

経営発達支援計画の概要

<p>実施者名 (法人番号)</p>	<p>豊中商工会議所(法人番号:9120905004034)</p>
<p>実施期間</p>	<p>平成28年4月1日～平成31年3月31日</p>
<p>目標</p>	<p>地域経済の構造変化が加速するなかでも、新たな需要にきめ細かく対応できる「稼ぐ力」の徹底強化を目指す。さらに、小規模事業者の「事業の持続的発展」に向けて、自ら「気づき」「考え」「行動」できる「自立力」の徹底強化を目指す。また、様々な地域資源を活用した新たなビジネスモデルが、地域ニーズの変化を敏感に捉えて継続的に創出されることにより、地域経済が持続的に発展することを目標とする。さらに、多様な専門支援機関や専門家との連携の拡充を図るとともに、経営指導員等の個社支援に向けた資質向上に取り組み、伴走型による支援力の徹底強化を目指す。</p>
<p>事業内容</p>	<p>・経営発達支援事業の内容</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 地域の経済動向調査に関すること 「商工会議所L O B O調査(早期景気観測)」および「中小企業景況調査」、さらに行政・金融機関等による各種調査から収集した経済動向に関する情報を整理し、専門家とも連携して小規模事業者がチャレンジする新たな販路開拓、新商品(役務)の開発、新規分野への参入等に向けた課題に応じて分析し、小規模事業者に対して丁寧に解説して提供するとともに、分析結果を自ら活用して経営戦略を再構築できるよう、伴走型の支援に取り組む。 2. 経営状況の分析に関すること 小規模事業者の詳細な経営状況の把握に努め、「強み」「弱み」を的確に掌握し、小規模事業者に対して経営状況を丁寧に解説するとともに、分析結果を自ら活用して経営戦略を再構築できるよう、伴走型の支援に取り組む。 3. 事業計画策定支援に関すること 「おおさか地域創造ファンド豊能地域支援事業」による地域活性化に向けた助成対象事業としての採択を目指した応募事業計画の策定を支援することで、地域内における小規模事業者の持続的発展に向けた事業計画づくりの浸透に取り組む。 4. 事業計画策定後の実施支援に関すること 「おおさか地域創造ファンド豊能地域支援事業」による助成対象事業として採択された事業が計画どおり推進できるよう、販路開拓に重点を置いて実践的にサポートし、具体的な成果が出るまで伴走型によるキメ細かな支援に取り組む。 5. 需要動向調査に関すること 小規模事業者がチャレンジする新たな販路開拓、新商品(役務)の開発、新分野参入等に向けた課題に応じて、需要動向に関する情報を収集、整理、分析して提供することにより、事業計画策定等の基礎情報として活用の浸透に取り組む。 6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること ホームページやSNS等のITを積極的に活用して、EC戦略、プロモーション戦略、ブランディング戦略等の再構築を支援することにより、新たな需要の開拓から売上の向上に直結する実践的なプロジェクトの推進に取り組む。 <p>・地域経済の活性化に資する取組 「豊能地域活性化推進協議会」の構成機関とも連携して、広域における地域活性化事業を推進することにより、地域の魅力の特性を踏まえた観光振興等を含む地域のブランド化、にぎわい創出等による地域経済の活性化に取り組む。</p>
<p>連絡先</p>	<p>豊中商工会議所 中小企業相談所 所在地：〒561-0884 大阪府豊中市岡町北1丁目1番2号 電話番号：06-6845-8001 F a x：06-6857-0474 E - m a i l：toyo-cci@ooaana.or.jp U R L：http://www.ooaana.or.jp/</p>

(別表1)

経営発達支援計画

経営発達支援事業の目標

(現状と課題)

(1) 豊中市の現況

豊中市は、大阪市の北部に隣接する衛星都市として人口 39.7 万人（平成 27 年 9 月 1 日現在）を数え、昭和 11 年の市制施行以来、良好な住宅都市・教育文化都市として発展を続けてきたところで、平成 24 年 4 月には中核都市へと移行した。

また、平成 24 年度経済センサス基礎調査結果によると、事業所の集積では大阪府内で 4 番目(13,587 社)に数えられる都市でもある。

市城南西部には、製造業が集中しており、特に金属製品製造業、生産用機械器具製造業、電気機械器具製造業、業務用機械器具製造業、輸送用機械器具製造業といった機械金属製造業が集積していることに特徴がある。

市域北部の千里中央には、大企業の本社・支店が集積しており、特にバイオ・情報通信関連の事業所が多い。それは空港、新幹線、高速道路、大阪都心部への利便性の高さが要因と考えられる。

