

経営発達支援計画の概要

実施者名	由布市商工会（法人番号 9320005008989） 由布市（地方公共団体コード 442135）
実施期間	令和8年4月1日～令和13年3月31日
目標	競争力強化と地域経済の好循環の実現（外需獲得と付加価値向上） 担い手の確保と経営の持続可能性の向上（創業・承継・人材育成） 経営力の向上と「経営の自走化」の達成（DX・生産性）
事業内容	<ul style="list-style-type: none"> 3 地域の経済動向調査に関する事 4 需要動向調査に関する事 5 経営状況の分析に関する事 6 事業計画策定支援に関する事 7 事業計画策定後の実施支援に関する事 8 新たな需要の開拓に寄与する事業に関する事 9 事業の評価及び見直しをするための仕組みに関する事 10 経営指導員等の資質向上等に関する事 11 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事 12 地域経済の活性化に資する取組に関する事
連絡先	由布市商工会 〒879-5421 大分県由布市庄内町柿原 207 番地 4 TEL：097-582-0094 FAX：097-582-3390 E-mail：info@yufushi.oita-shokokai.or.jp

	由布市 商工観光課 〒879-5421 大分県由布市庄内町柿原 307 TEL : 097-582-1304 FAX : 097-582-1361 E-mail : shoko@city.yufu.lg.jp
--	---

(別表1)

経営発達支援計画

経営発達支援事業の目標
<p>1. 目標</p> <p>(1) 地域の現状及び課題</p> <p>①経済構造の脆弱化と人口減少・人手不足</p> <p>由布市は、旧3町(挾間、庄内、湯布院)の合併により発足し、湯布院温泉という全国的な観光資源を有しつつも、大分市のベッドタウンとしての役割も併せ持っている。しかし、この地域経済は以下の構造的な課題に直面している。</p> <ul style="list-style-type: none">・人口減少と購買力低下 <p>由布市の人口は減少傾向にあり(2020年国勢調査では32,772人、2015年国勢調査では35,349人。5年間で7.2%減少)、高齢化率の上昇(直近の2020年国勢調査で34.2%、2015年国勢調査で32.1%。5年間で2.1%上昇)に伴い、地域の商工業にもたらす地域購買力の低下が深刻な課題となっている。</p> <ul style="list-style-type: none">・雇用・業種の選択肢不足と若年層流出 <p>由布市には働く場所や業種の選択肢が少ないという課題があり、これが若年層や子育て世代の人口流出を進めている一因となっている。特に20歳代前半から30歳代前半の結婚適齢期層人口の極端な減少傾向が見られる。</p> <ul style="list-style-type: none">・企業誘致の困難と慢性的な人手不足 <p>開発可能な土地の制約や立地条件等により新規の企業誘致が進んでいないため、新たな雇用の創出が限定的。その結果、地域全体で慢性的な人手不足という課題に直面している。</p> <p>②基幹産業の構造変化への対応遅れ</p> <p>由布市の主要産業は観光業(湯布院)であり、多くの観光客が由布市の様々な産業に裨益をもたらしていますが、近年、外部環境の激変に直面している。</p> <ul style="list-style-type: none">・社会経済環境の急激な変化 <p>コロナ禍を経た消費者ニーズの変化や国際情勢の目まぐるしい変化などにより、地域経済を支える中小企業は大きな変化への対応を迫られている。</p> <ul style="list-style-type: none">・経営革新の必要性 <p>市場の変化をいち早くつかみ、それに適応した新商品の開発や新サービスを提供するなど、経営革新の取組が必要です。事業のライフサイクルが短くなる中で、中小企業が競争力を高め、成長を続けるための経営基盤の強化と資金調達が求められている。</p> <ul style="list-style-type: none">・競争力の維持 <p>由布市の観光業は、新型コロナウイルス感染症の影響や外交摩擦によるインバウンド顧客の減少等、非常に厳しい経営環境に晒されています。この状況で観光地としてのブランド価値を維持・向上するためには、小規模事業者が大手企業との差別化を図り、「魅力ある個店」となるための継続した経営努力が不可欠。また、これまでは観光客をターゲットに域内販売を行っていた事業者が、激変する経営環境の変化に対応できるよう域外での販路拡大が強く求められている。</p> <p>③事業継続リスクの増大と多様な支援ニーズ</p> <p>経営者の高齢化と後継者不足、そして新たな担い手の確保が地域経済の持続性を脅かしている。</p> <ul style="list-style-type: none">・後継者不在の深刻化 <p>経営者の平均年齢が60歳を超える中、6割を超える経営者が後継者不在となっており、事業継続への多様な支援が喫緊の課題となっている。</p> <ul style="list-style-type: none">・農林業の担い手不足 <p>産業人口を見ると、特化係数が最も高い農業、林業では、60歳以上が約3/4を占め、極端に高齢化が進んでいることが分かり、農業の維持すら危ぶまれる状況。</p> <ul style="list-style-type: none">・多様な人材の参画促進

地域の活力を維持するためには、女性や外国人、若年者など多様な人材が創業しやすい環境や、スタートアップ企業が着実に成長できる環境づくりが重要であり、成長段階や課題に応じた支援プログラムの充実が必要。

- ・伴走支援の重要性

小規模事業者が自社の経営管理を自立的かつ継続的に実施できる環境の整備を支援することが、経営改善指導の方向性として示されている。このため、小規模事業者への支援は、国、市町村、商工団体をはじめ、他の支援機関と連携して一体的かつ伴走型で行う必要がある。

（２）小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

由布市は、人口減少、若年層流出、慢性的な人手不足、そして観光業を取り巻く環境の激変という複合的な課題に直面している。由布市が掲げる「連携と協働」による「創造」（新しい価値）と「循環」（持続性）の理念（第2次由布市総合計画重点プラン）、そして大分県の長期ビジョン（安心・元気・未来創造ビジョン 2024）と連携し、由布市商工会が目指す長期的な振興のあり方を以下の通り設定する。

①競争力強化と地域経済の好循環の実現（外需獲得と付加価値向上）：第2次由布市総合計画重点プランと合致

由布市の強みである豊かな自然環境、温泉、農林畜産業、伝統文化といった地域資源を最大限に活用。人口減少により域内需要が縮小する中で、由布市は外貨を獲得し、雇用を創出する産業としての役割を観光業が担っているという特性を活かし、その経済効果を地域全体に波及させる好循環の確立を目指す。

- ・地域ブランドの確立と価格主導権の確保

庄内地域の特産品を含む地場産品の高付加価値化（六次産業化、ブランド化推進）を推進し、統一ブランド化と知的財産の保護を組み合わせることで、外需を獲得し、価格比較競争に陥らない価格主導権を確立する。

- ・観光産業の深化と回遊促進

湯布院温泉を核としつつ、通年で楽しめる体験型コンテンツを確立し、宿泊・飲食・体験・物販が結びつく回遊導線を設計。これにより、観光客の滞在時間延長と消費単価の向上を図り、観光の裾野を地域小規模事業者に広く波及させる。

