

経営発達支援計画の概要

実施者名	松浦商工会議所（法人番号 3 3 1 0 0 0 5 0 0 6 4 2 1 ） 松浦市（地方公共団体コード 4 2 2 0 8 8）
実施期間	令和 7 年 4 月 1 日～1 2 年 3 月 3 1 日
目標	経営発達支援事業の目標 【目標①】小規模事業者自らが自己企業を分析し、中長期計画に基づく経営のサイクルを実現 【目標②】デジタル化、D Xに取り組む企業数を増加する。 【目標③】新たな特産品開発づくりを強化するとともに、域外への多様な販売ルートを活用した経営の実現（製品強化と販売力の強化） 【目標④】起業準備者の掘り起こしとスムーズな創業を支援。社会変化に合わせた企業の変革を推進。 【目標⑤】指導員のみならず全職員の対話と傾聴のスキルを高めるとともに、個社の経営課題の整理を迅速に実施する。支援機関と共同で課題解決につなげる。
事業内容	3. 地域の経済動向調査に関すること ①各種統計資料等の情報収集 ②景気動向分析 ③各種団体（漁協・農協・観光協会等）からの情報収集 4. 需要動向調査に関すること ①宿泊施設アンケート調査 ②飲食店アンケート調査 5. 経営状況の分析に関すること ①セミナーの開催 ②経営分析事業の実施 6. 事業計画策定支援に関すること ①D X推進セミナーの開催 ②事業計画策定セミナーの開催 ③創業塾の開催 ④コンサルティング事業の実施による事業計画の策定 7. 事業計画策定後の実施支援に関すること 事業実施完了までを支援する。 定期的な進捗管理を通じて、計画が順調に進んでいるかを確認し、必要に応じて修正を加えることで、計画の成功に貢献する。 8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること ①松浦市産品戦略商談会等への出展支援（B t o B） ②ふるさと納税返礼品への出品事業者支援（B t o C） ③S N S、H Pによる販路開拓支援事業参加者
連絡先	□松浦商工会議所 中小企業相談所 〒 8 5 9 - 4 5 0 1 長崎県松浦市志佐町浦免 1 8 0 7 番地 T E L ; 0 9 5 6 - 7 2 - 2 1 5 1 F A X ; 0 9 5 6 - 7 2 - 0 1 9 9 e-mail : mcci@e-matsuura.jp □松浦市産業振興課 〒 8 5 9 - 4 5 9 8 長崎県松浦市志佐町里免 3 6 5 番地 T E L : 0 9 5 6 - 7 2 - 1 1 1 1 F A X : 0 9 5 6 - 7 2 - 2 2 9 2 e-mail : sangyou@city.matsuura.lg.jp

経営発達支援事業の目標

1. 目標

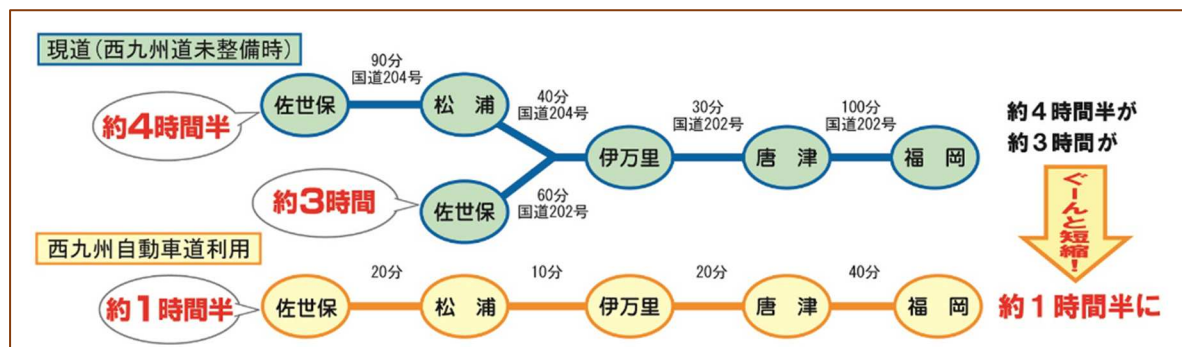
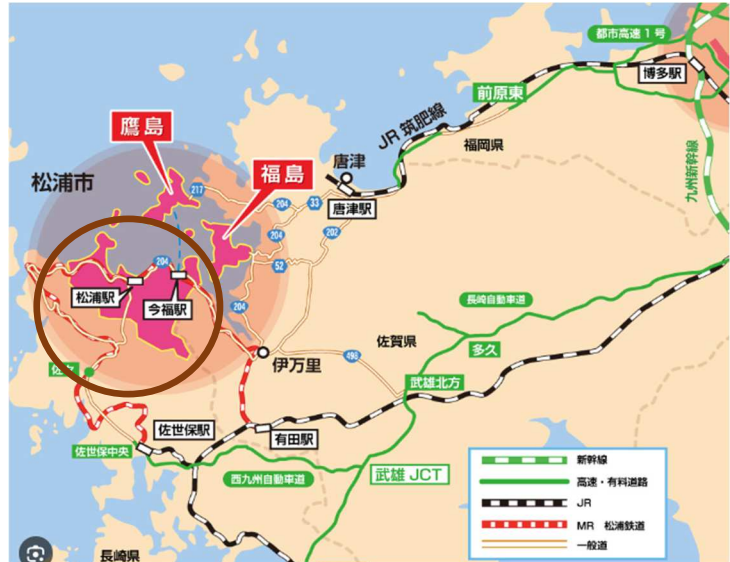
(1) 地域の現状及び課題

①現状

松浦商工会議所が管轄する地域は、2006年1月1日に福島町・鷹島町と合併（新設合併）した。現在の松浦市の行政区域は松浦エリア、鷹島エリア、福島エリアであり、当所が管轄する地域は右図で示した松浦エリア（丸囲み）である。

この松浦エリアは、市の中心部としての商業集積を有する「志佐町」、水産業・ぶどうの生産地である「星鹿町」、商業とメロン・ぶどうの生産地である「御厨町」、水産基地と工業の町である「調川町」、松浦党の歴史が多く福岡からの玄関口である「今福町」に分かれており、各町が独自商業集積地として発展し現在に至っている。

また、現在においては西九州自動車の延伸が進んできており、将来的には福岡市と松浦市間の車両による移動時間（時速80km）が2時間50分から1時間10分へと大幅に短縮される。一方、公共交通機関は電車（松浦鉄道）もしくは高速バスがあるが、利用者数が少ないこともあり、便数も少ないうえ、要する時間も最短で2時間40分超である。



産業面では、近年松浦市が「アジフライの聖地宣言」を行ったことで、NHKや民放各局による全国ネットの報道特集が組まれ、アジフライがおいしい街、水産業の街として広く認知されるようになり、多くのお客様が訪れるようになった。市をあげてアジフライを集客素材として、流入人口増加に力を入れている。

その他、地元の地域ブランドの強化も進み、先に挙げた「松浦アジフライ」のほか、古くから縫製業が盛んであったことを背景にファクトリーブランドとして「WESTORY」が誕生した。水産面では漁業の島である星鹿町青島の水産加工品を統一ブランドとして売り込むための「一般社団法人青島まる」が設立され、活動を続けている。

将来的な新たな地域の魅力として注目されているのは、2012年に国指定史跡となった日本初の海底遺跡「鷹島神崎遺跡」だ。元寇の軍船や遺物が発見された松浦市鷹島町神崎免の沖合い海域で、海底に沈んでいた碇を引き上げるなど、調査研究が進められている。このような価値ある歴史素材を強く活用するため、当所が中心母体として「松浦市歴史観光推進協議会」を発足し、「元寇」の歴史的価値観を、国が推進する「文化観光」の資源として選定し、地域活性化につなげようと、活動を活発化させている。

メディアで話題の

長崎県松浦市

アジフライの聖地

2019年アジフライの聖地宣言

2020年アジフライの聖地商標登録

松浦市は、
「アジフライの聖地」

であることを正式に宣言します！



■当所管内における人口及び世帯数の推移（出典：松浦市）

		1993年 (H5)	2003年 (H15)	2013年 (H25)	2023年 (R5)	2013年対 比 (%)
志佐町	人口	8,601	8,182	7,705	7,064	91.68
	世帯数	2,898	3,048	3,204	3,282	102.43
御厨町	人口	5,581	5,236	4,519	3,777	83.58
	世帯数	1,719	1,809	1,843	1,768	95.93
今福町	人口	4,050	3,619	2,959	2,497	84.39
	世帯数	1,375	1,366	1,300	1,217	93.62
調川町	人口	3,093	2,795	2,373	2,020	85.12
	世帯数	1,043	1,048	1,042	1,071	102.78
星鹿町	人口	2,792	2,396	1,970	1,570	79.70
	世帯数	772	783	808	774	95.79
合 計	人口	24,117	22,228	19,526	16,928	86.69
	世帯数	7,807	8,054	8,197	8,112	98.96

