販などITを活用したセミナー

スーパーマーケットトレードショー 2018

を実施。コストをかけずに企業PRと全国や海外と結びつくための窓口を構築する支援を行った。
特に近年、海外展開についての相談件数が増加しており、海外展開を行う上での基礎作りを育むと共に国の海外展開に向けた支援策の周知にも務めている。
販路開拓を個々の事業者で実行することは、費用的にも、知識や人的にも不可能であるが、商工会と事業者が一体となることで実現した。
商工会としては、今後も継続して個別支援に取り組んでいく。

[参加者の声]Y.H.T.TRADING Company Ltd

靴紐の製造販売を行なっています。日本国内では拡大の余地がありませんが、欧州方面は未開拓という需要動向調査を踏まえ、和のデザインをモチーフとした靴紐を開発して、ドイツの展示会に出展しました。商工会が費用面や展示会でのサポート等も支援してくれ安心して出展できました。ドイツではスケート靴の紐が作れないかというオファーをいただきました。早速、試作品を作り、商談を進めています。スポーツ靴にファッショナブルな靴紐をというのは新しい試みだけにワクワクします。

みやま市商工会

地域産品を全国に売り込め。

目的

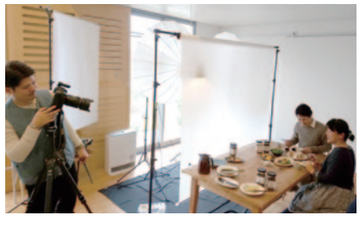
狭い商圏のビジネスモデルから広い視野を持ったビジネスモデルを構築することが、本事業の目的である。
そのために、商品自体の強化支援、展示会等への積極的な出展支援を継続的に行う。その際、単にデザイナーとのマッチングや展示会・商談会の紹介を行うのではなく、営業基盤の強化を図りながら、綿密な事業計画の策定を伴走型支援として商工会指導員が事業者と一体となって行うものとする。その上で、事業者の自立を促していく。

結果

独自の商品を開発する事業者向けに、グループによる商品向上ワークショップ形式で支援を実施。現在ワークショップには食品卸業・食品製造業を中心に10事業所が参加している。ワークショップ形式にすることで、事業者同志で競争や協力が生まれ、情報交換や開発も活性化されている。また、地域でデザイナーとの関わりを持つことで地域性を訴求し、デザインの魅力を向上させることができ、地域産品としての特色を醸成することに成功、販売している事業所の特徴や地域性が発信できるようになりつつある。

本事業で行った支援は大きく二つ。その一つが商品強化支援。販路開拓のために、いかに商品を魅力的に見せるかということ。専門家派遣による商品のブラッシュアップ、講習会でのパッケージデザイン改良等である。支援対象は、独自の商品を開発し経営計画策定支援を受けている事業者で、デザイナー等専門家と協力した商品の改善の取組みを長期的な視野で行えるところとした。
パッケージなどの商品ブラッシュアップに加え、特徴を効果的にPRできるように、フードコーディネーター・デザイナーを加え、都市部でも受け入れられるイメージづくりを強化した。また、みやま市を中心に活動しているデザイナーの「デザイン相談会」を実施することで、事業者とデザイナーが密にコミュニケーションをとることができ、オリジナルデザインの開発を目指すことが容易となった。
支援策の2本目の柱が商談会・展示会への出展支援である。ここでは、商品の改良支援を受けられた事業者を対象としている。

デザインだけで商品が売れるわけではない。商品化のプロセスと並行して、事業計画策定も併せて行った。販売ターゲットを定めた後にマーケティング会社等と連携し、モニタリング調査を企画した。その結果をフィードバックして、商品のブラッシュアップにも役立てる。これによって、独りよがりにならない商品開発を実施、ターゲットユーザーにきちんとメッセージが届く、商品特徴・デザイン・PR手法を三位一体で構築し、その上で商品に合った展示会や商談会に出展することとした。
また、展示会や商談会に出展する上で必須項目となっているのが自社商品を説明するウェブサイトである。サイトでより詳しく商品説明をすることで、展示会や商談会で興味を持ったバイヤーとのフォローを行っている。
現在、自社商品をPRするウェブサイトの多くがウェブサイトの制作会社に委託されたままで、事業者が積極的に参加していないため更新が滞り、サイトに人を誘導する工夫がない状況である。
今後、みやま市との共同事業である「みやま魅力発信事業・ふるさと名物づくり部門」内のブランド事業を利用し、「みやまブランド育成事業」を立ち上げ、発表の場を設けることで、商品の改良と新規開発を促進する。



