

第182号 令和5年度長崎市一般会計補正予算(第11号)

目次

【ページ】

7款1項2目 商工振興費

《歳出補正》

1 商店街等にぎわい創出支援費補助金	2 ~ 8
2 SNS等活用支援費	9 ~ 16
3 成長分野重点化補助金	17 ~ 26
4 長崎お土産開発支援費補助金	27 ~ 32

商 工 部  
令和5年12月

予算説明書					事業名	補正額
ページ	款	項	目	番号		
50～51	7 商工費	1 商工費	2 商工振興費	1-1	商店街等にぎわい創出支援費 補助金(繁盛店創出)	5,000 千円

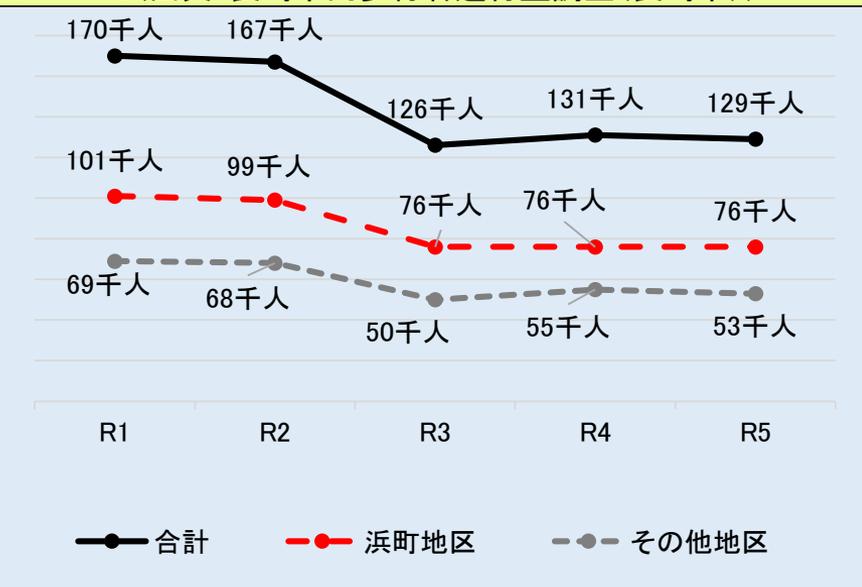
## 1 現状(と課題)

商店街は、地域住民の買物を支える商業機能を担っており、地域コミュニティの場でもあることから、地域のにぎわい創出・地域活性化の重要な役割を果たしている。

しかし、人口減少に伴う需要の縮小に加え、オンラインへの買い物手段の変容等により、商店街への来街者は減少(参考1)していることなどから、商店街をとりまく環境は厳しさを増しており、地域コミュニティ機能の低下も懸念される。

また、西九州新幹線や長崎スタジアムシティの開業などのまちの変革による交流人口の拡大が見込める中、商店街においても集客力が高い店舗が少ないなどの商店街が抱える問題(参考2)を解決するチャンスととらえているが、物価高騰の影響が長期に続いているため取組みを実施しづらい状況である。

(参考1)直近5年間の長崎市内歩行者通行量(休日)  
について(出典:長崎市内歩行者通行量調査(長崎市))



(参考2)商店街の抱える問題(複数回答3つまで)  
(出典:令和3年度商店街実態調査報告書(中小企業庁))

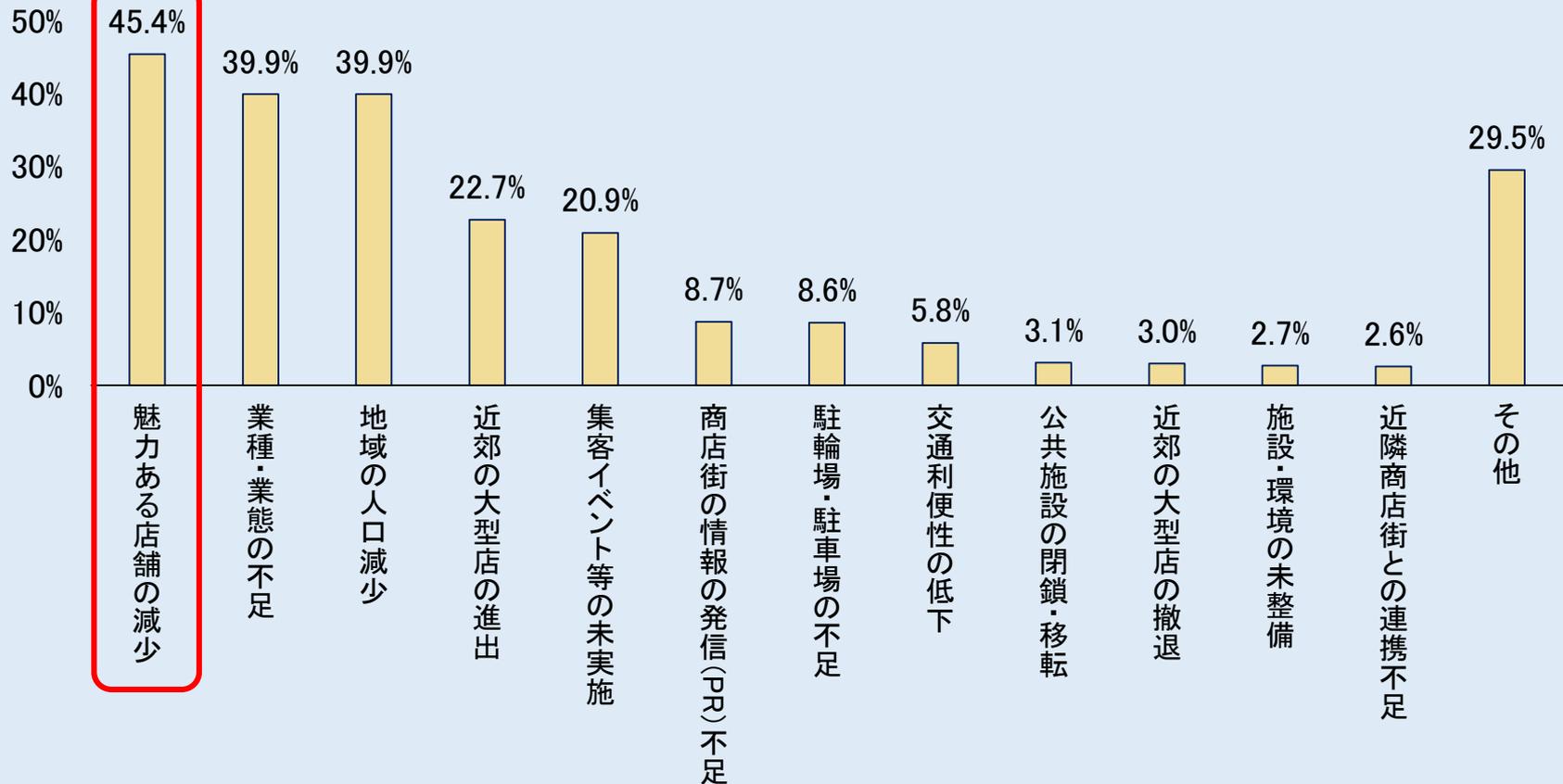


## 2 対応方針

地域の方に商店街に来ていただくことや、西九州新幹線や長崎スタジアムシティの開業などのまちの変革によって拡大が見込まれる交流人口を商店街へ誘導するきっかけとなるような繁盛店を生み出し、商店街等のにぎわいを創出するために、商店街等内にある既存店舗の集客力向上のための商品・サービス・販売方法の改善事業等に対して支援を行う。

