

経営発達支援計画の概要

<p>実施者名 (法人番号)</p>	<p>壱岐市商工会（法人番号）2310005005952 壱岐市（地方公共団体コード）422100</p>
<p>実施期間</p>	<p>令和8年4月1日～令和13年3月31日</p>
<p>目標</p>	<p>経営発達支援事業の目標 ①特産品のブランド化と販路開拓 ②観光関連業による外貨獲得 ③事業承継・創業の促進による地域経済の持続的発展 ④デジタル化の推進と事業者支援</p>
<p>事業内容</p>	<p>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 地域経済の動向や業種別の経営状況を調査・分析し、経営判断の支援となる情報の提供を行う。 4. 需要動向調査に関すること 消費者（観光客等）や商談会のバイヤー等のニーズを調査し、地域製品の需要データを収集し提供する。 5. 経営状況の分析に関すること セミナー等の開催により、事業者が経営状況を把握できるよう支援し、巡回や相談を通じ支援する。 6. 事業計画策定支援に関すること DX化・事業計画策定・事業承継・創業等のセミナーを通じて計画策定の重要性を啓発、支援する。 7. 事業計画策定後の実施支援に関すること 事業計画を策定した事業者を対象として、巡回訪問でのフォローアップを行う。必要に応じてフォローアップ頻度の変更等を行う。 8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること 商談会・物産展等出展支援を行い、地域製品の販路拡大支援を行う。また、SNS・ECサイト・パンフレット作成等による商品開発を支援する。</p>
<p>連絡先</p>	<p>壱岐市商工会 経営支援課・総務課 〒811-5133 長崎県壱岐市郷ノ浦町本村触 490 番地 9 TEL 0920-47-6001 FAX 0920-47-1899 Email: ikishi@shokokai-nagasaki.or.jp 壱岐市 産業推進部 商工振興課 〒811-5215 長崎県壱岐市石田町石田西触1290番地 TEL 0920-44-6115 FAX 0920-44-6020 Mail: iki-shoko@city.iki.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) 地域の現状と課題

①現状

【位置】

壱岐市は玄海灘に面し、福岡県博多港から郷ノ浦港まで西北76km、佐賀県唐津東港から印通寺港まで北42kmの位置にある。南北約17km、東西約15kmのやや南北に長い亀状の島で総面積は138.5k㎡であり、島としては全国で20番目に大きい島となっている。

壱岐市商工会は、壱岐市全域を管轄エリアとする壱岐市唯一の支援機関として運営している。



【壱岐市へのアクセス】

福岡	博多港 ⇄ 郷ノ浦港	高速船	70分
		フェリー	140分
	博多港 ⇄ 芦辺港	高速船	65分
		フェリー	130分
長崎	長崎空港 ⇄ 壱岐空港	飛行機	30分
佐賀	唐津東港 ⇄ 印通寺港	フェリー	100分

壱岐市は長崎県に属しているが距離的にも福岡市との結びつきが強く、近さと交通の便の良さから、経済・交流面等において「福岡経済圏に属する離島」という特徴的な商圈を形成している。

独自の豊かな第一次産業を持ちながら、地理的に最も近い大都市である福岡市を広域商圈とすることで、経済活動や住民生活を支えている。福岡は壱岐にとって、観光客の供給のほか、特産品の流通市場、そして生活を補完する都市機能の役割を担っている。

【人口】

表1は、壱岐市の人口推移である。少子高齢化と人口減少の影響を大きく受けており、推計値ではあるが、2035(令和17)年、10年後には総人口が20,000人を割り込むとされている。高齢人口も41%を超え、更に増加すると見込まれている。また、特に若い世代の流出として、高校生の県

外、島外への就職率が高く、顕在的な課題となっている。

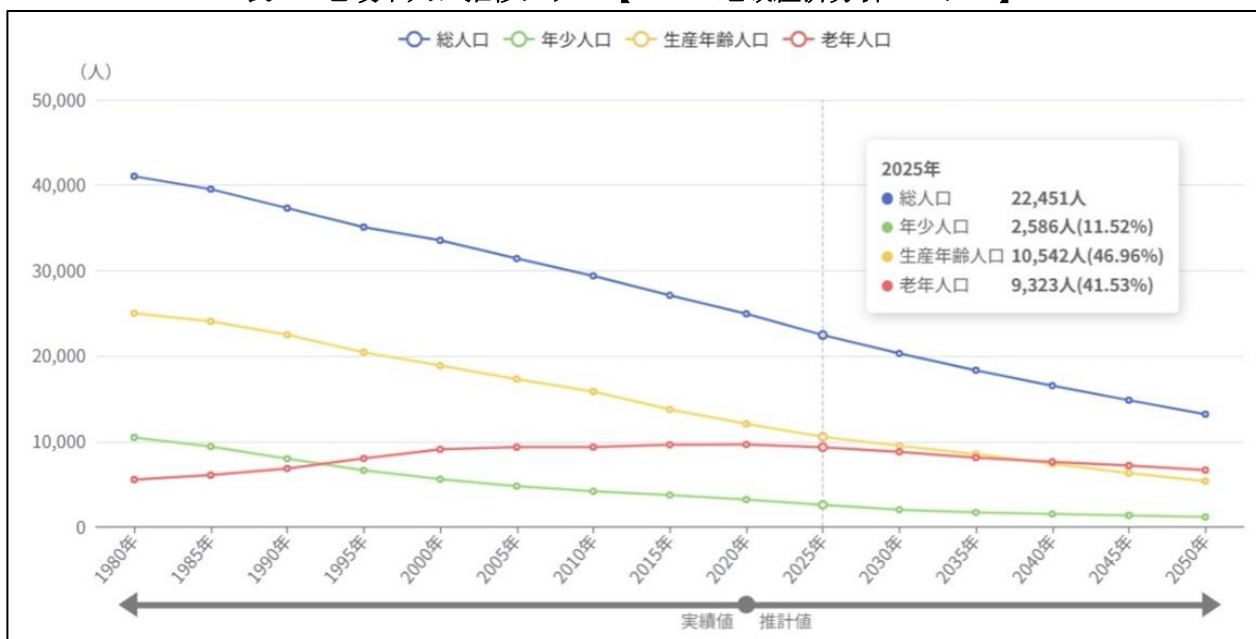
人口は減少しているものの、国境離島新法に基づく移住施策等の効果により UI ターン者については、2019（令和元）年 86 人、2020（同 2）年 91 人、2021（同 3）年 86 人と 90 人前後を推移していたが、2022（同 4）年は122 人と増加している*。（壱岐新聞記事）

移住者が増加している主な理由は、壱岐市による手厚い支援制度や、豊かな自然環境、都会にはないコミュニティの魅力など、さまざまな要因が挙げられる。

*UI ターン増加要因／壱岐市による移住支援策

- ・住宅支援：新築や中古住宅の取得費用に対する補助金や、空き家バンクに登録された物件の改修費用に対する補助金制度。
- ・引っ越し費用補助：島外からの移住者に対し、引っ越し費用の一部補助。
- ・就業・起業支援：起業を希望する移住者へのサポートや、仕事探しの相談窓口を設けるなど、雇用創出にも注力。
- ・子育て支援：子どもがいる世帯への優遇措置や、子育て支援制度が充実。
- ・移住体験ツアー：短期滞在型のツアーなどを通して、本格的な移住の前に島の暮らしを体験できる機会を提供。

表 1 壱岐市人口推移グラフ【RESAS 地域経済分析システム】



【地域産業】

本市の総生産は、2014年以降緩やかな成長を続け、2019年に初めて800億円を突破したが、2020年は新型コロナウイルス感染症の影響により減少、2021年には764億円となった。

表2の産業別付加価値額は、保健衛生・社会事業がトップだが、表3産業別修正特化係数を見ると水産業が突出し高く、次いで電気業、農業等が大きいことがわかる。水産業や農業などの第一次産業が本市の産業に大きく貢献していることを示している。第一次産業に比べ、建設業、観光関連業である宿泊・飲食サービス業、小売業などの第二・第三次産業は、相対的に貢献度は低いものの、全国平均よりも高くなっている（出典：壱岐市総合計画）。

島内商工業者（特に小規模事業者）にあっては、観光関連産業も重要な地域産業であり、地域の経済発展には小売業、宿泊・飲食サービス業等の振興も不可欠であると考えている。

表2 産業別付加価値額

(単位：億円)

