

### 経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	摂津市商工会 (法人番号 6120905001760)
実施期間	平成29年4月1日～平成33年3月31日
目標	<p>新たな需要にきめ細かく対応し、地域に根差した商品サービス提供できる自立成長する地域小規模事業者の持続的発展を支援することによる地域経済の持続的発展を目標とし、人口一人当たりの製造事業所数が北摂一である産業都市の強みを活かし、目標共有伴走経営支援プログラムの導入による小規模事業者の経営基盤強化、小規模事業者間の交流・連携促進および人材育成支援、創業者支援の強化、地域資源を活用した地域活性化に取り組むことで、「活力ある産業のまちせつつ」を目指す。</p>
事業内容	<p>・ 経営発達支援事業の内容</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 地域の経済動向調査に関すること 地域の経済動向調査を実施し情報の収集・整理・分析加工した情報を継続的かつ計画的に小規模事業者に提供することで、小規模事業者の経営上の問題点や課題の把握や事業計画の策定に役立てる。</li> <li>2. 経営状況の分析に関すること 自社の経営資源を把握し、経営課題を認識した上で小規模事業者の経営実態の把握、及び分析を行なう。</li> <li>3. 事業計画策定支援に関すること 経営分析結果をもとに、顧客ニーズに基づいた商品・サービスの資金調達や販路開拓など実現可能性のある目標設定した事業計画策定支援を行う。</li> <li>4. 事業計画策定後の実施支援に関すること 事業計画を確実に実行する為に、目標を共有し小規模事業者と一緒に実施状況を定期的にチェック・フォローする伴走型支援を行う。</li> <li>5. 需要動向調査に関すること 地域の小規模事業者が取扱っている商品やサービス等のマーケティング情報を事業者と共に収集し、整理、分析して小規模事業者に提供する。</li> <li>6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること イベントや展示会、ビジネスマッチングフェア等への出展支援やITを活用した情報発信力の強化による需要開拓支援を行う。</li> </ol> <p>・ 地域経済の活性化に資する取組</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>(1) 特産品「鳥飼なす」「銘木」の販路開拓支援</li> <li>(2) 事業者間交流促進と人材確保・育成支援による市内工業活性化</li> <li>(3) 北大阪健康医療都市(健都)への進出支援</li> <li>(4) 地域資源としての商店街振興による市内商業活性化</li> </ol>
連絡先	<p>摂津市商工会 〒566-0021 大阪府摂津市南千里丘 4-35-3F 電話：06-6318-2800 FAX：06-6318-2555 E-mail：<a href="mailto:info@settsu-sci.jp">info@settsu-sci.jp</a> URL：<a href="http://settsu-sci.jp/">http://settsu-sci.jp/</a></p>

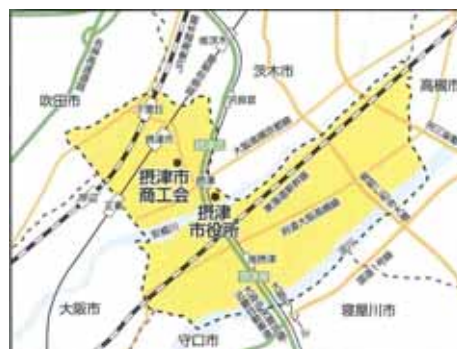
(別表 1)

経営発達支援計画

経営発達支援事業の目標

(1) 摂津市の概況

摂津市は大阪府の北摂地域にあり、大阪市都心部から約10km、電車で15分程度の好立地にあり、山や丘陵などの無い平坦な地形となっています。また、近畿自動車道や大阪中央環状線、名神高速道路などの国土軸の結節にも恵まれ、高度経済成長とともに、北部は住宅地、南部は工場地帯として発展してきました。準工業地域が市域の半分以上を占め、多くの事業所が所在する産業都市です。とりわけ、人口1人当たりの製造業事業所数が北摂一を誇るものづくりの街です。また、産業都市として発展してきた立地的な背景には、大阪市などの大都市に隣接し、鉄道・道路網が張り巡らされており、交通アクセスに大変優れており、物流の観点からも非常に良い環境で運送業や倉庫業が集積しています。住宅地の北部にはJR千里丘など主要駅を中心に小売・飲食業が多数あります。



(2) 地域の小規模事業者の現状と課題

平成24年度摂津市市内事業所実態調査から、摂津市全体の約4000社の中で小規模事業者は2,905件で79.9%を占めています。うち工業は1,448社、商業は1,457社でほぼ同数の構成となっています。しかし、10年間で事業所数は約18%減少しており、工業の小規模事業者は大半が大手企業の下請けであり、生産のグローバル化によって、海外移転が進んでおり、海外へ展開する体力がなく非常に厳しい経営状況である。また、経営者の高齢化が進んでおり、後継者が不在で廃業ないしは廃業するつもり的小規模事業者は増加している。

<工業の小規模事業者の現状と経営課題>

現 状	経営課題
熟練した高度な技術をもった職人が高齢化で減少、後継者も育っていない	人材・労働力の確保・育成
付加価値の高い自社製品、独自技術を持つ事業所が少ない	専門技術の維持・強化
顧客ニーズの把握、新商品開発ができていない、HPの活用等情報発信ができていない	販売力強化・市場開拓
高精度、高品質、短納期、コストダウン等顧客の要望に対応できていない	生産効率の向上
高齢化・後継者不在による廃業の増加	事業承継・後継者育成

商業はロードサイドへの格安大型小売店の出店、ネットショッピングなどワンストップサービスに消費者が流れており、品ぞろえや価格で不利な小規模事業者にとって、顧客の流出につながり経営は苦しくなっている。同様に高齢化や後継者不在による廃業が増加していて、商店街における空き店舗も増加している。

<商業の小規模事業者の現状と経営課題>

現 状	経営課題
市場動向をつかんでいない、新商品・サービス開発ができていない、	顧客開拓・市場開拓
付加価値の高いサービス、独自サービスを持つ事業所が少ない	サービス向上
顧客ニーズの把握、HPの活用等情報発信ができていない	営業力・販売力の強化
顧客の要望に対応できていない	接遇・対応の維持・強化
経験豊かな人材の減少、人材不足	人材・労働力の確保・育成
高齢化・後継者不在による廃業の増加	事業承継・後継者育成

(3) 摂津市商工会の現状と課題

当商工会は小規模事業者の支援において経営革新を中心としたレベルの高い経営改善普及事業への転換を目指してきたが、意識の高い承認企業は一部に限られ、大半が金融・税務・労務など課題解決型の支援に収束し、小規模事業者の持続的発展を目指した経営分析に基づいた事業計画策定や目標設定、目標を共有した支援実績はあまり多くあがっていない。

