

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	長崎南商工会（法人番号 １３１０００５００２１３３） 長崎市（地方公共団体コード ４２２０１１）
実施期間	令和４年４月１日～令和９年３月３１日
目標	経営発達支援事業の目標 （１）事業者の経営力強化 経営分析の実施、事業計画の策定・実施支援により、厳しい経営環境の中で存続・成長する事業者及び創業者等を支援育成する。 （２）商品・飲食メニュー開発と販路拡大 地域資源を活かした商品・飲食メニューを開発し、販路拡大により、食品製造業者・飲食業者の売上増加を目指す。 （３）地域外からの集客及び地域外への消費流出防止 商品・飲食メニューを開発した個店への集客を促すとともに、地区内の消費を極力流出させないように個社・個店の魅力向上・経営力向上を図り、地区内商工業者の持続的発展を目指す。
事業内容	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 国が提供するビッグデータや管内の景気動向等を収集・調査・分析し、広く管内事業者等に周知・事業計画策定に活用する。 ４．需要動向調査に関すること 地域資源等を活かした魅力ある商品・飲食メニューを開発・改良するため、試食等及びアンケートを実施する。 ５．経営状況の分析に関すること 経営分析セミナー等を活用し、事業者の経営分析を実施し、当該事業者の現状把握・事業計画策定等に活用する。 ６．事業計画策定支援に関すること 経営分析を行った事業者等に対し、ＤＸ等の活用について支援したうえで事業計画策定を行う。 ７．事業計画策定後の実施支援に関すること 事業計画を策定した事業者に対し、事業進捗状況をフォローアップ支援する。必要に応じて専門家派遣等を実施する。 ８．新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること 物産展・商談会・広報活動により、事業計画を策定した事業者の新たな需要の開拓を支援する。
連絡先	長崎南商工会 経営支援課 〒851-0403 長崎県長崎市布巻町８番地１ TEL：095-892-0078 FAX：095-892-0120 E-Mail：nagasakiminami@shokokai-nagasaki.or.jp 長崎市 経済産業部 商業振興課 〒850-8685 長崎県長崎市魚の町４番１号 １４階 TEL：095-829-1150 FAX：095-829-1151 E-Mail：shogyo@city.nagasaki.lg.jp

(別表1)

経営発達支援計画

経営発達支援事業の目標

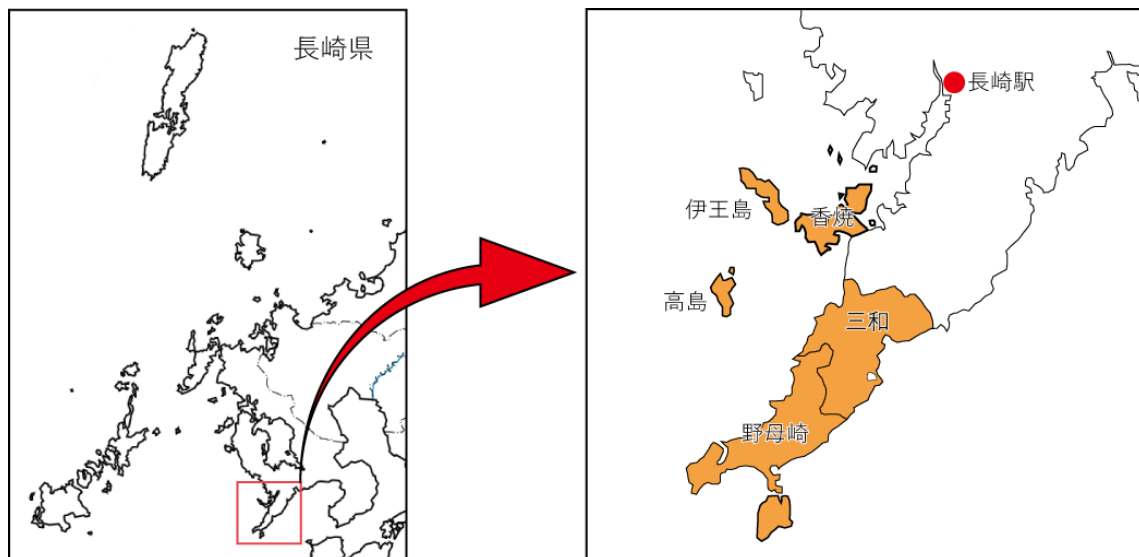
1. 目標

(1) 地域の現状及び課題

①現状

【立地】

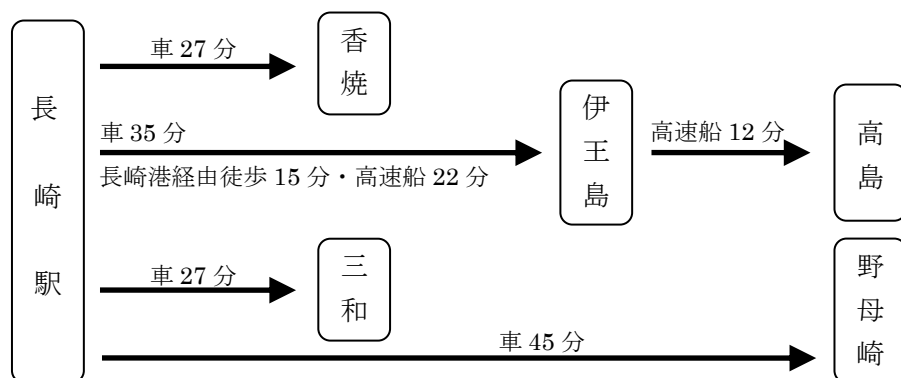
当地区は、長崎市の南部「長崎半島」に位置し、面積50.78km²で、平成17年1月に西彼杵郡三和町・野母崎町・香焼町・伊王島町・高島町の旧五町が長崎市と合併して誕生した地区である。商工会も、この旧五町の地区にそれぞれ存在したものが平成19年4月1日に合併して「長崎南商工会」として発足した。長崎市内には、中心部に長崎商工会議所、東部に東長崎商工会、北部に長崎市北部商工会が併設されている。



【交通アクセス】

当地区へのアクセスは、長崎駅より車で香焼まで27分、伊王島まで35分、三和まで27分、野母崎まで45分、最南端の野母崎樺島町までは55分程度である。

伊王島・高島へは長崎港から一日8往復の船便があり伊王島まで22分、高島まで35分を要する。



【人口】

当地区は、過疎化・高齢化も他地域同様、急速に進んでいる。表１にあるとおり、人口はこの１０年で１７．０％減少（長崎市全体では７．３％減）しており、地区によっては３６．８％減少している地区もある。高齢化率についても、表２のとおり４５．２％と長崎市全体の３２．８％を大幅に上回っており、２地区で５０％を超えている。

