

経営発達支援計画の概要

<p>実施者名 (法人番号)</p>	<p>宇佐商工会議所（法人番号 1320005004203） 宇佐市（地方公共団体コード 442119）</p>
<p>実施期間</p>	<p>2023/04/01 ～ 2028/03/31</p>
<p>目標</p>	<p><b>経営発達支援事業の目標</b></p> <p>目標① 小規模事業者のニーズに沿った生産性向上、競争力強化支援、DX化へ向けた支援及び創業者への継続支援、後継者の育成を含む円滑な事業承継支援を行うことで地域事業者の減少に歯止めをかける。</p> <p>目標② 小規模事業者の経営革新、新たなビジネスモデルの創出、地域資源を活用した新商品・サービスの開発等の支援による、事業者の事業規模拡大に資する販路拡大支援を実施する。</p> <p>目標③ 観光資源を活用した入込人口の増加に資する情報発信力の強化、及び地域内消費喚起支援。</p> <p>目標④ 小規模事業者との対話と傾聴を通じ、個社の課題を設定し、地域経済を支える小規模事業者の力を最大限に引出し、地域全体での持続的発展に繋げる。</p>
<p>事業内容</p>	<p>I. 経営発達支援事業の内容</p> <p>1. 地域経済動向調査に関すること</p> <p>①地域の経済動向等分析 事業所アンケート及び「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、HPにて周知する。</p> <p>②景気動向分析 毎年宇佐市管内の小規模事業者へ景気調査を年2回実施し、他の機関で実施している調査と比較分析し、経営判断ができる情報としてHPに掲載、提供する。</p> <p>2. 需要動向調査に関すること 新商品開発等の調査 新商品（商品改良を含む）を開発する事業者を5事業者選定し、人が集まる「宇佐市長洲浜の市」（宇佐市主催）や道の駅いんない、大型商業施設等での催事において、試食会または商品展示を行う際に経営指導員が聴き取り調査(アンケート)を実施。調査結果を分析の上、事業者へフィードバックすることで更なる改良へと繋げる。</p> <p>3. 経営状況の分析に関すること 自社の強み・弱みの気づきを与え、自社の経営課題を把握し、事業計画の策定等への活用についての理解を深め、ローカルベンチマークを活用した売上持続性を中心とした定量分析と、「強み、弱み、脅威、機会」を対話を通じて確認し、「SWOT分析」等を中心とした定性分析を実施する。また中小機構の「経営計画つくるくん」等のソフトを活用し経営指導員が分析を行う。</p> <p>4. 事業計画の策定支援</p> <p>①DX推進セミナーの開催 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に対応した</p>

	<p>I Tツールの導入やW e b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。</p> <p>②「事業計画策定セミナー」の開催      新たな事業展開を考えている事業者や、事業承継を計画的に取り組みたい事業者、創業予定者、経営分析を行った事業者を対象とし、事業計画策定セミナーを開催する。</p> <p>③経営指導員による事業計画の策定支援      経営分析を行った事業者を対象に経営指導員等が事業計画策定の支援を行い、今後の方向性や課題解決に向けた計画を作成していく。</p> <p>③専門家との同行      難易度の高い事業計画作成については、中小企業診断士等の外部専門家を活用し、職員も同行して事業計画策定に関する進め方や手法について実践方法を学び、共に助言をしていく。</p> <p>5. 事業計画策定後の実施支援      経営指導員の定期的なフォローアップにより、事業計画書の進捗状況の確認や実行時の課題を把握でき、迅速に対応が可能となる。また、自走化を意識し、経営者自身が「答え」を見出すこと、対話を通じてよく考えること、経営者と従業員と一緒に作業を行うことで、現場レベルで当事者意識を持って取組む事など、計画の進捗・フォローアップを通じて、経営者へ内発的動機付けを行い、潜在力の発揮に繋げていく。</p> <p>6. 新たな需要の開拓支援</p> <p>①既存の商談会等への出展を目指す。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。</p> <p>②地元大手スーパー(㈱トキハインダストリー四日市店)での特産品常設コーナーの充実と販促支援と消費者等の生の声を反映させた商品改良を行う。</p> <p>③DX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・販路開拓に関するセミナーの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 IT 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。</p>
<p>連絡先</p>	<p>宇佐商工会議所        〒879-0456 大分県 宇佐市 大字辛島 198 番地の 2        TEL:0978-33-3433 FAX:0978-32-4060        e-mail:info@twinpia-usa.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:syoukou04@city.usa.lg.jp</p>

(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

【宇佐市の概況】

宇佐市は昭和42年(1967年)4月に四日市町、駅川町、長洲町、宇佐町の4町が合併し、旧宇佐市が誕生した。平成17年3月31日には平成の大合併により、旧宇佐市、院内町、安心院町の1市2町が合併し、現在の『宇佐市』が誕生した。宇佐商工会議所は旧宇佐市を対象エリアとしている。



【立地・交通体系】

大分県北部に位置し、北に周防灘が開け、南は九州の屋根九重山系に通じる標高1,000m級の山岳を境に久住町・由布市に、西は中津市、東は豊後高田市・杵築市・日出町・別府市にそれぞれ接しており、面積は439.05平方キロメートルである。

広域交通網として海岸線沿いにJR日豊本線、平野地域に国道10号線、中央部に東九州高速自動車道が東西に走っている。また県都大分市と福岡県北九州市のほぼ中間に位置し、高速交通網の整備により、北九州と周防灘を循環するネットワークが構築され、それらのネットワークの結節点として位置づけられている。

【宇佐市の人口・世帯数の推移と高齢化】

令和2年に実施された国勢調査の確報によると宇佐市の人口は52,771人(男:24,882人、女:27,889人)、世帯数は21,984世帯であった。旧宇佐市(管内エリア)の人口では令和2年には43,838人となっており、平成27年対比4.7%の減少、世帯数は18,205世帯で平成27年対比0.9%の減少となっている。人口の減少とともに核家族化が進んでいる。

	人 口			世 帯 数		
	平成27年	令和2年	増減率	平成27年	令和2年	増減率
大分県全体	1,166,338	1,123,852	△3.6%	486,535	489,249	0.6%
宇佐市全体	56,258	52,771	△6.2%	22,524	21,984	△2.4
うち旧宇佐市(管内エリア)	45,982	43,838	△4.7%	18,377	18,205	△0.9

※市町村別人口(平成27年及び令和2年国勢調査より引用)