<摂津市商工会の現状と経営課題>

現 状	課 題
従来の金融・税務・労務に対する経営相談に対する対処療法的な指導が多い	小規模事業者の商品・サービス等経営資源、財務等経営内容の調査・把握・分析できていない
経営革新など事業計画を作成して経営力の向上を図る指導は少ない	分析に基づく事業計画策定、目標設定・共有してフォローできていない。
相談時に必要なマーケティング情報は限定的にしか収集しておらず、定期的に情報収集することはなかった	小規模事業者の商品・サービス等の需要動向や地域経済動向の情報収集・整理・分析し、提供できていない
各種イベント・展示会出展など一時的・限定的な販路開拓になっていた	小規模事業者の商品・サービス等の本質的な販路開拓ができていない
創業・事業承継の課題解決に向けての金融・税務・労務中心の指導が多い	創業者・事業承継者に対する実現可能性を高める伴走支援ができていない
担当の経営指導員中心の支援に収束して、支援方法が限られていた	他の支援機関との連携や職員の資質向上が組織向上につながっていない
イベント開催によるにぎわい創出など一時的活性化策になっていた	地域資源活用、地域商業・工業活性化のために有効な対策ができていない

#### (4) 中長期的な振興のあり方

摂津市では第4次総合計画（平成23年度からの10年計画）の中で、「活力ある産業のまちせつつ」を基本的な考え方として、平成32年度3900事業所、従業員5万人を目標として挙げています。その考え方を踏まえて、摂津市商工会の中長期的な振興のあり方として、高齢化やグローバル化が進む厳しい経営環境の中で、市場や顧客ニーズなど新たな需要にきめ細かく対応し、地域に根差した商品サービスや付加価値の高い独自の技術力の提供、人材や技術力を承継できる自立成長する地域小規模事業者の持続的発展を支援することで、地域経済の持続的な発展を目指していく。

#### (5) 経営発達支援事業の目標

当商工会は地域の総合的経済団体及び小規模事業者支援機関として、摂津市や関係団体と連携しながら、人口一人当たりの製造事業所数が北摂一である産業都市の強みを活かし、ものづくり企業を中心とした小規模事業者の経営基盤強化を基本方針として、自立成長する地域小規模事業者の持続的発展を支援することによる地域経済の持続的発展を目標とする。小規模事業者の事業意欲の向上と意識改革を促す目標共有伴走経営支援プログラム導入や徹底した消費者ニーズや地域に根差した商品・サービス提供によるビジネスモデルの再構築を全面的にサポートするとともに、需要開拓や事業承継等の小規模事業者の課題に対し、事業計画の策定や着実な実施等目標を共有して事業者と一緒に支援していくワンストップサービスによる経営力向上支援に取り組む。支援する職員のスキルアップや支援に関する情報を組織内で共有することで支援体制を強化し、より効果的な支援につなげる。また、事業者間の交流・連携の促進、人材確保・育成や創業者支援の強化、地域資源を活用した地域活性化に摂津市、市内金融機関、各支援機関、市内各業界団体と今後の地域経済活性化ビジョンについて検討するとともに目標を共有し、連携して取り組むことで、「活力ある産業のまちせつつ」を目指す。

#### (6) 目標達成に向けた取り組み方針

##### 1. 目標共有伴走経営支援プログラムの導入による小規模事業者の経営基盤強化

- ① 少子高齢化社会やグローバル化など厳しい経営環境の中、小規模事業者が自ら成長するために事業意欲を持ってビジネスモデルの再構築に取り組めるよう意識改革を促す。
- ② 小規模事業者が顧客ニーズや市場動向に沿った商品・サービスを提供するために、取り扱う商品・サービスの需要動向の調査・分析する。自社の強み、商品、人材、技術、ノウハウ、こだわりなど経営資源を把握し、経営課題を明確にするために分析する。
- ③ 分析に基づいて販路開拓等を含めた事業計画を策定し、売上・利益など目標の設定をするとともに、目標共有した上で事業者と一緒に販路開拓など事業計画実行支援に取り組む。
- ④ 小規模事業者支援に関する情報を収集・整理・蓄積・見える化した「小規模事業者の業種別支援マニュアル」を作成することで、地域性・業種特性の強い小規模事業者を効果的に支援する。

## **2. 小規模事業者間の交流・連携促進および人材確保・育成支援、創業者支援の強化**

狭い市域（14.88 km<sup>2</sup>）に約3000の小規模事業者が集積しており、事業者間の交流・連携を促進する。事業者間連携による新たな商品開発や技術開発による新市場参入支援や人材のマッチングによる経営者および後継者等人材確保・育成支援、事業意欲の高い創業者とともに、実現可能性を高める伴走支援に取り組む。

## **3. 地域資源を活用した地域活性化**

特産品やコミュニティ再生に寄与する商店街を地域資源として活用するとともに、小規模事業者の独自技術やアイデア製品を「摂津ブランド」として認証し、地域資源として広くアピールしていく。また、北大阪健康医療都市（健都）への進出支援を摂津市、市内金融機関、各支援機関、市内各業界団体と今後のビジョン・目標を共有し、連携して実施することで、地域活性化に取り組む。

## 経営発達支援事業の内容及び実施期間

(1) 経営発達支援事業の実施期間（平成29年4月1日～平成33年3月31日）

(2) 経営発達支援事業の内容

### I. 経営発達支援事業の内容

#### 1. 地域の経済動向調査に関すること【指針③】

地域の経済動向を把握するための調査を実施し整理・分析加工し、地域の経済動向に関する情報を継続的かつ計画的に小規模事業者を提供することで、小規模事業者の経営上の問題点や課題の把握や事業計画の策定など経営の発達に役立てる。

##### (概要)

小規模事業者の持続的な発展を支援するためには、地域の経済状況や事業所の経営課題を把握していく必要があるが、従来のような日々の経営指導員による情報収集だけでは、地域経済状況を全体的に把握していくのは難しく課題となっている。今後は計画的に情報を収集するとともに、整理して分析し、小規模事業者の経営の発達に役立つ情報を体系的に蓄積し継続して提供していく。

##### (事業内容)

#### (1) 実態調査の実施

地域の小規模事業者に対して、経営指導員による巡回と窓口相談時において、実態調査を四半期に1回実施する。「業況」「売上額」「収益」「仕入単価」「従業員数」「資金繰り」の6項目を業種別、地区別に調査を行なう。

