

経営発達支援計画の概要

<p>実施者名 (法人番号)</p>	<p>有明町商工会（ 法人番号 4310005005224 ） 島原市 （ 地方公共団体コード 422037 ）</p>
<p>実施期間</p>	<p>令和 5 年 4 月 1 日～令和 10 年 3 月 31 日</p>
<p>目標</p>	<p>①外的要因の変化に動じない強固な経営基盤確立の支援 ②製造業の経営革新と外貨獲得に向けた支援 ③地域資源の魅力を活かした賑わいづくりを推進 ④経営者の自立的な経営力強化による事業継続を実現</p>
<p>事業内容</p>	<p><u>3. 地域の経済動向調査に関すること</u> ①ビッグデータ（RESAS）の活用、独自の景気動向調査の実施</p> <p><u>4. 需要動向調査に関すること</u> ①消費者需要動向調査・分析（BtoC） ②商談会等でのバイヤー向け調査・分析（BtoB）</p> <p><u>5. 経営状況の分析に関すること</u> ①事業計画の策定支援に関するセミナー・相談会の開催 ②経営分析の実施</p> <p><u>6. 事業計画策定支援に関すること</u> ①経営分析実施者に対する事業計画策定支援 ②小規模事業者のDXへの取組支援の実施（DX推進セミナーの開催）</p> <p><u>7. 事業計画策定後の実施支援に関すること</u> ①事業計画のフォローアップ</p> <p><u>8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること</u> ①県内及び都市圏での物産展（BtoC）・商談会等への出展支援（BtoB） ②SNS活用（BtoC）及びECサイトの利用（BtoC）</p> <p><u>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</u> ①事務局会議（年4回）及び事業評価委員会（年1回）の開催</p> <p><u>10. 経営指導員等の資質向上等に関すること</u> ①事務局会議（定例会議・進捗会議）の活用と情報のデータベース化 ②DX推進・コミュニケーション能力向上に向けたセミナーへの参加 ③専門家派遣への同行</p>
<p>連絡先</p>	<p>有明町商工会 〒859-1415 長崎県島原市有明町大三東戊 1427 番地 3 電 話：0957-68-0255 FAX：0957-68-0223 E-Mail：ariake@shokokai-nagasaki.or.jp</p> <p>島原市（商工観光部商工振興課） 〒855-0045 長崎県島原市上の町 537 番地 電 話：0957-62-8112 FAX：0957-62-8100 E-Mail：shoko@city.shimabara.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

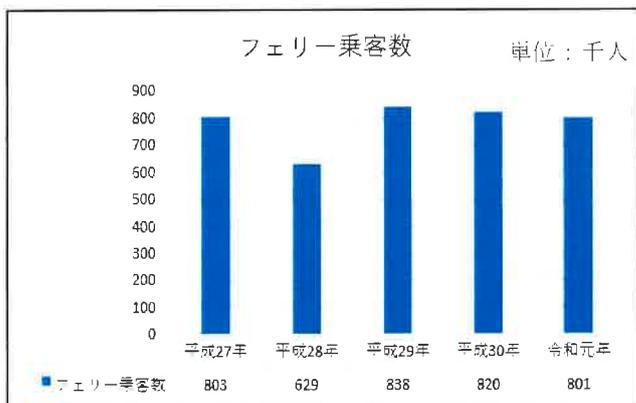
ア) 有明町の沿革

島原市有明町（以下、当地区と表示）は島原市北部に位置し、平成 18 年 1 月 1 日に旧有明町と旧島原市が合併して、現在の島原市が誕生した。島原市は商業や官公庁などの都市機能が集積した南東部の中心市街地（中心市街地ゾーン）と生産性の高い農業を営む北部及び南部の農業地域（農業振興ゾーン）、及び平成新山、眉山、舞岳などからなる西部の山岳地域（自然環境保全ゾーン）に分けられる。また、これらのゾーンをまたいで、火山、史跡・景勝、公園、温泉、湧水、スポーツ施設、グリーンツーリズムなどに係る観光資源の点在する地域（観光交流拠点）がみられる。



イ) 交通機関・交通基盤の整備

主要交通機関には「島原鉄道」や「バス」「高速船」「フェリー」等があり、島原鉄道は JR 長崎本線諫早駅を起点として、島原半島東部の代表的な旅客ルートとなっているが、人口減少やモータリゼーションの進展等により、利用者が減少している。有明町においては、主に学生や高齢者等が島原市や諫早市への通学、通院、買物等に「島原鉄道」や「バス」を利用している。高速船は島原港と三池港（福岡県大牟田市）間を 1 日 4 往復便、フェリーは島原港と熊本港間をオーシャンアロー 1 日 7 往復便、九商フェリー 1 日 10 往復便、総計で約 80 万人が利用しているが、ここ数年減少傾向で推移している（平成 28 年は熊本地震の影響により激減）当地区においては、主に福岡県や熊本県への建設業の下請け作業や買い物等に「高速船」及び「フェリー」が利用されている。建設業の下請け作業については、隣接する雲仙市の多比良港から長洲港（熊本県玉名郡長洲町）までのフェリーを利用する人も多い。



島原市では、高規格幹線道路「九州横断自動車道」へ連絡する地域高規格道路「島原道路」が建設中であり、市内では既に「島原深江道路（国道251号線）」と「がまだすロード」、「島原中央道路」の区間が供用され、現在は「出平有明バイパス」3.4km、「有明瑞穂バイパス」10.4kmの建設が進んでいる。当地区においては「がまだすロード」が市内中心部等への移動に利用されており、開通以前と比較すると利便性が高く、この「島原道路」が全線開通すると、島原市から諫早ICまでの所要時間は、現在の約70分から約34分と大幅に短縮される予定であり、さらに利便性が高まる。

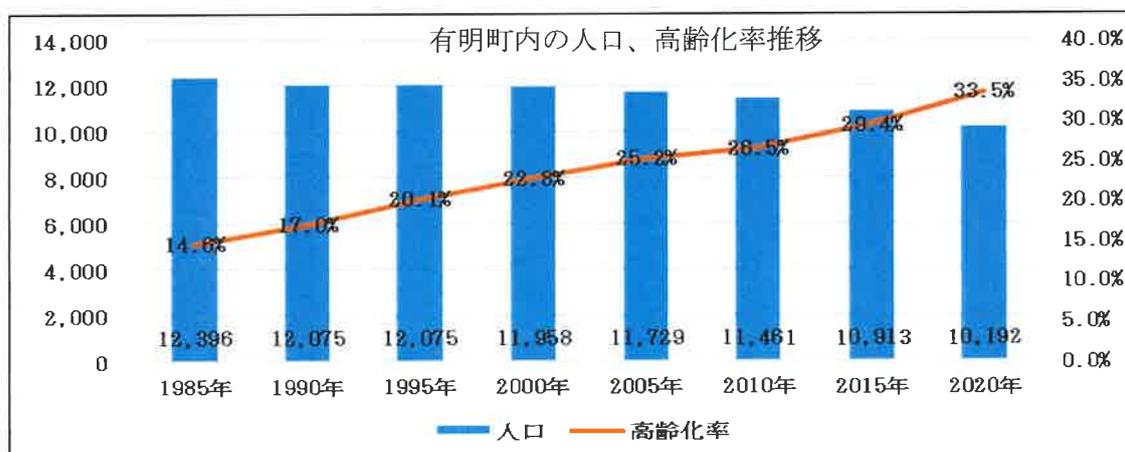
(地域高規格道路「島原道路」整備状況 令和2年4月現在)



ウ) 当地区の人口・高齢化率推移

島原市においては、昭和55年（1980年）の58,890人をピークに人口が減少し続け、将来的には、令和17年（2035年）に35,000人を割り込み、令和42年（2060年）には22,000人にまで減少するとの推計もある。

当地区（旧有明町）の人口は、1985年の12,396人から減少が続いており、2020年は10,192人（▲2,204人）となっている。一方、高齢化率は右肩上がりの状態が続いており、1985年の14.6%から2020年は33.5%へ18.9%上昇している。