一方、総務省 国勢調査及び国立社会保障・人口問題研究所将来推計人口によると、宇佐市の人口は2025年には5万人を割込み、2045年には37,670人へと落ち込むことが想定されており、高齢化率についても2045年には41.7%と全国平均36.8%を大きく上回り、人口減少と並び、高齢化が深刻な課題となっている。

	2015年	2020年	2025年	2030年	2035年	2040年	2045年
0～14歳 (年齢別割合)	6,823 12.1%	6,351 12.0	5,786 11.6%	5,291 11.3%	4,859 11.1%	4,525 11.1%	4,207 11.2%
15～64歳 (年齢別割合)	30,284 53.8%	27,142 51.1%	25,039 50.1%	23,302 49.8%	21,602 49.4%	19,538 48.1%	17,738 47.1%
65歳以上 (年齢別割合)	19,151 34.0%	19,635 37.0%	19,140 38.3%	18,214 38.9%	17,243 39.5%	16,573 40.8%	15,725 41.7%
人口総計	56,258	53,128	49,965	46,807	43,704	40,636	37,670

※総務省 国勢調査及び国立社会保障・人口問題研究所 将来推計人口より引用

### 【産業】

県内一番の耕作地面積をもつ平野部での米・麦を中心とした土地利用型農業、中山間地での高付加価値農業や農業資源を生かしたグリーンツーリズム、周防灘の豊かな恵みを受けた水産業、酒類製造・食料品製造のほか自動車部品や電気機器等を製造する各種技術産業、歴史・文化遺産を生かした観光など多彩な産業活動が行われている。

### 【管内の代表的な地域資源】

#### 《宇佐神宮を中心とした歴史文化遺産》

宇佐市は文化財の宝庫と言われ、宇佐神宮や本願寺東西別院、鏝絵、石橋など古い歴史文化遺産が数多く保存・継承されている。中でも宇佐神宮は全国に4万社余りある八幡さまの総本宮であり、国宝にも指定されている。奈良時代の古事記・日本書記には日向や出雲とともに神代の昔から栄えていたことが記されており、九州の大半を領地に持ち、その財政的・宗教的大勢力は国東半島の仏教文化をも含めた宇佐八幡文化の華を咲かせ、市内各地に多くの有形無形の遺産が継承されている。また神仏習合の発祥の地、お神輿の発祥の地としても知られており、コロナ以前には毎年170万人の方が訪れており、宇佐市を代表する観光資源である。



平成25年には次世代に継承すべき伝統的な農業のシステム「クヌギ林とため池がつなぐ国東半島・宇佐の農林水産循環」として世界農業遺産にも指定されており、現在につながる宇佐神宮・六郷満山文化の遺産である。

#### 《麦焼酎》

宇佐平野は豊富な水源と恵まれた土地が広がっており、県下最大の穀倉地帯である。米、麦の生産が盛んに行われ、酒造りにも適した環境であることから、麦焼酎「いいちこ」で知られる三和酒類(株)を始め、市内には8社の酒造メーカーがあり、麦焼酎の出荷量が日本一となっている。また近年では安心院盆地はぶどう生産の適地で、良質なブドウで作られるワインの製造も盛んとなっている。



### 《大分味一ねぎ》

大分県内で生産される小ねぎ「大分味一ねぎ」は、宇佐市をはじめとする県北地域で栽培が盛んに行われている。通常では“薬味”など料理の脇役として使用されるイメージが強い小ねぎがあるが、宇佐市では、「ねぎしゃぶ」や「ねぎ焼き」など素材が持つ本来の味を楽しむ、また味一ねぎを活用した加工品の製造する6次産業化に取り組んでいる。



### 《クロダマル》

穀倉地帯という土地柄・地域柄、宇佐は従来から稲作栽培が盛んで、水田の転作品目として大豆の栽培も盛んであった。また、伝統野菜「みとり豆」という豆も古くから栽培されている。そんな中、新しい豆への挑戦として、黒大豆品種「クロダマル」の栽培を平成21年から開始し、現在では県内のほぼ全量、全国でもトップクラスの生産量を誇るクロダマルの産地となっている。宇佐市では宇佐産クロダマルを「宇佐クロダマル」と呼び、宇佐の大地が育む至極の黒大豆として加工品開発にも力お入れ、ブランド化に取り組んでいる。



### 【管内業種別商工業者数の推移と業況】

経済センサス調査年	建設業	製造業	卸・小売業	宿泊・飲食サービス業	生活関連サービス・娯楽業	その他	合計(商工業者数)	うち小規模事業者数
H21年	194	171	662	239	198	475	1,939	1,453
H24年	178	156	576	246	185	410	1,751	1,354
H26年	172	162	571	253	189	411	1,758	1,368
H28年	166	157	545	256	176	411	1,711	1,309
平成21年対比(増減率)	△14.4%	△8.2%	△17.7%	7.1%	△11.1%	△13.5%	△11.8%	△9.9%

管内業種別商工業者数の推移をみると商工業者数の減少、また小規模事業者数の減少が顕著となっている。業種別にみると増減率に偏りが大きく、卸・小売業が大幅減少する一方、宿泊・飲食サービス業は増加傾向となっている。

### 《第二次宇佐市総合計画後期計画》

宇佐市では平成27年度に第二次総合計画を策定している。10年間の計画で前期計画の5年間で終了し、現在は令和2年度より後期計画に沿って事業を展開している。本計画では「定住満足度日本一、交流満足度日本一のまち」を掲げ各種施策に取り組んでいる。その中の一つとして、「儲かる産業を興すまち」では「広大な農地、多様性豊かな中山間地、緑濃い森林、穏やかな海、歴史ある文化遺産など豊富に存在する地域資源を最大限活用して、農・林・水産業、商工業、観光など儲かる産業を興します。」とされている。以下、関連施策の取組方針は以下のとおりである。

#### ◇ 商業・サービス業

商業事業者が安定した経営を保てるように、経営相談や金融対策、起業支援など支援体制の充実に努

めます。また、商店街の活性化を図るため、関係団体が行う活性化に向けた活動を支援するとともに、宇佐商工会議所及び宇佐両院商工会、四日市商店街振興組合との連携強化に努めます。

#### ◇ 工業

雇用の創出や定住の促進に寄与する企業誘致については、民間と一体となった誘致活動を推進するとともに、用地の確保やインフラ整備等による受け入れ体制の整備に努めます。また、地場産業間の連携強化や人材育成の支援等により、地場産業の育成に努めます。