[参加者の声]

地域外に販路を広げることはとても不安でした。だから商工会からの全国的な展示会への出展支援はとても助かりました。一番大きかったのは出展費用の支援ですが、出展の申し込みなどの事務手続きが煩雑で、指導員さんの支援のおかげで初めての出展にこぎつけました。今後は「みやまブランド」に参加する仲間を増やして、相乗効果で地域ブランドを支えていけるようになればいいなあと思っています。

水巻町商工会

地域性を生かしたマッチング事業。

目的

B to Bのマッチング事業を実施。本事業の目的は、これまで商談会などに参加したことのない事業者に販路拡大とビジネスチャンスを地元で与えようという点にある。また、近隣の事業者同士がお互いを知ることでビジネスチャンスを広げてもらおうという地域活性の目的もある。商談をすることによって、自社の特徴や長所を客観的に見つめ、どのようにアピールすれば良いかを認識することができる。その上で、他社からどのように見えているかを知ることができ、商品開発やサービス、PRの向上が図れる。

結果

初めて商談会に参加するという事業者ばかりが集まり、当初の目的を達成することができた。また、身近に優れた技術、サービス、商品があることがわかり、地域内でのネットワーク構築にも役に立った。最も好ましかったのは、一方が一方を評価するという商談会が多い中、同じ立場で商談ができたことである。その成果としてマッチングできた件数が8件も生まれた。
それぞれの事業者はプレゼンテーションの勉強にもなり、より大規模な商談会へ挑戦する意欲を見せている。

市や県単位、または九州や全国といった広範囲でのビジネスマッチング事業というのは商工会連合会を始めとし、様々な関連機関で行われている。しかし、本事業のように水巻町とその周辺に限った狭いエリアでの事業者同士のマッチングは、あまり類がなく新しい取り組みと言える。事実、水巻町でマッチング商談会など開催しても人は集まらないし、成果も出ないという意見も出ていた。
商工会エリアには、店舗運営を1人でやりくりしている会員事業者も多く、1日も店を閉められないという事業所もある。また、一度も商談会に参加したことのない事業者にとっては、参加自体が高い

ハードルである。さらに、遠距離の相手とビジネスなど不安でしかない。こうした点をクリアするために商工会エリアでの商談会を実施した。商工会指導員が経営内容を知っている事業者同士でのマッチングであるため、プレゼンテーションのやり方を含めた事前指導からマッチング後のアフターフォローまで事業者に寄り添った支援ができる。商工会の伴走型支援の存在がこの商談会の信頼性を高め、高い成約率を示している。
告知には遠賀三町の商工会を始め北九州商工会議所、中間商工会議所、鞍手町商工会、若宮

商工会、宗像市商工会等が協力してくれた。おかげで当初は参加事業者数が危惧されたが、締め切り後も商談申込みがやまない状態となった。
この事業は、他エリアの商工会議所や商工会との交流を育むことができ、次年度以降の商談会への広がりを期待させる結果も得られた。
今回は日曜日、1日だけの開催となったが、次年度以降は曜日と年複数回開催の検討。また商談会の告知方法やチラシの枚数、エントリー期間の検討など課題をクリアし、継続的な取り組みとしていくことになっている。

エントリー企業	相手企業	希望する商談内容	不	難	検討	可	実施
㈱福井建設	警備業	工事現場の専門交通誘導員として使って頂きたい					
みのり屋	観光バス業	企画のセッションしたい			○		
遠賀とうふ工房	飲食業	販売商品として使って頂きたい					○
	食品卸業	弊社の柚子胡椒を冷奴、湯豆腐などと組み合せて提案			○		
	インターネット販売業	弊社運営の朝ごはん本舗での仕入について				○	
奈行警備	建設業	交通誘導員として使用したい					
㈲小川製菓	贈答品販売業	商品として		○			
㈲夢工房	養魚業	新規取引先を探している				○	
	警備業	イベント時の交通誘導に使って頂きたい				○	
	食品製造・販売業	販売商品として使って頂きたい					○
	食品製造・販売業	自社製造の饅頭の店頭販売を検討頂きたい					○
	食品卸業	弊社の柚子胡椒や他の商品を店舗で置いて頂きたい					○
	食品製造・販売業	商品を店舗で置いて頂きたい	○				
	商品製造・販売業	乾し椎茸及び関連商品を店舗にて取り扱って頂きたい					○
アイム電気工業㈱	製造業	金型					