エ) 小規模事業者の概要

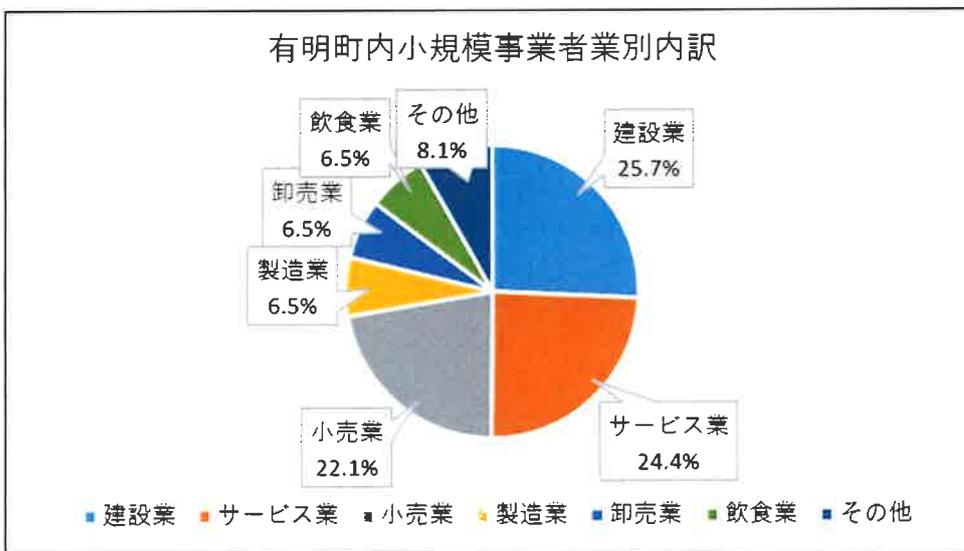
当地区における小規模事業者の概要は以下のとおりである。

- 建設業は下請が主体で、従業員を雇用していない一人親方が多く、長崎市内は元より、福岡県・佐賀県・熊本県等の現場に出張している。
- 小売業は当地区商圈内に中央資本の大規模商業施設等が相次いでオープンしているため、中山間地の個人商店は現経営者の代で転廃業する事態が危惧されている。
- 食品や海産物加工業者および飲食業者には個性的で、有望な事業者が散見されるものの、新型コロナウイルス感染症の影響が大きく、経営戦略の見直しが急務ある。
- 農業は長崎県内有数の生産地であり、農商工連携等の推進が期待できる。



当地区における小規模事業者数は、直近10年間で45件減少している。事業主の高齢化、後継者不在、経営悪化に伴う廃業が主な要因となっている。

令和4年4月1日現在、当地区の小規模事業者数307件であり、業種構成としては、建設業79件(25.7%)・サービス業75件(24.4%)・小売業68件(22.1%)となっており、この3業種で全体の72.3%を占めている。



小規模事業者数	小規模事業者業種別内訳						
	建設業	製造業	卸売業	小売業	飲食業	サービス業	その他
307	79	20	20	68	20	75	25

オ) 業種別商工業者の現状

■卸・小売業

当地区においては、卸売業は、農畜産物・水産物や食料・飲料卸の割合が高く、小売業は、食料品を取り扱う小規模事業者の割合が高い。地区内に点在しており集積性がないため、商店街等の組織化によるスケールメリットの創出ができない地域である。モータリゼーションの進展や大型店の進出、インターネット販売等購入経路の多様化により消費者行動が大きく変化したことで、購買力の流出が著しく増しており、これまで地域の消費者に密着した経営構造であった小売店にとっては、これまで以上に地域に密着した価値のあるサービスと商品の提供が必要となってくる。また、経営基盤が不安定な事業者が多く、経営者の高齢化や後継者不足等も顕在化していることから、伴走型支援による個社支援が最も必要な業種である。卸売業についても、小売店の衰退に比例し、厳しい状況が続いており、域外への販路拡大支援が必要であるとともに、経営基盤が脆弱であるため、多面的な支援を必要としている。

■サービス業

当地区のサービス業関連の業種は、飲食業、理美容業、自動車整備業が多く、大部分が中小零細企業で構成されている。市内に進出する大手外食チェーンや低価格帯のサービスを提供する競合他社との厳しい価格競争が続いている。また、新型コロナウイルス感染症の感染拡大に起因する業績不振が続いており、コロナ禍での経営へビジネスモデルの転換が必要となっている。

■製造業

当地区の製造業は、食品加工業、繊維製品製造業等の生活関連型の製品を取り扱っており、その大部分を中小零細企業で構成されている。食品・非食品に限らず、PB商品を有している事業者が存在している。コロナ禍にあって一部の製造業者では、売上が増加傾向にあったが、直近では、原材料価格の高騰等により利益確保が厳しい状況である。適正な価格転嫁、新たな販路先の確保を目的とした支援が必要である。

■建設業

当地区の建設業は、業種別でみると最も多い業種であり、住宅建設や地域のインフラ整備等で地域に密着した事業を展開し、雇用の創出においても重要な役割を担ってきた。公共工事は一昔前まで港湾・河川・道路工事等が大半を占めていたが、現在は、圃場整備工事が増加傾向にあり、農地整備に対する工事や関連した道路整備事業等は、今後も安定した受注の確保が可能と推測できる。一方で、道路工事や河川工事についても、高規格道路島原道路の建設や災害対策関連工事等で一定水準の工事高が今後も見込まれている。しかしながら、人手不足や建設資材の高騰による利益圧迫への対策が喫緊の課題となっている。

カ) 農林業の現状

島原市は、県内総生産の農業部門の約1割を生産する県内有数の農業地帯であり、「大根」や「人参」、「白菜」、「西瓜」等の野菜・果樹から、「鶏卵」、「豚」、「肉用牛」、「牛乳」等の畜産物、「きく」等の花卉に至るまで、季節を問わず様々な農作物を全国に供給している。生産性が高く、農家一戸当たり、耕作面積当たりの生産農業所得は、県内でもトップクラスの水準にある。

令和2年(2020年)の本市の農業労働力をみると、農家戸数は1,206戸、農業就業人口は、2,349人であり、ともに昭和55年(1980年)の約半数に減少している。今のところ担い手不足は顕在化していないが、65歳以上の割合が38.4%に達しており、高齢化による離農が進めば、深刻な担い手不足に陥る可能性がある。

今後は、農業従事者の高齢化や後継者不足による農家戸数の減少が見込まれることから、担い手や労働力の確保と併せて、省力化に向けた農業作業のICTなどを活用したスマート農業への取り組みが必要であり、島原市の農業の基幹部門である畜産についても、規模拡大や産地間競争に対応しうる基盤の確立が必要となってくる。

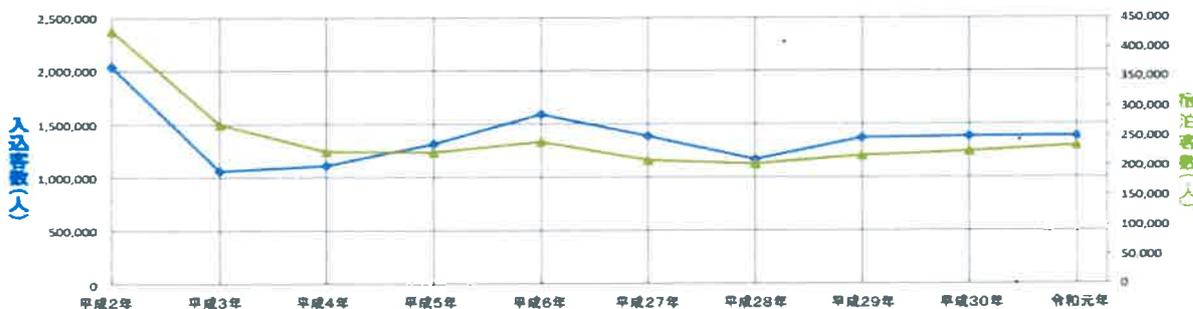
キ) 観光業の現状

島原市は観光のまち「島原」を掲げ、市内観光業の再興を重点課題としている。その目玉となるのが、令和6年（2024年）に築城400年を迎える島原城であり、島原城を核として、歴史的な資源や湧水、世界ジオパーク等の磨き上げを図るとともに、令和4年9月の西九州新幹線（武雄温泉・長崎間）の開業を契機とした交流人口の拡大を図っている。島原市は歴史的に培われた風土や情緒に加え、温泉や火山、湧水等の多様な観光資源を有しており、観光地としてのポテンシャルは高いものの、観光地としての認知度が低く、観光資源に見合うだけの十分な集客は得られていない。