#### ◇ 観光

宇佐市観光・交流ビジョンに基づき、知名度の向上に向けた「情報発信の強化」や観光客の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」に努めます。

### ② 課題

上記に整理した地域や管内における産業別の状況等を踏まえて下記の課題を抽出する。

#### ア) 観光客の減少による観光関連産業の停滞

宇佐市ではこれまで、宇佐神宮を中心とする国内観光客やインバウンドに対応した受け入れ環境整備を進めてきたが、新型コロナウイルス感染症を要因とする観光客減少によって宿泊業や観光サービスの売上減少が課題となっており、これまで観光客を主要顧客としてきた小売店や飲食店等においても個社の販売力が低下しており、観光関連産業全般が停滞した状況にある。

#### イ) 人口減少に伴う地域購買力等の低下と、経営環境の変化による地域産業の衰退

地域の衣食住・各種生活サービスを提供する小売店や、生活関連サービス業においては、高齢化、人口減少等による地域における購買力の低下、さらには地域間競争による近隣都市部への購買流出に加え、コロナ禍など急激な経営環境の変化が大きな経営リスクとなっており、中には廃業を余儀なくされる小規模事業者も見受けられる。また、今後、若年層の人口流出による労働人口の低下や後継者不足により、宇佐市市経済を下支えする商工業者は更に減少する懸念がある。

これまでも宇佐市では創業・起業支援講座や事業承継個別相談会等を行っており、一定の成果は上げているが、後継者が見つからず廃業する事業者も多く課題となっている。

#### ウ) 地域資源を活用した商品開発と「宇佐ブランド」商品の高付加価値化

宇佐市には、米・麦・大豆(クロダマル)、)味ーネギ・ユズ・スッポン・どじょうなど豊富な地域資源があり、魅力のある商品やサービスを有する小規模事業者も多く存在する。しかしながら、販路拡大に課題を持つ事業者も多い。また、コロナ禍において食品加工に取り組む事業者も増加している。

宇佐市内の人口減少による市場規模の縮小の中で、地域経済生産性向上の為には地域内で調達生産、付加価値のついた商品を地域外に如何に販売するかが課題である。

### (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

宇佐市の人口は昭和20年の100,000人をピークに令和2年には約半減の52,771人と減少を続け、2045年には37,670人になると推測されており、若い世代の減少と高齢者の増加が想定される。小規模事業者数においても人口に比例するように減少している。

このような状況の中、事業承継や創業者のための支援策を周知し、引き続きその活用を徹底的に支援することが必要である。宇佐市では農林水産業が盛んである強みを活かし、宇佐市第二次総合計画にある通り6次産業化の推進、地域資源を活用した新たな商品開発や観光開発などに取り組んでいる。商工会議所としては、市の取り組みに加え、事業者がデジタル化、IT化に遅れを取らないよう支援し、テレワークやクラウドの活用など小規模事業者のDXの推進を加速させ、10年後も持続可能な地域社会の実現を目指す。

## ② 宇佐市第二次総合計画との連動性・整合性

宇佐市第二次総合計画で小規模事業者の経営発達に関連する施策としては「儲かる産業を興すまち」の中で「商業・サービス業」、「工業」、「観光」の3つである。

「商業・サービス業」については、「関係団体との関係強化」・「人材育成・商店街の活性化」の2つを掲げている。宇佐商工会議所は関係団体としてセミナーや個別相談会、専門家派遣等を通じ、魅力ある店舗づくり、IT導入、DXの推進、人材育成等、経営力の向上に向けた支援を重点的に実施することで商業・サービス業の振興を図る。

「工業」については、「企業誘致の推進」・「地場産業の育成」の2つを掲げている。宇佐市企業誘致推進委員会のメンバーとして官民を挙げた強力な誘致活動を推進するとともに、異業種間交流機会の開催、創業、第二創業を推進、「大分県事業承継引継ぎ支援センター」と連携した円滑な事業承継支援を実施する。

「観光」については「情報発信の強化」、「受入体制の強化」、「資源活用の強化」、「人材組織の強化」の4つがあげられている。宇佐神宮周辺の仲見世商店街を中心とした土産品・飲食店を重点的に観光客の満足度向上に向けた取組み支援、SNSを活用した情報発信、また仲見世会組織の強化を図っていく。

## ③商工会議所としての役割

### (1)地域事業者の減少に歯止めをかける

①既存事業者の経営状況を詳細に把握し、需要動向調査、事業計画策定・実施支援、販路開拓などを支援しながら経営基盤の強化を図ることで持続的発展を促す。

②高齢化が進んでいる経営者に対する事業承継、後継者の育成支援を行う。

③資金調達、事業承継、経営改善などを既存事業者の実態やニーズにあった支援を行う。

④宇佐市と連携し、創業時における支援と創業後のニーズに合った支援を継続的に行うとともに創業者の自立促進と起業・創業支援により雇用の増進を図る。

### (2)経営の抜本的な見直しを行う

①商品・サービスの高付加価値による経営革新への理解と経営革新に取り組む為の支援を行う。

②地域資源を活用した新商品、新サービス等の開発支援や、物産展等での販路開拓支援を行う。

### (3)観光振興における地域内の活性化

①観光資源等に訪れる観光客に対し、地域内の飲食店、小売業者等への波及効果をもたらす為、商品や店舗等の情報発信を行い地域内での消費喚起に繋がる支援を行う。

以上を商工会議所の役割と捉え、より効果的に実施できるよう、支援力の向上に向けて、関係機関と連携し支援ノウハウ等の情報交換を行うとともに、職員の支援ノウハウや資質の向上に取り組む。

## (3) 経営発達支援事業の目標

### 目標①

小規模事業者のニーズに沿った生産性向上、競争力強化支援、DX化に向けた支援及び創業者への継続支援、後継者の育成を含む円滑な事業承継支援を行うことで地域事業者の減少に歯止めをかける。

### 目標②

小規模事業者の経営革新、新たなビジネスモデルの創出、地域資源を活用した新商品・サービスの開発等の支援による、事業者の事業規模拡大に資する販路拡大支援を実施する。

目標③

観光資源を活用した入込人口の増加に資する情報発信力の強化、及び地域内消費喚起支援。

目標④

小規模事業者との対話と傾聴を通じ、個社の課題を設定し、地域経済を支える小規模事業者の力を最大限に引き出し、地域全体での持続的発展の取組みに繋げる。

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5年4月1日～令和10年3月31日)

