

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	宇佐両院商工会（法人番号 6320005004289） 宇佐市（地方公共団体コード 442119）
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）商品・サービスの創出と販路開拓支援 （２）個社の情報化・業務効率化 （３）情報発信の強化 （４）緊密な創業者支援・事業承継支援
事業内容	経営発達支援事業の内容 <u>１．地域の経済動向調査に関すること</u> ・国が提供するビックデータの活用及び小規模企業景気動向調査 <u>２．需要動向調査に関すること</u> ・試作品、新商品等調査及び地域外消費者ニーズ調査 <u>３．経営状況の分析に関すること</u> ・経営分析を行う小規模事業者発掘のためのセミナー開催 ・経営分析（定量分析たる「財務分析」・定性分析たる「非財務分析」） <u>４．事業計画策定支援に関すること</u> ・小規模事業者を対象とした事業計画策定 ・ＩＴツールに関するＤＸ推進セミナー開催 <u>５．事業計画策定後の実施支援に関すること</u> ・進捗状況の確認及びフォローアップ支援 ・専門家等と協議して必要な指導、助言 <u>６．新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること</u> ・展示会、商談会への出展支援 ・新規情報媒体登録（Google マイビジネス等）への推奨 ・経営革新、宇佐ブランド等認証及び認定への推奨 <u>７．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</u> <u>８．経営指導員等の資質向上等に関すること</u> <u>９．他の支援機関との連携を通じた支援ノウハウ等の情報交換に関する こと</u> <u>１０．地域経済の活性化に資する取組に関すること</u>
連絡先	宇佐両院商工会 〒872-0521 大分県宇佐市安心院町下毛 2112 番地の 1 TEL：0978-44-0381 FAX：0978-44-0382 E-mail：info@ryoin.oita-shokokai.or.jp 宇佐市商工振興課 商工労政係 〒879-0492 大分県宇佐市大字上田 1030 番地の 1 TEL：0978-27-8166 FAX：0978-27-8231 E-mail：syokou05@city.usa.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

<地域の現状>

宇佐市は大分県の北部に位置し、面積 439.05 km²、人口 56,258 人を有している。地勢的には、海岸線は遠浅の周防灘に広大な干潟を有し、平坦部は沖積層の広大な平野が広がっており、県下最大の穀倉地帯を形成している。

本市は、宗教とゆかりが深く、全国八幡宮の総本社である宇佐神宮（国宝）や独特の仏教文化である六郷満山文化の発祥の地である。平成 17 年 3 月 31 日に旧宇佐市、旧安心院町、旧院内町が合併し、現在の宇佐市となる。

その後、平成 20 年に、旧安心院町商工会と旧院内町商工会が合併し、本会が誕生した。

産業構造は農業のウエイトが高く、平野部では稲作・麦作を中心に山間部では葡萄等の果樹栽培が盛んに行なわれている。管内主要産業である製造業は半導体産業を中心に I T 産業等の先端技術産業の集積化が進んでおり、隣接する中津市に自動車産業の集積、生産拠点化が加速したことにより道路網の整備が行われ自動車部品製造が活発となっている。

管内中心部（旧安心院町）への交通手段としては主に車が用いられ、東九州自動車道の整備により北九州空港から 50 分・大分空港から 40 分とアクセスが良く、周辺地域を含んだ観光としては、『別府』中心部・『由布院』中心部からそれぞれ 30 分の場所にあることから、大分県を 2 度、3 度と訪れる観光客や観光バスによる周遊先として非常に人気も高い。

特に 7 月～9 月にはぶどうが旬の時期ということもあって、ぶどう狩り体験などを目的としてより一層の観光客が訪れている。

<宇佐市の人口と世帯数（国勢調査）>

平成 27 年に行われた国勢調査の確報より、宇佐市の人口は 56,258 人（男：26,281 人、女：29,977 人）、世帯数は 22,524 世帯であり、旧 3 市町別の結果は、旧宇佐市が 45,982 人、旧安心院町 6,360 人、旧院内町が 3,916 人となっている。

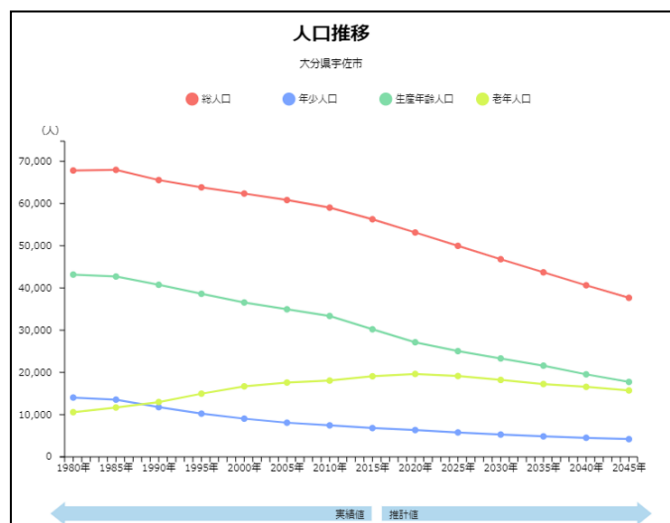
人口及び「1 世帯あたりの人数」のピークは 1947 年で、人口は昭和 60 年以降減少が続いており、世帯数については昭和 40 年以降増加傾向にあったものの、平成 22 年に減少傾向に転じており、減り続けている。（平成 27 年 2.5 人/世帯）



地域		人口総数 (人)	過去 5 年間 の増減(人)	男女別人口 (人)		年齢 (3 区分) 別人口 (人)			県人口に占 める宇佐市 の割合 (%)
				男	女	15 歳未満	15～64 歳	65 歳以上	
宇佐市全体		56,258	△2,750	26,281	29,977	6,823	30,212	19,082	4.8
内 訳	(旧宇佐市)	45,982	△1,568	21,551	24,431	5,906	25,343	14,599	—
	(旧安心院町)	6,360	△780	2,942	3,418	531	3,045	2,777	—
	(旧院内町)	3,916	△402	1,788	2,128	386	1,824	1,706	—

※市町村別人口（平成27年実施の国勢調査 人口等基本集計結果から引用）

また、「RESAS」（地域経済分析システム）を活用した人口推移で見ても明らかのように老年人口の増加に対して、総人口・年少人口・生産年齢人口は著しく減少していきと考えられている。



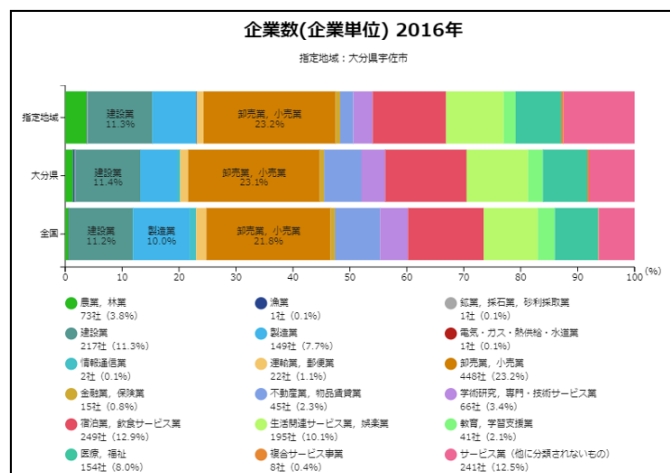
【出典】総務省「国勢調査」、国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口」