- ・高校卒業とともに市外への進学、就職が非常に多い。
- ・中心地である志佐町の減少率に比べ、その他4町の減少率が激しい。
- ・人口減少率に比べ世帯減少率は緩やかとなっており、若者世帯が実家を離れ、中心部の志佐町に住居を構える動きが活発化（高齢者のみ世帯の増加）
- ※20年間で1世帯4人家族から2人家族となっている。
- ※大きな原因は、核家族文化の浸透と学校教育における小規模学校の敬遠。
- ※志佐町以外の街における医療インフラ、行政インフラサービスの減退。

■ 高齢化率の推移 （出典：平成 27 年国勢調査、松浦市）

2013年（H25）				2023年（R5）			
	総人口	65歳以上	高齢化率（%）		総人口	65歳以上	高齢化率（%）
志佐町	7,705	1,965	25.50		7,064	2,220	31.43
御厨町	4,519	1,369	30.29		3,777	1,503	39.79
今福町	2,959	993	33.56		2,497	1,069	42.81
調川町	2,373	691	29.12		2,020	780	38.61
星鹿町	1,970	716	36.35		1,570	744	47.39
合 計	19,526	5,734	29.37		16,928	6,316	37.31

松浦エリアの高齢化率は、平成 25 年から令和 5 年にかけて 8 ポイント上昇した。しかし、市の中心部である志佐町に注目すると、高齢化率の上昇は 6 ポイントにとどまり、他の地域と比較してやや緩やかな傾向が見られます。現在の高齢化率も、松浦市全体と比べて約 6 ポイント低い水準である。この背景には、志佐町への若者世帯の転入が増加していることが考えられる。世帯数の推移をみても、志佐町の世帯数は増加している。このことから志佐町においては高齢化率の上昇を抑制していると考えられる。

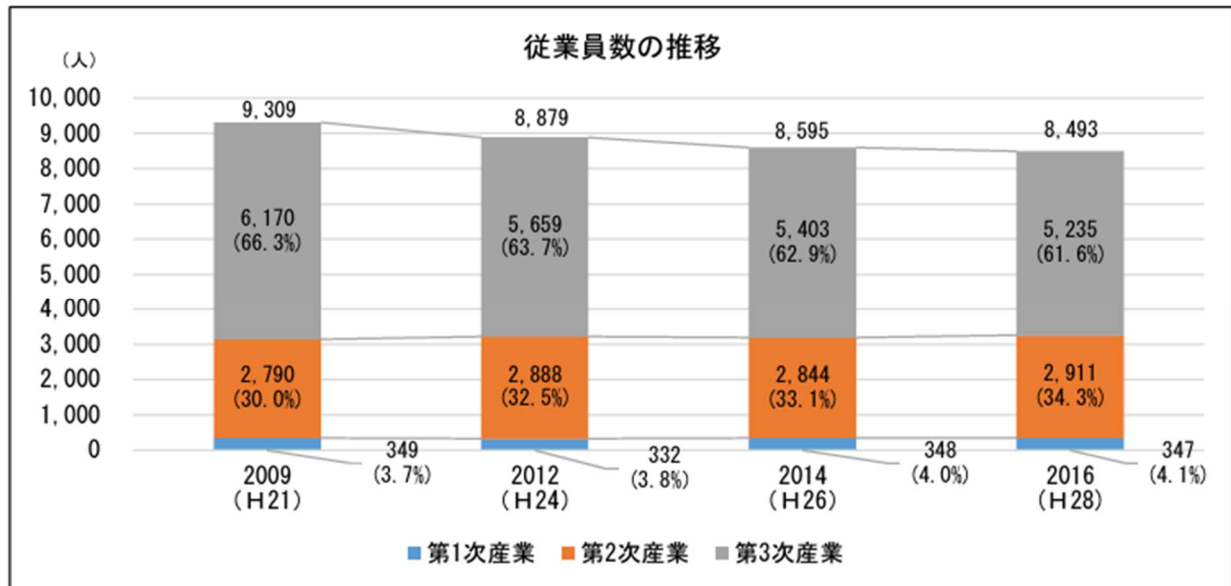
■ 商工業者の年齢構成（当所会員データより。但し、出先機関除く）

※代表者の年齢構成

業 種	総数	40歳未満	40代	50代	60代	70代	80代	90代
建設業	115	9	17	25	28	31	4	1
製造業	68	5	12	18	21	10	2	0
卸・小売業	104	4	9	24	32	26	6	3
宿泊飲食業	62	0	12	8	15	23	4	0
サービス業	142	4	27	34	32	38	7	0
その他	27	0	5	5	8	8	1	0
合 計	518	22	82	114	136	136	24	4
シェア率	100%	4%	16%	22%	26%	26%	5%	1%

- ・当商工会議所地区の商工業者は、経営者の高齢化が進展しており 60 代以上の経営者は全体の約 6 割を占めている。特に 70 代以上の経営者は 3 割を占めており、その多くが後継者がいない状態である。数年後に廃業を考えている事業者も多く、今後、地域の商業機能の低下が危惧される。
- ・地域活力の維持・発展を図る上にも、当所として創業支援の強化及び円滑な事業承継に向けた取組が必要不可欠である。

■産業分類別従業者数



本市の2016年（平成28年）の全産業（民営）の従業者数は、8,493人となっており、構成比率としては、第1次産業が347人で4.1%、第2次産業が2,911人で34.3%、第3次産業が5,235人で61.6%となっています。なお、産業分類別（大分類）では、「製造業」が23.4%で最も多く、「卸売業、小売業」が17.4%、「医療、福祉」が16.3%で続いています。また、本市の平成28年の全産業（民営）の従業者数は、平成21年から816人（8.8%）減少しています。

■松浦市の産業別総生産額の推移

	総生産（百万円）				
	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度
(1) 農業	1,940	1,725	1,822	1,691	1,634
(2) 林業	60	59	59	52	65
(3) 水産業	2,086	2,147	654	393	1,275
(4) 鉱業	136	115	96	78	58
(5) 製造業	17,076	13,656	14,249	17,164	17,373
(6) 電気・ガス・水道・廃棄物処理業	10,892	12,037	12,524	12,215	15,684
(7) 建設業	8,032	8,848	8,297	12,429	11,402
(8) 卸売・小売業	5,385	5,341	5,187	4,817	5,111
(9) 運輸・郵便業	4,955	4,667	4,562	4,175	3,469
(10) 宿泊・飲食サービス業	1,646	1,649	1,565	781	751
(11) 情報通信業	23	35	44	54	66
(12) 金融・保険業	1,120	1,163	1,190	1,085	1,348
(13) 不動産業	7,404	7,131	7,198	7,193	7,174
(14) 専門・科学技術・業務支援サービス業	2,668	2,967	3,317	3,585	3,934
(15) 公務	4,753	4,824	4,561	4,425	4,346
(16) 教育	3,830	3,928	3,896	3,833	3,778
(17) 保健衛生・社会事業	7,333	7,183	7,148	7,598	7,728
(18) その他のサービス	1,986	2,034	2,139	1,981	2,066
小計	81,325	79,510	78,511	83,547	87,260
輸入品に課される税・関税等	458	465	314	177	854
総額	81,783	79,975	78,825	83,724	88,114

（出典）長崎県「市町民経済計算」

本市の主な産業は（5）製造業、（6）電気・ガス・水道・廃棄物処理、（7）建設業などの公共インフラや生活インフラに密接な産業が中心。これは本市には松浦火力発電所を有しているためだといえる。

■主な地域資源

□水産業に関しては、西日本の中での有数な水産基地（松浦魚市場）を有しており、アジ、サバ、トラフグに関しては全国1、2位の水揚げ高を誇る。

【観光資源：ハープ鯖、旬あじ、旬さば、養殖トラフグ】

□農業面では、古くから肥沃な土地を活かした果物栽培が盛んで特に御厨地区、星鹿地区におけるメロンやブドウは高い評価を受け全国へ発送している。

【観光資源：御厨ぶどう、アールスメロン、キンショメロン】

□加工品や工業製品面では、前述のとおり松浦のアジフライや地元菓子店が独自ブランドとして販売を始めた「松浦のおさんじ」、その他水産加工品やスラックス企業による「WESTORY」がある。

【観光資源：アジフライ、松浦のおさんじ、旬サバ缶詰、青島かまぼこ、WESTORY】

□松浦市は、古くから海運業で栄え、独自の文化を育み、歴史ある建造物や文化遺産が数多く残っており、歴史探訪を楽しむことができる。特に松浦党発祥の地としても知られており、日本初の水中遺跡として文部科学省によって国の史跡に指定された鷹島神崎遺跡（元寇により松浦党と元軍が戦い、元軍船が水中にて発見）が注目を集めている。