(2) 目標の達成に向けた方針

【目標①達成のための方針】

小規模事業者の生産性の向上や競争力の強化支援のため経営分析により各事業者の現状（経営状況）を明らかにする。また生産性向上のためにはIT化は有効なツールであることから、経営分析において事業者のITの利活用状況を把握する。同時に、地域経済動向調査により市内の外部環境を整理し、これらの分析結果を活用しながら、新たな経営の方向性を定め、事業計画に反映させる。策定後は伴走型でフォローを行い事業計画を実現・達成させる。

また、将来的には自立し、自走化を目指し、多様な課題解決ツールの活用提案を行いながら、事業者が深い納得感と当事者意識を持ち、自らが事業計画を実行していくための支援を実施する。

また、創業者については宇佐市と連携を図り、創業予定者の掘り起こし、及び創業講座の受講生を中心に継続支援と行う。

【目標②達成のための方針】

小規模事業者の経営革新、新たなビジネスモデルの創出、地域資源を活用した新商品・サービスの開発等の新たな取組にはリスクが伴う。そこで実施前に前項の手順で事業計画の策定を支援する。さらに需要動向調査を実施し、事業の成功確率を上げる。また、新たな需要の開拓のための展示会・商談会出展支援やIT活用支援、経営課題解決のためによろず支援拠点アドバイザーや各種専門家派遣などのメニューにより、新事業のリスクを可能な限りヘッジする。

【目標③達成のための方針】

小規模事業者の労働力不足、商品販売力不足等の根幹にあるものは情報発信力に乏しいことが一因となっている。チラシ・パンフレットと言った紙媒体からホームページや各種SNSの活用等、新たな情報媒体の活用へシフトし、その内容についても見直しを図って行く。

【目標④達成のための方針】

人口減少社会において地域経済の維持、持続的発展に取り組む上で、地域を支える個々の小規模事業者への経営課題の設定から課題解決の伴走において、経営者や従業員との対話を通じて潜在力を引き出すことにより、個社にとどまらず地域全体で課題に向き合い、自己変革していく機運を醸成する。

## 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】

現状の経済動向調査としては、大分県からの依頼による景況感調査（年2回）を実施しているが、取得したデータは、生データとして大分県に提出するのみに留まっている。今後は、小規模事業者への経営発達支援に役立ち持続的な発展に寄与するために、収集した情報を整理・分析して小規模事業者の事業計画策定に資するデータとして提供することが課題である。

##### 【課題】

これまでの調査だけでは地域経済動向に活かせていないため、新たに国のビッグデータ等を活用した専門的な分析を行う上で、HPを通して事業者への周知を行う。

#### (2) 目標

	公表方法	現行	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度
地域の経済動向分析	HP	—	1回	1回	1回	1回	1回
調査報告提供数	HP	—	2回	2回	2回	2回	2回

#### (3) 事業内容

##### ① 地域の経済動向等分析

小規模事業者・創業希望者等が新ビジネスの検討や事業計画の策定に際して、管内の地域の経済・消費動向等を把握する必要があり、経営指導員等が「RESAS」（地域経済分析システム）を活用して地域の経済動向等に関する情報収集・分析を行って情報提供すると共に、年1回ホームページで調査・分析結果等を公表する。

##### 【調査手法】

- ・経営指導員等が事業所アンケート及び「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 景気動向分析

毎年宇佐市管内の小規模事業者へ景気調査を年2回実施する。これを他の機関で実施している調査と比較分析して、短期的な経営判断ができる情報としてホームページに掲載、提供する。

##### 【調査手法】

- ・経営支援員等が巡回時にヒアリングを行う。

##### 【調査対象】

- ・宇佐市管内小規模事業者 20 者（製造業、建設業、卸売業、小売業、サービス業から）

##### 【調査項目】

- ・売上額、今期の状況、来期の見通し、新規設備投資状況等

#### (4) 調査結果の活用

小規模事業者が市場状況や経営環境を把握するためのデータとして、収集した情報や調査分析した結果を年2回ホームページに掲載し、広く市内事業者に周知する。また、経営指導員等が事業計画の策定を支援する際の基礎資料として活用する

#### 4. 需要動向調査に関すること

##### (1) 現状と課題

###### 【現状】

自社の商品やサービスについての市場調査を行っている小規模事業者は少なく、時代のニーズに沿った商品開発や販路開拓ができていない。当所でも、これらに係る具体的な情報収集等の市場調査を行えていない状況である。

###### 【課題】

取引先や百貨店等のバイヤーに対して、既存商品や宇佐市の特産品等の斡旋は行っていたが、消費者やバイヤーの意見を収集し分析していなかったため、新商品開発や商品改良などに結び付いていない。これらに結び付けるための商品に関するアンケート調査の実施や、いただいた意見の集約及び内容分析を行い、小規模事業者にリアルな意見をフィードバックしていく必要がある。

##### (2) 目標

(単位 事業所)

	現 在	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度
商品開発・改良の調査対象事業者数	0	5者	5者	5者	5者	5者
バイヤー求評 調査対象事業者数	0	5者	5者	5者	5者	5者

##### (3) 事業内容

###### 新商品開発等の調査

###### 【調査手法】

- ・新商品（商品改良を含む）を開発する事業者を5事業者選定する。（商品開発相談事業者より）
- ・人が集まる「宇佐市長洲浜の市」（宇佐市主催）や道の駅いんない、大型商業施設等での催事において、試食会または商品展示を行う。
- ・来場者に商品を試食、また、手にしてもらい経営指導員等が聞き取りの上、アンケート票へ記入する（サンプル数：各50人）。
- ・調査結果は、経営指導員等が分析する。

###### 【調査項目】

- 食 品：①味 ②パッケージ ③見た目 ④価格 ⑤購入したい度合い（5段階）  
 非食品：①用途 ②パッケージ ③見た目 ④価格 ⑤購入したい度合い（5段階）

###### 【調査結果の活用】

調査結果は書面にまとめ、経営指導員が当該事業者に対して直接説明する。生の意見を当該事業者にフィードバックすることにより、更なる改良を行い商品開発に活かす。

## バイヤー求評の調査

### 【調査手法】

- ・バイヤーからの商品の評価を得たい商品を選定し、(商品開発調査と同時業者)「県産品販路開拓支援事業(ターゲット別マッチング商談会)」・「JFC 大分農商工商談会」に出品する。
- ・来場バイヤー(約20社)より求評を受け、経営指導員等が調査票に評価を記入する。
- ・調査結果は、経営指導員等が分析する。

