

経営発達支援計画の概要

実施者名	南島原市商工会（法人番号 5310005005669） 南島原市（地方公共団体コード 422142）
実施期間	令和8年4月1日～令和13年3月31日
目標	(1)地域小規模事業者の経営力強化と持続的発展 (2)DX（デジタル化）による生産性・販路拡大の実現 (3)地域特産品（そうめん産業等）の高付加価値化と販路拡大 (4)事業承継と創業支援による産業循環の強化 (5)地域連携による経済循環と支援体制の確立
事業内容	<p><b>経営発達支援事業の内容</b></p> <p><b>3.地域の経済動向調査</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●国・県等が提供する統計・ビッグデータ(RESAS等)の収集・分析・公表</li> <li>●中小企業景況調査(定期的なアンケート)の実施・分析・公表</li> </ul> <p><b>4.需要動向調査に関すること</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●商談会・物産展等参加時のバイヤー・顧客ニーズ調査および商談成約状況の分析</li> <li>●EC・SNS、観光、地域電子通貨等に関する需要傾向の収集と提供</li> </ul> <p><b>5.経営状況の分析に関すること</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●経営分析セミナーの開催</li> <li>●専門家や外部支援機関と連携した経営分析支援 (そうめん産業をはじめとした重点業種の経営実態調査の把握)</li> </ul> <p><b>6.事業計画策定支援に関すること</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●事業計画策定のための個別相談会の実施</li> <li>●創業予定者・第二創業者・事業承継対象者への事業計画策定支援</li> </ul> <p><b>7.事業計画策定後の実施支援に関すること</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●事業計画策定後の定期的なフォローアップ（指導・モニタリング等）</li> <li>●補助金活用や資金調達支援、実施段階での専門家派遣</li> <li>●創業後の安定化支援や事業承継後の経営改善支援</li> </ul> <p><b>8.新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●商談会・物産展等への出展支援</li> <li>●販路拡大に向けたセミナーの開催（商談会事前対策）</li> <li>●商品開発・商品改良個別相談会（商談会後支援）</li> <li>●DXによる販路開拓個別相談会</li> </ul>
連絡先	<p>南島原市商工会 〒859-2206 南島原市有家町中須川 155 TEL 0957-73-9100 FAX 0957-61-0400 メール <a href="mailto:ms@shokokai-nagasaki.or.jp">ms@shokokai-nagasaki.or.jp</a></p> <p>南島原市（地域振興部商工観光課） 〒859-2211 南島原市西有家町里坊 96-2 TEL 0957-73-6633 FAX 0957-82-3086 メール <a href="mailto:shoukou@city.minamishimabara.lg.jp">shoukou@city.minamishimabara.lg.jp</a></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 現状

[立地・交通]

本商工会の管轄区域である南島原市は、長崎県南東部、島原半島の南端に位置し、雲仙普賢岳と有明海に囲まれ、豊かな自然と多くの観光資源を有している。一方で袋地状の半島の一番奥に位置するため、長崎市や福岡県などの主要都市圏へのアクセスには時間を要し、ビジネスや観光面での機動力に乏しいという地理的制約を抱えている。

交通面では、国道251号線が海岸線を通っており、島原や諫早市方面との連絡を担っているが、鉄道が存在しない(廃止された)など公共交通機関は脆弱で、市内の移動や近隣市町へのアクセスは自家用車に大きく依存しているのが現状である。口之津港から熊本県天草市へフェリー航路が運航しており、熊本方面へ連絡には一定の強みを持っている。

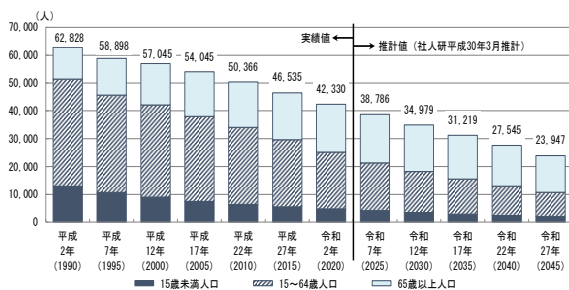


[人口の動き]

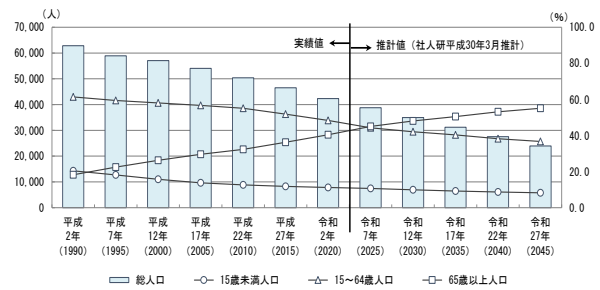
令和7年4月末の本市の人口は40,201人(南島原市広報)であり、長期的に減少が続いている。平成17年の54,045人から15年間で1万人以上が減少しており、本市の人口減少は、県や全国平均と比較しても早いペースで進行している。

人口減少の内訳をみると、生産年齢人口(15~64歳)と年少人口(0~14歳)が長期的に減少する一方、老年人口(65歳以上)は増加しており、今後は老年人口が生産年齢人口を上回る見込みとなっている。これは、労働力不足の深刻化や人材確保の難化、消費市場の縮小・変化、需要構造の高齢化など、地域小規模事業者に大きな影響を及ぼすと考えられる。

人口推移及び将来人口推計 (人口)



人口推移及び将来人口推計 (構成比)



※平成2年~令和2年: 国勢調査・令和7年以降: 社人研究平成30年3月推計

### [産業動向]

一次産業の農業が地域経済の基盤となっており、主力作物の馬鈴薯やトマトは長崎県内でも有数の生産量を有している。二次産業の中心は食品加工業で、特に製麺業が大きな比重を占め、地場産業としての地位が確立されている。「島原手延そうめん」は長い歴史を持つ地域ブランドで、全国屈指のシェアを有する。市は品質維持・ブランド保護のための認証制度も整備しており、地域特産品として価値向上に取り組んでいる。卸小売業、飲食業、観光関連サービスは小規模事業者が中心で、地域消費生活に欠かせない店舗が多い。観光資源として、世界文化遺産の原城跡や雲仙・島原ジオパークがあり、国内外の観光客を誘致している。市内産業における就業者数は令和2年時点で22,666人であり、産業三区分全てで減少傾向が続いている。(国勢調査 H2~R2)

### [小規模事業者の状況]

商工業者数、小規模事業者数ともに減少している。令和6年の小規模事業者数は1,878者であり、小規模事業者率は約89.1%と高く、地域経済の中で非常に重要な地位を占めている。業種別ではサービス業が最も多く、次いで小売業、製造業となる。地場産業である製麺業の存在が製造業比率を押し上げている点が本市の特徴である。

商工業者数及び小規模事業者数の推移 (商工会実態調査より)

	平成24年4月	平成27年4月	平成元年4月	令和6年4月
商工業者数	2,688	2,578	2,470	2,108
小規模事業者数	2,464	2,368	2,322	1,878

業種別商工業者数内訳 (R6.4.1) (商工会実態調査より)

	建設業	製造業	卸売業	小売業	サービス業	その他	合計
商工業者数	322	440	183	439	617	107	2,108

本市の商工業は、地域を支える産業として、「そうめん産業」を中心に多様な分野が地域に根差し展開されている。いずれも小規模事業者が中心で、地域住民の生活を支えるとともに、地域の雇用や交流の場として重要な役割を果たしている。

一方で、高齢化や後継者不足に加え、物価高騰・労務費増加など外部環境が厳しさを増しており、多くの事業者が経営改善や投資に踏み切れない状態が続いている。地場産業である「そうめん産業」においては、販路拡大や人材確保等の課題を抱えながらも伝統的な技術を守り続けている。

### [南島原市の概況]

- ・人口 (R7.4.末) 40,201人 (広報みなみしまばら 6月号)
- ・面積 170.15 km<sup>2</sup> (南島原市ホームページ/地勢・シンボル)
- ・商工業者数 2,108者 (R6 商工会実態調査)
- ・小規模事業者数 1,878者 (R6 商工会実態調査)
- ・地場産業 島原手延そうめん
- ・地域資源 いちご、馬鈴薯、トマト、アスパラガス、かさご、車エビ養殖 等
- ・歴史、観光 原城跡 (世界文化遺産)、島原半島ジオパーク (世界ジオパーク認定日本第一号) 農林漁業体験民泊、イルカウォッチング 等