【注記】令和2年以降は「国立社会保障・人口問題研究所」のデータ（平成30年3月公表）に基づく推計値。

<産業構造：統計情報>

「RESAS」（地域経済分析システム）を活用した全産業の構造を産業分類順で示すと、全国・大分県内と比較しても非常に農業・林業とサービス業（他に分類されないもの）の割合が高いことはわかる。

宇佐市安心院町が西日本有数のぶどうの産地であり、農業（ぶどう生産）とそれに付随する加工・サービス業の割合が大きく、宇佐神宮を始めとする観光サービス業が多い。



【出典】総務省「経済センサス基礎調査」

再編加工、総務省・経済産業省「経済センサス活動調査」再編加工（平成28年3月公表）

＜商工業者数の推移：宇佐両院地域＞

センサス 調査年	建設業	製造業	卸・小売 業	飲食・宿 泊業	サービ ス業	その他	合計 (商工業者数)	小規模事 業者数
平成 21 年	75	42	166	106	19	83	491	407
平成 24 年	66	36	134	121	20	42	419	362
平成 26 年	65	44	123	119	19	42	412	359
平成 28 年	61	41	116	116	18	41	393	341
平成 21 年 対比 (増減率)	△14 (△18.6%)	△1 (△2.3%)	△50 (△30.1%)	10 (9.4%)	△1 (△5.2%)	△42 (△50.6%)	△98 (△19.9%)	△66 (△16.2%)

上記商工業者数の推移から、地域全体の小規模事業者数が減少傾向にあることが示されているが、業種に応じて増減率の偏りが生じている。

これらは業種別の課題を内包しており、地域の課題と個社の抱える課題を整理した上で伴走型支援を行っていく必要がある。

そこで、当会では第二次宇佐市総合計画「後期基本計画」に掲げられている「定住満足度日本一、交流満足度日本一のまち」を目標として、社会環境の変化により新たに生じた課題や市民ニーズなどを整理しており、それらを活用し経営発達支援事業の指針とする。

＜宇佐両院地域の代表的な地域資源＞



【安心院のすっぽん】

安心院は長い歴史を誇るすっぽんの産地で、すっぽんは栄養価が高く、低脂肪でビタミンやコラーゲンも豊富に含まれていることから、滋養強壮や体力回復の効果のほか、美容にも効果が見込める食材として女性からも注目を集めている。

【安心院のぶどう】

寒暖差が激しい風土であり、ぶどうの栽培に適する。

冬の底冷えが不可欠であり、冬の間十分に養分をため込んだ糖度の高いぶどうが西日本有数の生産量を誇る。

ピオーネ、デラウェア、赤ワインの原料となるマスカットベリーAなど、多彩な品種が栽培されている。

安心院ワインは、地元産ぶどうを原料に製造され、爽やかな飲み口が特徴。



【院内のどじょう】

養殖どじょう生産量日本一の宇佐のどじょうは、清らかな水で育てられるので臭みがなくやわらか。

「うなぎ一匹、どじょう一匹」と言われるほど栄養価が高い食材。

【院内のゆず】

院内町のゆずは西日本有数の生産量を誇る特産品として知られる。ゆずの栽培には最適とされ、昔から自生していた古木を増やして植え始めたことが、ゆずの産地としての始まり。

ゆずの加工は昭和 56 年より開始され、主に独特の香りを生み出す表皮を使用した加工品が製造されている。



【東椎屋の滝】

日本の滝百選に選ばれた東椎屋の滝は、日光華厳の滝に似ているところから、「九州華厳」と称される。高さ 85m の断崖を落下する様は圧巻。

【アフリカンサファリ】

アフリカンサファリは九州唯一のサファリ形式の自然動物公園。115 万㎡の大草原に約 70 種、1300 頭のライオンやキリンなど野生動物がのびのびと暮らす。マイカーやジャングルバス（有料）に乗り園内見学が可能。



【グリーンツーリズム（農泊）体験】

グリーンツーリズムの本場ヨーロッパを目標に始まった「農村民泊」「農家民宿」があり、安心院がその発祥の地と言われている。年間約 1 万人の宿泊客で推移している。

【院内の石橋群】

大分県は全国で最も石橋が多い地域であるが、中でも院内町には 75 基もの石橋が残されており、うち、アーチ橋（めがね橋）は 64 基と日本一を誇っている。



<産業（業種別の景況感）・地域課題：第二次宇佐市総合計画後期基本計画より>

地域の課題としては宇佐市では、下記の 3 つの業種に分けて整理している。

（ア）「商業・サービス業」においては、宇佐市における卸売・小売やサービス業の事業所数は、全産業の約 75% を占めると共に、従業者数は全産業の過半数を占めており、宇佐市の重要な産業の一つとなっているが、若干の減少傾向にある。

このことは、消費者の生活様式の変化が大きく関与しており、郊外型の大型店の進出なども影響し、市民の消費生活を向上させる一方で、中小小売店の廃業や商店街の衰退を招いている状況である。

また、経営者の高齢化や後継者不足などに起因した空き店舗の増加等により、商店街を中心とする街の賑わいが消失し、宇佐市全体の活力の低下を招くことが懸念されている。

そこで、商業事業者が安定した経営を保てるように商工会と連携強化し、創業・第二創業そして事業継承に係る「人材の発掘・育成」と「経営相談や金融対策、起業支援など支援体制の充実」が求められている。

(イ)「工業」においては、国の経済対策等の効果により、輸出関連企業や大都市を中心に景気は回復傾向にあるものの、地方の中小企業などへの波及効果は不透明な状況にある。

新たな工業団地造成が急務となると同時に、人材確保の面でも不足しており、高校卒業時の求職者のうち市内就職者は1割程度と、多くの若者が就職を機に宇佐市外に流出している。

そのため、雇用の増大に繋がる「企業誘致の推進」や創業・第二創業そして事業継承に係る「地場産業の育成」が求められている。

(ウ)「観光」においては、宇佐市は、宇佐神宮を始め数多くの歴史や文化、自然、グルメ等の多様な観光資源を有しており、近年は熊本地震や九州北部豪雨の影響で観光客が大幅に減少したものの、平成29年度は風評被害回復に向けて各種対策や他自治体と連携してPRを展開したことから入込客数は持ち直してきた。

そして、宇佐市の観光主要施設の入込客数も増加傾向にあるが、これらの観光客の約97%が日帰り客で、経済波及効果の少ない立ち寄り型の観光形態であることを示している。

また、観光振興に重要な要素である、歴史・文化、食などの活用や観光客に対するおもてなしの姿勢や受入体制、情報発信が先進地と比較して十分とは言えず、宇佐市の知名度の向上に向けた「情報発信の強化」や観光客の交流満足度向上に向けた「受入体制の強化」、観光地としての魅力向上に向けた「資源活用の強化」、観光振興を牽引する「人材・組織の強化」が求められている。

