

経営発達支援計画の概要

<p>実施者名 (法人番号)</p>	<p>西そのぎ商工会（法人番号） 8310005002184 時津町（地方公共団体コード 423084 長与町（地方公共団体コード） 423076</p>
<p>実施期間</p>	<p>令和4年4月1日～令和9年3月31日</p>
<p>目標</p>	<p>①【定量目標】 地域内の小規模事業者から、経営発達支援事業期間内に売上増加事業者数を合計25者、利益率3%以上増加の事業者を合計3者、輩出する。 ②【定性目標】 ・小規模事業者の中長期的な計画経営を実現する ・小規模小売業、飲食業、サービス業等のシェア拡大を実現する ・地域の特色を活かした商品開発と販路拡大を実現する</p>
<p>事業内容</p>	<p>I. 経営発達支援事業の内容</p> <p>3. 地域経済動向の調査に関すること</p> <p>①地域の経済動向分析 ②中小企業景況調査 ③売上動向調査</p> <p>4. 需要動向調査に関すること</p> <p>①食料品製造業等需要動向調査 ②飲食・小売事業者向けの消費者需要動向調査</p> <p>5. 経営状況の分析に関すること</p> <p>①経営分析セミナーの開催 ②経営分析の実施</p> <p>6. 事業計画策定支援に関すること</p> <p>①DX推進に関するセミナーの開催、IT専門家派遣の実施 ②事業計画策定セミナーの開催</p> <p>7. 事業計画策定後の実施支援に関すること</p> <p>①フォローアップ支援の実施</p> <p>8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること</p> <p>①商談会・物産展への出展支援 ②工業に対する支援 ③商業・サービス業に対する支援 ④事業者のDX化に向けた取り組み</p> <p>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</p> <p>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</p> <p>①小規模企業振興委員会の開催 ②経営発達支援計画協議会の開催 ③本会理事会の承認 ④事業評価の結果を公表</p> <p>10. 経営指導員等の資質向上等に関すること</p> <p>①外部講習会等への積極的参加・活用 ②長崎県商工会連合会との連携によるOJTの推進 ③職員ミーティングの実施 ④支援情報共有体制の整備</p>

<p>連絡先</p>	<p>西そのぎ商工会 本所 〒851-2105 長崎県西彼杵郡時津町浦郷428-14 TEL 095-882-2240 E-mail : info@nishisonogi.biz</p> <p>時津町 産業振興課 〒851-2198 長崎県西彼杵郡時津町浦郷274-1 TEL 095-882-3801 E-mail : sanshin.next@town.togitsu.nagasaki.jp</p> <p>長与町産業振興課 〒851-2128 長崎県西彼杵郡長与町嬉里郷659-1 TEL 095-883-1111 E-mail : sanshin@town.nagayo.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現状

i. 立地

本商工会地域は長崎県西彼杵郡「時津町」及び「長与町」の2町を範囲とする。平成20年4月1日、「時津町商工会」「長与町商工会」の2商工会が新設合併し誕生した。

2町は、長崎県の南部、大村湾の南端に位置し、県庁所在地である長崎市の北端と隣接している。長崎市と、通勤・通学・買い物等で相互に人が行き来する一つの経済圏を形成しているなど、長年ベッドタウンとして発達してきた。平成28年12月には、長崎市・時津町・長与町の1市2町で長崎広域連携中枢都市圏連携協約が締結され、圏内の連携を深めている。



(時津町)

昭和26年12月1日に町制を施行し誕生。長崎市から約10kmの距離に位置しており北は大村湾に面し、南部から西部にかけては長崎市、東部は長与町に接している。全体の輪郭は、北西から南東へL字型に伸び、東西約7km、南北約9km、面積20.94km²である。

長崎市のベッドタウンとして発展しながら、昭和40年代から昭和60年にかけて時津港臨海工業地域への工場誘致により、製造業の町としても発達してきた。

(長与町)

昭和44年1月、町制施行により誕生。長崎市の中心部から約10km離れた位置に存在する。周囲を100m～400mの丘陵に囲まれており、東は諫早市、西は時津町、南は長崎市と接している。長与川が南から北へ流れ、町の北に面する大村湾に注いでいる。

かつては純農村地帯として柑橘栽培を主体に発展していたが、昭和45年頃から長崎市街地が北部へ伸びるに伴い住宅都市としての要素が高まり、人口が急増。現在は主に長崎市のベッドタウンとして発展している。

(交通)

交通体系は、長与町内をJR長崎線が走っており、4駅配置されているほか、路線バスも両町に数多く乗り入れしている。公共交通機関の利用により、県庁所在地である長崎市の中心部まで30分程で着くことができる。

道路網に関しては、長崎バイパスへ直結している川平有料道路が時津町、長与町両町に開通しており、高速道への乗り入れが容易であることから、県内中央部や県外へのアクセスが良い。一方、長崎県の北部に位置する県内第2の都市佐世保市と、長崎市中心部を結ぶ国道206号線が時津町の中心部を通っており、交通量が非常に多いが、一般道のみのため他の市町と比べ、アクセスが悪い。現在整備・計画中の西彼杵道路、長崎南北幹線道路が整備されることにより、佐世保市をはじめとした県北地域へのアクセス改善が期待されている。

空路については、時津港より長崎空港への高速船(約25分)が就航している。以上を踏まえると、本商工会地域は、日本列島の最西端に位置する長崎県内においては、比較的アクセスに恵まれた地域であるといえる。

ii. 人 口

(これまでの人口の推移)

戦後、人口は微増傾向にあったが、1970年以降、2町ともに大規模な宅地造成により多くの団地が形成され、人口が爆発的に増加した。その結果、管内の人口は、1970年の約26,500人から、15年後の1985年には54,000人を超え倍増、管内の人口が最大となった2010年には72,000人を超え40年で2.7倍まで増加した。その後、2015年、2020年と少子化、若年層の県外流出の影響により微減し、現在(令和2年国勢調査地域集計)は管内で約70,000人の人口となっている。

西そのぎ商工会管内人口の推移

年	西そのぎ商工会 管内人口	うち時津町	うち長与町
1970年(S45)	26,501	12,493	14,008
1975年(S50)	34,415	15,818	18,597
1980年(S55)	49,201	20,377	28,824
1985年(S60)	54,432	23,536	30,896
1990年(H2)	58,866	25,226	33,640
1995年(H7)	62,309	26,932	35,377
2000年(H12)	68,421	28,065	40,356
2005年(H17)	71,782	29,127	42,655
2010年(H22)	72,645	30,110	42,535
2015年(H27)	72,352	29,804	42,548
2020年(R2)	70,156	29,356	40,800

【出典】令和2年国勢調査（総務省統計局）

（今後の人口の予測）

2020年に70,000人を超えていた人口も、今後少子化、若年層の都市部への流出により、25年後の2045年には、2020年と比較し約18%減少の約57,000人になると予測がなされている。

西そのぎ商工会管内人口の予測

年	西そのぎ商工会 管内人口	うち時津町	うち長与町
2025年（R7）	69,502	28,256	41,246
2030年（R12）	67,108	27,068	40,040
2035年（R17）	64,161	25,685	38,476
2040年（R22）	60,828	24,180	36,648
2045年（R27）	57,200	22,607	34,593

