

令和4年1月市議会臨時会 環境経済委員会資料

第1号議案 令和3年度長崎市一般会計補正予算（第22号）

目次

【予算説明書ページ】 【ページ】

7款1項2目 商工振興費

- |   |                  |          |          |
|---|------------------|----------|----------|
| 1 | クラウドファンディング活用支援費 | …… 24～25 | …… 1～3   |
| 2 | SNS等活用支援費        | …… 24～25 | …… 4～6   |
| 3 | チャレンジ企業応援事業費     | …… 24～25 | …… 7～9   |
| 4 | 商店街等にぎわい復活支援費    | …… 24～25 | …… 10～12 |

商 工 部

令 和 4 年 1 月



予算説明書					事業名	補正額
ページ	款	項	目	番号		
24~ 25	7 商工費	1 商工費	2 商工振興費	1-1	クラウドファンディング活用支援費	千円 3,212

### 1 概要

クラウドファンディングは、金融機関からの借入や関係者からの出資などの一般的な資金調達に比べ、「手軽さ」や「拡散性の高さ」、「テストマーケティングとしての活用」といった点が魅力的な、新たな資金調達の仕組みとして近年注目されている。

本事業では、新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、市内中小事業者の売り上げが減少している中、早期に新たな需要や販路を開拓し外貨を獲得するために、クラウドファンディングを活用した新製品開発や販路開拓を支援する。

#### 【参考】

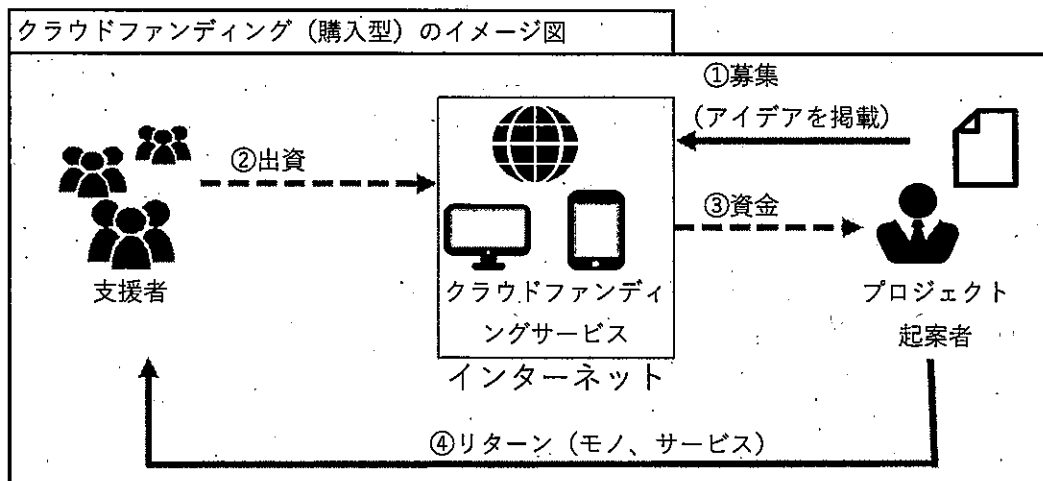
##### 1 クラウドファンディングとは

クラウドファンディングとは、インターネットなどを介して不特定多数の人々から少額ずつ資金を調達すること。

##### 2 クラウドファンディングの種類

金融型	プロジェクトに出資した支援者が分配金や株式などの金銭的リターンを受け取ることができる仕組み。
寄付型	支援者に金銭的リターンではなく、ボランティアなどの社会貢献を目的としたプロジェクトに寄付を行う仕組み。
購入型	支援者に金銭以外のモノやサービスという形でリターンが与えられる仕組み。