②課題

宇佐市の課題

①「商業・サービス業」	②「工業」	③「観光業」
○商店街を中心とする街の活性化 ○事業者の経営力向上 ○人材の育成	○企業誘致の促進 ○人材の確保 ○地場産業の育成	○宇佐市の知名度の向上に向けた「情報発信の強化」 ○観光客の交流満足度向上に向けた「受入体制の強化」 ○観光地としての魅力向上に向けた「資源活用の強化」 ○観光振興を牽引する「人材・組織の強化」

宇佐市の課題に対する取組み

①「商業・サービス業」	②「工業」	③「観光業」
◇空き店舗補助 ◇買い物支援対策 ◇創業、第二創業を推進 ◇事業承継の支援	◇工業団地の整備 ◇異業種間交流機会の創出 ◇企業と求職者のマッチング ◇創業、第二創業を推進 ◇事業承継の支援	◇観光キャンペーンの開催 ◇広域観光プロモーション ◇観光施設整備 ◇関係自治体との連携 ◇誘客促進 ◇グリーンツーリズムの推進 ◇食観光プロモーション ◇観光ガイドの育成

宇佐両院商工会としては、市の提示する課題に加えた以下について、課題と考えている。

宇佐両院商工会の課題

①「商業・サービス業」	②「工業」	③「観光業」
●経営相談や金融対策、起業支援など支援体制の充実 ●創業前・事業承継前の有益な情報提供 ●DXに向けた取組み強化 ●地域資源の更なる深堀と創出による革新的な新商品・サービス確立 ●商談成立に向けた実効性のある支援	●経営相談や金融対策、起業支援など支援体制の充実 ●創業前・事業承継前の有益な情報提供 ●DXに向けた取組み強化 ●地域資源の更なる深堀と創出による革新的な新商品・サービス確立	●経営相談や金融対策、起業支援など支援体制の充実 ●創業前・事業承継前の有益な情報提供 ●DXに向けた取組み強化 ●地域資源の更なる深堀と創出による革新的な新商品・サービス確立 ●観光客等の需要動向の把握

(2) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

①10年程度の期間を見据えた計画（宇佐市の基本戦略）

宇佐市では、平成27年3月に「第二次宇佐市総合計画」を策定し「定住満足度日本一、交流満足度日本一のまち」を目標に次の3つを基本戦略として取り組んでいる。

I. 「地理的優位性の活用」

東九州自動車道等の整備により形成される「広域循環型ネットワーク」を活用して経済、文化、観光などの振興に努める。

II. 「歴史文化、人物、農林水産物など地域の潜在力の活用」

米、ぶどう、ゆずなど豊富な農林水産物や石橋、鰻絵等の歴史的・文化財などの地域資源を活用したツーリズムを推進し、交流人口の増加を図ると共に魅力あるまちづくりに努める。（ツーリズム、農商工連携による6次産業化の推進）

III. 「周辺部を含む地域の均衡ある発展」

宇佐市全体が均衡ある発展を遂げるために、交通体系や住環境の整備等の社会基盤を整えると共に、市民主体のまちづくり活動を支援することにより、住みやすいバランスのとれた市民主体のまちをつくる。

地域内消費は人口減少による市場の縮小が進む中で、観光関連産業を中心として外部に向けた魅力ある商品・サービス・発信力が必要とされるようになってきた。

そのような現状を受けて、I. 「地理的優位性の活用」とII. 「歴史文化、人物、農林水産物など地域の潜在力の活用」の2つは重要な位置づけであり、先述した観光資源を中心とした革新的な商品・サービスの創出と成長が求められている。

②宇佐市総合計画との連動性・整合性

小規模事業者の多くが宇佐市民を顧客としており、交通体系や住環境の整備等の社会基盤があつてこそ、市民の消費生活向上と、地域内消費の活力へと繋がる。

また、小規模事業者への支援策も、直接的な手段・効果でなくとも、地域一丸となった取組みそのものが、「観光の振興」の柱となりブランド力を向上させることから、現状として有効活用されていない地域資源にも着目し、まちづくりの方向性を踏まえ、各支援機関・行政・その他団体と連携した伴走型支援を実践していく。

③商工会としての役割

先述した代表的な地域資源と、記載がなくとも今後活用が期待されるような、宇佐産黒大豆「クロダマル」、鰻絵、米（ヒノヒカリ）等といった地域資源を掘り起こし、それらを活用した革新的な新商品・サービスを確立するための伴走型支援が必要である。

また、中長期的な事業計画が求められるようになっており、商工会としてもこれら計画策定支援と10年程度の期間を見据えた計画、宇佐市総合計画との連動性・整合性をとっていく必要がある。

（３）経営発達支援事業の目標

伴走型支援を行う上で短期的な成果・支援に捉われることなく、長期的な成果・支援を行うべきであり、前年度からの継続支援と当年度からの新規支援のそれぞれに取り組んでいく。

特に社内環境の改善となるような個社の情報化・業務効率化については、成果が解りにくい一方で、廃業を防ぐと共に事業承継に繋がることや労働力確保といった経営の根幹に関わる内容であることから、成果目標としても掲げていく。

各支援機関・行政・その他団体と連携し、支援のために集めた情報共有を行いながら、それらを小規模事業者へ還元する。

また、小規模企業と地域経済の発展については連動性が高く、生産性を高め付加価値の向上を図る小規模事業者の発展から、地域内の小規模事業者増加による商工業全体の発展を目指していく。

目標１「商品・サービスの創出と販路開拓支援」

①新商品・サービス開発：新商品開発に伴う成分分析・ラベル表示などの指導。

宇佐ブランドや経営革新計画認定制度等の活用。

②販路開拓：既存商品の見直し（ラベル・容量・販売方法）

既存と異なる新たな販売先確保（商談会・展示会出展支援）

目標２「個社の情報化・業務効率化」

①財務状況の見える化：企業分析（財務分析）の実施。

経費削減の提案。

②設備投資や業務改善：作業や人手の省力化に資する提案。

設備投資等の提案。

③中長期的な事業計画策定：事業計画策定支援の実施。

労働力確保や事業承継に関わる提案。

目標３「情報発信の強化」

①広報物の見直し：デザイン媒体の変更（紙から電子へ）や配布先の変更提案。

②新たな媒体への掲載：雑誌、ホームページ、SNS等の活用。

目標４「緊密な創業者支援・事業承継支援」

①小規模事業者（創業・事業承継対象予定者を含む）への情報提供。

②地域内の小規模事業者増加による商工業全体の発展のために地域全体での取り組み実施や、商工会を中心とした小規模事業者に対する伴走型支援。

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) 目標の達成に向けた方針

目標1「商品・サービスの創出と販路開拓支援」の達成に向けた方針

地域内の限られた市場では先行きに不安があり、商品・サービスの創出と販路開拓支援は地域外での売り上げを伸ばす取り組みを中心とする。

また、業種にこだわらず幅広い支援を行う。

目標2「個社の情報化・業務効率化」の達成に向けた方針

新型コロナウイルス感染症や豪雨災害といった社会情勢を含めて外部環境が大きく変化する中で、企業側で柔軟に対応出来る体制構築が必要とされている。

内部環境の見直しを図ることは非常に重要性が高く、商工会の支援の幅を広げるためにも、情報化・業務効率化といった分野においても支援が必要である。

全ての業種支援として、本事業においてはこれまで継続してきた企業分析（財務分析）を含め個社の情報化・業務効率化の達成を目指していく。

目標3「情報発信の強化」の達成に向けた方針

企業の労働力不足・商品の販売力不足などの根幹にあるのは情報発信力に乏しいということであり、チラシ・パンフレットといった紙媒体から、ホームページや各種SNSといった情報媒体を増やしながら新たな情報発信をすることと、その内容見直しが重要となっている。