②担い手の確保と経営の持続可能性の向上（創業・承継・人材育成）：第2次由布市総合計画重点プランと合致

経営者の高齢化（特に農林業で深刻）と後継者不在による事業継続リスク、および若年層の流出という課題に対応し、地域経済の担い手を育成・確保する。

- ・計画的な事業承継の推進

廃業を抑制し地域供給網と雇用の維持を図るため、後継者不足に対応した計画的な事業承継支援体制（後継者候補の育成や第三者承継の仕組み化）を構築する。これは由布市が掲げる「次世代の人材育成・継業支援体制の確立」と合致する。県も「ベンチャー型事業承継等の取組事例も増えており、事業承継への多様な支援」を重要視している。

- ・新たな事業の担い手の確保

由布市の「地域内で新たな挑戦ができる人材を育成」という方針に沿い、創業希望者や移住・就農希望者に対する伴走支援プログラムや「異業種交流会等」の開催を通じて、由布市での創業・起業を支援し、新たな仕事や雇用を生み出す体制を構築する。特に、女性や若年者、外国人など多様な人材が創業しやすい環境づくりを重視する。

- ・雇用と人材のミスマッチ解消

「企業と就職希望者の希望を踏まえ、それぞれに合った職場や人材をマッチングする制度の導入」

に向け、地場産業の担い手育成・支援と連動した人材確保・育成支援に取り組む。

③経営力の向上と「経営の自走化」の達成（DX・生産性）：大分県安心・元気・未来創造ビジョンと合致

時代の転換点にあって、小規模事業者が環境変化に対応し、「稼ぐ力」を高めていくため、経営改善普及事業の方向性として示されている通り、経営の自走化を目指す。

・経営リテラシーの向上

経営戦略、知的財産、デジタル等、経営管理に係る知識（経営リテラシー）の向上を図る支援を実施する。特に、県が支援を掲げる「経営革新計画の制度周知、策定に向けた支援、策定後のフォローアップの充実」を通じて、持続的な成長に必要な経営力を強化する。

・生産性向上とDX推進

慢性的な人手不足とコスト上昇に対応するため、「労働環境の整備、人材の確保・育成、業務効率化、生産性向上に関する支援を行う」方針に基づき、デジタル技術の活用（DX）を推進する。EC・予約・決済・会計等の基幹業務の統合や自動化を支援し、少人数運営下でも売上拡大とコスト削減を同時に達成できる仕組みの構築を目指す。

・資金面の安定化

経営革新や新事業展開といった積極的な経営戦略を打ち出せるよう、県制度資金による円滑な資金調達の支援や、既存事業者の追加設備投資に対する助成支援と連携し、資金面での安定を図ることを重要な課題として解決していく。

（3）経営発達支援事業の目標

①競争力強化と地域経済の好循環の実現（外需獲得と付加価値向上）

由布市の主要産業である観光業（湯布院）を核とし、外需獲得と地域資源の高付加価値化を図るための指標として設定。地域ブランド確立と価格主導権の確保の実現度および激変する環境に対応するための域外への販路拡大の進捗度を測る。

KGI：地域ブランド商品の域外売上高増加額 2,500 万円（新規開拓 50 件×50 万円）

KPI：域外販路（EC/越境 EC/百貨店催事等）新規開拓件数 50 件（5 指導員年間 2 件×5 年）

②担い手の確保と経営の持続可能性の向上（創業・承継・人材育成）

経営者の高齢化、特に農林業における担い手不足や、若年層流出という由布市の深刻な課題に対応する指標として設定。承継完了は最終的な成果指標である。そのために、業種の枠を超えた情報交換や価値創造の機会を創出し、人材育成や継業支援体制の確立を図る。

KGI：計画的な事業承継完了件数 50 件（5 指導員年間 2 件×5 年）、新規創業者数 50 件（5 指導員年間 2 件×5 年）

KPI：事業承継診断実施件数 250 件（5 指導員年間 10 件×5 年）、異業種交流会等開催回数 5 回

③経営力の向上と「経営の自走化」の達成（DX・生産性）

人手不足とコスト上昇に対応し、「稼ぐ力」を高めるための経営リテラシー向上とDX推進を測る指標として設定。経営計画の策定/見直しには現状の分析が必須であり、支援の入り口として最も重要な支援。経営者の知識の向上を図り自走化の土台を築く。

KGI：経営計画を自律的に運用できる自走化達成事業者数 125 者（5 指導員年間 5 者×5 年）

KPI：個別経営状況分析（財務＋非財務）実施件数 300 件（5 指導員年間 12 者×5 年）、DX推進ツール（クラウド会計、在庫管理等）導入支援者数 50 者（5 指導員年間 2 者×5 年）

2. 経営発達支援事業の実施期間、目標達成方針

(1) 経営発達支援事業の実施期間（令和8年4月1日 ～ 令和13年3月31日）

(2) 目標の達成に向けた方針

①：競争力強化と地域経済の好循環の実現（外需獲得と付加価値向上）

達成方針1：知財と品質基準の統一によるブランド基盤の確立

地域ブランドガイドラインを策定し、由布市の特産品等の知的財産（商標・意匠）の取得を積極的に支援する。原材料規格書や共同検査体制を整備し、統一ロゴとパッケージを導入することで、価格主導権の確保とブランドの信頼性を高める

達成方針2：販路の多層化と観光連携による消費単価向上

単一販路依存を避けるため、自社EC、越境EC、国内卸、百貨店催事等への販路を多層化し、外需獲得の安定化を図る。また、通年で楽しめる体験型コンテンツの造成と回遊マップの整備、多言語・キャッシュレス決済等の受入環境のDX化を行い、観光客の滞在時間延長と消費単価向上に直結させる。

②：担い手の確保と経営の持続可能性の向上（創業・承継・人材育成）

達成方針1：計画的な事業承継支援体制の構築と早期着手支援

55歳以上の経営者に対し、資産・知財・人材の承継診断を早期に実施する。事業承継計画のテンプレート提供と、家族・金融機関・専門家（税務・法務）を交えた合意形成会議を設定することで、計画的かつ円滑な承継プロセスを推進する。

達成方針2：新たな担い手の確保と創業・継業への伴走支援

創業希望者や移住・就農希望者に対し、経営ノウハウや資金計画策定を含む伴走支援プログラムを体系化する。また、異業種交流会等の場を定期的で開催し、後継者候補と事業承継ニーズのある企業との第三者承継（継業）マッチング体制を、金融機関やM&A仲介者と連携して構築する。

③：経営力の向上と「経営の自走化」の達成（DX・生産性）

達成方針1：経営リテラシーの向上と生産性改善のステップ確立

経営者に対し、経営戦略、知的財産、デジタル活用等のリテラシー向上研修を実施し、自社の課題を認識する能力を育成する。また、DX導入の前に、IE手法等による現場の標準化とムダの除去を徹底し、生産性向上の基盤を確立する。