### 3 クラウドファンディングの事業イメージ



#### (1) プロジェクト起案者のメリット

- ア 資金調達の選択肢の幅が広がる
- イ 新製品のPRになる
- ウ 市場調査として活用できる
- エ 新たな販路を開拓できる

#### (2) 支援者のメリット

- ア 魅力的な製品を購入できる
- イ 画期的な製品の開発などに貢献できる
- ウ 事業者を応援できる

## 2 事業内容

### (1)クラウドファンディング活用支援補助金 3,000千円

#### ア 補助対象事業

購入型のクラウドファンディングを行う事業

#### 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）

※中小企業等経営強化法に基づく市内に事業所を有する中小企業者

#### ウ 補助率

補助対象経費の3分の2

#### エ 補助限度額

300千円

#### オ 補助対象経費

(ア)クラウドファンディング仲介事業者に支払う費用

(イ)クラウドファンディング募集に係るページ制作費

(ウ)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 等

#### カ 補助事業費

3,000千円（300千円×10件）

### (2)クラウドファンディング活用セミナー 212千円

クラウドファンディングの企画立案や資金調達方法を学ぶきっかけづくりとなるセミナーの開催

## 3 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	千円	千円	千円	千円	千円
3,212	3,212	—	—	—	—

※新型コロナウイルス感染症対応地方創生臨時交付金

4 繰越明許費 予算説明書 40～41 ページ

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
クラウドファンディング活用支援費	補正後 予算額	千円 3,212	千円 3,212	千円 —	千円 —	千円 —	千円 —
	支出 予定額	—	—	—	—	—	—
	繰越 明許額	3,212	3,212	—	—	—	—

(2) 繰越の理由

補助事業者が行うクラウドファンディング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。

予 算 説 明 書					事 業 名	補 正 額
ページ	款	項	目	番号		
24～ 25	7 商工費	1 商工費	2 商工振興費	1-2	SNS 等活用支援費	千円 37,864

## 1 概 要

新型コロナウイルス感染症の影響により、外出の自粛や観光客の減少がみられる一方、感染症拡大前後で国内の SNS（ソーシャルネットワークサービス）の利用率は増加しており、SNS から自社 EC サイトへ顧客を誘導する企業が増え、コロナ禍でも通販・EC サイト市場は大幅な売上の拡大をみせている。また、EC サイトによる購買行動の定着化により、今後新型コロナウイルス感染症が収束した際にも、SNS や EC サイトを利用した購買が継続していくことが予測されている。

本事業では、この好機を逃さず、市内中小事業者が新たな顧客及び外貨を獲得するために実施する SNS マーケティングや EC サイトによる販売促進の取組みを支援する。

## 2 事業内容

### (1) SNS・EC サイトを活用した新たな顧客及び外貨を獲得するための伴走型支援事業

7,864千円

SNS・EC サイトを活用した新たな顧客及び外貨を獲得するための専門的な知識を持つ専門家が伴走型で事業者のサポートを行う。

#### ア 支援内容

- ・事業者向けセミナーの開催

SNS の集客能力、販路拡大能力等を市内事業者へ周知し、補助事業の活用を促す

- ・事業者のサポート（メール、オンライン等）20社×5回

#### イ 経費内訳

委託料 7,864千円

### (2) SNS 等活用支援事業補助金 30,000千円

(1)の伴走型のサポートを受ける事業者に対して、次のとおり補助を行う。

#### 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）

- ・ SNS のフォロワーを増加するための専門家の派遣
- ・ 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）
- ・ EC サイトの利用者を増加するための専門家の派遣

イ 補助対象者

次の条件を全て満たすもの

(ア) 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）

(イ) ECサイトで自社製品の販売を令和4年度中に行う者

ウ 補助率

補助対象経費の3分の2

エ 補助限度額

1,500千円

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

カ 補助事業費

30,000千円（内訳：1,500千円×20件）

3 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	千円	千円	千円	千円	千円
37,864	37,864	—	—	—	—

※新型コロナウイルス感染症対応地方創生臨時交付金

4 繰越明許費 予算説明書 40~41 ページ

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 37,864	千円 37,864	千円 —	千円 —	千円 —	千円 —
	支出 予定額	—	—	—	—	—	—
	繰越 明許額	37,864	37,864	—	—	—	—