表１．世帯数・人口推移

地区等	項目	H23.3 月末	H25.3 月末	H27.3 月末	H29.3 月末	H31.3 月末	R3.3 月末	増加率 H23→R3
香焼	世帯数	1,873	1,846	1,841	1,915	1,834	1,716	-8.4%
	人口	4,070	3,970	3,839	3,718	3,547	3,326	-18.3%
伊王島	世帯数	445	447	440	433	416	431	-3.2%
	人口	768	757	720	699	671	668	-13.0%
高島	世帯数	343	304	291	261	251	226	-34.1%
	人口	527	454	415	375	369	333	-36.8%
野母崎	世帯数	2,914	2,935	2,866	2,748	2,713	2,653	-9.0%
	人口	6,241	6,053	5,698	5,296	5,089	4,792	-23.2%
三和	世帯数	4,823	4,830	4,829	4,895	4,869	4,866	0.9%
	人口	11,123	10,818	10,498	10,253	10,042	9,747	-12.4%
南地区全体	世帯数	10,398	10,362	10,267	10,252	10,083	9,892	-4.9%
	人口	22,729	22,052	21,170	20,341	19,718	18,866	-17.0%
長崎市全体	世帯数	201,928	205,513	207,566	209,035	207,444	206,213	2.1%
	人口	441,248	439,539	434,332	426,631	418,998	409,158	-7.3%

※住民基本台帳に基づく人口・世帯数

表２．高齢化率推移

地区等	H22.12 月末			R2.12 月末			高齢化率増減 H22→R2
	0 歳-14 歳	15 歳-64 歳	65 歳以上	0 歳-14 歳	15 歳-64 歳	65 歳以上	
香焼地区	12.6%	60.5%	26.9%	10.3%	48.3%	41.4%	14.5pt
伊王島地区	5.0%	45.8%	49.2%	5.8%	39.2%	55.0%	5.8pt
高島地区	2.8%	43.2%	54.0%	8.5%	42.1%	49.4%	-4.6pt
野母崎地区	7.4%	54.2%	38.4%	5.5%	42.5%	52.1%	13.7pt
三和地区	9.9%	64.9%	25.2%	9.8%	48.0%	42.2%	17.0pt
南地区全体	9.3%	59.8%	30.9%	8.6%	46.2%	45.2%	14.3pt
市全体	12.6%	62.6%	24.8%	11.6%	55.6%	32.8%	8.0pt

※住民基本台帳に基づく年齢別人口構成比より

【産業】

かつては全国でも有数な産炭地域として賑わっていた。また、三菱重工業(株)長崎造船所の企業城下町として栄え、今日も下請け・孫請けの事業所・労働者が多く存在している。

●農業・漁業

農産物では枇杷や高島トマトが有名で、長崎県を代表する農産物として日本全国に出荷されている。当地区の基幹産業である漁業では、様々な種類の魚類が水揚げされ、長崎市中心部や関西・関東方面に出荷されている。特に、伊勢えび、ミズイカ、アジは有名である。

その他、マダイ、サバ、イワシ、レンコダイ、アマダイ、イトヨリ、タチウオなど多種多様な魚介類が水揚げされ、農産物の枇杷、トマトと合わせて、当地区の地域資源となっている。

農業・漁業の景況は、高齢化・後継者不足等の問題から衰退してきている。また近年、自然災害や害獣被害・磯焼け等の影響も加わり、収穫量・漁獲量は減少傾向にある。

●製造業

三菱重工業(株)長崎造船所の下請け・孫請けの船舶造修業の企業が多く存在するが、ほとんどは小規模事業者である。また、三菱重工業(株)の経済活動縮小に伴って、企業城下町としての機能も低下し、地場の関連企業も厳しい経営状況下にある。中には、当地区に拠点を置きながら、長崎県外に従業員を派遣する事業者や異分野に進出する事業者も出てきている。

長崎県の伝統工芸品・手打ち刃物である「蚊焼包丁」が有名で、水産資源を活かした「からすみ」「いりこ」「干物」「水産練り製品」の生産も盛んである。しかしながら、このような製造業においても、需要の減少と後継者不足の問題から存続が危ぶまれている企業も多い。

●観光業

当地区は観光資源に恵まれ、世界文化遺産である「軍艦島」・「日本最初の洋式炭坑の坑口である北溪井坑跡」や、国指定登録有形文化財の「伊王島教会」、長崎県で唯一環境省の「かおり風景100選」に選ばれている「水仙の里公園」があり、関連イベント等の開催期には多くの観光客で賑わっている。

軍艦島クルーズの観光客は通常期には年間28万人強あるものの、クルーズ船の発着港は長崎市中心部が主で当地区への入込みは少ない。

令和3年10月には当地区で発見された恐竜の化石に関連した施設「長崎のもぎき恐竜パーク」がオープンし、観光客増に期待が大きい。

●小売業

小売業者のほとんどが小規模事業者で、事業主の高齢化が進み、後継者がいない状況の中、長崎市中心部の商業施設やロードサイドの大型店や通信販売業者との競合により大変厳しい経営を強いられている。また、地区内人口減少により消費そのものが落ち込んでいる。

●飲食・宿泊・サービス業

生活関連サービス業においては、小売業同様地区内人口減少等により売上は減少傾向にある。

飲食店についても全体的な状況は厳しいものの、ロケーションを活かした新規出店もあり、魅力ある店舗では地区外からの来客で賑わっている。観光イベント等開催時には一定の来客はあるものの、年間を通じた集客には至っていない。

表3に当地区の業種別商工業者数の推移を示しているが、世帯数・人口減少を主な原因として減少しており、事業主の高齢化・後継者不在等によりこの傾向は続くと思われる。また、長崎南商工会の会員数も同様に減少傾向を示している（表4）。