#### (2) 各種調査資料による情報収集

地域金融機関など各種景況調査を利用して、地域の景気動向を4半期に1回調査・分析する。「業況」「売上額」「収益」「原材料価格」「従業員数」「資金繰り」の6項目の業種別、規模別D Iを情報分析し、管内の小規模事業者の動向を調査する。

##### <活用・分析する調査資料>

- ・北おおさか信金の景況レポート
- ・全国商工会連合会「小規模企業景気動向調査」
- ・大阪産業経済リサーチセンター「景気動向調査」

#### (3) 情報の整理・分析・活用

収集した情報は、経営指導員が常時使用できるように、データベース構築をして項目ごとに整理・蓄積・見える化をするとともに、表・グラフ等でアウトプットしたものをホームページにて情報提供する。地域動向の分析結果は担当者が窓口・巡回相談時の支援や講習会・セ

セミナー開催に際して有効活用できるようにする。

**(目標)**

地域動向調査の分析結果を、定期的に整理し、より広く管内の小規模事業所に情報発信していくことで、地域全体の景気動向の把握に役立てる。また、調査結果を経営分析の基礎資料として活用するとともに、管内事業者の意識向上に役立てていく。

実態調査	現状	H29年度	H30年度	H31年度	H32年度
① 実態調査事業所数	未実施	200件	220件	250件	300件
② 各種資料情報収集	未実施	4回	4回	4回	4回
③ HPでの情報発信	未実施	4回	4回	4回	4回
巡回・窓口相談件数	300	350	400	450	500
セミナー参加者数	70	80	90	100	110

**2. 経営状況の分析に関すること【指針①】**

小規模事業者の持続的発展に向けて、自社の経営資源を把握し、経営課題を認識した上での取組実施が重要である。経営指導員の巡回訪問、窓口相談、各種セミナーの開催等を通じて小規模事業者の経営分析対象事業者の発掘を行なうとともに、経営実態の把握及び分析を行う。

**(概要)**

小規模事業者が新たな事業に取り組むには、自身の強み、商品、人材、技術、ノウハウ、こだわりなど経営資源を把握し、経営課題を明確にすることが欠かせない。人的資源が乏しく、日々の営業活動に追われていて、強みや経営課題を明確に把握できていない小規模事業者は多く、今後は経営指導員等の巡回訪問、窓口相談、各種セミナーの開催等を通じて事業者の意識改革を図るとともに、経営実態の把握及び分析を行い、事業計画策定や目標設定する際に有効活用する。

**(事業内容)**

**(1) 経営指導員による経営資源の把握**

経営指導員の巡回訪問、窓口相談でのヒアリングと会社案内、ホームページ、財務諸表などの関係資料を基に、「過去3年の売上・利益の推移」「財務内容」「人気商品・サービス」「技術」「ノウハウ」「こだわり」「社内体制」「取引先・顧客」など小規模事業者の経営資源の把握する。また、事業計画策定を啓発する講習会やセミナー参加者からも経営分析の経営分析対象者を発掘する。

**(2) 分析方法**

収集した情報をSWOT分析を行い、「強み・弱み」、「機会・脅威」の抽出をおこなうとともに、「必要収入からの目標売上高・粗利益」「商品・サービス別売上高・粗利益の推移」「得意先別売上高・粗利益の推移」「新規顧客開拓・重要既存顧客」「市場ニーズに合わせた新たな強み・技術」なども分析する。

### (3) 分析による経営課題の明確化

分析結果により、経営課題の明確化を行い課題解決に向けた取り組みを行う。専門家が  
必要な経営課題には摂津市、大阪府よろず支援拠点、ミラサポの専門家派遣制度等を  
活用して、中小企業診断士や税理士などの助言を受けて経営分析を実施する。

### (4) 分析結果の活用

分析結果については、データベース構築による整理・蓄積・見える化をして、担当者  
が常時支援に活用できるようにするとともに、小規模事業者の事業計画書の作成や計画  
実行支援に有効活用できるようにする。

#### (目標)

地域経済動向の分析結果を巡回訪問や窓口相談、講習会・セミナー等開催時に情報発信し、地  
域の実態を反映したより精度の高い分析をすることで、経営分析件数の増加に役立てる。また、  
分析結果を実現性の高い事業計画を策定する際に活用することで、経営の持続的発展につなげて  
いく。

支援内容	現状	H29 年度	H30 年度	H31 年度	H32 年度
巡回訪問・窓口相談件数	300	350	400	450	500
セミナー参加者数	70	80	90	100	110
上記の内、経営分析件数	40	75	80	85	90

## 3. 事業計画策定支援に関すること【指針②】

小規模事業者が厳しい経済状況の中、事業計画を策定していくには、自らビジネスを再構築して  
いくための強い意欲と意識改革がまず必要であり、そのうえで、顧客ニーズを踏まえた強みを活か  
し、チャンスをつかむための事業計画を資金調達や販路開拓の手段を踏まえて策定し、推進してい  
くことが重要である。経営資源の乏しい小規模事業者にとって、従来の事業をしながら、新製品開  
発や新たな取り組みを同時に実施することは大変難しく、地域の経済動向や需要動向、経営分析結  
果をもとに実現可能性を確保したシンプルでわかりやすい目標設定・共有して、事業者と一緒に定  
期的なチェック・検証・改善活動の繰り返しすることで、事業の持続的な発展を目指す。

#### (概要)

事業計画策定に取り組む小規模事業者は、補助金申請や資金調達など目的がある事業者が多  
く、常時事業計画を作成し、事業を遂行している事業者は少ない。従来の事業計画のない待ちの  
姿勢から、事業計画に基づく攻めの姿勢に転換するためにも、地域の経済状況やニーズを把握、  
分析した上で、資金調達や販路開拓を具体的に含めた事業計画作成を支援していくことで、少子  
高齢化社会やグローバル化など経営環境の変化に対応できる持続的な発展につなげていく。

#### (事業内容)

##### (1) 事業計画策定支援対象者の発掘

経営指導員の巡回訪問、窓口相談に事業計画策定の必要性について啓発を行っていく。ま



た講習会・セミナー開催を通じて、事業計画書作成の取組に対するハードルを下げ、取り組みやすくするきっかけづくりを行い事業計画策定を目指す支援対象者の開拓に取り組む。

## (2) 支援対象者の把握と分析

事業計画策定の必要性についての啓発を行うとともに、事業計画策定を目指す事業者の経営内容について把握し、販路開拓や販売促進につながるように経営分析を行った上で以下の事業者に対して事業計画策定を支援する。

(支援対象者)