当地区の観光施設「有明の森フラワー公園（物産館）」では、四季折々の景観の鑑賞と合わせて農産物や加工品の購入を目的に訪れる利用者も多く、当地区の南西部にある「舞岳山荘」では長期休暇シーズンに合宿等で学生の利用割合が高い。また、新たな観光スポットとして注目を浴びている「島原鉄道大三東駅」は、テレビコマーシャルの放映後、写真・動画を撮影する観光客が途切れなく訪れている。今後は、島原市の観光施策と連動させた取り組みと当地区独自の戦略が必要である。

【島原市年次別入込客数及び宿泊客数推移】（出典：令和3年度島原市観光客動態調査より抜粋）

年	平成2年	平成3年	平成4年	平成5年	平成6年	平成27年	平成28年	平成29年	平成30年	令和元年
主な社会事象	長崎自動車道全線開通(11月) 長崎「旅」博覧会(8～11月) 市制施行50周年記念事業(4～12月)	普賢岳噴火災害(5月～)	ハウステンボスオープン(3月)	皇太子殿下御成婚(6月) 鹿児島大水害(7月) 奥尻島大地震(7月)	ありがとう長崎観光キャラバン(6月) 三輪はるか沖地震(12月)	清流亭オープン(4月) ふるさと旅行券販売開始(7月)	阪本地震(4月) 九州ふっこう割(7月～12月) 飯水復活(8月) 長崎OCキャンペーン(10～12月)	市役所旧庁舎解体(9月) V-ファーレン長崎J1昇格(11月) 温泉総選挙(歴史文化部門)全国1位(11月)	がまだすドームリニューアル(4月) 世界遺産登録「長崎天草地方の潜伏キリシタン」(6月) 開運道草(歴史文化部門)全国1位(11月) 島原城築城400年記念事業開始(～2024)	平成天皇退位 令和天皇即位 ラグビーワールドカップ日本大会 NHK長崎発地城ドラゴンボールZ「かみざらしに恋して」放送
入込客数	2,039,924	1,060,008	1,110,679	1,310,694	1,590,978	1,385,714	1,165,851	1,370,121	1,382,263	1,385,698
前年比	91.1%	52.0%	104.8%	118.0%	121.4%	105.2%	84.1%	117.5%	100.9%	100.2%
宿泊客数	427,834	269,443	223,541	221,916	240,131	208,861	202,307	216,377	223,666	233,524
前年比	100.8%	63.0%	83.0%	99.3%	108.2%	105.2%	98.9%	107.0%	103.4%	104.4%
入込客数に対する宿泊客数	21.0%	25.4%	20.1%	16.9%	15.1%	15.1%	17.4%	15.8%	16.2%	16.9%



ク) 就業支援・新規創業の現状

ハローワーク島原管内（島原市・南島原市）の令和4年3月高校新卒者の就職者数は、156人で、そのうち市内企業への就職率は25.6%となっており、地元での就職は低水準かつ減少傾向にある。こうした状況を改善し、若者の市内定着に向けて、長崎県島原振興局、島原市、雲仙市、南島原市、ハローワーク島原、商工会、商工会議所で組織する「島原半島若者定

着促進協議会」では、年間2回の高校生を対象とした合同企業説明会や高校の就職担当者への企業説明会を開催する等、若者の流出防止に積極的な事業を実施している。また、同協議会で毎年作成・更新する島原半島企業のガイドブックには、求職者が知りたい情報を掲載し、あわせて地域企業の魅力発信を行っている。前述した地域商工業者の減少は、そのまま雇用の場の喪失に繋がることから、産業振興による雇用拡充をいかに図れるかが課題となる。

当地区の創業相談件数は事業承継による創業も含め、ここ数年は年間3件～5件で推移しており、その主な相談内容は、創業資金調達時の創業計画書の策定や経理、税務、労働保険手続き等の相談である。創業支援については、受け身的な支援であるため、地域小規模事業者の減少防止、地域の雇用確保の観点からも、積極的な支援が必要である。

ケ) 商工会の現状

当会は、昭和35年に設立以来、地区内商工業者の経営課題に対しての支援、地域振興に関する支援等を実施してきた。設立当初から税務、労務、金融指導を中心に実施してきたが、直近では、経営計画書の策定支援、補助事業計画の策定支援、経営革新へ向けた取組みに対する支援等が増加し、経営相談についても従来と比較して高度化しており、その役割が大きく変化してきた。職員体制は令和2年4月より4名体制から3名体制になったことで、少ない職員で質の高いサービスをいかに提供できるかが課題となっている。

【有明町商工会のこれまでの取組】

年度	事業名	事業内容
平成4年	中小商業活性化事業	有明町の基本構想、商業振興策の検討
平成7年	商店街リフレッシュ事業	街路灯整備事業
平成15年～16年	地域振興活性化事業	<ul style="list-style-type: none"> ・ 青少年育成と地域振興講演会の開催 ・ 4県有明町の物産販売、交流 他
平成19年	地域貢献アピールプラン策定事業	<ul style="list-style-type: none"> ・ 地域経済活性化の検討 ・ 地域資源を活用した地域づくりへの貢献の検討 ・ 地域社会との連携による地域貢献の検討 ・ 商工会広域連携による地域づくりの検討
平成24年	地域貢献アピールプラン策定事業	<ul style="list-style-type: none"> ・ 地域経済活性化の検討 ・ 地域資源を活用した有明ブランドづくりの検討 ・ 地域社会との連携による住み良いまちづくりの検討

【直近の経営指導内容について】(令和3年度実績)

指導内容	経営革新	経営一般	金融	税務	労働	その他	合計
指導件数	106	117	51	49	181	396	900

コ) 有明町商工会地域産業活性化計画

長崎県は、地域において注力すべき分野で、地域の特性を活かした販路拡大や付加価値向上を図ることを目的として策定する「地域産業活性化計画」を支援している。

当会も島原市(有明町商工会地域)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、当会が中心となり、長崎県、島原市、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、小売業	
成果目標	①地域資源を活用した新商品の開発及び既存商品のブラッシュアップ ②地域外への販路開拓支援	
目標値（前年比）	売上高	3%以上増加 10社
		上記のうち、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。

サ) 島原市「第7次島原市勢振興計画」（計画期間：令和2年度～令和11年度）

島原市では、第7次島原市勢振興計画において、以下のとおり産業分野における振興計画を策定している。

I. 基本目標 「賑わいと活力を興すまちづくり」

II. 産業別施策

産業分野	主要施策
<p>商工業 「暮らしを支える商工業のまち」</p>	<p>【特産品の販路拡大】</p> <p>①特産品の開発</p> <ul style="list-style-type: none"> 島原市特産品認定制度（島原スペシャルクオリティ：SQ）による高品質な商品をSQ商品として認定するとともに、消費者ニーズに応じて認定商品の改良を支援。 <p>②認知度向上の推進</p> <ul style="list-style-type: none"> 定期的に都市圏の有名レストランにおけるフェア並びに大手百貨店における物産展を開催し、島原市の農水産品に対する認知度向上を図るとともに、島原市及び特産品に対するファンづくりを目指す。 <p>③販路拡大の推進</p> <ul style="list-style-type: none"> バイヤー交流商談会やセミナーを開催するとともに、市場となる都市圏で開催されるビジネスマッチング商談会や海外見本市・商談会へ参加することで、より広域、より販路拡大の機会が得られるよう支援。 レストランにて島原産品を食材としてフェアを開催することで農畜水産物のイメージアップと飲食業への販路開拓を目指す。 <p>【商工業の振興】</p>