情報発信力の強化では、全ての業種支援として、こうした媒体増加・内容見直しの達成を目指していく。

目標4「緊密な創業者支援・事業承継支援」の達成に向けた方針

地域内事業者の減少は地域に必要なサービスが失われるだけでなく、そこに住む市民の住みやすさへと多大な影響を与え、周辺部を含む地域の均衡ある発展を妨げる恐れがある。

そのため、小規模事業者の創業、第二創業および事業承継は重要な支援テーマであり、創業者や事業承継予定者にとっても有益な情報として、事業計画策定や資金相談等の支援を実施しており、セミナー等の周知を図っていく。

また、これまで60歳以上の経営者を対象とした事業承継に関するアンケート調査を200社以上で実施しており、その情報を元に、円滑な事業承継と後継者育成に向けて「大分県事業承継引支援センター」とも連携していく。

地域内事業者の事業数維持に向け、施策周知なども始めとするサービス提供を幅広く実施できるように伴走型支援を行っていく。

3. 地域の経済動向調査に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

景気動向調査では、主要業種である特定3業種「飲食業」、「宿泊・レジャー業」、「製造業（主に食品）」に絞り対象範囲を広げたが、景気動向調査先増加は、業種ごとの似通った一般的な課題を指し示すに留まり、分析したデータの有効活用に課題があった。

また、経営状況分析として、ヒアリング調査とローカルベンチマークを活用した財務分析を実施し、着実に支援に役立ててきた。

【課題】

景気動向分析は実施しているものの、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ことや、地域全体の経済動向分析が行えていなかったことから、改善したうえで実施する。

(2) 目標

	現行	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
①地域の経済動向分析の公表回数	—	1回	1回	1回	1回	1回
②景気動向分析の公表回数	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

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政策資源を集中投下し、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回商工会ホームページにて掲載・公表する。

【調査手法】経営指導員等が「RESAS」（地域経済分析システム）を活用し、地域の経済動向分析を行う。

【調査項目】・「地域経済循環マップ・生産分析」 → 当地域が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管内の景気動向調査では、地域産業の状況変化の実態等諸情報を一定時期ごとに的確に収集し、活用することを目指すため、全国商工会連合会が行う「小規模企業景気動向調査」を実施した上で、大分県内の景気動向と併せて年4回分析を実施する。

【調査手法】調査票を郵送し返信用封筒で回収する。
経営指導員等が回収したデータを整理し、分析を行う

【調査対象】管内小規模事業者15社
(製造業3社、建設業2社、小売業4社、サービス業6社)

【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

(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。

○経営指導員等が巡回指導を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】

これまで実施した内容の多くが、地域内を訪れた方への紙媒体でのアンケートとなっており、情報化が進んでいくうえでの地域内を訪れる“新規顧客”の需要動向内容に即していない。

【課題】

紙媒体による単純なアンケート調査では求めている需要動向を捉えることは出来ず、分析内容が不十分なため、改善したうえで実施する。

(2) 目標

		現行	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
①	試作品・新商品等調査 対象事業者数	2 者	5 者	5 者	5 者	5 者	5 者
	調査件数	2 件	50 件	50 件	50 件	50 件	50 件
②地域外消費者ニーズ調 査対象事業者数		4 者	5 者	5 者	5 者	5 者	5 者

(3) 事業内容

①試作品・新商品等調査

大分県外で開催される B t o B の展示会・商談会で九州最大級の商談会「Food EXPO Kyushu」および「FOOD STYLE Kyushu」、全国規模の食品飲料等展示商談会「こだわり食品フェア」において、来場するバイヤーに対し、試食、試作品新商品等に係るアンケート調査を実施する

対象事業者数を以前よりも増やして対応を行う他、調査結果を分析した上で当該 5 事業者にフィードバックすることで、新商品開発に資する。

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】 50 件（1 事業者あたり 10 件）

【調査手法】 展示会・商談会の際に事業所ブースを訪れたバイヤーを対象として、参加事業者の商品に対する意見や改善点などを聞き取りの上、アンケート票へ記入する。
経営指導員等が回収したデータを整理し、分析を行う。

【調査対象】 展示会・商談会の参加事業者 5 社（地域資源を活用した新商品開発事業者）

【調査項目】 ①価格の妥当性、②ターゲット、③商品の印象・改善項目、④パッケージ、⑤取引条件等

【調査・分析結果の活用】 分析結果は小規模事業者に向けて直接説明する形でフィードバックし、更なる商品・サービス改善を行う。

②地域外消費者ニーズ調査

紙媒体で実施されることで当地域を既に訪れている顧客に対しての調査となっており、周知や集客に必要な情報を捉えるまでに至らなかった。

飲食業であれば「安心院 ランチ」、食品製造業であれば「宇佐 土産品」といった Google や Yahoo! などの検索エンジンに入力される「検索キーワード」が、世の中の需要そのものといえることから、検索キーワードの需要を適切に捉えることで、検索広告などのマーケティング施策が成功する可能性が高まり、情報化が進んでいる上での地域内を訪れる“新規顧客”の需要動向を把握していく。

目に見える効果が得られることから対象事業者数を以前よりも増やして対応を行っていく。

また、調査結果については小規模事業者にフィードバックする。

【サンプル数】5 事業者

【調査手段・手法】「Google マイビジネス・インサイト」、「Google トレンド」、「RE S A S」（地域経済分析システム）の活用

【調査項目】①ユーザーが自分のビジネス情報を検索した方法

②ユーザーが検索したときに実際に使用した語句

③ユーザーが検索に使ったサービス

④ユーザーの行動（ウェブサイトへのアクセス・ルートのリクエスト等）

⑤写真の閲覧数／枚数

【分析手段・手法】調査結果は経営指導員が分析を行う。

【調査・分析結果の活用】分析結果は小規模事業者に直接説明する形で、年4回（四半期毎）に分けて小規模事業者にフィードバックし、商品・サービス改善や新商品開発、事業計画策定支援に資することとする。

<活用するツール：「Google マイビジネス・インサイト」>

Google マイビジネスを活用することで、Google で検索され、ビジネスプロフィールの表示に繋がった「キーワード」の検索回数の推移がわかり、個社毎の業種・情報・立地などに応じた細やかな“新規顧客”の需要動向を把握することが出来る。

