

経営発達支援計画の概要

実施者名	長崎南商工会（法人番号 1310005002133） 長崎市（地方公共団体コード 422011）
実施期間	令和 8 年 4 月 1 日～令和 1 3 年 3 月 3 1 日
目標	<p>①地域資源とデジタルを活用した地域の競争力強化</p> <ul style="list-style-type: none"> i) 地域資源を活用した産業振興 地域資源を活用したビジネスの創出や地元製品のブランド化を支援する。 ii) デジタル化と新技術導入の支援 デジタル技術の活用による業務効率化や競争力強化を支援する。 iii) 当地域での観光消費額増加を図る面的支援 地域団体等のネットワークを活用した面的支援を行う。 <p>②新たな取組みを行う事業者の創出及び経営力の向上</p> <ul style="list-style-type: none"> i) 事業者の経営力強化 事業者や創業予定者、事業承継予定者の事業計画の策定・実施を支援する。 ii) デジタル化と新技術導入、新事業展開支援 事業者のデジタル化を促進し、新技術導入や新事業展開を支援する。 <p>③創業・副業支援及び事業承継支援による地域経済主体の維持拡大</p> <ul style="list-style-type: none"> i) 創業・副業支援の推進 セミナーの実施、創業計画の策定支援により創業・副業を推進する。 ii) 事業承継支援 事業承継計画の策定支援や第三者承継に関する情報提供を行う。
事業内容	<p>3. 地域の経済動向調査に関すること ビッグデータや管内の景気動向等を収集・調査・分析し、事業者等に周知するとともに、事業計画策定に活用する。</p> <p>4. 需要動向調査に関すること 魅力ある商品や飲食メニューを開発・改良するため、展示商談会やイベントでのアンケートを実施する。</p> <p>5. 経営状況の分析に関すること 財務分析ツールによる定量分析やSWOT分析等による定性分析を実施し、事業計画策定支援につなげる。</p> <p>6. 事業計画策定支援に関すること 事業者が本質的課題を認識、納得した上で、当事者意識を持って課題に取り組める計画の策定支援を行う。</p> <p>7. 事業計画策定後の実施支援に関すること 定期的、継続的なフォローアップを行い、計画の進捗を確認する。</p> <p>8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること 展示会等への出展により新たな需要開拓を支援する。</p>
連絡先	<p>●長崎南商工会 経営支援課 〒851-0403 長崎県長崎市布巻町 8 8 番地 1 TEL : 095-892-0078 FAX : 095-892-0120 E-mail : nagasakiminami@shokokai-nagasaki.or.jp</p> <p>●長崎市 経済産業部 商業振興課 〒850-8685 長崎県長崎市魚の町 4 番 1 号 1 4 階 TEL : 095-829-1150 FAX : 095-829-1151 E-mail : shogyo@city.nagasaki.lg.jp</p>

(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

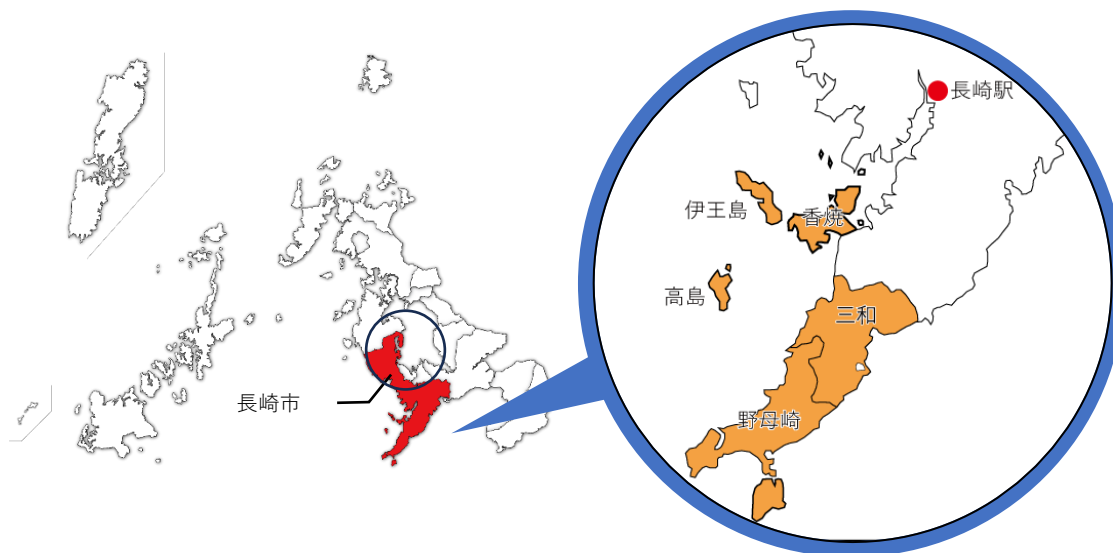
① 地域の特徴

[立地]

当地区は、長崎市の南部「長崎半島」に位置し、面積50.78km²で、平成17年1月に西彼杵郡三和町・野母崎町・香焼町・伊王島町・高島町の旧五町が長崎市と合併して誕生した地区である。

離島である伊王島には、平成23年に伊王島大橋が開通し陸路での移動が可能であるが、同じく離島である高島へは船での移動が必要である。

商工会も、この旧五町の地区にそれぞれ存在したものが平成19年4月1日に合併して「長崎南商工会」として発足した。長崎市内には、中心部に長崎商工会議所、東部に東長崎商工会、北部に長崎市北部商工会が併設されている。



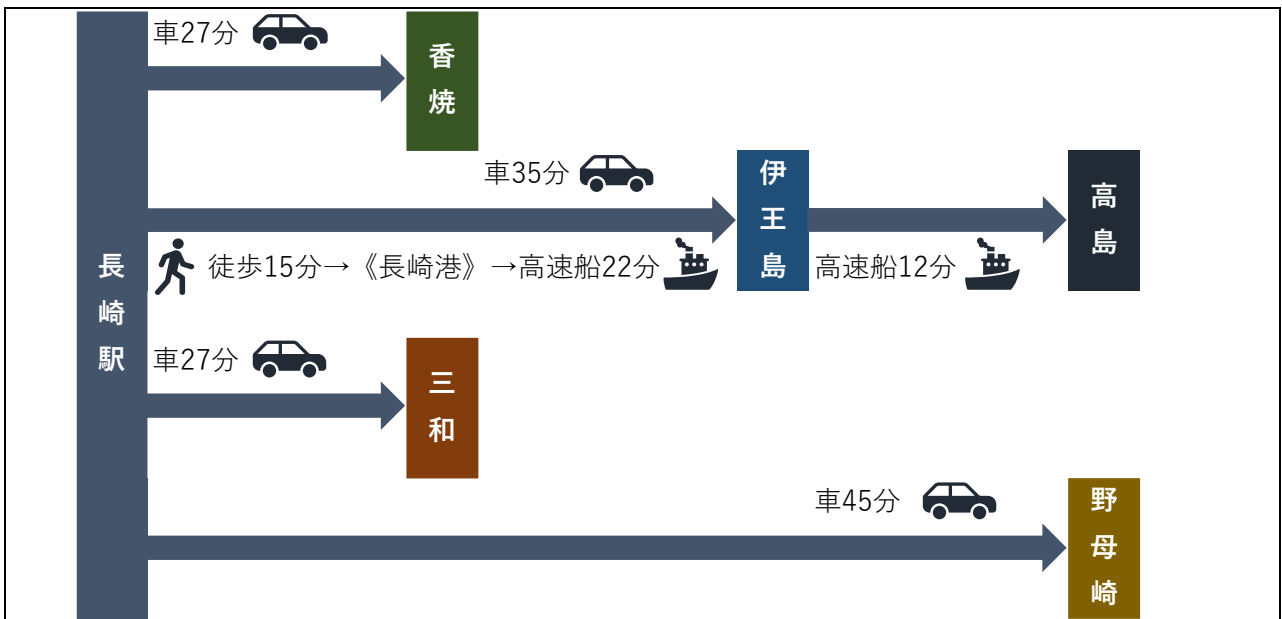
[交通アクセス]

当地区へのアクセスは、長崎駅より車で香焼まで27分、伊王島まで35分、三和まで27分、野母崎まで45分、最南端の野母崎樺島町までは55分程度である。

伊王島・高島へは長崎港から一日8往復の船便があり伊王島まで22分、高島まで35分を要する(下図参照)。

長崎市中心市街からの陸路アクセスは、道路状況も良く比較的良好といえる。しかし、公共交通機関はバスに限られており、そのバスも慢性的な乗務員不足等により年々減便が続いており、自家用車以外でのアクセスは良いとは言えない状況にある。

域内は長崎市が運営するコミュニティバスが運行しており、地元住民の足となっている。



[人口]

当地区は、若年層の人口流出に伴い、過疎化・高齢化も他地域同様、急速に進んでいる。表1にあるとおり、人口はこの10年で19.11%減少(長崎市全体では10.61%減)しており、地区によっては42.89%減少している地区(高島)もある。高齢化率についても、表2のとおり48.3%と長崎市全体の34.7%を大幅に上回っており、3地区で50%を超えている。

下表1のとおり、平成27年3月末と令和7年3月の比較では、どの地区においても人口減少が進んでいる。人口減少が著しい高島地区では、住民票はそのままに地区外の家族のもとや福祉施設に身を寄せる高齢者も多いと言われており、実際の人口はこの統計値よりも少ないものと考えられる。