市域西部の豊中駅前には、本市学習塾の 14.1%が集積しており、マンションの増加を背景としてか、他には緑地公園駅周辺の寺内、市内北東部でも学習塾が増加している。

市域北部の住宅地には、ロマンチック街道周辺に高質な店舗集積が見られ、特にモノレール少路駅開業を契機にハイセンスと評価される店舗の再集積が進んだ。背景としては、イメージを形成する地域の取り組みはもちろんであるが、同駅の開業と周辺でのマンション増加が要因と考えられる。

(2) 域内小規模事業者の現状と課題

市内事業所の約 70%(9,446 社)を小規模事業者が占め、その内訳は卸売業 5%、小売業 30%、サービス業 25%、製造業・その他 40%と、地場産業が存在しないこともあって偏りの少ない産業構造を示しており、全体の 9 割強(12,361 社)を従業員 20 人以下の事業所が占めている中小零細事業所が集積した地域となっている。

こうした背景のもとで、景気低迷が長引くなか、域内の多くの小規模事業者においては、高齢化が進む経営者のマインドに大きく依存する形で、なんとか事業の維持・存続が保たれているのが実情であるが、やむなく廃業に至るケースも目立ち始めている。

一方、めまぐるしい環境変化に適応しながら成長をめざすため、自社の優れた技術やサービス、また地域に存在する様々な資源を活用し、異分野連携にも果敢に挑戦して、新たな事業を創出することで一步前へ出ようとする強い意欲と、高い潜在力を持ったチャレンジ意欲旺盛な小規模事業者も一定存在している。

しかしながら、全国的な小規模事業者の課題傾向と同様に、域内のチャレンジ意欲旺盛な小規模事業者においても、構造変化が加速する地域経済のなか、将来の成長に向けた経営戦略の再構築を進めていくうえで、新たな需要にきめ細かく対応できる「稼ぐ力」と、「事業の持続的発展」に向けて自ら「気づき」「考え」「行動」できる「自立力」の強化が喫緊の課題となっている。

(3) 豊中商工会議所における小規模事業者支援の取組みの現状と課題

本商議所では、7名の経営指導員を配置し、相談事業や経営改善のための各種講習会や交流会、地域活性化のためのイベントを実施するとともに、農商工連携の促進、クラウドファンディングの活用促進、インバウンド対策に向けた外国人留学生人材の活用促進、ダイバーシティ経営の促進など、独自の経営改善普及事業として自ら企画・運営し、意欲的に取り組んできた。

しかしながら、消費者ニーズの多様化、市場競争の激化、国内需要の減少、地域経済の疲弊、成長産業の変化、大企業の海外進出、IT化の加速、グローバル化の進展、経営者の高齢化、人口減少・少子高齢化など、小規模事業者を取り巻く経済が大きな構造的変化に直面する中で、従来どおりの記帳、税務、金融指導等といった「後方支援」および、様々な経営ツールを活用した「戦術」の強化支援に取り組むだけでは、域内のチャレンジ意欲旺盛な小規模事業者における「事業の持続的発展」に向けた具体的な支援成果が、十分に発揮されていない現状に直面している。

つまり、経済の構造的変化に対応した「新たな経営戦略の再構築」と、再構築した戦略を実現するための「需要を見据えた事業計画の立案から実践」まで踏み込んだ支援ニーズの高まりを受け、「経営の発達」に向けて小規模事業者と「一体的に伴走型で支援」するための支援力強化が課題となっている。

(4) 中長期的な振興のあり方

中長期的には、地域で雇用を支え、新たな需要にきめ細かく対応できる「稼ぐ力」と「自立力」を有する小規模事業者の輩出に取り組む、域内の小規模事業者における経営の発達を通じて、地域経済の持続的な活性化を推進する。

また、小規模事業者を地域ぐるみで面的に支援できる体制の構築に向けて、各種専門家や他の支援機関等との連携を一層拡充し、ますます多様化し、高度化していく支援ニーズに的確に対応できるよう、「稼ぐ力」と「自立力」を支える伴走型による支援力の強化を推進する。

(5) 経営発達支援事業の目標

前述の中長期的な振興のあり方を踏まえ、地域経済の構造変化が加速するなかでも、新たな需要にきめ細かく対応できる「稼ぐ力」の徹底強化を目指す。

さらに、小規模事業者の「事業の持続的発展」に向けて、自ら「気づき」「考え」「行動」できる「自立力」の徹底強化を目指す。

また、「稼ぐ力」と「自立力」が徹底強化された小規模事業者から、様々な地域資源を活用した新たなビジネスモデルが、地域ニーズの変化を敏感に捉えて継続的に創出されることにより、地域経済が持続的に発展することを目標とする。

