

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	小値賀町商工会（法人番号 5310005003508） 小値賀町（地方公共団体コード 423831）
実施期間	令和4年4月1日～令和9年3月31日
目標	①小規模事業者の経営力強化支援 ②地域経済の新陳代謝と事業継続のための事業承継及び創業を推進 ③島内関係機関との連携強化による観光の振興と交流人口の拡大 ④地域産品の販路開拓と農商工連携・6次産業化の推進
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 ①国が提供するビッグデータの活用 ②事業承継診断シートによるデータの活用 4. 需要動向調査に関すること ①小値賀町内の観光関連事業者に対しての「観光ニーズ調査」実施 ②物産展における来店者向けアンケート調査の実施、分析、提供 5. 経営状況の分析に関すること ①経営分析を行う事業者の発掘 ②経営分析の内容 6. 事業計画策定支援に関すること ①DX推進セミナー②事業計画策定個別相談会（創業予定者・事業承継者含む） 7. 事業計画策定後の実施支援に関すること ①定期的なフォローアップの実施 ②創業・事業承継フォローアップの実施 ③フォローアップ情報の共有 8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること ①展示会・商談会出展事業（BtoB）②販路拡大セミナーの開催 ③商談会出展後のフォロー支援 ④飲食店宿泊業等に対する販売促進支援 10. 経営指導員等の資質向上に関すること ①外部講習会等の積極的活用②OJT制度導入 ③職員間の定期会議の開催④データベース化
連絡先	小値賀町商工会 〒857-4701 長崎県北松浦郡小値賀町笛吹郷 1537 番地 54 TEL:0959-56-2323 / FAX: 0959-56-2275 メール ojika@shokokai-nagasaki.or.jp 小値賀町（産業振興課） 〒857-4701 長崎県北松浦郡小値賀町笛吹郷 2376 番地 TEL:0959-56-3111 / FAX:0959-56-4185 メール sangyo@town.ojika.jg.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>

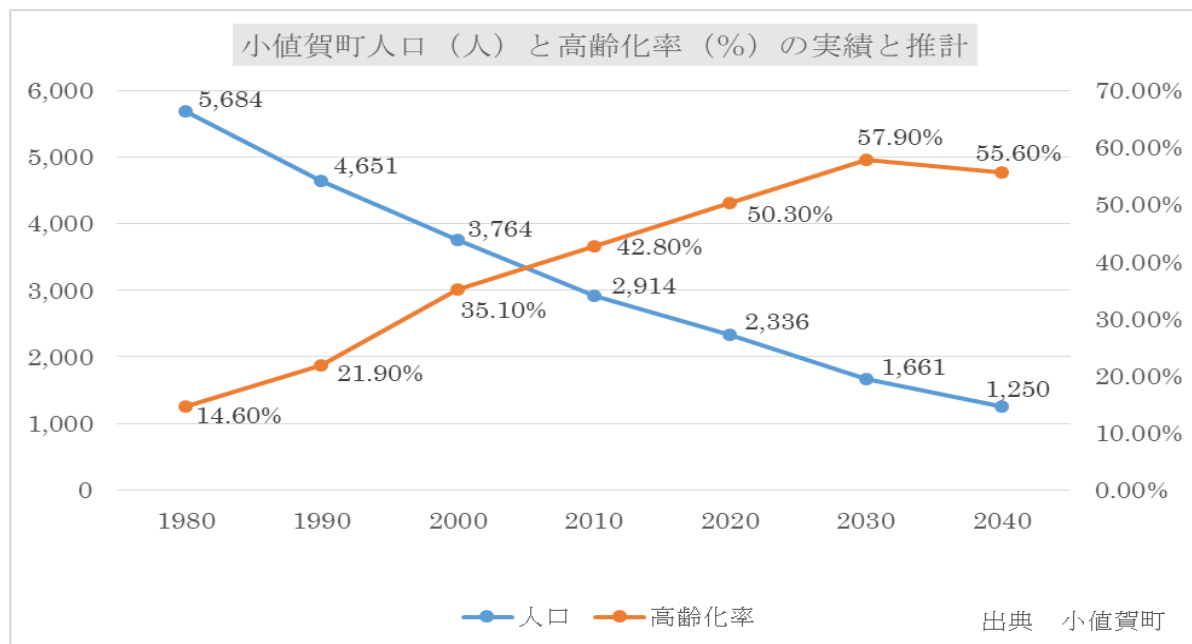
本商工会の管轄区域である小値賀町（おぢかちょう）は、長崎県の五島列島北部の小値賀島と周辺の島々を行政区域とする町で、北松浦郡に属し、五島列島の北、佐世保市の宇久島（旧北松浦郡宇久町）と新上五島町の間に位置し、小値賀島とその周辺に散在する大小 17 の島（小値賀火山群島）からなる。町の中心部は小値賀島の南部にある笛吹（ふえふき）地区で、この付近が最も人口が多くなっている。

<小値賀町の概況>

- ・人口 2,336 人 (R3. 1. 1)
(総務省：住民基本台帳に基づく人口、人口動態及び世帯数)
- ・面積 25.50k m²
(R3 年全国都道府県市区町村別面積調より)
- ・商工業者数 138 人 (R2 年商工会実態調査)
- ・小規模事業者数 127 人 (R2 年商工会実態調査)
- ・地場産業 農業・漁業
- ・地域資源 落花生、トマト、ブロッコリー、イサキ、タチウオなど
- ・歴史、観光 野崎島（世界遺産）、農林漁業体験民泊、古民家ステイ 等
- ・有人島 小値賀島、斑島、黒島、大島、納島、六島（むしま）、野崎島
- ・無人島 小黒島、宇々島、藪路木島、赤島など
- ・山 番岳(小値賀島、標高 104m)、本城岳(小値賀島、標高 111m)、二半岳(野崎島、標高 305m)

<人口推移> (小値賀町住民課データ・数値は年末時点)

総人口は 1980 年 (S55 年) 5,684 人から右肩下がりで減少し、2020 年 (R2 年) 2,336 人と推移しており、40 年間で 3,348 人減少 (▲58%) している。将来推計人口を見ると、2040 年 1,250 人となることが予測される。一方、高齢化率は、1980 年 14.6%から増加し 2000 年 35.1%、2010 年 42.8%、2020 年 50.3%、と推移しており、将来推計では 2040 年 55.6%となり、限界集落の発生が危惧される。



<地域産業>

(漁業)

漁業が町の中核産業であり、シイラ漬等の漁船漁業が営まれている。一方で、大切な水産資源を守り育てるため、漁業種類ごとに漁場や漁具、採捕サイズ等の各種自主規制や稚魚の放流、アワビの種苗生産、イカの人工産卵礁の設置、藻場の維持・回復への対策等、資源保全活動にも、従来から積極的に取り組んでいる地域である。

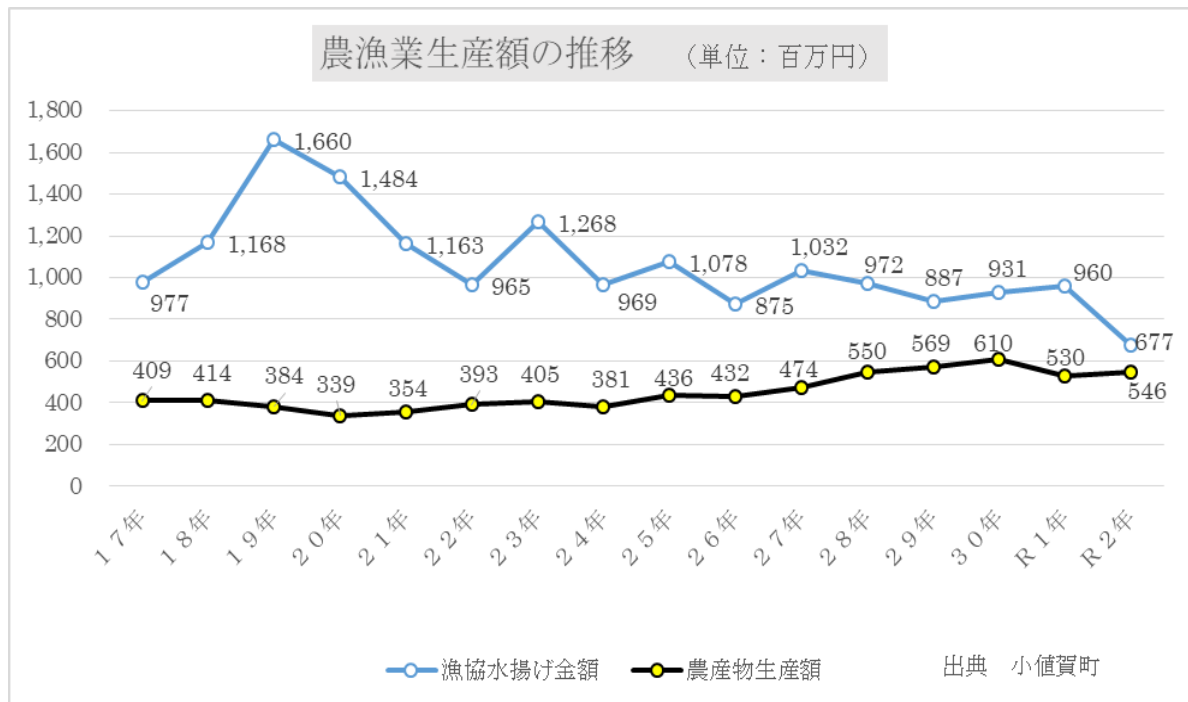
恵まれた漁場を利用して、ブリ、ヒラス、イサキ等の一本釣りを中心に、採貝藻、曳縄、延縄、刺網、また、漁協では、主要魚種である「イサキ」と「タチウオ」をブランド魚として、それぞれ東京豊洲市場、大阪市場へ出荷しており、共に評価が高く、魚価の安定による漁業所得の向上が図られている。しかし、近年の漁業を取り巻く環境は大変厳しく、資源の減少、藻場の衰退、魚価の低迷、燃油価格の高騰、漁業者の高齢化、後継者不足等、多くの問題に直面している。