このため、製造業や飲食業、福祉関連で労働力の確保難を訴える事業者が多い。本会としても、働き方改革の推進や、外国人技能実習生の受け入れを支援するとともに、DX化の推進による業務効率化を支援していく必要がある。

表1. 世帯数・人口推移

地区等	項目	平成27年 3月末	平成29年 3月末	平成31年 3月末	令和3年 3月末	令和5年 3月末	令和7年 3月末	増加率 平27→令7
香 焼	世帯数	1,841	1,915	1,834	1,716	1,634	1,612	-12.44%
	人 口	3,839	3,718	3,547	3,326	3,113	2,939	-23.44%
伊王島	世帯数	440	433	416	431	436	399	-9.32%
	人 口	720	699	671	668	643	579	-19.58%
高 島	世帯数	291	261	251	226	201	170	-41.58%
	人 口	415	375	369	333	291	237	-42.89%
三 和	世帯数	4,829	4,895	4,869	4,866	4,849	4,780	-1.01%
	人 口	10,498	10,253	10,042	9,747	9,482	9,125	-13.08%
野母崎	世帯数	2,866	2,748	2,713	2,653	2,594	2,513	-12.32%
	人 口	5,698	5,296	5,089	4,792	4,526	4,244	-25.52%
南部地 区全体	世帯数	10,267	10,252	10,083	9,892	9,714	9,474	-7.72%
	人 口	21,170	20,341	19,718	18,866	18,055	17,124	-19.11%
長崎市 全 体	世帯数	207,566	209,035	207,444	206,213	205,395	205,139	-1.17%
	人 口	434,332	426,631	418,998	409,158	398,747	388,261	-10.61%

※出典 長崎市オープンデータカタログサイト 町別人口・世帯数

表2. 高齢化率推移

地区等	平成26年12月末			令和6年12月末			高齢化率増減 平26→令6
	0～14歳	15～64歳	65歳以上	0～14歳	15～64歳	65歳以上	
香焼	12.3	55.7	31.9	8.2	46.5	45.2	13.3pt
伊王島	5.2	42.0	52.8	3.4	41.8	54.9	2.1pt
高島	4.7	42.2	53.1	7.6	41.8	50.6	-2.5pt
三和	9.9	58.1	32.0	8.9	45.5	45.6	13.6pt
野母崎	6.3	50.7	43.0	5.2	39.3	55.4	12.4pt
南部地区全体	9.1	54.8	36.1	7.7	44.0	48.3	12.2pt
長崎市全体	12.1	59.9	27.9	10.8	54.5	34.7	6.8pt

※出典 長崎市ホームページ 町別5歳別人口（各年末・住民基本台帳）

②地域産業の現状分析

当地域では「軍艦島」に象徴されるように、かつては全国でも有数の産炭地域として賑わっていた。また、三菱重工業(株)長崎造船所の企業城下町であったこともあり、今日も下請け・孫請けの船舶造修業を営む事業所・労働者が多く存在しているのが特徴である。

当地区の業種別商工業者数の推移は、世帯数・人口減少を主な原因として減少しており、特にコロナ禍以降、商工業者数の減少スピードも高まっている。また、それに輪をかけて小規模事業者数が減少しており、事業主の高齢化・後継者不在等によりこの傾向は続くと思われる（表3）。また、長崎南商工会の会員数も同様に減少傾向を示している（表4）。

表3. 業種別商工業者数の推移

	H27.4	H28.4	H29.4	H30.4	H31.4	R2.4	R3.4	R4.4	R5.4	R6.4	R7.4
建設業	205	207	206	208	204	121	185	183	176	173	173
製造業	120	123	119	120	124	101	131	122	128	127	125
卸売業	21	20	19	20	18	14	13	12	12	12	12
小売業	172	169	165	164	158	154	131	129	125	123	122
飲食店・宿泊業	60	60	64	65	63	56	51	52	54	53	55
サービス業	158	160	164	162	160	233	162	149	155	159	162
その他	57	57	59	56	62	63	64	52	53	54	56
商工業者数	793	796	796	795	789	742	737	699	703	701	705
小規模事業者数	774	774	774	774	774	544	614	544	544	544	544

※出展 商工会実態調査（小規模事業者数は平成18年事業所統計・平成28年経済センサス・独自調査）

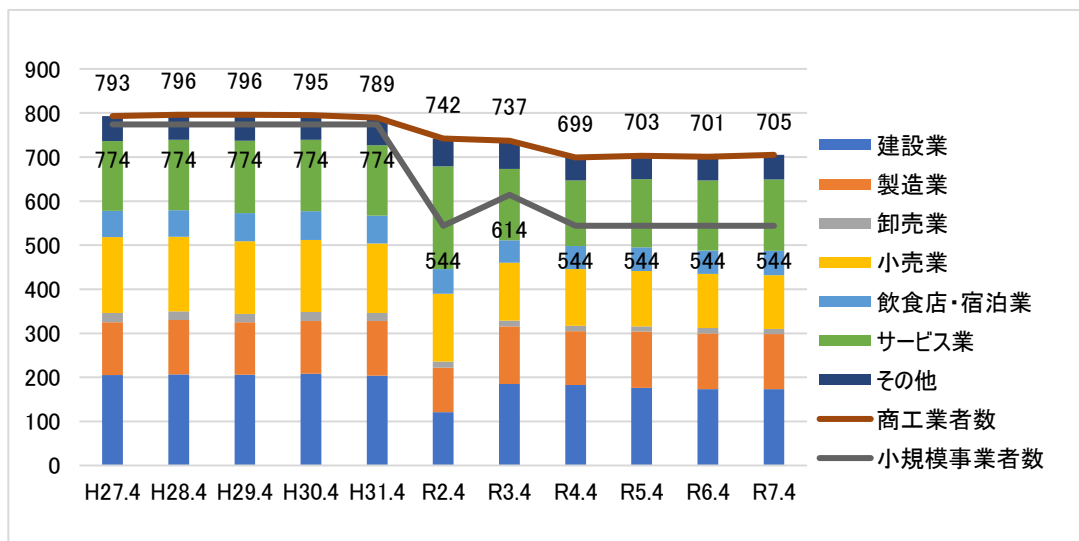


表 4. 長崎南商工会 地区別会員数推移

地区	H27. 3	H28. 3	H29. 3	H30. 3	H31. 3	R2. 3	R3. 3	R4. 3	R5. 3	R6. 3	R7. 3	増加率 (H27→R7)
香 焼	92	94	92	93	91	87	90	86	84	82	80	-13.0%
伊王島	28	28	28	26	25	21	21	20	20	20	23	-17.9%
高 島	15	12	12	12	12	12	12	13	13	12	12	-20.0%
三 和	159	163	158	156	159	157	158	164	160	164	159	0.0%
野母崎	176	172	166	162	154	151	149	143	143	135	131	-25.6%
合計	470	469	456	449	441	428	430	426	420	413	405	-14.0%

この減少傾向に歯止めをかけ、地域の活力を維持していくためには、従来の創業・事業承継支援とあわせ、時代に沿った多様な働き方（副業・兼業）を促進し、新たな事業主体の創出が必要となると考えている。

●農業・漁業

農産物ではびわや高島トマトが有名で、長崎県を代表する農産物として日本全国に出荷されている。当地区の基幹産業である漁業では、様々な種類の魚類が水揚げされ、長崎市中心部や関西・関東方面に出荷されている。特に、伊勢エビ、ミズイカ、アジは有名である。

その他、マダイ、サバ、イワシ、レンコダイ、アマダイ、イトヨリ、タチウオなど多種多様な魚介類が水揚げされ、農産物のびわ、トマトと合わせて、当地区の地域資源となっている。

農業・漁業の景況は、漁獲量や出荷量の変動により安定した経営が難しいため、新規に農業や漁業就業を希望する者が少なく、高齢化・後継者不足等の問題から衰退してきている。また近年、自然災害や害獣被害・磯焼け等の影響も加わり、収穫量・漁獲量は減少傾向にある。

この現状を打破するためにも、地域資源を活用した付加価値の高い商品開発等を支援し、地域経済の活性化を図る必要がある。

●製造業

三菱重工業(株)長崎造船所の下請け・孫請けの船舶造修業の企業が多く存在するが、ほとんどは小規模事業者である。

三菱重工業(株)は、令和4年に長崎造船所香焼工場を長崎県西海市の(株)大島造船所に引き渡した。このことにより、企業城下町としての機能も低下し、地場の関連企業も厳しい経営状況下にある。中には、当地区に拠点置きながら、長崎県外に従業員を派遣する事業者や技術を活かして建築塗装など異なる分野に進出する事業者も出てきている。

本会においても、各種施策等を活用し、新分野進出のための設備投資等の支援を行っており、引き続き支援を続けていく。

長崎県の伝統工芸品・手打ち刃物である「蚊焼包丁」が有名で、水産資源を活かした「塩干物」「水産練り製品」の生産も盛んである。しかしながら、このような製造業においても、需要の減少と後継者不足の問題から存続が危ぶまれている企業も多い。伝統的な産業を守るため、重点支援先として販路開拓の支援や事業承継・技術の承継等を見越した支援を行っていく。