### (参考3) 商店街への来街者減少の要因

(出典: 令和3年度商店街実態調査報告書(中小企業庁))



### 3 事業概要

## 商店街等繁盛店創出事業費補助金 5,000千円

### ア 補助対象事業

商店街等のにぎわい創出に繋がり、店舗の集客力を向上するための商品・サービス・販売方法の改善事業等（新商品・新サービスの開発、テイクアウト販売の導入、商品構成の見直し・変更等）及び、商品・サービス・販売方法の改善と併せて実施する店舗改装、店内レイアウトの変更、広告宣伝、DX活用等の事業。ただし、長崎県よろず支援拠点等の支援機関から商品・サービス・販売法の改善等に係る経営支援を受け、集客力向上が見込まれる事業に限る。

### イ 補助対象者

長崎市内の商店街等内にあり、商店街等の組織に加入している小売業、飲食サービス業又は生活関連サービス業を営む店舗

### ウ 補助率

補助対象経費の2分の1

### エ 補助限度額

1事業者あたり500千円 × 10件

### オ 補助対象経費

需用費、役務費、委託料、工事請負費

### ◆全国のよろず支援拠点の集客力向上の改善事例◆

《業種》お土産小売店

《取組み》顧客ターゲットを新たに設定し直し、「ごはんに合う」や「ウイスキーのお供」など関連する商品をカテゴライズして販売

《成果》地域住民、観光客いずれも反響が大きく売上6.4倍

《よろず支援拠点支援》顧客ターゲットの提案、販売方法や売り場づくりの提案

《必要経費》販売スペースの改修費、カテゴリーごとのラベルやのぼりの作成費、広告宣伝費

《業種》カフェ

《取組み》SNSに投稿したくなるスイーツの開発を目指し、人気チーズケーキ店とコラボして、おしゃれなクッキーサンドを開発。発売開始前に県内インスタグラマーによる同時VIP試食会を実施し、15万人のインスタグラム利用者が閲覧。

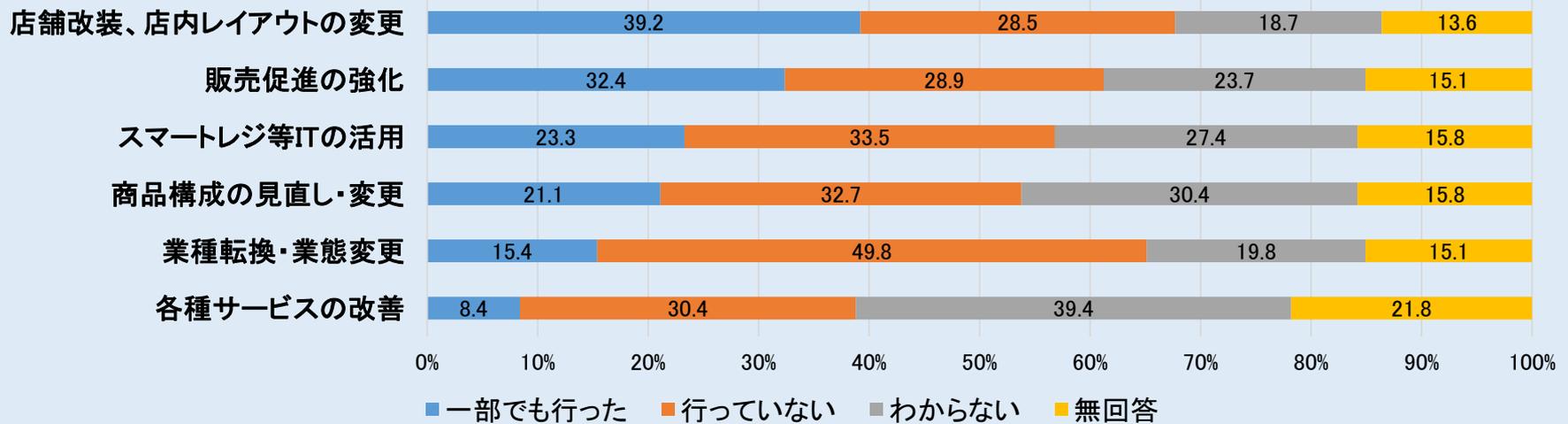
《成果》発売開始5分で完売。発売4か月で2万個販売。

《よろず支援拠点支援》SNS運用方法レクチャー、若い世代へ訴求力がある商品開発の提案、SNSの周知方法の提案

《必要経費》インフルエンサーによるSNS広告費用、コラボ店への商品開発委託料

(参考4) 商店街における個店の改善策・活性化策について

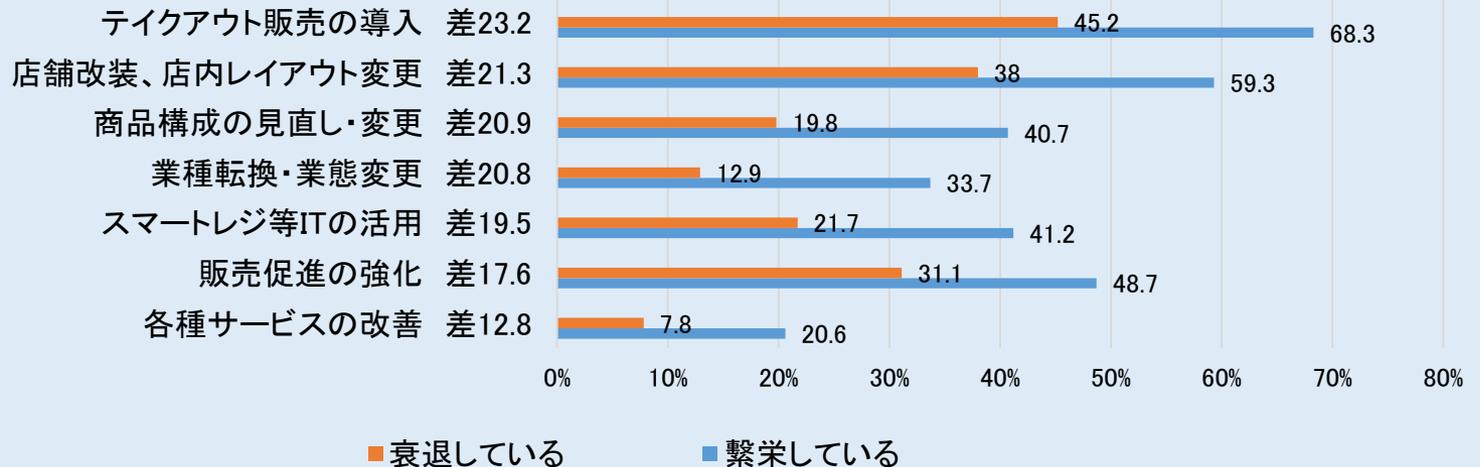
(出典: 令和3年度商店街実態調査報告書(中小企業庁))



(参考5) 商店街の個店の改善・活性化策と商店街の景況との関係

〈改善・活性化策を一部でも行った商店街の対策別の割合〉

(出典: 令和3年度商店街実態調査報告書(中小企業庁))