【観光資源：松浦党、鷹島神崎遺跡、風光明媚な海岸線道路】

【松浦市産品戦略推進事業】～松浦の極み～

松浦市の産品をブランド化し販売経路の拡大を効果的に推進することを目指し、特に消費者や流通関係者から評価の高い12品目を厳選し、地域ブランド「松浦の極み」として認定。

1	松浦アールスメロン	7	いりこ
2	松浦キンショメロン	8	アジフライ
3	御厨ぶどう	9	松浦のおさんじ
4	アジ	10	旬さば缶詰
5	サバ	11	青島かまぼこ
6	トラフグ	12	石工品



■松浦市の観光客数等の推移（出典：長崎県観光統計）

○令和5年 観光客の動向について

（単位：千円）

	平成30年度	令和5年度	増減率
観光客数（人）	871,882	1,156,764	33%
日帰り客数	783,997	1,115,779	42%
宿泊客数	87,885	40,985	△53%
観光消費額（千円）	9,638,925	13,391,567	39%
日帰客消費額	6,928,966	11,235,894	62%
宿泊客消費額	2,709,959	2,155,673	△20%

（出典）長崎県観光統計

平成29年までは観光客数が60万人前後で推移していた松浦市は、平成30年度から「アジフライの聖地」を掲げ、市内飲食店が連携して「アジフライ」を提供するなど、市外向けのプロモーション活動を展開してきた。この結果、アジフライを求めて多くの観光客が来市し、観光客数は大きく伸びました。さらに、平成31年の西九州自動車道の延伸により、松浦市へのアクセスが大幅に向上したことも、観光客増加の一因となった。

しかし、現状では日帰りの観光客が大半を占め、宿泊客の増加には至っていない。

②松浦市の課題

②－１ 松浦市全体の課題

【松浦商工会議所が捉える課題】

○市外へ消費の流出

松浦市は長崎県の最北部に位置し、近隣には佐世保市（車で４０分）、伊万里市（車で３０分）があり、若年者を中心に人口流出、消費の市外流出が激しい状況にある。

また、九州最大の都市である福岡市へは西九州自動車道の延伸が進み、車での移動時間が約１時間５０分程度と短縮されたため近年では、休日を中心に若者の移動が増えてきている

○商店街内の店舗の交代が進まない

旧松浦市には各５町にそれぞれの商店街が存在していたが、現在では市の中心部である志佐町のみが商店街機能を有する組織として残った。商店街における店舗は住居一体型店舗が多く、廃業後には店舗機能を持たず、一般住宅へと変化しているため、商店街内店舗の入れ替えが進む状況にはない。

よって、当地においては閉店された店舗を活用することが困難な状況である。

○事業承継が出来ない事業者が多い

小規模事業者の多くは、長く続いた景気の低迷により低い収益の中で事業を継続されている。

この収益の低さを要因に、自分の代で廃業する考えの方が多い。このことで、事業者の子供の多くは市内外企業へ就職させることが現事業主の大きな目的となってしまう。

よって、個人事業主の高齢化が進み、後継者不在のまま廃業する事業所が多い。

○観光消費額獲得が不十分

アジフライの聖地宣言により、多くの方がアジフライを求めて来訪される動きとなったが、来訪者の行動は昼食でアジフライを食する行動のみで松浦を離れる方も多く、その他の消費に十分にはつながっていない状況といえる。

宿泊者数等は非常に多いが、その多くは観光目的ではなく、ビジネス客（発電所のメンテナンス関係者、西九州自動車道延伸工事関係者）である。

○ＩＴツールの活用力が低い（ＤＸ速度も低速）

国においてＩＴ導入補助金が３大補助金として紹介される中、当地域においては、積極的な広報活動にもかかわらず活用されるケースがまれである。原因はＩＴツールを利用せずとも、ビジネスが回転していることによる「必要性の認識が弱い点」「ＩＴ人材が不在である点」があげられる。加えて、ＩＴ導入支援事業者（ベンダー含む）が存在せず、ＩＴ導入補助金を活用したベンダーによる営業活動がなされないことも大きな原因と考えられる。

○小規模事業者の商圈が狭い

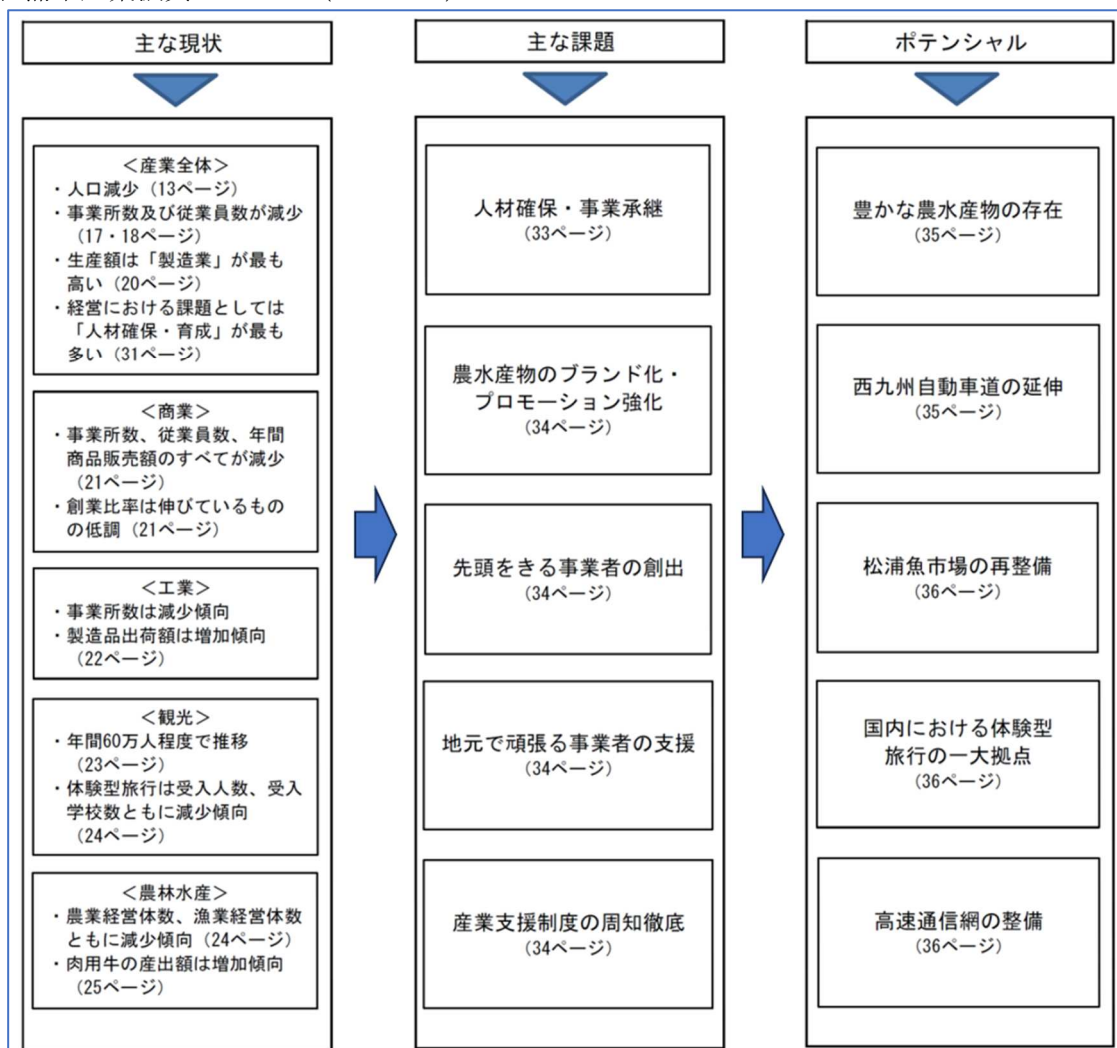
現在の特に小規模事業者のビジネスモデルは、市内を中心とした小さな商圈の中での営業が中心。このような企業は、売り上げが年々減少しているケースが多い。一方、売り上げ増加に成功しているケースでは、競争力が高い製品やサービスを有しており、加えてＳＮＳ等を活用したプロモーション活動も活発である。