【出典】日本の地域別将来推計人口（平成30（2018）年推計）（国立社会保障・人口問題研究所）

iii. 産 業

西そのぎ商工会管内の産業分類別事業所数

産業大分類	時津				長与				管内合計			
	H24		H28		H24		H28		H24		H28	
	事業所数	構成比										
全産業（公務を除く）	1,381	100.00%	1,371	100.00%	1,102	100.00%	1,145	100.00%	2,483	100.00%	2,516	100.00%
小規模事業者	1,232	89.21%	1,200	87.53%	1,012	91.83%	1,053	91.97%	2,244	90.37%	2,253	89.55%
鉱業、採石業、 砂利採取業	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
建設業	150	10.86%	149	10.87%	129	11.71%	126	11.00%	279	11.24%	275	10.93%
製造業	111	8.04%	103	7.51%	56	5.08%	53	4.63%	167	6.73%	156	6.20%
電気・ガス・ 熱供給・水道業	3	0.22%	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%	3	0.12%	0	0.00%
情報通信業	4	0.29%	5	0.36%	5	0.45%	3	0.26%	9	0.36%	8	0.32%
運輸業、郵便業	34	2.46%	32	2.33%	30	2.72%	26	2.27%	64	2.58%	58	2.31%
卸売業、小売業	413	29.91%	416	30.34%	339	30.76%	345	30.13%	752	30.29%	761	30.25%
金融業、保険業	10	0.72%	12	0.88%	11	1.00%	15	1.31%	21	0.85%	27	1.07%
不動産業、物品賃貸業	91	6.59%	92	6.71%	65	5.90%	58	5.07%	156	6.28%	150	5.96%
学術研究、 専門・技術サービス業	26	1.88%	32	2.33%	24	2.18%	30	2.62%	50	2.01%	62	2.46%
宿泊業、 飲食サービス業	146	10.57%	141	10.28%	85	7.71%	94	8.21%	231	9.30%	235	9.34%
生活関連サービス業、 娯楽業	119	8.62%	113	8.24%	132	11.98%	135	11.79%	251	10.11%	248	9.86%
教育、学習支援業	51	3.69%	51	3.72%	41	3.72%	51	4.45%	92	3.71%	102	4.05%
医療、福祉	108	7.82%	118	8.61%	113	10.25%	140	12.23%	221	8.90%	258	10.25%
複合サービス事業	7	0.51%	6	0.44%	6	0.54%	7	0.61%	13	0.52%	13	0.52%
サービス業 （他に分類されないも）	106	7.68%	99	7.22%	63	5.72%	60	5.24%	169	6.81%	159	6.32%

【出典】平成24年、平成28年経済センサス活動調査 事業所に関する集計 産業横断的集計
総務省統計局

ア. 事業者数の推移及び特徴

当地区の商工業者は経済センサス活動調査によると、平成28年に2,516社で、そのうち2,253社が小規模事業者である。平成24年と比較して、商工業者全体で33社の増、小規模事業者に限定すると9社の増となっている。理由として、本会地域は長崎市のベッドタウンであり商工業が盛んな地域であることに加え、山間部の開発や埋め立てによる商業・工業地域の拡大が挙げられる。

しかし、小規模事業者は平成24年に全商工業者中、90%以上を占めていたが、平成28年には90%を切っている。この背景には、大型店の進出が小規模事業者の増加よりもペースが速いことが挙げられる。一方で、事業所数は純増しているものの、近年は代表者の高齢化や後継者不在による廃業が増えている。また、新型コロナ禍により元々財務体質が弱かった事業者の廃業も散見される。

業種別では、増加が目立つのは卸売業・小売業、学術研究・専門・技術サービス業、教育・学習支援業、医療・福祉業である。

時津町・長与町ともに、卸売業・小売業が全体の業種の中で30%超の構成比となっている。その他、建設業、宿泊業・飲食サービス業、生活関連サービス業・娯楽業、医療・福祉業がそれぞれの町で10%前後の構成比となっており、両町の業種構成比は概ね似たものとなっている。

製造業は時津町が長与町と比較して構成比で3%程度上回っており(社数としては約2倍)、製造業の街として発展してきた特色が残っている。一方で事業所数は両町ともに減少傾向にある。これは製造工程の集約による工場の大型化や安価な海外製品との競争激化、事業者の高齢化に伴う廃業などの要因が考えられる。

卸売業・小売業は埋め立てや時津町のロードサイドに広大な駐車場を兼ね備えた複合商業施設や長崎県内でここにしかない全国展開店舗などが立ち並んでおり、大型店等が立て続けに出店している。長与町の小売業は、商店街が衰退して商業の集積力が弱く、購買力の地域外流出が長年の課題となっていたが、近年は大型小売店舗が新たに出店している。両町ともに埋め立てや山間部の整地など、商業地域の開発・再開発が盛んでありその影響がある。

サービス業は学術研究・専門・技術サービス業で両町合計12社増、サービス業(他に分類されないもの)が両町合計で10社減少しているが、宿泊業・飲食サービス業、生活関連サービス業・娯楽業については大きな変化がない。

教育・学習支援業は長与町でのみ10社増、両町ともに51社となった。ベッドタウンの性格がある両町住民のニーズがあらわれていると思われる。

医療・福祉業は両町合計で37社増とひととき目立つ。従前から複数の住宅地、団地が形成されており、現在も宅地造成を行っているエリアがあるなど、地域内でも居住地域の変遷があることから、これに伴い地域住民への医療サービス等が求められていることが背景にある。

総じて、古くから陸路での長崎街道の近道として、時津港から大村湾を挟んで海路での交易がおこなわれるなど交通の要衝であり、商工業が盛んであった時津町と、農業を主要産業として昭和40年代以降はベッドタウンとして発展してきた長与町の違いが表れている。

イ. 地元購買率の推移

平成24年度に長崎県が実施した「消費者購買実態調査」及び平成28年度に長崎県商工会連合会が実施した「商工会等地区消費者購買実態調査」では、主に小売業、飲食業、理美容業が提供する商品・サービスに関する消費動向について調査を行っている。

地元購買率等の推移

消費者（消費先）	H 2 4	H 2 8	増減
県内平均（地元市町で消費）	6 1 . 8 %	5 6 . 8 %	▲ 5 . 0 %
時津町民 （時津町または長与町内で消費）	7 3 . 8 %	<u>7 9 . 7 %</u>	5 . 9 %
長与町民 （時津町または長与町内で消費）	7 0 . 3 %	<u>7 4 . 8 %</u>	4 . 5 %
長崎市民 （長崎市内で消費）	8 6 . 1 %	7 1 . 6 %	▲ 1 4 . 5 %
長崎市民 （時津町または長与町内で消費）	6 . 6 %	<u>1 9 . 2 %</u>	1 2 . 6 %

【出典】平成24年「消費者購買実態調査」長崎県

平成28年「商工会等地区消費者購買実態調査」長崎県商工会連合会

同調査によると、地域住民が居住地で消費する地元購買率について、両町民が西そのぎ管内（時津町または長与町）で消費する場合の地元購買率はそれぞれ、70%超となっており、購買率も伸びている。このことから西彼杵郡という一つの経済圏においては、地元購買率が維持できていることが分かる。

また、本県最大の経済圏である長崎市からも、西そのぎ管内への消費があり、長崎市民が時津町または長与町にて消費する割合は6.6%から19.2%と12.6%増加している。これにあわせて長崎市民が長崎市内で買い物をする割合は86.1%から71.6%と14.5%減少している。すべてが時津町または長与町での消費とはいえないものの数値が近いことから長崎市からの集客が一定の割合あることが想定される。

以上のことから、西そのぎ管内での地元購買率は維持しつつ、町外からの消費獲得が見受けられるため、管内での市場規模は拡大傾向にあると考えられる。

ウ. 小規模事業者を中心とした決算状況の推移

西そのぎ商工会税務相談所集計データから小売、サービス業の前年比推移を見てみると以下のことがわかる。

西そのぎ商工会管内の決算状況推移

(単位・千円)

		売上高 H30	売上高 R1	前年比
全業種合計	西そのぎ管内	4,448,657	4,428,039	99.5%
	うち時津地区	2,454,323	2,413,243	98.3%
	うち長与地区	1,994,334	2,014,796	101.0%