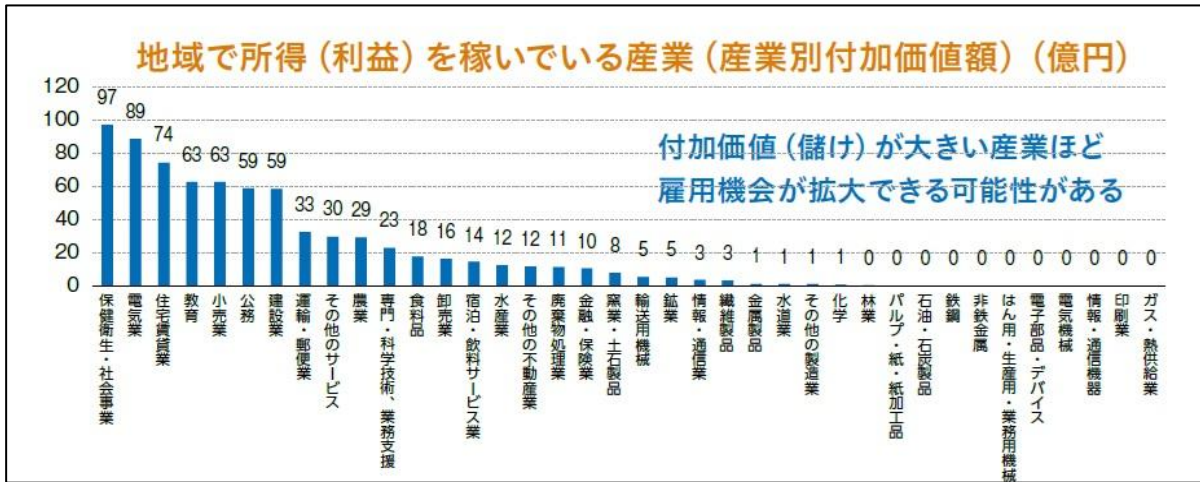
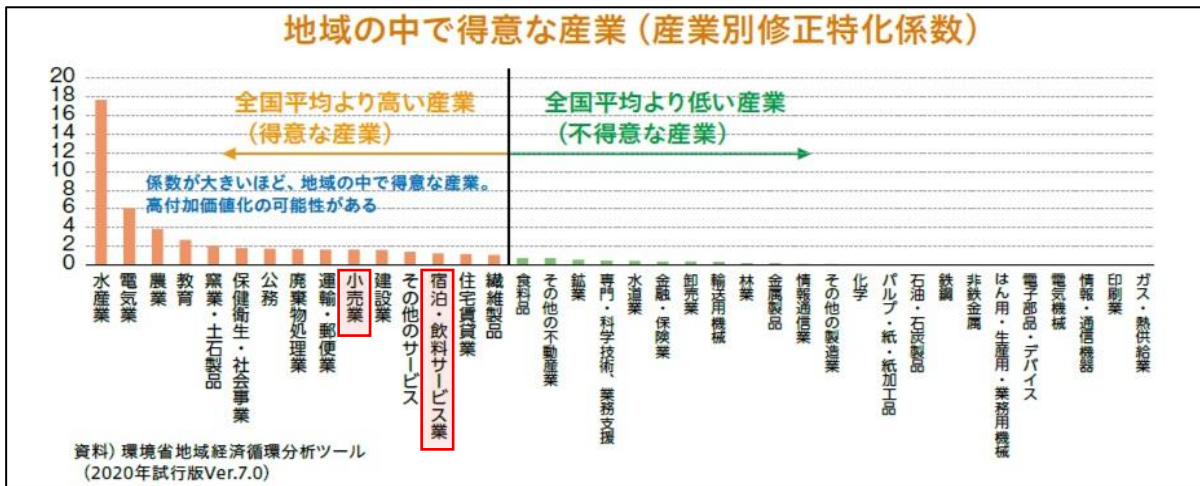


表3 産業別修正特化係数



【小規模事業者の状況】

本市では、商工業者は減少傾向にあるが、小規模事業者は横ばいで推移している。令和6年においては小規模事業者が商工業者の85%を占めており、地域経済の中で非常に重要な地位を占めている。(表4参照)

表4 商工業者数及び小規模事業者の推移【商工実態調査より】

年度	R1	R2	R3	R4	R5	R6
商工業者数	1,494	1,357	1,402	1,391	1,388	1,392
小規模事業者数	1,433	1,194	1,194	1,194	1,194	1,194
小規模事業者数割合	96%	88%	85%	85%	86%	85%

本市における令和7年4月時点での事業者数割合は、下記の表5のとおりである。最も多い事業者は、小売業、サービス業であり、続いて飲食店・宿泊業である。この3業種の多くは、旅行関連事業者に該当している。

人口減少が続く中、地域経済および地域住民へのサービス維持には、商工業者・小規模事業者の維持も大きな課題のひとつと考えている。

表5 R7年度商工業者の事業別割合【商工実態調査より】

商工業者等 合計	商工業者の業種別内訳						
	建設業	製造業	卸売業	小売業	飲食店・ 宿泊業	サービ ス業	その他
1,392	184	109	43	359	206	349	142

【農業・水産業の現状】

農業では肉用牛の飼育が主な産業であり、「壱岐牛」として地域団体商標に登録（2014年）されるなどブランド化が進み定着している。水産業でも、ウニやサザエ、イカ、マグロなど玄界灘でとれた新鮮な魚介類に対して「壱岐産」としてブランドイメージが定着している。このほかトラフグ、カキ、真珠等の養殖も行われている。また県内第2位の平野面積を誇る深江田原を中心とした水稲、麦、大豆、飼料作物などの土地利用型作物なども盛んである。従来はこれらの産品がそのままの形で島外へ出荷されるか、島内で消費されることが多かったが、一次生産者の中には自ら加工や販売に取り組む事業者がおり、潜在的な商工業者としての期待がある

【卸売・小売業の現状】

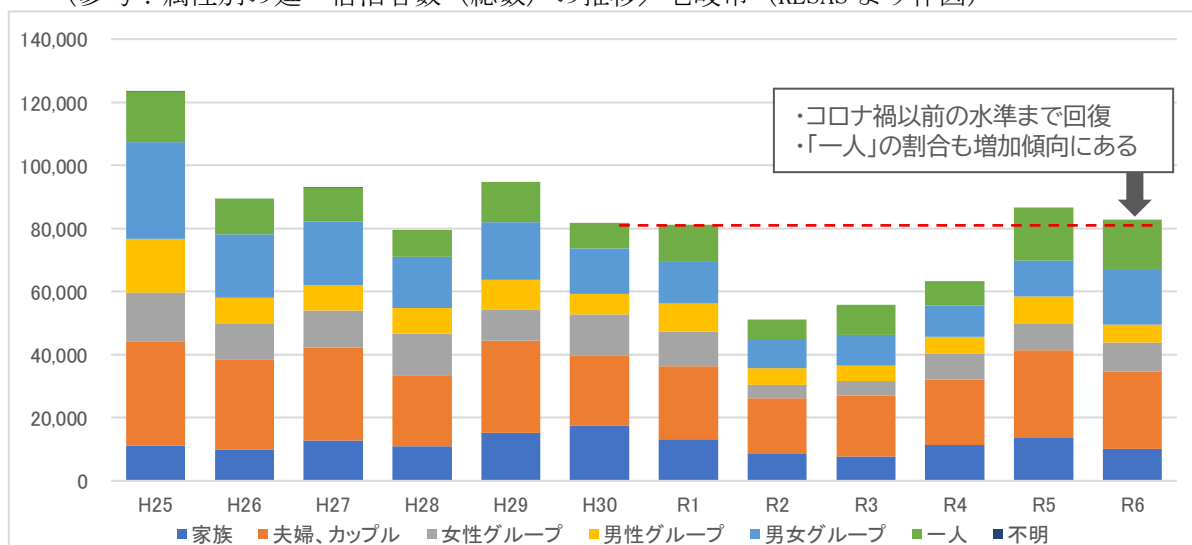
卸小売業は、大手ショッピングセンター3件、ドラッグストア3件が出店しているが、小規模事業者は各地域に点在し営業を行っている。しかし、大手ショッピングセンターの進出に伴い、日用品等を取り扱う小規模事業者の顧客数は減少している。

土産物店などの小売事業者は、売上の多くを観光客に依存しているため月ごとの売上に大きな差がある。小規模事業者は観光客等へ向けた細やかな情報発信が必要である。

【観光関連事業・飲食サービス業の現状】

本市の観光関連事業・飲食サービス業は、GW～夏場が一番の稼ぎ時でありその売上は、年の2/3を占めている。国定公園に指定されている辰ノ島や壱岐のモンサンミッシェルと称されている小島神社、猿岩等、様々な観光スポットがある。それに付随して、宿泊施設や飲食店などのサービス業が主要産業となり、経済効果が大きく働いている。しかし、観光シーズン以外は閑散としているため、シーズン外の観光振興が従前からの課題であった。コロナ禍を経て、従来の団体客やツアー客に依存した集客も戻りつつあるため、個人旅行者やインバウンド等観光客の多様なニーズへの対応やPR等が重要となっている。