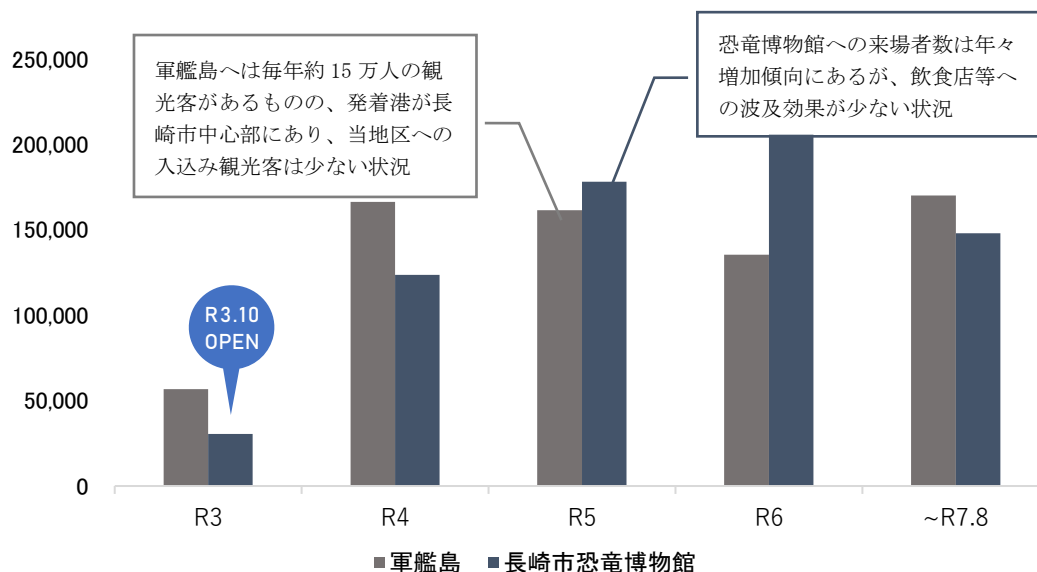
●観光業

当地区は観光資源に恵まれ、世界文化遺産である「軍艦島」・「日本最初の洋式炭坑の坑口である北溪井坑跡」や、国指定登録有形文化財の「伊王島教会」、長崎県で唯一環境省の「かおり風景100選」に選ばれている「水仙の里公園」があり、関連イベント等の開催期には多くの観光客で賑わっている。

長崎市資料によると軍艦島クルーズの観光客は、毎年15万人前後の利用者があるものの、クルーズ船の発着港は長崎市中心部が主で当地区への入込みは少ない。

令和3年10月には当地区で発見された恐竜の化石に関連した施設「長崎のもぎき恐竜パー

ク」がオープンし、当地区へ訪れる観光客は増加している。しかし、飲食店等への波及効果は少なく、地域経済の活性化には至っていない状況にある。



●小売業

小売業者のほとんどが小規模事業者で、事業主の高齢化が進み、後継者がいない状況の中、長崎市中心部の商業施設やロードサイドの大型店、通信販売業者との競合により大変厳しい経営を強いられている。また、地区内人口減少により消費そのものが落ち込んでおり、ここ10年でも50社程度減少しており、最も減少している業種である。

前述のとおり、長崎市中心市街へは車で30分～40分程度で行くことができるため、日常の買い物を地域外にて行うことも多く、地域外への消費流出が大きな課題となっている。

地元小売店舗は、地域住民、特に高齢者にとっては、食料品や日用品を調達する日々の暮らしに欠かせない存在である。長崎市や事業承継・引継ぎ支援センター等との連携をさらに深め、創業や事業承継の支援を行い地域課題の解決につなげていく。

●飲食・宿泊・サービス業

生活関連サービス業においては、10年間で事業者数はほぼ変わらない状況であるものの、小売業同様地区内人口減少等により売上は減少傾向にある。

飲食店についても全体的な状況は厳しいものの、ロケーションを活かした新規出店も年に1～2件程度あり、魅力ある店舗では地区内外からの来客で賑わっている。

前述のとおり、観光資源が豊富な当地にあって、その恩恵をうまく取り込めていない。「伊王島豊漁祭」、「のもぎきタコまつり」、「のもぎき伊勢エビまつり」、「のもぎき水仙まつり」などイベント等開催時には一定の来客はあるものの、年間を通じた集客には至っておらず、各種地域イベント等やSNS等を活用した自店舗の認知を獲得し、リピートして活用されるための取り組みが必要である。

【長崎市第五次総合計画（計画期間：令和4年度～令和12年度）】

長崎市第五次総合計画では、第四次総合計画と同様に「個性輝く世界都市」「希望あふれる人間都市」をめざす都市像として掲げることとしている。また、その実現に向けたまちづくりの基本姿勢についても、第四次総合計画と同様に「つながりと創造で新しい長崎へ」をまちづくりの基本姿勢として掲げることとしている。

a. 商工業の振興に関すること

まちづくりの方針：私たちは「人や企業に選ばれ、産業が進化し続けるまち」をめざします

<基本施策>

- 地場事業者の成長を支援します
- 人や企業を呼び込み、新たな事業を創出して、産業を強くします
- 次世代につながる農林業を育てます
- 水産業を環境変化に強く活気のある持続可能な産業にします
- 地元農水産物の消費を拡大します

<成果目標>

成果指標	基準値	目標値
市内製造業の付加価値額〔暦年〕	2,088億円 (令和2年)	2,088億円 (令和7年)
法人市民税法人税割を課税された法人数	4,091社 (平28～令2年度平均)	4,091社 (令和7年度)
旅行消費額(飲食費・土産代)の1人当たり単価〔暦年〕	12,453円 (令和元年)	13,325円 (令和7年)
企業誘致に伴う新規雇用者数〔累計〕	291人 (令和2年度)	1,791人 (令和7年度)
地場企業等と県外企業等との協業による新規事業創出に係る実証事業の実施件数〔累計〕	1件 (令和2年度)	11件 (令和7年度)

b. 観光の振興に関すること

まちづくりの方針：私たちは「独自の歴史・文化を活かし、多様な交流と満足を生み出すまち」をめざします

<基本施策>

- 地域の個性を守り、活かし、伝えます
- 交流のための都市機能を高め、賑わいを創出し、観光まちづくりを進めます
- 国際性を豊かにします

<成果目標>

成果指標	基準値	目標値
旅行消費額〔暦年〕	1,492億円(令和元年)	1,604億円(令和7年)
MICE消費額〔暦年〕	56億円(令和元年)	194億円(令和7年)
訪問客の満足度	91.9%(令和元年度)	94.0%(令和7年度)
事業者の満足度	33.3%(令和3年度)	40.0%(令和7年度)
市民の満足度	70.5%(令和2年度)	80.0%(令和7年度)

【長崎市地域産業活性化計画(長崎南商工会地域)】

長崎県は、県内各地域において、特に注力する分野を設定し、地域の強みも活かしながら、事業者が販路拡大や付加価値向上を図ることにより、域外需要を獲得し、持続的発展を遂げるための支援策を記載した「地域産業活性化計画」の策定を支援している。

本会においても、長崎市(長崎南商工会地域)の特性を活かした中小企業の生産性及び付加価値向上のために、長崎県と目標を共有し、本会が中心となり、長崎県、長崎市、支援機関及び金融機関等と連携して中小企業を支援する「地域産業活性化計画」を策定し、推進していく。

●注力する分野と目標は下表のとおり。

注力する分野	食品製造業、飲食業
成果目標	①地域資源を活用した食（加工食品の販売、料理提供）によって外貨を獲得する ②長崎市への観光客を取り込む
目標項目	目標値
売上高前年比3%以上増加 （うち10%以上増加）	10社 （2社）

※「地域産業活性化計画」は中小企業を対象としており、本計画（経営発達支援計画）とは支援対象等が一部異なる別の計画ではあるが、商工会の支援上、関連する部分が大きいため記載している。

③課題

[ヒトの面]

総務省が公表した令和5年の日本人の人口移動報告によると、長崎市は転出者数が転入者数を上回る「転出超過」が2,348人となり、全国の市区町村別ではワースト3位となっている。また、令和5年長崎県移動人口調査結果によると、令和5年転出超過4,052人中2,961人が20代であり、「県内に希望する業種・職種がない」、「知識や技能を活かしたい」などの背景があるとされている。

これら要因による人口減少（人手不足）は当地区における重大な課題のひとつである。

また、人口減少・高齢化が急速に進み、地区内の消費規模が縮小してきていることや、地域の魅力や経済活動を維持発展させるための地域経済の担い手（創業・事業承継）不足も、ヒトの面での課題といえる。

[モノ（産業）の面]

長崎市は九州西端に位置し、東京・大阪などの大都市や生産拠点から遠く、輸送コストが割高になる。また、山に囲まれ斜面地が多く、平地が少ないこと、工業用水源がないこともあり、企業立地が進んでいない。このことから、大手メーカー等の企業誘致を前提とすることなく、当地区で活躍し積極的に新たな取組みを計画する小規模事業者の新事業展開への支援を重点的に行い、新たな産業・新たな雇用を生み出し、需要の開拓や生産年齢人口の流出に歯止めをかける必要がある。

また、観光資源には恵まれているものの、観光資源を活用したイベントによる経済効果は一部にとどまっているため、当地区の地域資源（観光・食材等）を活かした商品開発や外貨獲得の取組みが必要である。

[カネ（所得・支出等）の面] 他

地区内住民の消費は、長崎市内中心部やロードサイドの大型店に消費が流出しているため、防止策が必要である。また、人口減少、高齢化により地区内での消費は減少傾向であるため、地区外からの流入策も必要である。域外からの消費の受け皿となる業種（飲食業等）の支援により、地域内経済規模の維持拡大を行っていく必要がある。