	<p>①中小企業の経営基盤強化の支援</p> <ul style="list-style-type: none"> ・中小企業の設備資金や運転資金の融資及び融資資金の利子等を助成することにより、経営の持続化・安定化を図る。 <p>②規模拡大を図る地場産業への支援</p> <ul style="list-style-type: none"> ・既存事業者の増設や移転等により規模拡大を図る地場企業に助成することにより、生産性の向上を図る。 <p>③中心市街地商店街の活性化</p> <ul style="list-style-type: none"> ・中心市街地商店街の空き店舗対策等に対する支援を行い、まちの賑わいを創出し、来街者を増やすことにより、まちなかにおける商業の振興を図る。
<p>観光業 「訪れてみたい、魅力のあるまち」</p>	<p>【観光の振興】</p> <ol style="list-style-type: none"> ①体験型観光事業の推進と観光商品の提供 ②魅力的な観光施設の整備 ③観光地「島原」のPR強化 ④島原観光ビューローとの連携 <p>【観光資源の開発】</p> <p>【観光客へのアクセス環境】</p>
<p>雇用・産業育成 「新たな活力を育むまち」</p>	<p>【雇用に対する支援】</p> <ol style="list-style-type: none"> ①求人情報の提供 ②働きやすい職場づくりの支援 ③高齢者の就業機会の確保支援 ④若者の地元就職の拡大 <p>【創業・事業承継の促進支援】</p> <p>【企業誘致】</p>
<p>農業 「自然の恵みを供給するまち」</p>	<p>【労働力・担い手の確保】</p> <ol style="list-style-type: none"> ①新規就農者・若い世代の担い手確保 ②雇用による農業労働力の安定供給 ③農業従事者の育成・生産技術の伝承 <p>【農業の振興】</p> <ol style="list-style-type: none"> ①農地集積の促進と生産基盤の整備 ②スマート農業の推進 ③畜産の産地化と生産基盤の強化
<p>水産業 「水産資源を守り育てるまち」</p>	<p>【水産業の振興】</p> <ol style="list-style-type: none"> ①水産資源の回復 ②つくり育てる漁業の推進 ③漁業環境の整備 <p>【漁業協同組合の組織基盤強化】</p> <ol style="list-style-type: none"> ①組織基盤強化のための広域合併協議

②課題

○地域密着型小規模事業者の経営力強化

当地区の人口・世帯数は、昭和55年をピークに年々減少しており、地域内の内需が売上の大部分を占める事業者（小売業、サービス業、飲食業）にとって、大変厳しい状況が続いている。さらに、大型店やチェーン店の進出に伴う影響も大きく、これらの外部要因に対応する取組みが十分ではない。これまで以上に、店舗、取扱商品・サービスの認知度を向上させる取組みや、小規模事業者ならではの魅力発信、経営基盤の強化に繋がる基礎的（税務、金融、労働）な支援が重要性を増している。

○PB商品の販路拡大支援による外貨獲得

菓子類、水産加工品、農産加工品、また雑貨・工芸品等のPB商品を有する製造業者は、独自の販路は有しているものの、売上拡大に繋がる取組みは積極的に行っていないため、現状維持にとどまっている。取引先も年々減少傾向にあり、依存率も高く、取引先の経営状況に左右されている状況が課題といえる。

これまで行ってこなかった都市部への商談会・物産展等の参加や関係団体との連携等、新たな販路開拓への取組みを支援し、外貨獲得に繋げていく。

○周遊型観光の促進と1次産業との連携による外貨獲得

当地区は、島原市街地（島原城、武家屋敷、鯉の泳ぐまち）や市域を超えた島原半島の観光地（雲仙天草国立公園、島原半島ユネスコ世界ジオパーク、長崎と天草地方キリシタン関連遺産）の通過点としての性格が強く、地区内に点在する観光資源は、上記観光地の陰に隠れている点が観光分野における外貨獲得の課題といえる。域外からの需要を取り込み、地域経済循環を促進させるために、島原市と連携しながら、観光客が当地区にも周遊するように、街歩きマップや観光パンフレットを活用した周遊型観光への取組みが必要である。同時に、地域資源活用促進による当地区の魅力向上を図るために、これまで不十分であった農業者、漁業者との連携で、地元食材を活用した高付加価値商品の開発を目指す。

○地域内小規模事業者が持続発展するための円滑な事業承継

当地区は、事業者の高齢化や後継者不足に起因する小規模事業者の減少に歯止めがかからない状況である。後継者存在の有無に捉われず、外部専門機関との連携を図り、第3者への事業承継も含めた取組みを強化し、円滑な事業承継への支援を実施していくことで、地域の活性化と小規模事業者の持続的発展を目指す。

(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

当地区の小規模事業者は、業種を問わず年々減少傾向にあり、今後も少子高齢化や人口減少等の地域の環境変化に伴い厳しい経営環境が続くものと推測される。また、地域住民への商品、サービスの提供だけでなく、雇用やコミュニティの場として貴重な役割を果たしてきた小規模事業者が、事業継続が困難となり廃業等でその機能が失われることは、地域の衰退に繋がると危惧されている。

一方で、新たな観光名所の登場や地域が潜在的に持っている強みもあることから、当会が域外需要の取り込みや積極的な販路開拓支援、商品開発、各種計画策定支援、事業実施前後の伴走支援等を行政による施策と連動させながら実施することで、より高い効果が期待できる。

当会は上記を踏まえ、小規模事業者並びに当地区の持続的発展を図るための長期的な振興のあり方を以下のとおりとする。

☑重点支援先に位置づける食品製造業や飲食業・小売店等と連携し、地域の特性・地域資源を活かしたマーケットインの商品やサービスの開発・販路開拓を支援することで地域経済の活性化

を図る。

- ☑魅力あふれるまちづくりを目指し、小売業、サービス業、建設業等に対して、地域の暮らしを支える業種として、持続的発展に向けた明確なビジョンの策定と経営基盤の強化に向けた伴走支援を推進していく。
- ☑円滑な事業承継や創業支援を関係機関と連携し推進していくことで、小規模事業者の減少に歯止めを掛け、地域経済の安定化を図っていく。

②島原市勢振興計画との連動性・整合性

島原市では、第7次島原市勢振興計画（R2年度～R11年度）の産業別主要施策において、特産品の開発や既存S/Q商品（島原市により高品質商品として認定された商品：当地区7事業者12品認定）のブラッシュアップ支援、地域特産品の域外・都市圏への販路拡大支援を掲げている。また、小規模事業者に対する経営基盤の強化についても、制度資金の拡充や利子補給、助成事業による生産性向上等の経営基盤強化に向けた支援策を掲げており、当会の長期的な振興のあり方と高く整合している。

③商工会としての役割

当商工会は、当地区において小規模事業者の支援組織として、また、地域経済の牽引役として、これまでに蓄積してきた支援ノウハウや地域の強みを活かし、きめ細やかな伴走支援を実施していかなければならない。小規模事業者を取り巻く経営環境は、刻一刻と変化しており、これに対応するために、専門性が高い知識の習得に努めること、また、職員それぞれの能力を活かしたチーム支援と経営課題を解決するための提案型の支援を実施していくことで、小規模事業者の持続的な発展の実現を図る。

さらに、島原市や長崎県の各種施策の普及やより効果的な成果を得るために、前述した「島原市勢振興計画」の方向性と連動させた事業を実施することで、小規模事業者の持続的な発展と地域経済の活性化に貢献していく。

(3) 経営発達支援事業の目標

当会では、前述の「現状と課題」「小規模事業者に対する長期的な振興のあり方」を踏まえ、小規模事業者並びに地域の持続的な発展を実現していくために取り組む本事業の目標を以下のとおり設定する。