さらに、多様な専門支援機関や専門家との連携の拡充を図るとともに、経営指導員等の個社支援に向けた資質向上に取り組む、伴走型による支援力の徹底強化を目指す。

(6) 目標の達成に向けた取組み方針

域内の小規模事業者の現状と課題および、当商議所の取組みの現状と課題を踏まえ、次の方針を掲げて経営発達支援事業の目標達成に取り組む。

①小規模事業者の販売する商品又は提供する役務の内容、保有する技術又はノウハウ、従業員等の経営資源、財務の内容などの詳細な経営の状況把握に努め、小規模事業者と一緒に「強み」「弱み」を的確に掌握するための経営状況の分析に取り組む。

②各種調査を活用した地域の経済動向に関する情報の収集、整理、分析および提供に努めるとともに、小規模事業者の販売する商品又は提供する役務に関する需要動向の把握にも努め、小規模事業者と一緒に潜在的な顧客の探索に取り組む。

③地域の経済動向を踏まえ、経営状況の分析結果に基づいた経営戦略の再構築から、売上げにつながる需要を見据えた事業計画の策定および、当該事業計画の効果的な実践に向けて、小規模事業者と一体的に伴走型の指導・助言およびフォローアップ支援に取り組む。

④新たな販路の探索を目指し、各種メディア媒体へのプレスリリースや、商談会、展示会、即売会等への出展、さらにはホームページやソーシャルメディア等における需要の開拓に寄与する新たな「戦術」の効果的な活用に向けて、小規模事業者と一緒に頑張って取り組む。

⑤再構築した経営戦略に基づき、需要を見据えて策定した事業計画の推進に向け、具体的に実践した各種「戦術」の成果および課題を発表して意見交換できる「場」づくりに取り組み、自ら「気づき」「考え」「行動」できる「自立力」の徹底強化に向けて、自律的な PDCA サイクル運営を体得しながら、小規模事業者同士が切磋琢磨できるコミュニティの創出に取り組む。

⑥経営指導員等が、多様な専門支援機関や実践的な支援力を有する専門家と積極的に連携しながら、小規模事業者と一体的に伴走型による支援に取り組むことで、実践的な個社支援力の強化に向けた専門的な支援ノウハウの構築を図る。

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28年4月1日～平成31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】

(目標)

当商議所においても地域の企業に対して景況調査を実施するとともに、行政や金融機関等による調査も活用し、地域の経済動向に関する情報を収集・整理・分析して積極的に提供することにより、小規模事業者の経営戦略の再構築および事業計画策定、さらには地域活性化事業の企画立案における基礎情報等として有効活用を目指す。

(現状と課題)

従来から、個々の経営指導員等が地域の景況等を調査することにより、小規模事業者を取り巻く経営環境の変化やその影響、業種や規模別の経営実態、さらに潜在的な支援ニーズ等の把握に取り組んできた。

しかしながら、組織的に取り組めていない現状から、収集した地域の経済動向に関する情報の整理・分析から、小規模事業者への情報提供および活用手法の指導が十分に実施できていない。

こうした現状から、各種調査を活用して収集された地域の経済動向に関する情報が、小規模事業者の経営戦略の再構築および、事業計画の策定における基礎情報として、しっかり活用されていないことが課題となっている。

(今後の取り組みと期待できる効果)

今後は、新たに行政や地域の金融機関等による経済動向に関する調査レポートも含めて、最新情報の収集・整理・分析・情報共有に組織的に取り組む。

さらに、経営指導員が経営相談の際に、地域の経済動向に関する情報の分析結果を具体的に紹介することで、小規模事業者への周知を図るとともに、活用手法を丁寧に解説して、経営戦略のブラッシュアップに活用することを奨励し、経営状況の分析や事業計画を策定する際の基礎情報として、小規模事業者が自ら活用できるよう伴走型支援に取り組む。

また、新たに会報誌やホームページ、facebook ページ、メールマガジン等にも収集した地域の経済動向に関する情報を積極的に掲載し、広く小規模事業者への情報提供に取り組むことで、調査結果を小規模事業者が経営戦略等を立案する際の参考にしてもらうことができ、その後の需要を見据えた事業計画策定や、実効性の高い販路開拓を行うことが可能になる。

(事業内容)