【松浦市が捉える課題】

1) 第2期「松浦市まち・ひと・しごと創生総合戦略」

まち・ひと・しごと創生基本方針2019の概要（最新版）	
基本目標	主要な取組み
1. 地方にしごとをつくり、安心して働けるようにする	・「地域人材支援戦略パッケージ」等による人材の地域展開 ・新たなビジネスモデルの構築等による地域経済の発展 ・「海外から稼ぐ」地方創生 ・地方創生を担う組織との協働 ・高等学校、大学等における人材育成
2. 地方への新しいひとの流れをつくる	・地方への企業の本社機能移転の強化 ・企業版ふるさと納税の活用促進による民間資金の地方還流 ・政府関係機関の地方移転 ・「関係人口」の創出、拡大 ・地方公共団体への民間人材派遣 ・地方の暮らしの情報発信の強化
3. 若い世代の結婚・出産・子育ての希望をかなえる	・個々人の希望をかなえる少子化対策 ・女性、高齢者、障害者、外国人等が共生するまちづくり
4. 時代に合った地域をつくり、安心な暮らしを守るとともに、地域と地域を連携する	・交流を支え、生み出す地域づくり ・マネジメントによる高付加価値化 ・Society 5.0の実現に向けた技術の活用 ・スポーツ、健康まちづくりの推進

2) 松浦市産業振興ビジョン（R2. 4）



②-2 小規模事業者の課題

前述の当所及び松浦市が捉える課題について、S W O T 分析にて整理

■当地のS W O T 分析

強み
□新鮮な海の幸： アジの水揚げ日本有数の地として知られ、「アジフライの聖地」を宣言。 □ツーリングやドライブスポットとして人気の道で、美しい自然を楽しめる。 □地震や津波の影響が受けにくい地域である。 □エネルギーのまち⇒石炭火力発電所があり、地域経済の大きな支え。 □観光業の振興⇒自然や歴史、食など、様々な魅力を活かした観光客誘致を進めている。 □松浦商工会議所がI T導入支援に積極的 □松浦魚市場の再整備⇒水産業の振興につながることを期待。 □九州電力松浦発電所2号機完成⇒エネルギー供給の安定化に貢献。 □海底遺跡⇒鷹島神崎遺跡は、歴史的な価値の高い遺跡として注目。今後の観光アイテムとして活用できる期待。
弱み
□石炭産業の衰退などを背景に、人口が減少の一途を辿っている。 □出生率の低下と高齢化が進み、生産年齢人口が減少している。 □教育や就職の機会を求めて、若年層が市外へ流出しています。 □新規産業の育成が遅れており、産業の多様化が進んでいない。 □一次産品を活かした加工品の製造が非常に少ない（お土産品等の種類が少ない） □公共交通機関の便が非常に悪く、車を持っていないと移動が不便な地域。 □アジフライを食した後の観光周遊が少ない。 □豊富な観光資源を持っているにも関わらず、それらが十分に周知されていない状況。 □小規模事業者における商圏が狭く、外貨獲得に成功している企業が少ない □企業のデジタル化、D Xが進んでいない
機会
□西九州自動車道の延伸により、流入人口増加が期待できる。 □松浦市再生可能エネルギー導入推進計画に基づく新たな産業創出 □九州電力松浦発電所2号機完成によりエネルギー供給の安定化と関連産業売上高増。 □地元松浦高校による「松なびプロジェクト」の活発化 ※「松なび」とは、松浦高等学校で行われている、地域課題解決型学習のプロジェクト。生徒が3年間かけて、地域の課題を深く掘り下げ、その解決策を考え、発表する活動を通して、地域への理解を深め、自ら考え行動する力を養うことを目指す。
脅威
□西九州自動車道の延伸により、消費流出が懸念される。 □生産年齢人口の減少により、産業の担い手が不足し、生産性が低下する可能性がある。 □人口減少に伴い、地域経済の規模が縮小し、消費が低迷する可能性がある。 □大企業のような豊富な採用予算やブランド力がなく人材確保が困難（九州内における賃金格差が拡大） □ネット販売を中心とした海外の低価格製品との競争が激化し、地域産業への打撃が増大していく可能性がある。 □グローバルなサプライチェーンの不安定化により、原材料の調達や製品の輸出入が困難になる可能性がある。 □B C Pや事業継続力強化計画への意識が低く、自然災害等により、経済活動が停滞する可能性がある。 □I T技術の活用が進んでいない企業は、若年層が離れ、人材確保がさらに困難。

上記の分析をもとに、小規模事業者に強く当てはまる部分を朱書きし、以下のようにまとめる

【SWOT分析から見る当地の小規模事業者における課題設定と方向性】

松浦市は、現在「アジフライコンテンツ」を核に流入人口が増えつつある。加えて西九州自動車道の延伸が進んでおり、観光分野でのビジネスチャンスは大いに期待できる。

一方、当市における流入人口への消費増加策はアジフライに次ぐコンテンツが育成中であり、その他の消費（地元菓子店での購入、観光宿泊）に大きくつながっているとは言えない。よって、今後のお土産品の開発強化や宿泊者数増強企画を実施し消費単価を高めることが必要と考える。

加えて、域外への販路を開拓する事業者が少なく、縮小していく商圈の中での営業にとどまっており、人口減少とともに売上額の減少も予測される。よって、今後は内需のみに頼るだけでなく商圈を広げた外貨獲得をできる販売力がある企業を育成することが重要であり、ネット通販や域外企業との取引拡大を見据えた対策が必要である。

また、賃金等の待遇やブランド力の格差を埋めるべく対策として生産性向上による処遇改善を図る取り組みや教育機関との連携による「地元企業の正確な理解促進・楽しさ・利点」を積極的に伝えていくことも重要といえる。

このような課題を総合的に解決していくため、現在の経営スタイルや組織文化を抜本的に見直し「ITツール活用」「生成AI活用」「DX化」につなげていくことが重要ととらえ、当所による強力な支援体制の構築をすべきと認識している。

（２）小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

① 10年程度の期間を見据えて（長期ビジョン）

事業所数や人口の減少が今後も見込まれる状況ではあるが、地区内産業の現状と課題を踏まえ、今後10年程度の当商工会議所における小規模事業者に対する長期的な振興のあり方として以下を定め、これを実現するため小規模事業者支援を実施する。

i) 小規模事業者が経営しやすい経営基盤・経済環境づくり

小規模事業者が経営しやすい経営基盤・経済環境づくりに貢献していくため、経営指導員等のスキル向上を図り、経営力再構築伴走支援によって、積極的に小規模事業者と関わっていく支援体制を構築する。また、支援機関との連携をより強固にし、小規模事業者支援チームを作り、課題解決に取り組む。

加えて、当所が従来より注力しているやさしいデジタル化やDXをより一層推し進め、小規模事業者の課題である、「バックオフィス業務の効率化」「企業の財務状況の可視化」を実現し、「考える経営」をできる体制を構築していく。

ii) 地域・観光資源を活用した新たな外貨獲得手段の構築

地域資源を活用した新たな特産品等の開発において、意欲ある小規模事業者に対して積極的に支援し、経営基盤の強化を図ると同時に、地域の振興においても積極的に取り組み、地域経済活性化を積極的に図る。また、世界の誇れる歴史遺産（松浦党、鷹島神崎海底遺跡）を活用した経済浮揚策に取り組む。加えて、西九州自動車道の延伸を見据え、福岡からの流入人口増加を目指す。

iii) 減り続ける小規模事業者数の維持

廃業による小規模事業者の減少を抑制するとともに、創業者創出に注力する。また、時代の変化に合わせた第2創業（多角化経営）支援を強化する。併せて、事業承継支援も強化する。

1. 基本理念

育つ、つながる、根をおろす

2. 将来像

- (1) 学び育てるまち
- (2) 誇れるまち
- (3) 仕事をつくるまち
- (4) 未来へ続くまち
- (5) 安心、幸せのまち
- (6) 皆でチャレンジするまち

(3) 仕事をつくるまち

◆日本や世界を支える産業が生まれ、育つ環境を目指します

◆皆が松浦の産業を理解できることを目指します



労働力確保、規模拡大や多角化、企業間や研究機関、教育機関との連携などにより特色ある松浦の産業を活性化し、日本、世界を支える松浦を目指します。

また、U I J ターン者を呼び込むための、I o Tを活用した次世代の仕事の創出や、農林水産業の後継者を増やすための稼げる一次産業づくりなど、新しい産業の構築も目指します。加えて、これらの産業が地域に暮らす住民とつながり意識、情報を共有することで、「松浦の産業」として根付くまちを目指します。

【構成する施策】

1次、2次、3次産業振興（産業強化、新産業創出、企業間等連携、収益性向上、人材育成、後継者対策）

【松浦市産業振興ビジョンとの連動性・整合性】

【将来像の実現に向けた産業振興の基本方針及び推進施策】

「挑戦する人と共にイノベーションを起こし、多彩な産業が生まれ育つまち」



【松浦市の産業振興に向けた重点プロジェクト】

	推進施策
1. まつうらの未来を支える産業の成長促進	(1) 産業支援体制の強化及び支援制度の周知・充実 (2) 事業継続の支援
2. まつうらの地域資源を生かした産業とまちの活性化	(1) 地域ブランド力の強化及び農水産物の付加価値向上支援 (2) 木育の推進によるまちの活性化 (3) アジフライを契機とした周遊観光の確立 (4) 体験型旅行の受入強化
3. まつうらを元気づける新たな産業の創出	(1) 創業支援の強化 (2) 企業誘致の推進 (3) 産学官及び事業者間の連携体制の強化
4. まつうらの未来を担う人材の確保と育成	(1) 就職マッチング及び外国人技能実習生の支援 (2) 後継者の経営力アップ及び事業承継の支援