#### 4 スケジュール

	R6.1～R6.3	R6.4～R6.12	R7.1～R7.2	R7.3
事業募集	→			
支援機関への 相談	→			
事業実施		→		
事業報告				→

#### 5 財源内訳

区分	事業費	財源内訳				
		国庫支出金	県支出金	地方債	その他	一般財源
補正前の額	千円 27,984	※1 千円 25,000	千円 -	千円 -	千円 -	千円 2,984
補正額	千円 5,000	※2 千円 5,000	千円 -	千円 -	千円 -	千円 -
補正後の額	千円 32,984	千円 30,000	千円 -	千円 -	千円 -	千円 2,984

※1 新型コロナウイルス感染症対応地方創生臨時交付金(単独)(補助率10/10)

※2 物価高騰対応重点支援地方創生臨時交付金(補助率10/10)

## 6 繰越明許費 予算説明書

### 7款 商工費 1項 商工費 2目 商工振興費

#### (1) 財源内訳

事業名	金額		財源内訳				
			国庫 支出金	県支 出金	地方債	その他	一般財源
商店街等にぎ わい創出支援 費補助金(繁 盛店創出)	補正後予算額	千円 5,000	千円 5,000	千円 -	千円 -	千円 -	千円 -
	支出予定額	-	-	-	-	-	-
	繰越明許額	千円 5,000	千円 5,000	-	-	-	-

#### (2) 繰越の理由

補助事業者が行う店舗の集客力を向上するための商品・サービスの改善事業等が年度内に完了しない見込みであるため。

## 7 参考：商店街の魅力向上に向けた支援状況

	商店街向け支援	事業者向け支援 (商店街振興に寄与するもの)		
事業区分	これまでの支援「商店街等にぎわい創出支援事業」 【(ソフト)体制強化・計画策定・イベント等、(ハード)施設整備】	令和5年度～		
		【6月補正】空き店舗活用 にぎわい創出事業	【12月補正】商店街 等繁盛店創出事業	
主な 事業 内容	<ul style="list-style-type: none"> <li>・商店街の体制強化</li> <li>・商店街活性化プラン策定</li> <li>・商店街にぎわい創出(商店街の店主等が講師となる「まちゼミ」開催等)</li> <li>・新たなにぎわい創出(地域を巻き込んだイベント等)</li> <li>・商店街共同施設等整備(アーケード改修、Wi-Fi整備等)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・商店街が行う空き店舗対策(賑わいの場の整備等)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・事業者が商店街に加入して行う、商店街内の空き店舗への出店</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・商店街の会員事業者が行う店舗の集客力向上のための商品・サービス・販売方法の改善等</li> </ul>
				

予算説明書					事業名	補正額
ページ	款	項	目	番号		
50～51	7 商工費	1 商工費	2 商工振興費	1-2	SNS等活用支援費	15,249 千円

## 1 現状(と課題)

原油価格・物価高騰等により事業者は深刻なコスト増加に直面している。コスト増加の対応として、販売価格への転嫁、原材料や仕入れ商品の見直し等があるが、これだけでは販売価格の上昇や品質低下による購入者の減少に繋がる可能性もあり、継続的な効果が期待できない。

そのような中、全国的にもSNSの利用者が増加する(参考1)とともに、スマートフォン経由を中心に、物販のEC市場は年々拡大していることから(参考2、3)、今後、SNS活用の巧拙はEC事業の成果に直結すると考えられる状況である。

## 2 対応方針

深刻なコスト増加に直面する中、事業を継続していくためには、価格転嫁の取組みだけでなく、SNS等のDXを有効活用したマーケティングや、新たな顧客の獲得、販路拡大等の取組みが必要である。

そこで、物価高騰等によるコスト増加や、ECサイトでの購買行動の定着等の消費行動の変化に対応していくために、市内中小事業者が実施するSNSマーケティングや、SNSでのファン拡大の取組みを支援し、更に獲得したファンをECサイトへ誘導し、買い物してもらえる仕組みを構築することで、新たな顧客の獲得や、今後も成長が見込まれるEC市場での売上及び販路の拡大を図る。

(参考1) SNSの利用状況(個人)

(出典: 令和4年度電子商取引に関する市場調査(経済産業省))



(参考2) 物販系分野の BtoC EC 市場規模及び EC 化率の経年推移  
 (出典: 令和4年度電子商取引に関する市場調査(経済産業省))



(参考3) スマートフォン経由の 物販の BtoC EC 市場規模の推移  
 (出典: 令和4年度電子商取引に関する市場調査(経済産業省))



### 3 事業概要

#### (1) SNS・ECサイトを活用した新たな顧客獲得のための伴走型支援事業 7,249千円

##### ア 支援内容

SNS・ECサイトを活用した新たな顧客獲得及び売上を増加するための専門的な知識を持つ専門家が事業者向けセミナーの開催と、伴走型サポート(1社につき面談5回、リモート相談10時間)を行う。

##### イ 経費内訳

委託料7,249千円

#### (2) SNS等活用支援事業補助金 8,000千円

##### ア 補助対象事業

###### (ア) SNSマーケティング事業

例)・広告・宣伝事業(SNS上の動画広告、インフルエンサーによる広告委託等)  
・プレゼントキャンペーン事業(送料への支援)

###### (イ) ECサイトによる販売促進事業

例)・ECサイト構築、改修事業、モール型ECサイトへの参入事業  
・広告・宣伝事業(自社ECサイトへ誘導するための広告・宣伝)

##### イ 補助対象者

市内に本社または主たる事業所を有する中小事業者(個人事業主含む)であり、ECサイトで自社製品の販売を令和6年度中に行う者(既に販売を行っている者も含む)

##### ウ 補助率

補助対象経費の3分の2

##### エ 補助限度額

1事業者あたり800千円 × 10件

##### オ 補助対象経費

報償費、役務費(広告宣伝費等)、委託料、使用料及び賃借料 等

#### 4 スケジュール

	R6 1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	R7 1月	2月	3月
伴走型支援者の選定	→														
支援を受ける事業者の選定			→												
セミナー開催				●											
伴走型支援			→												
事業実施			→												
事業報告													→		

#### 5 財源内訳

事業費	財源内訳				
	国庫支出金※	県支出金	地方債	その他	一般財源
千円 15,249	千円 15,249	千円 -	千円 -	千円 -	千円 0

※物価高騰対応重点支援地方創生臨時交付金(補助率10/10)

## 6 繰越明許費 予算説明書

### 7款 商工費 1項 商工費 2目 商工振興費

#### (1) 財源内訳

事業名	金額		財源内訳				
			国庫 支出金	県支 出金	地方債	その他	一般財源
SNS等活用支援費	補正後予算額	千円 15,249	千円 15,249	千円 -	千円 -	千円 -	千円 -
	支出予定額	-	-	-	-	-	-
	繰越明許額	千円 15,249	千円 15,249	-	-	-	-

#### (2) 繰越の理由

補助事業者が行うSNS・ECサイトを活用した事業が年度内に完了しない見込みであるため。

## 7 過去の実績

### 令和4年度

**(SNSフォロワー数)** 19社23アカウント 22アカウント増加、1アカウント増減無し

平均増加率・・・224.9%

最大増加率・・・640%(Instagramフォロワー数 125人⇒800人 +675人)

最大増加数・・・+3,201人 (Instagramフォロワー数 11,700人⇒14,901人 増加率127.4%)

**(ECサイト売上)** 10社10件 9件増加、1件減少

平均増加率・・・173.8%

最大増加率・・・423.2%(7か月間の売上対前年 82,000円⇒347,000円 +265,000円)