①外的要因の変化に動じない強固な経営基盤確立の支援

地域に密着した小規模事業者（小売業・サービス業・建設業）に対し、対話と傾聴を通じて、積極的な伴走支援を実施し、外的環境の変化に動じない経営基盤の強化を目指す。

②製造業の経営革新と外貨獲得に向けた支援

外貨獲得から始まる地域経済循環に寄与する分野として、各種製造業者に対して、きめ細やかな伴走支援を実施する。

③地域資源の魅力を活かした販わいづくりを推進

当地区の基幹産業である農水産業者と小規模事業者（食品製造業者・飲食店）の積極的な連携の促進と、新たな観光名所の活用で販わいづくりを推進していく。

④経営者の自立的な経営力強化による事業継続を実現

小規模事業者の自立的な経営力強化による事業継続を実現するために、経営者が取り組むべきことに、当事者意識を持って、能動的な行動（自走化）になることを目指す。

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、目標達成の方針

(1) 経営発達支援事業の実施期間（令和5年4月1日～令和10年3月31日）

(2) 目標達成に向けた方針

《基本方針》：小規模商工会である当会は、小規模事業者に対して、いかに効率よく伴走支援を実施できるかが鍵となっている。これまでは、従来の支援のように対症療法的な支援が多く、伴走支援が不十分であった。社会構造や経営環境の変化で、小規模事業者が抱える課題は多様化しており、本質的な課題を抽出し解決へ導く伴走支援の重要性が増している。課題の抽出から提案、フォローまでの支援を一人が担うのではなく、PDCAによる経営支援をチーム支援として取り組み、小規模事業者の持続的な発展を目指していく。支援のなかで重点を置くことは、事業者自らが本質的な経営課題を認識するために気づきを与えることである。対話と傾聴を通じて信頼関係を構築していくことで、事業者が課題の設定や経営改善の提案に対して、深い納得と当事者意識を持つような支援を心がけ、事業者が持つ潜在力を最大限に発揮するために、経営者自身の自走化を促し、経営力の強化・再構築を目指す。また、DX推進による経営力の強化を図るために、IT専門家を派遣し、「目的と必要性」、「期待と効果」の理解を深め、IT導入・活用を推進していく。この基本方針を踏まえ、伴走支援による事業内容を実施していく。

①外的要因の変化に動じない強固な経営基盤確立の支援

小規模事業者を取り巻く経営環境は、急速かつ大きく変化しており、その変化に対応した経営が求められている。このような背景の中、小規模事業者が持続的に発展していくために、地域の経済動向調査、需要動向調査を基に、対話と傾聴を通じた経営分析、課題の設定を実施し、事業計画を策定することで、売上・利益の増加を図る。

②製造業の経営革新と販路拡大に向けた支援

当地区の製造業は、食品・非食品に限らず経営資源に乏しい小規模事業者が大部分を占める。少ない資源で効果的な成果を出すために、経営革新計画や経営改善計画の策定を支援し、その計画に沿った事業展開と補助事業活用による生産性向上、新商品の開発等を支援していく。また、PB商品を持ちながら、認知度の向上が図れていない事業者に対しては、伴走型小規模事業者支援推進事業を活用した、広告宣伝、商談会、物産展等の参加を支援し、地域外への販路拡大を目指す。

③地域資源の魅力を活かした販わいづくりを推進

当地区の基幹産業である農水産業者と食品製造業・飲食店等の連携により、域外マーケットを視野に入れた調査・分析・計画を立案し、提案していく。また、農商工連携フェンド等の活用で、地域産品を原材料とした新商品の開発、物産展・商談会への参加を促し、販路拡大と地域経済の活性化を目指す。

また、新たな観光名所として当地区観光の核となりつつある島原鉄道大三東駅周辺を販わい創出の拠点として捉え、島原市の観光施策と連携を図りながら、受け皿となりえる駅周辺の事業者への支援を強化することで、地域資源の魅力を活かした販わいづくりを促進する。

④経営者の自立的な経営力強化による事業継続を実現

上記①～③の支援を実施するために、支援に当たっては、傾聴と相手の立場に共感することを課題解決の入り口と捉え、内発的な動機づけを促せるよう、経営者自身の気づきや想い、言葉を重要視し、課題解決へ導くことを意識し支援を実施していく。

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)

当会では地域の経済動向を把握するために以下の業務を実施してきた。

- ①長崎県や県内市町等が公表する各種統計データの収集
- ②金融機関が発行する情報誌「調査月報（日本政策金融公庫）」「FFG 調査月報（ふくおかフィナンシャル・グループ）」からの情報収集
- ③巡回・窓口相談等での事業者からの聞き取り調査
- ④関係団体からの情報提供、各種会議における情報収集

(課 題)

- ①実施してきた情報の収集・提供は、事業計画策定支援等必要な時に活用されてきたが、情報の蓄積・共有・活用が十分に実施されていなかった。
- ②地域に密着し経営している小規模事業者に対しての情報提供としては不十分な情報であり、調査範囲を商圏内別に絞った経済動向を知る独自調査が実施されていなかった。
- ③さらにビッグデータが活用されていないため、詳細かつ専門性の高い分析ができていなかった。

(改善策)

すでに実施している各種統計資料の収集・分析に加え、国が提供するビッグデータの活用を行い、さらには当地区内の消費者に関する独自調査を実施して、地域の経済動向に関するきめ細かな情報の収集・分析を行い、小規模事業者へ今後進むべき方向と経営指針の参考となる情報を提供する。

(2) 目標

内 容	公表方法	現状	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度
①RESAS を活用した地域経済動向分析の公表回数	会報・ホームページ	0回	1回	1回	1回	1回	1回
②当会独自景気動向調査の公表回数	会報・ホームページ	0回	2回	2回	2回	2回	2回

(3) 事業内容

①ビッグデータ (RESAS) の活用

当地区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、国が提供するビッグデータを活用し、地域の経済動向に関する分析を実施し、結果を年1回公表する。

【調査手法】職員が RESAS を活用し、地域の経済動向調査を行う。

【分析項目と分析方法】

- 1) 地域のお金の流れについて分析 ⇒ 地域経済循環マップ
- 2) 産業別稼ぐ力や全産業の詳細分析 ⇒ 産業構造マップ
- 3) 将来の人口推移や地域の流動人口について分析 ⇒ 人口マップ・まちづくりマップ

②独自の景気動向調査の実施

当地区の景気動向等についてより詳細な実態を捉えるため、当会独自の景気動向調査を実施する。

【調査手法】 巡回時・窓口来会時に調査票を活用したヒアリング、その他郵送による調査

【調査対象】 建設業、卸売業、小売業、製造業、サービス業、飲食業の各業種より10事業者
合計50事業者に依頼

【調査項目】 売上額・採算・資金繰り・業況・新型コロナの影響の5項目

(4) 調査結果の活用

各調査にて収集・分析できた地域の経済動向調査のデータは、職員の巡回・窓口相談時や会報・ホームページにより公表・提供し、広く管内事業者等に周知する。

また、個別の経営計画や経営改善計画、事業承継計画・創業計画等の策定支援に活用する。

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

(現 状)

当会がこれまで実施してきた需要動向調査の収集・提供は、個別に依頼があった事業者に対して必要な情報を提供してきた。また、伴走型小規模事業者支援推進事業を活用した物産展の開催時に、購入者から商品・サービスに関する需要動向調査を実施し、出展事業者へ情報の提供を行ってきた。

(課 題)

現状の取組は、販路を拡大したい小規模事業者にとって必要な情報が得られない状況となっており、調査内容の検討が必要である。物産展でのアンケート調査は、商品・サービスのブラッシュアップに繋がる一定の効果があったものの、顧客ニーズに合わせた商品作りというマーケットインの考え方を浸透させる面では、調査項目の内容が十分ではなかった。

(改善策)

マーケットインの考え方を浸透させるために、事業者が販売する商品やサービスについて、顧客のニーズを満たすものであるかを把握できる調査内容に変更する。調査内容については、専門家の意見を参考に検討し、需要動向調査の結果を基に、経営分析や事業計画策定の基礎データとして活用していく。

(2) 目 標

支援内容	現状	令和 5年度	令和 6年度	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度
①消費者需要動向調査 対象事業者数	2者	5者	5者	5者	5者	5者
②商談会等でのバイヤー向け調査 対象事業者数	0者	3者	3者	3者	3者	3者