R2年度の漁協水揚金額は544百万円（小値賀地域のみ）となった。漁業種類別に見ると「一本釣り」が全体の41%を占め、次いで「延縄（13%）」、「養殖（10%）」、「シイラ漬（12%）」、「大型定置網（7%）」、「タチウオ曳縄（9%）」となっており、これらの合計で92%を占めている。

(農業)

農業における環境は、地形がなだらかで河川の発達もなく、年間降雨量は県平均の約60%と極端に少なく、干ばつ時の被害により不安定な農業経営を強いられてきた。このような中、水源の適地として本島から3キロ離れ、高い山が存在し年間降雨量が多い野崎島に水源を求め、県営の野崎ダムがH15年に完成し、農業経営の基盤安定に寄与している。

農業品目については、肉用牛・水稻を基幹作物として、実エンドウ・メロンなどの施設野菜や、ブロッコリーなどの土地利用型作物の露地野菜が産地化されている。環境に配慮した資源循環型農業を目指して県営畑地帯総合整備事業により整備された堆肥製造施設により牛糞を利用した有機堆肥による土づくりを実践している。農産物の生産量は500百万円～550百万円前後で推移しており、H30年度は600百万円超の生産量を計上している。R2年度生産量を種類別に見ると肉用牛が全体の77.9%を占めている。次いで「えんどう（7.0%）」、「水稻（6.1%）」、「ブロッコリー（3.6%）」となっており、これらの合計で94.6%を占めている。



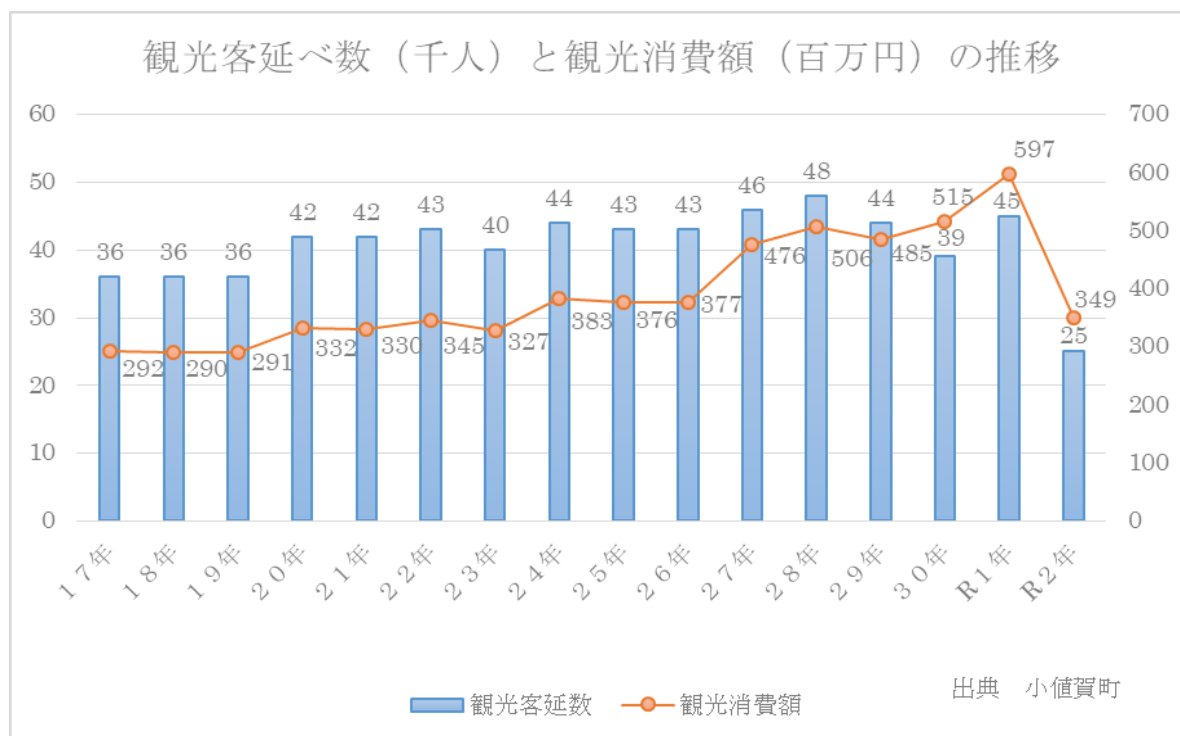
※グラフの標記は年度ではなく、暦年データを元に作成

（観光業）

観光業は、恵まれた自然を活かした体験と、農業・漁業等を舞台とした交流を通しての活性化を図る「体験型ツーリズム」をキーワードに事業を展開している。海を活用した観光は「ブルーツーリズム」、農業を活用した観光は「グリーンツーリズム」、自然体験は「エコツーリズム」と称されるが、当町ではこの全てが体験できる「島暮らし体験型観光（アイランドツーリズム）」として推進している。事業の推進のため観光窓口を一本化し、行政や住民が参画した「NPO法人おちかアイランドツーリズム協会」が、島全体のツーリズム事業を実践する組織として H19 年に誕生した。このNPO法人が行う各種体験事業と地元町民との交流の民泊事業は、自然に溢れ・人情味豊かで・おもてなしの島としてメディアなどに注目され、「オーライ！ニッポングランプリ（内閣総理大臣賞）」をはじめ、「JTB交流文化賞最優秀賞」、「西日本グリーンツーリズム大賞優秀賞」、「エコツーリズム大賞特別賞」を受賞するなど、地域活性化の切り札となっている。

また、本島の東に位置する野崎島は、自然を満喫できる癒しの島として、廃校となった校舎を改修した宿泊施設「野崎島自然学塾村」を中心に手付かずの大自然が人気を呼ぶとともに、2018年6月30日に長崎と天草地方の潜伏キリシタン関連遺産として登録を受けた、野崎島の集落跡（旧野首教会）の佇まいが魅力を集め、通年多くの観光客が訪れている。

新たな取組みとして、第一次産業と連携し、大人層をターゲットとした滞在型の島暮らし体験交流事業へ移行するための「古民家再生事業」を H21 年度から進めている。その核となる捕鯨や酒造業で栄えた旧藤松邸は、江戸時代に建設された貴重な古民家で、「地産地消古民家レストラン」として整備されている。あわせて町内に点在する10軒程度の古民家を中長期滞在交流型施設として整備することで、観光による交流人口拡大と地域基幹産業と連動した経済活性化並びに雇用の創出を柱とした地域再生として期待が高まる。