最大増加数・・・+674,000円(7か月間の売上対前年 1,530,000円⇒2,204,000円 増加率144.1%)

**(その他成果)**

新規顧客増加、店舗来客・売上増加、ふるさと納税注文増加、大手ホテルと契約成立、等

※令和4年6月～令和5年1月の8か月の成果

※支援を受けた19社の内、数字の集計ができた分のみ集約

# R4年度実績 (株)前田冷菓

事業内容：SNS運用、SNSキャンペーンの実施、SNS向け写真撮影等のコンサルティングの受講  
及びSNS広告の実施

Instagramフォロワー数	: 1,703 (R4.6.17)	➡	3,705 (R5.1.30)	【+2,002、増加率217.6%】
ECサイトPV数	: 7,143 (R3.7-R3.9)	➡	12,682 (R4.7-R4.9)	【+5,539、増加率177.5%】
ECサイト購入件数	: 201 (R3.7-R3.9)	➡	227 (R4.7-R4.9)	【+26、増加率112.9%】
その他効果	: 店頭売上増加			



フォローをSNSからECサイトへ誘導し、そのまま買い物可能



キャンペーンでフォロワー獲得！コメント400件以上！

見やすく統一感のある写真を掲載した自社ECサイト



【送料込】ちりちりんアイス・ファミリーセット (コン10個分付き) ¥4,500



【送料込】ちりちりんアイス・ファミリーセットW ¥5,000



# R4年度実績 (株)中嶋屋本店

事業内容 : SNSキャンペーンの実施、SNS向け写真撮影等のコンサルティングの受講及びECサイト(カート機能の利便性向上、掲載写真の更新等)改修

Instagramフォロワー数 : 125 (R4.5.27) ➡ 800 (R5.1.31) 【+675、増加率640.0%】  
 Xフォロワー数 : 533 (R4.5.27) ➡ 3,318 (R5.1.31) 【+2,785、増加率622.5%】  
 ECサイト売上 : 1,530,000 (R3.7-R4.1) ➡ 2,204,000 (R4.7-R5.1) 【+674,000、増加率144.1%】  
 その他効果 : ECサイト及び店頭での新規顧客増加



フォロワーをSNSからECサイトへ誘導し、そのまま買い物可能



自社商品を使用した料理例等、思わず投稿を見たくなるような写真を掲載

見やすく、色々な視点から商品を検索できる自社ECサイト



予算説明書					事業名	補正額
ページ	款	項	目	番号		
50～51	7 商工費	1 商工費	2 商工振興費	3-1	成長分野重点化補助金	千円 210,000

## 1 現状(と課題)

近年、これまで長崎の地域経済を牽引してきた造船造機製造業を取り巻く環境は大きく変化している。材料費や電気代など物価高騰の影響による収益の悪化をはじめ、大手造船所における構造転換などによる生産量の減少、人手不足など、市内ものづくり企業の経営環境は非常に厳しい状況が続いている。

このような中、一部の市内企業においては、事業の継続や雇用の維持に向けて域外企業との新規取引獲得や取引拡大を図っているものの、営業力やネットワークの弱さ等もあり、域外企業との新規取引はハードルが高い傾向にあり、域内企業との取引に頼らざるを得ない企業も少なくない。

一方で、脱炭素化やSDGsの流れの中、国はグリーン成長戦略を策定し、2050年に向けて成長が期待される分野として14分野を選定しているが、この中には長崎地域において既に産業集積が図られている分野や市内企業が培ってきた技術・技能が転用できる分野など、本市において更なる成長が期待される分野も見受けられる。

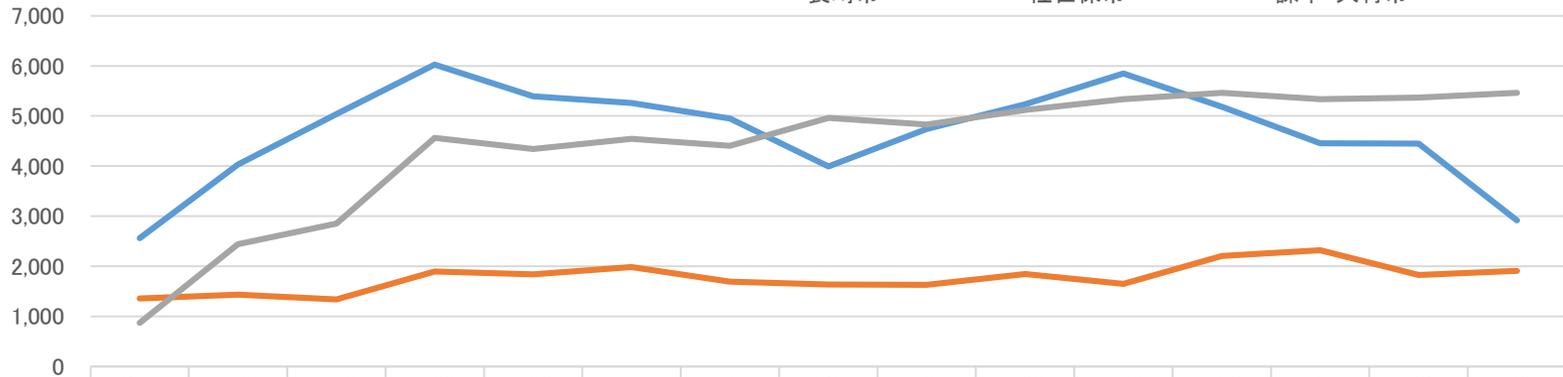
今後は、これらの成長分野において、企業の新規参入を促すとともに、関連産業を集積させ、サプライチェーンを構築していく必要があるが、物価高騰など取り巻く環境が厳しい中、新たな取組みはリスクを伴うことから取組みに慎重になっている企業も見受けられる。

本市経済の持続的な成長を図るためには、成長が見込まれる分野の更なる産業集積を図り、長崎の優位性を確立させる必要がある。そのためには、市内企業の競争力を強化し、あわせて域外企業から仕事を受注し、域内企業に仕事を発注する「リーディング企業」の更なる成長を図る必要がある。しかしながら、長崎市において、地域経済を牽引する「リーディング企業」が少ないことが課題である。

※「リーディング企業」:売上額や従業員数の規模において一定の規模を有し、域外販売割合が高く、企業間の取引などにおいて地域経済に貢献し成長性の高い企業

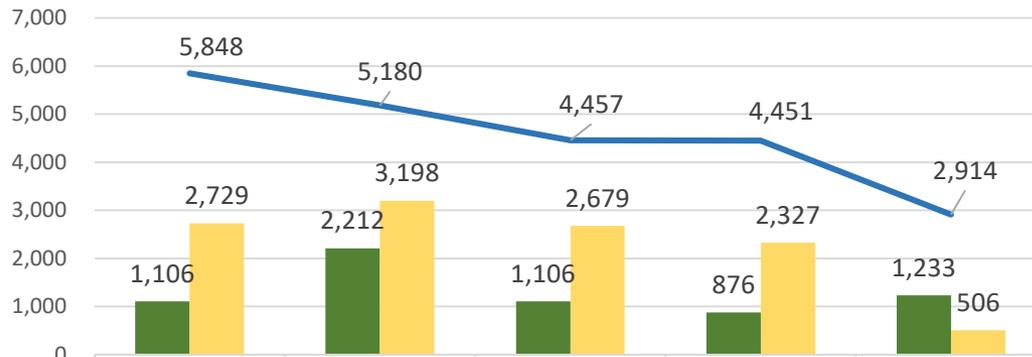
## 製造品出荷額の推移(億円)