## [南島原市の商工業振興の方針]

南島原市は第Ⅱ期南島原市総合計画(2023～2027)において、「賑わいと活力を興すまちづくり」を産業経済の柱と位置付けている。急速な人口減少と経済動向を踏まえ、地域経済を支える産業を振興するために「生産基盤の整備、経営基盤の強化、人材の育成、企業支援等」に取り組むとともに、IOT産業や6次産業化、インバウンド（観光）対策等、新たなテーマにも取り組むこととしている。

### 第Ⅱ期南島原市総合計画（後期基本計画 2023～2027）基本柱3 産業経済より抜粋

#### 商工業の振興

##### 3-3-1 経営基盤の強化

- ①販売強化と地産地消の推進、②新商品開発・ブランド化の推進
- ③そうめん産業の活性化、④後継者の確保と人材育成、
- ⑤住宅・店舗・旅館等のリフォーム、⑥商店街の空き店舗・買物弱者対策

## [南島原市商工振興の施策]

南島原市は、令和4年3月に南島原市商工振興計画を策定し、「そうめん振興・物産振興・雇用対策・経済対策・企業誘致縮」を基本項目として関係機関と連携を図りながら、具体的支援策を講じていくことと示している。

### 南島原市商工振興計画 2.分野別計画より抜粋 ※基本項目とその主要施策

#### そうめん振興

- ①生産体制の強化（機械設備導入支援、HACCP導入支援）
- ②担い手対策（後継者確保支援、外国人労働者確保支援）
- ③海外販路拡大（そうめん産業振興事業）

#### 物産振興

- ①販路拡大（物産振興事業・国内産直通販サイト登録）
- ②観光と連携した商品開発（地域物産開発販売支援事業）
- ③6次産業化への支援（中小企業ステップアップ支援事業）

#### 雇用対策

- ①創業支援（創業支援セミナー・創業個別相談会・創業支援補助金など）
- ②後継者の確保（後継者支援事業補助金）

#### 経済対策

- ①商工会活性化対策（商工会活性化対策事業）
- ②商店街の空き店舗・買い物弱者対策（南島原市空き店舗マッチング事業）
- ③経営基盤強化への支援（商工会支援事業）
- ④DXによる経営革新に取り組む企業等への支援（事業者向けDX研修会）
- ⑤観光を中心とした外貨獲得策（地域物産開発販売支援事業）

## ②課題

### [地域商工業の基礎的課題]

本地域の商工業は、家族経営や従業員 1～3 名の小規模事業者が多数を占め、地域経済を支える重要な基盤となっている。しかし、小規模ゆえに人材・資金・情報などの経営資源が不足しており、生産性向上や付加価値創出が進みにくいという構造的課題が存在する。

### [経済環境変化に伴う商工業の課題]

生活圏の広域化や消費者ニーズの多様化により購買力の域外流出が進行し、事業者数の減少や地域経済縮小の懸念が高まっている。また、立地条件の制約や公共交通機関の脆弱さが人材確保や販路拡大の妨げとなっており、WEB 販売の導入や域外商談会・展示会への参加など、地理的制約を超えた販路開拓の推進が求められる。

### [DX・デジタル化に関する課題]

地域電子通貨「MINA コイン（※市が地域内消費の促進とキャッシュレス化による利便性向上、地域経済の活性化を目的として導入したスマートフォン型電子地域通貨）」の普及によりキャッシュレス化が進展し、高齢者を含む幅広い層がデジタル社会に参加しやすい環境が整いつつある。一方で、IT に不慣れな事業者が多く、デジタル人材や専門知識の不足が DX 推進の障壁となっている。また、物価高騰および最低賃金の大幅引上げにより小規模事業者ほどコスト増の価格転嫁が困難で、経営安定への影響が懸念される。

### [そうめん産業の課題]

地域を代表するそうめん産業においては、生産者の高齢化および後継者・働き手不足が進行しており、生産者数や生産量が年々減少している。このため、労働力確保、生産工程の効率化・省力化を図る支援体制の構築が必要である。また、夏季に需要が集中する季節変動の影響を受けやすく、安定した生産・販売体制の確立が課題である。さらに、他産地との差別化や新商品開発による競争力強化も求められる。

### [物産振興に関する課題]

地域製品の知名度向上や付加価値向上、ブランド化が十分に進んでおらず、販路拡大が課題となっている。販売場所の確保や WEB 販売の強化に加え、観光土産やギフト市場への展開など、多様な市場に対応した戦略的な販路開拓が必要である。

### [総合的課題]

以上のように、地域商工業、そうめん産業、物産振興は相互に関連しており、地域経済全体の持続的発展のためには、商工業基盤の強化、デジタル化の促進、生産・販路体制の高度化、地域ブランド力の向上を一体的に推進する総合的な取組が求められる。

## (2) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

### ①10年程度の期間を見据えて

#### [地域商工業の経営基盤強化と持続的発展]

##### [10年後のあるべき姿]

- ・地域の小規模事業者が自ら考え行動し、継続的に利益を生み出す自走化が定着している。

**【理由】**

- ・現在は多くの事業者が人材・資金・情報の不足に直面しており、生産性や収益性の向上が課題となっている。
- ・物価高騰や最低賃金の上昇など環境変化に対応するためには、経営力を高め、外部環境に左右されない体質づくりが必要である。

**【商工会の役割】**

- ・経営課題を早期に把握し、事業者が自ら利益を生み出せる「儲ける企業」へ成長することを支援する。また、支援に依存せず自ら動ける小規模事業者の自走化を促す。

**【主な取組内容】**

- ・経営分析、事業計画書策定支援
- ・個別相談による課題解決
- ・補助金支援制度の活用支援

**[DX（デジタル化）による生産性向上・販路拡大の実現]**

**【10年後のあるべき姿】**

- ・多くの事業者がデジタルツールを活用し、業務効率化・情報発信・販路開拓を実現している。
- ・「MINA コイン」など地域電子通貨の利用が定着し、地域内外の販売機会が広がっている。

**【理由】**

- ・地域電子通貨の普及が進み、デジタル化の土壌は整いつつあるが、IT に不慣れな事業者が多く、デジタル化が進まないことが経営改善の妨げになっている。

**【商工会の役割】**

- ・DX、デジタル活用の推進支援者として、デジタル化に不安を感じる事業者に寄り添いながら、初歩的なデジタル導入から販路拡大まで段階的にサポートする。

**【主な取組内容】**

- ・DXセミナー、実践研修の実施、IT 専門家による個別相談会の実施
- ・EC、SNS 活用支援
- ・地域電子通貨活用推進

**[地域特産品（そうめん産業等）の高付加価値化と販路拡大]**

**【10年後のあるべき姿】**

- ・生産者の高齢化対策や省力化が進み、後継者が育ち安定した生産が続いている。
- ・販路が、ギフト、観光、オンライン販売へ広がり、地域の収益源となっている。
- ・そうめんや物産など地域資源がブランド化され、域外にも安定した販路を持つ。

**【理由】**

- ・生産者の減少や需要の季節偏りが課題であり、継続的な生産体制を整える必要がある。
- ・商品開発やデザイン支援、販路拡大を進めることで、地域資源を「稼げる産業」に育てていくことができる。

**【商工会の役割】**

- ・地域資源を高付加価値し儲かる地域ブランドの創出につなげる。

**【主な取組内容】**

- ・新商品開発、デザイン支援
- ・ギフト、観光、EC 市場への販路拡大支援
- ・商談会出展支援、物産展などのイベント開催

## [事業承継と創業支援による産業循環の強化]

### 【10年後のあるべき姿】

- ・多くの事業者が計画的に事業承継を行い、若手経営者や新規創業者が地域の産業を担っている。
- ・家族承継、第三者承継、新規創業が円滑に進み、新しい業態やチャレンジが生まれている。