①「商工会議所L O B O調査（早期景気観測）」を活用した地域の経済動向に関する情報の収集、整理、分析および提供について

【情報収集する方法】

当商議所職員（経営指導員を含む）が、調査対象企業に対して直接ヒアリング等により毎月調査を実施する。

収集した調査データは、日本商工会議所において全国422商工会議所が収集した約3,000社のデータと共に整理、分析され、調査結果として逐次フィードバックされる。

【情報収集・整理・分析する項目】

業種（建設業、製造業、卸売業、小売業、サービス業）、当月の業況、売上高、採算、資金繰り、仕入単価、従業員の状況および、自社が直面している経営上の問題等。

【情報の提供および活用】

経営指導員が経営相談の際に、調査によって得られた地域の経済動向に関する情報を具体的に紹介するとともに、会報誌（毎月発行約3,400部）に加えて、ホームページ（逐次更新）、facebook ページ（逐次更新・いいね登録約900件）、メールマガジン（隔週発行・約3,800件）等を活用した情報の発信にも取り組み、広く小規模事業者への情報提供を図る。

【数値目標】

内 容	現 状	平成 28 年度	平成 29 年度	平成 30 年度
延べ調査対象企業数（社）	60	60	60	60
調査回数（回）	12	12	12	12
情報提供先事業所数（社）	1,100	1,130	1,160	1,200

②「中小企業景況調査」を活用した地域の経済動向に関する情報の収集、整理、分析及び提供について

【情報収集する方法】

当商議所職員（経営指導員を含む）が、調査対象企業への訪問面接等による聴き取りによって四半期毎に調査する。

収集した調査データは、独立行政法人中小企業基盤整備機構において全国の商工会、商工会議所の経営指導員、及び中小企業団体中央会の調査員が収集した中小企業約19,000社（小規模企業は約8割）のデータと共に整理、分析され、調査結果として逐次フィードバックされる。

【情報収集・整理・分析する項目】

業 種	前年同期と比べた今期の状況、前期と比べた今期の状況、前年同期と比べた来期の見通し、今期の水準に関する比較項目	共通項目
製造業	売上額、売上単価、売上数量、資金繰り、輸出額、原材料仕入単	今期および来

	価、原材料在庫数量、製品在庫数量、採算、従業員、外部人材、設備稼働率、引き合い、受注残、業況、受取手形期間、長期資金借入難度、短期資金借入難度、借入金利	期の新規設備投資の実施(計画)内容。 今期直面している経営上の問題点。
小売業	売上額、客単価、客数、資金繰り、商品仕入単価、商品仕入額、商品在庫数量、採算、従業員、外部人材、業況、長期資金借入難度、短期資金借入難度、借入金利	
建設業	完成工事額、資金繰り、受注額、材料仕入単価、採算、従業員、外部人材、引き合い、契約残、業況、受取手形期間、長期資金借入難度、短期資金借入難度、借入金利	
サービス業	売上額、客単価、利用客数、資金繰り、仕入単価、採算、従業員、外部人材、業況、長期資金借入難度、短期資金借入難度、借入金利	

【情報の提供および活用】

新たな取り組みとして、経営指導員が経営相談の際に、調査によって得られた地域の経済動向に関する情報を具体的に紹介するとともに、会報誌（毎月発行約 3,400 部）に加えて、ホームページ（逐次更新）、facebook ページ（逐次更新・いいね登録約 900 件）、メールマガジン（隔週発行・約 3,800 件）等を活用した情報の発信にも取り組み、広く小規模事業者への情報提供を図る。

【数値目標】

内 容	現 状	平成 28 年度	平成 29 年度	平成 30 年度
延べ調査対象企業数（社）	120	120	120	120
調査回数（回）	4	4	4	4
情報提供先事業所数（社）	未実施	1,130	1,160	1,200

③「行政・金融機関等による各種調査」を活用した地域の経済動向に関する情報の収集、整理、分析及び提供について

【情報収集する方法】

新たな取り組みとして、大阪府商工労働部（大阪産業経済リサーチセンター）による「経済動向調査（四半期）」「大阪経済の情勢（月次）」「主要経済指標（月次）」「景気動向指数（月次）」「大阪府景気観測調査（四半期）」「業種別景気動向調査（四半期）」および、日本政策金融公庫による「全国小企業月次動向調査（月次）」、池田泉州銀行による「地域経済と産業動向レポート（月次）」、北おおさか信用金庫による「景況レポート（四半期）」等からも地域の経済動向に関する情報を収集し、経営支援会議等の機会を活用して経営指導員における情報共有を図る。