（2）小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

以上の内容を受け、当会は長崎市の計画・取組みとの整合性を図るとともに、地域の課題、小規模事業者の経営課題を鑑み、これからの10年程度の期間を見据えた長期的な振興のあり方を次のとおりとする。

①本計画による長期的な振興のあり方

1. 令和4年に経験した、三菱重工業(株)長崎造船所香焼工場の撤退に伴う地区内の関連企業の経営状況の悪化等、数年に一度の大きな地域経済状況(環境)の変化に見舞われる際に、変化の予兆を捉え、事業者自らが対応できる自走化された事業者の創出を行なえるよう支援施策を組み、地域経済の振興を図っていく。

《10年後のあるべき姿》

- 事業者が自ら経営の革新を行い、産業構造の転換、発展が実現されていること
 - 事業者の経営リテラシーを高め、自社の経営分析を行い、経営課題を見極め、事業計画を立て、事業拡大し、収益向上力を行っていること
 - 経営者との対話と傾聴を実践し、事業者の自己変革力と自走化を促すことで、効率的・効果的な事業形態が実現され、顧客満足度を高めていること
 - デジタル化等技術革新や、制度改正等へいち早く対応した生産性の高い経営を行うこと
- 《理由》近時にて、地域経済環境の大きな変化を経験し大きな混乱を招いた。今後も同様の環境変化に見舞われる可能性があり、地域の小規模事業者が生き残り、持続的発展を行うためには、その対応力・自己変革力が必要不可欠であるため。

「対話」と「傾聴」の実践について

■「対話」とは？

一方的に伝えるのではなく、互いに理解し合うことを目的としたコミュニケーション。

＜対話のポイント＞

- ・相手の言葉の奥にある「意図」を聞き取りに行く
- ・自分の考えも率直に、しかし押しつけず共有する
- ・すぐに結論を求めない
- ・お互いに気づきを得ることで、より良い判断につながる

■「傾聴」とは？

相手の話を“評価せず” “遮らず” “深く理解する姿勢”で聞くこと。

＜傾聴のポイント＞

- ・相手の話を遮らない
- ・判断や否定を急がない
- ・表情・姿勢で「聞く姿勢」を示す
- ・要点を言い換えて理解を確認する
- ・感情にも寄り添う

2. 地域の伝統的な産業の技術・事業の継承を支援し、街の歴史と文化と伝統を守る。また、時代に沿った多様な働き方(副業・兼業)を促進し、地域の活力の維持・拡大を図る。

《10年後のあるべき姿》

- 円滑な事業承継を実施し、地域産業の振興に寄与していること
- 創業支援をはじめ、多様な働き方(副業・兼業)への対応を強化し、地域経済主体の維持・拡大を行っていること
- 創業者等より新たな基幹産業が創発され、伝統的な産業と共に、未来の新しい街へと変革されていること

《理由》地域の強み(伝統・技術)を活かす取組みが地域経済発展には有効であるため。また地域の活力の維持・拡大には、その主体となる小規模事業者の創出・育成・維持が不可欠であり、新たな働き方を推進することで、新たなプレイヤーを創出することが可能となるため。

3. 外貨を獲得し、その恩恵を地域全体へ循環させ、地域内経済規模を増大させ、地域経済の活性化を図る。

《10年後のあるべき姿》

- 当地域の観光施設・資源や地域イベント等で交流人口の増加を図り、その経済効果が地域小規模事業者へも行き渡るよう、個者の商品・サービス・店舗等の魅力向上、プロモーション支援など個社での取組みの他、事業者間の連携強化等地域一体となった地域活性化がなされていること
- 地域ブランドの振興を実施するため、農業者、漁業者と商工業者との連携を推し進め、地域資源を活かした新商品開発を実現し、観光振興にも寄与していること

《理由》地域経済規模を増大させるためには、外貨獲得が必要不可欠であるため。また外貨獲得には、個者単独ではなく、連携した取組みが有効となるため。

②長崎市総合計画との連動性・整合性について

長崎市や長崎県では、地域資源を活かした長崎固有商品のブランド化と域外へのPR及び販路拡大の支援を基本方針に掲げており、当会の長期的な振興のあり方と整合している。

長崎市は観光資源を有効活用し、観光メニューの充実や観光客誘致に取り組んでいる。当会はこの取組みの一翼を担うとともに、当地区への誘客により当地区小規模事業者の外貨獲得へつなげ、観光消費額増を成果指標とする長崎市の目標達成にも寄与する。

長崎市は創業の促進を総合計画の取組方針に掲げ、ビジネスマッチングの促進や地域密着型企業の立上げ及び事業承継者を支援することとしており、当会の計画はこの点でも長崎市の計画と整合性を有する。

③商工会としての役割

当会は、長崎市南部地区の経済発展を支える重要な役割を担っていることから、長崎市が策定した「長崎市総合計画」との連動・連携を強化しながら、引き続き地域経済の活性化に取り組む。

ア. 製造業者の支援

政府が、造船業の再生に向けた施策を推進する中、長崎県においても全国初の「長崎県造船振興連絡会議」が設立され、産学官連携による人材確保・育成、造船業振興が図られている。当会においても地区内船舶造修業者の経営計画策定支援、設備投資等の支援や専門家を活用した雇用環境改善の支援を行う。

イ. 地域資源を活用した産業振興

- ・地域ブランド育成へ向けた商品開発・販路開拓支援を行う。
- ・観光客誘致へ向けたプロモーション支援及び地域小規模事業者への消費喚起策を実施する。

ウ. 創業・副業支援

地区内でエステサロンやネイルサロンなど美容業による創業が、年に数件ではあるが増えていることから、世帯所得の向上に寄与するプチ創業、副業などを支援し、地域に人が残り、地域内経済の活性化に資するよう目指す。

エ. 事業承継支援

事業承継計画の策定支援、第三者承継に関する情報提供など、地域に産業が残るための支援を行う。

オ. デジタル化と新技術導入の支援

上記ア～エを、デジタル化等による経営の革新を支援することで達成する。

(3) 経営発達支援事業の目標

上記(1)を踏まえ、加えて(2)を俯瞰した上で、下記の目標を設定する。

①地域資源とデジタルを活用した地域の競争力強化

観光資源や農産物等地域資源とデジタル化を掛け合わせ、物価高騰、人手不足などにも対応できる持続可能な外貨獲得型の産業を強化する。

個者それぞれの取組みと合わせ、連携した取組みを促し、商品や観光スポットとして他地域に負けない、競争力の高い地域づくりを行っていく。

i) 地域資源を活用した産業振興

支援計画の認定期間(5年間)目標

KGI: 地域ブランドの創出3社

KPI: 新商品開発5件、EC出店5社

設定した理由: 当地域の自然環境や豊かな農林水産資源を活用した新規ビジネスの創出や地元産品のブランド化を支援し、地域の認知度を高めるためには、地域ブランドを代表する商品・サービスが必要であるため。これにより集客力と販売力の向上を後押しし、地域経済の競争力向上を目指す。

ii) デジタル化と新技術導入の支援

支援計画の認定期間(5年間)目標

KGI: オンライン売上比率10%、新技術導入による売上10%増

KPI: EC開設5社、キャッシュレス比率30%、新技術導入支援(事業計画策定5件)

設定した理由: デジタル化・新技術導入による最終成果目標として設定。デジタル技術の活用等による販路開拓・新市場開拓へ向けた差別化等競争力強化を主たる目標とするため、売上高に注視した目標とした。

iii) 当地域での観光消費額増加を図る面的支援

支援計画の認定期間(5年間)目標

KGI: 観光関連売上5%増

KPI: SNS等活用事業者10者、事業者間連携(イベント・共同PR)5回

設定した理由: 観光消費増加へ向けた各種取組みの最終目標として設定。観光資源や地域イベント等の観光客・来場者が、当地域での店舗等で消費してもらえるよう、小規模事業者の商品・サービス・メニュー等の充実、SNS等活用した認知獲得等「点」での支援の他、まちづくりグループ等地域団体と連携した観光動線の提案や顧客の共有等「面」的支援を行い、地域経済の活性化を図る。

②デジタル化や新技術導入等、新たな取組みを行う事業者の創出及び経営力の向上

外部環境変化にいち早く対応できるよう、事業者の経営リテラシーの向上をはかり、デジタル化や新技術の導入、新事業進出等、自らが課題を発掘し、実行できる事業者を創出する。経営環境の分析から機会を捉え、経営状況の好転を図るため、需要を見据えた経営力の向上を目指す。

i) 事業者の経営力強化

既存事業者に対しては、経営分析により課題や経営資源等を明確にし、目標とする姿を定めた事業計画の策定・実施支援をする。併せて、創業予定者や事業承継に伴う新しい取組みを行う事業者を掘り起こし、同様の支援を行う。

KGI: 新たな取組みによる売上増加5%(5者) / 営業利益3%増(5者)

KPI: 経営分析60者/年、事業計画策定18者/年

設定した理由：売上増加及び生産性向上に係る小さな取組みから、効果を実感することができ
る目標として設定。思い付きや場当たりの対応ではなく、計画的な取組みとするため、事業者自らが経営分析・事業計画策定に取り組むよう伴走支援する。

ii) デジタル化と新技術導入、新事業展開支援により自己変革への挑戦を促す

デジタル化へ向けたセミナー・相談会等を通じて潜在的な課題等の掘り起こしを行う。また新技術導入や新事業展開に際しては、国・県・市等が実施する支援制度を活用し、計画策定に留まらず、「実行」まで至りやすい形で、伴走型で支援を行っていく。