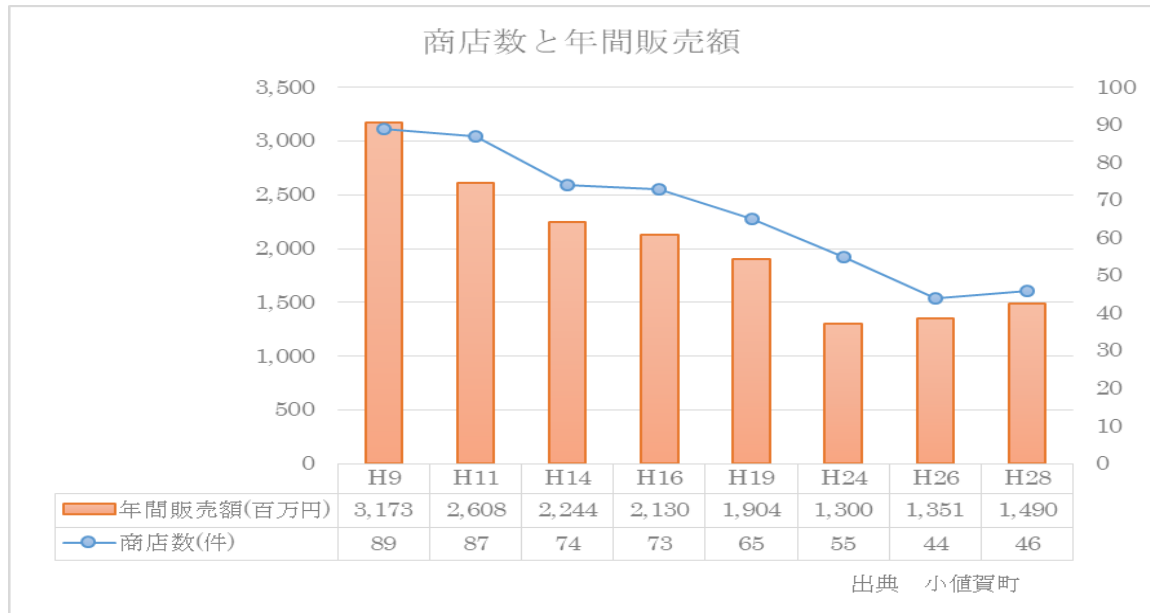
（観光関連業種・飲食サービス業）

H30年に野崎島が世界遺産に登録されたことで古民家ステイや民泊を中心に少しずつ観光客も増加傾向である。R3年度から始まった、小値賀町の国民健康保険診療所の工事が1年半行われる予定であり、島外の建設関連業者が長期宿泊をし、宿泊関連業は順調である。また、それに伴い、仕出し等の注文を受けている飲食サービス業にも相乗効果がでている。しかしながら、新型コロナウイルス感染症の影響により、観光関連、飲食サービス業は島外からの客数減少も受けており、現状維持を保つのが精いっぱいである。

（卸売・小売業）

卸小売業は、離島であることから大手スーパーやコンビニエンスストアもなく全体的に小規模な商店と個人スーパーが占めており、過疎化の進行や農業漁業の長期的な不振が町内の消費や設備投資を停滞させ、インターネットの普及により通信販売利用者が増加し、消費購買が島外へ流出している。

●商店数と年間販売額の推移（商業統計・経済センサス調査結果より）



直近 20 年間の推移を見ると、商店数 H9 年 89 件から H28 年 46 件に 43 件減少（▲48%）しており、年間販売額は H9 年 3,173 百万円から H28 年 1,490 百万円へ、1,683 百万円減少（▲53%）している。

●地元滞留率

- ・ 地元購買率推移：52.6%（H28 年）（H15 年の 65.2%と比較して▲12.6 ポイント）
- ・ 全商品平均買物先割合：小値賀町 52.8%、佐世保市 21.7%、通信販売 17.3%
- ・ 小値賀町住民の通信販売利用経験：有り 96.5%
- ・ 通信販売での購入率が高い商品・・・衣料品 74.6%、日用品 45.7%、化粧品 39.9%

（製造業・建設業）

製造業は、地元の農林水産物を使った食品製造業が多く、特にブランド魚「^{ちかき}値賀咲（イサキ）」を使った棒寿司や、ハガツオの生節など多くの加工品が作られている。技術力の高い小規模事業者であり、島外からの注文も多くなってきている。しかしながら、海水の温暖化などによる漁獲高の減少等もあり、原材料の確保が厳しく出荷額が減少してきている。農林水産業者の担い手が減少する中、食品製造業者の後継者不足問題も生じている。

建設業についても、小規模事業者が大半を占めており、上述したように、小値賀町の国民健康保険診療所の工事の下請工事などを地元の事業者は受けている。また、離島であることで、離島振興法による公共工事にも依存している状況である。

<業種別の商工業者数及び小規模事業者数の推移>

本町では、商工業者数、小規模事業者数ともに減少が続いている。R2 年においては小規模事業者数が商工業者数の 92%を占めており、地域経済にとって小規模事業者は重要な役割を担っている。

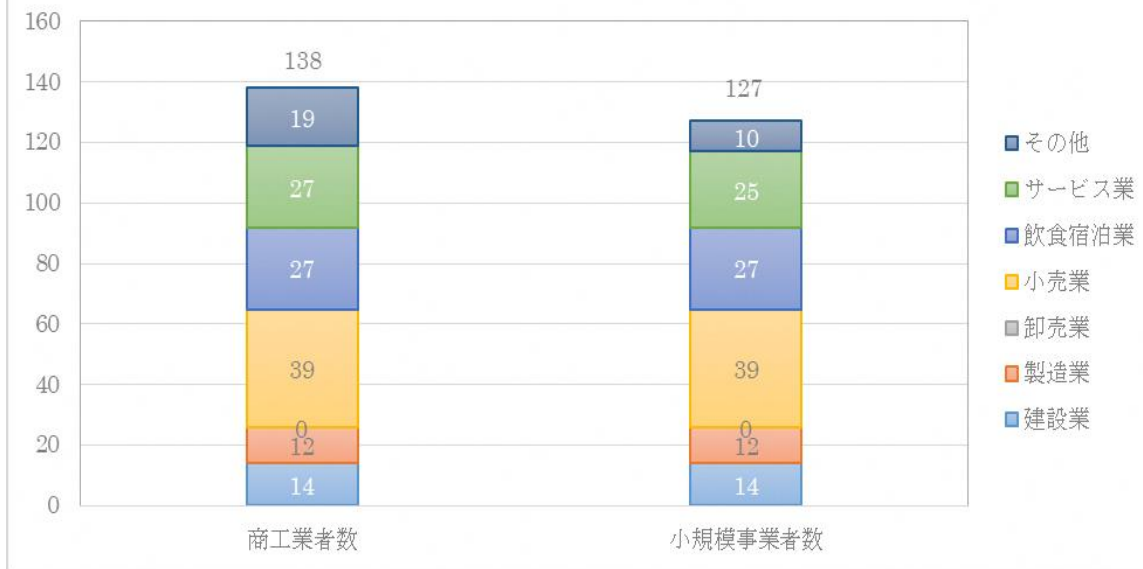
商工業者数の直近 10 年間の推移を見ると、「建設業」±0 件、製造業▲4 件、卸小売業▲7 件、飲食宿泊業+6 件、サービス業▲9 件、その他▲2 件となっており、総数では 16 件減少している。

小規模事業者数の直近 10 年間の推移を見ると、「建設業」+1 件、製造業▲4 件、卸小売業▲7 件、飲食宿泊業+6 件、サービス業▲7 件、その他▲9 件となっており、総数▲20 件減少している。

商工業者数・小規模事業者数 （単位：人）



商工業者数・小規模事業者数（業種別） （単位：人）
令和2年4月



令和2年商工会実態調査

		平成 23 年 4 月	平成 26 年 4 月	平成 29 年 4 月	令和 2 年 4 月
建設業		14	14	13	14
	小規模事業者	13	13	13	14
製造業		16	18	16	12
	小規模事業者	16	18	16	12
卸売業		1	1	0	0
	小規模事業者	1	1	0	0
小売業		45	43	41	39
	小規模事業者	45	43	41	39
飲食宿泊業		21	22	25	27
	小規模事業者	21	22	25	27
サービス業		36	36	31	27
	小規模事業者	32	32	31	25
その他		21	20	21	19
	小規模事業者	19	18	21	10
商工業者数		154	154	147	138
うち小規模事業者数		147	147	147	127

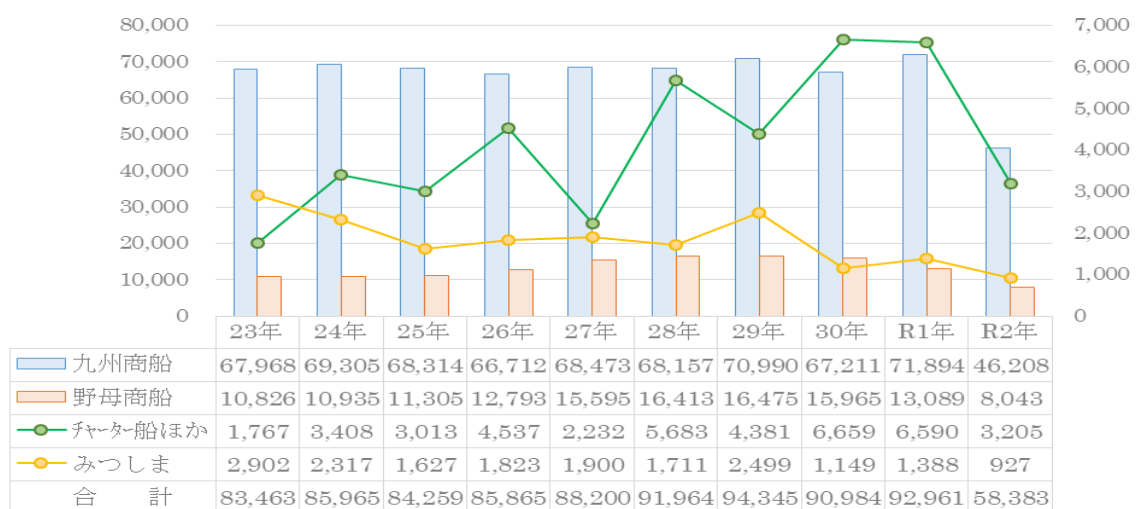
<交通アクセス>

小値賀町への来島手段は航路が主であり、緊急時に空路を利用するケースが慣例化されている。船舶別の利用者構成は、佐世保港を基点とする「九州商船（80%）」、次いで、博多港と五島列島を結ぶ「野母商船（18%）」となっている。その他、「上五島町有川港」や「宇久平港」からの来島者が2%という構成となっている。