### 【調査項目】

- |              |                  |
|--------------|------------------|
| ①提案商品の売り・独創性 | ②消費者ニーズと提案商品との差異 |
| ③売り場構成の提案の有無 | ④素材や原材料のこだわり     |
| ⑤商品と価格の妥当性   | ⑥取引条件の準備対応       |
| ⑦パッケージデザイン評価 | ⑧内容量の妥当性         |

### 【調査結果の活用】

調査結果は書面にまとめ、経営指導員が当該事業者に対して直接説明する。生の意見を当該事業者に対してフィードバックすることにより、更なる改良を行い商品開発に活かす。

## 5. 経営状況の分析に関すること

### (1) 現状と課題

#### 【現状】

小規模事業者は、長年の営業と販促で得た業界の情報や、その活動の中で培われた自らの経験により経営状況を判断したり、決算の時にようやく利益が出たか赤字か把握したりと、自社の経営状況に関する分析にまで至っていない事業者が多い。

当所でも、事業計画策定セミナー開催時、各種補助金の支援時、日本政策金融公庫のマル経融資相談時など、その場その場に応じた経営指導は行っているが、詳細な経営分析は行っていない。

#### 【課題】

経営分析には高度且つ専門的な知識が必要であり、経営指導員のスキルや経験によってもばらつきがある。このため、当所内で共通の経営分析ツールを用いて、外部環境や内部環境等の分析項目を整理するとともに外部専門家と連携し実施する必要がある。また、これまでは「利益率の改善」と言った財務データから見える表面的な課題のみに着目しているため、更に「対話と傾聴」を通じて経営の本質的課題の把握に繋げていく。

### (2) 目標

(単位 事業所)

	現在	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度
経営分析事業者数	0	20者	20者	32者	32者	32者

### (3) 事業内容

経営分析の内容

#### 【対象者】

当所が行う各所経営セミナー参加者や巡回指導等の中から、意欲的で販路拡大の可能性の高い者を選定する。指導を通じ、自社の強み・弱みの気づきを与え、自社の経営課題を把握し、事業計画の策定等への活用についての理解を深め、対象事業者の掘り起こしを実施する。

令和4年度および令和5年度の目標値については、管内小規模事業者からの相談内容の多様化により時間を要している実態や経営指導員の能力向上に要する期間を勘案し、設定している。

### 【分析項目】

ローカルベンチマークを活用した、売上持続性を中心とした定量分析と、「強み、弱み、脅威、機会」を対話を通じて確認し、自社の置かれている状況を把握する「SWOT分析」等を中心とした定性分析を実施する。

### 【分析手法】

経済産業省の「ローカルベンチマーク」、中小機構の「経営計画つくるくん」等のソフトを活用し経営指導員が分析を行う。

## 6. 事業計画策定支援に関すること

### (1) 現状と課題

#### 【現状】

小規模事業者は、これまで「地域の経済動向調査」や「経営状況の分析」及び「需要動向調査」等の結果を踏まえた事業計画の策定した経験がなく、小規模事業者持続化補助金をはじめとした各種補助金等の申請において、初めて事業計画策定を行う小規模事業者が大半である。

また、自主的に計画を作成する事業者は少なく、経営指導員等が中心となって事業計画策定から実施支援まで行っているのが現状である。

#### 【課題】

事業計画作成セミナーは、これまでも開催してきたが、参加した経営者自身にも経営計画策定の意義や重要性の認識が浅く、補助金獲得が目的となっていることが多い。

これまでのセミナー開催での反省点も踏まえ、開催後のフォローアップを見直すなど改善することで、長期的な事業計画策定に取り組む小規模事業者のすそ野を広げることが課題である。当地域の課題として事業承継、創業支援の観点から、後継者候補や新規創業者への経営計画策定の重要性を認識してもらう必要がある。

また、あらゆる企業にDXの推進が必要とされる中、DXへの理解や重要性が管内の経営者に浸透しておらず取組みが遅れている。そのため、変化する外部環境に対応した事業計画の策定やDXを推進していくためのセミナーを開催する。

### (2) 支援に対する考え方

地域経済を支える小規模事業者が持続的に経営を続けるためには、経営ビジョンを定め、それを実現するための事業計画が重要になるが、小規模事業者の多くは、経営ビジョン、事業計画を策定しておらず、成り行き経営を行ってきた。その結果、経営環境の変化に対応できず厳しい状況に直面していると考えられる。

今後の事業展開を積極的に考える小規模事業者の掘り起しを行い、需要動向や経営分析をもとに5年～10年という長期計画の支援を実行する。共通のフォーマットを作成し、経営分析結果を基に実現可能性の高い事業計画策定を目指す。小規模事業者へセミナーの実施時や補助金、融資の対応時に事業計画策定の必要性を啓発して、経営分析及び事業計画策定の実施割合の目標を6割程度とする。また、事業計画の策定前においてDXに向けたセミナーを行い、小規模事業者の競争力の維持及び強化を目指す。

また、支援において上記5.で実施する経営分析において、自ら経営分析を行い、事業者が自社の強み・弱み等の気づきを得て、現状を正しく認識したうえで、分析に基づき、事業者自身が当事者意識を持ち、課題に向かい、事業計画の策定に能動的に取り組むため、対話と傾聴を通じて最適な意思決定ができるようサポートする。

### (3) 目標

	現在	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度
DX推進セミナー	1者	1者	1者	1者	1者	1者

事業計画策定 セミナー	1回	1回	1回	1回	1回	1回
事業計画策定 事業者数	8者	12者	12者	20者	20者	20者

#### (4) 事業内容

##### ①DX推進セミナーの開催

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に対応した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。また、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は、経営指導員等による相談を行い、導入に向けた補助金の案内や、必要に応じてIT専門家派遣を実施する。

##### 【支援対象】

経営分析を行った事業者や、DXに関する理解が未だ不十分な企業や、DXに着手をしたもののDXの本質や全体像を理解できていない事業者を対象とする。

##### 【募集方法】

チラシを作成し、当商工会議所の広報誌やHPで広く周知、巡回・窓口相談時に案内をする。

【講師】 会議所で利用しているセミナー会社の講師やDX推進のIT専門家に依頼する。

【回数】 年1回開催する。

【参加数】 1セミナーあたり20人

【セミナー内容】 ・DX総論、DX関連技術(クラウドサービス、AI等)や具体的な活用事例

- ・SNSを活用した情報発信方法(動画、Youtube等)
- ・ECサイトの利用方法等
- ・オンライン営業
- ・バックオフィス業務(クラウド会計、業務効率化等)