KGI：デジタル化による営業利益3%増（5者）、新規事業立ち上げ5者

KPI：デジタル化セミナー・相談会参加者5名/年、国・県・市等支援施策活用3者/年

設定した理由：人手不足への対応、新技術等へのいち早い対応、経営の近代化を目的に業務効率化・生産性向上を測る目標設定とした。製造・バックオフィス業務・広告宣伝等を効率的・効果的に実施し、人手不足への対応やコスト削減等、競争力強化を図る。

③創業・副業支援及び事業承継支援による地域経済主体の維持拡大

小規模事業者の減少が続くなか、地域経済の発展には、その担い手となる小規模事業者数が必要となる。そのためには、減少スピードを緩和するため、現在当地域に存在する事業者の事業承継を支援する一方、新たな担い手となる創業支援にも注力する。

i) 創業・副業支援の推進

創業、副業セミナーの実施、創業計画の策定支援などを通じて創業・副業を推進する。世帯所得の向上により地域に人が残り、地域の経済が活性化するよう支援する。

KGI：新規創業件数（10者）、副業・兼業事業立ち上げ5者

KPI：創業・副業セミナー・相談会参加者10名/年、創業等事業計画策定件数10者/年、副業・兼業支援（のべ4回/者）

設定した理由：実際の創業、副業・兼業事業立ち上げまでフォローアップし、地域経済の担い手育成までの目標とするため設定。セミナー開催、専門家による相談会への参加、計画策定を支援し、創業支援を強化する。

ii) 事業承継支援

支援計画の認定期間（5年間）目標

KGI：承継完了10件、承継後2年で売上5%増

KPI：承継診断実施50社、事業承継計画策定20社、マッチング成立5件

設定した理由：地域に産業が残るようにするため。承継診断を実施し、親族内承継においては事業承継計画の策定支援、廃業を考える事業者においては第三者承継に関する情報提供を行うことで達成する。

経営発達支援事業の内容及び実施期間

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8年4月1日～令和13年3月31日）

(2) 目標の達成に向けた方針

当会は、以下の方針に基づき、経営発達支援事業の目標を達成するための取組みを行う。

当会が実施する定期巡回指導や窓口指導において、経営者との徹底した対話と傾聴を通じて、企業の課題設定や課題解決に向けた様々な障壁と施策を共に考えることで、経営者自らが変革

の道筋を立てることを支援する。

①地域資源とデジタルを活用した地域の競争力強化

【達成方針1】地域資源を活用した産業振興（商品・飲食メニュー開発と販路開拓）

- ・食品製造業者及び飲食業者に対して、長崎市南部地区の自然環境や豊かな農林水産資源を活用した新商品（メニュー）開発・新規ビジネスの創出へ向け、専門家等と連携して現状把握と改善の方向性を定め、商品開発・飲食メニュー開発を支援する。
- ・開発段階でターゲット等を明確にし、ターゲットの需要動向調査・デザイン・価格設定等を支援し、需要を見据えた取組みを促す。
- ・地元製品のブランド化を展示会等出展やデジタル化等を通じて支援し、地域の認知度を高める。
- ・新たな需要の開拓へ向け、各種商談会・物産展への出展を支援し、商品ブラッシュアップやPR等伴走型支援を行う。
- ・SNS等での情報発信及びECサイト等活用した販売チャネルの多様化を促し、自走可能な形での新たな需要開拓を支援する。
- ・飲食メニューについては、イベントの活用や広報活動を充実させ、安定した集客が得られるよう支援する。

《設定した理由》

新商品（メニュー）の開発段階から出口（販路）を意識した取組みを一貫して支援することで、需要を見越した取組みとすることができるため。

【達成方針2】地域外からの集客及び地域外への消費流出防止

- ・商品・メニュー開発を行った事業者に対し、生産管理・販売管理・在庫管理等効率的なオペレーション等、受入態勢強化に向けた支援を行う。
- ・新たに開発された商品・飲食メニューの認知度向上を目的として広報活動等を実施し、地区外からの購買・誘客支援を行う。
- ・DX関連技術・ITツール・SNSを活用した情報発信等について支援し、競争力の維持・強化を目指す。

《設定した理由》

開発した商品（メニュー）が持続的に製造・販売が可能となるよう支援するため。生産性向上及び販売チャネルの多層化、継続的な顧客接点等、デジタルを活用し低コストで始めることが可能であるため。

【達成方針3】デジタル化へ向けた小規模事業者・職員の資質向上

- ・デジタル化の促進へ向けたセミナー、相談会等を通じて支援する。特に、広報・集客を促進し、地域製品の認知や地域への来訪者が増加することで、地域全体の活性化となる取組みを支援する。
- ・職員のデジタル化支援のスキル獲得へ向け、関係団体が開催する研修会への参加にあわせて、専門家と共に支援にあたるチーム支援を通じ、ノウハウを獲得する。

《設定した理由》

デジタル化へ向けた支援を行うためには、実行者及び支援者のスキル向上が必要不可欠であるため。

②デジタル化や新技術導入等、新たな取組みを行う事業者の創出及び経営力の向上

【達成方針1】事業者のリテラシー向上及び経営力の強化

- ・経営者との対話と傾聴を通じて、事業者が抱える本質的な課題に気づくよう促し、内発的な動機づけにより事業者の潜在力を発揮させ、課題解決に至るよう側面的に支援する。
- ・セミナーや巡回指導等により事業計画策定の必要性を伝え、策定を目指す事業者や創業予定者を掘り起こす。
- ・事業計画策定を目指す事業者や重点支援業種の事業者に対し、専門家等と連携して経営分析・

事業計画策定を行う。

- ・事業計画を策定した事業者等に対し、対話と傾聴により実施状況等を確認し、状況に応じて計画修正するなどフォローアップ支援を行い、目標とする姿を目指す。

《設定した理由》

デジタルツール活用はあくまで手段であり、事業者が抱える本質的課題の設定（目的）が重要であり、そのためには経営リテラシーの向上等が必要であるため。事業戦略等策定したうえで、目的に応じた取組みやデジタルツール等を組み合わせしていく。

【達成方針2】製造業者等への新たな取組みへの支援

- ・対話と傾聴により地区内の雇用の受け皿となっている船舶造修業、食料品製造業の経営計画や設備投資計画の立案を支援する。
- ・専門家の活用により船舶造修業、食料品製造業の雇用環境整備を支援する。
- ・既存の技術を活かした新分野への進出を支援する。

《設定した理由》

地域の経済環境変化への対応が必要な船舶造修業及び経営発達支援計画のメインターゲットのひとつである食品製造業に絞り、新たな取組みを推し進める。

【達成方針3】デジタル化と新技術導入の支援

- ・デジタル化へ向けたセミナー、相談会等を通じて支援する。
- ・デジタル化の初期段階では、無料で利用できるアプリやツールを活用し、その有用性を実感できるように提案していく。
- ・長崎県よろず支援拠点等、他機関と連携し、小規模事業者の新事業展開を支援する。

《設定した理由》

デジタル化及び新技術導入の際には、専門的な知識が必要となり、セミナー・個別相談会等丁寧な支援が求められるため。また他機関と連携することで、より広い守備範囲での支援が可能となるため。

③創業・副業支援及び事業承継支援による地域経済主体の維持拡大

【達成方針1】創業・副業支援の推進

- ・創業、副業セミナーの実施、創業計画の策定支援などを通じて創業・副業を推進する。
- ・副業・兼業等を通じ世帯所得の向上により地域に人が残り、地域経済が活性化するように支援する。
- ・創業予定者・創業間もない事業者に対しては、「創業サポート長崎」を構成する長崎市・長崎県・長崎県産業振興財団・長崎県中小企業診断士協会・金融機関・長崎商工会議所・長崎市内商工会と連携しながら、事業計画策定を行う。

《設定した理由》

地域経済主体の維持拡大には、多様なプレイヤーが必要となるため、創業にも注力する。そのためには創業者の掘り起こし、副業ニーズの把握がカギとなり、その掘り起こしにはセミナーへの集客や他機関と連携した情報共有が重要である。

【達成方針2】事業承継支援

- ・地域に産業が残るよう、親族内承継においては事業承継計画の策定を支援し、廃業を考える事業者においては第三者承継に関する情報提供を行う。
- ・長崎県事業承継引継ぎ支援センターや(株)日本政策金融公庫と連携し、事業承継支援を実行していく。

《設定した理由》

事業承継には、早期診断と早期の事業承継計画策定ならびに継続的な情報提供等が必要となるため。また本会にてノウハウが不足する第三者承継のマッチング等にあっては、専門的支援機関と連携し小規模事業者でも成約できる確率を高めるため。

これらの方針に基づき、当会は地域の事業者と伴走型支援を実践し、地域経済の持続可能な発展を目指す。

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]

現在、中小企業景況調査を行っているものの、集計されたデータのフィードバックにとどまり、地域経済の計画策定には十分活用されていない。また、国や県の各種統計データや地域金融機関のレポートも必要に応じ個別に提供されているのみである。

[課題]

小規模事業者向けの詳細かつ必要なデータが体系的に集計・活用されておらず、事業者支援や戦略的な経済分析に十分役立っていない。

また国・県・市によるデータは、長崎市全体のものとなっており、当地区の実情を反映できていない。よって、適時、適当な情報収集、分析に努め、ホームページ等による情報発信を行う。

(2) 目標

項目	申請年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度	令和12年度
長崎南商工会経済動向調査公表回数	2回	2回	2回	2回	2回	2回