「九州商船」は小値賀港・佐世保港・宇久平港間でフェリーと高速船を、1日2～3便運行させており、年間利用者数はR1年度71,894人をピークに、R2年度は46,208人となっている。一方、野母商船は博多港から夜行のフェリーを運航しており、H29年度16,475人をピークに、年々減少している。

またR1年度より新たな周遊観光ルートとして、小値賀～津和崎～有川ルートがスタートし、年間利用者数は1,640名となっている。（下記表の「チャーター船ほか」に含む）

航路別利用客数（乗降客）の推移（単位：人）



出典 小値賀町

＜第4次小値賀町総合計画・後期基本計画（R1年～R5年）の引用（商工・観光部分）＞

小値賀町では「第4次小値賀町総合計画（計画期間：H26年度～R5年度）（以下、「総合計画」という）を策定し、そのまちづくりの将来像である“美しい海のまち 生き生きとした産業のまち ふれあいとやすらぎのまち”を基本理念とした行政運営を行っている。

その実現に向けて、少子高齢化、過疎化が進む中で、小値賀町のまちづくりはますます厳しさを増していくことが予想されるため、町民一人ひとりが誇りと希望をもてるまちづくりを進めていく必要がある。

こうした本町の潮流を踏まえ、今後の新しいまちづくりの具体的方向性を示すものとしている。

分野	政策
3. 産業 ～活気と希望のまちづくり～	1. 農業の振興
	2. 水産業の振興
	<u>3. 商工業の振興</u>
	<u>4. 観光の振興</u>
	<u>5. 6次産業の振興</u>
	6. 漁港の整備
	7. 自然エネルギーの活用

政策	主要施策	施策の基本方針
3. 商工業の振興	地元商店の利用促進	商工会の機能強化を一層進め、商工業者の育成を図り、地産地消等の各種イベントを実施するなど、地元での購買及び消費拡大を促進する。 新たな特産品や地元食材を活用した料理の開発等をさらに推進し交流人口の増加による商工業の活性化を図る。さらに、高齢者等の買い物環境を整備し、人に優しい商店街を目指していく。
	空き店舗対策	町内産業の健全な発展及び設備投資等の円滑化を図り、魅力ある商店街の形成に取り組んでいく。
	商工業後継者対策及び新規起業支援	商工業は地域における生活に密着しているため、商工会等の関係団体と連携しながら事業継承や転廃業者との人材や技術を含めたマッチング、創業・事業拡大支援に取り組んでいく。
4. 観光の振興	観光客延数の増加	来訪者を迎えるにあたり、「暮らすように旅をする」をコンセプトに、ガイドの育成・研修のみならず、地域一体・住民一体となって、「住んでよし・訪れてよし」と実感できるような観光地域づくりをめざす。
5. 6次産業化の推進	特産品の開発と雇用創出	未利用・低利用の地域資源を掘り起し、町民の知恵と工夫による特産品づくりを推進することで、6次産業化による農水産業等の所得向上と雇用の創出を図る。

＜小値賀町地域産業活性化計画＞

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、地域の強みを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。

現在本会では、「小値賀町地域産業活性化計画」を策定し、小値賀町の特性を活用した中小

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・小値賀町・長崎県商工会連合会等が連携して支援を行っている。

※注力する分野と目標は次のとおり

注力する分野	小売業、飲食業、観光・宿泊業、食品製造業
成果目標	①商談会・展示会への積極的な参加による販路拡大 ②長崎と天草地方潜伏キリシタン関連遺産として世界遺産登録を契機に観光客への新たな食のメニュー提供や、交流人口拡大をめざす ③地域農水産品を活かした料理の提供や土産品の開発
目標項目	目標値
売上高前年比 3%以上	10社
うち売上高前年比 10%以上増加	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、関連する部分が大いいため記載している。

②課題

＜現状から読み取れる課題＞

○域内経済の活性化

商工業は食料品・日用雑貨品等の小売業、サービス業が主であり、経営規模が小規模かつ販路が町内に限られている。近年においては、過疎化の進行や農業、漁業の長期的不振が町内の消費や設備投資を停滞させており、商工業の経営に大きな影響を与えている。情報通信網の発達により、インターネットやカタログ販売等の普及が進み、通信販売利用者の増加に伴う購買流出が、域内小規模事業者の経営を圧迫している。

○域外市場開拓が不可欠

地域経済の底上げを長期的視野から進めていくためには、域内消費ばかりでなく、域外需要の開拓を図ることが不可欠であり、特産品の開発推進や観光産業との連携が必要であるのと同時に、地域資源（農水産物）を活用して、付加価値を創造（加工・製造）し、販売・流通する6次産業化の推進による雇用の創出も求められている。

○事業承継・創業支援による地域経済の持続化

少子高齢化・過疎化を背景とする人口減少、さらに基幹産業である農業・漁業の長期的不振が町内の小規模事業者に大きな影響を与え、後継者が残らない事業所が多くなっている。

そのため、地域内での円滑な事業承継や、地域の課題解決をできるような創業支援が必要不可欠となってきた。

＜これまでの商工会の現状と取り組み＞

小値賀町商工会は、小値賀町唯一の経済団体であり、県内でも小さな規模の商工会であるが、地道な巡回指導（年間640件）、窓口指導（年間797件）を通じて、コンパクトかつ密接に小規模事業者に寄り添った経営改善普及事業を行ってきた。

新型コロナウイルス感染症の影響下において事業者への各種給付金、助成金や金融機関の低利融資、実質無利子制度などの支援を実施し、事業者の経営を円滑にサポートしてきた。

これらに加えて、「地域あつての商工会」「会員あつての商工会」をスローガンに地域の振興発展に資することを目的に、以下の事業にも取り組んできた。

- ◇おっとり商品券事業（商品券発行事業）、おっとりシール事業（地域通貨発行事業）の実施
- ◇国内の商談会等への参加
- ◇買い物支援サービスの実施
- ◇観光、特産品振興事業

これまでも地域の小規模事業者に対してきめ細やかな支援を提供してきたが、今後の課題として、新型コロナウイルス感染症の影響後のことも踏まえ、経営発達支援計画に基づき、小規模事業者が持続的に事業を発展させていくための創業支援や事業計画策定及びフォローアップ支援などを、目標を定め注力することで、これまで以上に売上、利益等の増加に寄与していく必要がある。

また、同様に、多角化する相談業務に対応できる職員の資質向上を図る必要がある。

（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

これまで商工会は人口 2,300 人の離島という立地特性と少子高齢化・過疎化の進展を背景とする限界集落の発生が危惧される状況の下、町内の小規模事業者全体の中長期的な発展振興を目指してきた。小値賀町の現状、課題、町の総合計画を踏まえ、商工会の長期的な小規模事業者の振興のあり方として、今後は人口減少、高齢化による域内購買力低下が進展する中で、域内市場を対象とするだけでは小規模事業者の経営力向上は困難である。H30 年に世界遺産に登録されたキリスト教関連遺産の旧野首教会・舟森集落跡や豊富な農水産品（ピーナッツ、トマト、メロン、イサキ、タチウオ等）を活かした交流人口の受け入れや域外市場への販路拡大等を通じて外貨獲得をめざす。

②小値賀町の総合計画との連動性・整合性

小値賀町総合計画との連動性・整合性は以下のとおり

《商工業の振興》

○地元商店の利用促進

持続的発展に向けた事業計画の策定・実施を支援し、商業者の育成に取り組む。また、商品券や地域通貨発行事業を活用して、地元での購買及び消費拡大を促進していく。

○空き店舗対策

飲食・宿泊事業者を中心に事業計画策定支援や各種補助金申請支援を通して設備投資等の円滑化を図る。また、創業支援を通して創業希望者と空き店舗のマッチングに取り組んでいく。

○商工業後継者対策及び新規起業支援対策

行政と連携し、創業希望者や事業承継予定者の掘り起こしを行う。また、関係団体と連携しながら事業継承や転廃業者との人材や技術を含めたマッチング、創業・事業拡大支援に取り組む。