(3) 事業内容

①消費者需要動向調査・分析 (BtoC)

【調査対象】 製造業・飲食業・小売業 (5者)

【サンプル数】 1者あたり30名

【調査方法】 物産展等開催時に来場者へアンケート調査

【調査項目】 A. 来場者の属性 (性別・年齢・住まい) B. 来場の目的 C. 価格 D. 味

E. 容量 F. 購入金額 G. パッケージデザイン 等

【分析方法】 専門家の意見を参考に職員が分析

②商談会等でのバイヤー向け調査・分析（BtoB）

【調査対象】 製造業（3者）

【サンプル数】 1者あたり20名

【調査方法】 商談会等に来場しているバイヤーへのアンケート調査

【調査項目】 A. 価格 B. 味 C. 容量 D. パッケージデザイン E. ターゲット F. トレンド
G. 取引について H. 商談スキル I. 展示ディスプレイ 等

【分析方法】 専門家の意見を参考に職員が分析

（4）調査結果の活用

①消費者需要動向調査について

支援した小規模事業者に対し、職員が集計・分析した結果を個別にフィードバックするとともに、マーケットインの考え方を浸透させるため、顧客ニーズを満たした商品改良等の提案へ活用する。

②商談会等のバイヤー向け調査・分析について

アンケート調査の集計・分析で需要動向の把握に努め、商品改良に繋げるだけでなく、その後の商談会に向け、各調査対象事業者に対して個別に商談方法の改善や展示ディスプレイの見直し等に活用できるよう支援していく。

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、主に小規模事業者持続化補助金等の補助金申請支援や日本政策金融公庫の小規模事業者経営改善貸付（マル経資金）等の金融支援の際、職員のヒアリングによる独自の経営分析を行っている。

（課 題）

巡回時や窓口相談に来た事業者に対して、単発的な課題に対する分析にとどまっており、根本的な課題の抽出や分析した後のフォローアップ支援が不十分であった。

（改善策）

「対話と傾聴」を通じて、経営課題の原因究明を目的とした、より深掘りした経営分析の実施と、分析結果から事業計画の策定へ繋がるスキームを説明し、小規模事業者の経営改善に繋げていく。

（2）目標

支援内容	現状	令和 5年度	令和 6年度	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度
①セミナー・相談会 開催回数	0回	1回	1回	1回	1回	1回
②経営分析実施 事業者数	17者	20者	20者	20者	20者	20者

※旧経営指導員（1名）を中心に経営分析を実施するため、実施目標事業者数を20者とする

(3) 事業内容

①事業計画の策定支援に関するセミナー・相談会の開催

専門家によるセミナー・相談会の開催や商工会職員の巡回訪問を通じて、「なぜ経営分析が必要であるか」や「分析したことで何が見えてくるのか」等、経営者自身に気づきを与えることで、本質的な経営課題を把握し、経営状況分析の必要性に対する理解度を高めてもらう。

【募集方法】 会報・ホームページにより周知し、募集する

【開催回数】 年1回

【参加者数】 経営改善や販路開拓等に意欲が高い小規模事業者20者

②経営分析の実施

セミナーや職員による巡回訪問時に、経営改善や販路開拓等に意欲が高い小規模事業者に対して、本質的な経営課題を抽出するための経営分析を実施する。経営分析を実施したことで、財務面、事業の方向性、課題等について事業者自身が把握し、その重要性を理解してもらう。

【分析項目】

1) 定性分析：SWOT分析(強み・弱み・機会・脅威)

対話を通じて、内部要因(強み・弱み)と外部要因(機会・脅威)を把握し、経営に関する成功要因や今後の方向性等についての分析を実施し、分析内容を事業者自身が把握することで、事業者に気づきを与えるものとする。

2) 定量分析：財務分析(収益性、安全性、効率性、生産性、成長性)

小規模事業者の収益性(売上高総利益率、売上高経常利益率等)、安全性(流動比率、当座比率等)、効率性(資本回転率、固定資産回転率等)、生産性(売上高付加価値率、労働分配率等)、成長性(売上高成長率、経常利益伸び率等)の5つの指標を分析して、経営上の問題点や改善点を抽出する。

分析を行った小規模事業者については、長崎県よろず支援拠点や長崎県商工会連合会等の関係機関、中小企業診断士や税理士などの専門家と連携し、抽出した経営上の問題点解消や改善策検討に向けた伴走支援を実施する。併せて事業計画策定支援時に活用する。

【分析手法】

事業者の状況を把握したうえで、経済産業省の「ローカルベンチマーク」、中小機構の「経営計画つくるくん」等の多様なツールから事業者に最適なツールを都度選択し、職員等が分析を行う。

(4) 分析結果の活用方法

分析結果については、当該事業者と職員間においても共有し、事業計画策定支援に活用する。

6. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

(現 状)

当会は、創業時、金融相談時、補助事業計画書の策定支援時に事業計画策定支援を実施してきた。

(課 題)

上記(現状)のとおり、融資申込や補助金申請等で必要な時にのみ計画策定するにとどまっており、当地区内小規模事業者の持続的発展に寄与する事業計画策定への意識が低く、重要性が伝わっていない。また、DXへの意識・理解度が低いため、旧態依然の経営が続いており、IT活用も進んでいない。

(改善策)

前述の「3. 地域の経済動向調査に関すること」「5. 経営状況の分析に関すること」を踏まえて、精度の高い事業計画策定支援に取り組む。そのために事業計画策定の重要性や必要性を理解してもらうよう巡回・窓口相談時での説明を、当地区での実例等を交え、わかりやすく、取り組む意欲が出るように工夫する。また、地域の小規模事業者だからこそ必要性が高いDXへの理解を高め、関心を持ってもらうためにDXセミナーを開催する。

(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訳ではないため、事業の方向性や道筋を自他ともに示せるメリットや成功事例等を周知することで「5. 経営状況の分析に関すること」で支援した事業者の5割程度/年の事業計画策定を目指す。特に、経営革新や持続化補助金等の申請を契機として経営計画の策定を目指す事業者において、実現性の高いものを選定し、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、DX推進セミナーを実施し、小規模事業者のDXへの意識と理解度の向上、基礎知識の習得を図り、競争力の維持・強化を目指す。

「5. 経営状況の分析に関すること」で実施するセミナーや職員の巡回訪問での対話を通じて、経営者自身による気づきや答えを見いだすことを意識した支援を行い、従業員を含めた事業者自身が自社の課題解決に能動的に取組み、実効性の高い計画策定に繋げていく。

(3) 目標

支援内容	現状	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度
①事業計画策定事業者数	4者	10者	10者	10者	10者	10者
②DXセミナーの開催	0回	1回	1回	1回	1回	1回

(4) 事業内容

①経営分析実施者に対する事業計画策定支援

「5. 経営分析支援」を実施した全ての小規模事業者に対して、事業計画等の策定支援を実施する。

事業計画策定支援にあたっては、長崎県商工会連合会や長崎県よろず支援拠点などの関係機関と連携して、伴走支援を実施する。

【支援対象】 経営分析を行った事業者、資金繰り相談者、補助金等申請事業者

【支援手法】 当会職員が、経営分析、需要動向等の情報を活用し、中小企業診断士等の専門家を交えて確実に事業計画書の策定につなげていく。

②小規模事業者のDXへの取組支援の実施 (DX推進セミナーの開催)

DXに関する基礎知識から、業種毎に活用できる事例を交えながら、小規模事業者のDXに関する意識の向上を図っていく。

【支援対象】 地区内小規模事業者の中で、インターネット、IT機器等の未活用事業者等

【支援手法】 専門家派遣による集合型セミナーまたはオンライン型セミナー

【募集方法】 会報・ホームページによる周知と募集

【講師】 外部IT専門家

【カリキュラム】 ●ITを活用した業務効率化・生産性向上 (全業種)

●SNSを活用した自店の情報発信 (製造業、飲食業、サービス業等)