【情報収集・整理・分析する項目】

①「商工会議所 L O B O 調査（早期景気観測）」および②「中小企業景況調査」による調査項目と比較して収集した情報を整理し、専門家とも連携して小規模事業者がチャレンジする新たな販路開拓、新商品（役務）の開発、新規分野への参入等に向けた課題に応じて必要な項目を重点的に分析する。

【情報の提供および活用】

整理・分析した情報は、経営戦略の再構築や需要を見据えた事業計画を策定する際の基礎情報として、経営相談等を通じて丁寧に解説して提供する。

さらに、活用手法についても丁寧に解説し、小規模事業者が自ら活用できるよう伴走型支援に取り組む。

【数値目標】

内 容	現 状	平成 28 年度	平成 29 年度	平成 30 年度
情報提供先事業所数（社）	未実施	20	25	30

2. 経営状況の分析に関すること【指針①】

小規模事業者の販売する商品又は提供する役務の内容、保有する技術又はノウハウ、従業員等の経営資源の内容、財務の内容その他の詳細な状況把握に努め、「強み」「弱み」を的確に掌握し、小規模事業者に対して経営状況を丁寧に解説するとともに、自ら活用して経営戦略を再構築できるよう伴走型の支援に取り組む。

（現状と課題）

現状では、経営相談等において経営状況の分析が必ずしも詳細に行われていないことから、小規模事業者への分析結果情報の提供および解説が不十分であり、小規模事業者が自らの経営状況を正確に把握したうえで、事業計画の策定における基礎情報として自ら活用するまでには至っていない。このため、その後に策定する事業計画における実効性について課題が見受けられる。

（今後の取り組みと期待できる効果）

今後は、経営指導員による経営相談を通じて、財務面における安全性・収益性・生産性、内部要因・外部要因（SWOT分析）等について、専門家とも連携しながら分析するとともに、正確な経営状況の把握に取り組む。

さらに、小規模事業者に対して分析結果を、自社の経営状況や「強み」の理解が深まるよう丁寧に解説するとともに、基礎情報として事業計画策定に活用する手法を具体的に指導し、小規模事業者が自ら活用できるよう伴走型支援に取り組む。

こうした取り組みにより、自社の経営状況や経営課題を十分に理解したうえで、「強み」を活かした新たな事業展開を行う小規模事業者が増えることが期待できるとともに、実効性の高い事業計画の策定が可能となる。

（事業内容）

①経営指導員による経営状況の分析および課題の把握と活用

(ア)経営指導員（7名）が、経営相談の中で経営者へのヒアリングや実地調査、財務諸表などの関係資料をもとに、小規模事業者の経営状況の把握・分析等を行う。

(イ)会社パンフレット、財務諸表、商品カタログ、HP、各種調査データ、商品（現物）やサービス・技術（現場）などから、会社概要（資本金・従業員・業種、売上高・利益

額の経年比較)、財務状況(借入金額・返済状況等)、商品概要(価格・特徴・提供方法等)、商品別売上高、取引先別売上高、取引金融機関、立地環境、競合状況などを把握する。

(ウ)SWOT 分析や財務分析等の経営分析、キャッシュフロー計算書や資金繰り表の作成などを通じて、企業の「強み」と「弱み」、「機会」と「脅威」、商品・サービス、保有技術の「特色」・「強み」、企業体質(収益性や安全性)、資金繰り状況などを分析する。

(エ)分析結果は経営相談において事業計画の策定支援をする際の基礎情報として活用する。また、小規模事業者に自社の状況や「強み」等を認識させるとともに、その後の経営計画の策定のための基礎情報として活用する手法についても具体的に指導することで、「強み」を活かした事業展開への取り組みにつなげる。

②専門相談による経営状況の分析および課題の把握と活用

創業・第二創業および、新規事業への取り組みや経営革新などを目指す小規模事業者に対し、専門相談員(中小企業診断士4名)が経営状況の分析を行う。専門家はヒアリングや財務諸表などから相談者の経営状況を分析し、その結果をわかりやすく伝えるとともに、その後の経営計画の策定のための基礎情報として活用する手法についても具体的に指導する。

なお、継続的なフォローアップに向けて、当商議所の経営指導員とも連携して、経営状況の把握、分析および解説・提供に取り組む。

(目標)

経営状況の分析を経営相談の導入部で徹底して実施するとともに、小規模事業者における分析結果の理解の向上を目指す。数値目標は以下のとおり。

【数値目標】

内 容	現 状	平成 28 年度	平成 29 年度	平成 30 年度
経営指導員による経営状況分析事業所数(社)	170	180	190	200
専門相談による経営状況分析数(件)	200	210	220	230