- ①巡回訪問、窓口相談時に把握した事業計画策定希望者
- ②講習会やセミナーを受講して、新たな取組をしようとする事業者
- ③資金繰りや融資相談時に事業計画作成の必要性を認識した事業者
- ④記帳機械化等で財務内容を把握し、改善の為事業計画策定が必要な事業者
- ⑤アイデアや技術はあるが、具体的にどのように取り組めば事業化できるか分からない創業者、創業予定者。
- ⑥自らのビジネスプラン構築をどのように構築していけばよいか分からない事業承継者、事業承継予定者。
- ⑦経営分析をした結果、経営革新承認や補助金申請による取組が新たな販路開拓につながり、事業計画策定の必要性がある事業者。

## (3) 支援方法

SWOT分析等による自社の強み・機会を徹底分析し、地域の経済動向や需要動向、経営分析結果をもとに、顧客ニーズに基づいた販路開拓や販売促進の手段を含めた競争力強化や経営課題解決につながるような実現可能性を確保したシンプルでわかりやすい目標設定をした事業計画策定を支援していく。支援後に目標を共有し事業者と一緒に定期的なチェック・検証・改善ができる計画策定を行う。また、高度で専門的な知識が必要な支援については、摂津市、大阪府よろず支援拠点、ミラサポの専門家派遣制度等を活用して、中小企業診断士や税理士などの助言を受けてブラッシュアップする。

## (4) 事業計画の活用

策定した事業計画は、従来の事業計画のない待ちの姿勢から、事業計画に基づく攻めの姿勢に転換することの重要性を認識してもらい、小規模事業者持続化補助金など小規模事業者が自ら事業計画を策定して、自ら販路開拓することにつながる意識付けのツールとして活用していく。また、小規模事業者が新たな販路開拓の行う為に、革新性の高い事業計画による経営革新の承認申請や各種補助金申請に活用していく。創業者や創業予定者の事業計画書で将来性の高いものについては、ビジネスプランコンテストに積極的に推薦することで、計画内容のブラッシュアップと知名度向上による事業連携やネットワーク拡大に活用していく。

(目標)

巡回訪問や窓口相談時における事業計画策定の必要性周知の強化、事業計画策定に関する講習会・セミナーを原則四半期に一度開催することによって、事業計画作成対象者の増加を図る。また、創業者の相談窓口における事業計画策定支援強化、創業セミナーを年3回することによって、

支援希望者の増加を図る。経営革新については、ビジネスマッチングフェアなどの交流会や展示会で、経営革新承認や補助金活用している小規模事業者の積極的な販路開拓姿勢をPRすることで、事業計画策定の重要性を認識してもらうことで策定希望事業者の増加を図る。

支援内容	現状	H29年度	H30年度	H31年度	H32年度
専門家派遣件数	9	15	17	20	22
事業計画書作成支援件数	23	35	45	55	65
資金繰り・融資支援件数	42	50	55	60	65
補助金・経営革新支援件数	29	35	40	45	50

※H27年補助金・経営革新支援件数は小規模事業者持続化補助金14件、ものづくり・商業・サービス革新補助金申請10件、おおさか地域創造ファンド3件、創業補助金1件、経営革新申請1件

#### 4. 事業計画策定後の実施支援に関すること【指針②】

事業計画の策定支援により策定された事業計画を確実に実行していくにあたって、目標を共有し小規模事業者と一緒に計画実施状況を定期的にチェック、フォローを行うことで、目標達成の検証・改善活動の繰り返しによる事業の持続的な発展を目指していく。

##### (概要)

経営資源の乏しい小規模事業者にとって、策定した事業計画に基づいて、従来業務をしながら、新製品開発や新たな取り組みを同時並行で実施し、目標を達成することは大変難しく、一度事業計画を策定したら、見直しを行わず未達成が当たり前になっている事業者も少なくない。事業計画の実現可能性を高めるためにも、事業者と目標を共有し、経営指導員が定期的な巡回を行ない、業務など実務レベルで進捗状況を把握し、必要に応じて再度専門家の意見等を元に、事業者と一緒に実施内容の見直しや事業計画の見直しを行い、確実に計画が実行されることで持続的な発展につなげていく。

##### (事業内容)

##### (1) 経営指導員による巡回訪問によるフォローアップ

事業計画策定後の事業所に対して、経営指導員が原則4半期に一度巡回訪問し、計画実施の進捗状況の確認と地域の経済動向や需要動向、経営分析結果をもとにアドバイスをすることで、目標達成まで定期的にフォローアップする。

##### (2) 新商品・新サービス開発、販路拡大・販売促進支援

新商品・新サービス開発については、業界に詳しい専門家の助言・指導を元に開発を進め、自社のみで対応できない場合には、他支援機関も含めた先進的な取組・技術の紹介、マッチングフェアでの連携など積極的に協力してもらえる関係者を増やすことで実現可能性を高める。新規顧客にむけての販路開拓や販売促進方法について経営指導員がアドバイスし、自社の商品・サービスが関係する展示会や商談会への出展を支援する。

### (3) 資金繰り・資金調達支援

事業計画の着実に実行していくにあたって、新たな取組には資金的に負担がかかるものが多く資金繰り状況については、細心の注意を払っていく必要がある。資金調達が必要な場合は、日本政策金融公庫の小規模事業者経営改善資金融資制度及び小規模事業者経営発達支援融資制度の利用をすすめる。また、大阪府融資制度である小規模企業サポート資金（地域支援ネットワーク型）を信用保証協会、地域金融機関チャレンジ応援資金（金融機関提案型）地域いきいきローンを北おおさか信用金庫と連携し利用をすすめる。

### (4) 事業計画の見直し

事業計画の進捗状況を確認した結果が思わしくない場合は、業務など実務レベルの課題を解決するように、計画内容の見直しや事業計画全体の再構築を行い、高度で専門的な課題の解決については、大阪府よろず支援拠点、ミラサポの専門家派遣制度等を活用して、中小企業診断士や税理士などの助言を受けて支援する。

### (5) 創業者・創業予定者・事業承継者に対する支援

創業者・創業予定者の事業計画策定後に計画のレベルが高いものはビジネスプランコンテスト等に積極的に推薦して、計画のブラッシュアップや事業連携・ネットワーク拡大につながることで実現可能性を高める。事業承継者についても第二創業として、異業種との交流会などに積極的に参加を促し、事業連携やネットワーク拡大によって事業遂行を支援する。

### (目標)

経営指導員の巡回訪問によるフォローアップの強化を軸にして、専門家の助けも得ながら事業計画で設定した目標を達成した事業所の増加を図る。また、事業計画遂行に必要である販路拡大・販売促進に関する講習会・セミナー、異業種交流会への参加をすすめることで、課題解決や事業者間連携、ネットワーク拡大につながり、金融機関や他支援機関と連携して創業者や事業承継者の参加も促すことで、地域全体の経営力向上と小規模事業者の持続的発展につなげていく。