— 長崎市 — 佐世保市 — 諫早・大村市



	S55	H2	H12	H22	H23	H24	H25	H26	H27	H28	H29	H30	R1	R2	R3
— 長崎市	2,561	4,028	5,039	6,025	5,394	5,260	4,946	3,990	4,743	5,236	5,848	5,180	4,457	4,451	2,914
— 佐世保市	1,359	1,437	1,339	1,895	1,838	1,983	1,693	1,634	1,633	1,848	1,647	2,207	2,322	1,826	1,909
— 諫早・大村市	869	2,439	2,856	4,560	4,344	4,544	4,404	4,960	4,829	5,118	5,332	5,461	5,337	5,369	5,459

## 長崎市 製造品出荷額 (億円)



	H29	H30	R1	R2	R3
■ 輸送用機械器具製造業	1,106	2,212	1,106	876	1,233
■ はん用機械器具製造業	2,729	3,198	2,679	2,327	506
— 製造業全体	5,848	5,180	4,457	4,451	2,914

出典：経済産業省「工業統計調査」及び「経済センサス」、「経済構造実態調査」

## 2 対応方針

長崎市の地域経済の持続的な発展を図るためには、本市において成長が見込まれる分野の産業集積を促進させ、域外企業との取引拡大や売上拡大を図る必要がある。

今回、地域経済を牽引する「リーディング企業」の成長に資する事業拡大や生産性向上などの取組みに対し、積極的な支援を実施し、域外からの仕事と外貨の更なる獲得を図るとともに、域内調達を拡大させることで域内経済の好循環につなげる。

あわせて、将来、「リーディング企業」になりうる「次期リーディング企業」の事業拡大などの新たな取組みを支援することで、「リーディング企業」の更なる創出を図る。

また、地域経済の持続的な発展のためには、「リーディング企業」のみならず、市内ものづくり業界全体の底上げをする必要があることから、市内企業の成長が見込まれる分野への事業参加をはじめ、事業拡大、生産性向上の取組みを支援し、同分野の産業集積を図る。

※本市において成長が見込まれる分野：洋上風力、水素・燃料アンモニア、船舶、航空機の4分野

## グリーン成長戦略（概要）

（令和3年6月18日策定）

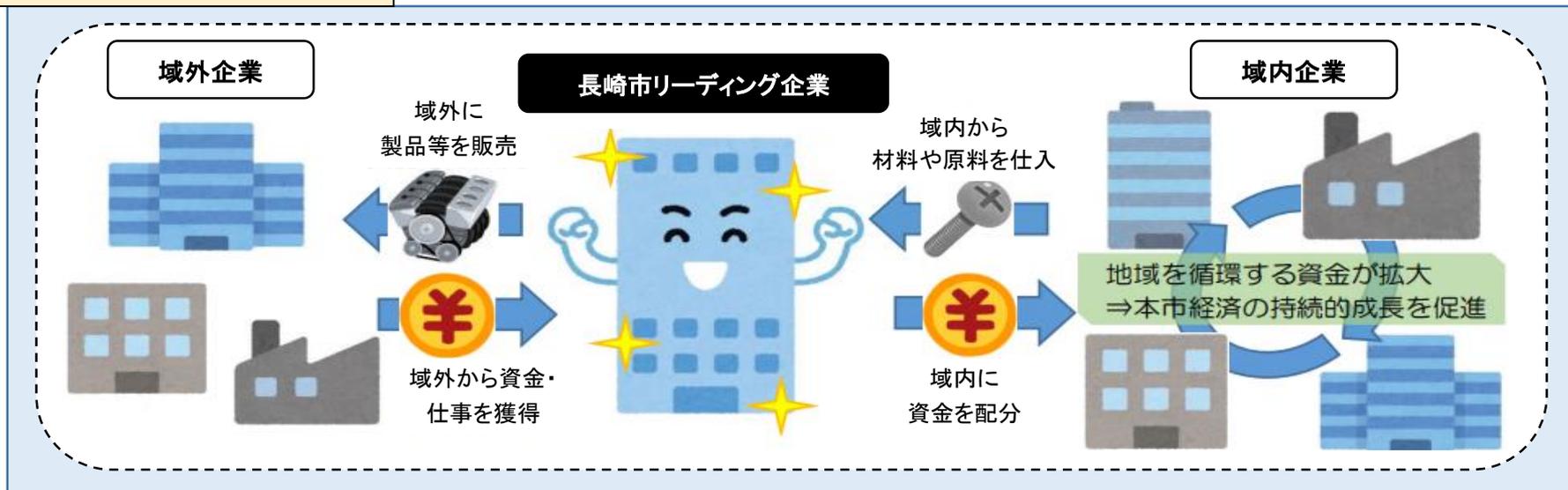
### 2050年に向けて成長が期待される、14の重点分野を選定。

・高い目標を掲げ、技術のフェーズに応じて、実行計画を着実に実施し、国際競争力を強化。 ・2050年の経済効果は約290兆円、雇用効果は約1,800万人と試算。

 <p><b>洋上風力・太陽光・地熱</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>2040年、3,000～4,500万kWの案件形成【洋上風力】</li> <li>2030年、次世代型で14円/kWhを視野【太陽光】</li> </ul> <p>1</p>	 <p><b>水素・燃料アンモニア</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>2050年、2,000万トン程度の導入【水素】</li> <li>東南アジアの5,000億円市場【燃料アンモニア】</li> </ul> <p>2</p>	 <p><b>次世代熱エネルギー</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>2050年、既存インフラに合成メタンを90%注入</li> </ul> <p>3</p>	 <p><b>原子力</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>2030年、高温ガス炉のカーボンフリー水素製造技術を確立</li> </ul> <p>4</p>	 <p><b>自動車・蓄電池</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>2035年、乗用車の新車販売で電動車100%</li> </ul> <p>5</p>	 <p><b>半導体・情報通信</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>2040年、半導体・情報通信産業のカーボンニュートラル化</li> </ul> <p>6</p>	 <p><b>船舶</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>2028年よりも前倒してゼロエミッション船の商業運航実現</li> </ul> <p>7</p>
 <p><b>物流・人流・土木インフラ</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>2050年、カーボンニュートラルポートによる港湾や、建設施工等における脱炭素化を実現</li> </ul> <p>8</p>	 <p><b>食料・農林水産業</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>2050年、農林水産業における化石燃料起源のCO<sub>2</sub>ゼロエミッション化を実現</li> </ul> <p>9</p>	 <p><b>航空機</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>2030年以降、電池などのコア技術を、段階的に技術搭載</li> </ul> <p>10</p>	 <p><b>カーボンサイクル・マテリアル</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>2050年、人工光合成プラを既製品並み【CR】</li> <li>ゼロカーボンスチールを実現【マテリアル】</li> </ul> <p>11</p>	 <p><b>住宅・建築物・次世代電力マネジメント</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>2030年、新築住宅・建築物の平均でZEH・ZEB【住宅・建築物】</li> </ul> <p>12</p>	 <p><b>資源循環関連</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>2030年、バイオマスプラスチックを約200万トン導入</li> </ul> <p>13</p>	 <p><b>ライフスタイル関連</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>2050年、カーボンニュートラル、かつレジリエントで快適なくらし</li> </ul> <p>14</p>