（参考：属性別の延べ宿泊者数（総数）の推移／壱岐市（RESASより作図）



【製造業・建設業の現状】

製造業は、麦焼酎や壱岐の海産物を使った加工品等の食品製造業が中心である。壱岐の麦焼酎は本市内に製造元が 7 蔵ある。「麦焼酎」は壱岐発祥と言われており、壱岐市を代表する特産品である。しかし、焼酎の出荷量は平成 19 年をピークに減少傾向となり、現在は横ばいを続けている。

本市における重要な外貨獲得型の産業であり、顧客ニーズに沿った商品開発や情報発信を行ってきたことによる地域ブランド化が進み定着している。今後は、更なる販売力の強化や販路開拓が必要である。

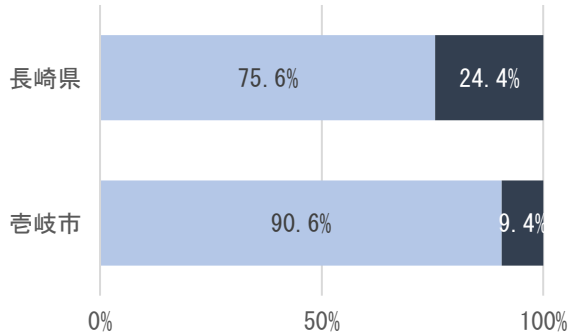
水産加工業は、豊富な水産資源を生かした食品製造・加工が行われており、一部事業者については福岡県や首都圏への販売に積極的であるが、小規模事業者の商品については島内での販売が中心である。都市部での販売に向け消費者ニーズに合った商品開発や付加価値の向上を支援することで、地域外への販路開拓を推進する必要性がある。

建設業は、コロナ禍以降の公共工事等が減少している。また、離島という環境から働き手や後継者不足、人手不足が深刻な問題となってる中で、外国人特定技能実習生の受け入れも始まりつつある他、DX の推進等も含めた建設業における生産性の向上が求められる。

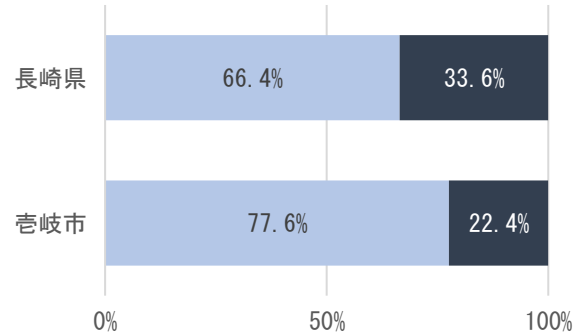
【デジタル化状況】

IT ツール活用状況

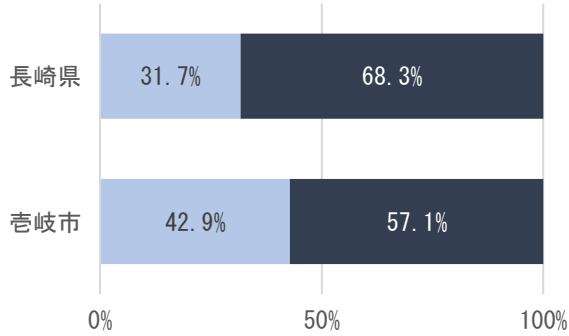
①メール/SNS 等



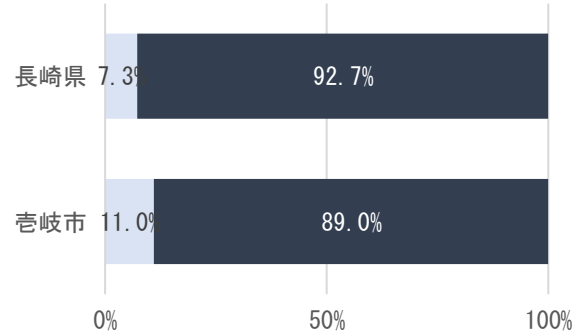
②Office/会計ソフト等



③販売・生産・在庫管理システム等



④データ活用/DX化への取り組み



(長崎県 n=2,042/壱岐市 n=245)

上記は、令和 5 年度に長崎県商工会連合会が実施した事業者の『デジタル化状況調査』の結果より長崎県全体および壱岐市のデータを抽出し作図したものである。これまで、壱岐市商工会では経営発達支援事業の一環として、年 2 回程度デジタルツールの活用へ向けセミナーを開催してきたこともあり、長崎県全体と比較しても、IT ツール活用等は進んでいるように見受けられる。しかし上表③以降専門的業務の IT ツール活用は半数以下に留まっており、まだまだデジタル化の余地は大いにあると考えている。また、蓄積したデータの分析・活用およびビジネスモデルの変革等、真の意味でのDX化(上表④)については 89.0%が未着手と回答しており、今後継続した意識醸成およびDX化の取組みに向けた支援が必要と考えている。

【第4次壱岐市総合計画】

第4次壱岐市総合計画（2025年度～2029年度）は、市のめざす姿を「**幸せ実感-ともに創る新たな未来**」と掲げ「**一緒に前へ、壱岐市新時代へ**」を合言葉に基本計画を策定。その基本計画の「分野別まちづくり計画」では、急速な人口減少と壱岐市の経済動向を踏まえ、地域産業を発展させるために下表6項目の基本目標を掲げ、人口の維持および経済の発展を目指している。

≪第4次壱岐市総合計画分野別まちづくり計画≫

基本目標	分野別まちづくり計画（※商工・観光関連抜粋）
1. 希望の仕事があり稼ぐ力がある島	1-1 農林業の振興 1-2 水産業の振興 1-3 物産ブランドと商工業の振興 1-4 次世代産業の育成と企業誘致の促進
2. すべての市民が自分らしく安心して健康に暮らせる島	～ ～
3. 未来を育む子育てと学びの島	～
4. 地域の価値と新しい人の流れが未来をつくる島	4-1 観光の振興 ～ 4-4 UI ターンの強化
5. 持続可能な社会基盤が整い安全な暮らしを守る島	～
6. 効率的で質が高く持続可能な行政力を備えた島	～

【まちづくり計画の主な取り組み／抜粋】

1-1 農林業の振興（農林課）	1. スマート農業の推進 2. 経営力の強化 3. 流通強化・ブランド化 4. 生産基盤の整備 5. 農業集落の活性化
1-2 水産業の振興（水産課）	1. 漁業環境の再生・整備 2. 経営力の強化 3. つくり育てる漁業の推進 4. 流通強化・ブランド化
1-3 物産ブランドと商工業の振興（商工振興課）	1. 生産基盤の強化 2. ブランド化と販路開拓 3. 商工業の振興
1-4 次世代産業の育成と企業誘致の促進（商工振興課・SDGs 未来課）	1. 企業誘致の促進 2. 起業・創業支援と安定した雇用創出 3. SDGs の促進と連携した先端産業の育成
4-1 観光の振興（観光課）	1. 高付加価値な観光地域づくり 2. 受入環境の充実 3. セールス・プロモーションの充実
4-4 UI ターンの強化（政策企画課）	1. 情報の発信と相談・支援体制の強化 2. 移住相談会・各種イベント開催 3. 住まいの確保 4. 移住・生活支援

【**壱岐市地域産業活性化計画**】

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、地域の強みを生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地域外需要を獲得し、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。壱岐市の特性を活用した中小企業の生産及び付加価値額向上のために、長崎県と以下の目標を共有し、本会が中心となり長崎県・壱岐市・長崎県商工会連合会と連携して事業者支援を行っている。

注力する分野	①水産物製造業 ②焼酎等製造業 ③宿泊業 ④飲食業
成果目標	・地場産品を扱う水産加工業者の都市圏売上高の向上 ・壱岐焼酎などの出荷量増 ・観光業における閑散期の売上高向上
目標項目 (数値目標)	売上高前年比対 3%以上増加 15 社以上 うち 10%以上増加 3 社以上

※「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。

②現状から読み取れる課題

商工業者全体の中で、小規模事業者が占める割合が非常に高い。経営発達支援計画で小規模事業者への支援を行うことで、壱岐市の商工業の振興を図ることができる。

しかし、小規模事業者数は奇跡的に横ばいを推移しているものの、今後は少子高齢化による購買力の低下や後継者不足による減少は免れない。また、令和 2 年度より世界中で蔓延した新型コロナウイルス感染症の影響は、生活環境の変化、コロナ貸付の返済開始等により少なからず残っており、小規模事業者を取り巻く環境は依然として大変厳しいものとなっている。小規模事業者への伴走支援を強化していくうえで、壱岐市の現状を踏まえ、以下の 4 点を課題として設定する。

ア. 後継者不足、人手不足への対応

壱岐市の高齢化率は 41%と高く、小規模事業者もこれに比例する。地域の経済活動の維持・拡大には、円滑な事業承継の支援が必要である。また、高校卒業生の約 9 割が島外へ進学又は就職している現状で、人手不足も同じく重要な課題となっている。