### 【理由】

- ・経営者の高齢化と後継者不足が深刻化しており、放置すれば廃業の増加につながる。
- ・事業承継や創業支援を強化し地域の産業を次の世代へつなぐ仕組みが必要である。

### 【商工会の役割】

- ・事業承継・創業の「担い手支援拠点」
- ・事業の継続と新規創業を促進するとともに、軌道に乗るまでのサポートを行う。
- ・青年部を通じて若手経営者等のネットワーク形成を支援し、地域の担い手確保を図る。

### 【主な取組内容】

- ・事業承継診断、事業承継計画策定支援
- ・創業塾や創業個別相談会等による創業計画策定支援、補助金活用支援
- ・空き店舗活用支援
- ・青年部活動による後継者育成、創業支援

## [地域連携による経済循環と支援体制の確立]

### 【10年後のあるべき姿】

- ・商工会が行政、金融機関、関係機関等のハブとなり、連携による地域経済循環を実現している。

### 【理由】

- ・個々の事業者だけでは解決できない課題が増えているため、地域全体での支援が不可欠。

### 【商工会の役割】

- ・地域連携プラットフォームのハブ機能
- ・地域支援力の連携を図り自走型地域経済を形成。持続的な企業成長を支える。

## ②南島原市総合計画との連動性・整合性について

南島原市総合計画	南島原市商工会の役割・取組
販売強化と地産地消の推進	・「儲ける企業」への成長を支援 ・魅力ある商品づくり
新商品開発・ブランド化の推進	・商品開発、デザイン支援 ・ギフト・観光・EC市場への販路拡大支援
そうめん産業の活性化	・地域資源を高付加価値化し儲かる地域ブランドの創出につなげる ・商談会出展支援、物産展の開催
後継者の確保と人材育成	・事業の継続と新規創業を促進する ・青年部を通じて若手経営者等のネットワーク形成を支援
住宅・店舗・旅館等のリフォーム	・市の補助金制度を建設業者に情報提供すると伴にその申請書作成を支援
商店街の空き店舗・買い物弱者対策	・創業者支援と合わせた空き店舗活用支援

### (3) 経営発達支援事業の目標

#### [方針と支援のポイント]

本商工会は、地域経済を支える小規模事業者の経営力向上を図るとともに、地域資源や人材を活かした「儲かる企業の育成・創出」及び「小規模事業者の自走化」を推進することを基本に目標を定める。地域に密着した経営支援機関として、事業者に寄り添いながら、デジタル化・人材育成・販路拡大・事業承継など、各段階に応じた伴走支援を展開し、持続可能で活力ある地域経済の実現を目指す。

#### [目標]

##### ・地域小規模事業者の経営力強化と持続的発展

###### 【KGI】(5年間)

自走化(PDCAの定着)に移行できた事業者割合が事業計画策定者の10%、事業計画策定後の黒字化事業者割合50%、支援先の約6%が売上3%向上

###### 【KPI】(1年間)

経営分析の実施事業者数80件/年、事業計画策定支援40者/年、フォローアップ支援40者/年、補助金申請支援件数30件/年 ※事業計画策定支援とフォローアップ支援については事業承継計画支援・創業計画支援件数を含む

###### 【設定理由】

経営力向上の成果は、自走化・売上などで最も明確に評価できるためKGIとした。一方、経営分析や計画策定などは改善プロセスの進捗を示すため、どこで停滞しているかを可視化できるためKPIとして設定した。

##### ・DX(デジタル化)による生産性向上・販路拡大の実現

###### 【KGI】(5年間)

オンライン売上比率10%増、デジタルツール(会計・経理ソフト、EC/SNS等ツール活用)導入事業者数30者(=6者/年)、MINAコイン利用加盟店の売上増加20者以上

###### 【KPI】(1年間)

生産性向上(会計ソフト活用・給与計算ツール活用など)支援者数5者/年、販路拡大(ECサイト開設・SNS活用など)支援者数5者/年、※生産性向上5者/年+販路拡大5者/年(=年10者) MINAコイン導入店舗数5店舗増/年

###### 【設定理由】

DX効果は売上構成などの数値で直接確認できるためKGIとした。会計ソフト等の活用、EC開設やSNS活用は、デジタル化の初期の進捗管理には不可欠となるためKPIに設定した。

##### ・地域特産品(そうめん産業等)の高付加価値化と販路拡大

###### 【KGI】(5年間)

地域特産品の売上高5%増、高付加価値商品の開発数10件、製麺業者数維持率前年度比95%を維持、EC・ギフト市場など域外販路での販売額10%増

###### 【KPI】(1年間)

商談会出展支援件数13者/年、パッケージデザイン・改良支援者数5者/年、オンライン販売導入・強化支援5者/年

###### 【設定理由】

売上増や地域特産品の拡大は高付加価値化の成果を示すためKGIとした。商品開発・商品改良・商談会出展などは販路拡大までの具体的な取り組みを表すためKPIとした。

・ **事業承継と創業支援による産業循環の強化**

【KGI (5年間)】

事業承継完了数 10 件、承継後 2 年の売上増加率 5%増、地域内創業件数 6 件 (うち空き店舗活用による創業支援件数 2 者)、創業後の 3 年の存続率 80%、

【KPI (1年間)】

事業承継診断実施数 10 件/年、事業承継計画策定支援件数 2 者/年、創業・事業承継個別相談件数 2 者/年、青年部による後継者育成・交流会実施数 1 回/年

【設定理由】

承継完了や創業後の定着は世代交代の成果を示すため KGI とした。診断・計画策定・創業支援などは承継・創業のプロセスを可視化できるため KPI に設定した。

・ **地域連携による経済循環と支援体制の確立**

【KGI (5年間)】

連携 (行政・金融機関・関係団体) による支援案件数 15 件、商工会を起点とする地域連携会議数 5 件

【KPI (1年間)】

定期的な地域連携会議・協議会の開催数 2 回/年、行政・金融機関との共同支援件数 2 件/年、相談・支援のワンストップ化による案件処理数 5 件/年、地域連携に関する情報共有 3 回/年

【設定理由】

地域内取引や共同支援の増加は連携支援による成果を示すため KGI とした。また、会議開催や共同支援件数などは連携体制が機能しているかを示すため KPI に示すため KPI に設定した。

## 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) 経営発達支援事業の内容

#### ①地域小規模事業者の経営力強化と持続的発展

##### 達成方針1 経営分析と経営計画策定の定着化

- ・地域小規模事業者の約2割の事業所の経営状況を把握。事業計画策定支援を年間40者以上行い、事業者の自走化（PDCAサイクルの定着）を目指す。
- ・設定理由：計画的な経営の意識が乏しく、外部環境変化に対応しきれない事業者が多い。経営課題を見える化し、将来像を共有することで、資金繰りや補助金活用が容易となり、経営改善の第一歩となるため。

##### 達成方針2 伴走支援による「自走型経営の推進」

- ・定期的に経営相談会を実施し、収益性改善・コスト削減・商品開発の実践を支援する。
- ・設定理由：支援に依存する体質を脱却し、事業者が自ら考え行動できる仕組みを作ることで、持続的な経営体質への転換を促す。

##### 達成方針3 補助金・金融制度活用による経営基盤強化

- ・小規模事業者持続化補助金や県・市制度融資等を活用した支援を強化し、資金調達力を高める。
- ・設定理由：原材料高騰や最低賃金の引上げ等の対応には、経営体力の強化が不可欠。補助金・金融支援を組み合わせた支援により、投資と改善の好循環を生むため。

#### ②DX（デジタル化）による生産性・販路拡大の実現

##### 達成方針1 デジタル化初期支援の体制整備

- ・ITに不慣れな事業者向けに、デジタル活用セミナー（初歩講座）を開催し、POS導入やSNS開設・会計ソフト活用を支援。
- ・設定理由：デジタル化への心理的抵抗を低減し、身近な成功体験を積んでもらうことで、段階的なDX推進を実現する。

##### 達成方針2 EC・SNS活用による販路拡大支援

- ・ECサイト出店支援、SNS広告づくりセミナーの開催、オンライン販売と情報発信の実践を促進。
- ・設定理由：地理的制約や交通弱点を克服し、地域外からの売上を確保するためには、デジタル販路の拡充が不可欠であるため。