- ECサイトを活用した販売戦略（小売業、製造業、サービス業等）
- ※1年目は全業種を対象としたセミナーとし、2年目以降は業種を絞り込んで実施する予定。

【参加者数】 10者

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)

事業計画策定後は、職員による巡回・窓口での進捗状況等の確認を1事業者に対して年間2回程度行っている。

(課 題)

補助事業計画、融資に係る計画書、創業計画書を策定し、採択・承認されることを重点的に支援してきたため、計画策定後のフォローアップは、事業の進捗確認や変更申請に係る支援にとどまり、計画の見直し・評価等が不十分で、PDCAサイクルが機能していない状況。

(改善策)

事業計画策定支援を実施した事業者に対しては、定期的に進捗状況の確認を行うなどの伴走支援を実施し、計画の実行度合いを高める。目標と乖離が生じている場合には、計画見直し等についてPDCAサイクルを意識した支援を実施する。支援実施においては、一方的な提案とならないように、対話と傾聴の姿勢を意識し、経営者の自走化により「答え」を見いだすよう心掛ける。また、事業計画策定事業者を重点支援先と捉え、職員間の情報共有を図るために、フォローアップを実施した事業者がわかるように商工会の経営支援システム（基幹システム）において管理する。

(2) 支援に対する考え方

「6. 事業計画策定支援に関すること」において支援した全ての事業者を対象とするが、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と、ある程度順調と判断し訪問回数を減らしても支障ない事業者を見極めた上で、事業者の潜在力を最大限に引き出せるよう、フォローアップを行う。

(3) 目標

支援内容	現状	令和 5年度	令和 6年度	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度
フォローアップ対象事業者	4者	10者	10者	10者	10者	10者
頻度（延回数）	11回	30回	30回	30回	30回	30回
売上増加事業者	-	5者	5者	5者	5者	5者

(4) 事業内容

小規模事業者が策定した事業計画の実現を支援するために、事業計画を策定した小規模事業者に対し、職員が4ヶ月に1回定期的に巡回訪問して進捗状況を確認する。進捗状況が計画と乖離している事業者に対しては、外部専門家など第三者の視点を必ず投入し、当該ズレの発生要因及び今後の対応方策を検討のうえ、フォローアップ頻度の変更等を行う。事業計画の改善にあたっては、長崎県よろず支援拠点、長崎県商工会連合会などの関係機関や税理士、中小企業診断士などの専門家、金融機関と連携した伴走支援を行う。

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、食品製造業者を対象として、域外への販路開拓を目的とした物産展の開催、商談会への出展支援を行ってきた。また、市が主催するネット販売への参加を促し、ITを活用した販売を通して、DXへの意識向上を図る支援を実施してきた。

(課 題)

これまでは支援対象者が食品製造業の小規模事業者に限定的であったため、その他のPB商品を有する事業者（雑貨・工芸品等の非食品製造業者）に対しての支援が不十分であった。また、今後の新たな販路開拓にはDX推進が、重要かつ必要であることが浸透できていない。

(2) 支援に対する考え方

重点支援先である食品製造業者への支援は継続しつつ、PB商品を有する事業者（雑貨・工芸品等の非食品製造業者）に対しても、これまでの商圈に関する考え方を変えていくために、「3. 地域の経済動向調査に関すること」において得たデータを活用し、近隣地域だけではなく、新たな販路を開拓する必要があることを示していく。地域内外で開催される物産展への出展や都市圏で開催される商談会等への出展について、商工会職員が外部専門家と連携をとり、出展当日だけの支援にとどまらず、出展前後の商品ディスプレイ、商談方法、商品のブラッシュアップ等を実施するといったきめ細やかな支援を展開することで、地域の幅広い業種の底上げにつなげていく。また、DX推進への取組みとして、SNSを活用した情報発信、ECサイトの利用等を事業者の段階に合った支援を行う。当地区内でPB商品やサービスを有する事業者を重点支援先に準じた事業者と捉え、職員間で支援先の情報を共有し、チーム支援を実施していく。

(3) 目標

項目	現状	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度
①物産展出展支援事業者数	2者	5者	5者	5者	5者	5者
売上額/者	10万円	10万円	10万円	10万円	10万円	10万円
②商談会・展示会等出展支援事業者数	—	3者	3者	3者	3者	3者
成約件数/者	—	1件	1件	1件	1件	1件
③SNS活用事業者数	—	3者	3者	3者	3者	3者
売上増加率/者	—	10%	10%	10%	10%	10%
④ECサイト利用事業者数	—	2者	2者	2者	2者	2者
売上増加率/者	—	10%	10%	10%	10%	10%

(4) 事業内容

①市内外で開催される物産展への出展支援（BtoC）

事業計画を策定した小規模事業者の中で、食品製造業者や雑貨・工芸品等のPB商品を有する事業者（5者）を中心に、販路開拓支援を行うだけでなく、前述した需要動向調査を行うことで、消費者ニーズやトレンド情報を知る機会となるように取り組む。また、物産展で活用するSNSやネット広告、物産展のアンケート調査で使用するGoogleフォームやエアレジ等に触れる機会を活用し、IT活用の利便性を体験することでDX推進による業務の効率

化や生産性向上への意識を向上させる。

【想定している物産展】

- 名称：スクラムマーケット
- 会場：ゆめタウン夢彩都（長崎県長崎市）
- 内容：当会及び県内商工会による共催で、長崎市内の大型商業施設において毎年10月に開催している。土、日の館内来場者数は7万人、レジ通過者は2万人で長崎県内の商業施設ではトップクラスの集客力を持っており、当地区事業者の認知度向上、自社の課題解決、商品のブラッシュアップ、商品開発等に寄与できるものである。



- 名称：島原ふるさと産業まつり
- 会場：島原復興アリーナ（長崎県島原市）
- 内容：毎年11月に開催される「島原ふるさと産業まつり」は島原市の産業や商品のPRのために開催され、農産物、水産物、お菓子類、鍛冶等の物産が販売されている。



②県内及び都市圏での商談会等への支援（BtoB）

事業計画を策定した小規模事業者の中で、食品製造業者や雑貨・工芸品等のPB商品を有する事業者（3者）を中心に、県内及び都市圏において開催される商談会等への出展支援や、百貨店等とのバイヤー紹介等を行い、小規模事業者の新たな販路開拓に繋げる。商談会の事前準備として、出展ブースの魅力を高めるために専門家と連携し、ディスプレイ等への支援を実施する。また、商談会開催中は、アンケート等を活用しバイヤーからの情報収集に努め、商品のブラッシュアップや商品開発に繋げるよう支援する。

【想定している商談会】

- 名称：魅力発信！ながさき商談会
- 会場：ホテルニュー長崎（長崎県長崎市）
- 内容：長崎県商工会連合会と日本政策金融公庫及び長崎県保証協会で共同開催している商談会。大都市の百貨店、スーパー等の担当者を招聘し、少数生産でも「長崎らしい」「こだわりの商品」などを扱う事業者に向けて開催されている。出展者は80社程度、招聘する大都市圏のバイヤーは25社程度。その他、県内外のバイヤー約500社に案内し、例年約100社が来場する商談会となっている。

- 名称：東京インターナショナルギフトショー
- 会場：東京ビッグサイト（東京都江東区有明）
- 内容：株式会社ビジネスガイド社が主催で毎年2月、9月に開催される国内最大級の生活雑貨等の商談会である。国内外からの来場者は年々増加し、開催3日間で12万人（2021年9月開催）を超えている。また、同日同会場で開催される「グルメ&ダイニングスタイルショー」等と合わせると約2,000社が出展している。

③ SNS活用（BtoC）

大部分の小規模事業者は、地域内の顧客を相手に事業を行っており、人口減少等の地域環境に左右されやすい状況となっている。地域内顧客や観光客をターゲットとする飲食店や小売店等の中から3者を選定し、自社の情報発信としては比較的取組みやすいSNS（LINE、Instagram等）を活用し、域外から顧客を取り込めるよう支援していく。