達成方針2：基幹業務のDX推進と継続的なPDCAサイクルの定着

EC・予約・決済・会計等の基幹業務のクラウドでの統合と自動化を支援する。事業計画策定後の進捗管理においては、KPIのモニタリングや効果検証を支援する仕組みを構築し、経営者自身がPDCAサイクルを自律的かつ継続的に回せる「経営の自走化」を達成させる。

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

経済動向の体系的な調査は断続的・限定的であり、支援に直結するデータの可視化・共有が不足している。特に、由布市が観光都市であるにも関わらず、観光客動態や地域消費動向に関するデータは点在しており、企業の新規事業・販促戦略・創業・承継支援に直結する形での可視化・共有が不足している。景況感調査は行っているものの、業種横断で比較可能な価格転嫁状況や在庫水準感などの指標は十分に整備されていない。

新規事業開発、販促戦略、起業・創業支援、事業承継支援など、目的別に必要なデータ定義が曖昧

であり、RESAS や統計、独自調査の統合分析と定期公表が未実施で、事業者への還元が限定的である。由布市の強みである地域資源（温泉、農林畜産業）や、地域課題（高齢化、人手不足）の解決を通じて、新たに喚起・獲得し得る需要規模を見据えた分析が不足している。

本調査は、地域資源の活用や地域課題の解決等により新たに喚起・獲得し得る需要を見据え、由布市の産業ビジョン（競争力強化、担い手の確保、経営の自走化）の実現に貢献するための戦略的基盤として位置づける。具体的には、景況感、産業構造、観光動態の定期的かつ定量的な情報収集（RESAS、景気動向調査、独自調査）を徹底し、分析結果を個別事業者の課題設定（5. 経営状況の分析）および事業計画策定（6. 事業計画策定支援）に直結させる。また、分析結果を小規模事業者等に対し広く提供することで、小規模事業者自身が市場変化を認識し、自律的に経営判断できるよう促し、経営の自走化に資する

（2）目標

	公表方法	現行	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度	令和12年度
①景況感調査（半期アンケート）	年2回実施（HP掲載）	—	2回	2回	2回	2回	2回
②産業構造分析（RESAS等）	年1回公表（HP掲載）	1回	1回	1回	1回	1回	1回
③観光客動態調査（独自調査）	年2回実施（HP掲載）	—	30者	30者	30者	30者	30者

（3）事業内容

① 景況感・価格転嫁実態調査（半期）

調査対象：管内小規模事業者15者（製造業、卸小売業、宿泊・サービス業等）。

調査項目：景況DI（売上・利益）、資金繰り、在庫水準、人手不足の状況、価格転嫁の状況。

手法：巡回指導の中でアンケート/ヒアリングを実施（年2回）。全国商工会連合会が行う「小規模企業景気動向調査」等を併用し、小規模事業者が直面する最低賃金の引上げや物価高への対応力強化の実態を把握し、金融支援や省力化投資支援の優先順位付けを行う。

② 産業構造・需要動向分析（年次）

調査対象：由布市全体及び地域別（挾間、庄内、湯布院）で分析を行う。

調査項目：地域経済循環マップ（何で稼いでいるか）、産業構造マップ（特化係数）、人口動態（高齢化率、若年層流出）、消費傾向（ネット通販利用率、購買力）。

手法：経営指導員が中心となり、RESAS（地域経済分析システム）、e-Stat等のビッグデータを活用し、GISを活用した商圈分析を実施。地域の稼ぐ力を可視化し、重点的に支援を行うべき業種やエリアを特定する（例：特化係数の高い農林業、観光業）。

③ 観光客動態・回遊性調査（独自調査）

対象調査：主要導線3地点×代表店舗10店

調査項目：来訪目的、滞在時間、回遊導線、消費単価、多言語対応への満足度、決済手段の利用実態。

手法：QRコード/タブレットアンケートを実施し、KDDI Location Analyzer等の人流データも活用。観光客の滞在時間延長と消費単価の向上という目標達成に必要なボトルネック（受入環境、決済手段）を特定し、観光と連携した産業振興への施策立案に活用する。

(4) 調査結果の活用

・小規模事業者への情報提供

調査結果（景況動向、需要動向、産業構造分析）を会報、HP、セミナー等で定期的に周知し、小規模事業者が自社の経営戦略や事業計画策定に活用できるよう促す。

広く周知する。

・個社支援への活用

収集・分析した地域経済動向データは、個社の経営状況分析（SWOT 分析等）事業計画策定および実行支援の前提として、個別の伴走支援に活用。

・戦略的な重点化

景況調査結果を基に、価格転嫁・資金繰り・人材確保など、地域全体の共通課題を把握し、重点支援テーマを決定する。これにより、専門家派遣や補助金活用を効率的に推進し、支援リソースの最適化を図る。

・政策連携・政策提言

分析結果を由布市や地域の金融機関と共有し、補助金・保証制度・金融支援に関する提案を行う。データを基に、政策形成や制度改善にフィードバックすることで、地域政策の推進に活用。

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

現状：

- ・地域の経済動向調査（RESAS 等のビッグデータ活用）は実施しているが、個々の小規模事業者の商品・サービスに対する具体的な市場ニーズや消費動向の把握が不十分である。
- ・観光や地域ブランドに関する認知度や購買行動の定量データが不足しており、マーケットイン型の商品開発や域外販路戦略に活かせていない。

課題：

- ・顧客の意見や市場環境を反映した具体的な需要動向を、ヒアリングやアンケートを含む市場調査を組み合わせる必要がある。
- ・由布市の目標である地域ブランド形成や観光地の知名度向上に資する調査を実施し、小規模事業者の商品・サービス開発や改良に直結できる情報提供体制を確立することが求められる。

(2) 目標

	現行	令和 8 年度	令和 9 年度	令和 10 年度	令和 11 年度	令和 12 年度
①新商品開発・改良の調査対象事業者数	—	20 者	20 者	20 者	20 者	20 者
② 域外販路（展示会等）調査協力事業者数	—	15 者	15 者	15 者	15 者	15 者

(3) 事業内容

① 新商品開発・改良の調査（地域ブランド形成・観光連携への活用）

特産品を活用した新商品開発/改良のため、観光客や来場客の具体的なニーズを把握し、マーケットイン型の開発に資する情報を提供する。地域ブランドの形成や観光地の知名度向上 につながる調査を実施する。

【調査対象】

由布市の地場産品（特に庄内地域の特産品を含む）を活用する食品加工業者、土産物販売業者、観光関連サービス業など、新商品開発/改良を目指す小規模事業者（年間 20 者）の商品・サービス。