##### 達成方針3 「MINAコイン」の活用促進

- ・地域内加盟店の拡大とキャンペーン企画支援を行ない、キャッシュレス決済を販促ツールとして活用する。
- ・設定理由：電子通貨の利用拡大は地域内経済循環の強化につながる。

#### ③地域特産品（そうめん産業等）の高付加価値化と販路拡大

##### 達成方針1 生産体制の維持と後継者育成支援

- ・高齢化した製麺業者への省力化設備導入支援と若手後継者の技能継承支援を実施
- ・設定理由：労働力不足と高齢化による生産縮小を防ぎ、地域の基幹産業として継続的な生産体制を確立するため。

#### **達成方針 2 ブランド力強化と新商品開発支援**

- ・市が取り組んでいる「おいしい南島原ブランド事業」「島原手延べそうめん認証制度事業」への協力と、それに対するブランド化支援、デザイン支援、ギフト、通年商品など新企画開発を推進。
- ・設定理由：季節偏重の需要を平準化し、他産地との差別化を図ることで、高付加価値商品への転換を促す。

#### **達成方針 3 販路拡大と情報発信の強化**

- ・物産展・商談会出展支援により、地域内外での認知度向上を図る。
- ・設定理由：販路確保が地域収益向上のカギとなる。オンラインとリアルを組み合わせた販路開拓で売上の安定化を実現するため。

### **④事業承継と創業支援による産業循環の強化**

#### **達成方針 1 早期診断と事業承継計画策定**

- ・長崎県事業承継・引継ぎ支援センターと連携して承継診断を実施し、専門家と連携して計画策定を支援する。
- ・設定理由：早期着手により選択肢が広がり、税務・金融面のリスクを抑制できる。

#### **達成方針 2 創業支援と青年部による担い手育成**

- ・創業塾・個別相談会・空き店舗マッチングを組み合わせた創業支援を展開。青年部を通じて若手経営者ネットワークを強化。
- ・設定理由：新陳代謝を促し、地域経済の活力を維持するためには、承継と創業の両輪支援が不可欠であるため

### **⑤地域連携による経済循環と支援体制の確立**

#### **達成方針 1 行政・金融・関係機関との連携強化**

- ・商工会がハブとなり、行政・金融・専門家が連携できる体制を構築する。
- ・設定理由：個別対応では限界があるため、地域全体で支援ネットワークを整備し、迅速かつ総合的な支援を実現する。

#### **達成方針 2 伴走支援力の底上げと専門家ネットワーク構築**

- ・職員研修や専門家派遣制度を活用し、支援スキルの高度化と外部専門家との連携体制を強化。
- ・設定理由：支援の質を高めることで、複雑化・多様化する経営課題に適切に対応し、地域支援体制の持続性を確保

## **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]**

- ・中小企業景況調査は継続的に実施しており、管内の業種別景況感や経営課題は把握できている。
- ・RESAS等の国のビッグデータを活用し、地域経済の分析を行い事業計画策定支援に活用した。
- ・分析結果を地域全体にフィードバックする公表体制の整備が不十分である。経営支援セミナーでの情報提供や職員の巡回指導時の活用にとどまり、対外的発信には至っていない。

### [課題]

- ・分析結果を効果的に「公表・共有」する仕組みの確立が必要。
- ・RESAS や景況調査の分析を事業計画や経営支援に連動させるサイクル化が必要。
- ・データ分析の専門性を高め、地域課題（創業支援・販促戦略・事業承継）に即したテーマ分析を行う必要がある。

## (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
①RESAS分析・公表回数	HP 掲載	個別活用	2回	2回	2回	2回	2回
②中小企業景況調査分析・公表回数	HP 掲載	個別活用	2回	2回	2回	2回	2回
フィードバック事業者数	経営セミナー 巡回指導等	個別活用	55者	55者	55者	55者	55者

## (3) 事業内容

### ①国等が提供するビッグデータ・統計データ

【調査対象】 産業別生産額、生産構造、観光客の目的地分析、消費支出及び購買力

【手法】 RESAS の「地域経済循環マップ・生産分析」「観光マップ・目的地分析」「経済指標・消費生活」機能を活用。総務省・経産省統計データ（経済センサス等）を補足利用

【目的】 人口減少、産業転換、観光、雇用などの地域課題に即した視点で分析し、地域の稼ぐ力を可視化。重点産業を明確化して深掘り分析を実施

### ②中小企業景況調査

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

【調査項目】 売上高、仕入価格、利益、採算、資金繰り、雇用状況、設備投資等

【手法】 商工会窓口での調査、巡回によるヒアリング、電話フォロー

【目的】 短期的な業況変化を把握し、資金繰り・価格転嫁・人材確保など支援策を迅速化する

## (4) 調査結果の活用

### ①支援テーマの優先順位付け・重点産業への集中伴走

RESAS 分析および中小企業景況調査から抽出した課題を基に、地域企業が直面する重点テーマの優先付けや重点産業の選定を行い、支援資源の最適配置、集中的な伴走支援を実施する。

【手法】・景況感 DI を業種別・規模別に集計し、悪化傾向にある経営項目を抽出

- ・RESAS により地域の産業構造・需要動向を分析し、課題の背景を整理
- ・専門家派遣、補助金申請支援金融機関との連携支援へ反映
- ・販路開拓、DX 推進、人材確保のテーマ別支援を一体化
- ・企業間ネットワーク、商談会、域外バイヤーとのマッチングにより広域連携を促進

## ②経営支援メニューへの即時反応

調査結果を商工会の日常支援（巡回相談・窓口相談）に組み込むことで、課題発生から支援実施までのタイムラグを縮減する。

【手法】・分析結果を職員間で共有し、相談対応に即時反映

- ・金融機関、支援機関とでデータ共有し、連携支援（融資制度・補助金支援）へ反映

## ③地域への情報発信と共有

分析結果を広く地域へフィードバックし、事業者自らが経営判断に活用できる環境を整備する。

【手法】・定期的に地域経済レポートを作成し、ホームページ等で公表

- ・経営セミナー等で地域の経済動向を紹介し、事業計画・補助金活用の検討資料にする
- ・自治体との政策協議に活用し、商工会のデータを地域計画（産業振興計画等）に反映

## 4. 需要動向調査に関すること

### (1) 現状と課題

[現状]

- ・商談会におけるバイヤー評価や市場意見の収集は一定程度進んでいる
- ・EC（オンライン販売）やSNSの市場動向については、事業者の自己判断に依存しており、分析や改善指導が十分ではない。
- ・観光消費や地域内電子通貨（MINA コイン）の利用状況など、地域内需要の実態把握が不足。
- ・多くの小規模事業者が「経験と勘」を基にした経営判断に留まっている。
- ・需要調査の結果が、事業計画策定、商品改善、DX支援と十分に連動していない。

[課題]

- ・EC、SNS、リアル商談会を統合した需要分析体制の強化が必要。
- ・特産品分野（そうめん等）の高付加価値化に必要な市場データの収集が不足している。
- ・地域内消費（MINA コイン等）や観光客の需要や消費の可視化が必要。
- ・個別事業者へのフィードバックを、経営計画・商品開発支援と密接に結びつける必要がある
- ・デジタル販路拡大を進めるため、販売データ・顧客データの分析基盤が必要。

### (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商談会・物産展時調査 対象事業者数	14 者	18 者	20 者	20 者	20 者	20 者
②EC・SNS 需要動向調査 対象事業者数	－	10 者	10 者	10 者	10 者	10 者
③観光消費・地域電子通貨 動向調査 対象事業者数	－	15 者	15 者	15 者	15 者	15 者

※特産品（そうめん等）を取り扱う食品製造業を重点調査対象とする。

※調査結果は経営計画・商品改善・販路開拓支援に活用

### (3) 事業内容

#### ①商談会・物産展時調査

商談会や物産展に出展した事業者を対象に、商談内容、バイヤーの評価、改善要望などの情報を収集・分析し、販路拡大や商品開発支援に活用する。また、成約状況などについても深掘り調査を行い、「成約→EC 併売」「ギフト化」といった新たな売上拡大の方向も分析する