《観光の振興》

○観光客延数の増加

観光関連事業者の事業計画策定・実施を支援するとともに、飲食宿泊業・観光関連業者向けに需要開拓の支援を行い、交流人口と観光客延数の増加を図る。

《6次産業化の振興》

○特産品の開発と雇用創出

ブランド化された地域資源を活用し、特産品づくりを推進することに加え、新たな需要の開拓を支援し、小規模事業者の所得向上と雇用の創出を図っていく。

③小値賀町商工会としての役割

商工会は小値賀町および国・県等と、地元小規模事業者を結ぶパイプ役としての重要な責務と、農協・漁協・NPO法人おちかアイランドツーリズム協会等の各団体と緊密な連携を図り、地域全体の経済活性化を推進する役割を担ってきた。地域経済を支える小規模事業者は売上低迷や、後継者難等の様々な経営課題に直面しており、経営を持続的に行うための支援や施策が必要であり、商工会は事業計画策定・実施・フォローアップ等の伴走型支援を実施してきた。引き続き、商工会は多くの認定支援機関や中小企業支援機関の中核となり、小規模事業者への伴走型支援を実施していくとともに、事業者の商品の商品開発、販路開拓支援にいかすため、各種調査、分析を実施し、事業計画策定および実施支援、需要開拓の支援を行い、地域経済の落ち込みに歯止めをかける地域の支援機関のリーダーとしての役割を発揮していく。

(3) 経営発達支援事業の目標

本会は、前回の経営発達支援計画の結果と、上記の地域、各業界、市場の現状と強みや課題を踏まえ、地域への裨益をもたらすことを実現する。

①小規模事業者の経営力強化支援

- ・小規模事業者の各種経営データを分析し、経営資源の強み、弱みを把握したうえで事業計画の策定及び実施を支援し、生産性向上を目指す小規模事業者の増加を図る。
- ・経営革新や、経営力向上への取組や持続的な成長を目指す小規模事業者の増加を図る。

②地域経済の新陳代謝と事業継続のための事業承継及び創業を推進

- ・経営者の高齢化に伴い廃業者が多くなっている状況に対して、持続的な成長ができる事業承継の推進を図る。
- ・地域資源、地域の課題解決可能な事業を展開できる創業者の増加をめざす。

③島内関係機関との連携強化による観光の振興と交流人口の拡大

- ・小値賀町及びNPO法人おちかアイランドツーリズム協会、(一財)小値賀町担い手公社、農協、漁協、地域金融機関との連携を図りながら世界遺産などの地域資源を活用して、関連事業所の売上拡大とともに島内経済効果に繋がるよう支援していく。

④地域産品の販路開拓と農商工連携・6次産業化の推進

- ・ブランド化された農林水産物を活かして、農商工連携、6次産業化へつながるよう飲食、宿泊などの小規模事業者の売上増加を図る。

2. 経営発達支援事業の実地期間、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

目標の達成へ向けて、当経営発達支援事業における取組みは以下の方針により行う。

①小規模事業者の経営力強化支援

- ・小規模事業者に関わる地域経済動向調査、需要動向調査の分析結果を、個別相談時に提供し、事業者が経営環境を把握しながら、経営改善に前向きな意識を持ち、真摯に経営に取り組む姿勢を引き出す。
- ・前向きな事業者や支援強化対象を必要としている事業者に対して、専門家等と連携しながら、事業者ごとに経営分析を行い、経営資源の強み、弱みを整理し、事業計画策定に繋げる。
- ・作成した事業計画について、継続的にフォローアップ支援を行い、必要に応じて、各種法認定の経営革新や、経営力向上計画などへの取組みを行い、事業者にあった経営力強化支援へと繋げていく。

②地域経済の新陳代謝と事業継続のための事業承継及び創業を推進

- ・経営者の高齢化に伴い廃業者が多くなっている状況に対して、事業承継のニーズを事業者より発掘し、専門家を活用しながら、承継に関する課題解決に向けて支援していく。
- ・長崎県承継引継ぎ支援センターと連携した事業承継計画の策定支援を実施する。
- ・長崎県、小値賀町、長崎県商工会連合会と連携して、地域資源の活用や地域の課題解決につながる事業を創業しようとする者への支援を実施する。

③島内関係機関との連携強化による観光の振興と交流人口の拡大

- ・小値賀町及びNPO法人おちかアイランドツーリズム協会、(一財)小値賀町担い手公社、農協、漁協、地域金融機関との連携を図りながら観光ニーズ調査などの情報を入手し、事業者へ発信し、個社の事業計画策定に活用する。
- ・観光関連事業所の売上拡大に向け、新たな需要の開拓に関する支援、WEBやSNS等を活用した情報発信に関する支援を実施する。

④地域産品の販路開拓と農商工連携・6次産業化の推進

- ・商談会、物産展等への出展支援を通して、域外への販路開拓と売上増加に向けた支援を実施する。
- ・ブランド化された農林水産物を活かして、新たな特産品の開発や飲食・宿泊業者のメニュー開発を支援するとともに、WEBやSNS等を活用した情報発信支援を行う。

3. 地域の経済動向調査に関すること

(1) 現状と課題

[現状]

小規模事業者経済動向調査は、地域内の状況を把握するうえで重要であるため実施してきたが、様々な事業所調査等もあり、調査データが混在している状況であった。また、事業承継意志アンケートの調査も H29 年 6 月、7 月にかけて実施したが、それ以降は実施していない。

また、調査結果については、商工会の会報等での周知にとどまっており、管内小規模事業者へ広く提供することが出来ていなかった。

[課題]

これまで各種経済動向調査を実施しているものの、調査の趣旨が重複しているものも多く、分析をしても小規模事業者へ提供できる分析情報が混在する状況であった。また、小規模事業者がビッグデータ等を活用した専門的な分析が出来ていなかったため、改善した上で実施する。

(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	H P 掲載	—	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
②事業承継診断シートの収集・分析調査の公表回数	H P 掲載	—	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回

(3) 事業内容

①国が提供するビッグデータの活用

当地域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資源を集中投下し、効率的な経済活性化を目指すため、商工会職員等が地域経済の分析データ収集・整理された「RE S A S」（地域経済分析システム）を活用して地域の経済動向分析を行い、年 1 回公表する。

【分析手段・手法】

- ・「地域経済循環マップ・生産分析」
→地域内産業の構成割合や生産額（売上高）を分析→何で稼いでいるかを分析
- ・「まちづくりマップ・From - to 分析（滞在人口）」→人の動きを分析
- ・「産業構造マップ」→産業の現状を分析
- ・「観光マップ・目的地分析」→どこを目的としているかを分析
⇒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事業承継の診断シートによるデータの活用

経営者の高齢化が顕著であり、事業承継対策は地域経済の維持の観点から重要な取組みが必要である。事業承継引継ぎ支援センターが実施している事業承継診断シートを商工会職員が収集し、後継者問題を抱える事業者と、管内の事業承継の現状を把握し、幅広く事業者に対し、理解してもらうために、年 1 回公表する。

- ・実施時期 通年予定
- ・実施頻度 1 年に 1 回
- ・調査事業者数 小規模事業者数 50 社
- ・実施方法 事業承継診断シートを使い、商工会職員等の窓口相談・巡回時による聞き取り調査

- ・調査項目 後継者の有無、事業継続意志の有無、廃業後の店舗活用計画、現在直面している経営問題等
→後継者候補などの有無を確認し、現在の事業承継状況ニーズを収集し分析
⇒事業承継診断シートを総合的に分析し、事業承継計画など事業計画策定支援等に活用する。
集計結果については、事業承継にかかる事業計画策定支援の資料として活用するほか、創業予定者とのビジネスマッチングにも活用し、小規模事業者の維持に寄与していく。

(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。
- 商工会職員等が巡回指導を行う際の参考資料とするとともに事業計画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]

需要動向調査は、観光客を始めとする地域外顧客獲得(地域外資金獲得)のため「宿泊アンケート調査」及び「物産展における来店者向けアンケート調査」を実施予定としていたが、実施できたのが毎年ではなく、また、新型コロナウイルス感染症の影響もあり、物産展参加時の調査が実施できていないのが実情である。

[課題]

これまで実施しているものの、調査項目が不足しており、分析内容が不十分なため、改善した上で実施する。また、宿泊業だけにかたよっていたので、観光客の動向を把握するうえで、観光関連業として、飲食店、土産店やレンタカーなども追加対象として実施する。

(2) 目標

	現行	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度	R8 年度
①観光関連業支援者数	—	15 社	15 社	15 社	15 社	15 社
②物産展来店者アンケート事業者数	—	3 社	3 社	4 社	4 社	4 社

※観光関連業者 30 社のうち、隔年で 15 社ずつ調査を実施予定。

※物産展や商談会に参加する対象事業者は、現時点で 3 社。

(3) 事業内容

- ①小値賀町内の旅館、民宿に宿泊する観光客、飲食店、土産店、レンタカーを利用する観光客に対して「観光客ニーズ調査」を実施し、分析することで現状のサービス、商品を把握し、今後のハード及びソフト両面での改善に繋げることが出来る。また、事業計画の見直しや顧客の需要に応じた営業により売上、利益の確保に繋げていく。