【調査手法】

湯布院温泉街など、観光客や地域住民の来場客が多い拠点において、試食および聞き取りアンケートを実施する。経営指導員等が店頭で来場客に直接ヒアリングを行う。

【サンプル数】 来場客 50名/回（年間を通じて複数回実施）。

【調査項目】 ①味、②甘さ、③色、④大きさ、⑤価格、⑥パッケージデザイン等

【調査結果の活用】 調査結果は、経営指導員等が当該飲食店に直接説明する形でフィードバックし、更なる改良等を行う。

② 域外販路（展示会等）需要動向調査（外需獲得への活用）

域外販路開拓を目指す小規模事業者の商品・サービスについて、バイヤー等の専門的視点からの評価や市場における競合優位性を把握し、事業計画策定に必要な情報を提供する。

由布市の「域外での販路拡大」要求に対応。

【調査対象】

地場産品（市内の食品加工業者・原料として由布市産を活用する事業者等）を有し、販路開拓に意欲的な小規模事業者（年間15者）。

支援対象は「経営状況の分析を行う事業者」「事業計画の策定を行う事業者」と連動する。

【調査手法】

「ビジネス商談会」や、中小企業基盤整備機構が主催する「中小企業総合展」など、首都圏や福岡県等で開催される「展示商談会」において、来場するバイヤーに対し、試食、アンケート調査またはヒアリングを実施する。

【サンプル数】 バイヤー等 30名/回（年間を通じて複数回実施）。

【調査項目】 ①味、②食感、③価格、④パッケージデザインといった商品評価に加え、⑤取引ロット、⑥想定される販路（チャンネル）、⑦取引条件、⑧競合品など、販路開拓に直結する専門的な項目を設定する。

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

現状

- ・これまでの経営分析は、主に決算や補助金申請時の形式的な財務分析に偏重しており、小規模事業者のビジネスモデルの再構築に活用できる水準には至っていない。
- ・財務指標（利益率等）の把握が中心で、非財務面（強み・弱み、外部機会・脅威、顧客価値、競争優位仮説など）の体系的な整理が不足している。
- ・経営分析の重要性についての小規模事業者の認識が低く、自発的な計画策定に結びついていない。
- ・ローカルベンチマークや経営デザインシート等の標準化されたツールの活用は一部に留まり、ヒアリングの標準化が未整備である。

課題

- ・由布市が目指す外需獲得、高付加価値化、DX推進といった地域戦略の実現に資するよう、財務＋非財務の二層分析を標準化し、課題抽出から具体的な施策（アクションプラン）までを一気通貫で設計する必要がある。
- ・地域の経済動向（必須項目③）需要動向（必須項目④）SWOT分析の外部要因として明確に認識できるようにする必要がある。
- ・創業、事業承継、新規事業開発といった目的別に必要なデータや指標が異なるため、テーマ別の指標・ヒアリング項目を定義・運用する体制が不足している。
- ・分析を通じて小規模事業者に経営計画策定・実施の重要性を理解させ、経営の自走化へと導く仕組みを構築する必要がある。

(2) 目標

	現行	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度	令和 11年度	令和 12年度
① 経営分析セミナー (ワークショップ型)	2回	4回	4回	4回	4回	4回
② 個別経営分析(財務 +非財務)	48者	48者	48者	48者	48者	48者
③ 重点テーマ別「深掘り 分析」(目的別に必要 データを収集)	-	40者	40者	40者	40者	40者
④ データ整備・ダッシュ ボード化(成果の見 える化)	-	40者	40者	40者	40者	40者

(3) 事業内容

① 経営分析セミナー(ワークショップ型)

目的：参加者が自社データを用いて財務・非財務を可視化し、強み・課題・機会を自ら発見することを目的とする。

募集方法：チラシ・ホームページ・メール配信・SNS告知、巡回・窓口相談時の個別案内、関係機関(金融機関・支援機関)との連携紹介

開催回数：年4回(各回定員20名、計80名)

内容：

- ・ローカルベンチマーク、経営デザインシート、中小機構の経営計画ツール等の操作体験を通じて、個別支援につなげる入口を形成する。
- ・参加者に「分析の意義と活用法」を体験させ、内発的動機付けを促す。

② 個別経営分析(財務+非財務)

目的：意思決定に直結する財務指標と、競争優位・顧客価値・外部機会を統合分析し、施策優先順位を明確化。経営計画を実行可能な行動計画へ落とし込む。

対象者：巡回指導やセミナー受講者の中から、意欲が高く販路拡大の可能性が高い小規模事業者を対象に48者を選定し実施する。

分析項目：定量分析(売上高、経常利益、粗利益率、損益分岐点等)と、定性分析(SWOT分析、顧客構造、業務プロセス、競争優位仮説)を実施する。

分析手法：ローカルベンチマーク、経営デザインシート、経営計画ツール、面談ヒアリング、資料分析(PL/BS/在庫・受注・CRM)、必要に応じアンケート実施

成果物：分析レポート、課題抽出シート、90日アクションプラン、中期経営計画素案

③ 重点テーマ別「深掘り分析」

目的：由布市の重点課題(新規事業開発、販促戦略、起業・創業、事業承継)に応じて、テーマ別に指標・ヒアリング項目を設計し、成果に直結する分析を実施する。

- ・新規事業開発：顧客課題仮説、代替手段、価格許容度、試作品評価、資源・ケイパビリティ、投資回収シナリオ
- ・販促戦略：顧客セグメント別CVR、チャネル別CPA・LTV、訴求軸ABテスト、口コミ・SNS分析、季節性・在庫回転
- ・起業・創業支援：初期費用・運転資金計画、収支シミュレーション、参入障壁、初期顧客獲得計画、許認可・リスク

- ・事業承継支援：後継者意向、役割移管計画、組織・ガバナンス、資本政策、承継税制・金融支援、収益構造の再設計

④ データ整備・ダッシュボード化（成果の見える化）

目的：分析指標を標準化し、継続把握可能なダッシュボードを構築。支援進捗・KPIを可視化し、事業者・支援者のPDCAを促進、連携機関との情報共有を円滑化。

内容：匿名化データの蓄積、KPIトラッキング（売上・利益・CVR・在庫回転・資金繰り等）

（４）分析結果の活用

①小規模事業者支援（個社伴走）への活用

- ・事業計画策定への接続

経営状況の分析結果（財務、SWOT、顧客構造、業務プロセス）を基に、短期（資金繰り）、中期（販路・DX）、長期（設備投資・事業承継）の改善策を明確化し、必須項目④「事業計画策定支援」に落とし込む。