【調査対象】商談会、物産展出展事業者

※サンプル数：初年度 90 枚（5 名×18 者）、令和 9 年以降 100 枚（5 名×20 者）

【調査手法】商談会・物産展時に、商談内容・購入ニーズ・価格反応、成約数や金額などについてのアンケート調査を実施。

【分析手法】よろず支援拠点等の専門家の助言を得ながら、「リアル商談×EC 販売の併売可能性」「商談プロセスの検証」「成約・売上拡大につながる要因抽出」などを分析する。

【調査項目】①バイヤーの評価(品質・容量・デザイン・価格等)、②ギフト需要・オンライン販売適正、③成約件数・金額(見込件数・金額)、④成約先の規模、⑥改善要望への対応

【調査結果の活用】調査結果は、職員が直接事業者に直接説明する形でフィードバック。商品の改良や新商品の企画に活用するとともに、事業計画を策定する際の市場根拠としても利用する。また、EC の強化支援や特産品を対象としたブランド戦略にも反映させる。

#### ②EC・SNS 需要動向調査

DX 推進方針に対応し、地域事業者のオンライン販売力向上のため、EC アクセス数・売上、価格帯傾向、SNS 反応などを調査する。

【調査対象】EC 活用・SNS 発信事業者

【調査手法】EC の課題(在庫、写真、価格設定、広告など)や SNS 運用体制をヒアリングし、課題を整理する。

【分析手法】専門家を活用し、販売データや SNS 反応を基に、商品の訴求ポイントの改善点を明確にする。EC とリアル商談会を組み合わせた販路戦略を提案する。

【調査項目】①EC 販売状況、②SNS 反応(いいね数・コメント数など)、③商品ページの評価、④季節性・ギフト需要の確認、⑤通年需要の兆候(そうめん等)

【調査結果の活用】事業者のデジタル販路拡大に直結させ、商品ページの写真、説明文、価格設定などの改善に活用する。SNS を用いた低コスト販促手法の強化にもつなげ、事業者が自立的にオンライン販売力を高められる体制づくりを支援する。

#### ③観光消費・地域電子通貨(MINA コイン) 動向調査

地域内の観光消費や地域電子通貨(MINA コイン)の利用状況を把握し、特産品やサービスの販売戦略や観光客施策に活用する。

【調査対象】土産品店、飲食店、特産品製造販売事業者、体験事業者

【調査手法】アンケートやヒアリング通じて、観光客の人気商品や価格帯、特産品の観光需要などの情報を収集する。

【分析手法】収集したデータを整理し、観光消費の傾向や電子通貨の利用状況、利用パターン、利用促進の要因などを分析する。

【調査項目】①MINA コイン利用状況、②購買動向・購買行動、③特産品の観光需要

【調査結果の活用】結果は事業者にフィードバックに活用し、商品改良や新商品開発、販路拡大、ギフト化戦略に反映する。また、観光施策や電子通貨利用戦略、特産品の高付加価値化や通年需要の開拓にも役立てる。

## 5. 経営状況の分析に関すること

### (1) 現状と課題

#### [現状]

支援においては、

- ・現在、分析においては一定の成果を上げているものの、職員ごとに手法が異なり、精度にばらつきが生じている。
  - ・課題整理までは実施しているが、PDCA の定着や事業計画の継続的な更新には繋がっていない。
  - ・財務中心の分析が多く、DX 活用状況、販路、ブランド、後継者などの多面的な分析が不十分。
- 地域の商工業者の多くは、
- ・外部環境の変化(価格高騰・人手不足・最低賃金上昇等)への対応が遅れがち。
  - ・デジタル活用が不足。
  - ・後継者不在や事業承継未着手の事業者が増加。

など、経営分析を起点とした伴走支援の強化が求められている。

#### [課題]

- ・分析手法の標準化と、DX・販売・人材・ブランドを含む未来志向型の分析制度の向上が必要。
- ・事業者自ら計画・改善を進められるように、分析結果の継続的なフィードバックと PDCA 定着の支援など、自走化につながる分析が不足。
- ・特産品、創業、承継などの重点分野では、設備投資や承継問題などの深掘り分析体制が未整備。
- ・支援領域の広がりに対し、専門家との連携強化や職員の伴走支援力向上が不十分。

### (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経営分析セミナー	-	2回	2回	2回	2回	2回
②個別経営分析 (財務+非財務)	70者	80者	80者	80者	80者	80者

※特産品事業者、創業・承継予定者など重点分野の分析比率を高める

### (3) 事業内容

#### ①経営分析セミナー

【目的】小規模事業者が自社の経営状況を正しく把握できるよう、財務分析だけではなく、DX活用、販路開拓、人材・ブランド戦略など多面的な経営分析の基礎を習得し、自ら改善策を考え PDCA を回せる力を身につけることを目的とする。

【募集方法】商工会の会報、ホームページ、巡回・窓口相談時の個別案内により募集する。

【開催回数】年2回

【内容】・事業規模や業種に応じてグループ分けを行い、実践的な内容を提供

- ・ローカルベンチマーク、経営計画つくるくん等の操作体験(自社データを用いた演習)
- ・PDCA サイクルを活用した分析結果の事業計画への反映方法

## ②個別経営分析（財務+非財務）

【目的】財務指標による収益・資金状況と、経営資源・強み・弱み・販路・DX活用状況・事業承継リスクを統合分析し、施策の優先順位を明確化。分析結果を基に、経営計画や事業承継計画を実行可能な行動計画へと落とし込む。

【対象者】セミナー参加者から意欲・効果見込みの高い10者を選定、巡回等から70者を発掘

【分析項目】定量分析（財務分析）

■成長性・収益性・生産性・効率性・安全性、  
定性分析（SWOT分析・経営資源分析）

■商品力・技術力・ブランド・人材・設備、■競合・市場変化・季節性・販路状況

■特産品の価値整理・観光需要との連携可能性等も分析

DX分析

■会計ソフト・SNS・EC・キャッシュレス導入状況、■デジタル販路の可能性、

■データ活用による業務効率化の余地

事業承継分析（65歳以上の経営者に実施）

■経営者意向・後継候補・技術承継状況、

販路・ブランド分析（特産品・観光向け）

■ブランド認証、ギフト需要、通年販売の可能性

■観光商圏での訴求性、SNS発信力

【分析手法】ローカルベンチマークや経営計画つくるくん等の活用、面談ヒアリング、資料分析、商工会職員による標準化された分析、専門家による深掘り分析(テーマ別)、専門家の活用、長崎県事業承継・引継ぎセンターとの連携による承継分析

【成果物】分析レポート、課題抽出シート

## （４）成果の活用（内部活用+事業者の自走化促進）

### ①小規模事業者支援への活用

- ・分析結果を、事業計画・補助金計画・DX導入計画・販路開拓計画・事業承継計画の策定に活用。
- ・課題整理→計画策定→実行→モニタリングのPDCAを支援。
- ・MINAコインの活用方法やSNS改善など、実行支援につなげる。
- ・特産品事業者については、設備投資支援・ブランド化支援・物産展出演支援へつなげる。

### ②商工会内部での活用

- ・分析結果と支援カルテを職員間で共有し、担当変更時も一貫した伴走支援を継続。
- ・職員研修の資料として活用し、伴走支援力の底上げを図る。
- ・分析データを集約して地域課題(後継者不足・DX遅れ等)を可視化し、行政・金融機関等との連携会議で共有。
- ・重点分野(特産品・観光・DX等)の地域単位の経営課題を抽出し、中長期の支援方針策定に反映。

## 6. 事業計画策定支援に関すること

### (1) 現状と課題

#### [現状]

- ・持続化補助金等の活用を契機に、事業計画策定に取り組む事業者は増加している。
- ・製麺業を中心とした地場産業や創業・事業承継に係る計画策定ニーズは依然として高い。
- ・デジタル化や販路開拓など新しい経営課題への個別相談も増加している。

#### [課題]

- ・計画策定の意義が十分に理解されておらず、補助金取得が目的化しているケースが多い。
- ・自ら課題を把握し改善へ取り組む「自走型経営」への転換が進んでいない。
- ・DXや事業承継など経営環境の変化に対応した計画策定が不足している。
- ・創業・承継希望者の計画策定力や資金調達力が弱く、実行段階でのつまずきが発生している。