3. 事業計画策定支援に関すること【指針②】

①事業の目的

前掲『1. 地域の経済動向調査に関すること』、『2. 経営状況の分析に関すること』および後掲『5. 需要動向調査に関すること』とも連動することにより、地域の経済動向に関する情報等を踏まえ、経営状況および需要動向等を詳細に把握したうえで、地域資源を活用した新規事業に向けて果敢にチャレンジする小規模事業者の発掘に取り組

み、「おおさか地域創造ファンド豊能地域支援事業」による地域活性化に向けた助成対象事業としての採択を目指した応募事業計画の策定を支援することで、地域内における小規模事業者の持続的発展に向けた事業計画づくりの浸透を推進する。

(注釈)

「おおさか地域創造ファンド」の概要

活力とにぎわいあふれる地域づくりを目指して、大阪府を中心に公民連携による基金「おおさか地域創造ファンド」を設置し、技術や人材、歴史、伝統など地域の資源を活かした、地域が主体となった新しい事業を創出し、産業振興をはじめ地域の活性化につなげる取り組み。

平成 19 年 9 月、大阪産業振興機構に 200 億円の基金を組成。この運用益をもって 10 年間、地域の資源を活用した新しい事業にチャレンジする中小企業等に対して助成金を交付するなど、その事業化を支援している。(参考：http://www.mydome.jp/aopf/pdf/aopf_summary.pdf)

②支援する対象

「おおさか地域創造ファンド豊能地域支援事業」による助成対象事業としての採択を目指している応募予定者を主な支援対象とする。

③支援内容・目標

(ア)「ファンド チャレンジ キックオフ セミナー (仮)」(2 月頃開催予定)

応募者発掘を目的に、過去の採択事業者自身が事業計画の立案・採択から実践までのプロセスを語る事例発表と、助成事業の制度説明を兼ねたキックオフセミナーを実施。

チャレンジ意欲の高い参加者を「応募申請書(事業計画)作成講座」へ誘導するとともに、精度の高い事業計画の立案に向けたハンズオン支援に繋げることを目指す。

(イ)「応募申請書(事業計画)作成講座」(4・2 月開催予定)

キックオフセミナーの参加者を中心とする応募を目指す事業者を対象にして、事業計画の作成に向けた少人数制によるワークショップ型講座を、地域別もしくは応募事業タイプ別に複数回開催する予定。

また、講座修了者を対象に、事業計画のブラッシュアップに向けたハンズオン支援につなげ、持続的発展に向けた事業計画の精度向上を目指す。

(ウ)「商品開発ゼミナール」(8~12 月開催予定)

地域の小規模事業者において、比較的ノウハウが乏しいと考えられる商品開発に向けた計画の立案支援に取り組む。

具体的には、小規模事業者による商品開発およびマーケティング支援に実績のある専門家を講師に招聘し、ファンド応募を目指す小規模事業者等を対象に、商品開発プロセスおよびマーケティング戦略の立案手法について、具体的な事例研究を交えながら参加型のワークやディスカッションを含めた全 3 回シリーズの少人数制によるゼミナールを開催し、精度の高い商品開発計画の立案支援を目指す。

(目標)

(単位：社)

応募予定者等への支援内容	現 状	平成 28 年度	平成 29 年度	平成 30 年度
--------------	-----	----------	----------	----------

(ア) キックオフセミナー	35	0	0	0
(イ) 応募申請書作成講座	25	15	0	0
(ウ) 商品開発ゼミナール	10	15	0	0

※当ファンドの公募は平成28年度まで、当該助成期間は平成29年9月末までの予定。

4. 事業計画策定後の実施支援に関すること【指針②】

①事業の目的

「おおさか地域創造ファンド豊能地域支援事業」による助成対象事業として採択された事業が計画どおり推進できるよう、販路開拓に重点を置いて実践的にサポートし、後掲『6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること』とも連動して、具体的な成果が出るまで伴走型によるキメ細かな支援に取り組む。

②支援する対象

「おおさか地域創造ファンド豊能地域支援事業」において、新たに採択された事業計画に取り組む小規模事業者だけでなく、すでに複数年計画による助成対象事業として採択を受けて事業推進に取り組んでいるものの、計画どおり成果が上がっていない小規模事業者を主な支援対象とする。

③支援内容・目標

(ア) 「採択事業者交流会」(7月中旬～9月開催)

新たに採択が決まった事業者と、すでに採択された事業を実施中の事業者を対象に、事業計画のプレゼンや情報交換およびノウハウ共有に向けた採択事業者交流会を開催することにより、採択事業者のマインド喚起を促し、事業計画の実行に向けたモチベーションの向上と着実な事業推進を図る。