「観光ニーズ調査」内容

- ・調査対象 観光関連事業者 30 社（目標数は上述のとおり）
- ・サンプル数 1 社あたり 20 人
- ・実施時期 8 月予定
- ・分析手段・方法 外部機関（アイランドツーリズム協会予定）に調査実施・回収委託
宿泊観光客、飲食店、土産店、レンタカーを利用する観光客を対象とした聞き取り調査を実施する。
- ・調査項目 (宿泊業)
宿泊先のサービス内容、料金設定、食事内容、不満・要望

- (飲食業)
価格、味、接客、清潔感、店舗選択理由、店舗の認知度、不満・要望
- (土産店)
価格、品揃え、味、接客、店舗選択理由、店舗の認知度、不満・要望
- (レンタカー)
価格、接客、店舗選択理由、店舗の認知度、不満・要望
- ・分析結果の活用 事業者ごとに、アンケートを集計・分析し、商工会職員等が当該事業者
フィードバックし、ブラッシュアップや、事業計画策定支援等に活用する。

②「物産展来店者アンケート調査」内容

物産展来場者（来店者）を対象にした販売商品についての聞き取り調査

- ・実施時期 物産展参加時・調査対象
- ・サンプル数 1社あたり20人 ※食品製造業者（目標は上述のとおり）
- ・分析手段・方法 出展商談会において自社のブース来場バイヤーへのヒアリングをして調査を実施する。
- ・調査項目 価格、量、味、見た目、パッケージ等を中心に外部専門家を交え調査票を策定し分析する。
- ・分析結果の活用 分析した結果については、出店事業者に情報提供するとともに商品のブラッシュアップや事業計画策定支援等に活用する。

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、税務支援、金融支援をはじめとして相談時には簡易分析を中心として実施してきた。また、専門家による個別相談時にも簡易分析をもとに強み、弱みなどの把握を行ってきたものの職員間の分析知識・ノウハウにはばらつきがあり、組織全体での情報共有に至っていない。

[課題]

簡易な経営分析を実施してきたことで、経営状況を確認することはできた。しかしながら、事業者の売上拡大、販路開拓などの経営改善につながる分析には至ってなかった。今後は、高度・専門的な知識のある専門家と連携し、経営上の課題を抽出するための分析を行い、事業者の財務状況、強み、弱みなどをしっかりと把握していく。また、同時に、職員の支援スキル向上へ繋げていく。

(2) 目標

	現行	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度	R8 年度
分析件数	52 件	40 件	40 件	40 件	40 件	40 件

※商工会職員1人あたり10件程度を想定。「3-2. 需要動向調査に関すること」の30社を含む。

※現行(R2年度)の数が目標値より多いのは、補助金申請時等に簡易的な経営分析を行う機会が多かったため、R4年度以降はより高度な経営分析を行っていく。

(3) 事業内容

①経営分析を行う事業者の発掘

小値賀町商工会が支援強化対象としている小売業、飲食業、観光・宿泊業、食品製造業を主として、以下の事業者より対象事業者の発掘を行う。

【対象者】巡回・窓口相談を通して経営意欲の高い事業者を選定

金融、税務など通常の経営改善普及事業の相談時に経営分析が必要と判断した事業者
事業承継等の対象となる経営者、後継者
各種補助金申請、各種法認定希望があった事業者

②経営分析の内容

支援強化事業者の中から発掘した小規模事業者に対して経営分析を実施する。

事業承継の相談者には、長崎県事業承継引継ぎ支援センターと連携し分析支援を行う。

【支援対象者】 各種相談時発掘された意欲的で販路拡大の可能性の高い事業者

商工会職員 1 人あたり年間 10 事業者、商工会職員 4 人で年間 40 件の経営分析をめざす。

【分析項目】 定量分析たる「財務分析」と、定性分析たる「SWOT分析」の双方を行う。

《定量分析（財務分析）》

財務諸表等をもとに収益性、安全性、損益分岐点と利益計画、成長性、売上高成長率、営業利益成長率を分析する。

《定性分析（SWOT分析）》

経営資源等を踏まえて、内部環境、外部環境等から強み、弱み、脅威、機会の分析を行う。

【分析手法】 《商工会職員による分析》

データをもとに、経済産業省の「ローカルベンチマーク」等のソフトを活用し、分析を行う。

《専門家による分析》

必要に応じて、高度で詳細な分析を専門家が行う。

（４）分析結果の活用

分析結果は、当該事業者にはフィードバックし、事業計画の策定等に活用し、商工会の共有フォルダへのデータ入力、カルテに記載することにより、情報共有を可能とする。データを内部共有することで、事業者への継続支援はもちろんのこと、小規模事業者支援を組織的に支援していく。また、専門家を活用することで相談対処方法などを検証し、職員の分析スキルの向上へ繋げる。

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、商工会では、各種補助金申請や、各種法認定や資金調達を主として、中小企業診断士等の各種専門家と連携しながら多くの事業計画策定支援を行ってきた。持続化補助金制度を含めて類似の補助金制度も浸透し、経営分析、事業計画策定に取り組む事業者が増えてきている。

〔課題〕

事業計画策定が浸透してきたが、経営そのものを見直すための計画策定の意義や重要性の理解が浸透していないため、補助金申請や法認定目的に偏ったものが多かった。地域の経済動向や経営状況分析、需要動向調査の結果を踏まえ、将来の需要を見据えた事業計画策定支援を行っていく。また、地域経済の持続可能な機能をなくさないように創業者の支援も同様に行っていく。

（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、「事業計画策定個別相談会（創業予定者含む）」等の実施を通じて、経営分析を行った事業者の 25%の事業計画策定をめざす。

併せて、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選定し、事業計画の策定に繋げていく。

また、経営力向上、経営革新、事業承継についても、地域においては重要な課題であり、積極的支援を実施していく。

事業計画策定前段階で、事業者に対して現在どのようなITツールやデジタル技術があるのかについて情報提供し、それも踏まえた経営戦略を立案していくために、DXセミナーを行い、小規模事業者の競争力優位・強化をめざす。

(3) 目標

	現行	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度	R8 年度
①DX推進セミナー	—	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
②事業計画策定個別相談会	—	4 回	4 回	4 回	4 回	4 回
事業計画策定件数	7 件	10 件	10 件	10 件	10 件	10 件
うち創業計画策定件数	—	2 件	2 件	2 件	2 件	2 件
うち事業承継計画策定件数	—	1 件	1 件	1 件	1 件	1 件

※経営分析を行った 40 事業者の 25%で計画を算出。(現行：13.4%)

※いずれの年度も、創業計画、事業承継計画を含む。

(4) 事業内容

①「DX推進セミナー・IT専門家派遣」の開催

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

【支援対象】

経営分析を行った事業者を対象とする。

(小値賀町商工会が支援強化対象としている小売業、飲食業、観光・宿泊業、食品製造業を重点に選定)

【募集方法】

- ・経営分析を行った事業者へ直接声を掛けて参加を促す
- ・HP等による周知
- ・巡回窓口相談を通じて参加者を呼び掛ける

【講師】DX推進の公的機関紹介による専門家又はDXに取組み成功した事例をもつ事業者

【回数】毎年1回

【カリキュラム】

- ・DX総論、DX関連技術の具体的活用事例、クラウド活用型顧客管理ツールの紹介
- ・SNSを活用した情報発信方法
- ・ECサイト・HPの利用方法、活用事例
- ・オンラインを使った会議・商談法
- ・SNS情報発信・EC利用・オンライン取引手法

【参加者数】経営分析を行った事業者の25%以上(10人以上)

②事業計画策定個別相談会の開催

経営分析を行った事業者を対象とした「事業計画策定個別相談会(創業予定者含む)」を開催し、中小企業診断士等の専門家と連携して事業計画策定支援を行う。

【支援対象】

経営分析を行った事業者を対象とする。

(小値賀町商工会が支援強化対象としている小売業、飲食業、観光・宿泊業、食品製造業を重点に選定)

【手段・手法】

- ・経営分析を行った事業者に分析結果をフィードバックする。

- ・地域経済動向調査の分析データを情報提供し、そのデータを活用し、地域のニーズ、問題解決にあった事業計画策定支援を行う。
- ・事業計画策定支援対象者においては、中小企業診断士等の専門家による個別指導を1事業者当たり3回程度行う。
- ・個別相談の際には、4名の商工会職員等が担当毎に同席し、相談会後の個別指導ができるようにし、職員間で情報共有を行う。
- ・専門家との連携を行うことで、精度の高い将来を見据えた事業計画策定を実現する。
- ・事業計画策定のデータについては、商工会の共有フォルダへのデータ保存し、カルテに記載することで、情報共有を可能とする。内部共有することで、事業者への継続支援はもちろんのこと、専門家も活用することで、相談対処方法などを検証し、組織的な支援と職員の支援力向上へ繋げる。
- ・創業予定者、事業承継予定者には、個別指導回数を増やして、担当職員だけでなく、商工会職員等総出での支援を行う。
- ・事業承継対象者には、必要に応じて、長崎県事業承継・引継ぎ支援センターと連携し、分析支援、承継計画策定支援を行う。