建設業	西そのぎ管内	1,377,593	1,360,661	98.8%
	うち時津地区	776,324	762,969	98.3%
	うち長与地区	601,269	597,692	99.4%
製造業	西そのぎ管内	323,658	330,870	102.2%
	うち時津地区	157,720	166,628	105.6%
	うち長与地区	165,938	164,242	99.0%
卸売業	西そのぎ管内	121,226	115,096	94.9%
	うち時津地区	66,945	59,486	88.9%
	うち長与地区	54,281	55,610	102.4%
小売業	西そのぎ管内	1,229,714	1,178,685	95.9%
	うち時津地区	742,328	694,339	93.5%
	うち長与地区	487,386	484,346	99.4%
不動産業	西そのぎ管内	216,305	233,520	108.0%
	うち時津地区	147,445	148,912	101.0%
	うち長与地区	68,860	84,608	122.9%
飲食・宿泊業	西そのぎ管内	435,973	435,207	99.8%
	うち時津地区	220,227	212,717	96.6%
	うち長与地区	215,746	222,490	103.1%
サービス業	西そのぎ管内	744,180	773,995	104.0%
	うち時津地区	343,330	368,189	107.2%
	うち長与地区	400,850	405,806	101.2%

【出典】平成30年・令和元年西そのぎ商工会税務相談所集計データ

※令和2年度については売上に新型コロナウイルスに関連した給付金等が含まれているため、平成30年と令和元年のデータを比較している。

全業種合計・西そのぎ管内合計で前年比0.5%減だが、概ね前年並みの売上高を維持している。

製造業は西そのぎ管内合計で前年比2.2%増。特に時津地区は5.6%増。長与地区は概ね前年並みの売上高を維持している。

卸売業・小売業は他業種に比べて前年比の減少幅がやや大きい。特に時津地区の減少は5%以上である。

不動産業は西そのぎ管内合計、両地区共に好調である。

飲食・宿泊業は両地区の売上規模はほぼ同じ。全体としては概ね前年並みの売上高を維持している。

サービス業は西そのぎ管内合計、両地区共に好調である。

エ. 本会管内の産業についての総括

小売・飲食・サービス業については両町とも西そのぎ管内の地元での購買を保ち、長崎市からの集客も増加傾向にある。

ただし、「西そのぎ商工会管内の決算状況推移」では、売上は概ね維持している傾向にあり、大幅な増加は見られない。このことから、両データを比較した場合、長崎市からの買い物客流入を充分に取り込めていない可能性がある。

製造業については、モノづくり企業が多い時津町、農業が盛んで食品製造業が多い長与町、ともに近年では事業者数は減少しているが、売上高については概ね維持できている。

iv. 管内行政機関の総合計画（商工・観光部分抜粋）

ア. 時津町第6次総合計画（計画期間：2021年～2030年）

基本計画

基本目標Ⅱ 活力と夢のあるまちを創る

Ⅱ. 商業の振興

【基本方針】地域経済の活性化のため、西そのぎ商工会と連携し、消費喚起や商業の活性化を図る取組を推進します。また、大型店と地場商店等の共存共栄を推進します。

【主な施策】①経営基盤の強化、魅力化の促進
②地元商店の活性化
③地域に密着した商業環境づくり

Ⅲ. 工業の振興

【基本方針】雇用の拡大を図るため、埋立事業と併せ優良な企業の誘致・集積を関係機関との連携のもとに促進していきます。また、時代変化に対応した新たな企業の誘致や起業の支援など、新産業の育成に努めます。さらに、まちづくりへの参加・協力を促進することにより、地域に根差した工業の振興に努めます。

【主な施策】①企業誘致の推進
②まちづくりへの参加・協力の促進
③中小企業への支援

Ⅳ. 地方創生の推進

【基本方針】本町の特性・魅力をより発揮させていくために、時津街道をめぐる歴史的遺構をはじめ、自然景観や文化遺産など、地域資源の活用基盤を整備するとともに、地域での各種イベントの展開や周辺自治体との連携事業を通して、観光・交流の推進を図ります。

また、本町の魅力を広く周知するためのPR活動や、交流人口や関係人口の拡大を図るための事業に取り組みます。

【主な施策】①観光資源の整備・活用

②観光振興推進体制及び振興方策の強化・充実

イ. 長与町第10次総合計画（計画期間 2021年～2030年）

基本目標3 創造性と活力ある産業

19 商業の振興

【計画目標】既存店舗の経営安定化支援や創業・事業承継支援等により、更なる商業振興に努めます

- 【主な施策】①経営安定化と販売力向上に向けた支援
②創業支援事業の推進
③地域特性に応じた商業環境の充実

20 工業の振興

【計画目標】持続可能な経営基盤づくりや新分野への進出・事業承継を後押しし、更なる工業振興に努めます。

- 【主な施策】①持続可能な経営基盤づくりへの支援
②新分野への進出支援

基本目標4 魅力あるまちと新しいひとの流れ

21 観光・シティプロモーションの振興

【計画目標】大村湾等の地域資源を活かし、交流拡大とイメージアップ、地域活性化を図ります。

- 【主な施策】①地域資源を活かした多様な交流促進
②情報発信・シティプロモーションの推進
③大村湾を活かしたまちづくりの推進

ウ. 地域産業活性化計画（西そのぎ商工会地域）

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。

本会も、時津町及び長与町（西そのぎ商工会地域）の特性を生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、時津町、長与町、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、実施していく。

注力する分野と目標は下表のとおりである。

注力する分野	製造業、小売業、飲食業
成果目標	・地域特性を活かした新商品開発、農商工連携等によって販路開拓を推進する。 ・魅力ある中小・小規模事業者を多数創出することで近隣からの集客と西そのぎ管内での消費増加を実現する。
目標値	売上高、前年比3%以上増加 10社 (うち、10%以上増加 3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。

②課題

上記のような現状を踏まえ、本会が考える地域の課題は以下のとおりである。

i. 小規模事業者の中長期的視点の必要性

時津町・長与町は京都に隣接した立地で、経済状況として県内でも好環境下にあり、商業地域の開発・再開発や居住地域の開発、道路の開発などが県内でも非常に盛んな地域である。

そのため、業種ごとの事業者数の推移から分かるように、事業者の経営環境がまちづくりに左右されている。また、外部環境については、終息の予測ができない新型コロナウイルスの影響や、キャッシュレス化、技術革新など変化し続けている。

また、事業者自身も経営者の高齢化、後継者不足等により、企業の内部環境も変化し続けている。

現状では、地域内の小規模事業者は売上の維持が図れているが、今後の維持または発展を図るためには、全業種的に現状分析に基づく、中長期的視点が求められる。

ii. 小規模小売業、飲食業・サービス業等の地域内シェアの低下

時津町、長与町ともに近隣から買い物に来られる方は増加傾向にあり、地域住民も西そのぎ管内で消費していることが明らかになっている。しかし先に述べた西そのぎ商工会管内の決算状況推移からわかるように、小規模事業者の業績は地域経済の動向と比較すると伸び悩んでいる傾向もある。

また、近年では1人1台スマートフォンを持つ等、デジタル化が進んでいる。付随して、今後オンライン市場の規模も増加傾向にあり、競合企業については、商圈内の物理的な店舗だけではなくりつつある。

小規模事業者や商店街の魅力及び競争力が低下しており、大型店との差別化・専門店化及び連携の模索、EC等を活用した販路開拓が課題となっている。

iii. 地域の資源を活用した商品開発力・販売力の不足

製造業は事業者数が減少傾向にある。時津町、長与町における購買の実態は主に日常生活のサイクルで消費される商品が中心で、地域の資源を活用した集客が弱い。県内知名度のある特産品もあるが、全国的な知名度は高いとは言い難い。地域の特色を活かした商品改良や開発、販路開拓力を高めることが課題となっている。