表3. 業種別商工業者数の推移

	H23.4	H24.4	H25.4	H26.4	H27.4	H28.4	H29.4	H30.4	H31.4	R2.4	R3.4
建設業	198	198	195	195	205	207	206	208	204	121	185
製造業	114	114	113	113	120	123	119	120	124	101	131
卸売業	25	25	25	25	21	20	19	20	18	14	13
小売業	209	209	206	206	172	169	165	164	158	154	131
飲食店・宿泊業	58	58	55	55	60	60	64	65	63	56	51
サービス業	146	146	143	143	158	160	164	162	160	233	162
その他	59	59	59	59	57	57	59	56	62	63	64
商工業者数	809	809	796	796	793	796	796	795	789	742	737
小規模事業者数	774	774	774	774	774	774	774	774	774	544	614

※商工会実態調査より（小規模事業者数はH18事業所統計・H28経済センサス・独自調査）

表4. 長崎南商工会 地区別会員数推移

地区	H23.3	H24.3	H25.3	H26.3	H27.3	H28.3	H29.3	H30.3	H31.3	R2.3	R3.3	増加率 (H23→R3)
野母崎	201	188	182	181	176	172	166	162	154	151	149	-25.9%
三和	160	156	157	158	159	163	158	156	159	157	158	-1.3%
香焼	90	89	91	91	92	94	92	93	91	87	90	0.0%
伊王島	29	29	29	29	28	28	28	26	25	21	21	-27.6%
高島	20	17	16	15	15	12	12	12	12	12	12	-40.0%
合計	500	479	475	474	470	469	456	449	441	428	430	-14.0%

【長崎市第四次総合計画（計画期間：平成23年度～令和3年度）】

長崎市第四次総合計画では、基本構想において「個性輝く世界都市」「希望あふれる人間都市」を将来の都市像として掲げ、その実現に向けたまちづくりの基本姿勢を『つながりと創造で新しい長崎へ』としている。

a. 商工業の振興に関すること

まちづくりの方針：わたしたちは「活力に満ち、発展し続けるまち」をめざします

(基本方針)

- 地場企業の地域資源の掘り起こし、磨き上げによる新たな価値の創造と、観光客やビジネス客の消費の喚起につながる市場開拓をサポートし、域外からの消費の獲得・拡大に向けた取組みを支援します。
- 地域資源を活かした長崎固有の商品のブランド化を推進し、域外へのPR及び販路を拡大することで売上増につながるよう支援します。
- 事業拡大や経営革新等、利益率向上や付加価値額増加に意欲的に取り組む地場企業への支援を強化します。
- 創業を促進します。
- 生産者と食・観光関係団体が連携し、地元農水産物と和・洋・中が融合した長崎独特の食文化を市内外へ発信します。

(成果指標)

成果指標	直近値（2014年）	目標値（2021年）
観光消費額（飲食・土産代）の1人当たり単価	10,467円	12,186円
地域独自の製品・サービス開発件数（累計）	0件	143件
中小規模事業所の製造品出荷額等（暦年）	1,020億円	1,020億円
商談会・展示会における商談成約件数	148件	178件
新たな取組みをおこなった企業の件数（累計）	—	200件
創業サポート長崎による創業者数（累計）	108者	244者

b. 観光の振興に関すること

まちづくりの方針：わたしたちは「住む人が誇り、だれもが訪れたいまち」をめざします

(基本方針)

- 日常生活やまちの中に溶け込んだ歴史や文化遺産をわかりやすく整理し顕在化を進めるとともに、まちづくりにも活かします。
- 長崎独自の歴史や文化の魅力の掘り起こしと磨き上げに継続的に取り組み、魅力づくりを進めます。

- 観光メニューの充実等、資源の有効活用を推進します。
- 観光動向調査等の強化により観光客のニーズを一層明確にし、ターゲットを明確にした観光客の誘致に取り組みます。

(成果指標)

成果指標	直近値 (2014 年)	目標値 (2021 年)
文化財の指定・登録等件数	290 件	302 件
観光客数 (暦年)	630.7 万人	710.0 万人
観光消費額 (暦年)	1,243 億円	1,600 億円

【第四次長崎市経済成長戦略 (計画期間：平成29年～令和3年度)】

長崎市は、「長崎市第四次総合計画」により、長崎市が目指す都市像を掲げ、その実現に向けた基本的な姿勢や道筋を明らかにする基本構想を策定した。その総合計画の経済分野のうち、特に重点的に取り組む主要産業分野の目指すべき方向性や基本方針 (戦略) と、その実現に向けた具体的取組み (戦術) を取りまとめ、地域経済や産業の強みを伸ばす計画である。

基本方針：競争優位を備えた魅力ある企業群を創出

本成長戦略において、本会計画と関わる部門の基本戦略と個別戦略は次のとおりである。

a. 食 (食品加工・飲食) 部門

基本戦略：差別化・新市場進出

個別戦略：以下ア～エ

- ア 商品価値向上～優位性を磨き競争力UP～
- イ 強みを活かした大都市圏・海外への市場拡大 (アウトバウンド)
- ウ 交流人口のニーズに対応した商品・サービスの提供 (インバウンド)
- エ 人財確保と育成

b. 観 (観光関連産業) 部門

基本戦略：交流の産業化

個別戦略：以下ア～エ

- ア 顧客創造
- イ 価値創造
- ウ 交流を支える都市の基盤整備
- エ 交流の産業化を進める体制づくり

【長崎市地域産業活性化計画 (長崎南商工会地域)】

- 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。
- 本会においても、長崎市 (長崎南商工会地域) 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、長崎市、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
成果目標	①地域資源を活用した食（加工食品の販売、料理提供） によって外貨を獲得する ②長崎市への観光客を取り込む
目標項目	目標値
売上高 前年比３％以上増加 (うち１０％以上増加)	１０社 (２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、関連する部分が多いため記載している。

②課題

以上の現状により、当地区の課題は次の３点に集約できる。

- ・人口減少・高齢化が急速に進み、地区内の消費規模が縮小してきている中で、小規模事業者の高齢化・後継者不足の問題もあり、創業や事業承継の支援が必要である。
- ・観光資源に恵まれた当地区において、地元食材を使った食による集客は一部にとどまっているため、当地区の地域資源を活かした商品開発や外貨獲得の取組みが必要である。
- ・地区内住民の消費は、長崎市内中心部やロードサイドの大型店に消費が流出しているため、防止策が必要である。また、地区内のみの消費は減少傾向であるため、地区外からの流入策も必要である。

（２）小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

以上の内容を受け、本会は長崎市の計画・取り組みとの整合性を図るとともに、地域の課題、小規模事業者の経営課題を鑑み、これからの１０年程度の期間を見据えた長期的な振興のあり方を次のとおりとする。