(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。

**【参考】 SNS（ソーシャルネットワークサービス）とは**

SNSとは、ソーシャルネットワークサービスの略で、登録された利用者同士が交流できるサービスのこと。最近では会社や組織の広報としての利用も増加している。

	【国内ユーザー数】	【特徴】
 <b>Twitter</b>	4,500万人	・リツイート機能で拡散されやすい。 ・プレゼント企画でフォロワーを増やせる。
 <b>Instagram</b>	3,300万人	・ホーム画面やストーリー投稿からECサイトに誘導できる。
 <b>LINE</b>	8,900万人	・ユーザー数最多。直接メッセージを送付できるので開封率が高い。
 <b>YouTube</b>	6,500万人	・詳細に商品説明できる。動画内や概要欄からECサイトに誘導できる。
 <b>TikTok</b>	950万人	・若いユーザーが多く、インフルエンサーにより拡散しやすい。
 <b>Facebook</b>	2,600万人	・ショッピング機能がありECサイトとしての運用もできる。

**【SNSのメリット】**

- ・企業や商品の認知度アップ
- ・ファンをつくれる
- ・ECサイトを普段見ない人を大量にECサイトへ誘導できる
- ・インフルエンサー活用で一瞬で数万人に情報を発信できる
- ・リピート購入の期待大

**【SNSの活用のハードル】**

- ・運用のノウハウがない
- ・不適切な投稿は炎上のリスク有
- ・投稿の統一性を出すために最適な担当者を用意する必要がある
- ・フォロワー増やして効果が出るまでに時間がかかる
- ・情報を出し続ける必要がある



予 算 説 明 書					事 業 名	補 正 額
ページ	款	項	目	番号		
24～ 25	7 商工費	1 商工費	2 商工振興費	2-1	チャレンジ企業応援 事業費	千円 150,212

## 1 概 要

近年、本市の基幹産業である造船業などの製造業をはじめ、小売業、飲食業、観光業など様々な業種において、事業者を取り巻く環境は大きく変化してきている。社会全体がデジタル社会やグリーン社会の実現に向けて大きく変わりつつある中、製造業においては、大企業の構造転換に伴い、パートナー企業である市内中小事業者の業績は悪化してきており、また、サービス業においても新型コロナウイルス感染症拡大の影響による消費者の生活様式や消費行動の変化、また原材料等の高騰などもあり、売上や利益などの業績は低迷している。一方、長崎市のまちづくりにおいては、昨年11月に出島メッセ長崎が開業し、今後も西九州新幹線や長崎スタジアムシティの開業などが予定されており、交流人口の拡大による好影響も期待される。

このような中、市内中小事業者はウィズコロナ・ポストコロナ社会をはじめ、事業を取り巻く環境の変化に対応するための新たな取組みを加速させる必要があり、本事業では、市内事業者の経営基盤の強化を図るため、新製品・新サービス開発をはじめ、事業拡大、生産性向上、新事業展開などの新たな取組みを支援する。

## 2 事業内容

(1) チャレンジ企業応援事業費 150,212 千円

ア チャレンジ企業応援補助金 150,000 千円

### (ア) 新製品・新サービス開発支援【新規】

高付加価値な新製品の開発や新たなサービスの提供に取り組む市内事業者に対して、機械設備等の導入をはじめ人材育成、商品・サービスのブランディング等に要する経費の一部を補助する。

(取組例) 機能性食品の開発のための大学等との共同研究開発、観光客・富裕層・ECサイトなど各ターゲットに合わせた高付加価値な新商品の開発、サブスク型サービス(アプリや花、食品など一定期間、定額料金を支払い利用するサービス)の開発 等

### (イ) 事業拡大支援【新規】

域外に流出している業務や域外の新たな業務を獲得するため、技術・技能の高度化や企業間連携による共同受注に向けた取組み、経営資源の更なる有効活用を図り競争力を高める市内事業者に対して、機械設備等の導入をはじめ人材育成、経営コンサルティング等に要する経費の一部を補助する。

(取組例) 高精度部品の受注に向けた機械設備等の導入、大量生産や価格競争力のための機械設備等の導入、企業間連携による事業拡大のための機械設備等の導入、経営コンサルタントによるビジネスマッチング、高度技術・技能者育成のための研修 等