(2) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

①長期的な振興のあり方

時津町及び長与町における「将来の人口減少に対応できる産業の育成」及び「儲かる企業、儲かる地域づくり」を本会の理念として、むこう10年間程度の間以下のような長期的な指針を設定する。

i. 中長期的視点に基づく計画経営の推進

地域の経済動向や需要動向等の情報の取得、経営計画の策定、需要開拓に繋がる行動を継続することで、小規模事業者が持続発展的経営をおこなえるようにする。

ii. 小規模小売業、飲食業・サービス業等における地域内シェア拡大の推進

「大型店、大手企業等との差別化」「新たなファンの創出及び新規顧客（新規取引先）の開拓」「小規模事業者ならではのサービス価値の創造」を実現する支援を行い、大型店の進出及び将来的な人口減少下においても小規模事業者が事業を継続できるようにする。

iii. 地域の特色を活かした商品開発・販路開拓の推進

「地域の資源を活用した商品開発」、「技術向上と企業間取引の拡大」、「独自技術を活かした商品の開発・販売」、「地域外の販路を獲得できる」ようにする。

②行政の総合計画との連動性・整合性

本会の考える地域の課題と小規模事業者に対する長期的な振興のあり方と、時津町、長与町、それぞれの総合計画に共通している点は以下の通りである。

- ・新産業育成と新分野進出、新製品の開発生産、広域展開、販路開拓
- ・商業、商店街を活性化させることで、地域活性化を実現させる

それぞれの総合計画の中には「地域経済の活性化のため、西そのぎ商工会と連携し(時津町)」「既存店舗の経営安定化支援や創業・事業承継支援等により、更なる商業振興に努め(長与町)」との記載がある。いずれも本会与行政が連携する計画を持っており、本会の目指す地域振興の方向性と一致している。

③商工会としての役割

商工会は、地域の事業者が発展や地域の発展のために総合的な活動を行う団体である。また、国や都道府県の小規模企業施策（経営改善普及事業）の実施機関でもあり、小規模事業者を支援するために様々な事業を実施している。

求められる主な役割は以下の2点である。

i. 小規模事業者の経営支援

地域経済を支える小規模事業者は、経済動向に左右されており、需要の低下、売上減少、経営者の高齢化、事業承継等の問題に直面している。経営を持続的に行うための支援や施策が必要である。このため本会は事業計画の策定・実施・フォローアップ等の伴走型経営支援を行う役割を担う。

ii. 社会経済環境変化に対応する事業実施

小規模事業者を取り巻く社会経済環境は常に変化している。変化をチャンスに変えるべく、商工会は地域から必要とされる経済団体として、

- ・儲かる企業づくり
- ・儲かる地域づくり
- ・人材育成

を一体化させた地域社会のニーズに合致した事業に取り組む。

(3) 経営発達支援事業の目標

「儲かる企業づくり」、「儲かる地域づくり」を本会の理念とし、今後5年間でこれまで当商工会が取り組んできた事業のブラッシュアップを行い、また必要に応じて専門家及び関係機関等と連携して、小規模事業者の視点に立った伴走型支援を実施していくために以下を目標とする。

①【定量目標】

地域内の小規模事業者から、経営発達支援事業期間内に売上増加事業者数を合計25者、利益率3%以上増加の事業者を合計3者、輩出する。

②【定性目標】

- 小規模事業者の中長期的な計画経営を実現する
立地環境の変化や新型コロナ禍に代表されるような経営をとりまく外的要因の変化に対応できる力を小規模事業者が養うとともに、事業承継等の経営内部を見直すことで、事業者の持続的発展を図る。
- 小規模小売業、飲食業、サービス業等のシェア拡大を実現する
小規模事業者が独自の魅力を備え持つことで、大型店や大企業との差別化を図り、新規顧客の獲得やリピート率の向上を実現する。
- 地域の特色を活かした商品開発と販路拡大を実現する
自社の技術向上や地域性を活かした商品開発、地域外の販路を新たに開拓し続けることができるようにする。

2. 経営発達支援事業の実施期間、目標の達成方針

(1) 経営発達支援事業の実施期間（令和4年4月1日～令和9年3月31日）

(2) 目標の達成に向けた方針

①小規模事業者の中長期的な計画経営を実現する。

- ・小規模事業者の実態を把握するため、職員及び専門家等による各種調査や経営分析の実施
- ・経営に関する講習会等の開催を通じ、個社の強み、弱みを確認させ、気づきを引き出す分析を行う。
- ・時津町・長与町は県都に隣接した立地であり、経済状況として県内でも良い環境下であることを踏まえて、小規模事業者が自らの特性を活かして成長を描けるような事業計画を策定できるよう支援する。
- ・時津町・長与町行政や地域金融機関等との連携を密にして、事業計画の実践を後押しする。

②小規模小売業、飲食業、サービス業等のシェア拡大を実現する

- ・小規模事業者が事業計画を進めることで、新規顧客の獲得や固定客の維持を実現し、大型店や大企業との差別化ができるようにする。
- ・需要動向調査の実施を支援することで、小規模事業者が市場から求められているニーズに合わせた商品、メニュー開発、情報発信、キャッシュレス対応などの改善策を立案、実行できるようにする。
- ・改善策の立案、実行、その後の推移を定期的にフォローアップすることで、小規模事業者が来店客数増や売上増をできるようにする。

③地域の特色を活かした商品開発と販路拡大を実現する

- ・自社の技術向上や地域性を活かした商品開発を支援する。
- ・DX化を想定したブランド化、情報発信などの取り組みを支援する。
- ・物産展や商談会への出展、ビジネスマッチングサイトへの登録などを支援する。

I. 経営発達支援事業の内容

3. 地域経済動向の調査に関すること

(1) 現状と課題

[現状]

長崎県商工会連合会が実施主体となっている小規模企業景気動向調査において、地域の経済動向等を職員の巡回による小規模事業者等に対する対面調査を行っている。また調査されたDI値、地域景況動向及び地域経済の見通し等を巡回時、調査対象事業所に対しフィードバックを行っている。

[課題]

これまでフォローアップの方法が定型化されていなかったため、職員個々の支援に委ねる部分が多く、事業者によって支援にムラがあった。フォローアップのための共通フォーマット等を作成・活用し、標準化することで、支援の徹底を図り、ムラなく実施できるように改善を図る。

(2) 目標

支援内容	公表方法	現 行	R 4年度	R 5年度	R 6年度	R 7年度	R 8年度
①地域の経済動向分析の公表回数	HP掲載	-	1回	1回	1回	1回	1回
②中小企業景況調査の公表回数	HP掲載	4回	4回	4回	4回	4回	4回
③所得動向調査の公表回数	HP掲載	1回	1回	1回	1回	1回	1回

(3) 事業内容

①地域の経済動向分析

RESASを活用して常に需要動向に関する情報収集に努める。地域における商圈分析レポートを用い、人口・世帯・消費支出・経済指標・購買力データ等、多岐にわたるデータを入手し、時津及び長与地区における地域分析を行うことで、得られた分析情報等を個社支援、または支援対象とする小規模事業者等に適宜フィードバックを行い、商品提供、商品開発、新役務の提供等、需要動向の重要な活用ツールとする。

また単なるデータの受け流しではなく、入手したデータを咀嚼しアウトプットした売上向上対策等の提案及び提供を逐次行っていく。

【調査手法】

RESASサイトからの統計データ収集及び分析

【調査項目】

人口、人口増減・地域間活動…両町の商圈人口や行動傾向を把握するため。
産業、産業特性…両町の産業構成を把握することで地域の産業特性を知るため。
観光…両町が元来弱い分野ではあるが、地域外から集客できる可能性を探るため。
雇用…人口減少による働き手不足が問題となっており、その実態を知るため。