- ・KPI設定と伴走支援

粗利率、在庫回転日数、回収サイトなどのKPIを設定し、必須項目⑤「事業計画策定後の実施支援」における月次レビューで進捗を確認する。

②内部での活用（組織的ノウハウ化と効率化）

- ・情報共有とナレッジ化

分析結果を統一フォーマットで記録し、指導員間で共有する。成功事例・失敗事例をケースバンク化し、支援ノウハウを組織全体で共有することで、支援の質を平準化する。

- ・研修・スキル強化

分析手法（財務・SWOT・KPI設定）やフォローアップ事例を内部研修（必須項目⑧と連携）で共有し、指導員のスキル向上を図る。

③地域経済・政策連携への活用（由布市・金融機関との連携）

- ・地域課題の見える化

分析結果を集計し、由布市全体の小規模事業者が抱える共通課題（例：価格転嫁の状況、デジタル販路未整備率、資金繰り逼迫度など）を明確化する。

- ・政策形成へのフィードバック

データを根拠として、由布市や地域の金融機関に対し、補助金・保証制度・金融支援に関する提案を行い、政策形成や制度改善にフィードバックする。

6. 事業計画策定支援に関すること

（１）現状と課題

現状：これまでの事業計画策定支援は、金融支援や各種補助金申請（持続化補助金等）を契機として実施されてきた側面が大きく、形式的な計画策定に留まることがあった。「5. 経営状況の分析」は実施しているものの、分析結果（財務、SWOT等）が、需要を見据えた具体的な行動計画（アクションプラン）策定意義や重要性が十分に浸透しておらず、自発的な計画策定に取り組む事業者が限定的である。起業・創業、事業承継、新事業展開に関する計画策定支援は、個別対応に留まっており、体系的な支援手法が未整備である。

課題：支援計画全体の目標である「外需獲得」や「高付加価値化」を実現するため、分析結果（特に外部環境/需要動向）を基に、（例：DX推進、ブランド形成、承継後の磨き上げ）の策定を促す必要がある。計画策定プロセスにおいて、小規模事業者の内発的動機付けを行い、伴走型支援の質と、これを達成するための体系化された仕組みが求められる。事務効率化や生産性向上を図るため、DXに向けた取り組みを事業計画策定支援の初期段階で組み込み、実現性の高い計画作成に寄与する必要がある。

(2) 支援に関する考え方

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るだけでは、実質的な行動や意識変化を促すことはできない。そのため、本会は、以下の具体的な方針に基づき、行動変容を促す伴走型支援を実施し、計画策定支援を体系化する。分析結果および市場環境を踏まえた戦略的計画策定の推進し、内発的動機付けと経営の自走化を目指す支援手法の適用を図る。事業計画策定支援は、単なる知識提供に留まらず、小規模事業者の行動変容を促すことが重要であることから、地域課題に連動した重点テーマ別支援の体系化し、由布市が抱える重要課題（担い手確保、競争力強化）に対応するため、計画策定支援を体系化し、段階的に支援を行う。

そのため、以下のような支援方針作成し、体系的に支援を行っていく

- ・ 経営状況の財務分析及び非財務分析の結果に基づき、小規模事業者が自社の強み・弱み、機会・脅威を深く認識できるよう支援する。
- ・ 地域の経済動向調査および需要動向調査の結果を統合し、由布市が目指す外需獲得や高付加価値化に資するよう、小規模事業者が需要を見据えた戦略的な事業計画を策定できるよう指導・助言を実施する。
- ・ 事業計画策定セミナーのカリキュラムを工夫し、ワークショップ形式を取り入れる。これにより、小規模事業者が自らの強み・弱みを認識し、課題に主体的に向き合う姿勢（内発的動機付け）を育成する。
- ・ 伴走型支援の徹底を期するため、経営指導員による対話と傾聴を重視した伴走型支援を実施し、事業者が本質的な課題に気づき、最適な意思決定を行えるよう支援する。この支援を通じて、小規模事業者が計画の策定、実行、効果検証、見直しを自立的に行えること（経営の自走化）を目標とする。

(3) 目標

	現行	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度	令和12年度
①DX推進セミナー	1回	2回	2回	2回	3回	3回
②事業計画策定セミナー	—	2回	2回	2回	3回	3回
③創業・事業承継支援セミナー	1回	2回	2回	2回	3回	3回
事業計画策定事業者数	48者	48者	48者	48者	48者	48者

(4) 事業内容

①DX推進セミナーの開催

目的

事務効率化や生産性向上を図るため、より実現性の高い事業計画の作成に寄与できるよう、計画策定前の段階においてDXに向けたセミナーを実施。

具体的手法

セミナー内容：クラウド会計、ECサイト構築、SNS活用事例などを盛り込み、競争力の維持・強化を目指す。希望者にはIT専門家を派遣し、個別のデジタルツール導入を支援。

実施方法：公募型、年2回開催、IT専門家による個別支援を希望者に実施。

成果指標：参加者数、ITツール導入件数、Webサイト開設件数。

②事業計画策定セミナー

目的

経営状況の分析で自らの強み・弱みを認識した事業者に対し、課題に主体的に向き合う姿勢を育成する。カリキュラムには、経営理念の確立、ターゲットの明確化、市場動向の分析、経営戦略の策定、数値計画、アクションプラン策定等を含める。

具体的手法

対象：経営分析を実施した小規模事業者

実施方法：公募型、年2回開催、担当制による経営指導員の伴走支援、外部専門家の活用

成果指標：事業計画策定件数、補助金申請件数、計画実行率

③創業・事業承継支援セミナー

目的

地域経済の担い手確保（創業・承継）を目的とし、創業希望者や後継者に対し、事業構想の具体化と事業計画策定を支援するセミナーを開催。

具体的手法

対象：地域経済の担い手候補となる創業・承継予定者

実施方法：公募型、年2回開催、担当制による経営指導員の伴走支援、外部専門家の活用

内容：創業マインド醸成、事業構想の整理、資金計画・販路戦略の策定

実施方法：ステージ別支援、創業・承継計画書の作成支援、金融機関との連携

成果指標：創業件数、承継計画策定件数、資金調達成功件数

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：

- ・現行計画の取組において、事業計画策定後の定期的な巡回指導や窓口指導を通じた進捗確認を実施し、計画の陳腐化を防ぎ、業績アップや計画の見直しに繋がる事例が見られた。
- ・事業計画策定後のフォローアップは一部で実施されているものの、実施頻度・方法が統一されておらず、担当者や時期により訪問／面談回数・記録様式・評価指標が不定期となっている

課題：

- ・計画策定後のフォローアップ体制を組織全体で標準化・体系化し、担当者や時期に依存しない一貫した支援の質を確保する必要がある。
- ・進捗状況が芳しくない場合に備え、事業計画とのズレが生じた際の対処方法（計画の見直し案の提案、外部有識者による再検証）を明確に定義し、実施する仕組みを構築すること。
- ・単なる進捗確認に留まらず、小規模事業者の経営リテラシー（経営戦略、知的財産、デジタル等）の習得状況に応じた段階的な指導を実施し、経営の自走化を徹底的に目指す必要がある。