※Google マイビジネスについては個社毎の登録・聴き取りが必要

635

◎ ビジネスプロフィールを閲覧したユーザー数

プラットフォームとデバイスの内訳

プロフィールの検索に使用されたプラットフォームとデバイス



70

Q. ビジネスプロフィールの表示につながった検索

検索内容

ビジネスプロフィールが検索結果に表示されたときに、ユーザーが入力していた検索キーワードです

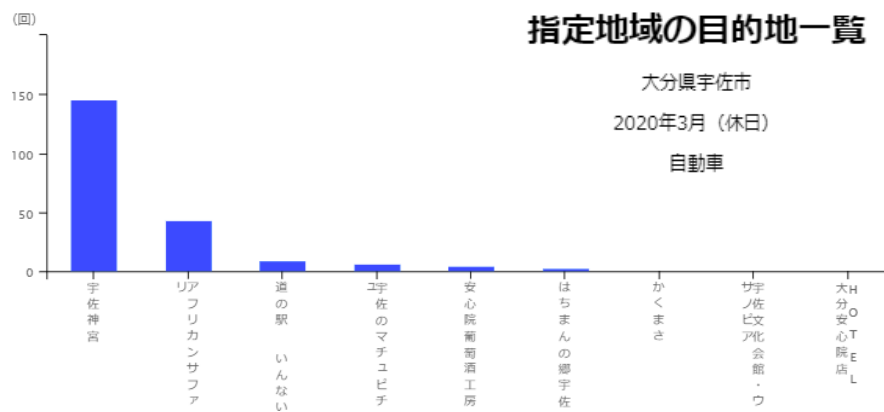
1	温泉	33
2	宇佐 温泉	21
3	宇佐市温泉	16

<活用するツール：「Google トレンド」>

Google トレンドを活用することで、Google で検索されるキーワードの検索回数の推移がわかり、検索キーワードの検索回数が増加しているのか、減少しているのか、期間の指定をして調べることが出来るので、過去・現在・未来の市場調査をすることが可能となる。

<活用するツール：「RESAS」（地域経済分析システム）>

「RESAS」（地域経済分析システム）では株式会社ナビタイムジャパン「経路検索条件データ」を元にした宇佐市の目的地一覧の情報が把握出来ることから、観光客全般の目的地等が把握出来る。



【出典】株式会社ナビタイムジャパン「経路検索条件データ」

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「事業計画策定」のためのセミナーを年1回開催してきた。
着実な事業実施と目標達成が図られている。

【課題】

「事業計画策定」の重要性や作成することのメリット等を講習することや事業者の意識改革を目的としてきたが、近年は「販路開拓」など、テーマを広げた講習への需要が高い。
経営状況分析については、定量分析たる「財務分析」と、定性分析たる「非財務分析」の双方を行うことで、データ管理されている個社情報・経営カルテと併せた支援を実施していく。

(2) 目標

	現行	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
①セミナー開催件数	1回	1回	1回	1回	1回	1回
②経営分析事業者数	30者	40者	40者	40者	40者	40者

(3) 事業内容

①経営分析を行う事業者の発掘のためのセミナー開催を行う。

具体的には、宇佐市内の事業者へインターネット募集を行った上で、「事業計画策定に必要な経営分析」や「持続的発展を目指す財務分析」など支援状況に応じた内容のセミナーを開催する。

自社の経営課題の把握と目標設定に係る情報提供を行う他、今後の事業計画策定へと繋げていく。

【支援対象】 自社の経営課題の把握と目標設定を希望する事業者

【募集方法】 インターネット募集

経営指導員等による相談対応・経営指導を行う中で募集

【講師】 中小企業診断士等

【回数】 1回

【セミナー（カリキュラム）の事例】

- ・事業計画策定に必要な経営分析
- ・持続的発展を目指す財務分析等

【参加者数】 15社

②経営分析の内容

【対象者】 セミナー参加者や巡回の中で、意欲的で販路拡大の可能性の高い小規模事業者40者を選定する。

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

≪財務分析≫ 直近3期分の収益性、生産性、安全性および成長性の分析

≪非財務分析≫ 事業者の内部環境における強み、弱みと外部環境の脅威、機会を整理する。

【分析手法】 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、経営指導員等が分析を行う。

非財務分析はSWOT分析のフレームで整理する。

(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する他、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、「宇佐市」「おおいたスタートアップセンター」「大分県よろず支援拠点」「宇佐市金融団」等と連携して宇佐市創業支援講座の共催を行い、新規創業希望者への個別相談と事業計画策定支援を行ってきた。

また、小規模事業者および創業者・事業承継予定者についても国・県・市行政の施策周知にも努め、事業計画策定の重要性を周知している。

D X推進に関する取組みについては、これまで実施していない。

[課題]

事業計画の策定にあたっては、経営状況の分析が前提（必須）であり、セミナー参加者や巡回の中で経営状況分析（財務分析）を行う 40 者の中から 15 者以上の事業者を選別、経営指導員が担当制で張り付き支援を行っていく。

また、専門家派遣はこれまで実施しているものの、高度・専門的な知識が不足しているため、外部専門家等との連携は継続し、改善したうえで実施する。

(2) 支援に対する考え方

有効な事業計画となるためには、自社状況を把握した上で実現可能性の高い取組みを行う必要があり、「小規模事業者持続化補助金」を代表するような補助金申請を契機として、事業計画の策定に繋げていく。

(3) 目標

		現行	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
①	事業計画策定事業者数	10 者	15 者	15 者	15 者	15 者	15 者
	創業計画策定事業者数	—	1 者	1 者	1 者	1 者	1 者
	事業承継計画策定事業者数	—	1 者	1 者	1 者	1 者	1 者
②	D X推進セミナー	—	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
③	専門家派遣回数	15 件	20 件	20 件	20 件	20 件	20 件

(4) 事業内容

①「事業計画策定事業者数」を目標に掲げ、経営分析を行った事業者を対象として、事業計画策定を行う。

具体的には、経営状況の分析に付随して開催される「セミナー」の受講者を中心に、経営指導員が担当制で対応し、外部専門家も交えて確実に事業計画の策定に繋げていく他、「セミナー」未受講者であっても、同様の内容を巡回・窓口指導の中で習熟させ、経営状況分析を行った事業者も対象とする。

なお、国・県・市行政の小規模事業者に関する施策周知に伴い、事業計画策定の重要性を周知する他、事業計画の策定にあたっては、「地域の経済動向調査」、「経営状況の分析」及び「需要動向調査」の情報提供を併せて実施することで、内部環境（強み・弱み）と外部環境（機会・脅威）を踏まえた計画を立てることが可能となる。

また、緊密な創業者支援・事業承継支援のために「創業計画策定事業者数」「事業承継計画策定事業者数」を目標に掲げ、相談支援とセミナー等の周知を図っていく。

②需要動向調査で把握した I T ツールに関する D X 推進セミナーの開催を行う。

具体的には、宇佐市内の事業者へインターネット募集を行った上で、事業計画を策定する前の段階で、事業者に対して現在どのような I T ツールやデジタル技術があるのかについて情報提供を行う他、I T ツールの導入へと繋げていく。