イ. 観光振興による外貨獲得

独自・特有の第一次産業（地域資源）を持ち、福岡を中心とした商圏よりコロナ禍以前の観光客数に戻りつつあるが、観光客の多様なニーズへの対応が不十分な部分も多く、PR や情報発信不足の課題。

ウ. DX 化の遅れ

当地区にあっても、小規模事業者の多くが高齢者であり、デジタル技術の遅れは大きな課題である。EC や SNS、会計を始め専門的業務改善ツール等、活用が遅れている。

エ. 潜在的商工業者の発掘、地域密着型の創業支援

第一次産業の生産者には自ら加工や販売に取り組む事業者もいるため、商工業者としての掘り起こしに繋げる。また創業の相談・対応については、地域の詳細な内容を含め情報を共有する。

③ 壱岐市総合計画との連動制・整合性

【農林業の振興】

壱岐市総合計画では、農業の「ロボット技術や ICT 等の先端技術を活用したスマート農業、経営力の強化、流通強化・ブランド化」等を目標に掲げ、「効率化・担い手確保・販路拡大・ブランド化・新たな高収益作物の開発」等を実施予定である。本会としても、潜在的商工業者である農業者に対し、農商工連携・6次産業化支援を実施する。

【水産業の振興】

壱岐市総合計画では、水産業の「経営力の強化、つくり育てる漁業の推進、流通強化・ブランド化」等を目標に掲げ、「ブランド化・販路拡大・加工品の開発支援」を実施予定である。本会としても、潜在的商工業者である漁業者に対し、農商工連携・6次産業化支援を実施する。

【物産ブランドと商工業の振興】

壱岐市総合計画では、「生産基盤の強化、ブランド化、商工業の振興」等を目標に掲げ、「先端設備や IT ツールの導入等、チャレンジする事業への投資、新商品開発支援、ブランド化、経営改善・強化」を実施予定である。本会としても、特産品のブランド化と販路開拓を支援する。

【次世代産業の育成と企業誘致の促進】

壱岐市総合計画では、「企業誘致の促進、起業・創業支援と安定した雇用創出」等を目標に掲げ、「企業誘致の推進、人材育成強化」を実施予定である。本商工会としても、地域密着型の創業支援を実施する。

【観光の振興】

壱岐市総合計画では、「高付加価値なコンテンツ造成、受入環境の充実」等を目標に掲げ、「個人団体旅行・教育旅行・スポーツ交流への対応強化、宿泊施設の魅力向上」を実施予定である。本会としても観光関連事業への支援として、個人旅行者のニーズに沿った観光商品の開発や PR 支援、受入態勢の強化等を支援する。

【防災・危機管理体制の強化】

壱岐市総合計画では、「災害に強い地域づくり、危機管理体制の充実・強化」等を目標に掲げ、「災害危険個所の整備・周知、原子力防災への取り組み」等を実施予定である。本会としても事業継続力強化（BCP）の策定等を支援する（事業継続力強化支援計画にて推進）。

③ 壱岐市商工会の役割

本会の役割は、壱岐市の商工業者にとって一番身近な拠り所、支援者であることである。商工業者を取り巻く経済状況は、依然として厳しいため、より一層の伴走支援を行い、小規模事業者の経営発達を支援するとともに売上・利益の創出に寄与していく。また、商工業者と行政とをつなぐ橋渡しの役割も担っている。本会だけでなく必要に応じて長崎県や壱岐市、観光連盟、その他各種関係団体と連携を図りながらより一層の支援に注力し、地域経済の振興を図っていく。

(2) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

壱岐市の現状・課題、壱岐市総合計画を踏まえた長期的な小規模事業者振興のあり方として、人口増加による地域経済の振興は困難だと考えられるため、人口維持を目指した総合計画に基づき、地域経済の振興に寄与していく。

今後は、従来に引き続き地域の特性を生かした、水産関連事業や焼酎製造業、観光関連事業の振興を図ることで外貨獲得を目指す。また、商工業者の減少に歯止めをかけるためにも承継・創業支援等による商工業者の発掘、育成を目指す。

①特産品のブランド化と販路開拓

《10年後における地域のあるべき姿》

壱岐の特産品が統一ブランドで全国展開し、主要な EC や実店舗で安定販売を確保する姿である。生産・加工・販売の連携体制を確立し、付加価値を高め、観光等需要も取り込む地域内好循環を実現する。

《理由》

人口減少で域内需要が縮小する中、ブランディングと高付加価値化により外需を獲得し、価格主導権を確立する必要がある。生産者の小規模分散を連携で補い、品質標準化と物語性で差別化を図るためである。

②観光関連業による外貨獲得

《10年後における地域のあるべき姿》

風光明媚な壱岐島の特性を生かし、宿泊・飲食・体験・物販が回遊動線で結ばれ、観光客数・観光消費額が向上する姿である。平日・閑散期にも地元の資源を生かした着地型ツアーと需要の高い時期は最適な価格設定にすることで需給の最適化を図る。

《理由》

壱岐の特性、魅力を肌で味わってもらうことで、短期滞在と季節偏在の是正を図る。地場産業と関連する各種商品・サービスの提案により粗利を高め、観光の裾野を小規模事業者に広く普及させるためである。

③事業承継・創業の促進による地域経済の持続的発展

《10年後における地域のあるべき姿》

経営者の高齢化に歯止めがかかり、経営の若返りが進んでいる姿。また、後継者候補育成と第三者承継の市場、また移住者の創業・起業意欲のある人材等の市場が整備され、支援を必要とする企業・創業者が計画的に承継・起業完了する姿である。

事後の磨き上げ支援により、売上・利益の確保および雇用の維持を実現する。

《理由》

廃業抑制は地域供給網と雇用の防波堤である。早期の事業承継計画、M&A 仲介、金融、専門家連携等の仕組み化が不可欠であり、継続した経営改善等、切れ目なく支援する必要がある。

④デジタル化の推進と事業者支援

《10年後における地域のあるべき姿》

EC・予約・決裁・会計・在庫が連携し、受注から出荷・会計までの一連のリードタイムが向上する姿である。データに基づく価格・販促の最適化で収益性を継続的に改善する。

《理由》

個別ツールの導入では限定的であるため、基幹と顧客の接点の統合によりデータでの意思決定を可能とし、少人数運営でも売上拡大とコスト削減を同時に達成するためである。

上記を一体的に推し進め、人口減少下での外貨獲得による地域経済の維持・拡大、地域経済主体の維持ならびに業務効率化による人手不足解消を実現する。

(3) 経営発達支援事業の目標

①特産品のブランド化と販路開拓

支援計画の認定期間（5年間）目標：

KGI：一次生産者から商工業者へ移行事業者 10 件

KPI：巡回等による情報収集や提供を基に掘り起し、商談会・物産展への出展：5 件。

農商工連携・6次産業化支援：5 件

設定した理由：壱岐を代表する、壱岐焼酎や海産加工品などの地域資源を有効活用した特産品のブランド化と島外への販路開拓のため。また農水産物を活用した 6 次産業化を支援し、一次生産者から商工業者への育成を図るため。

②観光関連業による外貨獲得

支援計画の認定期間（5年間）目標：

KGI：観光客延数 40 万人、観光消費額 68 億円へ

KPI：旅行会社・教育機関等を通じた国内外への情報発信：4 回、OTA 登録事業者数：5 者

設定した理由：壱岐市総合計画により設定。現状は観光客延数 35 万人、観光消費額 66 億円となっており、観光客数・観光消費額は、外貨獲得指標の大きなひとつであるため。個人・団体旅行・教育旅行・スポーツ交流など多様なニーズに沿った旅行商品や滞在プログラムの充実による受け入れ態勢（ハード、IT や WEB による集客）等整備・強化し、最終的な成果指標として設定した。

③事業承継・創業の促進による地域経済の持続的発展

支援計画の認定期間（5年間）目標：

KGI：講習会・個別相談会等による掘り起し、承継完了：25 件、創業：5 件

KPI：承継診断：60 件、事業承継計画書策定：5 件

創業セミナー・個別相談会：10 回、創業計画策定：5 件

設定した理由：地域経済の持続的発展へ向け、その経済主体となる事業者数の維持を行うため、事業承継件数および創業件数を目標とした。

セミナーや個別相談会を通じて相談・提案、またマッチング支援等によって後継者・創業者を発掘することで、事業承継計画策定へ繋げる。

④デジタル化の推進と事業者支援

支援計画の認定期間（5年間）目標：

KGI：オンライン売上比率：30%、営業利益率：10%

KPI：EC 開設：5 者、キャッシュレス導入：5 者

設定した理由：デジタル技術の活用を促進・支援し、地域内外の新たな市場開拓、顧客獲得を後押しすることが可能となる。また事業者の競争力向上や従業員の意識改革にも繋がり、経営改善への意欲が高まる。売上構成比の増加は、店舗販売等地域内消費の減少をカバーし、外貨獲得へと繋がる目標である。また、DX 化を推進・導入することにより時間・労力等運用コストが改善され、人手不足解消に繋がる生産性向上を実現する指標として設定した。