(2) 支援に関する考え方

- ・PDCA サイクルの確実な実践において、策定された事業計画は、実行して効果をあげることが目的であることを明確にし、進捗の確認、効果検証、計画の見直しという一連のPDCA サイクルを継続的に支援する仕組みを構築する。特に、由布市が重視する「外需獲得」や「高付加価値化」といった戦略目標の実行が滞りなく進むよう、支援を継続する。
- ・経営リテラシーの段階的向上支援では、フォローアップの過程において、小規模事業者の経営リテラシー（経営戦略、知的財産、デジタル等）の習得状況を把握する。計画の実行を通じて、財務基礎から管理会計、DX ツールの定着、著作権・商標の理解といった段階別の学習と実装を支援し、自立的な経営管理能力の向上を図る。
- ・計画の柔軟な見直しと最適化を図るため、進捗状況が芳しくない場合、または市場環境が変化し

た場合は、単に計画を押し付けるのではなく、外部有識者や専門家の視点を導入した効果検証を実施する。その結果に基づき、目標、KPI、施策、スケジュール等の見直し案を小規模事業者に提案し、計画の実効性維持を図る。

(3) 目標

	現行	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度	令和 11年度	令和 12年度
フォローアップ 対象事業者数	56者	56者	56者	56者	56者	56者
頻度(延回数)	184回	184回	184回	184回	184回	184回
売上増加 事業者数	10者	10者	10者	10者	10者	10者
利益率1%以上 増加の事業者数	10者	10者	10者	10者	10者	10者

(4) 事業内容

①進捗状況の確認とKPIトラッキング

- ・頻度設定: 事業計画の進捗状況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、順調な事業者を選別した上でフォローアップ頻度を設定。頻度(延べ回数184回)の内訳は、4者毎月1回(年48回)、16者が四半期に1回(年64回)、36者が半期に1回(年72回)とする。
- ・モニタリング: 計画策定時に設定したKPI(売上、利益率、在庫回転、広告C P A、資金繰り等)を月次または四半期ごとに確認し、ダッシュボード化した進捗状況を事業者に定期的にフィードバック。

②ズレが生じた場合の対応と計画見直し

- ・対応手順の確立: 進捗状況が芳しくない場合(事業計画とのズレが生じていると判断する場合は、以下の手順で支援。
 - (a) 目標・KPI達成度の点検(計画の実行度と成果の乖離の特定)。
 - (b) ボトルネックの仮説検証(阻害要因の特定)。
 - (c) 事業計画の効果検証を実施し、必要に応じて事業計画の見直し案(目標、施策、スケジュールの再設計)を提案する。
- ・外部専門家等の活用: 計画の見直しや専門性の高い課題(DX実装、知財戦略など)の解決が必要な場合は、外部有識者や他地区の指導員等第三者の視点を投入。

③経営リテラシーの強化支援

- ・段階的指導: フォローアップにおいて、事業者の経営リテラシーの習得状況を把握。
- ・具体的な指導内容: 財務基礎 → 管理会計 → K P I設計の段階別指導、著作権・商標の理解と出願活用支援、会計クラウド/E C/S N S運用の導入段階支援など、由布市が目指すDX推進や地域ブランド確立に必要な知識・スキルに焦点を当てた支援を実施。

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:

- ・地域内の小規模事業者の販路は、主に城内観光客に依存しており、激変する経営環境に対応するための域外(外需)への販路拡大が停滞している。
- ・オンライン販路(EC、SNS)への関心は高いものの、高齢化やIT知識不足・人材不足により、本

格的な DX 推進やデータ活用型の販促が未着手である。

- ・展示会や商談会への出展は一部実施しているが、事前準備（戦略策定）や事後フォローが不十分なため、成約率や売上増加が限定的である。

課題：

- ・事業計画に基づき、由布市が目指す「地域ブランドの確立」と「高付加価値化」に資する戦略的な DX 実装支援（EC、SNS、データ分析）を体系化する必要がある。
- ・由布市の地域資源（農業地域である庄内地域の特産品含む）を活かした新商品開発と知的財産（知財）の保護・活用に関する知識不足を解消し、価格主導権の確保に向けたブランド戦略を強化する必要がある。
- ・展示会出展やオンライン販促を単発で終わらせず、事前分析（需要動向）から事後フォロー（計画見直し）まで一連の伴走支援プロセスに組み込み、確実に売上増加に繋げる必要がある。

（2）支援に関する方針

「由布市の農業や商業・観光業は、豊かな地域資源の価値を高め、経済の循環を創り出す上で、必要不可欠な産業」（出展：由布市第2次総合計画より抜粋）とあり、また、由布市の強みとして「豊かな自然環境、水資源、温泉、我が国屈指の観光地、農林畜産業と伝統文化の継承」（出展：由布市第2次総合計画より抜粋）とある。よって、地域の産業ビジョンを踏まえた設定は以下のとおりとする。

重点エリア：庄内地域・湯布院地域・挾間地域

業種：食品加工、宿泊業、観光サービス業、地域資源活用型製造業

対象者：地域の特産物活用や新サービス提供等、DX 導入を図り販路拡大意欲が高い小規模事業者

- ・販路開拓支援：都市圏・オンライン展示会への出展を推進し、事前準備（商品選定・価格戦略・販促資料）→出展中（陳列・接客）→事後（商談フォロー・受注管理）まで伴走。
- ・DX 推進：SNS 発信・EC サイト構築・顧客管理（CRM）を段階別に支援。必要に応じて IT 専門家派遣を実施。
- ・産官学連携：地域ブランドの情勢のため、を大学・試験研究機関と連携し、新商品開発・付加価値化を支援。
- ・知財活用：セミナー・相談対応で、商標・意匠・著作権の保護とブランド戦略を普及。

（3）目標

	現行	令和 8 年度	令和 9 年度	令和 10 年度	令和 11 年度	令和 12 年度
①展示会出展支援 出展事業者数	4 者	5 者	5 者	6 者	6 者	6 者
売上額／者	10 万円	15 万円	15 万円	20 万円	20 万円	20 万円
②産官学連携による 新商品開発・付加価値 向上・地域ブラン ドの向上	—	2 者	2 者	3 者	3 者	3 者
成約件数／者	—	5 件	5 件	6 件	6 件	6 件

（4）事業内容

目的：地域資源を活かした商品・サービスの付加価値化と販路拡大を支援し、DX・知財活用を組み合わせることで、持続的な需要創出と競争力強化を図る。

①展示会出展支援

課題：価格主導権の確保に向けたブランド戦略が欠けている

手法：

- ・事前準備：ターゲット市場分析、商品選定、価格戦略、販促資料作成

- ・ 出展中：陳列・接客・商談サポート、SNSでリアルタイム発信
- ・ 事後フォロー：商談記録管理、受注対応、次回展示会戦略策定
- ・ オンライン販路：ECサイト構築、SEO対策、SNS広告運用