①本計画による長期的な振興のあり方

- ・当地区の重点支援業種を食品製造業及び飲食業として、地元産食材を活かした商品開発・飲食メニュー開発を促し、地区外からの外貨を獲得する。それら商品のブランド化を推進し、地区外へのＰＲ及び販路拡大を支援する。
- ・当地区内住民向けの事業者においては、商品力・接客力を向上させ、消費の地区外への流出を抑えることにより、事業継続・承継を促し廃業を抑制する。
- ・地域経済の活性化を図るために新規創業者・第二創業者をサポートし、将来的な地域経済の中心的存在へと育成する。

②行政の計画との整合性

- ・長崎市や長崎県では、地域資源を活かした長崎固有商品のブランド化と域外へのＰＲ及び販路拡大の支援を基本方針に掲げており、本会の長期的な振興のあり方と整合している。
- ・長崎市は観光資源を有効活用し、観光メニューの充実や観光客誘致に取り組んでいる。本会はこの取組みの一翼を担うとともに、当地区への誘客により当地区小規模事業者の外貨獲得へつなげ、観光消費額増を成果指標とする長崎市の目標達成にも寄与する。
- ・長崎市は創業の促進を総合計画の取組方針に掲げ、ビジネスマッチングの促進や地域密

着型企業の立上げ及び事業承継者を支援することとしており、本会の計画はこの点でも長崎市の計画と整合性を有する。

③本会の役割

これまでの本会の小規模事業者支援は、事業者全体に対して金融・税務・労働分野に重点を置いて実施してきた。また、イベントや物産展の開催を通じて、売上の増大や販路拡大に寄与してきたが、その前段階の商品開発や飲食メニュー開発が十分ではなく、効果が現れにくい結果となっていた。

今後は長期的な振興のあり方に沿って、重点支援業種である食品製造業及び飲食業の商品開発や飲食メニュー開発に重点をシフトしつつ、事業計画策定その後の販路開拓事業も実施することで効果的に支援し、目標を達成していく。

(3) 経営発達支援事業の目標

①事業者の経営力強化

既存事業者に対しては、経営分析により課題や経営資源等を明確にし、目標とする姿を定めた事業計画の策定・実施支援をする。あわせて、創業予定者や事業承継に伴う新しい取組みを行う事業者を掘り起こし、同様の支援を行う。

②商品・飲食メニュー開発と販路拡大

食品製造業者・飲食業者の地域資源を活かした魅力ある商品・飲食メニューの開発支援や広報支援をおこない、販路拡大および集客強化による売上増加を目指す。

③地域外からの集客及び地域外への消費流出防止

地域の観光資源等による消費者の流入を事業機会と捉え、商品・飲食メニューを開発した個店への集客を促す。また、人口減少等により縮小する当地区内の消費を極力流出させないように個社・個店の魅力向上・経営力向上を図り、地区内商工業者の持続的発展を目指す。

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) 目標達成に向けた方針

①事業者の経営力の強化

- i. セミナーや巡回指導等により事業計画策定の必要性を伝え、策定を目指す事業者や創業予定者を掘り起こす。
- ii. 事業計画策定を目指す事業者や重点支援業種の事業者に対し、専門家等と連携して経営分析・事業計画策定を行う。創業予定者・創業間もない事業者に対しては、「創業サポート長崎」を構成する長崎市・長崎県・長崎県産業振興財団・長崎県中小企業診断士協会・金融機関・長崎商工会議所・長崎市内商工会と連携しながら、事業計画策定を行う。
- iii. 事業計画を策定した事業者等に対し、実施状況等を確認、状況に応じて計画修正するなどフォローアップ支援を行い、目標とする姿を目指す。

②商品・飲食メニュー開発と販路拡大

- i. 食品製造業者及び飲食業者に対して、巡回指導等により商品開発・販路開拓等事業拡大を促す。

- ii. 商品開発等を目指す事業者に対し、専門家等と連携して現状把握と改善の方向性を定め、商品開発・飲食メニュー開発を支援する。
- iii. 開発段階でターゲット等を明確にし、ターゲットの需要動向調査・デザイン・価格設定等を支援する。
- iv. 開発商品の販路拡大については、各種商談会・物産展への参加を促し、ブラッシュアップとPR等伴走型支援を行う。
- v. 飲食メニューについては、イベントの活用や広報活動を充実させ、安定した集客が得られるよう支援する。

③地域外からの集客及び地域外への消費流出防止

- i. 商品・メニュー開発を行った事業者に対し、受入態勢強化に向けた支援を行う。
- ii. 新たに開発された商品・飲食メニューの認知度向上を目的として広報活動等を実施し、地区外からの購買・誘客支援を行う。
- iii. DX関連技術・ITツール・SNSを活用した情報発信等について支援し、競争力の維持・強化を目指す。

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】

- ・全国商工会連合会が行っている「小規模企業景気動向調査」として、当地区内20事業者を対象に調査を行っている。全国的に集計されたデータが得られ、調査事業者や巡回指導時に会員事業者に情報提供しているが、当地区内だけのデータとしては各業種数件のみで、地区特有の情報は得られない。
- ・国・県が実施している統計調査（経済センサス、家計調査等）は必要に応じて活用してきたが、当地区は長崎市の一部であり市全体のデータと当地区状況には大きな乖離があり、利用は限定的であった。

【課題】

- ・ビッグデータ等を活用した専門的な分析ができていなかったため、改善したうえで実施する。
- ・情報提供は一部の事業者にのみ提供していたため、分析結果の公表は広く地区内事業者等に周知する。

(2) 目標

	公表方法	現行	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	R8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景気動向分析の公表回数	HP掲載	4回	4回	4回	4回	4回	4回

(3) 事業内容

①国が提供するビッグデータの活用

効率的な経済活性化を目指すため、本会職員が「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、当地区事業者に向けて年1回公表する。

【分析手法】・「地域経済循環マップ・生産分析」→何で稼いでいるか等を分析

・「まちづくりマップ・From-to分析」→人の動き等を分析

・「産業構造マップ」→産業の現状等を分析

⇒上記の分析を総合的に分析し、事業計画策定支援等に反映する。

②管内の景気動向等についてより詳細な実態を把握するため、全国商工会連合会が行う「小規模企業景気動向調査」に、「地区外客の流入状況」や「地区外への販売状況」等の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4回調査・分析を行う。