##### ②「事業計画策定セミナー」の開催

【支援対象】 新たな事業展開を考えている事業者や、事業承継を計画的に取り組みたい事業者、創業予定者、経営分析を行った事業者を対象とする。

【支援手法】 事業計画策定セミナーの受講者に対し、経営指導員等が専任制で担当し、事業計画の策定を行える体制にする。

##### ③経営指導員による事業計画の策定支援

経営分析を行った事業者を対象に経営指導員等が事業計画策定の支援を行う。補助金や融資の相談段階で事業者の状況を理解しているので、それを踏まえて今後の方向性や課題解決に向けた計画を作成していく。

##### ④専門家への同行

難易度の高い事業計画作成については、中小企業診断士等の外部専門家を活用し、職員も同行して事業計画策定に関する進め方や手法について実践方法を学び、共に助言をしていく。

## 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】

事業計画策定事業者への定期的な訪問ができておらず、不定期な実施支援となっている。そのため、当初計画した目標の進捗状況を確認ができず、事業計画策定内容と実施内容の現状に差異が生じても、修正しないまま行動している。また、計画策定から進捗管理が行われておらず計画に基づいた行動に移せていない事業所もある。

**【課題】**

事業計画策定をした小規模事業者が、個社の状況に合わせて目標を確実に達成できるよう、計画的に当商工会議所全体でフォローする体制を構築する。不定期での支援であるため事業者との面談の方法を改善した上で支援を行う。

**(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にフォローアップを行う。経営指導員の定期的なフォローアップにより、事業計画書の進捗状況の確認や実行時の課題を把握でき、迅速に対応が可能となる。経過が順調な先へは訪問頻度を減らし、実施難易度が高く重点的な支援が必要な先へは、訪問回数を増やすなどフォローアップ頻度を設定する。

また、自走化を意識し、経営者自身が「答え」を見出すこと、対話を通じてよく考えること、経営者と従業員と一緒に作業を行うことで、現場レベルで当事者意識を持って取り組む事など、計画の進捗・フォローアップを通じて、経営者へ内発的動機付けを行い、潜在力の発揮に繋げていく。

**(3) 目標**

	現在	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度
フォローアップ対象事業者数	8者	12者	12者	20者	20者	20者
頻度(延回数)	36回	72回	72回	132回	132回	132回
売上増加事業者数	5者	8者	8者	12者	12者	12者
利益率5%以上増加の事業者数	4者	6者	6者	8者	8者	8者

**(4) 事業内容**

事業計画を策定した事業者へ、計画の進捗状況や未実行項目を把握するため経営指導員による巡回訪問を行う。訪問時の聞き取りをスムーズにするため事業計画に基づいたフォーマットを利用する。その頻度については、当初、事業計画策定12者のうち、4者は毎月1回、4者は四半期に一度、残り4者については年2回とする。令和7年度以降については、事業計画策定20者のうち、8者は毎月、6者は四半期ごと、残り6者は年2回とする。ただし事業者の状況に合わせ臨機応変に対応する。なお、進捗状況が計画通りに進んでない先や、事業計画とのズレの発生や新たな事業展開の要望が出た際には、専門家制度を活用して課題解決を図り、今後の対応について検討し、フォローアップ頻度の変更等を行う。

**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】**

- ・商談会等への出展支援を実施し、小規模事業者の販路開拓・認知度向上へ向けた支援を実施。
- ・地元大手スーパー(株)トキハインダストリー(四日市店)での特産品常設コーナーの充実と販促支援を実施。
- ・多くの小規模事業者がオンラインによる販路開拓に関心があるものの「高齢化」、「知識不足」等の理由により、ITを活用した販路開拓等のDXに向けた取組が進んでいない。

**【課題】**

各事業の成果が明確になっていなかったため、今後は、その成果目標を明確にし、成果がでるまで継

継続的な支援を実施する必要がある。また、これまで DX に関する支援が十分でなかったことから支援を強化する必要がある。

## (2)支援に対する考え方

小規模事業者が独自に実施することが難しく、かつ売上拡大効果（新たな需要獲得効果）が高い取組の支援をする。特に、地域内の小規模事業者の多くは IT 技術を使った販路開拓等が遅れていることから、IT 技術を活用した販路開拓として、ネット販売の構築支援を実施する。なお本事業は、事業者が新たな需要を獲得するきっかけづくりを提供するという考え方で実施する。そのため、各事業の効果として、実際に効果が上がることを示しながら、将来的には事業者が自主的に取り組めるよう道筋を作る。

## (3)目標

- ・当会議所が自前で展示会等を開催するのは困難なため、既存の商談会等への出展を目指す。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。
- ・地元大手スーパー(株)トキハインダストリー四日市店)での特産品常設コーナーの充実と販促支援と消費者等の生の声を反映させた商品改良を行う。
- ・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・販路開拓に関するセミナーの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 IT 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。

支援内容	現状	5年度	6年度	7年度	8年度	9年度
展示会・商談会の出展支事業者数	4者	6者	6者	6者	6者	6者
成約件数/者	2件	3件	3件	3件	3件	3件
特産品常設コーナー出展支援事業者数	3者	5者	7者	9者	9者	9者
売上増加率/者	-	5%	5%	5%	5%	5%
SNS による販路開拓支援事業者数	-	5者	5者	5者	5者	5者
売上増加率/者	-	5%	5%	5%	5%	5%
ネットショップの構築支援事業者数	-	3者	3者	3者	3者	3者
売上増加率/者	-	3%	3%	3%	3%	3%

## (4)事業内容

### 1.展示会・商談会の出展支援 (BtoB)

目的	小規模事業者は専門の営業人員がおらず、域外への販路開拓ができていないことも多い。そこで、域外への販路拡大を支援することを目的に展示会・商談会の参加支援を実施する。
支援対象	製造業中心（食料品製造業含む） ※これまで展示会・商談会への出展経験が少ない事業者を重点支援
展示会等の概要	小規模事業者の状況により、出展を希望する展示会・商談会が異なるため、状況等にマッチした以下の展示会・商談会への出展支援を行う。  ■JFC 大分農商工商談会 訴求相手：県内を中心としたバイヤー 日本政策金融公庫が中心となって県内の金融機関等と連携し開催する商談会である。加工食品を中心に県内外のスーパーや百貨店のバイヤーを招聘するもので、出