支援内容	現状	H29年度	H30年度	H31年度	H32年度
フォローアップ件数	23	35	45	55	65

## 5. 需要動向調査に関すること【指針③】

小規模事業者が新商品や新サービスを開発し、販路開拓や販売促進をしていく為には、自社を取り巻く業界における顧客ニーズや市場動向を把握することが重要となっている。自社で取り扱っている商品やサービスに関するマーケティング情報を収集し、整理、分析して小規模事業者に提供する。

### (概要)

経営資源の乏しい小規模事業者にとって、自力での営業活動も限られており、少子高齢化社会やグローバル化など経営環境の変化による顧客ニーズや市場動向に対応していくことは非常に難しい。顧客ニーズや市場動向に沿った商品・サービスを開発するために、支援対象事業者個社

に着目した需要動向調査を実施する。小規模事業者の販売する商品やサービスに関する売れ筋情報や市場動向情報を収集、整理、分析を行う。支援対象事業者が出店する展示会・商談会など販路拡大をする際に提供し利用することで、顧客のニーズや新たな市場に対して積極的に提案・参入する事で成果につなげる。

## (事業内容)

### (1) 需要動向調査の実施

調査対象事業者がB to Cの場合は、どの分野で、いま何が売れているかを把握するために、マーケティング情報を日本経済新聞や日経流通新聞、ワールドビジネスサテライト、業界紙から「売れ筋商品」、「トレンド」「消費動向」「市場動向」「業界動向」等を情報収集する。日経テレコン21「商品POSデータ」、市場情報評価ナビMieNa「商圏分野別消費支出・購買力」を活用して情報収集する。さらに、展示商談会や即売会など販路開拓のイベント出展の際に来場者に対して共にニーズ調査の為にアンケートやヒアリングを行う。調査対象事業者がB to Bの場合は、展示会において来場者へのアンケートの実施やニーズのヒアリング、取引先のデータなどを事業者と共に情報収集する。

### (2) 調査する項目

#### ①調査対象事業者 (B to C)

商品の売上ランキング、売れ筋商品の推移、人気商品・サービス、業界トレンド、商品名、商品シェア、金額シェア、平均単価、売上繁忙期、顧客属性など業種別や商品別、顧客別に収集する。

#### ②調査対象事業者 (B to B)

価格、ロット、汎用、特注、材質、技術力、性能、品質、納期、保証、メンテナンス、設備能力など業種別、製品別、顧客別に収集する。

### (3) 分析を行う項目

#### ①調査対象事業者 (B to C)

新商品・新サービス開発をする際の顧客・市場分析、販路開拓・販売促進する際の業界動向や価格帯など市場動向、競争力強化や経営課題解決につながるトップ商品や売れ筋商品に関する情報分析など、自社の商品サービスに関する調査分析だけでなく、業種別や商品別、顧客別に分析する。

#### ②調査対象事業者 (B to B)

新商品・新サービス開発をする際の顧客ニーズの分析や販路開拓・販売促進する際の競合の対応状況の分析など、自社の商品サービスに関する調査分析だけでなく、業種別や製品別、顧客別に分析する。

### (4) 情報の整理・分析・結果の活用

収集した情報については、データベース構築による整理・蓄積・見える化をして、個社の分析に活用するとともに、共有して類似の支援対象事業者にも活用することで、小規模事業者の

需要を踏まえた新商品・新サービス開発や販路開拓、新分野への参入に効果的に取り組める。

#### (目標)

需要動向調査を小規模事業者と共に実施することで、顧客ニーズや市場動向に沿った商品開発や販路開拓の重要性を認識するとともに、自らが需要動向情報の収集に積極的に取り組むことで、新商品・新サービス開発や販路開拓・新分野への参入に利用することができ、競争力強化や経営課題解決につながる。需要を踏まえた実現性の高い事業計画の策定や実行支援の際に活用することで、経営の持続的発展につなげていく。

支援内容	現状	H29年度	H30年度	H31年度	H32年度
経営分析事業者数	40	75	80	85	90
需要動向調査分析件数(BtoC)	20	30	40	50	60
需要動向調査分析件数(BtoB)	5	8	10	13	15

### 6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること【指針④】

小規模事業者が顧客ニーズや市場動向に沿った商品・サービスを開発し、販路開拓・販売促進していくには、消費者や顧客、マスコミ、関係機関に新商品・新サービスの情報を広く発信していく必要がある。イベントや展示会、ビジネスマッチングフェア等への出展支援やITを活用した情報発信力の強化を支援し、商品・サービスを消費者や顧客に認知してもらうとともに、口コミを利用して、新たな需要開拓につなげる。

#### (概要)

地域の小規模事業者は、消費者や顧客との接点が限られており、顧客ニーズに沿った新商品・新サービス開発をしても、提供する市場が小さくなかなか採算がとれず、外部環境を理由にして既存商品・既存顧客が中心の守りの経営姿勢になっている事業者が少なくない。マーケティング 3.0の到来でいかに価値を提供するかが一番重要になっており、小規模事業者にとっては限られた経営資源を効率的に取り組む事が必要で、ITを活用した情報発信やイベントや商談会において、顧客との接点を増やし、商品・サービスの価値を消費者や顧客に提供することによって、新たな需要開拓となり、売上増加や利益確保につなげる。

#### (事業内容)

##### (1) 販路開拓支援 (BtoC)

小売・飲食・サービス業の小規模事業者は地域の顧客ニーズ合った販路開拓支援が主になっており、顧客との接点を増やすイベント出展機会の提供と知名度アップや口コミによる新規顧客獲得が目的である。商品や店主の魅力をいかに伝えるかのプロモーションが重要となってくるので、出店事業者には、出展目的・目標の設定、商品紹介、ディスプレイ方法、ターゲット顧客や市場の選定、来場者への対応・サービス、商談資料・ツール作成、スタッフ育成など効果的な出店を支援する。また、高度で専門的な知識が必要な支援については、大阪府よろず支援拠点、ミラサポの専門家派遣制度等を活用して、中小企業診断士や税理士などの助言・指導を元に支援する。