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]

これまで、商工会においては事業計画策定後のフォローアップについて、事業者との面談を通じて一定の実施支援ができています。しかしながら、定期的なフォローアップ支援については、事業者により頻度や関与度にばらつきがあるのが現状である。

[課題]

フォローアップを実施しているものの、事業者ごとに関与や頻度が違うので、事業者ごとの売上・利益目標の達成度に差異が生じている。そのため、事業計画策定を行ったすべての事業者に、フォローアップの定期面談とフォローアップ手法の定型化を改善していくことで継続支援の実施をしていく。

(2) 支援に対する考え方

事業計画を策定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、フォローアップ頻度を設定する。

(3) 目標

	現行	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度	R8 年度
フォローアップ 対象事業者数 (創業・事業承継含む)	—	10 社	10 社	10 社	10 社	10 社
フォローアップ延回数 (創業・事業承継含む)	—	40 回	40 回	40 回	40 回	40 回
売上 3%以上増加事業者数	—	4 社	4 社	4 社	4 社	4 社
売上 10%以上増加事業者数	—	2 社	2 社	2 社	2 社	2 社

※売上 3%以上増加事業者数は、対象事業者数 10 社の 40%目標

売上 10%以上増加事業者数は、対象事業者数 10 社の 20%目標

(4) 事業内容

① 定期的なフォローアップの実施

事業計画策定後は3カ月に一度巡回訪問等により進捗状況や新たな課題などのヒアリングを行い、小規模事業者の意欲を継続させるとともに、計画とのギャップが生じていれば現況分析を行い、課題を明確にし、解決に向けた軌道修正を行う。進捗状況により、事業者へのフォローアップ頻度を設定する。年間1社あたり平均4回程度を想定する。必要に応じて、専門家と連携し計画の達成へ向けたフォローを継続していく。

② 創業・事業承継フォローアップの実施

創業間もない事業者は、計画実行管理がスムーズにいかないことを想定し、創業後間もない時期のフォローアップ頻度を高めていく。また、事業承継者へのフォローアップも後継者への育成も踏まえて、経営における税務、財務の基礎知識を習得できるように支援をしていく。

必要に応じて、専門家と連携し計画の達成へ向けたフォローを継続していく。1～3カ月に一度のフォローアップを段階的に実施。

③ フォローアップ情報の共有

フォローアップした支援内容については、商工会の共有フォルダへのデータ保存し、カルテに記載することで、情報共有をする。また、内部共有することで、事業者への継続支援はもちろんのこと、職員間で、相談対処方法などを検証し、組織的な支援が実現し、ペアで巡回するなど組織横断的なフォローアップを行うことで職員の支援力向上へ繋げる。

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]

これまで、各種商談会への出展支援を行ってきた。出展の際には、FCPシートの効果的な策定支援、専門家と連携した事前・事後支援も行いワンストップの支援で初めから終わりまでの支援体制が根付いてきている。

しかしながら、地域内の小規模事業者は離島地区であることから、インターネット、SNSへの関心は高く、普及率は高いが、ITを活用した販路開拓等のDXに向けた取組がすすんでおらず、域外の幅広い需要を取り込めていない状況である。

[課題]

商談会等への参加が根付いてきてはいるが、事業者の思い込みによる商品開発やブラッシュアップが多く、商談会を含めて販路先の需要動向調査が実施できていないため、成約件数、成約額が思うように実績として効果が出ていない状況である。

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、支援対象者に認識してもらい、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

商工会が自前で商談会を開催するのは困難であり、小規模事業者が単独で行うのも実現性が非常に低い。そのため、首都圏や都市圏向けに販路をもつバイヤーなど参加する商談会への出展を継続していき成約を目指す。出展にあたっては、商工会職員が事前・事後の出展支援を行うとともに、出展期間中には、陳列、接客など、きめ細かな伴走支援を行う。また、世界遺産関連の観光客など、今後も大幅に見込まれるので、観光関連業者、飲食業者に対して、おもてなしをできる魅力ある店舗、サービス提供へ取り組むことができるように、個社支援を実施していく。

また、DXに向けた取組として、データに基づく顧客管理や販売促進、SNS情報発信、ECサイトの利用等、IT活用による営業・販路開拓に資するセミナー開催や相談対応を行い、理解度を高めたいうえで、導入にあたっては必要に応じてIT専門家派遣等を実施し、事業者の段階にあった支援を行う。

(3) 目標

	現行	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度	R8 年度
①「魅力発信！ながさき商談会」出展事業者数	2 社	2 社	2 社	3 社	3 社	4 社
売上額／社	—	10 万円	10 万円	10 万円	10 万円	10 万円
成約件数／社	—	2 社	2 社	3 社	3 社	3 社
②販路拡大セミナー	—	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
SNS・HP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%
③商談会出展後フォロー支援相談会	—	2 回	2 回	2 回	2 回	2 回
商品ブラッシュアップ支援	—	2 社	2 社	3 社	3 社	3 社
ECサイト活用事業者	—	1 社	1 社	1 社	1 社	1 社
④飲食店宿泊業等観光関連業に対する販売促進相談会	—	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
SNS・HP活用事業者数	—	2 社	2 社	2 社	2 社	2 社

(4) 事業内容

①展示会・商談会出展事業（BtoB）

- ・首都圏や都市圏に通じたバイヤーが参加する「魅力発信！ながさき商談会」において、事業計画を策定した事業者を出展させ、新たな需要の開拓を支援する。

【支援対象者】

事業計画を策定した、食品製造業者より選定

【支援の手段・手法】

長崎県商工会連合会主催の「魅力発信！ながさき商談会」に、参加させるだけでなく、商談会でのプレゼンテーションが効果的になるよう事前研修を行うとともに、事後には、名刺交換した商談相手へのアプローチ支援など、商談成立に向けた実効性のある支援を行う。

【参考】「魅力発信！ながさき商談会」は、年に1回10月ごろに、2日間にわたり、県内の食品製造業者が約100社参加し、全国から招聘されたバイヤーなど約100人近いバイヤーが参加する商談会。

②販路拡大セミナーの開催（商談会事前指導含む）

- ・商談会を成功に導くために、商談会前に販売促進の専門家によるセミナーを開催する。
- ・商談会前準備や商談会後のフォローの重要性を認識させ、出展者の商談ノウハウやプレゼンテーション手法の習得、模擬商談による実践能力の向上を図り、商談成立に向けた実効性のある支援を行う。
- ・商談成立へ向けて、FCPシート等では不足する情報を発信し、宣伝効果を高めるために、DXの観点を取り入れ、SNSやHPを活用した商談対策の支援を行う。
- ・商談会に出展する事業者はもちろんであるが、それ以外の、経営分析を行い、事業計画を策定した事業者にも、販路拡大についての知識習得として受講を促す。

【支援対象者】

①の支援を受ける事業者および販路拡大や商談ノウハウ習得を求める小規模事業者、経営分析を行った事業者、事業計画を策定した事業者

【支援手段・方法】

- ・商談会出展者へ直接声を掛けて参加を促す
- ・HP等による周知や直接声を掛けて参加を促す
- ・巡回窓口相談を通じて参加者を呼び掛ける

③商談会出展後のフォロー支援

商談会出展後の支援として個別相談会を開催する。商談会時に実施した需要動向調査の分析結果を反映した商品のブラッシュアップや販売方法改善アップなどの支援を相談会で行う。改善にあたっては、専門家と結果を分析し、改善した企画をたて、持続化補助金などを活用として、リメイクを支援していく。また、必要に応じて、農商工連携や、6次産業化を活用して事業者の自立的な販路拡大へつなげる。

DXに向けての取組として、IT活用による営業法、ECサイトなどの利用も提供しながらフォロー支援を行っていく。

【支援対象者】

商談会出展事業者および商品開発や商品の改良を考えている商談会出展事業者

【支援手段・方法】

- ・商談会後、出展者へ直接声を掛けて申込みを促す
- ・巡回窓口相談を通して申込者を募る（随時募集、随時開催）

④飲食店宿泊業等に対する販売促進支援

新型コロナウイルスの影響で打撃を受けている飲食店、宿泊業等の観光関連業に対し、コロナ下においても、既存事業の紹介などができる支援をしていく。その一つとして、DXに向けた取組も必要不可欠であるので、DXに向けて取組みやすい、SNSやHPを活用し、宣伝効果を向上させるための支援を行う。またHP作成やSNS活用したPRのための個別相談も行い、必要に応じてITの専門家も活用していく。アフターコロナを見据えて、持続化補助金などの支援制度の活用、事業計画の策定を促しながら事業者の販売促進支援へつなげる。

【支援対象者】

小値賀町商工会が支援強化対象としている事業者のうち、飲食業、観光・宿泊業、食品製造業

【支援手段・方法】

巡回窓口相談を通して、観光客ニーズ調査やその結果を提供する中で、DXに向けた取組みも踏まえて、お店のHP作成やSNSを活用したPRが必要な事業者を選定し、個別相談を実施する。支援においては専門家等と連携しながら個別に課題解決を図っていく。