	<p>展業者数は約 15 社、入場者数は約 100 名程度の比較的小規模な商談会。</p> <p>■Food EXPO Kyushu          訴求相手：九州圏内を中心としたバイヤー          Food EXPO Kyushu 実行委員会(福岡県、福岡市、福岡県商工会連合会、ジェトロ福岡、福岡地域戦略推進協議会、福岡商工会議所)が開催する展示会である。          九州産農林水産物、加工食品を国内外に発信し、地場食品関連企業の更なる売上向上、販路拡大及び地域経済の振興を目的に開催されるのもで、コロナ禍前までは出展業者数は約 260 社、入場者数は約 4,300 名程度の九州圏内では大規模な展示会。</p> <p>■FOOD STYLE Japan          訴求相手：全国のバイヤー          日本最大級の業界横断型の展示会であり外食・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ある。外食産業、スーパーマーケット、デパート、商社などの食品担当バイヤーとの商談が可能であり、他社との差別化を図りたい全国のバイヤーと出展事業者を繋ぐ展示会である。          出展業者数は約 400 社、入場者数は約 24,000 名程度の大規模な展示会。</p>
支援の手段・手法	<p>本事業は、自社独自に展示会・商談会に出展が難しい小規模事業者を支援する目的で実施する。そのため、これまで展示会・商談会への出展経験が少ない事業者を重点支援先とし、これらの事業者が、展示会等に出展し、新たな取引先を獲得するまで伴走型で支援を行う。具体的には、出展者の募集だけでなく、面的支援として、出展前に大分県よろず支援拠点の販路開拓専門家と連携し効果的な展示方法、短時間での商品等アピール方法等の指導を行う。また、個社支援として、事前準備として商談シート（FCP シート）の作成、パンフレット等の整備、商談相手の事前アポイント等、出展後の商談相手に対するフォロー方法をワンストップで指導する。これらの支援により成約数の拡大を目指す。</p>
期待効果	<p>新たな取引先の獲得を狙う。</p>

## 2.特産品常設コーナー出展支援（BtoC）

目的	<p>地元大手スーパー(株)トキハインダストリー四日市店)の特産品常設コーナーで販売を経験し、消費者の生の声を直接確認することで商品の開発や改良を図り、売上拡大、販路拡大支援を実施する。</p>
支援対象	<p>「宇佐ブランド認定商品」を取扱う事業者          ※「宇佐ブランド認定商品」とは宇佐市が平成 25 年度に「宇佐ブランド認証制度」を創設。市内の 1 次産品などを使った加工品（6 次産品）を、認証基準にのっとりて厳正な審査を行い、これまでに特に優れた 100 を超える商品を「宇佐ブランド」として認証されている。</p>
訴求相手	<p>市内を中心とした消費者</p>
特産品常設コーナーの概要	<p>(株)トキハインダストリー四日市店協力のもと、平成 27 年 5 月より店舗の一角に地域特産品常設コーナーを設置し、「宇佐ブランド認定商品」の販売を行っている。3 事業所(9 品目)の宇佐ブランド商品が販売している。</p>
支援の手段・手法	<p>現状ただ商品を陳列しているだけに留まっており、個社に対するフォローアップが不十分であった。今後は商品開発に取組む小規模事業者のテストマーケティングの場、また消費者の生の声を聞く絶好の場として試食販売を実施し、商品の改良に反映させる。バイヤーとの定期的な情報交換も行うことで商品のブラッシュアップを図る。また次の展開として「売れる商品」については、(株)トキハインダストリーは</p>

	県内全域(23店舗)に店舗網を有しており、販路拡大へと繋がる可能性があることから事業者の意欲喚起を図る取り組みとする。
期待効果	売上拡大を狙う。

### 3.SNS による販路開拓支援 (BtoC)

目的	近年、新たな販路開拓手法として、SNS による販売が盛り上がり、若者を中心に購買額が増加している。そこで、SNS による販売及び販売促進(情報発信含む)を行う事業者を支援し、さらに徹底的にフォローアップを行うことで売上拡大を目指す。	
支援対象	対消費者取引(BtoC)を行う事業者	
訴求相手	全国の消費者	
支援内容	支援事業者の掘り起こしとして、SNS による販売及び販売促進(情報発信含む)を希望する事業者向けに「SNS を使った Web マーケティング勉強会」を周知する。当勉強会では、常に進化する SNS を使った Web マーケティングの現状を把握し、情報交換の場を用いて事業者に必要な知識・ノウハウを収集してもらうほか、事業者同士のネットワークを構築することを目指す。また、当所では個社支援として、当該勉強会に参加する事業者に対し、個社支援を行うとともに、成果を上げるため、IT 専門家を派遣する。これらの事業を実施し、売上の増加を目指す。 ■SNS を使った Web マーケティング勉強会(オンライン含)	
	募集方法	会報誌・ホームページ・巡回等による周知
	回数	1 回
	講師	大分県よろず支援拠点等の SNS マーケティング専門家等を講師として招聘し、常に進化するツールの使い方、プロモーションの手法などを習得させ、其々の段階に応じた課題を解決していくことを目指す。
	想定参加者数	10 人/回
支援の手段・手法	SNS ショップ等の立ち上げから、商品構成、ページ構成、PR 方法等を支援する。構築後は、アクセス数や購入数を定期的にフォローし、PDCA サイクルを回すことで売上拡大を目指す。	
期待効果	売上拡大を狙う。	

### 4.ネットショップの構築支援 (BtoC)

目的	近年、ネットショップの構築による販路拡大を目指す小規模事業者が増加している。そこで、ネットショップの構築を支援し、さらに徹底的にフォローアップを行うことで売上拡大を目指す。	
支援対象	ネットショップの構築による販路の拡大を志向する事業者 ※事業計画の策定支援を実施した事業者を優先的に支援する	
訴求相手	全国の消費者	
支援内容	ネットショップ開設セミナーを開催し、ネットショップの構築に意欲的な事業者に対しては個別相談会による相談を行う。その後、経営指導員の支援や IT 専門家派遣等を通じて構築を目指す。 ■ネットショップ開設セミナー(オンライン含)	
	募集方法	会報誌・ホームページ・巡回等による周知
	回数	1 回