(3) 事業内容

長崎南商工会経済動向調査

目的	管内事業所の景況感や経営課題等を把握し、併せて外部環境の状況を周知することを目的とする。
調査手法	調査は年2回、全職員が事業所を訪問し、ヒアリング及び紙面記入による後日回収。対象は地場に本店がある100事業所（全業種対象）。 全産業に共通する項目（産業構造分析／長崎市）等は、補足的にRESAS等のビックデータを活用し外部環境の分析・周知を図る。
調査項目	売上高、仕入高、経常利益、資金繰り、雇用、設備投資等 ／前期比、前年同期比D I
分析	必要に応じて専門家と連携しながら、本会職員が分析を行う。

(4) 調査結果の活用

調査結果は、当会ホームページにて公表。加えて、相談対応等をする事業者に周知する。これにより、管内事業者が外部環境を知り、事業計画検討の参考となるようにする。

支援対象事業者（業種）データについては、各種支援施策の効果測定資料とし、次年度支援計画へ反映させる。

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

[現状]

商談会への出展時に、各小規模事業者が取り扱う商品について、消費者やバイヤーから意見や

反応を収集し、事業者へのフィードバックを行ってきた。

[課題]

収集方法について、項目を定めず、主に自由意見を収集していたため、調査結果が分散的で、効果的な商品のブラッシュアップ等につながっていない。事前に各商品等の課題がどこにあるのか、販売者の懸念点など一定の仮説に基づいた質問項目を設定し、検証を行うことで、最終消費者の目線で商品・サービスの改良につながるものとする必要がある。

(2) 目標

項目	申請年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度	令和12年度
バイヤーへのヒアリング調査対象事業者数	2者	3者	3者	3者	3者	3者
来場者アンケート調査対象事業者数	2者	3者	3者	3者	3者	3者

<目標達成のためのプロセス>

- ・事業者とともに調査項目を検討し、事業者にとって有益な調査とすることで、対象事業者を増やす。
- ・販路開拓や売上拡大に積極的に取り組む事業者に対し、毎月の定期巡回での声掛け（提案）や金融、税務相談の際に声掛けを行い、来場者アンケートの調査対象者として選定する。

(3) 事業内容

①バイヤーへのヒアリング調査（展示商談会等における商品調査）

目的	小規模事業者の商品のブラッシュアップ及びバイヤーを通じて最終消費者が求めるニーズを把握し、当地ブランド化への支援を行う。得られたデータ・分析結果を事業計画に反映する。
対象	展示商談会等に参加した事業所の商品を対象
サンプル数	バイヤー10名／商品（若しくは事業者） 目標
調査手法	展示会にて来場したバイヤーに対し、バイヤー目線からの最終消費者が求める商品特性、仕様などを出展商品毎にヒアリング調査を実施する。
調査項目	・求める商材の主なターゲット層・パッケージの感想（サイズ、デザイン等） ・量目・食品関連（賞味期限の期間、レシピへの汎用性）・取引条件
分析	必要に応じて専門家と連携しながら、本会職員が分析を行う。

②来場者アンケート調査（催事等におけるアンケート調査）

目的	消費者が求めるニーズを把握し、商品のブラッシュアップ及び当地ブランド化への支援を行う。得られたデータ・分析結果を事業計画に反映する。
対象	催事等に参加した事業所の商品を対象
サンプル数	来場者30名／事業者 目標
調査手法	WEBサイト（Google form等）によるアンケート調査
調査項目	商品の感想（価格、味、サイズ、デザイン、満足度等）
分析	必要に応じて専門家と連携しながら、本会職員が分析を行う。

(4) 調査結果の活用

調査結果は、当該事業者にフィードバックする。また、当該調査の分析結果を事業計画に反映できるように支援する。また、サンプルの発送などバイヤーから事業者への要望に対し、素早い対応を行うようフォローアップ支援する。

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

[現状]

当会では従来から税務相談所会員約180事業者に対し、決算内容の説明指導を行ってきたが、財務分析の前年対比など簡略的な説明に終わっていた。これを改善すべく、令和7年度からは記帳代行業者を中心に「3期比較売上高推移表グラフ」や「月次損益構成グラフ」を作成し、毎月の定期巡回の折にこれら資料に基づき現在の財務状況の説明を行っている。

[課題]

ローカルベンチマークをはじめとする財務分析ツールによる定量分析及びSWOT分析等による定性分析を実施し、事業計画策定支援につなげる。現在、専門家と職員によるチーム支援等により経営分析から事業計画策定に取り組んだ実績があるが、数者に限られている。

(2) 目標

専門家とのチーム支援によりノウハウが蓄積されてきているので、職員による定期巡回や窓口相談時においても定量分析たる「財務分析」に加え、対話と傾聴による定性分析たる「SWOT分析」等も併せて実施する。

項目	申請年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度	令和12年度
経営分析事業者数	60者	60者	60者	60者	60者	60者

<目標達成のためのプロセス>

- ・チーム支援などに取り組んだ事業者に限定せず、金融、税務相談の際には必ずローカルベンチマークをはじめとする財務分析ツールによる定量分析及びSWOT分析等による定性分析を実施し、経営分析事業者数を増やす。

(3) 事業内容

目的	定量、定性の経営状況分析を行うとともに、その真因（本質的課題）を探索するため対話と傾聴を行い、事業者が持つ本質的課題の把握、自己変革力の発現を支援する。経営状況の分析結果を事業計画及び行動計画に落とし込む。
対象	地域資源を活用した食料品・雑貨等、特色のある商品を取り扱っている先、販路開拓に積極的な先、設備投資を計画している先、デジタル化等新たな取組みを計画する先、船舶造修業・食品製造業・飲食業等重点支援先、事業承継を見据え経営を見直していく先、新事業を検討している先、資金繰りに不安を抱える先等を見込み先とする。
実施手法	巡回訪問や窓口相談、各種個別相談での掘り起こしを行う。 各種地域イベントの参加者や商談会展出者は必須とする。
分析項目	定量分析（例）：売上高推移、収益性・安全性・生産性等の財務分析 定性分析（例）：SWOT分析、経営課題全般の分析、3C・AIDMA等のマーケティング分析 ※経済産業省の「ローカルベンチマークツール」等を活用し、職員等が分析を行う。

※創業・事業承継支援先については、業界分析・競合分析・地理的特性分析等外部環境分析、必要資金（初期費用）等資金計画、収支シミュレーション等、テーマに合った分析を行う。

(4) 分析結果の活用

事業者が財務上の課題について、対話と傾聴を通じて自ら問題点を探るよう気づきを与えるとともに腹落ち、納得して経営の改善または革新に取り組むよう伴走支援する。

得られた分析結果を基に、事業計画策定へと繋げていく。

分析手法・分析結果を職員間で共有し、職員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]

当会ではこれまで、経営発達支援事業に基づく伴走型小規模事業者支援事業において、事業計画策定セミナーを開催し、事業計画策定に意欲のある事業者の掘り起こしと、事業計画策定支援を実施してきた。

令和元年度からは、専門家と職員2名によるチームを編成し、チーム支援により事業者の計画策定支援を実施し職員の支援スキル向上を行っている。

[課題]

事業計画を策定したのみで、実行が伴っていない事業者が少なからず存在する。

事業計画の策定がなぜ、どのように有効なのかを伝えること、また、経営分析によって抽出した本質的課題に基づいて、事業者が腹落ちした計画の策定支援を実施する必要がある。また、創業や事業承継等目的別ないし、デジタル化や新事業展開等課題別に検討すべきポイントの違う計画策定について、特に若手職員のなかで支援ノウハウが不足している。

(2) 支援に対する考え方

経営分析を行った事業者に対してフォローアップを行い、着実に事業計画策定支援に結び付ける（経営分析実施者のうち3割程度）。その上で、計画策定後の実行支援、見直しの支援などにより実効性を高める。また、セミナー等を通じ事業者が本質的課題を認識、納得した上で、当事者意識を持って課題に取り組むよう促すことができる計画の策定支援を行う。

事業計画の策定前段階においてデジタル化に向けたセミナーも行い、デジタル化へ向けた取り組みを推進する。事業承継・創業計画等目的別・課題別に応じ、専門家や他支援機関と連携し支援にあたり、職員のスキルアップを図る。

(3) 目標

支援内容	申請年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度	令和12年度
事業計画策定セミナー及びデジタル化推進セミナー	3回	3回	3回	3回	3回	3回
事業計画策定事業者数	5者	18者	18者	18者	18者	18者

<目標達成のためのプロセス>

- ・セミナー参加者へアフターフォローを含め事業計画策定を積極的に提案し、計画策定につなげる。

(4) 事業内容

①セミナー開催

事業計画策定事業者の掘り起しは、経営分析を実施した事業者に策定を提案する。事業計画の策定がなぜ必要なのかを伝えるとともに、P D C Aサイクルの重要性についても伝えるセミナーとする。

また、補助金活用による設備投資や販路開拓を検討している事業者、WEB活用に積極的な事業者等へ、セミナーを案内して掘り起しをする。また、全ての事業者に対しては、チラシ、ホームページ等により周知し、年3回の開催を計画する。参加者はいずれも十数名を見込む。