【支援対象】 自社の経営課題の把握と D X に関する情報収集を希望する事業者

【募集方法】 インターネット募集

経営指導員等による相談対応・経営指導を行う中で募集

【講師】 中小企業診断士（I T 専門家）等

【回数】 1 回

【セミナー（カリキュラム）の事例】

- ・ D X 総論、D X 関連技術の紹介と具体的な活用事例
- ・ S N S を活用した情報発信方法
- ・ E C サイトの利用方法等

【参加者数】 10 社

③事業計画の策定の際に専門的な課題が生じた場合、専門家等と協議して必要な指導・助言を行う。

また、専門家派遣についての問合せと対応する課題の高度化が進んでおり、小規模事業者に対して効果的かつ適切な指導を行うために必要な知識及び経験の習熟も実施しながら、他の小規模事業者支援に活用していく。

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】

これまで実施していたものの、事業計画策定事業者数の方が、フォローアップ対象事業者数に対して著しく大きく、対象事業者数の目標設定を行っていなかった。

【課題】

フォローアップ対象事業者毎に必要なフォローアップ件数の差が大きく異なることから、1事業者あたりの目標件数を設定する。

(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して、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が少なくとも1事業者あたり3回の目標として設定し、事業計画の策定が年度末等の場合は他の事業者のフォローアップを重点的に行うことで目標達成を目指す。

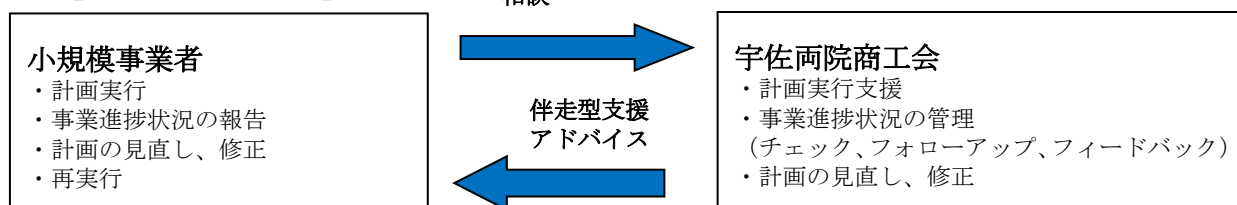
(3) 目標

		現行	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
①	フォローアップ対象事業者数	—	20者	20者	20者	20者	20者
	頻度（延回数）	40回	60回	60回	60回	60回	60回
	売上増加事業者数	—	5者	5者	5者	5者	5者
	利益率向上事業者数 （1%以上増加/年）	—	5者	5者	5者	5者	5者
②	専門家派遣回数	2件	4件	4件	4件	4件	4件

(4) 事業内容

①事業計画策定を行った全ての事業者においてPDCAフロー図に従って支援を行うが、進捗状況が思わしくなく、事業計画との間にズレが生じていると判断する場合には、必ず毎月1回開催する経営支援会議での話し合いや、外部専門家など第三者の視点を投入することで、当該ズレの発生要因及び今後の対応方策を検討のうえ、フォローアップ頻度の変更等を行う。

【PDCAフロー図】



②事業計画策定後に計画通りに事業実施がされていないケースや事業遂行に大きなズレが生じた場合に、専門家等と協議して必要な指導・助言を行う。

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]

これまで展示会・商談会の実施支援がない中で掲げた目標に取り組んできた。
D X推進に関する取組みについては、これまで実施していない。

[課題]

これまでの事業実施効果を踏まえて、より有効な方法の選択と改善が必要。
今後、新たな販路の開拓にはD X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。等

(2) 支援に対する考え方

商工会が自前で展示会等を開催するのは困難なため、既存の展示会への出展を目指す。
出展にあたっては、経営指導員等が事前・事後の出展支援を行うと共に、出展期間中には、陳列・接客を始めとするきめ細かな伴走支援を行う。
D X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、S N S情報発信、E Cサイトの利用等、I T活用による営業・販路開拓に関するセミナー開催や相談対応を行い、理解度を高めた上で、導入にあたっては必要に応じてI T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	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
①	展示会・商談会出展事業者数(B to B : 大分県内)	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者
	成約件数/社	—	1 件	1 件	1 件	1 件	1 件
②	展示会・商談会出展事業者数(B to B : 大分県外)	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者
	成約件数/社	—	1 件	1 件	1 件	1 件	1 件
③	展示会・商談会出展事業者数(B to C : 大分県外)	1 者	3 者	3 者	3 者	3 者	3 者
	売上額/社	—	10 万円	10 万円	10 万円	10 万円	10 万円
④	新規情報媒体登録事業者数	—	5 者	5 者	5 者	5 者	5 者
	売上増加率/者	—	10%	10%	10%	10%	10%
⑤	経営革新・宇佐ブランド等認証事業者数	—	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者

(4) 事業内容

支援対象者は、事業計画を策定した食品製造業者を想定している。
それぞれ展示会・商談会に参加する前に、F C Pシートの作成や、商談方法についてなど、事前研修やアドバイスを実施し、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取組みを行う。
事業者あたり10万円の売上額を目標とし、大分県内での流通と大分県外での流通など、事業者の希望状況などに応じて適切な展示会・商談会を選択出来るように提案し、着実な成果が出るような支援を行っていく。
なお、大分県商工会連合会とも連携し、「販路開拓セミナー」などへの参加も促していく。
また、D Xに向けた取組として、ブランディングとI T活用による営業・販路開拓支援のため

に、新規情報媒体登録と認証制度の登録を経て、各種SNS情報発信、ECサイトの利用推進を行う。

①展示会・商談会出展支援（BtoB：大分県内）

「JFC 大分農商工商談会」は、日本政策金融公庫、大分県内金融機関、商工団体等との共催による商談会で約 100 事業所が出展し大分県内の事業者（バイヤー）を含めて 200 名以上参加することから、小売・中食・外食業界へ販路拡大を希望する食品製造業者が対象。大分県内での流通を希望する事業者として毎年 2 社の参加を見込んでいる。



* 出展の様子：第 4 回 JFC 大分農商工商談会

②展示会・商談会出展支援（BtoB：大分県外）

「Food EXPO Kyushu」および「FOOD STYLE Kyushu」は、九州最大級の商談会で約 600 事業所が出展し、九州圏内を商圏とした小売・中食・外食業界へ販路拡大が見込める。

「こだわり食品フェア」は、全国規模の食品飲料等展示商談会で、約 300 事業所が出展。食品スーパーや百貨店等など小売業を中心に、商社、食品卸、フードサービス等への販路拡大が見込める。

それぞれ食品製造業者が主な対象となるが、出展を希望する事業者には、大分県商工会連合会が行う「販路開拓セミナー」（年 4 回開催）に参加させるなど、販路開拓の手法や出展までの準備およびバイヤーへの対応方法等を習熟させながら、伴走型支援により完成させた新商品を中心に各商談会への参加を促す。