事業名	開催目的	支援対象（H28年度）	販売先
DON 井祭	摂津市内飲食店の活性化	市内飲食業の事業者（60社）	摂津市民および周辺市民（BtoC）
摂津まちゼミ	摂津市内小売店・飲食サービス店の活性化	市内小売業・飲食サービス業事業者（20社）	摂津市民および周辺市民（BtoC）
100円商店街	摂津市内商店街の活性化	市内7地域商店街に所在する事業者（79社）	摂津市民および周辺市民（BtoC）
アート de ごはん	摂津市内飲食店・小売店の活性化	市内飲食業・小売業事業者（16社）	摂津市周辺美術展来場者（BtoC）
チャレンジショップ	千里丘の商店街活性化 創業者のテストマーケティング	小売業を予定する創業者・創業予定者（7社）	千里丘周辺市民（BtoC）
せつつまるごとマーケット	摂津市民の子育てを応援するイベント	市内小売・飲食サービス業事業者（10社）	摂津市民および周辺市民（BtoC）
南千里丘クリスマスバル	阪急摂津市駅周辺の活性化イベント	市内飲食業事業者（3社）	摂津市民および周辺市民（BtoC）
北摂地チカラフェスタ	地域特産品のブランディング	北摂でロハスに関心が高い商品・サービス提供事業者（6社）	北摂を中心とした大阪や周辺地域住民（BtoC）
なわてふれあい商工まつり	四條畷の特産品及び府内商工会特産品販売	四條畷を中心に府内商工会会員事業者（2社）	主に四條畷市民（BtoC）
ニッポン全国物産展	全国の特産品を東京で展示販売	全国の商工会に所属する会員事業者（0社）	主に東京都民（BtoC）

## （2）販路開拓支援（BtoB）

工業の小規模事業者は独自の技術や製品を持っているが、限られた人材で経営しているため、情報発信や営業にあまり力をかけていくことは難しい。また、自社だけで最終製品まで一貫して生産する体制を持つところは少なく、横のネットワークも非常に重要である。そのため、展示会への出展は得意先との商談だけでなく出展者同士の交流による外注先の確保を目的とした商談も重要な目的となっている。そのため、出店事業者には、出展目的・目標の設定、商品サンプルの製作、商品紹介、ディスプレイ方法、ターゲット業界・顧客の選定、来場者への対応・サービス、商談資料・ツール作成、スタッフ育成など効果的な出展を支援する。また、高度で専門的な知識が必要な支援については、大阪府よろず支援拠点、ミラサポの専門家派遣制度等を活用して、中小企業診断士や税理士などの助言・指導を元に支援する。

事業名	開催目的	支援対象（H28年度）	販売先
摂津市ビジネスマッチングフェア	摂津市内事業者の連携促進が目的の交流会	市内製造業又は関連サービス業事業者（75社）	市内事業者（BtoB）
産々学ビジネスマッチングフェア	大阪市内、北大阪の主に製造業の展示会	大阪市内・北大阪の主に製造事業者（4社）	大阪市内・北大阪事業者（BtoB）
大阪勧業展	大阪府内の異業種展示会	大阪府内商工会・商工会議所に所属する会員事業者（6社）	大阪府内および周辺地域事業者（BtoB）

### (3) ITを活用した情報発信力の強化

IT活用経営促進支援事業のセミナー開催により、ITを活用した情報発信力の強化の必要性を認識してもらい、食ベログの無料店舗会員やSNS（Facebook、LINE、Twitter等）を活用した無料の情報発信、パソコン、スマートフォン・タブレットによる情報発信、製造業のHP活用促進することで、商品・サービスを消費者や顧客に認知してもらい、口コミを利用して、新たな需要開拓支援をする。

#### (目標)

イベントや商談会に出展することで、顧客や消費者との接点を増やすことができ、新規顧客獲得や商談件数の増加につながる。併せてITを活用していくことで小規模事業者の情報発信スキルを向上させることよって地域を超えた顧客も獲得することができる。創業者や創業予定者は出展がテストマーケティングや店舗運営スキル向上につながり具体的な開業に対するイメージができるようになる。またイベント等でメディアに取り上げられることで、地域で事業者の商品・サービスの知名度が上がり、地域全体の知名度向上にもつながる。

支援内容	現状	H29年度	H30年度	H31年度	H32年度
①イベント出展支援件数 (BtoC)	100	110	120	130	140
新規客獲得事業者数 (BtoC)	30	35	40	45	50
②展示会出店支援件数 (BtoB)	30	35	45	55	65
展示会商談件数 (BtoB)	15	20	25	30	35
③IT活用セミナー参加数	20	25	30	35	40

## II. 地域経済の活性化に資する取組

摂津市の特産品である「鳥飼なす」「銘木」を地域資源と捉えた販路開拓支援、事業者間交流促進と人材確保・育成支援による工業活性化事業、国立循環器病研究センターが移転する北大阪健康医療都市への市内製造業の高い技術力を活かした医療分野進出支援、商店街をコミュニティの再生に寄与している地域資源として捉えた商業活性化事業等を地域経済活性化を目的に、摂津市、摂津市鉄工会、摂津市商店連合会、北おおさか信用金庫、大阪彩都総合研究所と今後の地域方向性・目標の共有を図りながら、連携して取り組む。

### (事業内容)

#### (1) 特産品「鳥飼なす」「銘木」の販路開拓支援

ソフトボール大の丸い実をつける摂津市（鳥飼地区）特産のなすで、栽培する農家も少なく「まぼろしのなす」と呼ばれていて、大阪府の「なにわの伝統野菜認証制度」の認証を受けている。当会は「鳥飼なす」をワイン漬けなどに生産加工している事業者と地域事業者の連携による新商品（鳥飼なすを使った肉まんやチマキ）の開発支援および各種展示会やイベント出展支援、販路開拓支援を行っている。また、日本家屋に使われる欄間などの木材「銘木」の卸業者の大阪銘木協同組合は、最近では一般消費者向けの朝市や加工製品の製造販売などを行っていて、特産品を活かしたイベントでの販売促進支援や摂津市と連携して今後、摂津ブランドを検討し、市内事業者の優れた商品・サービスを発掘し販路開拓支援に取り組む。



#### (2) 事業者間交流促進と人材確保・育成支援による市内工業活性化

摂津市は大手企業が多数立地する中、下請け企業が多数存在しているが、大手企業の下請けで培った高い技術を持った金属加工やプラスチック加工のオンリーワン事業者が多く、摂津市や北おおさか信用金庫、大阪彩都総合研究所と連携して、ビジネスマッチングフェアを年1回開催し事業者間交流を促進することで、事業者間連携による新たな商品開発や技術開発による新市場参入など市内工業活性化と製造業団体の摂津市鉄工会との連携会議（年7回）で今後の方向性や目標を共有して、経営者・後継者育成など人材確保・育成支援にも取り組む。