(イ) 「北摂アントレ(ファンド採択事業者勉強会)」(概ね月1回開催)

採択された事業計画の実現に向けて、特に熱心に取り組む小規模事業者を対象に、似通った課題の解決に向けたノウハウの共有・情報交換の機会として月次例会を開催する。具体的には、似通った課題を主なテーマとするセミナー・事例発表等による研究および、イベント、展示会、地域メディア等との連携による情報発信に取り組むことで、参加事業者相互の刺激による活性化を図り、採択事業の推進を促す。

また、他地域の採択事業者および過去採択事業者や応募予定者等にも、気軽に出席できるオブザーバーの立場として参加を勧誘し、常に新たな風を取り入れることにより、斬新なアイデアや連携の創出を目論み、さらなる事業推進の加速を目指す。

(ウ) ハンズオン支援(～29年9月まで随時実施)

事業計画の実現に向けた伴走型の支援(随時実施)として、経営指導員1人当たり採択事業者2社程度を担当することにより、キメ細かな事業推進支援を目指す。

具体的には、月1回を目処に採択事業の進捗確認と各種支援情報の提供および、状況

変化に応じた事業計画の修正等を支援するとともに、事業の推進に向けて様々な支援機会（進捗報告会、各種セミナーでの事例発表等）の創出にも努める。

(エ) テスト・マーケティング支援

事業計画に基づいて完成した試作品等のテスト・マーケティング支援として、豊中まつり（8月）、とよなか産業フェア（11月）において、「ファンド採択事業者応援ブース」を設けることにより、試験販売・モニタリング・PR等の機会を提供する。

さらに、市外の展示商談会等への出展にも支援を拡充することで、ターゲットとして想定している消費者やバイヤーから直接得られるマーケットニーズを収集・整理・分析し、事業計画・商品開発計画の更なるブラッシュアップを図る。

(オ) 小規模事業者経営発達支援融資制度の活用に向けた経営支援

小規模事業者経営発達支援融資制度の活用にあたって、必要となる事業計画策定の助言とフォローアップに取り組み、事業の実現に向けた資金調達方策の拡充を図る。

(目標)

(単位：社)

採択事業者等への支援内容	現 状	平成 28 年度	平成 29 年度	平成 30 年度
(ア) 採択事業者交流会	1 7	2 0	2 0	2 0
(イ) 北摂アントレ	3 3	3 6	3 6	3 6
(ウ) ハンズオン支援	1 1	1 2	1 2	1 2
(エ) テスト・マーケティング支援	1 0	1 2	1 2	1 2

※当ファンドの公募は平成 28 年度まで、当該助成期間は平成 29 年 9 月末までの予定。

5. 需要動向調査に関すること【指針③】

地域経済の構造変化が加速するなかで、潜在的な需要を見据えた事業計画の策定や実効性の高い販路開拓に取り組むためには、小規模事業者が販売する商品や提供する役務においても、需要動向に関する情報の収集・整理・分析が不可欠となっている。

小規模事業者の新たな販路開拓、新商品（役務）の開発、新分野への参入等に向けた課題に応じて、需要動向に関する情報を収集、整理、分析して提供することにより、事業計画策定等の基礎情報として活用することを目指す。

(現状と課題)

現状において、域内の小規模事業者の多くは、一部の取引先からのニーズ情報や、経営者の長年の経験に基づく勘に頼った需要予測から抜け出せず、地域経済の構造変化による需要動向に、柔軟に対応できていない状況が見受けられる。

こうした状況を踏まえて、当商議所では、経営相談や専門相談を通じて小規模事業者への販路開拓支援を実施し、商談会等への出展を促すことで需要動向に関する情報収集の機会創出にも取り組んできた。

しかしながら、地域の小規模事業者が販売する商品又は提供する役務の需要動向に関する情報の収集に向けて、独自の調査等を実施していなかったことから、小規模事業者

が気づいていない潜在的な顧客層の探索から、その需要開拓につながる有益な情報提供までの十分な支援に至っていない。

(今後の取り組みと期待できる効果)

今後は、新たに地域の消費者に対する消費動向調査等を実施し、地域の小規模事業者が販売する商品又は提供する役務の需要動向に関する情報の把握に取り組む。

また、国や大阪府の需要動向に関する調査結果や、各種業界紙等のメディア媒体からも情報を収集し、大きなトレンドとも比較して需要動向に関する情報の整理・分析に取り組む。