②中小企業景況調査

事業実態の事例とその傾向を把握することにより、事業者に対し適切な支援に繋げるため、全国商工会連合会及び長崎県商工会連合会等が行う景況調査により、地域の経済動向を調査、分析する。

【調査手法】

長崎県商工会連合会が行う中小企業景況調査を集約、分析する。

【調査対象】

15者

【業種構成】

製造業3者、建設業3者、小売業4者、サービス業5者

【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

③売上動向調査

税務相談等、個別事業所における決算結果及び売上動向（利益動向）等の調査、分析により抽出した経営課題等について、業種ごとにデータの作成を行う。このデータをもとに地域経済の動向をミクロ的に分析する。

【調査手法】

決算指導業務における売上・利益等各データの収集及び分析

【調査対象】

地域内の小規模事業者約400者

【調査項目】

業種、売上、売上総利益（率）、営業利益（率）、経常利益（率）等

（４）調査結果の活用

調査した結果は本会ホームページに掲載し、経営に役立つ指標として広く管内事業者等に周知する。

調査項目で得られたデータは当地区小規模事業者の傾向を示すデータである。職員が巡回指導等を行う際の参考資料とする。

会議等の基礎資料等、広く有効活用する。

4. 需要動向調査に関すること**（１）現状と課題**

[現状]

統計データ等から分かる一般的な需要動向を収集、整理、分析することで適正な活用と提供を行っている。

[課題]

需要動向に関する情報等の裏付け、将来予測の踏み込み等ができるようになったが、直接取引につながる可能性があるバイヤーや販社のリアルな需要動向調査も必要と思われる。また、飲食・小売業については来客利用する消費者の需要動向調査も必要である。

（２）目標

支援内容	現 行	R 4 年度	R 5 年度	R 6 年度	R 7 年度	R 8 年度
食料品製造業等需要動向調査 対象事業者数	—	5 者	5 者	5 者	5 者	5 者
飲食・小売事業者向けの消費者需要動向調査 対象事業者数	—	10 者				

（３）事業内容**①食料品製造業等需要動向調査**

物産展、商談会等の販路開拓を目的とした場において、商談バイヤーや来場者に対してアンケートをとることにより、真の需要動向に関する情報収集につとめる。得られた分析情報等から市場のニーズや動向を把握し、レポートを作成する。支援対象とする小規模事業者に適宜フィードバックを行い、商品改良、商品開発に繋げる。

【調査対象】

食料品製造業等

【調査手法】

アンケート形式。アンケートはタブレット端末やアプリを使用して統計が取りやすい仕組みを準備する。

【調査頻度】

年2回／5事業者（時津町・長与町合計で）

【サンプル数】

1者あたり100件、5者合計500件、集計回数2回、合計1,000件

【調査項目】

味・包装デザイン・価格・安全性・新規性・満足度・改善点等

【調査結果の活用】

調査結果は、職員が対象事業者にレポートにて報告し、巡回や面談等により直接説明を行うことで、具体的な商品の改良・開発に繋げる。

②飲食・小売事業者向けの消費者需要動向調査

西そのぎ管内の飲食・小売業者を訪れた来店客に対して、アンケートをとることにより、真の需要動向に関する情報収集につとめる。得られた分析情報等から消費者のニーズや動向を把握し、レポートを作成する。支援対象とする小規模事業者に適宜フィードバックを行い、メニュー改良や商品開発に繋げる。

【調査対象】

飲食・小売事業者

【調査手法】

調査対象店舗に来店した消費者にアンケートへの協力を依頼する。アンケートはタブレット端末やアプリを使用して統計が取りやすい仕組みを準備する。

【調査頻度】

年2回／10事業者（時津町・長与町合計で）

【サンプル数】

1者あたり来店客50件、10者合計500件、集計回数2回、合計1,000件

【調査項目】

味・量・価格・見た目・接客・清潔感・店舗選択理由・新規性・満足度・店舗情報発信頻度・改善点等

【調査結果の活用】

調査結果は、職員が対象事業者にレポートにて報告し、巡回や面談等により直接説明を行うことで、当該10店舗にフィードバックし、以降のメニュー改善等に活用する。

(4) 商工会内部での活用

収集した調査内容を職員によって分析を行い、その調査結果をデータ化し、本会サーバ上において職員間での情報共有を図る。また、調査結果をもとに小規模事業者の事業計画策定、販路開拓、創業支援等の参考データとして幅広く活用する。

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

[現状]

これまでは地域の小規模事業者に対する決算指導業務や金融指導業務等の実施時において、収益及び費用の状況等にはじまる簡易的な財務分析に留まっていた。また自社の経営内容について明確に理解している事業者が少ない状況である。

[課題]

小規模事業者における商品及び役務等の内容、技術等のノウハウ、経営資源、詳細な財務内容等についても分析を行い、事業計画策定等のためのきっかけづくり及び策定支援が必要である。

(2) 目標

事業の実施により以下の数値を目標とする。

支援内容	現 行	R 4 年度	R 5 年度	R 6 年度	R 7 年度	R 8 年度
①セミナー開催件数	—	2回	2回	2回	2回	2回
②経営分析事業者数	39件	100件	100件	100件	100件	100件

(3) 事業内容

①経営分析セミナーの開催

経営分析セミナーの開催を通じ、自社の経営課題などを把握できることを理解いただく。経営分析後は事業計画策定などへ活用できるよう、事業計画策定のメリットも説明するとともに、次のステップである事業計画策定事業者の掘り起こしに繋げる。

【募集方法】

本会会報、本会ホームページ及び本会SNSにて広く周知を実施。また、巡回及び窓口相談時等に事業者へ直接案内する。

②経営分析の内容

【対象者】

セミナー参加者等の中から、事業の拡大や改善に意欲的な事業者を中心に選定する。

【分析項目】

定量分析項目である「財務分析」と、定性分析項目である「非財務分析」を行う。

- ・財務分析（決算・申告状況により、ピックアップした売上・利益状況等を基に財務内容等を分析）
- ・非財務分析…SWOT分析（個社内部環境における強み・弱み及び外部環境における機会・脅威を軸に経営環境等についての把握・分析を行う。）

【分析手法】

経営体質の改善が必要と判断される事業者や事業計画策定を希望する事業者などをピックアップして、経済産業省が提供しているローカルベンチマークを利用した経営分析を行う。

ローカルベンチマークは分析に必要な事項を入力するだけで詳細な分析シートが作成できること、財務諸表から読み取れる定量的データも経営体制について振り返る定性的データも併せて把握することができること、業種毎に分析の中央値や標準偏差が示されるため、客観的な分析ができることなどから支援の一環として積極的に活用することとする。

(4) 分析結果の活用

得られたデータを基に売上拡大及び販路拡大へつなげるための**事業計画策定への活用**・分析結果については商工会内部にて共有し、組織全体での支援効果を高めるとともに、中小企業診断士等の**外部専門家との連携**による経営支援における基礎資料としても活用する。

6. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

[現状]

現状では、ものづくり補助金、持続化補助金等の申請、経営革新、金融相談などの各種補助制度等の利用を目的としている事業者を対象とした補助計画の策定や、創業時における経

営計画及び事業計画策定支援等が多い。

【課題】

課題としては、補助金の申請目的等にとらわれず自主的に自らの経営発達のための事業計画策定を行う事業者を支援するケースが少ないことが挙げられる。今後は、経営状況の分析等を通して、将来を見据えた経営に向けた事業計画策定の重要性を示しながら、支援を行っていく必要がある。また、経営力向上や経営革新等に向けた高度な計画策定支援も行う必要がある。