出典：経済産業省「2050カーボンニュートラルに伴うグリーン成長戦略」

## 長崎市リーディング企業



### 3 事業概要

成長分野重点化補助金 210,000千円

(1)リーディング企業成長支援補助金 120,000千円

#### ア 補助対象事業

本市のリーディング企業の更なる成長を図るため、成長が見込まれる分野における下記の取組みに必要な経費の一部を支援する。

(ア)事業拡大(設備投資)

(イ)生産性向上(デジタル化、高度化、省力化、効率化)、新製品・サービス開発

#### イ 補助対象者

下記の全ての要件を満たす事業者

(ア)市内に本社または工場を有し、市内で3年以上事業を営んでいること

(イ)売上額や従業員数の規模が大きく、域外販売割合が高く、企業間の取引などにおいて地域経済に貢献し成長性の高い「リーディング企業」として認められる事業者、または「地域未来牽引企業」として経済産業省から選定された事業者(「地域経済牽引事業計画」の承認を受けた事業者を含む)であること

(ウ)自社の成長に向けた経営計画であると認められる事業者であり、かつ、事業完了3年以内に一定の地元調達の拡大が見込めること

(エ)当該事業において、長崎市企業立地奨励金を受ける予定がないこと

#### ウ 補助率

(ア)事業拡大(設備投資) 投下固定資産額(土地を除く)の10%以内

(イ)生産性向上、新製品・サービス開発 補助対象経費の3分の2以内

#### エ 補助限度額

1事業者あたり100,000千円を上限とする。ただし、下記の(ア)～(ウ)の要件に該当する場合は、いずれか低い額を上限とする。

(ア)事業拡大(設備投資)の取組みにおいて、事業完了後2年以内において新規雇用者数(正社員)の増を伴わない場合は、1事業者あたり10,000千円を上限とする。

(イ)事業拡大(設備投資)の取組みにおいて、事業完了後2年以内において新規正社員数が増加する場合の上限額については以下のとおりとする。

新規正社員雇用人数	1人～2人	3人～5人	6人～10人	11人～15人	16人以上
上限額	1,500万円	2,500万円	5,000万円	7,500万円	1億円

(ウ)生産性向上または新製品・技術・サービス開発の取組みについては、10,000千円を上限とする。

#### オ 補助対象経費

旅費、謝金、受講料、会場借上料、消耗品費、機械装置導入費、建物工事費、使用料、委託費、役務費、共同研究費

## (2)リーディング企業創出支援補助金 30,000千円

### ア 補助対象事業

「リーディング企業」の創出を図るため、5年以内に「リーディング企業」になりうる「次期リーディング企業」に対し、成長分野における下記の取組みに必要となる経費の一部を支援する。

(ア)事業拡大(設備投資)

(イ)生産性向上(デジタル化、高度化、省力化、効率化)、新製品・サービス開発

### イ 補助対象者

下記の全ての要件を満たす事業者

(ア)市内に本社または工場を有し、市内で3年以上事業を営んでいること

(イ)5年以内に「リーディング企業」を目指しており、かつ、自社の成長に向けた経営計画であると認められる事業者(次期リーディング企業)であること

(ウ)事業完了3年以内に一定の地元調達の拡大が見込めること

(エ)当該事業において、長崎市企業立地奨励金を受ける予定がないこと

### ウ 補助率

(ア)事業拡大(設備投資) 投下固定資産額の10%以内(土地代は除く)

(イ)生産性向上、新製品・サービス開発 補助対象経費の3分の2以内

### エ 補助限度額

(ア)事業拡大(設備投資) 1事業者あたり 10,000千円

(イ)生産性向上、新製品・サービス開発 1事業者あたり 5,000千円

### オ 補助対象経費

旅費、謝金、受講料、会場借上料、消耗品費、機械装置導入費、建物工事費、使用料、委託費、役務費、共同研究費

### (3)成長分野集積促進費補助金 60,000千円

#### ア 補助対象事業

今後、本市において成長が見込まれる分野における市内企業の下記の取組みに必要となる設備投資をはじめ研究開発、人材育成などに要する経費の一部を支援する。

(ア)新事業展開

(イ)事業拡大

(ウ)生産性向上(デジタル化、高度化、省力化、効率化)

#### イ 補助対象者

下記の要件をすべて満たす市内中小事業者

(ア)市内に本社または工場を有し、市内で1年以上事業を営んでいること

(イ)製造業、設備工事業、機械設計業

#### ウ 補助率

補助対象経費の3分の2以内

#### エ 補助限度額

1事業者あたり3,000千円 × 20件

#### オ 補助対象経費

旅費、謝金、受講料、会場借上料、消耗品費、機械装置導入費、使用料、委託費、役務費、共同研究費、資格取得費

#### 4 スケジュール

区 分	1～6月	7～2月	3月
事業募集			
事業実施			
事業報告			

#### 5 財源内訳

事業費	財 源 内 訳				
	国庫支出金※	県支出金	地方債	その他	一般財源
千円 210,000	千円 210,000	千円 —	千円 —	千円 —	千円 —

※物価高騰対応重点支援地方創生臨時交付金(補助率10/10)

## 6 繰越明許費 予算説明書

### 7款 商工費 1項 商工費 2目 商工振興費

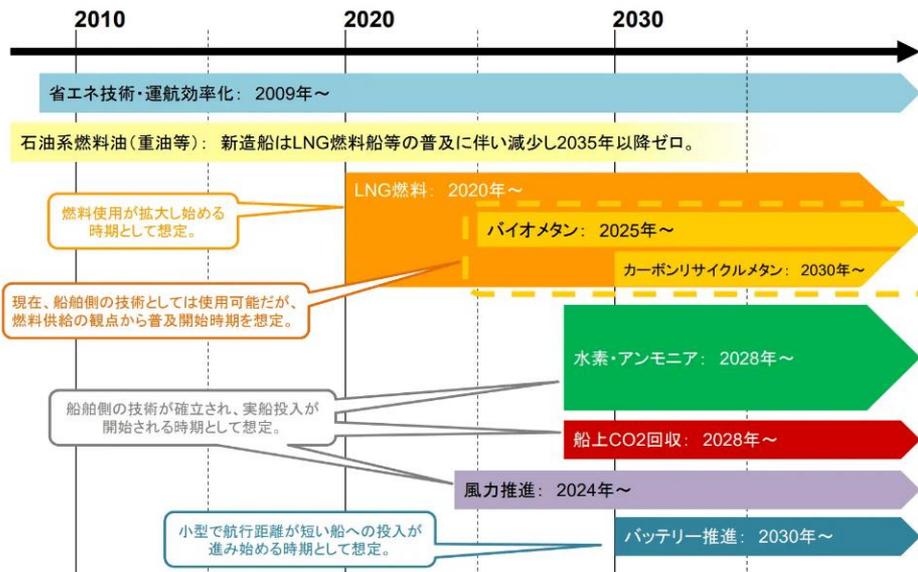
#### (1) 財源内訳

事業名	金額		財源内訳				
			国庫 支出金	県支 出金	地方債	その他	一般財源
成長分野重点 化補助金	補正後予算額	千円 210,000	千円 210,000	千円 —	千円 —	千円 —	千円 —
	支出予定額	—	—	—	—	—	—
	繰越明許額	千円 210,000	千円 210,000	—	—	—	—