### (ウ) DX推進による生産性向上支援【拡大】

ICT や IoT などの技術を活用して生産性向上に取り組む市内事業者に対して、機械設備等の導入や人材育成に要する経費の一部を補助する。あわせて、IT コーディネーターによる相談、アドバイス、指導などの伴走型支援を行うことで、市内事業者のDXを推進する。

(取組例) 生産管理システム、異常発生時の自動通知システム、製造現場や店舗状況の遠隔監視システム、省力化・自動化のための機械設備等の導入、AI・ロボット導入のための人材育成 等

### (エ) 新事業展開支援【継続】

経営の多角化を図ることを目的に、既存事業とは違った新たな事業に進出する市内事業者に対して、機械設備等の導入や人材育成に要する経費の一部を補助する。

(取組例) 製造業から建設業・メンテナンス保守、小売業からエアコンクリーニング業、農業・漁業から小売販売業への事業展開、企業間連携による新事業展開のための機械設備導入、新事業参入のための資格取得 等

### (オ) テストマーケティング支援【新規】

上記(ア)～(エ)の支援事業を活用する市内事業者に対して、展示会・商談会・物産展出展などテストマーケティング実施に要する経費の一部を補助する。

### イ ブランディングセミナー 212千円

ユーザーに選ばれ続ける商品・サービスの開発のため、ブランディング手法を学び、商品やデザインコンセプトの企画立案につなげるセミナーを開催

## (2) 対象事業者

(ア) 新製品・新サービス開発支援	市内に事業所を有する中小事業者（個人事業主含む）
(イ) 事業拡大支援	
(ウ) DX推進による生産性向上支援	
(エ) 新事業展開支援	
(オ) テストマーケティング支援	上記(ア)～(エ)の支援事業を活用した中小事業者（個人事業主含む）

## (3) 補助率

補助対象経費の3分の2

**(4) 補助限度額と補助対象経費**

補助限度額は、1事業者あたり3,000千円

※(ア)～(オ)の事業は併用可

※企業間連携の取組みの場合は、市内企業1者増につき1,500千円増額

取組内容	限度額	補助対象経費
(ア) 新製品・新サービス開発支援	3,000千円	旅費、謝金、受講料、会場借上料、消耗品費、機械装置費(生産、サービス、販売活動に直接つながる設備に限る)、委託費、役務費、共同研究費
(イ) 事業拡大支援		
(ウ) DX推進による生産性向上		
(エ) 新事業展開支援		
(オ) テストマーケティング支援	500千円	出展料(負担金)、小間料、ブース装飾代、旅費、印刷製本費、通信運搬費、手数料、委託料、賃借料、通訳・翻訳料

**3 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 150,212	千円 150,212	千円 -	千円 -	千円 -	千円 -

※新型コロナウイルス感染症対応地方創生臨時交付金

**4 繰越明許費 予算説明書 40～41 ページ**

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
チャレンジ企業応援事業費	補正後 予算額	千円 150,212	千円 150,212	千円 -	千円 -	千円 -	千円 -
	支出 予定額	-	-	-	-	-	-
	繰越 明許額	150,212	150,212	-	-	-	-

**(2) 繰越の理由**

補助事業者が行う新商品・新サービス開発や生産性向上、新事業展開等の新たな取組みに係る事業が年度内に完了しない見込みであるため。

予 算 説 明 書					事 業 名	補 正 額
ページ	款	項	目	番号		
24～ 25	7 商工費	1 商工費	2 商工振興費	3-1	商店街等にぎわい復活 支援費	千円 100,000

## 1 概 要

新型コロナウイルス感染症により失われたまちのにぎわいは、第5波とも言われた感染拡大の収束後、一定回復しつつあったが、年明けからのオミクロン株の急激な拡大により、長崎市がまん延防止等重点措置の重点措置区域に指定されたことで、再びまちのにぎわいが失われることとなった。