2. 経営発達支援事業の実施機関、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

①特産品のブランド化と販路開拓

達成方針1：特産品のブランド化

地域資源（農水産物・歴史遺産・食文化等）に付加価値を付けて商品化し、島外市場へ販路開拓する小規模事業者を伴走型で支援する。特に、壱岐発祥の焼酎やブランドイメージが定着してきた壱岐牛・海産物に重点を置き、買い手のニーズ調査やそれに基づく商品開発等を支援する。

設定した理由：壱岐を代表する特産品のブランド化を支援することで、島外はもとより国内外でも知名度のある壱岐の特産品としてのブランド化を目指す。

達成方針2：販路開拓

島内での購買力が低下しているため、福岡県や首都圏への販路を拡大し経済の振興を図る。具体的には重点支援先として設定した焼酎製造業、海産物製造業者等の商談会・物産展出展を支援し、新たな販路の開拓を図る。

設定した理由：商談会・物産展出店の支援により新規の取引先開拓へと繋げ、特産品のブランド化が進むことにより、壱岐の知名度が拡大するため。

達成方針3：6次産業化支援

1次産品の生産者であって、加工や販売まで手掛けようとする者に対して、2次（付加価値創造）・3次（販売・流通）段階で、専門家派遣や個別相談を通じて事業計画の策定を支援するほか、販路の紹介や商談会・物産展出展などの出口支援を行う。また、各支援機関との連携を通じて6次産業化を推進し、新商品開発や域外市場開拓に寄与する。

設定した理由：潜在的な事業者を発掘し、商工業者へ育成することで、地域経済の発展へと繋げるため。

②観光関連業による外貨獲得

達成方針1：観光客等の受け入れ態勢強化

壱岐市は福岡市の博多港から約1時間（高速船）という好立地に在り、身近な離島観光の地として人気を博しているが、コロナ禍を経て従来の団体やツアーによる集客が戻りつつある中、更なる経営の安定を図るため、観光客滞在時等に各種の意見、声をいただき、それに基づいた受け入れ態勢を整備するための事業計画等策定支援を行う。

設定した理由：受け入れ時の対応がその後のリピーター等に繋がり、その実際の声を聴き、改善を繰り返すことで、その後の安定経営に繋がることとなるため。

達成方針2：ハード面および情報発信力強化

ハード（施設）面の魅力向上に向けた事業計画の策定やIT・WEBによる集客強化など受け入れ態勢強化のための支援も行う。

設定した理由：SNS・HPは、まず施設や商品等を見るところ、見た目からの入るものであり、第一印象が好影響を及ぼすため。

③事業承継・創業支援

達成方針1：事業承継支援

小規模事業者の高齢化に伴い廃業者が増加している状況に対して、事業承継個別相談会の開催により、次世代経営者の発掘、育成を図る。

設定した理由：地域内事業者数の維持に努め、地域の需給を守るため。

達成方針 2：創業支援

創業希望者の掘り起しを行い、後継者のいない小規模事業者とのマッチングや、新規創業者に対する事業計画、創業計画の策定支援を行う。

設定した理由：地域内事業者数の維持に努め、地域の需給を守るため。

達成方針 3：各支援機関との連携支援

第三者承継やM&A 仲介等、必要に応じて各支援機関との連携を図る。

設定した理由：連携を図ることで、より専門的且つ詳細な情報を伝えられ、共有することが可能となる。

④デジタル化の推進

達成方針 1：地域内外の市場開拓

デジタル技術の活用により、地域内外での市場開拓を促進するとともに、販売チャネルの構築を支援することで、事業者の競争力を高める。

設定した理由：縮小する島内市場から販売チャネルの多様化を行うことで売上の確保が可能なる。また業務の効率化を進めることで収益性の改善も見込まれる。経営者・従業員等の意識改革にも繋がり、事業者間の競争力を掻き立てることで、経営リテラシー等資質向上にも繋がる。

達成方針 2：デジタル化により受注から出荷・会計までの一連のリードタイムが向上し、そのデータに基づく価格・販促の最適化で収益性を継続的に改善する。

設定した理由：データを活用することで、顧客管理、商品・在庫管理、価格の設定等、需要を見越した事業戦略立案が可能となり、収益の確保に直結する。また人手不足解消へ向けた業務効率化・生産性向上も見込む。

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、景況調査を年4回15事業者へ実施しており、結果はホームページで公表しているものの、地域経済の計画策定には十分活用されていない。また、ビッグデータを活用した地域経済動向の分析結果も、ホームページでの公表を行うにとどまっている。

【課題】

現在、景況調査の実施や結果の分析は行っており公表もできているが、活用まで至っていないことで小規模事業者が事業計画策定時などにいつでも活用できる環境にする必要がある。また、対象の限られた調査にとどまっているため、ビッグデータを活用した分析結果等を小規模事業者へ広く提供していくよう改善する。

(2) 目標

	公表方法	現行	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地域経済動向公表回数	HP 掲載	1回	1回	1回	1回	1回	1回
②管内景気動向公表回数	HP 掲載	4回	4回	4回	4回	4回	4回

(3) 事業内容

①地域の経済動向分析（国が提供するビッグデータの活用）

当地域において真に稼げる産業や事業者に対し、限られたマンパワーや政策資源を集中投下し、効率的な経済活性化を目指すため、商工会職員等が「RESAS」（地域経済分析システム）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
 - ・「産業構造マップ・産業構造分析」 →各産業の労働生産性・付加価値額等を分析
 - ・「観光マップ・宿泊者分析」 →観光産業のターゲット等分析
- （その他、「マーケティングマップ」 →各業種・商品カテゴリの事業戦略に活用）
⇒上記の分析を総合的に分析し、事業計画策定支援等に反映する。

②管内景気動向分析

管内の景気動向等についてより詳細な実態を把握するため、「小規模企業景気動向調査」を実施し、管内小規模事業者の景気動向等について、年4回調査・分析を行う。

【調査対象】管内小規模事業者15者（製造業、建設業、卸売業、小売業、サービス業）

【調査項目】売上額、仕入価格、経常利益、資金繰り、雇用、設備投資等

【調査手法】調査票を、郵送・メール・FAX等の手段で配布し、回収する

【分析手法】職員等が回収したデータを整理し分析を行う

(4) 調査結果の活用

①調査した結果はホームページに掲載し、広く管内事業者等に周知することで事業計画策定時などにいつでも基礎資料として活用できるよう提供する。

②職員等が巡回指導にて、各種分析結果を周知・説明を行う。

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

これまで、個社の商品に対する需要動向調査を行い、結果のフィードバックを行ってきたが、各社・各商品に対し同じような項目での調査を実施しており、商品特性に応じた具体個別的な商品・サービス戦略など、小規模事業者の顧客数・売上増加に貢献できていない状況である。

【課題】

重点支援分野として位置付ける食品製造業（焼酎、海産加工等）、観光関連業の個別商品やサービスに対して、調査項目をカスタマイズし調査を実施する必要がある。結果のフィードバックを実施し、個社の事業計画策定の基礎資料とするとともに商品開発・改良等に活用する。

(2) 目標

	現行	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消費者ニーズ調査数	5者	5者	5者	5者	5者	5者
②バイヤーニーズ調査対象事業者数	5者	5者	5者	5者	5者	5者

(3) 事業内容

①消費者ニーズ調査

土産物店や飲食店等の観光関連事業者を対象に観光客のニーズを調査。新商品の開発等に活かすための材料を提供し、売上に貢献する。

【調査手法】（情報収集）管内飲食店や土産物店、宿泊施設等の来店客にアンケートを実施する。
（情報分析）調査結果を専門家等の意見を聞きつつ職員等が分析を行う。

【サンプル数】来店者 50 名程度（1 者あたり 10 件のフィードバック）

【調査項目】①当店を選んだ理由 ②当店を知った手段 ③価格 ④商品サービスの評価 ⑤接客 など
※ 調査結果を提供する事業者の業種や商品・サービスに合わせ、個別的な調査項目も設け調査する。

【調査結果の活用】調査結果は、職員等が当該事業者に対して直接説明する形でフィードバックし、商品等の改良につなげる。また、必要に応じて専門家を派遣し、事業計画策定時に活用する。

②バイヤーニーズ調査

長崎県商工会連合会が開催する「魅力発信！ながさき商談会」等において、来場されるバイヤーに対し、食品製造業（焼酎、海産加工等）の商品の試食及びアンケート調査を実施する。

【サンプル数】バイヤー25 名程度（1 者あたり 5 件のフィードバック）

【調査手段・手法】職員等が聞き取りの上、アンケート票へ記入する。

【調査項目】①味②サイズ・量③希望価格④デザイン（見た目・パッケージ等）④ターゲット層等
※ 調査結果を提供する事業者の希望する販売チャンネル、ターゲットエリア等に合わせ、個別的な調査項目も設け調査する。