#### (3) 北大阪健康医療都市（健都）への進出支援

吹田市と摂津市では、平成30年度に予定されている国立循環器病研究センターの吹田操車場跡地への移転建替を見すえた「健康・医療のまちづくり」を進めており、国循を中心とした国際級の医療クラスターの実現に向けて取り組んでいます。摂津市と連携して、大手企業受注依存からの脱下請けを目指し、市内製造業の高い技術力を活かした医療分野への進出支援を摂津市と今後の情報や方向性、目標など共有し連携して取り組む。

#### (4) 地域資源としての商店街振興による市内商業活性化

市内商店街は店主の高齢化や人材不足などで活性化への取組が難しく、コミュニティの再生に寄与する地域資源と捉え、摂津市と摂津市商店連合会と商店街振興の方向性を検討し、まちゼミや100円商店街、Don井祭などのイベント開催やチャレンジショップによる創業者の参入を促し、創業者と共に商店街活性化に連携して取り組む。



### Ⅲ. 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り組み

#### 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

小規模事業者の支援を効果的に実施するために、他の支援機関と連携して地域の経済動向調査や需要動向調査の分析結果を共有し、支援ノウハウ等の情報交換を行うことは、地域性や業界特性の影響が大きい小規模事業者の情報収集・分析・支援に大変役立つ。金融機関や大阪府の金融情報ネットワーク、北摂地域中小企業支援プラットフォーム、大阪府内創業支援ネットワークと連携を強化して情報収集・支援能力の向上を図る。

##### (概要)

小規模事業者の支援を効果的に実施するためには、他の支援機関との連携が不可欠である。現状は日本政策金融公庫との情報交換会（年2回）が開催されており、他金融機関とは定期的開催されていない。他の金融機関や支援機関と連携することによって、支援機関が有している独自の情報や支援ノウハウを情報交換することで、地域全体の支援機関の情報収集・支援能力向上につながり、小規模事業者に効果的な支援ができる。

##### (情報交換する支援機関)

##### (1) 日本政策金融公庫

小規模事業者経営改善貸付制度などを通じて小規模事業者支援に対して常時担当者と緊密に資金需要や金融支援ノウハウについて情報交換している。年2回の吹田支店管内の連絡協議会開催や年1回摂津市商工会金融税務委員会と日本政策金融公庫の意見交換会も実施し、タイムリーな市場動向や取組支援ノウハウなど、地域だけでなく、全国的な取り組み事例や支援ノウハウについても豊富な支援実績を元に情報収集できる。

##### (2) 北おおさか信用金庫

大阪府の金融情報ネットワークである北摂地域の地域支援ネットワークを取りまとめており、小規模事業者向け融資「地域いきいきローン」、創業者向け融資「始めくん」を連携して実施している。会議の定期開催はないが、融資は年10件ほどあり担当者と緊密に情報交換をして、資金需要に基づく資金効果の高い支援ノウハウや取組事例を参考にしていく。

##### (3) 北摂地域中小企業支援プラットフォーム

大阪府北摂地域の商工会・商工会議所・地域金融機関で構成する地域プラットフォームで年2～3回地域におけるミラサポでの専門家派遣による小規模事業者支援事例から現状と課題を情報共有することで、支援ノウハウの共有化を行っている。

##### (4) 大阪府内創業支援機関ネットワーク（年3回会議開催）

大阪府内の創業支援機関すべてが対象で、公的機関だけでなく民間支援機関、金融機関、大学、インキュベーターなどで構成、先進的取組事例や地域需要型、グローバル型事業など幅広い創業者支援の情報や支援ノウハウの共有ができる。ビジネスプランコンテストに創業計画を推薦することで、ブラッシュアップやネットワーク拡大、支援機関の能力向上になる。

## 2. 経営指導員等の資質向上等に関すること

厳しい経営環境の小規模事業者が事業を継続するのは非常に大変なことであり、支援する経営指導員も自らの支援能力を高める努力が不可欠であり、支援能力向上を目指した研修会参加による知識習得だけでは支援は難しく、積極的に小規模事業者支援に関する情報収集を行い、現場での実際の事業者支援から学ぶ事は非常に多い。その分析結果や支援ノウハウをデータベース化し、整理・蓄積・見える化することで、職員間の情報共有が図れる。また、目標共有伴走経営支援プログラムの導入・運用していくにあたり、小規模事業者の業種別経営支援マニュアルを作成することで、地域性・業種特性の強い小規模事業者を効果的に支援することができ、ベテランから若手までさまざまな視点で更新することで、より実践の場で役立つ。

### (現状と課題)

現状は大阪府商工会連合会や中小機構が開催する研修会へ職員が参加しているが、年間受講時間はそれほど長くはなく、体系的な知識取得には至っていない。また職員の経験年数や担当業務によって支援スキルにバラツキがあり、ベテラン職員から若手職員への支援ノウハウを承継するのに非常に時間がかかっている。

### (事業内容)

#### (1) 外部研修会の積極的活用

大阪府商工会連合会だけではなく、中小企業大学校やWEB研修を活用して、計画的に体系的な知識習得につなげる。

#### (2) OJTによる資質向上

事業計画策定、マーケティング、経営革新、金融支援等に若手職員が専門家やベテラン職員と一緒に巡回訪問や支援に取り組むことで専門的な支援ノウハウの取得することができ、能力向上につながる。

#### (3) 支援ノウハウ共有の為の経営支援マニュアル作成

巡回時の現場での学びを職員間で共有する仕組みとして、経営支援マニュアルを業種別に作成して、職員研修開催時にマニュアルを随時アップデートすることで、すべての職員が支援に携われるようにしていく。

#### (4) 経営支援ノウハウ共有の為の職員研修の実施

職員研修を月1回以上開催することで、最新の経済動向や需要動向調査を元にした小規模事業者の分析結果や各担当者が持っているデータベース化していない情報について情報交換を行い、経営支援マニュアルに記載されていない情報や支援ノウハウについて共有する。

### (共有する内容)

経済動向調査結果、経営状況分析結果、需要動向調査結果、需要動向分析結果、支援ノウハウ、研修会での知識など

(目標)

事業内容	現状	H29年度	H30年度	H31年度	H32年度
① 外部研修会参加回数	48	55	60	65	70
② OJTによる資質向上	100	120	140	160	180
③ 経営支援マニュアル更新回数	4	12	18	24	24
④ 経営支援職員研修開催回数	4	12	18	24	24

### 3. 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

小規模事業者の効果的な支援をどれだけ実施しているかP D C Aサイクルを構築し、本計画の実施事業に対して毎年度、以下の方法により事業の成果を評価・見直しする。

- (1) 中小企業診断士等の外部有識者により、年1回事業の実施状況、成果について評価・見直しをしてもらう。
- (2) 見直し案をもとに、経営発達支援会議において、評価・見直しについてまとめる。
- (3) 事業の成果・評価・見直しの結果については、理事会へ報告し承認を受ける。
- (4) 事業の成果・評価・見直しの結果をホームページに掲載して、小規模事業者が常に関連できるように計画期間中公表する。