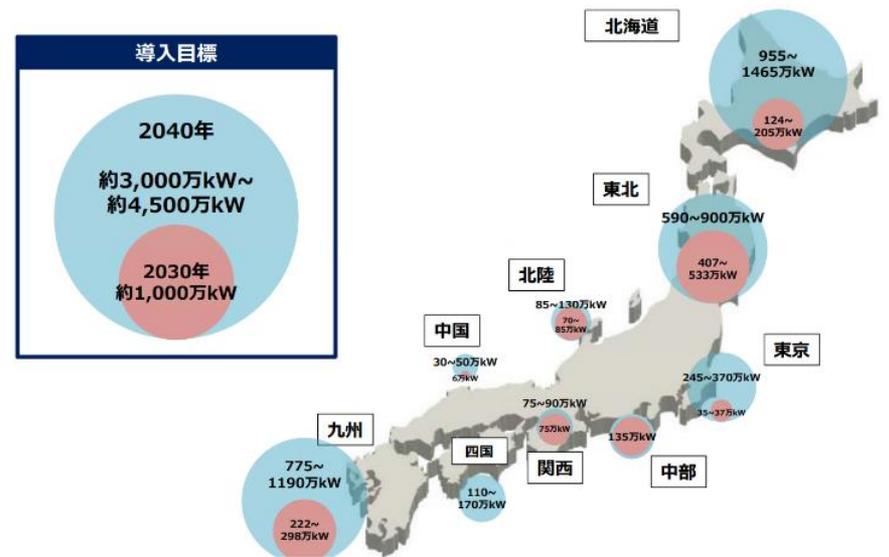
#### (2) 繰越の理由

補助事業者が行う事業が、年度内に完了しない見込みであるため。

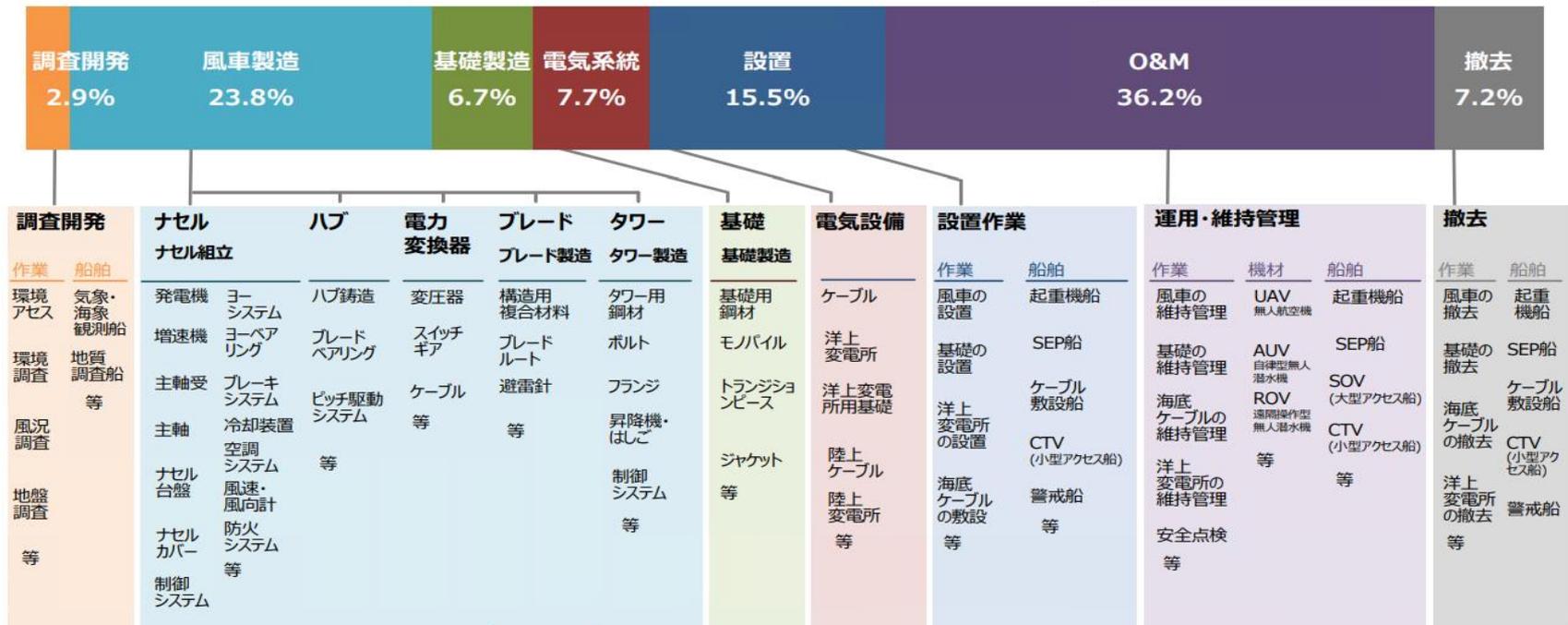
## 船舶の使用燃料の変化に関する想定



## 国の洋上風力発電導入目標



## 洋上風力サプライチェーンの全体像（着床式の例）



予算説明書					事業名	補正額
ページ	款	項	目	番号		
50～51	7 商工費	1 商工費	2 商工振興費	5-1	長崎お土産開発支援費補助金	3,125 千円

## 1 現状(と課題)

出島メッセ長崎でのコンベンション誘致、西九州新幹線の開業、長崎スタジアムシティ建設などに伴う交流人口の拡大(参考1)により、お土産品の需要の高まりが期待されるどころ、物価高騰の影響(参考2)が長期に続き、新商品開発に前向きな中小事業者(参考3)がチャレンジしにくい状況である。

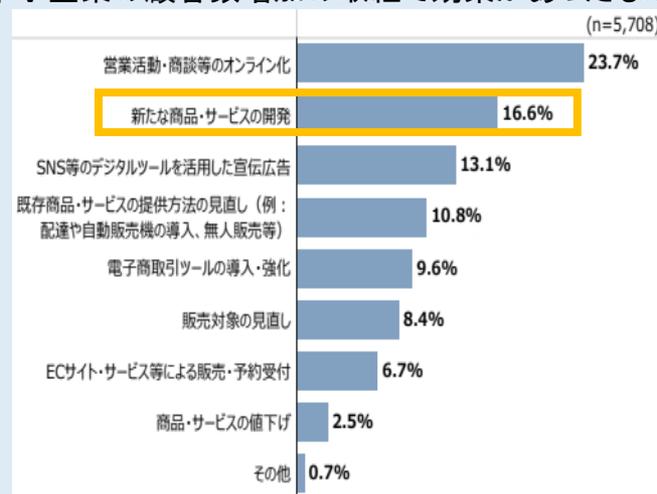
### ●(参考1)拡大する交流人口

施設	利用者数	
出島メッセ長崎	利用者数(R3.11.1～R4.11.1)	約66万人
西九州新幹線	利用者数(R4.9.23～R5.9.22)	約242万人
長崎スタジアムシティ	年間想定利用者数	約850万人

### ●(参考2)土産品の主な原材料の物価高騰

原材料	物価高騰の状況
砂糖	上白糖小袋(1kg)の小売価格の全国平均 前年同月比 +29.6円 (R4.9月:208.9円 ⇒ R5.9月:238.5円) 出典:立行政法人農畜産業振興機構資料より
卵	鶏卵(10個入りパック)の店頭価格の全国平均 平年比 +35% ※R5.11月:295円 ※「平年比」は、H30～R4の5カ年平均価格との比較 出典:農水省「食品価格動向調査」より
小麦粉	小麦粉(1kg)の店頭価格の全国平均 平年比 +20.5% ※R5.11月:338円 ※「平年比」は、H30～R4の5カ年平均価格との比較 出典:農水省「食品価格動向調査」より