【調査・分析結果の活用】分析結果は、職員等が当該事業者に対して直接説明する形でフィードバックし、商品等の改良につなげる。

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

小規模事業者等への経営分析は、これまで事業計画の策定時やマル経申込時など限られた事業者に対し行っており、その内容も定量的な分析にとどまっていた。また分析後のフォローアップも十分ではなかった。

【課題】

事業者自らが行う事業計画策定に生かせるよう、事業者の強み・機会の理解が進む定量・定性の両面から分析を行う必要がある。また、定性的分析に係る高度・専門的な知識が不足しているため、外部専門家等と連携して分析およびフォローアップを行い、事業計画策定まで伴走型で支援する。経営分析の必要性の普及および経営リテラシー向上へ向け、セミナーを開催し実施する。

(2) 目標

	現行	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セミナー開催回数	3 回	3 回	3 回	3 回	3 回	3 回
②経営分析件数	90 者	90 者	90 者	90 者	90 者	90 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）

売上高・経常利益・損益分岐点・粗利益率等、また SWOT 分析などの経営の基盤となる数値や状況等、経営の分析に特化した内容のセミナーを通じ、自社の経営課題などを把握し、事業計画の策定等への活用について、理解を深めるとともに、対象事業者の掘り起こしを行う。

【募集方法】チラシを作成し会員へ郵送するほか、商工会 HP や SNS を活用して広く周知を図るほか、重点支援業種である食品製造業者や観光関連業者へ巡回時に個別に呼びかけやアプローチを行う。

【開催回数】年 3 回（各回定員 5 名、計 15 名）

【開催内容】・ローカルベンチマーク、経営デザインシート、経営分析ツール（中小機構「経営計画つくるくん」等）の操作体験
・自社データ記入、簡易 SWOT、KBF/KSF（購買決定要因・成功要因）抽出、90 日アクションの作成
・個別分析支援の応募案内

②経営分析の内容

【支援対象】セミナー参加者の中から意欲的で販路拡大の可能性の高い事業者、重点支援先である食品製造業者や観光関連業者などから 5 者選定。

合わせて、設備導入、DX 等新たな取組みを行う事業者（5 者程度）および経営分析セミナーより意欲的・実行性の高い事業者 5 者を選定し、合計 90 者／年の経営分析を実施する。

【分析項目】定量分析たる「財務分析」と、定性分析たる「SWOT 分析」の双方を行う

《財務分析》売上高、経常利益、損益分岐点、粗利益率等

《SWOT 分析》強み、弱み、脅威、機会 等

【分析手法】店舗・工場・事務所訪問の上、第三者の視点から職員等も係わり、事業者の経営分析を支援する。また、必要に応じ、専門家派遣制度を活用して実施する。

経営分析の視点においては、経済産業省「ローカルベンチマーク」を参考に実施する。

(4) 分析結果の活用

分析結果は、当該事業者にフィードバックし、事業計画の策定等に活用する。また、カルテ化し、常に最新状態で職員等が閲覧できる状況にし、内部共有を図るとともに個社支援に活用する。

6. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

①DX 推進セミナー開催について

近年の IT 社会における興味関心が高い分野でもあるため、継続した支援実施が可能となった。しかし参加者において実際に活用し売上等に貢献しているか確認は十分ではない。

②事業計画策定支援について

小規模事業者への事業計画策定支援は、事案が生じたときの実施が中心であり、受動的な支援となっている。また、補助金申請等に付随したものが多く、経営そのものを見直し、課題解決を図る取り組みへの支援が十分ではない。

③創業・承継セミナー開催について

行政機関と連携し、創業セミナーを実施している。また、事業承継については事業承継・引継ぎ

支援センターと連携し相談者の対応にあたってきた。しかし、積極的な相談者の掘り起こしが行えておらず受動的な取り組みとなっている。

【課題】

案件が発生してからの対応になっているため、今後は積極的な相談者の掘り起こしを行うため、セミナー開催月を決め実施する。また、外部専門家と職員が共同して策定支援にあたることで、より専門的で高度な支援を実施する。DX化・事業承継等顕在化していないニーズの掘り起こしを行い、早期対応できる計画の策定を支援する。

(2) 支援に対する考え方

小規模事業者に対し、事業計画の意義や重要性を漠然と述べたとしても、実質的な行動や意識変化を促せるわけではないため、「事業計画策定セミナー」のカリキュラム等を工夫するなどにより、前述の「5. 経営状況の分析に関すること」で分析を行った事業者の1/3程度を事業計画策定の目標とする。また、各種補助金の申請を契機として事業計画の策定に興味を持ってもらう。事業計画の策定前段階においてDXに向けたセミナーを行い、管内小規模事業者の競争力の維持・強化をはかる。

(3) 目標

	現行	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
①DX推進セミナー開催回数	1回	2回	2回	2回	2回	2回
②事業計画策定支援セミナー 説明会開催回数	4回	4回	4回	4回	4回	4回
③創業・承継個別相談会	6回	6回	6回	6回	6回	6回
事業計画策定事業者数 (創業・事業承継計画含む)	30者	30者	30者	30者	30者	30者

(4) 事業内容

①DX推進セミナー開催

DXに関する意識の醸成や基礎知識を習得するため、また実際にDXに向けたITツールの導入やWEBサイト構築等の取組を推進していくために、事業計画策定前にセミナーを開催する。

【セミナー（カリキュラム）案】

- ・DX総論、DX関連技術（クラウドサービス、AI等）や具体的な活用事例
- ・クラウド型顧客管理ツールの紹介
- ・SNSを活用した情報発信方法
- ・ECサイトの利用方法等

また、セミナーを受講した事業者の中から取り組み意欲の高い事業者に対しては、職員等による相談対応・経営指導を行う中で必要に応じて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を対象とする

【募集方法】 チラシを作成し会員へ郵送するほか、商工会HPやSNSを活用して広く周知を図る。

【講師】 中小企業診断士や大学講師、各分野の専門家など

【回数】 目標のとおり

【参加者数】 20～30者程度

②業計画策定セミナーの開催

【支援対象】 経営分析を行った事業者を対象とする

【募集方法】 チラシを作成し会員へ郵送するほか、商工会 HP や SNS を活用して広く周知を図る。日々の巡回業務や前述の経営分析において事業計画策定意欲の高い事業者の炙り出しを行う。

【講師】 中小企業診断士など

【回数】 目標のとおり

【参加者数】 20～30 者程度

【カリキュラム】 事業計画策定の必要性を理解してもらうために、策定するメリットや事業計画策定による成功事例等を交えながら、事業計画策定に対する意識醸成を図る。

【支援手法】 事業計画策定セミナーの受講者に対し、商工会職員等が担当制で受け持ち、外部専門家も交えて確実に事業計画の策定につなげていく。

③創業・承継個別相談会

【支援対象】 彦根市主催創業支援セミナーの参加者、UI ターン希望者、事業承継アンケートに支援を希望される方等。

【募集方法】 チラシを作成し会員へ郵送するほか、商工会 HP や SNS を活用して広く周知を図る。また、行政機関と連携し移住者への周知を図る。事業承継アンケート回答者を中心に周知を行う。

【講師】 中小企業診断士や大学講師、各分野の専門家など

【回数】 創業個別相談会：1 回、承継個別相談会：5 回

【参加者数】 5～10 者

【支援手法】 創業・承継セミナーの受講者に対し、担当の職員等が張り付き、外部専門家も交えて確実に事業計画の策定につなげていく。

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】

策定段階に注力する余り、十分なフォローアップを実施していなかった。また、支援担当者・支援先によって頻度や支援内容にばらつきがあり、商工会として十分な支援機能を発揮しているといえない。

【課題】

支援の時期や頻度が不定期であり、支援担当者・支援先によって支援内容にばらつきがあるため、事業計画策定者への訪問及び実施支援の頻度等について基準を設定するよう改善する（フォローアップできていない事業者に対する接触回数の増加）。また、必要に応じて専門家派遣等を活用することで、より効果的な実施支援を行う。

フォローアップに係る職員等のノウハウの共有をはかるため、経営支援システム（指導カルテ）の入力および支援担当者会議での情報共有等実施する。

(2) 支援に対する考え方

事業計画を策定した全ての事業者を対象とする。最低限のフォローアップ頻度を設定（事業者あたり四半期に1回、年間4回）し、事業計画の進捗状況等により、訪問回数を増やして集中的に支援すべき事業者を抽出する。進捗状況が芳しくない場合は、専門家等と事業計画内容の見直しを含め実施する。

事業計画の実行性と実効性を高めるためにも、事業者の能動的アクションを重視し、事業者自らが課題と解決策を見出すプロセスを支援する。

(3) 目標

	現行	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数	30者	30者	30者	30者	30者	30者
頻度（延回数）※	120回	120回	120回	120回	120回	120回
売上増加事業者数 （5%以上増加事業者）	10者	10者	10者	10者	10者	10者