### (2) 支援に対する考え方

小規模事業者に対し、一般的なセミナー形式で計画策定の重要性を説明しても実際の行動にはつながりにくい。そのため、実態把握・課題整理・計画策定を一体的に支援する「個別相談会」を中心に伴走型支援を強化する。

支援の基本方針は次のとおりとする。

- ・経営分析を行った事業者のうち、年間 50%程度が事業計画を策定することを目標とする。
- ・持続化補助金申請を契機とした事業者に対し、補助金取得にとどまらず実効性の高い事業計画策定を支援する。
- ・DX・創業・事業承継・販路開拓など領域別の計画策定支援を体系化し、それぞれの段階で支援を実施する。
- ・対話・傾聴を重視し、事業者の意思決定を支える伴走支援を徹底する。
- ・デジタル化等の「行動変容を促す取組」を前段階に配置し、計画策定につながる仕組みとする。

### (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
①事業計画策定 個別相談会 回数	31回	32回	32回	32回	32回	32回
②DX（デジタル化） 個別相談会 回数	-	4回	4回	4回	4回	4回
③創業・事業承継 個別相談会 回数	2回	4回	4回	4回	4回	4回
事業計画策定者数	35者	40者	40者	40者	40者	40者

※1回の個別相談会（事業計画・DX・創業・事業承継個別相談）で2者の指導を想定（延べ指導回数80回）

※事業計画策定者数は1者に対して2回の指導を行うものとして算出

## (4) 事業内容

### ①事業計画策定個別相談会（個別指導）

- 【目的】経営分析を通じて現状と課題を可視化し、売上改善・投資計画・補助金活用を含む実効性の高い事業計画を策定することで、持続的な経営体質への転換を図る。
- 【対象】経営分析を実施した小規模事業者、持続化補助金等の計画策定を必要とする事業者、設備投資・販路拡大・省力化が必要な製麺業等の地場産業
- 【具体的手法】財務分析、SWOT分析、将来像整理を行い、短期・中期の具体的改善計画を策定。RESAS、景況調査、地域動向データを活用し、外部環境を踏まえた計画づくり支援。補助金・制度融資の活用を想定しながら資金計画・売上計画の精度を高める。製麺業などには、設備投資・省力化・ブランド強化を踏まえた計画策を重点支援。
- 【実施方法】相談会を年間32回実施し、1回あたり2者を指導。各事業者には1～3回の指導を行い、計32者を支援する。職員の担当制を導入し、中小企業診断士等の専門家による実践的指導を実施。オンライン指導にも対応し、事業者の状況に応じた柔軟な支援を実施する。
- 【成果指標】事業計画策定数、補助金活用件数、設備投資や収益改善に至った件数

### ②DX相談会（個別指導）

- 【目的】POS、クラウド会計、SNS、EC等のデジタルツール導入を通じ、業務効率化と販路拡大を実現し、事業計画策定へつながる行動変容を促す。
- 【対象】デジタル化に不慣れな小規模事業者、SNS・ECを活用した販路拡大を目指す事業者、効率化（POS・レジ・会計ソフト）が急務の事業者
- 【具体的手法】IT初歩レベルの個別サポート。  
ECサイト出展支援やSNS広告作成支援など販売力強化に直結する実務支援。  
MINAコインを活用したキャッシュレス導入支援。
- 【実施方法】相談会を年間4回実施し、1回あたり2者を指導。各事業者には2回の指導を行い、計4者を支援する。デジタルに不慣れな事業者に対しては操作説明から開始し、小さな成功体験を重視。ITコーディネーターやSNS専門家等と連携し、初歩～応用まで段階的に対応。デジタル化を踏まえた売上改善プランづくりを経営者とともに進行。
- 【成果指標】デジタルツール導入件数、EC出展・SNS開設件数、DXを契機とした事業計画策定件数

### ③創業・事業承継 個別相談会（個別指導）

- 【目的】創業希望者および事業承継予定者に対し、実現可能な創業計画・事業承継計画を策定し、地域経済の新陳代謝と事業の持続性を確保する。
- 【対象】創業希望者、事業承継診断を受けた事業者・後継者候補、製麺業等の後継者・技術承継が必要な事業者
- 【具体的手法】創業者のビジネスモデル整理、資金計画、空き店舗マッチング等の支援。事業承継診断を踏まえた後継者との対話、承継課題の抽出、承継ロードマップ作成支援。製麺業などの地域産業の後継者に対しては、技術承継・設備更新を組み込んだ計画策定を支援。
- 【実施方法】相談会を年間4回実施し、1回あたり2者を指導。各事業者には2回の指導を行い、計4者を支援する。（創業2者・事業承継2者）長崎県事業承継・引継ぎ支援センターと連携し、税理士・診断士等の専門家を派遣。指導後のフォローにより計画の実行を支援。
- 【成果指標】創業計画/事業承継計画策定支援件数、創業実現件数/承継実行件数、空店舗活用件数

## 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]

- ・事業計画策定支援は進んでいるが、実施段階のフォローが受動的で、定期的・体系的な体制が未整備となっている。
- ・DX・特産品・創業・事業承継など領域で計画を策定する事業者が増加し、実行段階での伴走支援の需要が高まっている。
- ・特に製麺業では、設備更新・後継者育成・販路拡大など計画実行に専門性を要する課題が多い。

#### [課題]

- ・計画策定後の進捗確認の不足により、計画の未実行・遅延・環境変化への未対応が発生している。
- ・自走型経営への転換を後押しするため、継続的フォローアップ体制と専門家連携が必要。

### (2) 支援に対する考え方

事業計画策定はスタートであり、実際に重要なのは、実行・検証・見直し（PDCA）を継続する仕組みづくりとなる。そのため、事業計画を策定したすべての事業者を対象に、以下の方針で実施支援を行う。

- ・経営力強化のための定期フォローアップ  
定期巡回を行い、進捗・課題・外部環境変化を継続的に確認し、計画の確実な実行を支援する。進捗不良時には原因を分析して計画の修正や改善策を提示しながら伴走支援を行う。
- ・伴走支援による小規模事業者の「自走化」推進  
事業者自らが改善策を考え実行できるよう、対話と実践支援を重視し、収益改善・コスト削減・商品開発等の取組を継続的にフォローする。
- ・創業・事業承継の定着支援  
創業後の状態安定、承継後の経営スキル定着まで見届け、継続的に伴走する「長期フォロー」の体制を確立する。

### (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 (創業・事業承継含む)	35者	40者	40者	40者	40者	40者
頻度(延回数)	160回	206回	206回	206回	206回	206回
売上増加事業者数	7者	12者	12者	12者	12者	12者
売上3%以上増加事業者数	2者	3者	3者	3者	3者	3者

※売上増加事業者数：事業計画策定事業者の約3割

※売上3%以上増加事業者数：売上増加事業者の約2割

## (4) 事業内容

### ① 定期的なフォローアップの実施

事業計画策定事業者に対し、概ね3か月に1回の巡回訪問で進捗や課題を確認。集中的な支援が必要な事業者と、頻度を抑えても支障のない事業者を見極め、適正なフォローアップ頻度を設定する。計画とのギャップがあれば要因分析と改善策・軌道修正を行い、必要に応じて専門家と連携してフォローを行う。年間平均5回程度の支援を実施する。(年間：36者×5回=180回)

### ② 創業後の安定化支援

創業後3年間を「助走期間」とし、特に創業から半年間は月1回程度のフォローで経営基盤確立を支援。販路開拓や資金繰り、支援制度活用など成長段階に応じて支援内容と頻度を調整し、事業の安定化を図る。(年間：2者×9回=18回)

### ③ 事業承継フォローアップ

経営者と後継者双方の状況を把握し、円滑な承継が進むよう調整・助言を行う。承継後は税務・労務・財務等の基礎知識習得を伴走でサポートし、必要に応じて専門家を連携。概ね3か月に1回を目安にフォローを継続。(年間：2者×4回=8回)

## 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]

- ・地域特産品における販路拡大やブランド化支援を南島原市と協力して実施。
- ・首都圏の商談会出展を支援
- ・販路開拓セミナーは未実施だが、事前支援として専門家によるディスプレイ等の個別指導を実施。