松浦商工会議所としては、上記重点プロジェクトの中でも線（太字）で示した推進施策について今後１０年を見据えて推進していく。

また、本所は、松浦市産業振興ビジョンの推進に係る各種委員会等のメンバーとして参画しており、市と連携を図りながら当地区の商工業振興に反映させており目指すべき方向性は一致している。

③松浦商工会議所としての長期的な振興の目標（１０年）

地域の経済団体のリーダーとしての役割を果たすべく、下記のテーマに基づき当所の経営発達支援事業に取り組む。

１）きめ細かな経営支援の実現

- ・国、県、市の行政による支援策の利用率を高める為、情報発信力の強化、活用支援体制の強化を図る。
 - ・各種支援機関との連携体制をより強固にし、「支援チーム」として課題解決を行う
 - ・デジタル化（ＤＸ）を促進し、人手不足対策と攻める経営、分析経営の実現を目指す
- 【想定ターゲット：小規模事業者全般】

２）外貨獲得のための施策の強化

- ・お土産品開発をすすめる
 - ・ネット販売技術の強化（ＥＣ、ＳＮＳ）、全国のバイヤーとの取引強化
- 【想定ターゲット：食品製造業者（菓子店、飲食店）、ネット販売や集客を目指す店舗】

３）創業及び事業再構築、経営革新等の支援強化

- ・平成２６年度より市とその他創業連携支援を行っている機関と密接な関係を強固にし、松浦市創業支援事業をさらに活発化する（創業塾、ビジネスプランコンテスト）
 - ・創業者のための環境整備（空き店舗紹介、創業補助金活用支援など）
- 【想定ターゲット：起業準備者、起業予定者、第２創業予定者】

４）円滑な事業承継支援

- ・事業承継引き継ぎ支援センター及び地元銀行、日本政策金融公庫との連携による事業承継に関する意識や意欲を高める事業の推進（広報活動、集合セミナー、専門家相談会、対面相談強化）

（３）経営発達支援事業の目標

【目標①】小規模事業者自らが自己企業を分析し、中長期計画に基づく経営のサイクルを実現

【目標②】デジタル化、ＤＸに取り組む企業数を増加する。

【目標③】新たな特産品開発づくりを強化するとともに、域外への多様な販売ルートを活用した経営の実現（製品強化と販売力の強化）

【目標④】起業準備者の掘り起こしとスムーズな創業を支援。社会変化に合わせた企業の変革を推進。

【目標⑤】指導員のみならず全職員の対話と傾聴のスキルを高めるとともに、個社の経営課題の整理を迅速に実施する。支援機関と共同で課題解決につなげる。

経営発達支援事業の内容及び実施期間

2. 経営発達支援事業の実施期間、目標の達成方針

(1) 経営発達支援事業の実施期間（令和7年4月1日～12年3月31日）

(2) 目標の達成に向けた方針

①小規模事業者自らが自己企業を分析し、中長期計画に基づく経営のサイクルを実現

激変する環境変化に対応し、業務改善を図っていく上で、財務データ等から見える表面的な経営課題だけでなく、事業者との対話と傾聴を通じて経営の本質的な課題を事業者自らが認識する事に重点を置き、本質的課題を反映させた事業計画策定の支援を行う。

又、将来的な自走化を目指し、多様な課題解決ツールの活用提案を行いながら、事業者が深い納得感と当事者意識を持ち、自らが事業計画を実行していく為の支援を行う。

②デジタル化、DXに取り組む企業数を増加する。

デジタル分野を細分化した専門家とのチーム（SNS専門家、生成AI専門家、IT導入補助金専門家など）を組むことにより、多種多様なデジタル化課題への支援を強化する。

③新たな特産品開発づくりを強化するとともに、域外への多様な販売ルートを活用した経営の実現（製品強化と販売力の強化）

松浦の極み認定品をメインに、より魅力ある地域特産品・サービスの開発を支援する。（食の専門家の招へい、取引商談会への参画支援、市補助金の活用支援）

また、IT技術を利用した販売チャネルの開拓やプロモーションの強化を支援し、域外需要を呼び込める魅力あふれる地域づくりに貢献する。

④起業準備者の掘り起こしとスムーズな創業を支援。社会変化に合わせた企業の変革を推進。

当地域における創業希望者数を高め、新規創業のみならず既存事業者との円滑な事業承継を支援する。また、目まぐるしく変化する社会情勢に応じた事業者の変革を促していくために、将来を見据えた企業の勉強の場を提供し経営革新に取り組む事業者を増やしていくことを実現する。

⑤指導員のみならず全職員の対話と傾聴のスキルを高めるとともに、個社の経営課題の整理を迅速に実施し、他の支援機関と共同で課題解決につなげる。

小規模事業者との対話と傾聴を通じて、個々の課題を設定した上で、地域経済を支える小規模事業者の力を引き出し、地域全体での持続的発展の取組みへ繋げる。人口減少社会において地域経済の維持、持続的発展に取り組む上で、地域を支える個々の小規模事業者への経営課題の設定から課題解決の伴走において、経営者や従業員との対話を通じて潜在力を引き出すことにより、個社に留まらず地域全体で課題に向き合い、自己変革していく機運を醸成する。

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】

当所だけでなく、松浦市においても定期的な経済動向に関する調査は行っていない。

必要な統計データに関しては、国や県の様々なデータを活用しているが、データの収集能力、分析能力が無いため表面的なデータのための活用にとどまっている。

【課題】

国・県等の各種ビッグデータに関して収集スキル（活用できる統計データの種類の把握や提供サイトでの利用方法）を高めるとともに分析能力を高める必要がある。

また、リアルタイムでの状況を把握し、定期的な各種経済動向調査を実施していく必要がある

(2) 目標

	公表方法	現行	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11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景況動向分析の公表回数	HP掲載	—	1回	1回	1回	1回	1回

(3) 事業内容

①各種統計資料等の情報収集

- ・長崎県及び松浦市の統計調査より経済動向を調査・分析することで地域住民の詳細な消費動向等を把握する。それにより、より現状に即した効果的な事業計画（販売戦略等）を作成する事ができ、小規模事業者の売上増加・収益確保・所得向上を図る。
- ・小規模事業者の事業計画策定の際、具体性を持たせる為に、金融機関等が実施し公表している各種統計調査の結果を、小規模事業者へ巡回・窓口相談、当所ホームページで広く情報提供する。
※具体的には、日本政策金融公庫が発行している、全国中小企業動向調査、全国中小企業月次動向調査、中小企業景況調査、生活衛生だより等を得た情報を、資金繰り計画や事業計画に活用する。
- ・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、効率的な経済活性化を目指すため、経営指導員等が「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。
- ・収集スキルを高めるためにビッグデータの種類やサービスの把握をするとともに、活用方法及び分析方法の研修を実施する。

【分析方法】

- ・「地域経済循環マップ・生産分析等」→何で稼いでいるか等を分析
- ・「消費マップ・消費の傾向等」→生産地と消費地、消費地別シェア等
- ・「まちづくりマップ・From - to分析」→人の動き等を分析
⇒上記を総合的に分析し、小規模事業者の事業計画策定支援に反映する。

②景気動向分析

- ・景気調査等の経済動向や地域情報の把握及び小規模事業者への情報提供
観光施設入館者、観光目的宿泊者、アジフライを求めてこられた観光客を対象とした客数や具体的目的を調査し、消費動向や今後の見通しを分析し小規模事業者への情報提供を行う。
※消費動向に関しては後掲4. 需要動向調査にて実施する。
- ・必要に応じて管内の景気動向等についてより詳細な実態を把握する為、全国商工会連合会が行う「小規模企業景気動向調査」に独自の調査項目を追加し、管内小規模事業者の景気動向等について、年1回調査・分析を行う。

- 【調査手法】 調査票を配布し、FAXや職員の巡回等で回収する
経営指導員等が回収したデータを整理し、外部専門家と連携し分析を行う。
- 【調査対象】 管内小規模事業者 30社
(製造業、建設業、小売業、飲食業、宿泊業、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

③各種団体（漁協・農協・観光協会等）からの情報収集

- ・地元の漁協・農協などの各種団体へ対する補助金・助成金状況の把握及び観光関連事業に携わるまつうら観光物産協会等と密に連絡・連携を図りながら、新商品開発、販路開拓へ繋げ支援する。