②産官学連携による新商品開発・付加価値向上・地域ブランドの向上

課題：知的財産（知財）の保護・活用に関する知識不足

手法：

- ・ 当地域にある大分県産業科学技術センター及び大分県発明協会と当地域で力を入れている地域資源活用型製造業について、取扱い事業者と連携し、市場調査・試作・官能評価を実施。
- ・ デザイン・パッケージ改善でブランド力強化
- ・ 補助金活用支援（試作・設備導入）の実施
- ・ 品質認証取得支援（HACCP、地域ブランド認証）の実施

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

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：

- ・ 外部有識者や市町村を交えた第三者視点での評価委員会を開催している。
評価委員会の構成は、中小企業診断士、大分県中部振興局、由布市商工観光課、本会法定経営指導員の4名。
- ・ 評価結果の公表は本会ホームページで公開しており、地域事業者が常時閲覧できる。
- ・ 経営発達支援事業の進捗確認は理事会で行っているが、評価指標が定量化されていない。

課題：

- ・ KPI・成果指標を用いた定量的評価の仕組みを構築する必要。
- ・ 広域的な支援体制を踏まえ、複数商工会・関係機関との情報共有・改善提案を組み込む。

(2) 事業内容

1. 定量的把握

- ・ KPI設定：事業計画策定件数、販路開拓支援件数、セミナー参加者数、EC導入件数、知財相談件数など。
- ・ データ収集：フォローアップシート・会員アンケート・実績報告を統合し、可視化を図る。

2. 評価手法

- ・ 半期ごとに商工会による進捗確認、外部評価委員を含めた毎年度1回の総合評価を実施。
- ・ 評価は5段階評価＋改善提案方式で、次年度支援計画に反映。

3. 評価・見直しの頻度

- ・ 外部評価委員による年1回の総合評価＋商工会による進捗確認・半期レビュー。
- ・ 必要に応じて臨時委員会を開催し、地域の産業ビジョンにおける重点課題（DX推進、販路開拓、知財活用）を議論。

4. 結果の公表方法

- ・ 評価結果はHPで公開し、地域事業者が常時閲覧可能な状態を確保。
- ・ 広域連携先（近隣商工会・関係機関）にも共有し、改善策を協働で検討。

5. 広域的支援体制の活用

- ・複数商工会、商工会議所と情報共有し、共通課題（販路開拓・DX・人材育成等）に対する合同研修・専門家派遣を検討。
- ・外部評価委員会で他の支援機関等の事例を取り入れ、地域間の成功事例を水平展開。

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：大分県商工会連合会による経営指導員向け研修は実施しているが、一般職員を含めた体系的な能力向上策が不足。

経営支援会議を月に2回開催し情報共有を図っているが、支援ノウハウが個人に依存し、組織内で共有する仕組みが不十分。

経営指導員の経験年数によっては、財務分析等の基本知識習得が遅れている。

課題：経営指導員と一般職員双方の支援スキルを計画的に向上させる必要。

情報共有の仕組みを再整備し、ノウハウの組織資産化を図る。

地域内の成功事例として「やる価値を実感できる小さな成功体験」を積み重ねる支援を行い、経営リテラシー向上と自律的課題設定力の醸成に寄与する研修体系が必要。

(2) 事業内容

目的

経営指導員と一般職員の支援能力を体系的に高め、ノウハウ共有とOJTを通じて組織力を強化する。さらに、小規模事業者が成功体験を積み、自ら考えるプロセスを支援することで、経営リテラシー向上に寄与する。

① 外部研修・セミナーの計画的活用

- ・経営支援能力向上セミナー：中小企業庁や大分県連合会主催研修へ計画的に派遣。
- ・事業計画策定セミナー：中小企業大学校等で課題設定・計画策定力を習得。
- ・DX推進セミナー：ITツール（RPA、クラウド会計、EC、SNS）活用支援力を強化。
- ・コミュニケーション研修：対話力・傾聴力を高め、信頼醸成と課題深掘りを実践。
- ・課題設定力研修：小規模事業者が自ら考えるプロセスを促す支援手法を学ぶ。

② OJT制度の導入

- ・引き続き月2回の支援会議を継続。支援ノウハウ共有発表の時間を増やす。
- ・経験豊富な指導員と一般職員でチームを組み、巡回指導・窓口相談で実践型OJTを実施。
- ・成功事例を共有し、「やる価値を実感できる小さな成功体験」を積み重ねる支援を現場で実践。

③ ノウハウ共有の仕組み

- ・支援事例データベースを構築し、課題設定・解決プロセスを記録・共有。
- ・月次のケーススタディ会議で成功事例・失敗事例を分析し、改善策を組織で共有。

④ 経営リテラシー向上への寄与

- ・研修・OJTを通じ、小規模事業者の経営の自走化に向けたプロセスを支援。
- ・財務・人材・知財・デジタル活用など、段階別に学習→実践→定着を促す。

11. 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（任意）

(1) 現状と課題

現状：県内商工会情報交換の場である大分県商工会連合会主催の会議に定期的に参加し、他商工会

の取組や地域の経済動向や支援ノウハウの共有を図っている。特に、事業計画策定支援に関する情報交換を通じて、経営指導員の支援力向上に努めている。

課題：情報交換の場は存在するものの、支援ノウハウの体系的な蓄積や共有が十分とは言えず、支援内容が属人的になりがちである。また、小規模事業者が他社と連携して行う営業協力や共同調達等の生産性向上に資する取組について、他の商工会、商工会議所との連携が限定的であり、実施に向けた検討が進んでいない。

(2) 事業内容

目的：本事業は、地域内外の支援機関との連携を強化し、支援ノウハウの体系的な共有と、小規模事業者の連携による生産性向上の取組を促進することを目的とする。

- ・事業承継センター等各種会議への出席、金融懇談会の開催（年3回）

地方公共団体、商工会議所、金融機関、観光協会等が参画する会議に出席し、地域経済の最新動向を把握するとともに、支援ノウハウの交換を通じて経営指導員の支援力向上を図る。特に、金融機関との情報交換については、地域の4金融機関との懇談会を開催する。

目的：事業計画策定支援力の強化と、地域支援機関とのネットワーク構築

- ・都道府県連合会主催の情報交換会への出席（年2回）

県内の他商工会との情報交換を通じて、共同調達や営業協力、持株会社化等の小規模事業者の連携事例を収集し、地域での実施可能性を検討する。

目的：小規模事業者の連携による生産性向上の取組の促進

- ・中小企業支援ネットワーク会議への出席（年1回）

専門家、公益法人、NPO等との連携を通じて、支援ノウハウの高度化と多様化を図る。特に、事業承継や創業支援に関する情報交換を重視する。

目的：多様な支援機関との連携による支援の質的向上

1.2. 地域経済の活性化に資する取組に関すること（任意）

(1) 現状と課題

現状：

- ・由布市の地域経済は、湯布院温泉を中心とした観光需要に大きく依存している。多くの小規模事業者が地域需要に根差した事業構成となっている。
- ・地域資源（自然環境、温泉、庄内地域の特産品等）は豊富であるが、その価値の市場での統一的な認知・評価の仕組みが弱く、付加価値化に伸び代がある。
- ・中心市街地や商店街（挟間・庄内地域含む）では、来訪機会の減少、空き店舗の増加やイベントの継続性が課題となっている。
- ・地域の農林業は高齢化が極端に進んでおり、担い手不足が深刻化し、農産物の生産維持すら危ぶまれる状況にある。