(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

(平成28年11月現在)

(1) 組織体制

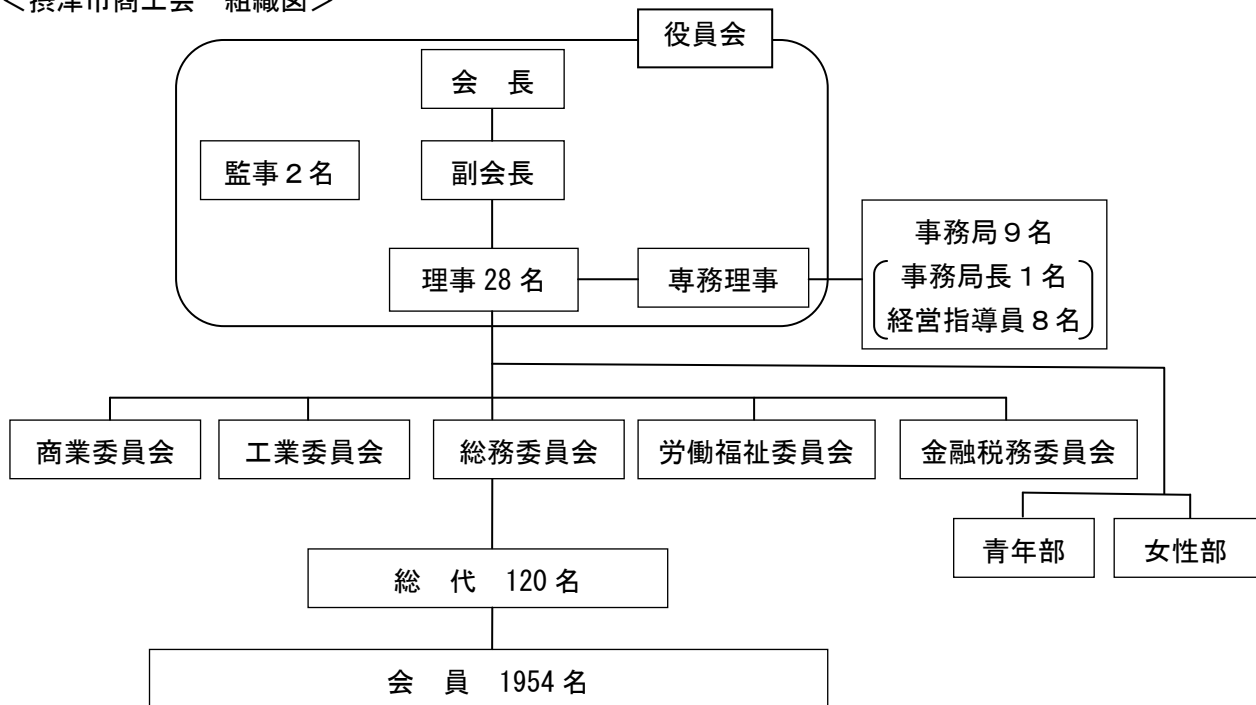
当商工会の職員総数は9名であり、経営発達支援計画における事業実施については職員全員で実施する。経営発達支援会議は会長、副会長、専務理事、総務委員長、商業委員長、工業委員長、労働福祉委員長、金融税務委員長、事務局長、事務局次長、経営指導員1名の計11名で構成される。

摂津市商工会 総会員数 1,954名

<役員> 会長1名、副会長1名、専務理事1名、理事28名、監事2名

<職員> 事務局長1名、経営指導員8名

<摂津市商工会 組織図>



(2) 連絡先

摂津市商工会

〒566-0021 大阪府摂津市南千里丘 4-35 3階

TEL 06-6318-2800 FAX 06-6318-2555

URL <http://settsu-sci.jp>

E-mail [info@settsu-sci.jp](mailto:info@settsu-sci.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)

	29年度 (29年4月以降)	30年度	31年度	32年度
必要な資金の額	10,000	10,000	10,000	10,000
調査事業費	2,000	2,000	2,000	2,000
分析・計画策定事業費	1,000	1,000	1,000	1,000
支援事業実施費	4,000	4,000	4,000	4,000
創業支援事業費	1,000	1,000	1,000	1,000
販路開拓支援事業費	2,000	2,000	2,000	2,000

(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
会費、手数料、国補助金、大阪府補助金、摂津市補助金、参加者負担金

(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)

商工会及び商工会議所以外の者と連携して経営発達支援事業を実施する場合の連携に関する事項

連携する内容				
<p>1. 【地域経済動向調査】 摂津市、北おおさか信用金庫と連携し、地域の経済動向や世帯の消費動向について情報共有等を行う。</p> <p>2. 【事業計画策定支援】 摂津市、大阪府よろず支援拠点、ミラサポを活用し、事業計画の策定及び、支援ノウハウに関する情報の共有等を行う。</p> <p>3. 【事業計画策定後の支援】 摂津市、北おおさか信用金庫、大阪府よろず支援拠点、ミラサポ、日本政策金融公庫吹田支店、大阪信用保証協会と連携し、資金調達支援及び支援に関する情報共有等とフォローアップを行う。</p> <p>4. 【地域の活性化に資する取組】 摂津市、北おおさか信用金庫、大阪彩都総合研究所と連携し、情報共有するとともに、地域の商工業活性化に向けて共に支援を行う。</p>				
連携者及びその役割				
連携事業番号	連携者名	住所	代表者名	役割
1、2、3、4	摂津市	摂津市三島 1-1-1	市長 森山 一正	地域経済動向、事業計画策定、事業計画策定後、地域活性化取組支援
1、3、4	北おおさか信用金庫	茨木市西駅前町 9-32	理事長 若槻 勲	地域経済動向、事業計画策定後支援、地域活性化取組支援
2、3	大阪府よろず支援拠点	大阪市中央区本町橋 2-5		事業計画策定、事業計画策定後支援
3	(株)日本政策金融公庫吹田支店	吹田市朝日町 27-14	支店長 益原 浩一	事業計画策定後支援
3	大阪信用保証協会	大阪市北区梅田 3-3-20	理事長 矢富 直	事業計画策定後支援
4	(株)大阪彩都総合研究所	茨木市西駅前町 14-19 茨木第二ビル 2階	代表取締役社長 松浦 宏	地域活性化取組支援

連携体制図等