本事業では、今後、感染拡大が一定収束した際に、早期に効果的な施策を講じる必要があることから、商店街や各業界団体が、まちの消費を喚起するために実施するプレミアム付商品券の発行や各種イベントに対し支援する。

## 2 事業内容

### (1) 商店街等にぎわい復活支援費補助金 100,000 千円

#### ア 補助対象事業

##### (ア) プレミアム付商品券発行事業

地域や業界の実情に合わせて独自にプレミアム付商品券を発行する事業

##### (イ) 各種イベント事業（プレミアム付商品券発行事業を除く事業）

例) 復活祭、スタンプラリー、食べ・飲み歩きイベントなど

#### イ 補助対象者

##### (ア) 商工会

##### (イ) 商工会議所

##### (ウ) 商店街振興組合

##### (エ) 事業協同組合

##### (オ) 商店街

##### (カ) 小売市場

##### (キ) 商店街連合組織

##### (ク) 10者以上の事業者等で組織された団体または実行委員会

#### ウ 補助率

補助対象経費の10分の9

#### エ 補助限度額

	補助限度額（※1）	
	単独実施の場合	複数の団体が連携する場合（※2） または、商店街連合組織の場合
(ア) プレミアム付商品券発行事業（※3）	10,000 千円	20,000 千円
(イ) 各種イベント事業	3,000 千円	6,000 千円

（※1）（ア）、（イ）の事業は併用して実施することができるが、補助限度額は10,000千円。（複数の場合及び商店街連合組織の場合は20,000千円）

（※2）設立1年以上の補助対象事業者の区分に分類される団体同士の連携に限る。

（※3）プレミアム付商品券のプレミアム率は30%以内。

オ 補助対象経費

(ア) 広告宣伝費、消耗品購入費、会場借上料などイベントや顧客獲得を目的とする事業の実施に要する経費

(イ) 国の「がんばろう！商店街事業」採択を受け実施する事業の自己負担分に要する経費

カ 補助事業費

100,000 千円

(積算内訳)

(ア) プレミアム付商品券 発行事業 (79,000 千円)	【複数の団体または商店街連合組織（上限 20,000 千円）】 ・ 20,000 千円 × 1 件 【単独（上限 10,000 千円）】 ・ 10,000 千円 × 3 件 ・ 5,000 千円 × 4 件 ・ 3,000 千円 × 3 件
(イ) 各種イベント事業 (21,000 千円)	【複数の団体または商店街連合組織（上限 6,000 千円）】 ・ 6,000 千円 × 1 件 【単独（上限 3,000 千円）】 ・ 3,000 千円 × 5 件

3 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	千円	千円	千円	千円	千円
100,000	100,000	—	—	—	—

※新型コロナウイルス感染症対応地方創生臨時交付金

4 繰越明許費 予算説明書 40～41 ページ

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
商店街等にぎわい復活支援費	補正後 予算額	千円 100,000	千円 100,000	千円 —	千円 —	千円 —	千円 —
	支出 予定額	—	—	—	—	—	—
	繰越 明許額	100,000	100,000	—	—	—	—

(2) 繰越の理由

補助事業者が行うにぎわい復活に係る事業が年度内に完了しない見込みであるため。

【参考】

1 実績

項目	令和2年度	令和3年度
プレミアム付商品券	6件	11件
スタンプラリー	6件	3件
イベント	3件	3件
合計	15件	17件

2 変更点

令和3年度実施分	今回補正
<p>補助限度額 <u>2,000 千円</u></p> <p>○課題 商店街等は、会員数や対象地区の規模の違いがあり、規模の大きい商店街では各個店に対する効果が小さくなってしまった。</p>	<p>プレミアム付商品券発行事業 <u>単独実施の場合 補助限度額 10,000 千円</u> <u>複数の団体が連携する場合、または、商店街連合組織の場合 補助限度額 20,000 千円</u></p> <p>各種イベント事業等 <u>単独実施の場合 補助限度額 3,000 千円</u> <u>複数の団体が連携する場合、または、商店街連合組織の場合 補助限度額 6,000 千円</u></p>