※ 30者×年4回（基本頻度）／事業者のテーマ・課題・進捗状況等に応じ、頻度を最適化する

(4) 事業内容

事業計画を策定した事業者を対象として、職員等が経営カルテ等を用いて巡回訪問等を実施し、策定した計画が着実に実行されているか定期的かつ継続的にフォローアップを行う。その頻度は、各事業者4回／年訪問を基本とし、計画に示した数値等の増減を含めた進捗状況の確認を行うとともに、必要な指導・助言を行う。また、必要に応じて訪問頻度の増加、および専門家派遣等実施する。また、事業者からの申出等により、臨機応変に対応する。

フォローアップ内容は経営カルテにまとめ、全職員が常時閲覧可能な状態にするとともに、職員等のフォローアップスキル向上をはかるため、専門家との同行・ベテラン職員と若手職員のチーム支援等を実施する。また、フォローアップ内容についての情報共有を毎月開催する定例会（1回／月）にて実施する。

DX化・販路開拓支援等新たな取り組みを基本とした事業計画の各種実行支援により、売上増加（5%増）等、成果に結びつける。

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】

行政機関等と連携して物産展等を開催するほか、外部の展示商談会等への出展を支援してきたが、現在は参加事業者に対して出展にあたっての事前・事後フォローが十分にできていない状況である。また、域内人口減少による経済停滞が続く中で、域外市場への販路開拓が喫緊の課題となっているが、買い手のニーズに合わせた需要を見越した商品開発や販路開拓の取り組みが十分に出来ていない。

【課題】

展示会等出展の事前・事後フォローが不十分であったため、需要動向調査の結果を踏まえた商品開発や、物産展等開催後の継続した販路開拓を行うためのWEBやSNSによる集客、ECの活用支援など改善した上で実施する。また今後、島外販路開拓を行うにあたり、DXの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を支援していく必要がある。

(2) 支援に対する考え方

商工会の単独予算で新規展示会等を開催するのは困難なため、市外や都市部、首都圏で開催される既存の展示会への出展を目指す。出展にあたっては、職員等が事前・事後の出展支援を行うとともに、出展期間中には、陳列、接客など、成果に繋がるきめ細かな伴走支援を行う。

DXに向けた取組として、データに基づく顧客管理や販売促進、SNS情報発信、ECサイトの利用等、IT活用による営業・販路開拓に関するセミナー開催や相談対応を行い、理解度を高めた上で、導入にあたっては必要に応じてIT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。支援対象予定者としては、主に観光関連事業者や6次産業化を目指す事業者である。

(3) 目標

	現行	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商談会出展事業者数 (成約件数/者)	5者 (1件)	5者 (1件)	5者 (1件)	5者 (1件)	5者 (1件)	5者 (1件)
②物産展出店支援数 (売上額/者)	5者 (10万)	5者 (10万)	5者 (10万)	5者 (10万)	5者 (10万)	5者 (10万)
③SNSの活用事業者数 (売上額増加率/者)	5者 (5%)	5者 (5%)	5者 (5%)	5者 (5%)	5者 (5%)	5者 (5%)
④パンフレットの作成* (売上額増加率/者)	25者 (5%)	—	30者 (5%)	—	30者 (5%)	—
⑤商品開発支援	3者	3者	3者	3者	3者	3者

*④ 個店の商品を SWOT 分析、ターゲット分析などを行い商品力だけでなく、経営力の向上を図ることで地域経済の全体的な底上げを目的としている。1 年程度の期間を設け、各事業者の商品や広告戦略のブラッシュアップ等を実施し、その成果をまとめて訴求するため、隔年での作成とする。

(4) 事業内容

① 商談会出展支援

都市部や首都圏で開催される既存の商談会や長崎県商工会連合会等が斡旋する各種商談会への出展支援を行い販路開拓を支援する。以下の商談会等から事業者の課題やターゲットに応じ選定して支援する（状況に応じ、別商談会への出展も適宜検討する）。

【名称】

- i 「魅力発信！ながさき商談会」
- ii 「Food Style Japan」
- iii 「スーパーマーケット・トレードショー」

【概要・規模】

- i 長崎県で毎年 10 月に開催され、80 者程度の出展者が集まり、25 者程度のバイヤーと商談を行うことができる。
- ii 全国各地（東京、関西、中部、九州、沖縄）で展示商談会が開催され、各時期それぞれに商談会に参加することが可能になり、様々なバイヤーと商談を行うことができる。
- iii 千葉県で毎年 2 月に 3 日間開催され、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、外食などから多数のバイヤーと商談を行うことができる。参加社数は、2,000 を超え延べ来場者数 90,000 名である。

【支援対象】 需要動向調査や事業計画策定を行った食品製造業者などを対象とする。

【支援者数】 5 者／年

【支援内容】 管内の特産品製造事業者、6 次産業化に取り組む事業者などから計 5 者を選定し支援する。参加させるだけではなく、商談会でのプレゼンテーションが効果的になるような事前研修（ディスプレイ研修など）を行い、事後にはバイヤーとの商談内容をもとに必要に応じて専門家などを派遣しながら課題の発見・改善支援を行う。参加商談会については、事業所の要望等を加味しながら①～③の中から（若しくは、別商談会等）、年 1 回以上参加する。

②物産展等出展支援

壱岐市、壱岐市観光連盟、長崎県商工会連合会等が斡旋する各種物産展への出展を行い、販路開拓を支援する。以下の物産展等から事業者の課題やターゲットに応じ選定して支援する（状況に応じ、別物産展への参加／開催も適宜検討する）。

【名称】

- i 壱岐団地物産展
- ii 木の葉モール物産展

【概要・規模】

- i 福岡県福岡市の壱岐団地で、毎年4月に3日間開催され、延べ300人以上が来場される。
- ii 福岡県福岡市のショッピングモール：木の葉モール橋本にて開催され、延べ1200人以上が来場される。

【支援対象】 需要動向調査や事業計画策定を行った観光関連事業者（特産品販売）、食品製造業者などを対象とする。

【支援者数】 5者／年

【支援内容】 観光関連事業者・食品製造業者を対象とした物産展への出展支援を実施する。併せて後述の SNS の活用、商品開発支援を行うことで、継続的な販売チャネルの多様化・販売商品のブラッシュアップを行う。

③SNS の活用

外貨獲得を目指す為にも、取組みやすい SNS を活用し、宣伝効果を向上させるための支援を行う。観光関連業者等を対象とした活用セミナーを行うほか、必要に応じて専門家を派遣し、広告宣伝手法のブラッシュアップを行う。

【支援対象】 需要動向調査を行った観光関連事業所（飲食店、土産品店、宿泊施設等）等

【対象者数】 5者／年

【支援内容】 SNS 活用セミナーを開催し、個社ごとに SNS 活用した情報発信施策を策定する。支援開始後から2ヶ月ごとに対象事業所と面談し進捗を確認するほか、必要に応じて専門家派遣を行い、施策の見直し、ブラッシュアップを行う。

④パンフレットの作成

2年に1回、観光客向けの消費喚起パンフレットを作成する。壱岐空港や郷ノ浦港等、旅行客が多く訪問する場所や、各事業所、観光連盟に観光客への配布協力を要請し配布する。また作成にあたって、各事業者の商品および販売戦略等の見直しを促し、その成果物としてメディア等への投げ込みを行い訴求する。

【支援対象】 観光関連事業者や特産品製造業者

【募集方法】 事業計画を策定した事業者や壱岐の特産品を取り扱う業者を中心に周知を行う。

【掲載項目】 ①店舗名 ②場所 ③連絡先 ④営業日 ⑤おすすめ商品 ⑥値段 ⑦写真

【作成回数】 2年に1回程度

【参加者数】 25～30者／回 程度

※1年程度の期間を設け、各事業者の商品や広告戦略のブラッシュアップ等を実施。その成果をまとめて訴求するため、隔年での実施とする

⑤商品開発支援

商談会・物産展等の出展希望者や加工や製造に着手しようとする1次生産者（潜在的商工業者）を対象に、商品開発・ブラッシュアップ支援を行う。個別に専門家を派遣し、各者の需要動向調査の結果をもとに、新商品開発・改良、6次産業化を支援する。

【支援対象】 商談会・物産展等の出展希望者、事業策定セミナーを受講した6次産業者

【募集方法】 上記対象者へ個別に提案を行う

【支援者数】 3者程度／年

【支援手法】 専門家派遣を活用して、①商品コンセプトの設定、②価格設定（原価計算）、③ターゲットに応じた規格やパッケージの検討、④販路開拓施策の検討を行う。

II. 経営発達支援事業の円滑な実施に向けた支援能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】

老崎市、外部有識者（中小企業診断士、金融機関等）、本会役員などで構成する「経営発達支援事業評価委員会」を設置。事業終了後に委員会を開催しているが、時期が不定期であり評価・見直しの結果を次年度の事業計画に反映する仕組みができていない。また、評価結果等については、HPで公表し小規模事業者がいつでも閲覧できる状態としている。