- 【調査手法】 調査票を配布し、FAXや職員の巡回等で回収する
経営指導員等が回収したデータを整理し、外部専門家と連携し分析を行う

- 【調査項目】 補助金・助成金等の申請状況、6次産業化を目指す企業などの情報収集等

(4) 調査結果の活用

- ・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。
- ・当地内消費者の消費動向から分析する経済動向の把握をすることにより、今後の当地小規模事業者の経営状況の伸展、事業所間交流による新商品開発、販路開拓へ繋げる。
- ・売上の拡大、利益の増大を図り、経営基盤の強化・安定化を支援する。
- ・経営指導員等が巡回指導行う際の参考資料とする。

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

当所だけでなく、松浦市においても定期的な経済動向に関する調査は行っていない。
必要な統計データに関しては、国や県の様々なデータを活用しているが、データの収集能力、分析能力が無いため表面的なデータのみの活用にとどまっている。

【課題】

- ・個社の内部情報を活用した商圈分析、各種統計調査や各種情報誌などを活用し分析を行い、商品構成の見直しや販路開拓、サービスの改善につなげる必要がある。
- ・また、創業者や第二創業者は、調査する際の「対象とする顧客層」や「求められる項目」がそれぞれ異なることから、新商品や新サービスの提供にあたり、本当に必要な情報の調査が不足していることが課題となっている。
- ・松浦に来られる方の調査が不十分である（アジフライを食べに来られた方の目的や食した後の行動など、宿泊者の宿泊目的）
- ・「松浦の極み」や「松浦のおさんじ」、その他松浦の魅力全般に関する認知度が不明である。

(2) 目標

	現行	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度	令和 11年度
①宿泊施設アンケート調査	—	2者	2者	2者	2者	2者
②飲食店アンケート調査	—	4者	4者	4者	4者	4者

(3) 事業内容

①宿泊施設アンケート調査

当地域宿泊者の宿泊理由は、ビジネス目的が多いものと推察しているが、現在の観光統計データでは正確な調査結果を得ることが出来ていない。

よって、宿泊客に対して宿泊目的や認知度、宿泊前後における行動予定等をアンケート調査を通じて把握し、新商品や新たなサービスの開発の参考とする。加えて、そのデータを、市の担当部局及びまつうら観光物産協会と共有することで、観光行政や観光施策に生かす。

【調査手法】

市内中心部の代表的なホテル2か所の協力を得て、宿泊者向けに紙によるアンケート調査を実施。
(記入された方には抽選でアジフライオリジナルグッズ賞品を用意し、サンプル数を増やす)

【サンプル数】 宿泊者60通(30通×2施設)。

【調査項目】※特に重要項目

宿泊目的、松浦がアジフライの街であることの認知度、地元菓子のブランド「松浦のおさんじ」の認知度、松浦市における行動予定など

【調査結果の活用】

調査結果は、観光事業等に精通している専門家に分析を依頼するが、本会職員等も協議に加わりながら分析の深化を図る。調査結果は、本会職員が当該宿泊施設のほか観光や物産関連事業者(道の駅、地元菓子店、その他特産品開発業者)に情報提供し、更なるサービスの改善、新たなサービスの開発を図る。

なお、当該調査の分析結果は後掲の「5. 経営状況の分析を行う事業者」及び「6. 事業計画の策定を行う事業者」へ反映させる。

②飲食店アンケート調査

松浦市内の飲食店の入込客の状況では、昼食は地元住民(特に労働者)と外部からアジフライを求めて来訪される方が多い。しかし、夜の居酒屋等では地元住民とビジネス宿泊客が多く、アジフライを求めてこられる観光客は少ないものと推察している。

よって、飲食店利用客に対して市の特産品や施設の認知度、昼食前後における行動予定等をアンケート調査を通じて把握し、新商品や新たなサービスの開発の参考とする。加えて、そのデータを、市の担当部局及びまつうら観光物産協会と共有することで、観光行政や観光施策に生かす。

【調査手法】

昼食にアジフライを提供している店舗を抽出し、アジフライ目的観光客向けに紙によるアンケート調査を実施。(記入された方には抽選でアジフライオリジナルグッズ賞品を用意し、サンプル数を増やす)

【サンプル数】 昼食でアジフライを目的に来られた観光客120通(30通×4施設)。

【調査項目】※特に重要項目

宿泊目的、松浦がアジフライの街であることの認知度、地元菓子の「松浦のおさんじ」ブランドの認知度、松浦市における行動予定など

【調査結果の活用】

調査結果は、観光事業等に精通している専門家に分析を依頼するが、本会職員等も協議に加わりながら分析の深化を図る。調査結果は、本会職員が当該宿泊施設のほか観光や物産関連事業者(道の駅、地元菓子店、その他特産品開発業者)に情報提供し、更なるサービスの改善、新たなサービスの開発を図る。

5. 経営状況の分析に関すること**(1) 現状と課題****【現状】**

現状では、小規模事業者から相談があった事項についてのみに焦点を当て支援を行っている状況が多く、企業全体及び中長期的視点での精緻な分析に基づく支援を行っているとは言い難い。

【課題】

事業者の持続的な発展のためには、定量分析としての「財務分析」、定性分析としての「SWO

T分析」を実施し、その企業の根本的な課題を明確化するとともに、経営陣が真にその課題を理解し、次に進むべく方向性を全社的に理解いただき、経営の本質的課題の把握につなげる。

(2) 目標

	現行	令和 7 年度	令和 8 年度	令和 9 年度	令和 1 0 年度	令和 1 1 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	—	5 者	6 者	6 者	6 者	6 者

(3) 事業内容

①セミナーの開催

【セミナー内容】

- ・分析手法から分析結果の活かし方（分析経営の重要性）を遡及するセミナーを実施し、自己分析の重要性を理解いただく
- ・詳しくない方向けには、帳簿のつけ方やクラウド会計の活用方法、利便性のセミナーも併せて実施

【対象者】

- ・意欲を高めるためのセミナーとして位置付けており、いわゆる「どんぶり勘定」で経営をされている事業者にも広く声をかけるなど多くの参加者を募る

【募集方法】

- ・巡回、窓口相談を通じて参加を促す。
- ・本会ホームページに掲載し、広く地区内事業者等に周知を図る。

【期待する効果】

- ・分析経営へ意欲がある企業の中から下記②につながる事業者が多く生まれることを期待する

②経営分析事業の実施

【対象者】

- ・上記①セミナー受講者の中から意欲的な事業者を7年度は5者、8年度以降は6者選定

【分析内容】

- ・定量分析
直近2期または3期分の貸借対照表や損益計算書等の財務諸表の数字に基づいて、会社の収益性・安全性・生産性・効率性・成長性を分析する。
- ・定性分析
財務諸表によらず、非財務的な内容である事業者の資産や商品、ノウハウ、技術、人的資源など内部環境の分析による強み・弱みの把握と外部環境の把握により、小規模事業者の課題と解決策を明らかにする。分析手法としては3C分析およびSWOT分析などの経営状況分析のフレームワークを活用して実施することとする。

【分析手法】

- ・中小企業診断士協会等の専門家と分析チームを作成
- ・「分析サービス事業」として一事業化し、応募形式で申し込みを受け付け、意欲的な事業者を選定する。
- ・分析結果とともに、企業通信簿を提供
※ローカルベンチマークをもとに客観的指数により評定

(4) 分析結果の活用

分析結果については、担当した経営指導員が対象事業者を巡回してフィードバックし、課題点を共有するとともに、状況に応じて、当所分析チームの中小企業診断士等の専門家と連携するなどして改善支援を行うこととする。

併せて、課題解決に向けた事業計画策定支援につなげて継続支援を実施する。

また、分析結果は、データベース化し、内部共有することで、経営指導員等のスキルアップに活用する。

6. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

これまでは持続化補助金申請等の施策活用を契機とする事業計画の策定が多く、一部の事業者においては、本質的な課題の見極めが十分でなく、事業計画の実行が困難な事業者もある。

フォローアップに関しては、定期的な支援について事業者により頻度や関与度にばらつきがある。また、職員間でフォローアップの内容等が共有できていない。

【課題】

事業者の目先の課題解決に偏重した支援となってしまうことは否めず、経営上の本質的な課題解決に繋がる事業計画となっていない。事業計画策定の意義や重要性の理解が得られるよう、企業全体の中期目標（ビジョン）を定めたうえで各種施策を実施する必要がある。

(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、意識変化にはつながる可能性はあるが、実質的な行動に移る可能性は低いと推察している。よって、セミナー内容を工夫し、多くの事業者が取組意欲を高めるようにする。