### ●(参考3)中小企業の顧客数増加の取組で効果があったもの



## 2 対応方針

交流人口の拡大の効果を市内中小事業者の売上向上につなげていくため、物価高騰の影響を受けながらも新商品開発・販路開拓等に前向きに取り組む中小事業者を支援する。

## 3 事業概要

### (1)長崎お土産開発支援費補助金 3,000千円

市内の中小事業者が、拡大する交流人口をターゲットにした「長崎ならではの」の魅力あるお土産の開発や、販路拡大等の取組に対して補助金を交付する。

#### ア 補助対象事業

市内の中小事業者が、長崎ならではの魅力ある新商品(お土産)開発、販路開拓の取組に対して支援を行う。

#### イ 補助対象者

長崎市内の中小事業者

#### ウ 補助率

補助対象経費の2分の1

#### エ 補助限度額

1事業者あたり500千円 × 6件

### (2)選定審査会開催 125千円

補助事業者を選定するための審査会を開催する。

(審査員)外部の有識者5名で採点し、採択団体を決定

## 補助対象経費

市内の中小事業者が行う次の事業とする。ただし、②のみの実施は対象としない。

### ①新商品開発

- ・拡大する交流人口をターゲットにした、次に該当する「長崎ならではの」の魅力あるお土産の開発に必要な、原材料費、専門家の派遣料、パッケージのデザイン料、版下作成、印刷料

☞ 食べ物の土産品であること

☞ 観光客等に向けて、長崎の文化・歴史・景観・観光資源などの地元の魅力を訴求するパッケージであること

☞ パッケージは、観光客の目に留まる、手に取ってみたいくなるようなデザインとすること。

### ②新商品開発に伴う販路開拓等

- ・長崎駅周辺で催される物産展への出展料
- ・商談会への出展料(参加経費、出展経費、小間料)※旅費は対象外
- ・ホームページの作成及び改修費
- ・パンフレット、チラシ、カタログ又はポスター等の制作費
- ・新聞、雑誌等への広告料
- ・プロモーション動画の制作費
- ・クラウドファンディングによる資金調達を行う場合の仲介事業者に支払う費用や、募集に係るページ制作費、補助事業の宣伝のために使用する文章、写真及び動画等の制作費

## 「長崎ならではの」の例

### ①長崎ならではの×長崎ならではの

例:カステラの包装を、長崎くんちでデザイン

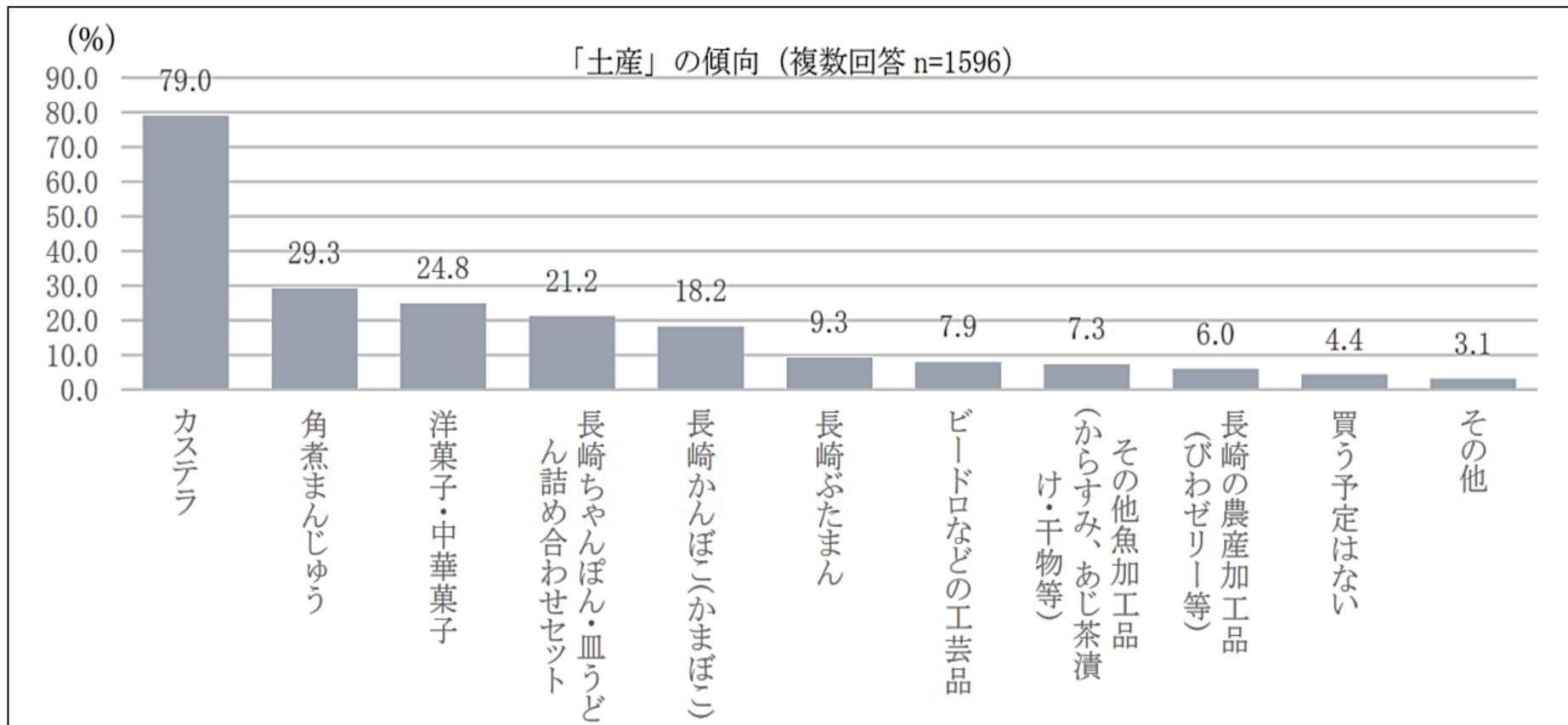
### ②既存土産品×長崎ならではの

例:既存土産品の包装を、長崎くんちでデザイン

### ③長崎ならではの×新パッケージ

例:カステラの包装を、若者向けにデザイン

## (参考4)長崎の「土産」の傾向



出典:令和4年長崎市日本人観光客動向調査報告書

#### 4 スケジュール

	1月～3月	4月～2月	3月
事業募集			
審査委員選定・ 審査会			
事業実施			
事業報告			

#### 5 財源内訳

事業費	財源内訳				
	国庫支出金※	県支出金	地方債	その他	一般財源
千円 3,125	千円 3,125	千円 -	千円 -	千円 -	千円 -

※物価高騰対応重点支援地方創生臨時交付金(補助率10/10)

## 6 繰越明許費 予算説明書

### 7款 商工費 1項 商工費 2目 商工振興費

#### (1) 財源内訳

事業名	金額		財源内訳				
			国庫 支出金	県支 出金	地方債	その他	一般財源
長崎お土産開発 支援費補助金	補正後予算額	千円 3,125	千円 3,125	千円 -	千円 -	千円 -	千円 -
	支出予定額	-	-	-	-	-	-
	繰越明許額	千円 3,125	千円 3,125	-	-	-	-

#### (2) 繰越の理由

補助事業者が行う新商品開発や販路拡大等の事業が、年度内に完了しない見込みであるため。