(2) 支援に対する考え方

小規模事業者に対し、事業計画策定の意義や重要性を漠然と述べても、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」のカリキュラムを工夫するなどにより、経営分析を行った事業者の50%程度の事業計画策定を目指す。

また、持続化補助金の申請を契機として経営計画の策定を目指す事業者の中から、実現可能性の高いものを優先的に選定し、事業計画の策定につなげていく。

事業計画の策定前段階においては、DXに向けたセミナーを行い、小規模事業者の競争力の維持・強化を目指す。

(3) 目標

支援内容	現 行	R 4年度	R 5年度	R 6年度	R 7年度	R 8年度
① DX推進セミナー	—	3回	3回	3回	3回	3回
②事業計画策定セミナー	2回	4回	4回	4回	4回	4回
③事業計画策定事業者数	11件	50件	50件	50件	50件	50件

(4) 事業内容

①DX推進に関するセミナーの開催、IT専門家派遣の実施

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化を実現するためのITツールの導入や自社WEBサイト構築、オンライン環境やデジタルデバイスを活用した取組を推進していくために、セミナーを開催する。

【セミナーの事例】

・DX総論、DX関連技術(クラウドサービス・AI・フィンテック等)や具体的な活用事例

・SNSを活用した情報発信(作って終わり、ではなく継続的に効果を出せる仕組み化)

・自社、大手ECサイトの使い分け、利用方法、SNSとの連動手法等

【支援対象】

経営分析を行った事業者を中心とする

【募集方法】

本会会報、本会ホームページ及び本会SNSにて広く周知を実施。また、巡回及び窓口相談時等に直接事業者案内する。

【講師】

中小企業診断士、ITコーディネーター等を想定する。

【回数】

毎年度3回を予定

また、セミナーを受講した事業者のうち、クラウド型顧客管理ツール、POSレジシステム、フルオートオーダーシステム導入等のDX化への取組意欲の高い事業者に対しては、本

会職員による相談対応・経営指導や必要に応じてIT専門家派遣を実施する。

②事業計画策定セミナーの開催

専門家の招聘により事業計画策定のメリット、未策定のデメリットを説明の上、将来の事業を明文化するまでを、セミナーを開催して、対象事業者へわかりやすく伝える。

また、創業セミナーの開催、事業承継セミナーの開催も計画する。

【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】

本会会報、本会ホームページ及び本会SNSにて広く周知を実施。また、巡回及び窓口相談時等に直接事業者案内する。

【講師】

事業計画策定支援に実績がある講師、長崎県中小企業診断協会などと連携する。

【回数】

毎年度4回を予定

③事業計画策定事業者について

【支援対象】

経営分析を行った事業者、DX推進セミナー、経営計画策定セミナーに参加した事業者を中心に支援を行う。概ね、経営分析を行った事業者の50%以上を想定する。

【支援内容】

- ・支援対象者に対して「分かりやすい事業計画の作成方法」を支援する。
- ・経営革新または創業（第二創業含む）計画策定支援

事業計画策定等に関するセミナー及び個別相談会等の開催を通じて、経営革新または創業（第二創業含む）等の高度な事業計画策定を希望する小規模事業者に対して実践的な経営計画の作成支援を行う。

- ・事業承継計画の策定支援

【支援方針】

- ・事業計画の策定にあたっては、前項までの

3. 地域経済動向の調査に関すること

4. 需要動向調査に関すること

5. 経営状況の分析に関すること

上記3項目をふまえ、支援を行う。

- ・自社の財務内容及び業界・業種ごとの動向について把握する能力を備える支援。
- ・課題解決のための販売計画及び利益計画等の作成能力を身に付けられる支援。
- ・実際に事業計画を策定することにより経営発展に対するモチベーションを引き上げる。

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]

事業計画等策定後の支援については、定期的なフォローアップを実施しておらず、その方法等についても定型化されていなかったため、策定された事業計画が実行されないことがあつ

た。また、事業者の状況に応じた修正等がないまま進められ、効果を上げていないことがあった。

〔課題〕

これまでフォローアップの方法が定型化されていなかったため、職員個々の支援に委ねる部分が多く、事業者によって支援にムラがあり、フォローアップのための共通フォーマット等を作成・活用し、明文化することで、支援の徹底を図り、ムラなく実施できるように改善を図る。

(2) 支援に対する考え方

本計画では、事業計画を策定したすべての事業者を対象に支援を実施することとするが、事業計画の進捗状況等を把握することにより、進捗状況にズレが生じている事業所とある程度事業計画に沿って進んでいる事業所を見極めた上で、事業所毎にフォローアップの支援回数の頻度を設定する。

(3) 目標

支援内容	現 行	R 4 年度	R 5 年度	R 6 年度	R 7 年度	R 8 年度
フォローアップ事業者数	47者	50者	50者	50者	50者	50者
頻度（延回数）	—	100回	100回	100回	100回	100回
売上増加事業者数	—	25者	25者	25者	25者	25者
利益率3%以上増加の事業者数	—	3者	3者	3者	3者	3者

※頻度内訳：50者×2回（半期に一度）→100回

（事業者の状況に合わせて頻度を四半期に一度等、適宜、変更する）

(4) 事業内容

事業計画策定後は、計画の進捗状況確認・改善支援等を図るため、独自のフォローアップツールを活用し、事業計画策定支援を行った支援対象者すべてに職員等による聞き取り等を行うことで、定期的なフォローアップに努める。

なお、定期的なフォローアップについては、年2回の支援を基本とし、進捗状況及び経営状況によって、年4回等回数を調整する。

事業展開等により設備投資等資金調達が必要な場合は、日本政策金融公庫の「小規模事業者経営発達支援融資制度」等を活用し、資金面でのサポートを行う。

また、進捗状況にズレが生じている場合で、特に遅れなど、実行に問題がある場合は、中小企業診断士等の外部専門家などを活用し、問題点の抽出や計画の見直しなどを行う。

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〕

これまで、県外・県内の物産展への出展支援や長崎県商工会連合会が主催する県内での商談会への出展支援を実施し、商品の知名度向上や、販売促進に成果があった。

他方、小規模事業者の多くは、人材不足等により限られた人員で経営を行っており、販促活動への注力や商圏の拡大が困難なケースが散見される。

そのため、本会ではSNSによる情報発信やキャッシュレスの導入など、小規模事業者にも比較的容易に導入可能な取り組みとして、モバイルアプリLINEの既存機能を活用した販路

開拓支援を行っている。

[課題]

物産展や商談会等への出展支援は実施しているものの、出展する商品そのものの商品力向上や、ディスプレイ支援などの事前支援、商談会等におけるバイヤー等の意見集約、出展後の検証等の事後支援などの、販路開拓に関する一貫した支援が充分ではない。

また、対象業種については食品製造業などの一部の業種に限られていた。管内に多く存在する工業や小売業などの業種についても、西そのぎ地域の中核的存在として今後の成長が見込まれる業種もあることから、支援の対象を拡大する必要がある。

今後は、IT活用による販路開拓やビジネスマッチングなど、DX推進が必要であるが、事業者の高齢化や知識不足により認識はまだ低い現状にあるため、引き続き、事業者の関心を高めるとともに、実際に活用可能な手法について支援していく必要がある。

(2) 支援に関する考え方

①商談会・物産展への出展支援

従前から支援を実施してきた食料品製造業者に対しては、策定した事業計画を基に、県内、県外への需要開拓の機会を捉えた支援を実施する。また、支援に際しては商品ディスプレイやFCPシートの作成、プレゼンテーション能力の向上など事前準備のための支援から、出展後のフォローアップまでをパッケージとして実施し、事業計画に基づく販売戦略を実行出来るよう支援を行う。