○事業計画遂行の際に必要な基礎的なD Xスキル（デジタル化など含む）を身につけていただく取り組みを行う。

○複数回の支援ステップを通じ計画書を完成させる伴奏支援を行う。

（対話と傾聴➡企業分析➡今後の中期計画設定➡具体的な短期目標の設定➡具体的事業計画➡PDCA）

○事業計画策定後は、事業推進に向けた施策を実施（後掲8記載の販路拡大計画やブラッシュアップ事業）

(3) 目標

	現行	令和 7 年度	令和 8 年度	令和 9 年度	令和 10 年度	令和 11 年度
①D Xセミナー開催	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
②事業計画策定セミナー開催	—	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
③創業塾の開催	6 回	6 回	6 回	6 回	6 回	6 回
④事業計画策定 事業者数	—	2 者	4 者	4 者	4 者	4 者

(4) 事業内容

①D X推進セミナーの開催

バックオフィス効率化、攻める経営に資するツール活用等について知識を習得するためのセミナーを開催する。

【セミナー内容案】

- ・クラウド型ツールの活用方法
- ・企業D Xによる競争力向上対策
- ・売上増につながるSNS戦略方法

※セミナー受講者の中から取組意欲の高い事業者に対しては、必要に応じ専門家派遣事業を活用し課題解決の支援を実施。

【募集方法】

当所HPや新聞オリコミのほか窓口相談、巡回時に案内。

②事業計画策定セミナーの開催

予算、目標値、スケジュール、実施体制等を組み込んだ実現可能な事業計画の作り方についてのセミナーを開催。

【募集方法】

当所HPや新聞オリコミのほか窓口相談、巡回時に案内。

【募集対象】

意欲的に取り組む方を中心に、意識を高めるために制限を設けず受講可能とする。

③創業塾の開催

松浦市との連携により創業塾を開催する。

【募集方法】

当所HPや新聞オリコミ、市報への折込チラシのほか窓口相談、巡回時に案内。

【募集対象】

意欲的に取り組む方を中心に、意識を高めるために制限を設けず受講可能とする

④コンサルティング事業の実施による事業計画の策定

小規模事業者ではコスト的に取り組むことが困難な企業コンサルティングについて、専門家チームを組み「企業コンサル支援事業」などの銘を打ち取り組み意欲を高める。

具体的には、

i 企業分析シートの作成：

- ・企業側の視点と専門家の視点のギャップを可視化し、企業が気づいていなかった課題や、改善すべき点を明確化。
- ・分析シートの内容： SWOT分析、バリューチェーン分析、競合分析などを組み合わせることで、より詳細な分析を行う。

ii 中期計画（5年後）の策定：

- ・企業に出向いての計画会議に参加し、企業の状況を深く理解し、より実践的な計画を策定
- ・地域の経済動向調査、経営状況の分析、需要動向調査結果を踏まえることで、計画の精度を高める。

iii 具体的な短期計画の策定：

- ・中期計画につなげるための第1歩として、具体的な行動指針を示すことで、企業のモチベーションを維持し、計画の実行を促す。

iv 行動計画の策定：

- ・実現可能な実施体制を踏まえた行動計画を策定し、計画の成功確率を高める。
（担当者、スケジュール、評価指標などを明確にする）。

【対象企業選定方法】

各種媒体で募集（チラシ、HP、公式LINE）

※やる気のある事業者から選出

※希望者は必ず前掲5．経営状況分析を受けた者とする

7. 事業計画策定後の実施支援に関すること

（1）現状と課題

【現状】

事業計画策定後のフォローアップは、計画に基づいた定期的な進捗確認や課題解決支援を行っておらず、小規模事業者からの随時発生する問い合わせに対応する形で実施している。そのため、計画的なフォローアップ体制が構築できていない状況にある

【課題】

これまでフォローアップは頻度や方法がまちまちで、準備不足の支援となってしまうことがあったため、支援対象者の事業の進捗状況に応じ、定期的に状況確認を行うことで、事業計画の着実な実行及び計画の修正を支援する必要がある。

（2）支援に対する考え方

事業計画の策定を支援した小規模事業者全てを支援対象者とし、事業者が策定した事業計画のアクションプランに合わせて、事業の進捗状況を確認する。円滑に事業が進んでいる事業者とそうでない事業者への巡回訪問の頻度や支援内容を変えることで、事業計画が着実に実施できるようにする。

事業環境の変化に柔軟に対応できる「自己変革力」が求められる中、自走化を意識し、経営者自身が「答え」を見いだすこと、対話を通じてよく考えること等、計画の進捗フォローアップを通じて経営者へ内発的動機づけを行い、潜在力の発揮に繋げる。

(3) 目標

	現行	令和 7 年度	令和 8 年度	令和 9 年度	令和 10 年度	令和 11 年度
①フォローアップ対象事業者数	—	2 者	4 者	4 者	4 者	4 者
②頻度（延べ回数）	—	8 回	1 6 回	1 6 回	1 6 回	1 6 回
③売上高増加事業者数		1 者	2 者	2 者	2 者	2 者
④利益率 5%以上増加事業者数		1 者	2 者	2 者	2 者	2 者

(4) 事業内容

事業実施完了までを支援する。

定期的な進捗管理を通じて、計画が順調に進んでいるかを確認し、必要に応じて修正を加えることで、計画の成功に貢献する。

①対話と傾聴による進捗状況の把握

事業計画を策定した事業者を対象として、経営指導員が基本的には四半期に一度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の状況確認やヒアリング。ただし、事業者からの申出等により臨機応変に対応する。

②調査内容の共有データベース化

ヒアリング得た情報を商工会議所のデータベースに記録し、職員の情報共有を図る。

③計画の見直し等支援

進捗が思わしくなく、事業計画との間にズレが生じていると判断した場合には、中小企業診断士等の外部専門家の視点を交え、当該ズレの発生の要因及び今後の対応策を検討し、事業期間途中での計画の見直しの支援等を行う。

8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

- ・松浦市は、「松浦党」「神崎海底遺跡」「アジフライ聖地宣言」「松浦のおさんじ」など、魅力的なコンテンツを有しており、特に「松浦のアジフライ」は昼食需要を呼び込むことに成功しています。しかし、その他の観光消費への波及効果が十分でないこと、地域企業の販路拡大が進んでいないことなど、課題も存在します。
- ・自社製品の全国への販路拡大等を目指す準備企業はあるものの、コストや時間、ノウハウが乏しいため、具体的な販路開拓活動（展示会出展、商談会参加、営業活動、広域プロモーション展開、営業活動など）を実施できていない企業が多い。
- ・ITリテラシーに乏しい企業が多く、EC活用や効果のあるSNSプロモーション展開が出来ている企業は少ない。
- ・商圈が市内及びその近郊にとどまる事業者が多いため、人口減少とともに売り上げの減少が懸念される。
- ・域外への販路拡大を目指す企業数の把握が商工会議所として十分でない

【課題】

- ・域外への販路拡大を目指す企業数の把握が必要
- ・全国展開を目指す企業への展示会等の情報発信を強化する必要がある
- ・販路拡大計画づくり及び展開する商品のブラッシュアップを行う必要がある
- ・出展ノウハウや営業ノウハウを身につけていただく必要がある
- ・リピート率向上を目指す必要がある
- ・IT活用を取り入れる必要がある（特に効果的プロモーション事業）

(2) 支援に対する考え方

- ・域外需要を積極的に取り組む事業者（域外からの集客及び域外への販売）を支援対象とする。
- ・特に松浦市の「松浦市産品戦略推進事業」で戦略産品として指定されている12品目と今後新たな市の魅力コンテンツになると予測している「松浦党や神崎海底遺跡」をアイテムの中心にし、販路拡大支援を実施。加えて、魅力ある商材を保有している企業も対象とする。
- ・1次産品が多いため、2次加工品づくりの支援を実施
- ・域外需要獲得の考え方は、
 - （ ） 広域展開企業や市外企業との取引拡大
 - （ ） ふるさと納税返礼品の出品数増加及び商品の魅力向上
 - （ ） ECやSNSを活用したネット販売（ネット集客）の強化
 - （ ） 西九州道開通（福岡⇄松浦）を見越した流入者への販売強化
- ・販路拡大計画に関しては、本計画だけでなく中期ビジョンを意識した計画づくりを支援

(3) 目標

	現行	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度	令和 11年度
①松浦市産品戦略商談会等参加事業者数	7	10	10	10	10	10
成約件数	—	3	3	3	3	3
②ふるさと納税返礼品出品事業者支援数	—	2	3	3	3	3
前年比売上高 5%以上数	—	1	2	2	2	2
③SNS、HPによる販路開拓支援事業参加者	—	2	3	3	3	3
前年比売上高 5%以上数	—	1	2	2	2	2