【調査対象】管内小規模事業者40社（製造業、建設業、卸・小売業、サービス業から10社ずつ）

【調査項目】売上高、仕入高、経常利益、資金繰り、雇用、設備投資 等

【調査手法】定期巡回時に調査票を渡し、次回回収する

【分析手法】必要に応じて専門家と連携しながら、本会職員が分析を行う

(4) 成果の活用

○情報収集・調査・分析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。

○巡回指導や窓口相談を行う際の提供資料として、また事業計画策定支援時に活用する。

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

・本会ではこれまで、経営発達支援事業に基づく平成28年度伴走型小規模事業者支援推進事業において、需要動向調査を実施した。実施内容は「消費者ニーズ調査」「観光客ニーズ調査」「物産展来場者へのアンケート調査」の3調査で100サンプルずつ実施。

・平成28年度の調査は特定の商品・サービスに関するものではなく、地域全体や物産展に関するもので、その後は実施していない。

【課題】

・商品ごとに調査項目を検討し、分析結果をフィードバックできるような内容で実施する。

(2) 目標

	現行	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度
①新商品開発の調査対象事業者数	—	5社	5社	5社	5社	5社
②メニュー開発の調査対象事業者数	—	3社	3社	3社	3社	3社

(3) 事業内容

①地域資源等を活かした魅力ある商品を開発・改良するため、地区内食品製造業5社において、本会が実施または参加する物産展に出展し、試食等及び来場者アンケートを実施する。調査結果を新商品開発・改良に反映させ、より良い商品開発に資する。

【サンプル数】来場者 50 人

【調査手段・方法】来場者に商品を試食してもらい、職員等の聞き取り等により、アンケートを実施する。

【調査項目】味、見た目、大きさ、価格、パッケージ 等

【調査・分析結果の活用】調査結果は職員等が分析し、当該事業者に直接説明する形でフィードバックし、更なる改良等を行う。

- ②地域資源を活かした飲食メニューを開発するため、地区内飲食業 3 社において、新たな飲食メニューを開発する。商品開発段階で、各店舗において試食、アンケートを実施し、調査結果を分析したうえで当該 3 事業者にフィードバックすることで新メニュー開発に資する。また、当該調査の分析結果を事業計画に反映する。

【サンプル数】来店者 20 人

【調査手段・方法】来店者に開発中のメニューを試食してもらい、アンケートを実施する。

【調査項目】味、見た目、量、価格 等

【調査・分析結果の活用】調査結果は職員等が分析し、当該事業者に直接説明する形でフィードバックし、更なる改良等を行う。

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

- ・本会では従来から税務相談所会員約 200 事業者に対し、決算内容の説明指導を行ってきたが、財務分析の前年対比など簡略的な説明に終わっている。
- ・SWOT 分析等の定性分析を実施しているのは、専門家と職員によるチーム支援等により事業計画策定に取り組んだ数事業者のみである。

【課題】

- ・定期巡回や窓口相談時に加え、外部専門家等を活用した「経営分析セミナー」を開催し、事業者の掘り起こしを実施する。
- ・専門家とのチーム支援によりノウハウが蓄積されてきているので、職員による通常の窓口相談においても定量分析たる「財務分析」に加え、定性分析たる「SWOT 分析」等も併せて実施する。

(2) 目標

	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	1 回	2 回	2 回	2 回	2 回	2 回
②分析件数	48 件	60 件	60 件	60 件	60 件	60 件

※経営分析等の 3 名の担当職員 1 人あたり 20 件程度を想定

※重点支援業種である食品製造業・飲食業から重点的に選定

(3) 事業内容

- ①外部専門家等を活用した「経営分析セミナー」を開催し、対象者の掘り起こしを行う。

【募集方法】会員向け会報・チラシを定期巡回時に配布説明を行う。あわせて本会ホームページに掲載し、広く地区内事業者等に周知する

【開催回数】年 2 回

【参加者数】1 回あたり 10 名程度

②経営分析の内容

【対 象 者】定期巡回等による情報収集とセミナー参加者の中から、意欲的で販路拡大や経営力向上が見込まれる60事業者を選定

【分析項目】定量分析と定性分析の双方を実施するため、「財務分析」・「SWOT分析」を行う

《財務分析》売上高、経常利益、損益分岐点、粗利益率 等

《SWOT分析》強み、弱み、機会、脅威 等

【分析手法】経済産業省の「ローカルベンチマークツール」等のソフトを活用し、職員等が分析を行う

③4月から12月の間、月1回全会員に対して行う定期巡回や窓口相談時に経営分析を実施する対象者の掘り起こしを行う。

(4) 分析結果の活用

①分析結果は、当該事業者にフィードバックし、現状把握・事業計画の策定等に活用する。

②分析結果は、職員間の定期ミーティングや既に利用しているグループウェアの掲示板機能等を用いて職員間で共有し、職員のスキルアップにも活用する。

6. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

- ・本会ではこれまで、経営発達支援事業に基づく伴走型小規模事業者支援事業において、事業計画策定セミナーを開催し、事業計画策定に意欲のある事業者の掘り起こしと、事業計画策定支援を実施してきた。
- ・令和元年度からは、専門家と職員2名によるチームを編成し、チーム支援により事業者の計画策定支援を実施している。

【課題】

- ・セミナー等により事業計画策定の意義や重要性への理解を求めてきたが、巡回や窓口相談時により理解しやすく伝えていく必要がある。
- ・セミナー開催についても、対象者掘り起こしの1つとして、会員事業所以外にも広く参加を募り実施する。
- ・ITツールやデジタル技術を活用している事業者が少なく、地区外消費者との取引拡大のためには活用を促す必要がある。

(2) 支援に対する考え方

- ・これまで実施してきた対象事業者の掘り起こしは継続して実施する。
- ・重点支援業種である食品製造業・飲食業の事業者に重点的に事業計画策定を促す。
- ・対象事業者の掘り起こしから事業計画策定着手に至るのに、高い障壁を感じている事業者が存在していることから、その障壁を取り除くよう、セミナーの内容や巡回や窓口相談時に理解を求めていく。
- ・令和元年度から実施しているチーム支援は、事業計画策定に効率よく寄与しているため、今後件数の拡大を目指す。
- ・事業計画策定に際し、地域経済動向調査、需要動向調査並びに経営分析結果を踏まえて、より実現性の高い計画となるよう支援する。
- ・「5. 経営状況の分析」で分析を行った事業者の3割程度／年の事業計画策定を目指す。