大分県外での流通を希望する事業者として毎年 2 件の参加を見込んでいる。



* 出展の様子：FOODEXPO Kyushu（平成 31 年）



* 出展の様子：第 15 回こだわり食品フェア（令和 2 年）

③展示会・商談会出展支援（BtoC：大分県外）

「ニッポン全国物産展」は全国商工会連合会が主催で、毎年11月に1回、3日間にわたり全国350事業所以上が出展し、延べ約150,000人が来場する恒例イベントで、食品製造業者が対象。毎年1社の参加を見込んでいる。

(※令和2年は新型コロナウイルス感染症の影響から出店者数を半分以下・開催期間も2日間の事前入場登録制としたことで、約15,000人が来場)

その他、支援団体等が企画開催する物産展及び見本市等の参加事業者に対し、経営指導員と専門家でF C P展示会・商談会シート作成や内容の確認を行ない、新たな需要の開拓を支援する。



* 出展の様子：ニッポン全国物産展（平成30年）

④新規情報媒体登録支援

これまでWeb情報の発信支援強化として、「SHIFT」への登録を推奨してきたが、社会変化へ対応するためにもDXに向けた取組として、近隣の限られた商圈や物理的な対面販売のみでは、売上・顧客数の拡大や販売における業務効率において限界ができてしまうことから、商圈に制限の無い販売方法、新たな広報の手法を行うことが重要になってくると思われる。

そのためにホームページ作成サービス「Goopie」の登録と、Facebook・Instagram等のSNSや通販サイトBASE・Googleマイビジネスといった、多岐にわたる情報媒体を活用し、新規情報媒体登録事業者数の増加として、毎年5件の目標を掲げることとする。

⑤経営革新・宇佐ブランド等認証支援

これまで宇佐ブランド認証制度の登録を推奨してきたが、他市を含まない地場産の原材料等を活用した商品のみが登録出来る制度であり、食品製造業の中でも登録に至るには非常に厳しい状況であったことから、特定の事業者支援が集中することなく、広く事業者を支援することと商品の更なる付加価値向上に向けて、宇佐ブランド認証制度のみに限定せず、経営革新計画承認を始めとする各種認証・認定の目標として、毎年2件と設定する。

<代表的な認証制度>

経営革新計画 承認制度	宇佐ブランド 認証制度	HACCP認証制度	大分県「安心はおいしい プラス」認証制度
中小企業が「新事業活動」に取り組み、「経営の相当程度の向上」を図ることを目的に策定する中期的な経営計画書で新商品・新サービスの登録が多い。業種は問わない。	宇佐市における地場産の原材料等を活用して製造、加工された農畜水産加工品のうち、特に優れた商品を宇佐ブランドとして認証。食品（農畜水産加工品）製造業が主な対象。 	業界・業種毎、自治体毎の認証制度がある。HACCPは食品安全の管理方法として世界的に利用されている手法で、令和3年6月1日から完全義務化。食品製造業が主な対象。	大分県内の飲食店における事業者自らが新型コロナウイルス感染防止対策を講じるだけでなく、第三者が認証。外食業が主な対象。 

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〕

経営力強化支援事業推進協議会(外部評価委員会)を開催し成果や取組みについて客観的に評価、検証を実施した。

〔課題〕

成果や取組みについてより客観的に評価、検証を実施するため連携を密にする必要がある。

(2) 事業内容

当会の理事会と併設して、外部有識者(中小企業診断士、大分銀行支店長)と大分県北部振興局部長、宇佐市商工振興課長、法定経営指導員をメンバーとする「経営力強化支援事業推進協議会」を1年毎に開催し、経営発達支援事業の進捗状況等について評価を行う。

当該協議会の評価結果は、役員会等にフィードバックしたうえで、事業実施方針等に反映させる。また、当会ホームページにて公表し、地域の小規模事業者が常に閲覧可能な状態とする。

【構成：経営力強化支援事業推進協議会】

(1) 外部有識者	中小企業診断士	1名
	大分銀行支店長	1名
(2) 大分県の職員	大分県北部振興局部長	1名
(3) 宇佐市の職員	宇佐市商工振興課長	1名
(4) 法定経営指導員	法定経営指導員	1名

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]

これまでも実施しており、情報交換とノウハウ蓄積を充実させている。
PDCAフロー図に従った支援内容とその評価、検証を行う体制が築けている。

[課題]

担当者の変更などもあり、継続的な情報交換とノウハウ蓄積が必要である。

(2) 事業内容

①経営支援会議の実施

当会では、PDCAサイクルに基づき、1年毎の取組み評価の他、事業進捗状況把握と事業支援ノウハウ共有のために、毎月1回経営支援会議を実施し、職員の支援能力の向上を図る。

②事務局全体会議の実施

経営指導員以外の職員を含め、研修会等で習得した内容等を共有化するためにも、毎月1回、経営指導員が講師を務め、小規模事業者に対して支援する具体的な活用方法や手法紹介等について説明し、意見交換等を行うことによって、職員全体の支援能力の向上を図る。

③データベース化

経営指導員等が基幹システム上のデータ入力を適時・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出来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出来るようにする。

④DX推進への対応

小規模事業者への情報提供や経営指導を行うには、まず支援する側の単会の経営指導員の知識習得が必要であるため、経営指導員向けのITに関する研修等への参加を行う他、「DX」に向けたIT導入等の取組事例の共有を経営指導員間で実施していく。

＜想定する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（需要開拓等）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

1 1. 他の支援機関との連携を通じた支援ノウハウ等の情報交換に関すること

(1) 現状と課題

[現状]

これまでも実施しているが、定例の会議は勿論のこと、毎年の経済動向に応じて他の支援機関との連携のための会議・情報交換を行っている。

P D C Aフロー図に従った支援内容とその評価、検証を行う体制が築けている。

[課題]

担当者の変更などもあり、継続した情報交換と同一組織内でのノウハウ蓄積が必要である。

(2) 事業内容

当会では、P D C Aサイクルに基づき事業計画の策定件数の増加と、そのための支援能力の向上を目指しており、経営指導員を各会議に参加させ、事業計画策定支援ノウハウの向上と情報交換に主眼を置いている。

①市・県・会議所・商工会協議会への出席（年1回）

宇佐市、大分県北部振興局、宇佐商工会議所、宇佐両院商工会の関係者が参画する「市・県・会議所・商工会協議会」に出席し、宇佐市の最新の経済動向等を把握すると共に、参加者相互の支援ノウハウの情報交換を行うことで、支援ノウハウの一層の向上に努める。

②宇佐市6次産業創造推進協議会（年2回）

宇佐市では、市内の優良な1次産品などを使った加工品（6次産品）を、認証基準に則って厳正な審査を行い、特に優れた商品を「宇佐ブランド」として認証している。

宇佐市、宇佐商工会議所、宇佐両院商工会、大分県農業協同組合北部事業部、大分県漁業協同組合、宇佐市観光協会、大分県北部振興局が参画する「宇佐市6次産業創造推進協議会」に出席し、宇佐ブランドの認証状況を把握すると共に、参加者相互の支援ノウハウの情報交換を行うことで、支援ノウハウの一層の向上に努める。