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〕

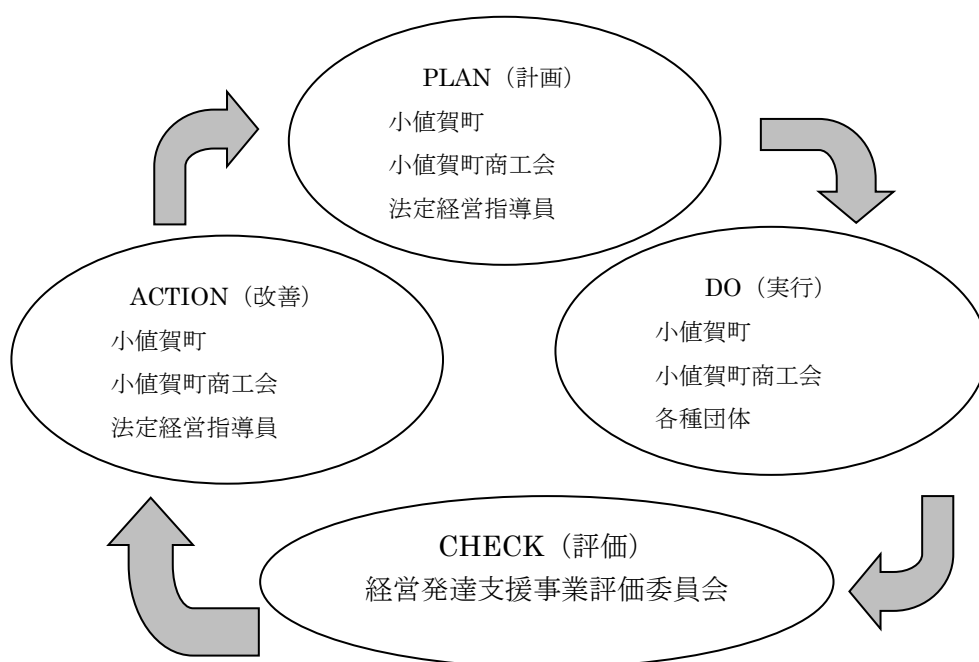
小値賀町商工会正副会長、小値賀町産業振興課、外部有識者（中小企業診断士）などにより構成する「小値賀町商工会経営発達支援計画評価委員会」を年に1回開催し、事業の実施状況及び計画として掲げている目標の達成度等の成果について商工会の会報等で報告を行うとともに、事業の評価・見直し案を提示し、次年度の計画に取り組んでいる。

[課題]

年に1度委員会を開催し、評価見直しを行っているものの、委員会の開催時期がずれたり、翌年度始まってからの開催になったり、事業内容に踏み込んだ十分な議論を交わすことができず、評価内容が定量評価にかたより単調になってしまい、事業内容も評価を盛り込むことが実現できていなかった。今後は、理事会に併設し、本会の事業計画に十分盛り込むことができる体制を構築していく。

(2) 事業内容

- 本会の理事会と併設して、小値賀町商工会正副会長、小値賀町産業振興課、法定経営指導員、外部有識者として中小企業診断士・税理士・行政書士等の専門家、十八親和銀行小値賀支店支店長等をメンバーとする「事業評価委員会」を年1回開催し、経営発達支援事業の進捗状況等について評価を行う。
外部有識者は、中小企業診断士等の地域の現状を把握している、第三者目線で有効な評価をしていただける専門家を1名以上選定する。
- 当該委員会の評価結果は、本会理事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、会員が一堂に解する商工会の通常総会やHP及び会報へ掲載（年2回）することで、地域の小規模事業者等が常に関覧可能な状態とする。



10. 経営指導員等の資質向上に関すること

(1) 現状と課題

[現状]

長崎県商工会連合会が主催する研修、中小企業基盤整備機構による中小企業大学校研修での研修、国や県などの行政が実施する研修、税務関係など関係団体が実施する各研修に参加し商工会職員会議で支援ノウハウの共有をはかり資質向上に努めてきた。現在、長崎県においては、R1 年度から経営指導員、経営支援員の職種統合が行われて、「商工会職員」と名称も変更された。本商工会では、職員全員が、経営発達支援業務に少しずつではあるが、関わる度合いが毎年増加している。

【課題】

各種研修会への参加および職員会議で支援ノウハウの共有化に取り組んでいるが、従前からのさまざまな分野の相談支援に加え、専門性の高い高度なスキルが求められてきている。そのため、それぞれの職員に必要な専門的テーマに特化した研修の受講や、ノウハウを共有する仕組みを再考する必要がある。

(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】

商工会職員の支援能力の向上のため、国・県・長崎県商工会連合会等が実施する外部講習会や、WEBでの研修などこれまで同様に、これまで同様に積極的に開催し、支援能力の向上を図る。特に、創業、事業承継、地域資源を活用した農商工連携・6次産業化、事業継続力強化、DXに向けた支援、各種施策の支援能力向上のための知識習得に取り組む。

【DX推進に向けたセミナー】

地域の事業者のDX推進への対応にあたっては、商工会職員の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、下記のようなDX推進取組に係る相談・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) その他取組

オンライン経営指導の方法等

ア)～ウ)の内容を順次習得していく

②OJT制度の導入

支援経験の豊富な商工会職員と支援経験の浅い商工会職員とが、支援案件に応じて、コンビを組成し、巡回指導や窓口相談の機会を活用したOJTを積極的に実施し、組織全体としての支援能力の向上を図る。

③職員間の定期会議の開催

商工会職員研修会等へ出席した商工会職員が順番で講師を務め、IT等の活用方法や具体的なツール等についての紹介、経営支援の基礎から話の引出し術に至るまで、定期的な会議（毎週開催）を開催し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

個々の商工会職員が担当している支援情報を、商工会基幹システムや共有フォルダの支援リスト管理表にデータ入力を適時・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、担当外の職員でも事業者にたいして切れ目のない支援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組織内で共有することで支援能力の向上を図る。

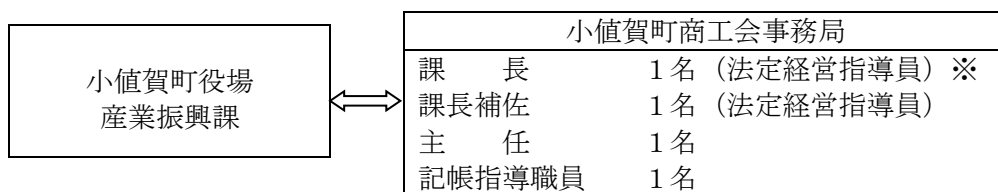
(別表2)

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3年10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）



※課長は宇久町商工会との兼務

- (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：松尾 孝 / 村田 めぐみ

■連絡先：小値賀町商工会 TEL:0959-56-2323

②当該経営指導員による情報の提供及び助言（手段、頻度等）

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。

当地域は長崎県の五島列島最西端に位置している。本計画に記載の経営指導員（松尾孝）は、小値賀町商工会の課長と宇久町商工会の課長を兼務しているため、小値賀町商工会に週3回、宇久町商工会に週2回目安で勤務をしている。通常の実務業務について軽微なものは不在時には電子決裁で対応している。

経営発達支援事業については、課長が計画の作成から実施段階に至るまで、実施状況を定量的指標により把握し、詳細に実行管理する責任者として深く関与している。

一方で、課長が常に勤務している状況にないため、地域内の小規模事業者へ切れ目のない支援を実現するためには、常勤している職員による具体的な取組の企画・実行や目標の達成に向けた進捗管理等を行うことが不可欠である。

上記の理由から、より効果的な経営発達支援事業を実施するために当計画の法定経営指導員については、課長と常勤職員の2名の配置を行う。

(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

〒857-4701

長崎県北松浦郡小値賀町笛吹郷 1537 番地 54

小値賀町商工会 経営支援課

TEL:0959-56-2323 / FAX: 0959-56-2755

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

②関係市町村

〒857-4701

長崎県北松浦郡小値賀町笛吹郷 2376 番地 1

小値賀町役場 産業振興課

TEL:0959-56-3111 / FAX:0959-56-4185

E-mail : sangyo@town.ojika.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	1,050	1,050	1,200	1,200	1,250
○専門家派遣費	200	200	250	250	300
○協議会運営費	50	50	50	50	50
○講習会開催費	200	200	200	200	200
○チラシ作成費	100	100	100	100	100
○調査・分析費	300	300	350	350	350
○商談会等出展費	200	200	250	250	250

(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、受託料収入、国補助金、長崎県補助金、小値賀町補助金

(備考) 調達方法については、想定される調達方法を記載すること。

(別表 4)

経営発達支援計画を共同して作成する商工会又は商工会議所及び関係市町村以外の者を連携して経営発達支援事業を実施する者とする場合の連携に関する事項

連携して事業を実施する者の氏名又は名称及び住所 並びに法人にあっては、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