④ ECサイトの利用（BtoC）

上記①②の支援対象事業者の中からネットショッピング等に向いている商材（地域の特産品や雑貨類）を有する事業者2者を優先的に選定し、現状のショッピングサイトの利用者数や市場規模を示しながら、これからの販路先としての重要性の浸透を図り、大手ショッピングサイト（Amazon、楽天、Yahoo）の利用や自社のECサイト構築を見据えた支援を実施していく。

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）

事務局内部において、その都度事業の進捗状況と内容について協議を行っている。また、島原市、外部有識者（中小企業診断士）、当会正副会長で構成する事業評価委員会を年に1回開催し、数値目標の達成度、実施後の成果に関する評価・見直し等を協議してきた。

（課 題）

事務局内部で改めて定期的な会議を実施していないため、事業のスケジュールや詳細、数値目標の進捗等が共有化されていない。

（事業内容）

①定期的な事務局会議を四半期ごとに開催し、事業の進捗や数値目標の進捗、事業終了後の成

果等について、法定経営指導員が説明し、全職員で情報を共有する。

②事業評価委員会を毎年1回開催し、事業の実施状況、成果の評価・見直しを行う。委員は、法定経営指導員、島原市職員、外部有識者（中小企業診断士等）、当会正副会長で構成する。

③「事業評価委員会」の協議結果を、理事会に報告し、事業方針等へ反映させる。

④事業の成果・評価・見直しの結果を有明町商工会の会報及びホームページ（<http://s-ariaike.com/>）へ掲載・公開し、地域の小規模事業者等が常に関連可能な状態とする。

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)

当会職員は、長崎県商工会連合会が開催する研修会（職階別研修会、専門スタッフ研修会、他）への参加や、専門家による事業者支援の際に同席し、課題解決までのプロセス、情報収集方法、事業者へのプレゼンテーション等を学ぶことで、小規模事業者に対しての経営支援能力の向上を図ってきた。

(課 題)

研修会資料の供覧は職員間で行われているものの、内容の詳細については共有ができていない。また、チーム支援の実施に向けた情報共有ができていないため、職員が個別に対応し、担当職員以外は詳細を把握できていない。DX推進に向けては、社会構造・経営環境の変化に伴い、小規模事業者にとって喫緊の課題となっているが、職員の支援能力が十分ではない。

(2) 事業内容

①事務局会議（定例会議・進捗会議）の活用

研修内容の重要項目については、資料の供覧で終わるのではなく、参加者が定例会議（月1回年12回）にて報告・説明を実施する。また、一般職員を含めた全職員が研修内容をいつでも閲覧・確認できるように、資料をデータ化し、職員が閲覧可能な共有フォルダ内で管理する。前述の定例会議だけではなく、支援先の事業計画の進捗状況等の情報共有化を図り、小規模事業者の課題解決をチームとして支援していくために、法定経営指導員が中心となって、事務局会議（四半期に1回 年間4回）を開催する。

②DX推進に向けたセミナーへの積極的な参加

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に、下記のようなDX推進取組に係る相談・指導能力向上のためのセミナーへ積極的に参加する。

【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

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) その他の取組

オンライン経営指導の方法等

③コミュニケーション能力向上セミナー等への参加

効果的な支援を実施するために、支援の基本姿勢（対話と傾聴）を習得することで、事業者との対話を通じた信頼の醸成、本質的な課題の掘り下げの実践、さらには経営者を自走化へ導くためのコーチングスキルの習得に繋げる。

④専門家派遣への同行

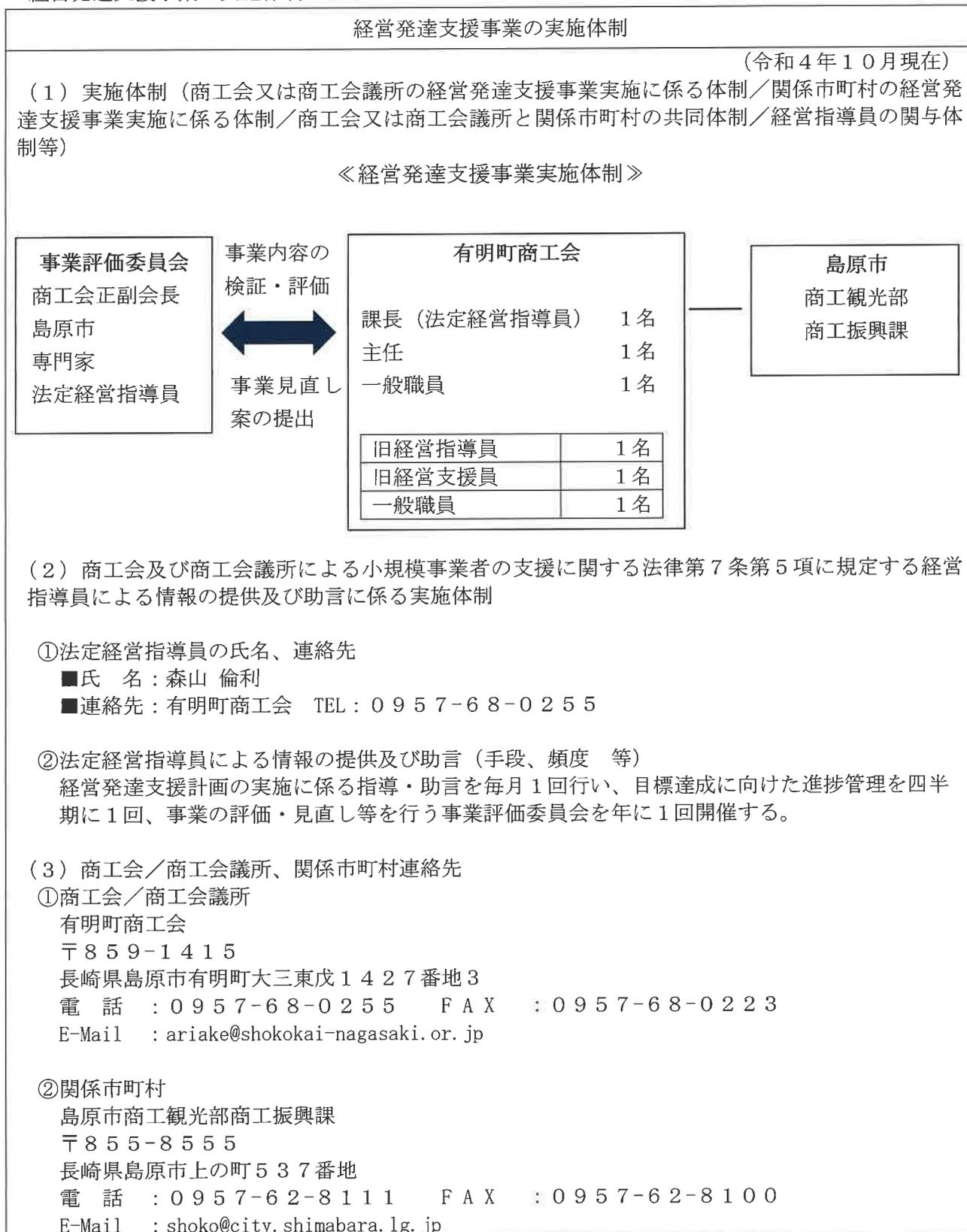
一般職員を含めた全職員が、小規模事業者への専門家派遣に同行し、専門的な知識と高い支援能力を学ぶ。

⑤データベース化

支援内容の情報共有を図るために、支援先の詳細内容を全職員が閲覧可能な共有フォルダ内で管理する。

(別表 2)

経営発達支援事業の実施体制



(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 5年度	令和 6年度	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度
必要な資金の額	3,200	3,200	3,200	3,200	3,200
1. 調査・分析事業費	600	600	600	600	600
2. 事業計画策定支援事業費	200	200	200	200	200
3. 事業計画策定後の実施支援事業費	200	200	200	200	200
4. 新たな需要開拓事業費	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000
5. 事業の評価・見直し	100	100	100	100	100
6. 商工会職員の資質向上対策費	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
会費、手数料収入、国補助金、県補助金、市補助金、全国連補助金、事業受託費 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。

(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 並びに法人にあっては、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