②工業に対する支援

管内の工業分野の新たな需要開拓として、保有する技術に関するマッチング支援、製品等の販路開拓等の支援を実施する。

③商業・サービス業に対する支援

長崎市に隣接する地の利を活かした域外需要の取り込みと・域内需要の掘り起こしのための支援を実施する。

④事業者のDX化に向けた取り組み

今後、販路開拓を実現するには、IT機器やサービスの利活用が求められる。前項で計画したDX推進に関するセミナーや、IT専門家の派遣を通じて、データに基づく販売促進（顧客管理、SNS情報発信、ECサイトの利用・開設等）を実施する事業者を支援する。

(3) 目標

支援内容	現 行	R 4年度	R 5年度	R 6年度	R 7年度	R 8年度
①本会主催物産展出展事業者数	—	3者	3者	3者	3者	3者
売上額/者	—	10万円	10万円	10万円	10万円	10万円
②魅力発信！ながさき商談会出展事業者数	5者	5者	5者	5者	5者	5者
成約件数/者	—	5件	5件	5件	5件	5件
③FoodSTYLE Kyushu 出展事業者数	—	5者	5者	5者	5者	5者

成約件数/者	—	5件	5件	5件	5件	5件
④工業系のビジネスマッチングサイトによる支援事業者数	—	1者	1者	1者	1者	1者
マッチング件数/総数	—	1件	1件	1件	1件	1件
⑤SNS活用事業者	—	10者	10者	10者	10者	10者
売上増加率/者	—	5%	5%	5%	5%	5%
⑥ECサイト利用・ネットショップの開設事業者数	—	7者	7者	7者	7者	7者
売上増加率/者	—	5%	5%	5%	5%	5%

(4) 事業内容

①物産展出展支援 (BtoC)

域内事業者の物産展出展を促し、会場での販売促進が円滑に進むように支援を行う。物産展は一過性の売上向上だけを目的とせず、認知度向上、ブランド力強化、また、消費者動向調査を実施し、出店事業者へフィードバックを行う。また、開催地や物産展の内容が想定しているものと一致する場合は本会主催による物産展実施以外にも他団体主催や共催によるものにより代用する可能性もある。

出展内容

・本会主催物産展 (BtoC) 【支援対象業種：食品製造業等】

【開催地】長崎市

【開催日数】3日

【出店者数】3者

【来場者予定】2万人

②魅力発信！ながさき商談会 (BtoB) 【支援対象業種：食品製造業】

隣接する長崎市内にて長崎県商工会連合会主催で開催される商談会。県内で開催される商談会では規模が大きい。商工会主催であることから出展事業者も小規模事業者が多く、バイヤーも出展事業者の特性を理解していることから、無理のないロット・条件等で成約の可能性がある。その他、出展費用面においても安価であり、商談会に初めて出展する事業者にとって挑戦しやすい。

【開催地】長崎市

【開催日数】2日

【出展者数】68社

【来場実績】商社等109社・バイヤー209名

③Food STYLE Kyushu (BtoB)【支援対象業種：食品製造業等】

主に九州のバイヤーが来場する中規模商談会であり、出展社とバイヤー間のマッチングイベントである。輸出関連企業のバイヤーも多いため輸出可能商品も出展可能。バイヤー企業の規模は様々で、小ロット取引にも商談可能であるため、小規模事業者にも取り組みやすい。

【開催地】福岡市

【開催日数】3日

【出展社数】587社

【来場実績】国外商社等87社・国内商社等60社

④ビジネスマッチング支援 (BtoB)【支援対象業種：工業製品製造業】

工業製品製造業の事業者に関しては、中小企業基盤整備機構が運営する「J-GoodTech」などの工業系のビジネスマッチングサイトへの登録など、企業の技術力などのPRを含めた支援を行う。

⑤SNS活用

SNSを活用し、商圈を問わず、低コストで顧客への情報発信を行うことで、宣伝効果を向上させるための支援を行う。

⑥ECサイト利用及び自社HPによるネットショップ開設 (BtoC)

現実の店舗については地理的な制約を受けるが、商圈を問わない新たな販売窓口として楽天、Yahoo等の大手ECサイト、BASEやカラーミーショップ等のカスタマイズ性の高いECサイトへの出展を支援する。最初から自社でのネットショップを構築するにはノウハウが不足しているケース、イニシャルコストがかかる、セキュリティ面の確保などが課題になりやすいため、これらを既存のECサイトを活用することで、初期の出展に係るハードルを下げる。

ECサイト利用により集客が見込めるサイトで効果的な商品紹介のリード文、商品画像の撮影、販促施策との連動方法などのノウハウが蓄積された事業者には、次の段階として自社HPによるネットショップ開設を支援する。

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]

商工会正副会長をはじめ、行政担当者、外部有識者(学識経験者、中小企業診断士等専門家)等で組織する評価委員会(年1回)と本会内部組織である小規模企業振興委員会(年2~3回)を開催している。

[課題]

評価及び見直しを行う手順に、現状問題はないが、年度途中での進捗状況の確認等、継続的且つ適切に事業内容の評価を行うことが肝要である。

(2) 事業内容

毎年度、本計画に記載の事業の実施状況及び成果について、以下の方法により評価・検証を行う。

①小規模企業振興委員会の開催

本会内部組織である小規模企業振興委員会において、毎年開催する外部有識者を含めた会議での評価・見直しの方針を決定する。（年間2～3回）

②経営発達支援計画協議会の開催

商工会正副会長をはじめ、行政担当者、法定経営指導員、外部有識者（中小企業診断士）、管内金融機関支店長等で組織する経営発達支援計画協議会を開催し、事業の実施状況、進捗状況、成果の評価、事業の見直し等の検討等を半期ごとに図る。（年間2回）

③本会理事会の承認

事業の成果・評価・見直しの結果については、本会理事会へ報告し、承認を受ける。

④事業評価の結果を公表

経営発達支援計画協議会による事業の成果・評価・見直しの結果と本会理事会の承認結果を西そのぎ商工会ホームページ（<http://www.nishisonogi.biz/>）で公表する。

また、本会窓口にて事業評価の結果を地域の小規模事業者等が常に閲覧可能な状態とする。

⑤評価・見直し結果の事業への反映

評価・見直し結果については次年度の事業実施に反映させる。

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〕

また、従前からの多岐にわたる支援内容に加え、近年では、さらに専門性の高い支援が求められている。

〔課題〕

上部団体が主催する研修内容も細分化されるとともに、機会も増えているものの、必要とされる専門的な技術の習得のための各種セミナー等（オンライン含む）を積極的に受講する計画がなく、依然として経験の積み重ねに頼っている部分が多いことに加え、職員間で指導ノウハウの共有が図りにくい状況にある。

また、当商工会の職員数は本所・支所17名（事務局長1名、職員13名、一般職員3名）であるが、約3割が経験年数5年未満の職員であるため、今後は、支援に対する役割と、資質向上のための商工会としての取り組みを明確化し、指導能力の向上を図り、事業計画策定をはじめとする各種能力の向上による支援体制の強化が必要である。

(2)事業内容

①外部講習会等への積極的参加・活用

全職員を対象に、支援能力の向上を目的とし、中小企業庁及び連携する各種機関主催の講習会等の中で、職種に関わらずスキル・経験に応じた講習会を選定し、計画的な派遣を行う。また、本会主催により、事業計画策定に係るセミナーを企画し、支援能力の向上を図る。

具体的には以下のセミナー等を予定している。

【長崎県商工会職員協議会 長崎・西彼半島支部主催研修会の受講】

長崎・西彼半島地区の商工会職員が集まる研修会において、税理士、中小企業診断士等の専門家を講師として招聘し、職員が随時参加することにより、支援業務に係るノウハウや支援の現状、課題等についての情報交換を行うことで、スキルアップを図っていくものとする。