なお、セミナーは主に事業計画作成、デジタル技術の活用を目的とした集団指導による講義である。

②事業計画策定の事業者への個別支援

支援対象は、訪問巡回支援対象者、税務、金融相談対応・支援対象者を想定。

事業者自らが策定する事業計画に個別的に携わり、伴走型で支援する。

新たな取組みへ向けた計画、販路開拓へ向けた計画、創業、事業承継、補助金等施策活用等、目的や課題別に応じた支援を行う。

商工会職員の他、必要に応じて外部専門家も活用する。外部専門家とともに若手職員も支援にあたり、資質向上を図る。

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]

事業計画策定支援を実施したほぼ全ての事業者に対して定期巡回を行い、フォローアップを実施しているが、事業者の多忙や課題の高度化・複雑化により、十分な支援が行われているとは言い難い。

[課題]

経営指導員等が事業者の課題を解決するというよりも、事業者が内発的動機づけを与えられ、自ら課題に向き合うよう支援する必要がある。

(2) 支援に対する考え方

円滑な事業計画実施のため定期的、継続的なフォローアップを行うよう、訪問計画等を策定し、定点観測で計画の進捗が確認できる体制を構築する。

(3) 目標

支援内容	申請年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度	令和12年度
フォローアップ対象事業者	12者	18者	18者	18者	18者	18者
フォローアップ頻度(回)	84回	84回	84回	84回	84回	84回
売上増加事業者	3者	6者	6者	6者	6者	6者
営業利益増加事業者	3者	6者	6者	6者	6者	6者

＜目標達成のためのプロセス＞

- ・職員間で情報共有を行い、金融相談対応や記帳指導など職員それぞれの得意分野を活かして協力しながらフォローアップにつなげる。
- ・目標を達成するため、必要に応じてマル経融資や小規模事業者持続化補助金などの施策活用を提案する。

(4) 事業内容

事業計画を策定した全ての事業者を対象とする。

事業計画を策定した事業者のうち、計画が比較的順調に推移している12社程度には四半期(3か月)に1回の頻度でフォローアップを実施する。

事業計画の進捗状況が思わしくなく、より細やかなフォローアップが必要な事業者6社程度については2か月に1回の頻度で実施する。

また、進捗状況が思わしくなく、事業計画と実績の乖離が見られる場合には、中小企業診断士などの外部専門家からの指導を受け、乖離の要因を特定し、今後の対応策を検討した上で、フォローアップ頻度の変更などを行う。

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]

- ・当会では、食品製造業者等への新たな需要の開拓に寄与する事業として、「長崎・西彼半島地区商工会物産展」の開催、「高千穂建国まつり物産展」「ラブフェス」に商工会でブースを借り上げ、事業者の参加により販路拡大等を支援してきた。
- ・「魅力発信！ながさき商談会」等の商談会への参加を促す支援を行っている。
- ・飲食店に対する支援は、「さんわ夏まつり」「のもぎき伊勢エビまつり」「サン・サン・みなみフェスティバル」「のもぎき水仙まつり」等の地域イベントへの出店を促すに留まっている。
- ・地区内の小規模事業者の多くはITを活用した販路開拓等に関心があるものの、「高齢化」、「知識不足」、「人材不足」等の理由により、DXに向けた取組みが進んでおらず、商圏が近隣の限られた範囲にとどまっている。

[課題]

- ・これまでの物産展等では、既存商品の販路拡大を支援してきたことから、商品の目新しさに欠けていたため、新商品開発のための役割を持たせながら実施していく。
- ・物産展・商談会等での事前・事後フォローが不十分であったため、改善した上で実施する。
- ・新たな商品・飲食メニューの開発後には、これまで十分ではなかった地区外からの購買・誘客・回遊支援を行う。
- ・今後、新たな販路開拓にはDX推進が必要であるということを理解・認識してもらい、取組みを支援していく必要がある。

(2) 支援に対する考え方

①新商品開発支援

地域資源等を活用した新商品(メニュー)開発等を支援し、新たに開発された商品・飲食メニューの認知度向上を目的として広報活動等を実施し、地区外からの購買・誘客支援を行う。

また、需要動向調査を実施し、結果を商品ブラッシュアップ等へフィードバックする。

②展示会・物産展等出展支援

経営発達支援事業の目標に基づき、新たな需要開拓を通じて地域事業者の成長を支援する。

展示会等出展により、地域産品の販路開拓・拡大や新商品開発等を通じた新規顧客の獲得を推

進し、持続可能な事業発展に寄与する。物産展・商談会等にあたっては、職員が事前に出展支援を行うとともに出店期間中には、陳列・接客・商談など、きめ細かな伴走支援を行い、事後のフォローも実施する。

③誘客・回遊支援

のもぎき伊勢エビまつり、のもぎき水仙まつりなど長崎市が実施するイベントについては、当会と長崎市との連携をさらに深め、観光客等が、当地区の店舗等の利用に繋がるような事業者の広報活動の支援に積極的に関与していく。一過性のイベントに留まらず、店舗・商品等のPRの機会とし、その後継続した利用につながるよう、再来店の動線をつくる。

④DX推進支援

DXに向けた取組みとして、情報を活用した顧客管理や販売促進、SNS情報発信、ECサイトの利用等を進めるために、セミナー開催や相談対応を行い、理解度やスキルを高める。導入にあたっては必要に応じて専門家派遣等を実施するなど、事業者の段階に合った支援を行う。

(3) 目標

支援内容	申請年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度	令和12年度
①新商品開発支援	—	2者	2者	2者	2者	2者
開発数/者	—	1品	1品	1品	1品	1品
②展示会物産展等 出展支援事業者数	2者	6者	6者	6者	6者	6者
成約件数/者 (商談会)	1件	2件	2件	2件	2件	2件
売上額/者 (物産展)	—	8万円	8万円	8万円	8万円	8万円
③誘客・回遊支援 事業者数	—	15者	15者	15者	15者	15者
売上増加事業者数	—	5者	5者	5者	5者	5者
④DX推進支援 事業者数	—	3者	3者	3者	3者	3者
売上増加率/者	—	10%	10%	10%	10%	10%

<目標達成のためのプロセス>

- ・毎月の定期巡回や会報の発行、ホームページやSNSの活用により商談会等の情報を発信し、事業者の参加を促す。
- ・催事参加者には、開催前に最低3回以上打ち合わせを行い、商談に対する心構えなどを説明するとともに、必要に応じて専門家を派遣しディスプレイの指導などを行い、商談成約につなげる。

(4) 事業内容

目的：地域資源を活かした商品・サービスの付加価値化と販路拡大を支援し、DXを組み合わせることで、持続的な需要創出と競争力強化を図る。

①新商品開発支援

課題：地域資源を活かした商品開発が停滞している。他商品との差別化不足。

手法：事業者と連携し、市場調査・試作・評価を実施。

- ・デザイン・パッケージ改善によるブランド力強化
- ・補助金活用支援（試作・設備導入）の実施
- ・専門家派遣による商品のブラッシュアップの実施
- ・需要動向調査結果のフィードバックによる商品ブラッシュアップ

②展示会・物産展等出展支援

課題：展示会出展の成果が限定的である。オンライン販売の販路開拓が不十分である。

手法：以下のとおり出展前後の支援を実施。

- ・事前準備：ターゲット市場分析、商品選定、価格戦略、販促資料作成
- ・出展先：（商談会）
「フードスタイル九州」など都市圏での大規模な展示商談会や長崎県商工会連合会等が主催する「魅力発信！ながさき商談会」等
（物産展等）
長崎市内・都市圏で開催される物産展、テストマーケティング事業への参加、若しくは事業者のターゲット等に応じた適切なイベントへの出展支援及び自主開催等
- ・出展中：陳列・接客・商談サポート、SNSでリアルタイム発信
- ・事後フォロー：商談記録管理、次回展示会戦略策定

③誘客・回遊支援件数

課題：商品や店舗の認知度が低い。観光客等が地域の事業者利用に繋がっていない。

手法：以下のとおり誘客支援を実施。

- ・事前準備：ターゲット市場分析、商品選定、価格戦略、販促資料作成
店舗PR支援（SNS等）、継続利用へ向けた支援（ECサイト等）
店舗回遊利用へ向けた共同広告・情報発信等
- ・販促イベント等の実施：商工会主催の物産展を開催、情報発信支援
- ・出展中：陳列・接客・商談サポート、SNSでリアルタイム発信
- ・事後フォロー：売上管理、アンケートの実施

④DX推進支援

課題：SNS発信・ECサイト構築・顧客管理（CRM）等活用が限定的であるため、段階別に支援する必要がある。

手法：以下のとおり支援を実施。

- ・IT専門家派遣の実施
- ・DX推進セミナーの実施
- ・商工会職員による伴走支援

都市圏での展示会等に年1回出展し、地域製品のPRを通じて都市部の消費者やバイヤーとの接点を広げる。

支援対象として想定する地域特産品には、地元の水産品の加工食品など地域ブランドの強化につながる商品やその生産者・製造者を重点的に支援する。また、特に地元の水産品は、管内の物産館で新鮮な一次品として販売されており、直売所や朝市等への訪問客も少なくない。これらについてWEBで情報発信することを支援し、観光訪問を促すことで、当該事業者のみならず他事業者への経済波及も視野に入れる。

Ⅱ. 経営発達支援事業の円滑な実施に向けた支援力向上のための取組

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]

事業年度末に当年度の事業評価及び次年度に向けた事業見直しのための事業評価会議を実施し、評価結果等は当会理事会・会報・ホームページで周知している。

[課題]