[参加者の声]（有）夢工房

最初は相手から何を言われるのか不安で会いたくなかった。でも実際参加してみると、とても気楽に話せて、地元に良いものがたくさんあることがわかってよかった。

[参加者の声]遠賀とうふ工房

地元で開催だから安心できました。自己PRのやり方なども指導員さんが教えてくれたのでやれました。面談相手から色々教えていただき勉強にもなりました。

飯塚市商工会

通販サイトを活用した販路開拓。

目的

ネット通販に興味があるものの、中小零細では自社に最適なサイトを構築するための知識がない。サイトの立ち上げを始め、費用、運用、効果面など様々な不安がありネットの活用が思うように進まないのが現状である。
飯塚市商工会では「福岡よかもん市場」内に「いいづかよかもん市場」をオープン。飯塚市内の商工業者にネットを使ったPR方法や商品開発、見せ方などの支援を行いながら各事業者の自立した販路開拓を促していく。

結果

商工会の支援を受けることで、これまで興味があっても参加することができなかったネット通販への出店ハードルが格段に下がった。各事業者ともネットならではのPR方法をしっかりと勉強することができ、魅力あるネットショップを構築。通販に適した商品開発にも着手することができた。
また、フリーペーパーを活用して筑豊エリア、北九州、福岡市に「いいづかよかもん市場」を継続的にPR。サイトの認知度を上げることに成功している。

継続的なPRが功を奏し、サイトの認知度が上がり、新規顧客が確実に増えている。
経営発達支援計画の需要調査事業で、本事業とは別に実施した「高齢者のお買物に関するアンケート」で高齢者が意外なほどインターネットを活用しており、ネット通販にも積極的であるというデータが得られている。地域の商店が減少する中、高齢者がクルマを利用しなければ日用品を入手するのにも苦労している現状がある。広域をターゲットとしたネット通販は当たり前ではあるが、地域密着型のネットショップも今後十分ニーズが高まっていくことが予測できる。地域の商工業者ならではの地の利を生かした、高齢者の日常生活を支えるようなネット通販も検討している。このことは、特別な商品がなくともネット通販に参加できることを示しており、小売・サービス業の事業者だけではなく、運輸や建築土木の企業にまで出店事業者の裾野を広げることが可能である。
現在、サイトの運営は補助金を活用し、ホームページ制作会社に委託されているため、参加事業者の負担が軽減されている。今後補助金がなくなった場合のサイト運営のコスト面が最大の課題となっている。目標としては、ネットショップで十分な売り上げを確保し、運営資金を確保することである。同時に効果的なサイトであることを広くアピールし、多くの参加事業者を募ることである。参加事業者が増えることで、個店あたりの費用負担が軽減されるだけでなく、コンテンツの充実により魅力的なサイトにしていくことができる。次年度以降、自立のための伴走型支援を継続する。

「リビング福岡」に掲載した広告

「北九州Nasse」に掲載した広告

[参加者の声]お食事処 ほとめく

お店に来てくださるお客様以外にも、幅広くPRできる方法はないかなと思っていたので、手軽にネットショップが開設できるのは助かりました!初期費用もかからず、安心してスタートできるのも良かったです。これから活用していきます!

[参加者の声]jun café　居酒屋 純

爆発的人気の骨なし豚足“トン・パリ・ピーポー”は、豚足10キロに対して20枚しか作れない逸品。筑豊の新たな名物になることを願い、全国の方に知ってもらいたくて登録しました。気軽に始められて、操作も簡単!これから全国にどんどんPRしていこうと思います。

[参加者の声]菓子工房 プチフール

当店が出品しているスティックケーキは、星野村原産の抹茶味をはじめ、ゆず、フルーツ、紅茶など、良質な素材にこだわった一品です。ご家庭のお茶菓子から贈り物まで、“よかもん市場”を通して、自慢の味をより多くの方々に楽しんでもらえたら嬉しいです。

[参加者の声]くにまる酒店

竜王山の麓、舎利蔵の山間地で自然水だけで育った酒米で醸した純米吟醸酒『舎利蔵（しゃりくら）』。さらりとした飲み口でとっても美味しいこの地元産日本酒がネットショップをキッカケにより多くの方々に楽しんでいただけたら嬉しいです。当店では鹿児島産の珍しい芋焼酎なども多数取り揃えていますので、ぜひお店にも遊びに来てくださいね!