(4) 事業内容

①松浦市産品戦略商談会等への出展支援（B to B）

【支援対象者】

地域資源を活用した食品製造業者、地元アパレル業者

【支援内容】

松浦市が主催する松浦市産品戦略に掲げる「松浦の極み」（12品目）を核とし、その他の産品も対象にした「松浦の極み」地元商談会へ、毎年10者以上の参加を目指す。

参加させるだけでなく、商談会に向けて外部専門家による商品の開発・改良や販路開拓等への個別相談会をはじめ、「FCP展示会・商談会シート」の作成や提案方法等の事前支援を行うとともに、事後には、バイヤーの意見等をフィードバックし、課題の検証を行い商談成立に向けた実効性のある支援を行う。

併せて松浦市が企画する「松浦の極み」商品を使用した都市部での催事（イベント）などにも出展を促し、新たな需要の開拓につなげていく。

また、福岡商工会議所が取り組んでいる商談会等の情報のほか、その他当所に案内が届く商談会や展示会情報をタイムリーに伝え機会を創出する。

②ふるさと納税返礼品への出品事業者支援（B to C）

【支援対象者】

地域資源を活用した食品製造業

【支援内容】

ふるさと納税返礼品をより魅力ある返礼品にするためのブラッシュアップ事業を実施するとともに、新たな商品開発を支援する。

支援方法は、食の専門家等による個別相談会を行い返礼品の「味、見た目」などを中心に改善点を指導する。また、市のふるさと納税推進室と連携を図り、ふるさと納税出品セミナーを開催し、登録事業者増を目指す。

③ SNS、HPによる販路開拓支援事業の実施

【支援対象者】

ネットを活用した販路拡大を目指す事業者

【支援内容】

販路開拓意欲がある事業者に対し、定員を定め「販路開拓支援事業」を実施する。

支援内容は各分野の専門家派遣を活用し、販売する特産品および事業所の特性に応じたネット（EC構築やSNS）による販路拡大計画作成を支援するだけでなく、各事業者の事業企画に基づいた行動計画を指導員及び専門家とともに伴奏支援し、実績効果を高める。

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】

経営発達支援計画はこれまで認定を受けていないため、支援計画の評価及び見直しを行うことはやっていない。

【課題】

当所における事業評価を行う機関は正副会頭会議及び常議員会のみである。よって、今回新たに評価する組織を作る必要がある。

（2）事業内容

①事業評価委員会（年1回）

当所に新たな事業評価委員会を設置し、年に1度、事業の進捗状況及び取組内容について評価をいただき、次年度への改善対策を図る。なお、計画に記載した全ての項目（事業）について評価対象とする。

本評価内容に関しては、正副会頭会議及び常議員会へ報告する。

（委員会メンバー）

所属カテゴリ	備考
松浦商工会議所	ビジョン実行委員会より1～2名、専務理事、法定経営指導員
松浦市	産業振興課長、文化観光課長
外部有識者	地元金融機関、中小企業診断士等

②内部検討会議（年2回）

職員連携会議により事業の進捗状況、目標数値、事業者に対する支援内容・方法等の検討を実施し、情報の共有を図る。

③公表（ホームページへの掲載等）

当該評価委員会の評価結果は、常議員会にフィードバックした上で、事業実施方針等に反映させるとともに、本会HP及び会報等へ掲載することで、地域の小規模事業者等が常に閲覧可能な状態とする。

10. 経営指導員等の資質向上等に関すること

（1）現状と課題

【現状】

長崎県商工会議所連合会が主催する職種別・分野別等の研修会への参加に加え、他の支援機関等が主催する「経営セミナー」や「経営支援研修」に参加を行い、支援ノウハウの習得及び支援能力の向上を図っている。

【課題】

職員が参加した研修内容について、職員間での情報共有が不足しているとともに、少人数の職員体制であるため、支援能力向上に向けた研修会への参加も十分でないため、組織的な支援ノウハウが確立できていない。

（２）事業内容

①外部講習会等の積極的活用

経営指導員及び経営支援員の支援能力の一層の向上のため、日本商工会議所・長崎県商工会議所連合会等が主催する「経営指導員研修」に対し、計画的に経営指導員等を派遣する。

その他、日本商工会議所等が主催する職員スキル向上のための任意セミナーにも積極的に参加し専門的知識の醸成を図る。

②D X推進に向けた職員スキルの向上事業

喫緊の課題である地域の事業者のD X推進への対応にあたっては、経営指導員及び経営支援員のI T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D Xスキル向上の取り組みを実施

- ・クラウドツール活用研修会（O J Tによるクラウド会計等の職員研修会の実施）
 - ・I T支援力向上講習会（日本商工会議所オンライン研修への参加）
 - ・生成A I活用セミナー（当所主催にて開催）
 - ・所内業務への活用促進（生成A I、クラウドツール：会計、勤怠管理、フォームなど）
- ※実務に導入を進めることでスキルアップを図る。

③コミュニケーション能力向上への取り組み

伴走支援の基本姿勢（対話と傾聴）の習得・向上を図るため、日本商工会議所等が主催するコミュニケーションの手法をカリキュラムとしたセミナーを受講し、事業者との対話を通じた信頼の醸成、本質的課題の掘り下げの実践に繋げる。

④支援ノウハウを共有する取り組み

上記①②③で受講した研修会後には、速やかに復命書を作成し他の職員にも内容の報告を行う他、適宜、定期的な職員会議、中小企業相談所会議を通じて実演を交えて習得した知識について説明し、より実践的で効果的な支援に繋げる。

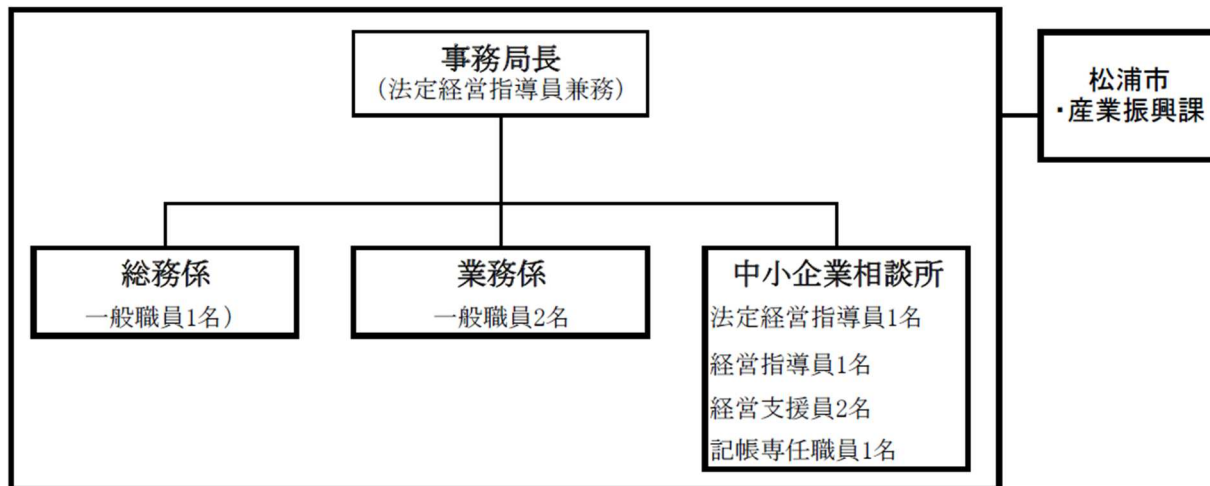
⑤支援情報のデータベース化

担当経営指導員等が行った支援業務について、基幹システムや経営支援システム上のデータ入力を適切に行い、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。

経営発達支援事業の実施体制

(令和 6 年 1 1 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)



(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法定経営指導員の氏名、連絡先

- ・氏 名 吉田卓也
 - ・連絡先 松浦商工会議所
- TEL : 0956-72-2151

②法定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) 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

□松浦商工会議所 中小企業相談所

〒859-4501 長崎県松浦市志佐町浦免1807番地

TEL ; 0956-72-2151 FAX ; 0956-72-0199

e-mail : mcci@e-matsuura.jp

②関係市町村

□松浦市 産業振興課

〒859-4598 長崎県松浦市志佐町里免365番地

TEL : 0956-72-1111 FAX : 0956-72-2292

e-mail : sangyou@city.matsuura.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 7 年度	令和 8 年度	令和 9 年度	令和 10 年度	令和 11 年度
必要な資金の額	3, 350	3, 750	3, 750	3, 750	3, 750
地域経済動向調査	300	300	300	300	300
需要動向調査	100	100	100	100	100
経営状況分析	300	400	400	400	400
事業計画策定・実施支援	2, 000	2, 200	2, 200	2, 200	2, 200
新たな需要開拓支援	400	500	500	500	500
事業の評価及び見直し	50	50	50	50	50
経営指導員等の資質向上	200	200	200	200	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、手数料収入、国補助金、県補助金、市補助金、日商業務受託料、その他事業受託料収入 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