- ・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、実現可能性の高い事業者を選定し、事業計画の策定につなげていく。
- ・創業予定者及び事業承継予定者への支援もあわせて実施する。
- ・事業計画策定に取り組む事業者に対し、DX推進セミナー等により小規模事業者の課題解決の一手段となりうるITツールやデジタル技術の活用を促し、競争力の維持・強化を目指す。

(3) 目標

	現行	R 4 年度	R 5 年度	R 6 年度	R 7 年度	R 8 年度
①DX推進セミナー	—	2回	2回	2回	2回	2回
②事業計画策定セミナー	2回	2回	2回	2回	2回	2回
事業計画策定事業者数	12社	18社	18社	18社	18社	18社
うちチームによる策定支援	4社	8社	8社	8社	8社	8社

(4) 事業内容

①「DX推進セミナー」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DXに向けたITツールの導入やWEBサイト構築等の取組みを推進していくために、セミナーを開催する。

ア)「DX推進セミナー」の開催

【対象者】経営分析を行い、事業計画策定に取り組む事業者

【募集方法】会員向け会報・チラシを定期巡回時に配布説明を行う。あわせて本会ホームページに掲載し、広く地区内事業者等に周知する

【講師】IT専門家等

【開催回数】年2回

【内容】DX総論、DX関連技術や具体的な活用事例、SNSを活用した情報発信方法、ECサイトの利用方法等

【参加者数】1回あたり10名程度

イ)「IT専門家派遣」の実施

セミナーを受講した事業者の中から取り組み意欲の高い事業者に対して、職員による相談対応、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

ア) 定期巡回や窓口相談を介して支援対象者の掘り起こしを行う。

イ) 支援対象者の掘り起こしを目的として「事業計画策定セミナー」を開催する。

【募集方法】会員向け会報・チラシを定期巡回時に配布説明を行う。あわせて本会ホームページに掲載し、広く地区内事業者等に周知する

【講師】中小企業診断士等

【開催回数】年2回

【参加者数】1回につき10名程度

ウ) 事業計画の策定

【対 象 者】経営分析を行った事業者

【手段・手法】事業者ごとに担当職員を決定し、必要に応じて専門家派遣やチーム支援により事業計画策定を行う

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】

- ・本会ではこれまで、事業計画を策定した事業者に対し、窓口・巡回指導により進捗状況の確認等フォローアップを実施している。

【課題】

- ・これまで定期的な聞き取りは確実に実施できているものの、数値確認は事業者自身が逐次把握していないことから、的確にフォローアップができていない場合があるため、事業者に対して確実な計数管理を促しながら実施する。

(2) 支援に対する考え方

- ・事業計画を策定した全事業者に対し、フォローアップを実施する。
- ・フォローアップの頻度は、原則四半期（3か月）に1回を目標とするが、事業計画の進捗状況等により、必要な事業者には訪問回数を増やして支援する。
- ・必要に応じて中小企業診断士等の専門家の派遣や計画の見直しを実施する。

(3) 目標

	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 対象事業者数	1 2 件	1 8 件	1 8 件	1 8 件	1 8 件	1 8 件
頻度（延回数）	5 2 回	8 4 回	8 4 回	8 4 回	8 4 回	8 4 回
売上増加 事業者数	—	5 社	5 社	5 社	6 社	6 社
利益率1%以上 増加事業者数	—	5 社	5 社	5 社	6 社	6 社

(4) 事業内容

- ・事業計画を策定した事業者のうち、計画が比較的順調に推移している12社程度には四半期（3か月）に1回の頻度でフォローアップを実施する。
- ・事業計画の進捗状況が思わしくなく、より細やかなフォローアップが必要な事業者6社程度については2か月に1回の頻度で実施する。
- ・必要に応じて専門家派遣等も実施する。

8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

- ・本会では、食品製造業者等への新たな需要の開拓に寄与する事業として、「長崎・西彼半島地区商工会物産展」の開催、「高千穂建国まつり物産展」「ラブフェス」への商工会でブースを借り上げ、事業者の参加により販路拡大等を支援してきた。
- ・「魅力発信！ながさき商談会」等の商談会への参加を促す支援を行っている。

- ・飲食店に対する支援は、「さんわ夏まつり」「のもぎき伊勢エビまつり」「サン・サン・みなみフェスティバル」「のもぎき水仙まつり」等の地域イベントへの出店を促すに留まっている。
- ・地区内の小規模事業者の多くはＩＴを活用した販路開拓等に関心があるものの、「高齢化」、「知識不足」、「人材不足」等の理由により、ＤＸに向けた取組みが進んでおらず、商圏が近隣の限られた範囲にとどまっている。

【課題】

- ・これまでの物産展等では、既存商品の販路拡大を支援してきたことから、商品の目新しさに欠けていたため、新商品開発のための役割を持たせながら実施していく。
- ・物産展・商談会等での事前・事後フォローが不十分であったため、改善した上で実施する。
- ・新たな商品・飲食メニューの開発後には、これまで十分ではなかった地区外からの購買・誘客支援を行う。
- ・今後、新たな販路開拓にはＤＸ推進が必要であるということを理解・認識してもらい、取組みを支援していく必要がある。

(2) 支援に対する考え方

- ・物産展・商談会等にあたっては、職員が事前に出展支援を行うとともに出店期間中には、陳列・接客・商談など、きめ細かな伴走支援を行い、事後のフォローも実施する。
- ・新たに開発された商品・飲食メニューの認知度向上を目的として広報活動等を実施し、地区外からの購買・誘客支援を行う。
- ・ＤＸに向けた取組みとして、情報を活用した顧客管理や販売促進、ＳＮＳ情報発信、ＥＣサイトの利用等を進めるために、セミナー開催や相談対応を行い、理解度やスキルを高める。導入にあたっては必要に応じて専門家派遣等を実施するなど、事業者の段階に合った支援を行う。

(3) 目標

	現行	R 4 年度	R 5 年度	R 6 年度	R 7 年度	R 8 年度
①商品開発支援者数	—	2 社	2 社	2 社	2 社	2 社
②長崎・西彼半島地区商工会物産展出店事業者数	4 社	6 社	6 社	6 社	6 社	6 社
売上額／社	—	8 万円	8 万円	8 万円	8 万円	8 万円
③高千穂建国まつり物産展出店事業者数	2 社	2 社	2 社	2 社	2 社	2 社
売上額／社	—	3 万円	3 万円	3 万円	3 万円	3 万円
④ラブフェス出店事業者数	2 社	2 社	2 社	2 社	2 社	2 社
売上額／社	—	20 万円	20 万円	20 万円	20 万円	20 万円
⑤ながさき商談会参加事業者数	1 社	3 社	3 社	3 社	3 社	3 社
成約件数／社	—	1 件	1 件	1 件	1 件	1 件
⑥FOOD STYLE参加事業者数	—	3 社	3 社	3 社	3 社	3 社