【上部団体等が主催する研修会への参加】

全国商工会連合会・長崎県商工会連合会が主催する既存の研修の参加に加え、中小企業大学校が行う商工会等職員向け、小規模事業者支援の専門コースへ参加し事業計画策定支援に係るノウハウの習得を行う。

【DX推進に関するセミナー】

事業者のDX推進への対応にあたっては、まずは、職員のITスキルを一定水準まで向上させ、支援事業所の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推進の取組に係る相談・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推進に向けた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

クラウド会計ソフト(ネットde記帳)、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、各種補助金の電子申請、情報セキュリティ対策など

(イ) 事業者にとって外向け(需要開拓等)の取組

自社ホームページによるPR・情報発信方法、ECサイト構築・運用。

オンライン展示会・商談会、インスタグラム等のSNSを活用した広報・オーダーシステム連携等

(ウ) その他取組

オンラインによる経営支援の利活用等

②長崎県商工会連合会との連携によるOJTの推進

上位者又は経験者を指定し、育成対象職員に対してOJTを実施する。併せて、長崎県商工会連合会担当職員による、指導・助言により伴走型支援能力の向上を図る。

③職員ミーティングの実施

現在、事務局長以下職員による業務連絡会議を毎月1回開催し、通常業務に関する情報及び意見交換等を行っているが、今後はさらに本会議において全職員が小規模事業者の経営状況の分析結果を共有することで、現状の課題及び問題点等を適切に把握できるよう支援能力の向上に努める。

また、近隣商工会職員との相互研修を原則毎年実施し、支援業務に係るノウハウや支援の現状、課題等についての情報交換を行うことで、スキルアップを図っていく。

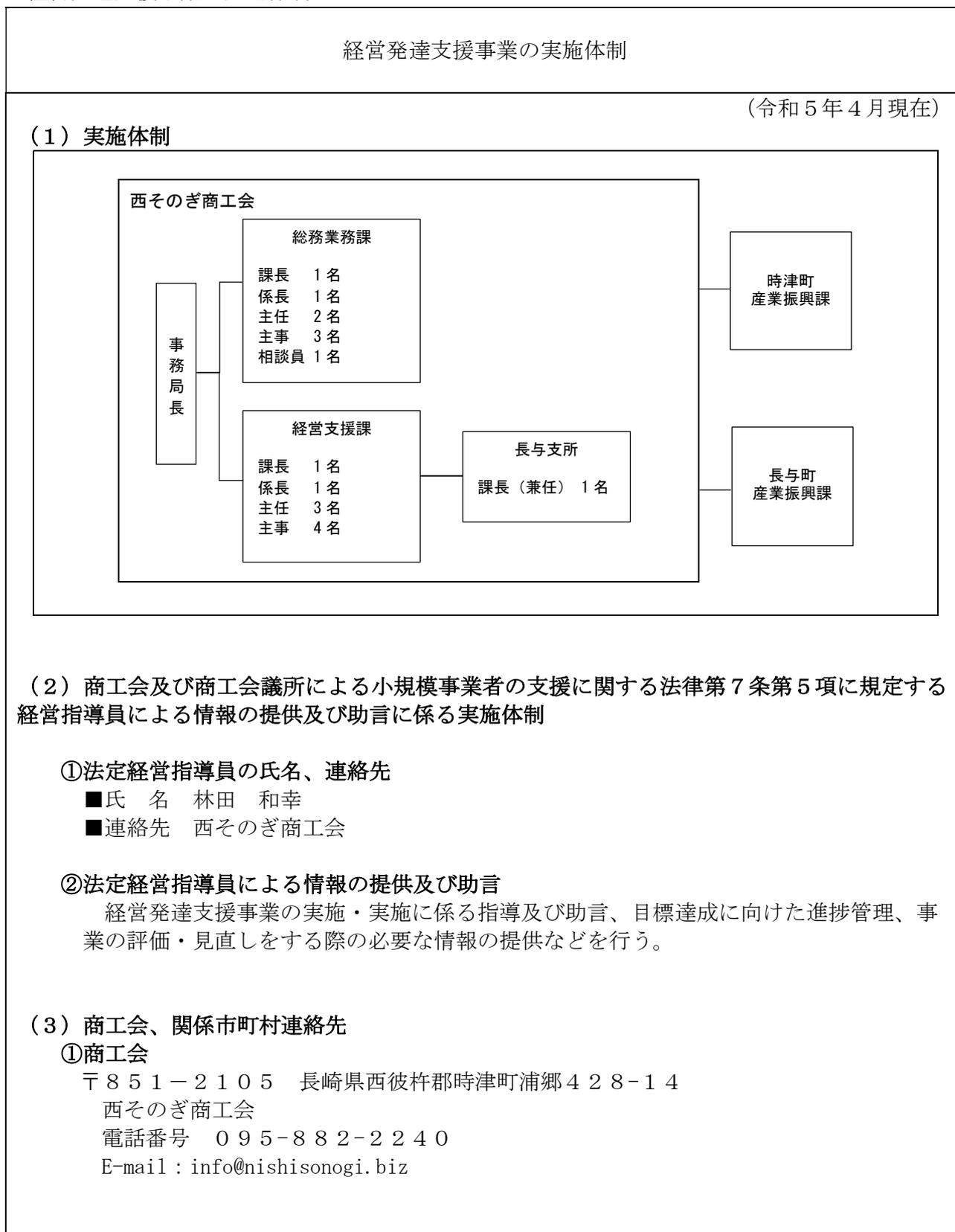
加えて、本所・支所において毎日行っている業務連絡(朝礼)においても日々の業務等に関し、情報共有を図り、小規模事業者の利益向上につながるよう相互の業務内容の理解とノウハウの共有を行うとともに、専門的かつ高度な支援スキルを学ぶ。

④支援情報共有体制の整備

各職員が基幹システム等のグループウェアへのデータ入力をリアルタイムに行い、支援中の小規模事業者の状況等を全職員が相互共有できるようにすることで、担当外の職員でもデータを有効活用することで、一定レベル以上の対応ができるようにする。具体的には、支援ノウハウ、外部環境情報、事業計画策定状況、策定済みの事業計画書情報及び進捗状況等を共有する。

(別表2)

経営発達支援事業の実施体制



②関係市町村

i. 時津町

〒851-2198 長崎県西彼杵郡時津町浦郷274-1

時津町 産業振興課

電話番号 095-882-3801

E-mail: sanshin.next@town.togitsu.nagasaki.jp

ii. 長与町

〒851-2128 長崎県西彼杵郡長与町嬉里郷659-1

長与町 産業振興課

電話番号 095-883-1111

E-mail: sanshin@town.nagayo.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)

	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度	R8 年度
必要な資金の額	8,300	8,300	8,300	8,300	8,300
I. 経営発達支援事業	(7,950)	(7,950)	(7,950)	(7,950)	(7,950)
(1) 食料品製造業需要動向調査	500	500	500	500	500
(2) 経営分析セミナー開催	600	600	600	600	600
(3) 経営分析	250	250	250	250	250
(4) D X 推進セミナー	900	900	900	900	900
(5) 事業計画策定セミナー	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200
(6) 事業計画策定支援	500	500	500	500	500
(7) 本会主催展示会	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500
(8) 商談会出展	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500
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	(350)	(350)	(350)	(350)	(350)
(9) 事業の評価及び見直し	50	50	50	50	50
(10) D X 推進に関するセミナー	300	300	300	300	300

(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
県補助金、町補助金、県連補助金、全国連補助金、県連助成金、会費・手数料等、事業受託料

(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。