#### [課題]

- ・商談会後の需要動向把握・事後支援が不十分で、新商品開発や取引拡大につながりにくい
- ・DXやEC活用が十分でなく、地域外販路の拡大に限界
- ・高付加価値化・ブランド力強化、観光・商業連携による地域内消費拡大の余地
- ・若手後継者不足により、新規事業・サービス開発が停滞

### (2) 支援に対する方針

#### 販路開拓支援

- ・商談会出展支援を強化し、出展事業者の成約率・売上向上を促進。
- ・商談会前後の伴走支援で商品改良・新商品開発を支援。
- ・商談会を成功に導くために、商談会前に商談成立に向けた実効性のある支援を実施。
- ・商談会終了後の商品改良・新商品開発に取り組む事業者の支援

#### DX推進

- ・DX・EC・SNS活用を通じて地域外販路を開拓。

#### 飲食店、観光関連事業者の販売促進支援

- ・高付加価値化・ブランド化支援で差別化を図る

### (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商談会出展支援 出展事業者数	13者	13者	13者	13者	13者	13者
①商談会出展支援 成約(見込)件数/者	11件	13件	13件	13件	13件	13件
①商談会出展支援 成約(見込)金額/者	134万円	195万円	195万円	195万円	195万円	195万円
②物産展出展支援 出展事業者数	-	5者	7者	7者	7者	7者
②物産展出展支援 物産展売上高/者	-	8万円	10万円	10万円	10万円	10万円
③販路開拓セミナー 開催回数・参加事業者数	-	1回 10者	1回 10者	1回 10者	1回 10者	1回 10者
④商品開発・商品改良個別 相談会 相談者数	-	5者	5者	5者	5者	5者
⑤DX による販路開拓個別 相談会 相談者数	-	5者	5者	5者	5者	5者

### (4) 事業内容

#### ①商談会・物産展支援

【内 容】首都圏の大型商談会への出展支援を実施。WEB 商談会への参加支援として、EC サイト活用やオンライン商談ツールの操作指導も行う。

【支援対象者】製麺業者を中心とした販路開拓や首都圏市場進出に意欲がある事業者。

【支援手法】出展者の取りまとめやブース設営・物流支援を行い、商談会前のセミナー、当日の展示・接客指導や商談サポート、終了後の結果分析・フィードバックを提供。必要に応じて補助金活用や事業計画策定支援も実施。

【規模・頻度】参加事業者：13者(延数)、年1～2回の出展支援（計画に応じて調整）

【期待効果】本事業により、首都圏への販路拡大や新規取引先獲得、商品改良や新商品開発のための需要把握、出展事業者の販路拡大自走化、地域ブランドの認知度向上が期待できる。

#### ②物産展の実施（合同物産展）

【内 容】南島原市内および近隣の商工会と連携し、地域特産品や飲食商品の展示・販売、試食・実演などを通じて来場者へのPRと関心喚起を行う。

【支援対象者】地域特産品・地域資源を活用した商品を提供する小規模事業者。

【支援手法】会場の確保やブース割り、出展者の取りまとめを支援するとともに、専門家の派遣による展示方法や接客対応の事前指導を行う。また、来場者データや販売動向の収集・分析を通じて参加事業者にフィードバックを提供。ポスター・チラシ・SNS投稿用素材などの販促資材作成も支援する。

【規模・頻度】参加事業者：初年度 5 者(合同実施)、令和 9 年度以降 7 者(単独実施)・年 1 回程度実施  
【期待効果】本事業により、地域内外への販路拡大、新商品開発のヒントとなる需要動向の把握、地域ブランド力強化および地域経済の活性化が期待できる。

### ③販路拡大セミナーの開催（商談会事前支援）

【内 容】商談会の成功に向けて、販売促進の専門家による事前セミナーを開催。商談会前後の準備やフォローの重要性を理解するとともに、商談ノウハウやプレゼンテーション手法、WEB 商談会への対応力を習得し、模擬商談を通じて実践力を高める。

【支援対象者】商談会展出予定者・販路拡大や商談ノウハウ習得を希望する小規模事業者 10 者程度

【支援手法】専門家による講義、模擬商談や実践演習、WEB 商談会対応のための EC 活用指導。

【期待効果】商談準備やフォロー方法の理解、商談ノウハウ・プレゼン力等の向上により、商談成立率や販路拡大の促進が期待される。

### ④商品開発・商品改良個別相談会（商談会事後支援）

【内 容】商談会展出後、出展者等に商品開発・商品改良個別相談会を実施。動向調査の結果をフィードバックし、商品のブラッシュアップや販売方法の改善を支援する。

【支援対象者】商談会展出事業者および商品開発や商品の改良を検討している事業者 5 者程度

【支援手法】動向調査結果のフィードバックに基づく商品・販売方法の改善支援。（専門家活用）

【期待効果】自社商品の改良や販売方法の改善が図られ、次回商談会での成約率アップにつながる。

### ⑤DX による販路開拓個別相談会（商談会事後支援）

【内 容】地域外販路の開拓を目的とした DX・EC・SNS 活用の個別相談会を実施。現状分析や課題把握を行い販路拡大に向けた支援を行う。

【支援対象者】DX・EC・SNS による販路拡大に関心のある事業者 5 者程度

【支援手法】EC サイトや SNS 活用指導、施策計画策定の伴走型支援。（専門家活用）

【期待効果】DX・EC・SNS 活用による販路拡大の具体策を習得でき、地域外市場への販路開拓に期待できる。

## 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]

- ・事業の進捗確認は正副会長会議等で行っているが、評価時期や方法が統一されていない。
- ・外部有識者や市を交えた第三者視点の評価体制が不十分
- ・評価結果の公表ができておらず、地域事業者が閲覧できる仕組みが不十分

##### [課題]

- ・評価時期を統一化し、改善反映と情報共有を迅速化する仕組みの整備が必要。
- ・外部有識者・法定経営指導員等・市を含む協議会体制の整備・強化。
- ・毎年度 1 回以上の評価・見直しの定期化と、結果を HP・会報等で公開する体制の確立。
- ・広域的支援をより効果的に活用し、横断的な情報共有・効果検証を行う仕組みを組み込む必要。

## **(2) 事業内容**

### **① 定量的把握**

- ・ KPI 設定：事業計画策定件数、補助金活用件数、セミナー・相談会参加者数、SNS 開設数、商談会等出展事業者数、新規取引先獲得数、地域電子通貨利用店舗数など。
- ・ データ収集：実績報告書、経営支援シート（フォローアップ含む）ほか

### **② 評価手法**

- ・ 内部評価：正副会長・事務局長・法定経営指導員を中心とした内部評価委員会が、各施策の定量・定性データを基に進捗や課題を分析。
- ・ 外部評価：行政関係者、外部有識者(中小企業診断士)、関係団体(県商工会連合会)を加えた評価委員会で、内部評価結果を基に事業全体の達成度・改善策を検討。
- ・ 評価指数：KPI(件数・売上・導入率・参加率)と定性評価(事業者満足度、行動変化、地域経済への波及効果)を組み合わせた多角的評価を実施。

### **③ 評価・見直し頻度**

- ・ 内部評価：年 2 回（上期・下期）
- ・ 外部評価：年 1 回（事業年度末、1～3 月に開催）
- ・ PDCA サイクルを通じて評価結果を次年度計画に反映。必要に応じて支援内容や施策の優先度を修正

### **④ 結果の公表方法**

- ・ 経営発達支援事業評価委員会での評価結果を理事会に報告・承認
- ・ 改定された事業計画・支援方針を商工会ホームページおよび広報誌で公表

### **⑤ 広域的支援体制の活用**

- ・ 長崎県商工会連合会、県・市、金融機関、専門家ネットワーク（中小企業診断士、IT コーディネーター等）と連携し、評価・改善策の策定や伴走型支援の質向上を図る。
- ・ 他地域商工会や関係団体との情報交換により、成功事例や効果的手法を横展開し、地域全体の経営力強化に活かす。