課題

- ・小規模事業者の経営発達に繋がるよう、地域資源（地場産品、観光資源）を基軸とした地域ブランドの体系化
- ・認証・マーケティングを強化する必要がある。
- ・観光の経済効果を地域全体に波及させるため、駅前・中心商店街の賑わい創出と回遊性の向上が不可欠である。
- ・農商工観連携を強化し、庄内地域等の農林畜産業の高齢化に対応した六次産業化や新規事業創出を支援し、地域経済の好循環を確立する必要がある。
- ・人口減少と若年層流出の抑制のため、若者の地元就職・UJIターンを促進し、地域の持続性を高める取り組みを強化する必要がある。

(2) 事業内容

①地域ブランド認定・評価制度の構築

地域資源（地場産品、温泉、文化等）を基軸にした認証基準、審査、評価・更新の仕組みを構築。共通ロゴ・パッケージ・ガイドラインを整備し、市場で選ばれる根拠を可視化。

②地域資源を活かした商品開発・六次化支援

庄内地域等の農林畜産業者、食品加工業者を対象に、原材料調達から加工・販売の一気通貫組成、試作・官能評価、価格設計を支援します。農商工観連携による新たな需要創出を支援。

③地域プロモーションの戦略的実行

行政（総合政策課・商工観光課）と連携し、地域資源の魅力を市民、企業、団体、大学等が一体となってプロモーションできる連携体制（プロモーションネットワーク）を構築し、国内外に向けて戦略的に情報発信します。

④地域の中心地の賑わい創出と空き店舗活用

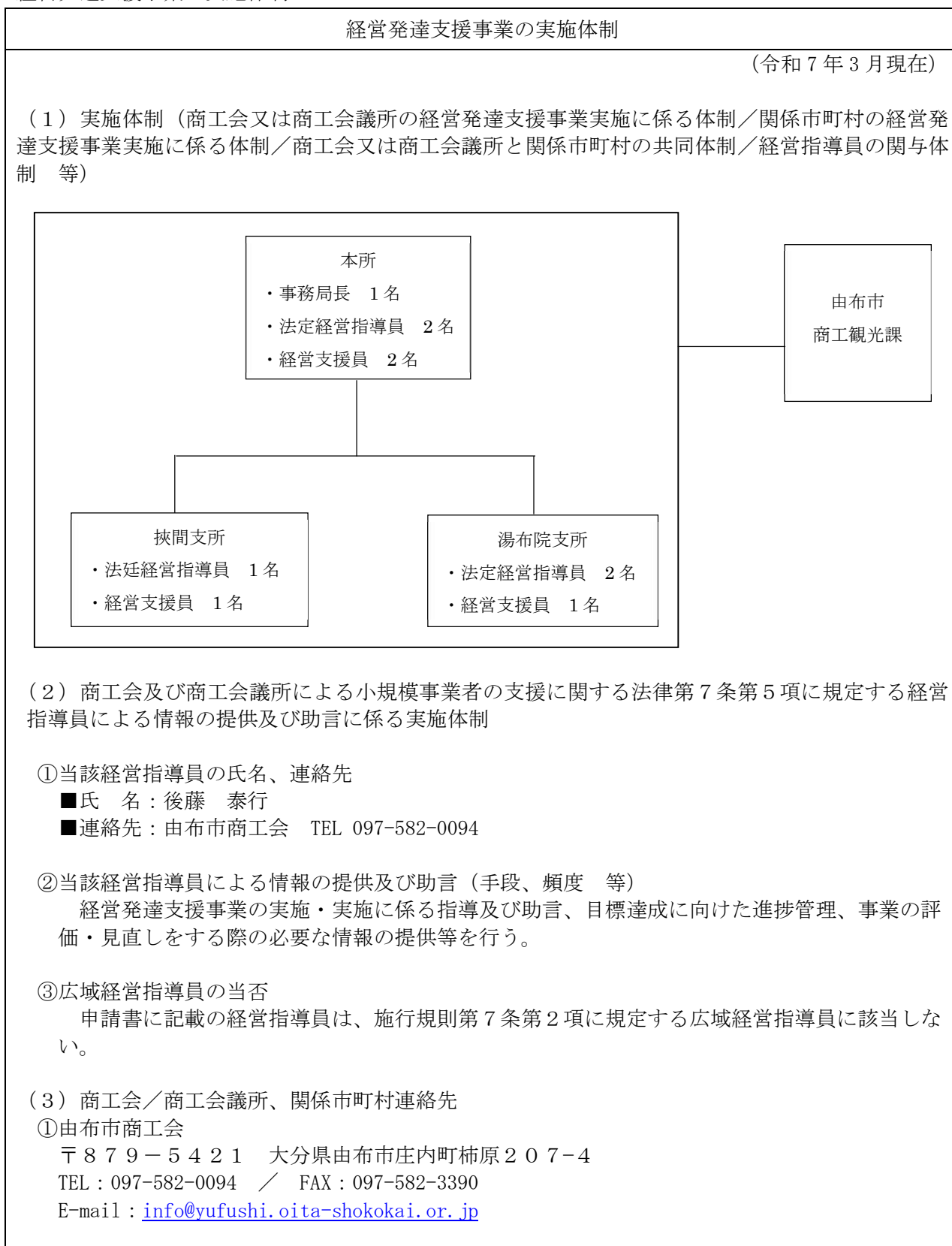
中心市地域（挾間・庄内地域含む）の回遊導線の再設計を支援し、ナイトタイム・マルシェ・周遊スタンプ等の集客企画を推進。空き店舗を利活用したポップアップ出店やインキュベーションを支援し、新規開業を促進。

⑤地域コミュニティ活性化イベント支援

組合や商店街等が実施する季節催事、ウェルビーイング・防災・高齢者向け企画等を、企画設計・広報・協賛獲得・評価まで伴走支援。また、コミュニティ交通の利便性向上に関する行政施策に協力。

(別表2)

経営発達支援事業の実施体制



②由布市 商工観光課

〒879-5421 大分県由布市庄内町柿原307

TEL : 097-582-1304 / FAX : 097-582-1361

E-mail : shoko@city.yufu.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7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度
必要な資金の額	6,100	6,100	6,100	6,100	6,100
専門家派遣費	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500
協議会運営費	100	100	100	100	100
セミナー開催費	500	500	500	500	500
展示会出展費	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000

(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
<ul style="list-style-type: none"> ・会費収入 ・伴走型補助金 6,100千円

(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。