③広域指導課長等会議（経営発達支援計画認定商工会連絡会議、年2回）

大分県商工会連合会及び大分県下17商工会の広域指導課長又は上席経営指導員が参画する「経営発達支援計画認定商工会連絡会議」に出席し、各地域の事業取り組み状況と先進事例について情報交換を行うことで、支援ノウハウの一層の向上に努める。

1 2. 地域経済の活性化に資する取組に関すること

(1) 現状と課題

〔現状〕

これまでも地域資源を活用した取組を実施している。

愛のおつかい便事業（買物弱者対策の宅配サービス）は高齢者の利用者増加・利用金額増加に反して取扱う加盟店の廃業が多く、加盟登録企業数の維持に努めている。

〔課題〕

地域資源の更なる深堀や創出を行い、地域内資金循環の効果のある一過性でない取組が必要とされている。

(2) 事業内容

①「うさ産学地域創生フォーラム」の開催（年1回）

国立大学法人大分大学と連携を図り、産学の結び付きをより一層強めながら、地場企業と進出企業の相互の販路開拓、新規事業参入、業務提携を目的に、宇佐商工会議所、宇佐両院商工会、宇佐市工業連合会、宇佐市立地企業振興協議会の4団体が共催で開催し、地域内の小規模事業者・中小企業を含めて今後の地域の方向性を共有する取組を行っている。

②「安心院フェア葡萄酒まつり」

観光客の誘致による観光産業の活性化を目的として、宇佐市安心院支所、宇佐市観光協会安心院部会、JAぶどう部会、宇佐両院商工会等から構成される「安心院フェア実行委員会」では、毎年9月に約3万人の来場者が見込める「安心院フェア葡萄酒まつり」を開催している。

宇佐市安心院町は西日本有数のブドウの産地であり、安心院葡萄酒工房といった関連した産業・施設も充実していることから、地域内産業でも観光産業が占める割合が大きい。

「安心院フェア葡萄酒まつり」ではぶどう産地であることのPRの他、その他地域資源の【院内のどじょう】、【安心院のすっぽん】、【院内のゆず】を用いた料理が提供される他、【アフリカンサファリ】の出張ふれあい動物園、ぶどう狩りや【院内の石橋群】、【東椎屋の滝】を巡る観光バス、【グリーンツーリズム（農泊）体験】も同時期に利用されることから、地域経済の活性化に資する取組みとして地域が一丸となっているものである。



③「愛のおつかい便事業」

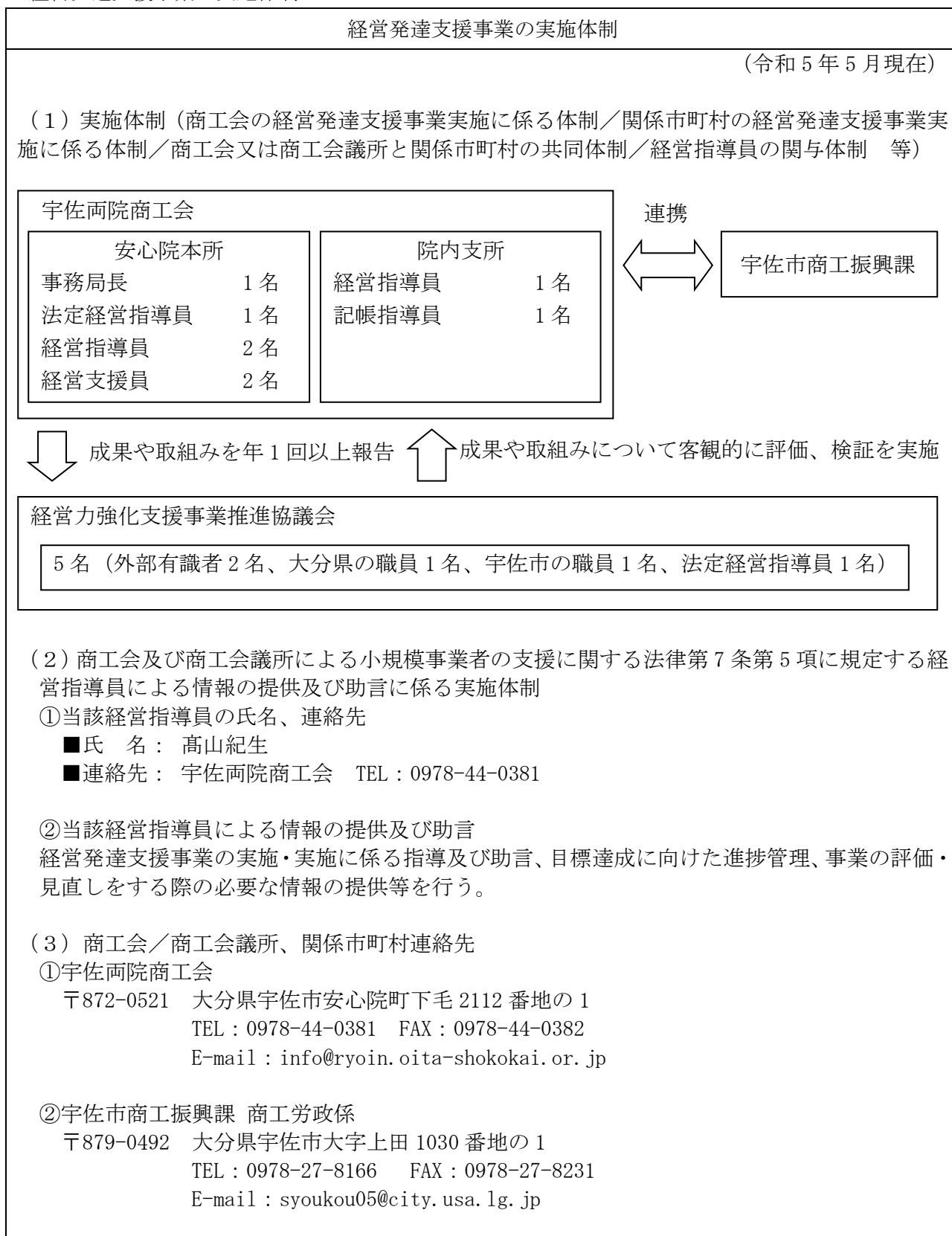
宇佐両院商工会では、買い物が困難な方等への生活支援の一環として、月曜日から金曜日の電話注文に応じて、買い物代行をして、商品を自宅まで配達している。

これは、買物弱者支援と地域内資金循環を目的とした地域密着型の宅配サービスであり、地域の商業振興と安心事業（見守り・安否確認）の充実による福祉の増進を担っている。

また、加盟店（32店）は小規模事業者であり、利用推進を図るなどサービス維持に努めている。

(別表2)

経営発達支援事業の実施体制



(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	3, 000	3, 000	4, 000	4, 000	4, 000
○経営計画策定事業	700	700	700	700	700
○販路開拓等支援事業	2, 300	2, 300	3, 300	3, 300	3, 300

(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
会費収入、国補助金、宇佐市補助金、大分県補助金、手数料収入等

(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