## **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]**

- ・ 本商工会では、国・県・県連等が実施する研修や中小企業大学の研修に参加し、事務局会議などで支援ノウハウを共有することで、職員の資質向上に取り組んでいる。また、県連が若手職員向けに専門家による OJT や、補助金・金融・労務・税務など基礎研修（年 4 回）が実施しており、本商工会職員も参加している。また、商工会内でも職員が講師となるミニ勉強会（年 4 回）を開催している。

## [課題]

- ・ 支援領域の多様化・高度化が進む中、既存研修の参加や内部会議での情報共有のみでは十分とはいえ、より専門性の高いスキル習得や、一般職員を含めた支援能力の底上げを図る必要がある。また、若手職員への OJT や定期研修の充実が進む一方、得られたノウハウを組織全体で共有し、継続的に活用できる仕組みの整備が課題となっている。

## (2) 事業内容

目的：職員が必要な専門知識・実務能力を継続的に習得し、組織として支援力を底上げすることで、小規模事業者への伴走支援の品質を向上させること。

### ①外部研修・セミナーの計画的活用

外部研修や WEB 研修に継続して参加し、創業、事業承継、6 次産業化、事業継続力強化、DX 等の新しい分野の知識習得を進める。若手職員には、県連の専門家 OJT・基礎研修への参加を促し、実務力を高める。

### ②OJT の強化

新任・若手職員に対し、経験豊富な職員による OJT を継続的に実施する。補助金申請、金融支援、事業承継、経営計画策定等の実務をチームで対応し、実践的なスキルの習得を図る。また、県連職員や外部専門家による指導・助言を受けながら伴走型支援能力を強化し、地域事業者の多様な課題に対応できる体制を構築する。

### ③内部勉強会の実施

職員が講師となるミニ勉強会を年 4 回程度開催し、制度改正、補助金情報、金融実務、税務・労務等の実務知識の整理・共有を行う。若手だけでなく事務職員も含めた全職員の底上げを図る。

### ④データベース化の推進

長崎県商工会連合会の基幹業務システムに、支援内容や事業者状況を随時入力しデータベース化することで、全職員が情報を共有し、事業者支援の質を高める。また、データを活用して支援履歴の分析や課題把握を行い、より効果的な伴走支援につなげる。

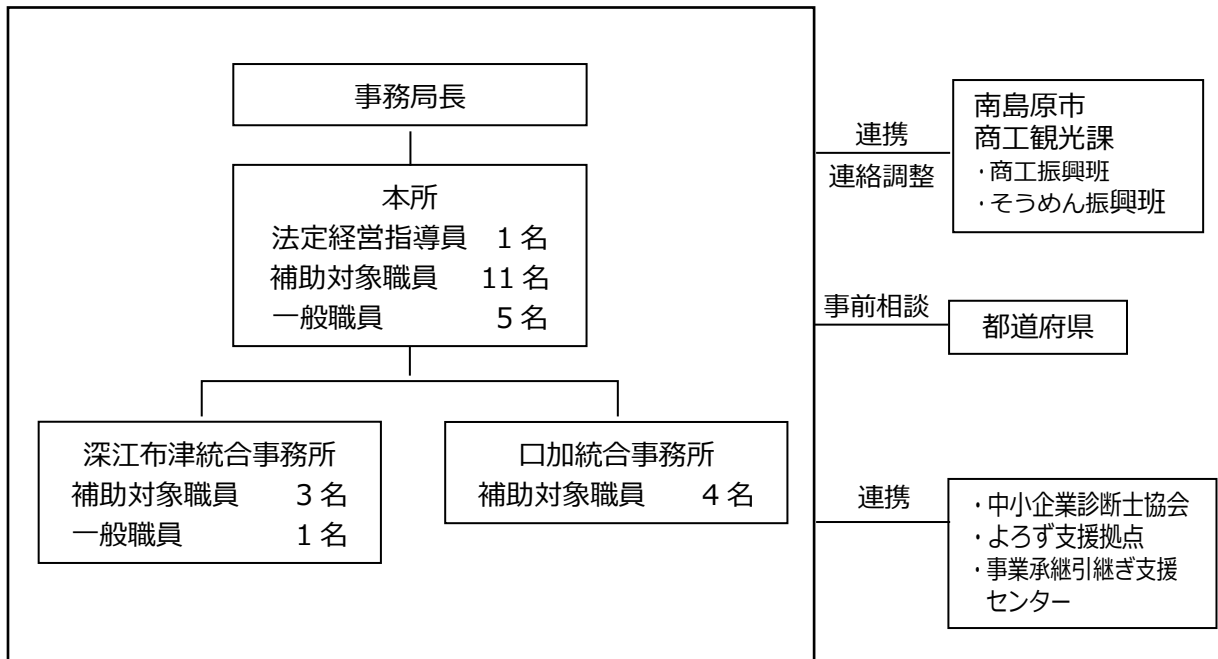
(別表2)

経営発達支援事業の実施体制

経営発達支援事業の実施体制

(令和7年12月現在)

(1) 実施体制（商工会又は商工会議所の経営発達支援事業実施に係る体制／関係市町村の経営発達支援事業実施に係る体制／商工会又は商工会議所と関係市町村の共同体制／経営指導員の関与体制 等）



①都道府県及び関係市町村との連携体制

- ・当会、本市商工観光課（商工振興班・そうめん振興班）が連携し、地域の実情を踏まえた重要課題を設定するとともに、本支援計画での支援方針を決定するため、年2回、連絡協議会を開催する。
- ・また長崎県と事前に相談・調整を行うことで、都道府県の重要課題についても反映した支援計画とする。

②商工会又は商工会議所の経営発達支援事業実施に係る体制

- ・市内を4地区に分け、法定経営指導員1名と補助対象職員19名の体制で巡回指導を行う。補助対象職員を小規模事業者ごとに選定し、策定支援からフォローアップまで一体の支援体制を構築する。
- ・また、中小企業診断士協会、よろず支援拠点と連携し、専門家を含めた伴走支援やセミナー個別相談の体制とする。

③定量的に実施状況を把握し評価を行う体制

- ・法定経営指導員1名、補助対象職員18名、事務員6名の体制で、実施状況を定量的に把握し効果測定を行う。

- ・上記で把握・検証した実施状況を当会と南島原市の連絡協議会（年2回開催予定）、および外部評価委員会（年1回開催予定）で評価するとともに、次年度の支援内容の検討を行う。また、必要に応じて変更申請を行い、支援計画にも反映していく。

#### ④経営指導員等の資質向上に係る体制

- ・当会職員向けに研修や勉強会等を開催し、DX化や生成AI、財務諸表の分析手法、経営戦略、マーケティング、起業・創業、事業承継、価格転嫁など適宜専門知識の習得を図り、小規模事業者の内発的動機づけを行うためのロールプレイング、事例共有などを行う。

### (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：三浦昭彦

■連絡先：南島原市商工会 本所 TEL：0957-73-9100

#### 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・三浦昭彦は、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

南島原市商工会 本所（両有家統合事務所・有馬統合事務所）

〒859-2206 南島原市有家町中須川 155

TEL 0957-73-9100 FAX 0957-61-0400

深江布津統合事務所

〒859-1504 南島原市深江町丁 2169-2

TEL 0957-72-2891 FAX 0957-72-2365

口加統合事務所

〒859-2601 南島原市加津佐町己 2818-2

TEL 0957-87-3083 FAX 0957-87-4709

#### ②関係市町村

南島原市 地域振興部 商工観光課

商工振興班、そうめん振興班

〒859-2211 南島原市西有家町里坊 96-2

TEL 0957-73-6633 FAX 0957-82-3086

(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	6,900	6,900	6,900	6,900	6,900
地域経済動向調査 需要動向調査	200	200	200	200	200
経営状況の分析	300	300	300	300	300
事業計画策定 支援事業	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000
計画策定後実行 支援事業	200	200	200	200	200
新たな需要の 開拓支援事業	4,200	4,200	4,200	4,200	4,200

(備考) 必要な資金の額については、見込み額を記載すること。

調達方法
会費収入、手数料収入、受益者負担金収入、事業受託料収入、国県市補助金

(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
① ② ③ ・ ・ ・
連携して事業を実施する者の役割
① ② ③ ・ ・ ・
連携体制図等
①  ②  ③