成約件数／社	—	1 件	1 件	1 件	1 件	1 件
⑦誘客支援件数	—	15 社	15 社	15 社	15 社	15 社
売上増加件数	—	5 社	5 社	5 社	10 社	10 社
⑧SNS活用事業者数	—	5 社	5 社	5 社	5 社	5 社
売上増加率／者	—	10%	10%	10%	10%	10%
⑨ECサイト利用事業者数	—	3 社	3 社	3 社	3 社	3 社
売上増加率／者	—	10%	10%	10%	10%	10%
⑩ネットショップ開設者数	—	2 社	2 社	2 社	2 社	2 社
売上増加率／者	—	10%	10%	10%	10%	10%

(4) 事業内容

①商品開発支援

主に食品製造業者、飲食業者に対し、「4. 需要動向調査」の結果を踏まえ、改良・改善等が必要な事業者2社程度に対して、専門家を活用しながら新商品開発を支援する。各種物産展、商談会参加にあたっては、商工会職員等が商品規格書（FCPシート）等の事前支援、参加期間中の陳列・接客・商談支援、開催後のフォローアップを実施する。

②長崎・西彼半島地区商工会物産展開催事業（B t o C）

本会が主催する「長崎・西彼半島地区商工会物産展」において、事業計画を策定した事業者を優先的に6社程度出展し、新たな需要の開拓を支援する。

【参考】例年、10月または11月に2日間の日程で開催している。会場となるベルナード観光通りアーケードは県内屈指の商店街で1日の来街者数は、平日で1万人、休日で1万3千人程度であり、その大多数が買い物目的の消費者であるため、多くの地元消費者・観光客と直接接することのできる機会となる。

③高千穂建国まつり物産展参加事業（B t o C）

高千穂建国まつり実行委員会が主催する「高千穂建国まつり物産展」に商工会としてブースを借り上げ、事業計画を策定した事業者を優先的に2社程度ずつ出展し、新たな需要の開拓を支援する。

【参考】「高千穂建国まつり物産展」は、毎年2月11日に宮崎県高千穂町で開催されており、宮崎県内外から約5,000名が来場する。長崎・西彼半島地区商工会物産展と異なり県外の山間地域の消費者と直接接することができる。

④ラブフェス参加事業（B t o C）

エフエム長崎とテレビ長崎が主催する「ラブフェス」に商工会としてブースを借り上げ、事業計画を策定した事業者を優先的に2社程度ずつ出展し、新たな需要の開拓を支援する。

【参考】「ラブフェス」は、毎年10月または11月に長崎市常磐町の長崎水辺の森公園一帯をメイン会場として2日間開催され、飲食を中心に約60ブースが設けられる。他の物産展と比較して来場者の年齢層が低く、名物料理等が多数出展することから、食品製造業者・飲食業者にとっては、PR効果と消費者ニーズの把握に役立つと思われる。

イベント全体の来場者数は延べ10万人を超える大きなイベントである。

⑤魅力発信！ながさき商談会参加事業（B t o B）

長崎県商工会連合会が主催する「魅力発信！ながさき商談会」に事業計画を策定した事業

者3社程度出展し、新たな需要の開拓を支援する。

【参考】「魅力発信！ながさき商談会」は、毎年10月に長崎市内のホテル等で2日間開催される。試食や商談が行われる展示商談会とFCPシートから商談希望リストよりマッチングされる個別商談会が実施され、主に首都圏から百貨店、中小規模のスーパー、卸、こだわりの食料品店、飲食関係のバイヤー約100社が招聘される。

⑥FOOD STYLE Kyushu 参加事業（B to B）

FOOD STYLE Kyushu 実行委員会が福岡県福岡市で開催する「FOOD STYLE Kyushu」等に事業計画を策定した事業者3社程度出展し、新たな需要の開拓を支援する。

【参考】「FOOD STYLE」は、外食・中食・小売の販路拡大をする為の食品・飲料・設備・サービスが集結する商談展示会で、関東・関西・九州・沖縄の全国で開催されている。「FOOD STYLE Kyushu」は福岡市内で11月に開催され、500社・団体を超える出展者と14,000名を超える来場者が訪れる大規模なものである。

⑦広報活動による誘客支援事業（B to C）

新たな商品・飲食メニューの開発後、物産展や商談会に出展できない事業者等に対して需要の開拓を支援する。長崎市の観光客・居住者に対して、商品や飲食店及び当地区の観光資源を紹介するパンフレット・WEBサイトによる広報活動による地区外から店舗へ誘客支援を実施する。パンフレットは本会が主催する物産展や地区内の集客施設、飲食店等で配布する。

⑧SNS活用支援事業

現状の顧客が近隣の商圈に限られていることから、より遠方の顧客を取り込むため、比較的に取り組みやすいSNSを活用し、誘客支援を実施する。

⑨ECサイト利用支援事業（B to C）

（一社）長崎県物産振興協会が運営するショッピングサイト「e-ながさきどっとこむ」等の提案を行いながら、効果的な商品紹介文・写真撮影・商品構成等の伴走型支援を行う。

⑩ネットショップ開設・運営支援（B to C）

自社HPによるネットショップの立ち上げから、商品構成・ページ構成・PR方法等、専門家等と連携し、セミナーや専門家派遣を行い、伴走型支援を実施する。

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み

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】

- ・事業年度末に当年度の事業評価及び次年度に向けた事業見直しのための事業評価会議を実施し、評価結果等は本会理事会・会報・ホームページで周知している。

【課題】

- ・本会役員を中心とした年1回の開催に留まっており、外部有識者等の助言を受ける機会が不足していたため、年間に複数回開催する。

（2）事業内容

- ・本会の理事会と併設して、長崎市、法定経営指導員、外部有識者として中小企業診断士・金融機関等をメンバーとする事業評価委員会を設置し、年2回開催する。
- ・事業評価委員会では、事業の内容・結果をもとに評価を行い、必要に応じて見直しを実施

- する。
- ・事業の評価結果等については、理事会に報告した上で、本会ホームページ及び会報で公開することで、地域の小規模事業者等が常に関連可能な状態とする。
 - ・事業の評価・見直し等を次年度の計画に反映させる。