当会役員を中心とした年1回の開催に留まっており、外部有識者等の助言を受ける機会が不足していたため、年間に複数回開催する。

(2) 事業内容

- ・当会の理事会と併設して、長崎市、法定経営指導員、外部有識者として中小企業診断士・金融機関等をメンバーとする事業評価委員会を設置し、年2回開催する。
- ・事業評価委員会では、事業の内容・結果をもとに評価を行い、必要に応じて見直しを実施する。
- ・事業の評価結果等については、理事会に報告した上で、当会ホームページ及び会報で公開することで、地域の小規模事業者等が常に閲覧可能な状態とする。
- ・事業の評価・見直し等を次年度の計画に反映させる。

10. 経営指導員等の資質向上等に関すること

(1) 現状と課題

[現状]

- ・長崎県商工会連合会が主催する各種研修に職員を派遣し、実践的・実務的支援能力の向上を図っている。
- ・全国商工会連合会が実施している「経営指導員WEB研修」を受講し、支援に要する知識習得に努めている。
- ・若手職員は、(独)中小企業基盤整備機構が主催する「中小企業支援担当者等研修」に派遣し、基礎的な支援能力向上を図っている。
- ・OJTを目的として、専門家と職員2名によるチーム支援や職員2名1組での定期巡回を実施している。

[課題]

- ・長崎県商工会連合会が主催する研修は職員全員が全ての研修を受講することはできず、参加していない職員とも情報を共有する必要がある。
- ・OJTには取り組んでいるものの、商工会全体の支援能力向上のためには、更に拡充する必要がある。

(2) 事業内容

①外部講習会等の積極的活用

[経営支援能力向上セミナー]

職員の支援能力の一層の向上のため、長崎県商工会連合会が主催する「専門スタッフ研修会(施策分野・専門分野)」「階層別研修会」「フォローアップ研修会」「専門家育成研修会」、(独)中小企業基盤整備機構が主催する「中小企業等支援担当者等研修」に対し、計画的に職員を派遣する。

[事業計画策定セミナー]

当会には、事業計画策定の経験が浅い職員が存在することから、そのような職員に対し、当会が専門家を活用して開催する事業者向け「事業計画策定セミナー」や（独）中小企業基盤整備機構が主催し、中小企業大学校で開催される「事業計画策定セミナー」へ優先的に派遣する。

[DX推進に向けたセミナー]

従来のビジネスモデルの変革が求められる中、ますます重要性が増している地域事業者のDX推進への対応にあたっては、職員のITスキルを向上させ、ニーズに合わせた相談・指導を可能にするため、DX推進取組みに係る相談・指導能力の向上のためのセミナーについて積極的に参加する。

<DXに向けたIT・デジタル化の取組み>

ア) 事業者の内部的（業務効率化等）な取組み

RPAシステム、クラウド会計・経営管理システム、電子マネー商取引システム、生成AI等のITツール、補助金の電子申請、情報セキュリティ対策等

イ) 事業者の外部向け（需要開拓等）の取組み

ホームページ等を活用した自社PR・情報発信方法、ECサイト構築・運用、オンライン展示会、SNSを活用した広報、モバイルオーダーシステム等

ウ) その他取組み

オンライン経営指導の方法等

②OJT制度の拡充

専門家と職員2名によるチームを編成し、チーム支援により事業者の計画策定支援を継続実施する。

また、支援経験の豊富な職員と経験の浅い職員の組み合わせによる定期巡回に加え、窓口相談の機会にも同様の組み合わせによるOJTを積極的に実施し、組織全体の支援能力の向上を図る。

③職員間の定期ミーティングの開催

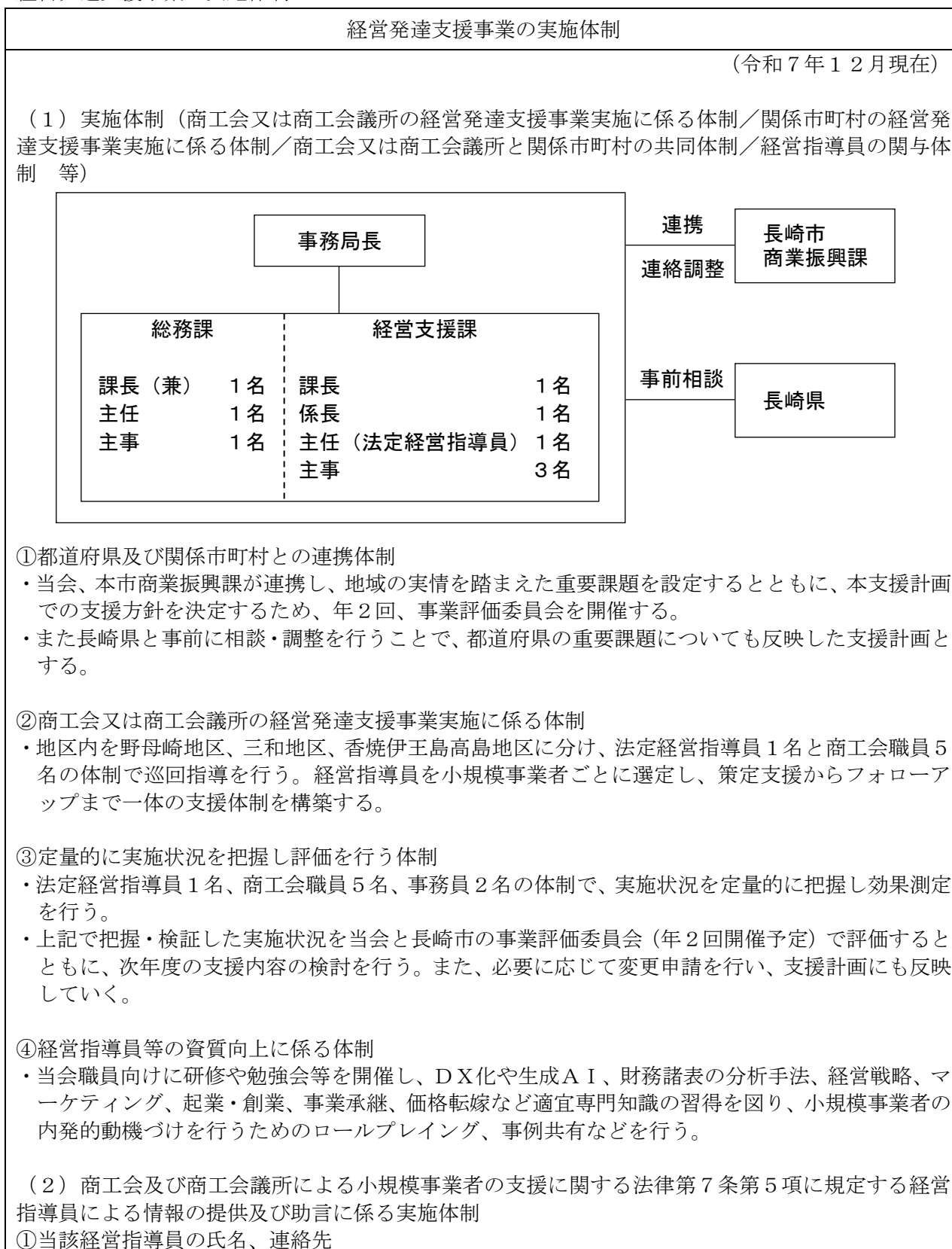
研修会等へ出席した職員や経験豊富な職員等が順番で講師を務め、研修で学んだ内容、定期巡回で収集した事業者の情報、経営分析の実施状況や分析結果の報告、IT等の活用方法や具体的なツール等の紹介、経営支援の基礎から応用的なノウハウ等について、定期的なミーティング（月1回、年間12回）で情報交換・意見交換等を行うことで、職員の支援能力の向上を図る。

④データベース化

担当職員が基幹システム上の相談カルテ入力を適時・適切に行い、支援中の小規模事業者の状況等を職員全員が相互共有できるようにすることで、担当外の職員でも一定レベル以上の対応ができるようにするとともに、支援ノウハウを蓄積し支援能力の向上を図る。

(別表2)

経営発達支援事業の実施体制



■氏名：田平 光太郎

■連絡先：長崎南商工会 TEL：095-892-0078

②当該経営指導員による情報の提供及び助言（手段、頻度 等）

経営発達支援事業の実施・実施に係る指導及び助言、目標達成に向けた進捗管理、事業の評価・見直しをする際の必要な情報の提供等を行う。

③広域経営指導員の当否

申請書に記載の経営指導員・田平 光太郎は、施行規則第7条第2項に規定する広域経営指導員に該当しない。

（3）商工会／商工会議所、関係市町村連絡先

①商工会／商工会議所

〒851-0403 長崎県長崎市布巻町88番地1
長崎南商工会 経営支援課
TEL：095-892-0078／FAX：095-892-0120
E-mail：nagasaki-nami@shokokai-nagasaki.or.jp

②関係市町村

〒850-8685 長崎県長崎市魚の町4番1号 14階
長崎市 経済産業部 商業振興課
TEL：095-829-1150／FAX：095-829-1151
E-mail：shogyo@city.nagasaki.lg.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)

	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度	令和12年度
必要な資金の額	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000
○ 専門家派遣費	300	300	300	300	300
○ セミナー開催費	300	300	300	300	300
○ 物産展開催・参加費	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000
○ 商談会参加費	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
○ 広報活動事業費	300	300	300	300	300
○ 事業評価委員会等開催費	100	100	100	100	100

(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
伴走型小規模事業者支援推進事業補助金、会費収入、手数料収入、特別賦課金、長崎県補助金、長崎市補助金、全国連補助金、県連補助金 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こと。