【課題】

開催時期を定めて実施するとともに、理事会へ報告し、次年度へ向けた見直しを協議する期間を設定することで次年度の事業計画へ着実に反映させるよう改善する。評価の結果や見直しは、引き続き HP でいつでも閲覧できるように公表する。

(2) 事業内容

事業評価委員会の設置：商工会役員、長崎県商工会連合会、外部有識者（中小企業診断士）、老崎市、本会の法定経営指導員で構成する事業評価委員会を設置し、事業の実施状況、成果の評価・見直し案の提示を行う。毎年度初旬（4月）に評価委員会を実施し、理事会において、事業実施状況を報告する。評価委員会の協議結果を元に、法定経営指導員を中心に事業見直しの方針を決定し、年度末までに次年度の事業計画に反映する。

事業の成果・評価・見直しの結果については、理事会へ報告し、承認を受けたうえで老崎市商工会の HP (<http://www.ikishi.jp>)、会報で計画期間中公表する。

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】

経営発達支援計画を実行する上で、現状、市内の4地区それぞれに職員2~3人を配置しており支援業務にあたっている。長崎県では商工会職員の職種統合がなされており、全職員で支援にあたる体制としているが、担当の職員によっては経験や支援能力等にばらつきがあり、属人的な支援が見受けられる。

【課題】

各担当職員の支援能力向上を図るとともに、ノウハウを共有する仕組みを設けるよう改善する。

特に、経営分析や計画策定の経験が不足している職員については重点的に研修に参加する機会を設けるほか、内部でのOJT等を通して支援能力の向上を図る。

(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、中小企業庁が主催する「経営指導員研修」及び長崎県商工会連合会主催のセミナーに対し、計画的に職員を派遣する。

【事業計画策定セミナー】

事業計画の策定件数の増加と、そのための支援能力の向上が必要であるため、中小企業大学校が実施する「事業計画策定セミナー」へ経験が浅い職員を優先的に参加させる。

【DX 推進に向けたセミナー】

喫緊の課題である地域事業者の 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、下記のような DX 推進取組に係る相談・指導能力の向上のためのセミナーについても積極的に参加する。

<DX に向けた IT・デジタル化の取組>

ア) 事業者にとって内向け（業務効率化等）の取組

RPA システム、クラウド会計ソフト、電子マネー商取引システム等の IT ツール、テレワークの導入、補助金の電子申請、情報セキュリティ対策等

イ) 事業者にとって外向け（需要開拓等）の取組

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

オンライン経営指導の方法等

②OJT 制度の導入

支援経験の豊富な職員が若手職員とチームを組成し、巡回指導や窓口相談の機会を活用した OJT を積極的に実施し、組織全体としての支援能力の向上を図る。本会では地区担当制をとっており、1 地区に 2～3 名の担当者がチームとなり支援にあたるが、高度な相談案件等については経験豊富な職員がチームに加わり、横断的に支援を行うことで、経験の浅い職員の OJT につなげる。

③定例会の開催

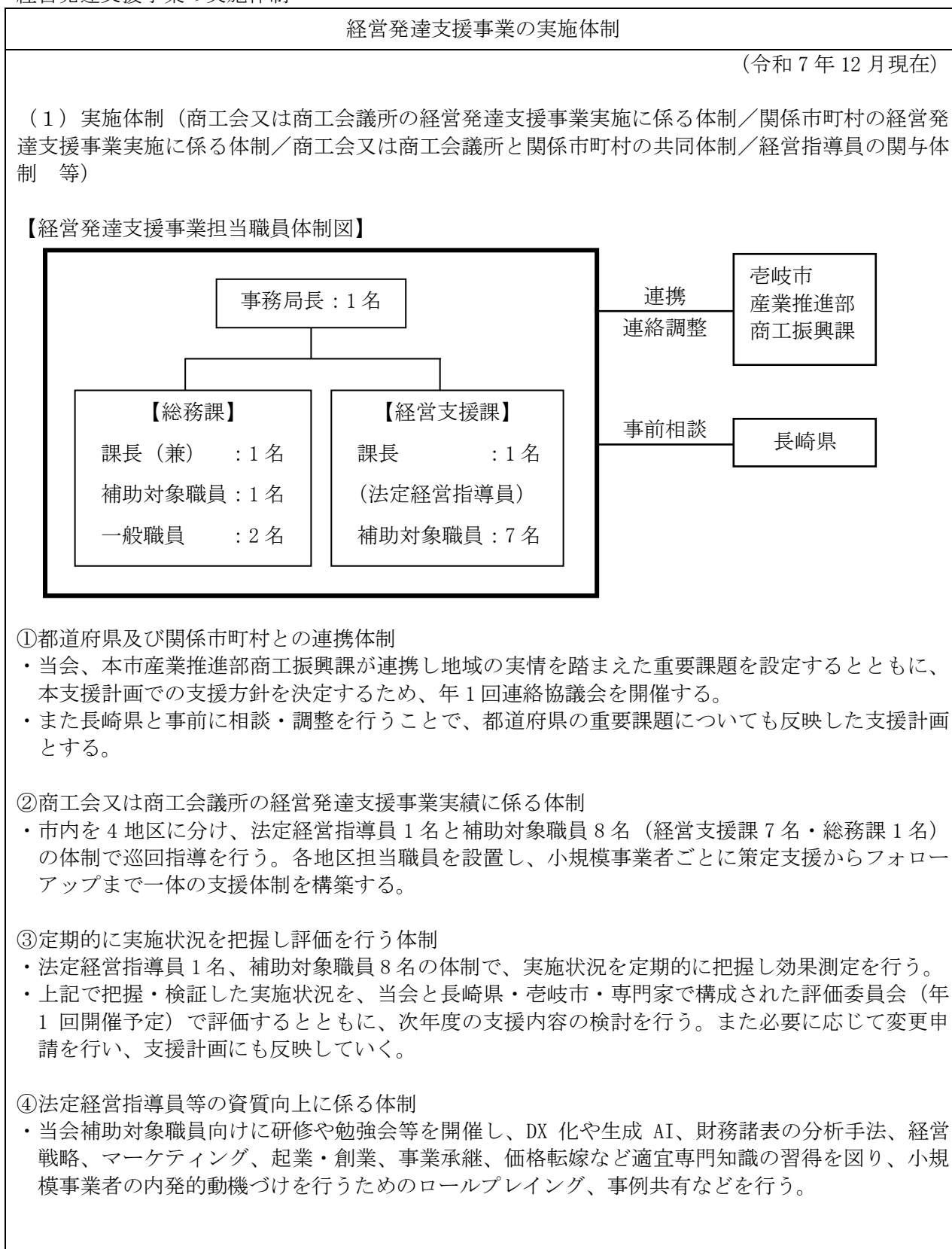
毎月 1 回開催している定例会議において、各地区の支援内容等を共有する。また、経験豊富な職員が支援方法等についてアドバイスやフィードバックを行い、支援ノウハウについて共有を図る。

④支援内容のカルテ化

担当職員が経営支援システムのカルテ入力を適時・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組織内で共有することで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



(2) 商工会及び商工会議所による小規模事業者の支援に関する法律第7条第5項に規定する経営指導員による情報の提供及び助言に係る実施体制

①法定経営指導員又は広域経営指導員の氏名、連絡先

■氏名： 町田 康隆

■連絡先： 壱岐市商工会 TEL：0920-47-6001

②法定経営指導員又は広域経営指導員による情報の提供及び助言

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等の提供等を行う。

③広域経営指導員の当否

申請書に記載の経営指導員・町田 康隆は、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

〒811-5133 長崎県壱岐市郷ノ浦町本村触 490 番地 9

壱岐市商工会 経営支援課

TEL：0920-47-6001 / FAX：0920-47-1899

E-mail：ikishi@shokokai-nagasaki.or.jp

②関係市町村

〒811-5215 長崎県壱岐市石田町石田西触 1290 番地

壱岐市 産業推進部 商工振興課

TEL：0920-44-6115 / FAX：0920-44-6020

E-mail：iki-shoko@city.iki.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	4,000	4,000	4,000	4,000	4,000
地域経済動向調査	200	200	200	200	200
需要動向調査	200	200	200	200	200
経営状況分析	200	200	200	200	200
事業計画策定支援 ・策定後実施支援	800	800	800	800	800
新たな需要開拓支援	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000
評価委員会等の開催	100	100	100	100	100
経営指導等の資質向上	500	500	500	500	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、国補助金、県補助金、市補助金、手数料、事業受託料、 伴走型小規模事業者支援推進事業補助金、

(備考) 調達方法については、想定される調達方法を記載すること。

(別表4)

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
連携して事業を実施する者の役割
連携体制図等