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】

- ・長崎県商工会連合会が主催する各種研修に職員を派遣し、実践的・実務的支援能力の向上を図っている。
- ・全国商工会連合会が実施している「WEB研修」を受講し、支援に要する知識習得に努めている。
- ・若手職員は、独立行政法人中小企業基盤整備機構が主催する「中小企業支援担当者等研修」に派遣し、基礎的な支援能力向上を図っている。
- ・OJTを目的として、専門家と職員2名によるチーム支援や職員2名1組での定期巡回を実施している。

【課題】

- ・長崎県商工会連合会が主催する研修は職員全員がすべての研修を受講することはできず、参加していない職員とも情報を共有する必要がある。
- ・OJTには取り組んでいるものの、商工会全体の支援能力向上のためには、更に拡充する必要がある。

(2) 事業内容

①外部講習会等の積極的活用

【経営支援能力向上セミナー】

職員の支援能力の一層の向上のため、長崎県商工会連合会が主催する「専門スタッフ研修会（施策分野・専門分野）」「階層別研修会」「フォローアップ研修会」「専門家育成研修会」、独立行政法人中小企業基盤整備機構が主催する「中小企業等支援担当者等研修」に対し、計画的に職員を派遣する。

【事業計画策定セミナー】

当会には、これまで事業計画策定に携わってきていない職員も存在することから、そのような職員に対し、当会が専門家を活用して開催する事業者向け「事業計画策定セミナー」や独立行政法人中小企業基盤整備機構が主催し、中小企業大学校直方校・人吉校で開催される「事業計画策定セミナー」へ優先的に派遣する。

【DX推進に向けたセミナー】

従来のビジネスモデルの変革が求められる中、ますます重要性が増している地域事業者の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、DX推進取組みに係る相談・指導能力の向上のためのセミナーについて積極的に参加する。

<DXに向けたIT・デジタル化の取組み>

ア) 事業者の内部的（業務効率化等）な取組み

RPAシステム、クラウド会計・経営管理システム、電子マネー商取引システム等の

I T 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) 事業者の外部向け（需要開拓等）の取組み

ホームページ等を活用した自社 P R ・ 情報発信方法、E C サイト構築・運用、
オンライン展示会、S N S を活用した広報、モバイルオーダーシステム等

ウ) その他取組み

オンライン経営指導の方法等

② O J T 制度の拡充

専門家と職員 2 名によるチームを編成し、チーム支援により事業者の計画策定支援を継続実施する。また、支援経験の豊富な職員と経験の浅い職員の組み合わせによる定期巡回に加え、窓口相談の機会にも同様の組み合わせによる O J T を積極的に実施し、組織全体の支援能力の向上を図る。

③ 職員間の定期ミーティングの開催

研修会等へ出席した職員や経験豊富な職員等が順番で講師を務め、研修で学んだ内容、定期巡回で収集した事業者の情報、経営分析の実施状況や分析結果の報告、I T 等の活用方法や具体的なツール等の紹介、経営支援の基礎から応用的なノウハウ等について、定期的なミーティング（月 2 回、年間 2 4 回）で情報交換・意見交換等を行うことで、職員の支援能力の向上を図る。

④ データベース化

担当職員が基幹システム上の相談カルテ入力を適時・適切に行い、支援中の小規模事業者の状況等を職員全員が相互共有できるようにすることで、担当外の職員でも一定レベル以上の対応ができるようにするとともに、支援ノウハウを蓄積し支援能力の向上を図る。

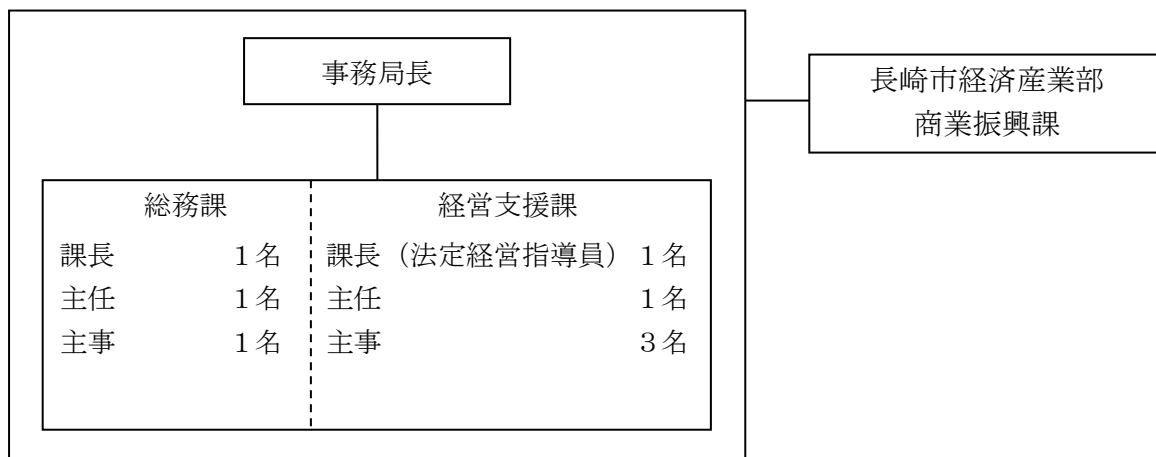
(別表2)

経営発達支援事業の実施体制

経営発達支援事業の実施体制

(令和6年4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当該経営指導員の氏名、連絡先

■氏名：浦山 努

■連絡先：長崎南商工会 TEL：095-892-0078

②当該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・見直しをする際に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

〒851-0403 長崎県長崎市布巻町8番地1

長崎南商工会 経営支援課

TEL：095-892-0078 / FAX：095-892-0120

E-mail：nagasakiiminami@shokokai-nagasaki.or.jp

②関係市町村

〒850-8685 長崎県長崎市魚の町4番1号 14階

長崎市 経済産業部 商業振興課

TEL：095-829-1150 / FAX：095-829-1151

E-mail：shogyo@city.nagasaki.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4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度
必要な資金の額	7,350	7,350	7,350	7,350	7,350
○専門家派遣費	300	300	300	300	300
○セミナー開催費	450	450	450	450	450
○物産展開催・参加費	3,500	3,500	3,500	3,500	3,500
○商談会参加費	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000
○広報活動事業費	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
○事業評価委員会等開催費	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、市補助金、県連補助金、全国連補助金 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