	講師	大分県よろず支援拠点等の Web サイト構築・運営の専門家等を講師として招聘し、戦略的な Web 集客や SEO 対策、プロモーションの手法などを習得させ、其々の段階に応じた課題を解決していくことを目指す。
	想定参加者数	10 人/回
支援の手段・手法	ネットショップの立ち上げから、商品構成、ページ構成、PR 方法等を支援する。また、構築にあたっては、必要に応じて、地元 IT 事業者の紹介等を実施する。構築後は、アクセス数や購入数を定期的にフォローし、PDCA サイクルを回すことで売上拡大を目指す。	
期待効果	売上拡大を狙う。	

## 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】

経営発達支援事業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、検証を随時実施している。

【課題】 今後、宇佐市と共同で事業を行う上で、行政担当者にも同席願ひ、遂行状況の確認と見直しを行っていく。

#### (2) 目標

経営発達支援事業の改善を目的に PDCA サイクルの仕組みを構築する。

#### (3) 事業内容

毎年度、本計画に記載の事業実施状況及び成果について、次の方法により評価・検証を行う。

##### 【Plan】:

- ・ 経営発達支援計画の事業内容や目標を設定する。
- ・ 経営指導員等職員は、上記の事業ごとの目標を共通認識として、分担と連携を明確化して共有する。

##### 【Do】:

- ・ 月 1 回の定期ミーティングにて、法定経営指導員や経営指導員が相互に進捗状況の確認および評価を行う。
- ・ 年 1 回の「経営発達支援事業外部評価委員会」にて、外部有識者等からの評価を受ける。

##### 【Check】:

- ・ 宇佐市商工振興課長等、法定経営指導員、外部有識者（中小企業診断士等、日本政策金融公庫、大分県北部振興局部長）をメンバーとする「経営発達支援事業外部評価委員会」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。また評価結果を基に次年度の事業内容を見直すなど、事業の PDCA を回す。
- ・ 当該「経営発達支援事業外部評価委員会」の評価結果を事業実施方針に反映させるとともに、当所ホームページ (<http://twinpia-usa.or.jp/>) へ掲載（年 1 回）することで、地域の小規模事業者等が常に閲覧可能な状態とする。

##### 【Action】:

- ・ 「経営発達支援事業外部評価委員会」の評価を受け、次年度の事業の見直しを行い【Plan】に戻る。

## 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】

職員は大分県・大分県商工会議所連合会・独立行政法人中小企業基盤整備機構が主催する研修を受講し、事業者支援のための資質向上に努めており、また研修で学んだことや実務に活用できる情報を職員間で共有し資質向上に努めた。

#### 【課題】

対事業者への支援ノウハウを組織内で共有する取り組みが不十分であり、職員個人の経験年数や指導経歴等に大きく左右される支援ノウハウ等について、全体で共有して組織的に支援力の底上げを図ることが課題である。また、小規模事業者にとって有益な DX 推進を支援するため、新たな知識の習得等に努めて円滑な支援を行う必要がある。

### (1) 事業内容

#### ① 相談所月次会議の開催

- ・相談所職員による月一度の会議で経営発達支援事業に関する支援ノウハウ及び小規模事業者の経営状況分析結果等の意見交換を行い情報の共有を図る。

#### ② 業務の IT 化を含めた DX 推進、生産性向上に寄与する支援手法等の習得

- ・コロナ禍において、中小企業及び小規模事業者のデジタル化は今後の必須要件となっている。そのため、支援機関である宇佐商工会議所全職員の IT リテラシー強化を重点的に推進する。具体的には with コロナ時代に求められるオンライン支援手法の導入と活用、生産性向上に寄与するクラウド活用、それらに伴うデジタルセキュリティ対策強化について実践的に学んでいく。その結果、支援策事業所の新たなビジネスモデル構築に寄与する支援能力を習得する。

#### ③ 支援ノウハウの組織内共有化の仕組みづくり

- ・全職員の巡回指導・訪問内容は、セキュリティ管理された外部サーバーにデータ保管されている。経営指導員等が経営発達支援対象者の課題や進捗状況をリアルタイムに入力することで指導案件情報を共有できる。データを活用しながら指導方法や進め方の意見交換を通じて支援スキルの向上を図る。また小規模事業主に関する経営状況や様々な情報も会議所全職員での共有化を図ることで組織全体としてのデータベース構築を目指す。

#### ④ コミュニケーション能力向上勉強会の開催

対話能力の向上の観点から、話の引きだし方、聞き方を中心に支援の基本姿勢の勉強会を中小企業診断士の先生を招聘し、経営指導員向けに開催することで、対話を通じた信頼関係の構築手法と課題の掘り下げ方についてスキルアップに取り組む。

#### ⑤ 小規模事業者課題設定力向上

専門家派遣制度活用時には、専門家と同行訪問をすることで、課題設定のポイントと手順を習得し、その後の課題解決をスムーズに行うスキルを身に着ける。

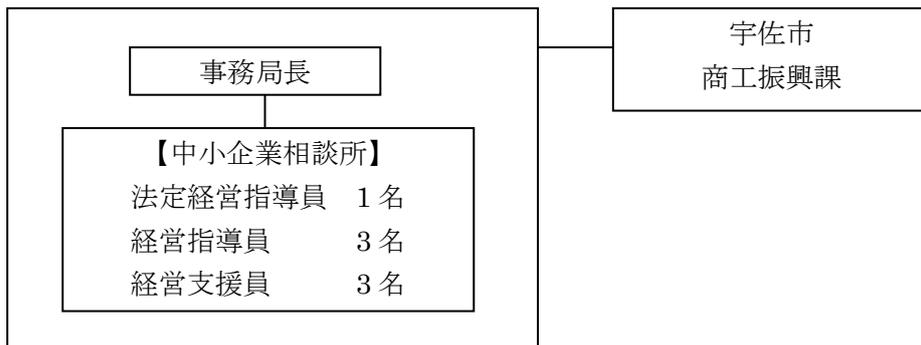
(別表2)

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4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)



(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法定経営指導員の氏名、連絡先

■氏名：江口 雅基

■連絡先：宇佐商工会議所 TEL 0978-33-3433

②法定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。

(3) 商工会/商工会議所、関係市町村連絡先

①宇佐商工会議所

〒879-0456 大分県宇佐市大字辛島 198 番地の 2

TEL : 0978-33-3433 FAX : 0978-32-4060

E-mail : info@twinpia-usa.or.jp

②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 : syoukou04@city.usa.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5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度
必要な資金の額	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000
○専門家派遣費	400	400	400	400	400
○セミナー開催費	500	500	500	500	500
○商談会出展費	1,100	1,100	1,100	1,100	1,100

(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。