こうして収集・整理・分析した需要動向に関する情報は、需要を見据えた事業計画の策定に向けた基礎資料として、新たな販路の開拓、新商品（役務）の開発、新規分野への参入等にチャレンジする小規模事業者へフィードバックする。

さらに、新たな販路開拓、新商品（役務）開発、新規分野への参入等に向けてチャレンジする小規模事業者に対して、展示商談会や即売会などの販路開拓に向けたイベント等への参加を促進するとともに、来場するバイヤーや見込み客の潜在的なニーズ把握に向けた需要動向に関する調査にも、小規模事業者とともに取り組む。

こうして、小規模事業者とともに伴走型で需要動向に関する調査に取り組むことにより、小規模事業者が自ら需要動向を把握する手法の習得と、マーケットイン思考の浸透を促進し、需要を見据えた事業計画の策定が可能となる。

(事業内容)

①地域の消費者における需要動向に関する調査の実施

地域における小規模事業者が取り扱う一般消費者向け商品や役務に関する需要動向について、豊中市とも連携して地域の消費者に対する WEB アンケートによる消費動向調査等を実施し、売れ筋の商品・役務に関する「価格帯」「品質」「デザイン」「購入時期(月別、日別、時間別)」「購入場所」「購入の頻度・金額」などの項目について情報を収集して、性別、年齢別、居住地域別、世帯年収別、接触メディア媒体別、商品（サービス）群別等のカテゴリに整理する。

②各種調査等を活用した需要動向に関する情報の収集

内閣府による「消費動向調査（月次）」、大阪府商工労働部（大阪産業経済リサーチセンター）による「消費動向（四半期）」などの調査結果および、「日経テレコン POSEYES」による POS データ分析情報や各種業界メディア媒体などから「売れ筋商品」、「消費・購買動向」、「最新トレンド」、「業界情報」等の広域における需要動向に関する情報を収集する。

③各種調査等から収集した需要動向に関する情報の整理・分析と、提供および活用

前述①②により収集した需要動向に関する情報について、小規模事業者がチャレンジする新たな販路開拓、新商品（役務）の開発、新規分野への参入等に向けた課題に応じて、専門相談員として登録された中小企業診断士等の専門家とも連携して整理、分析し、需要を見据えた事業計画の策定に向けた基礎資料として活用できるよう、経営相談等の機会を通じて内容を丁寧に解説してフィードバックする。

④商談会等における需要動向に関する情報の収集、整理・分析と、提供および活用

新たな販路の開拓、新商品（役務）の開発、新規分野への参入等に向けてチャレンジする小規模事業者に対して、潜在的な顧客層が集まる可能性が高い展示商談会や即売会等のイベント出展を促すとともに、出展ブースに来訪するバイヤーや見込み客における需要動向に関する情報の収集に向けた調査に、小規模事業者と一緒に取り組む。

さらに、当商議所登録の専門家とも連携して、小規模事業者とともに出展ブース来訪者の需要動向に関する情報の整理、分析に取り組み、小規模事業者が自ら需要動向を把握する手法を習得できるよう、伴走型による支援を実施する。

⑤個社支援に対応した需要動向に関する情報の収集、整理・分析と、提供および活用

新たな販路開拓、新商品（役務）の開発、新規分野への参入等に向けてチャレンジする小規模事業者の個社支援ニーズに対応するため、ターゲットを絞り込んだ消費者モニター調査や、GIS 商圏分析サービス、WEB アンケート、グループインタビュー、ミステリーショッパー調査など、小規模事業者が取り扱う商品や役務のマーケット特性に応じた需要動向に関する調査手法を研究し、潜在的な顧客層に対する精度の高い需要動向に関する情報の収集に、小規模事業者と一緒に取り組む。

さらに、当商議所登録の専門家とも連携して、小規模事業者とともに収集した需要動向に関する情報の整理、分析に取り組み、小規模事業者が自ら需要動向を把握する手法を習得できるよう、伴走型による支援を実施する。

(目標)

小規模事業者が取り扱う商品や役務の需要動向に関する情報の収集、整理、分析に取り組み、新たな販路開拓、新商品（役務）の開発、新規分野への参入等に向けてチャレンジする小規模事業者に対して、分析した情報を丁寧に解説して提供することで、需要を見据えた事業計画の策定に向けた基礎資料として活用されることを目的とする。

さらに、需要動向に関する情報の収集、整理、分析に向けて、小規模事業者とともに伴走型で支援に取り組むことにより、小規模事業者が自ら需要動向を把握する手法を習得するとともに、マーケットイン思考の浸透を目指す。

数値目標は以下のとおり。

【数値目標】

(単位：件)

内 容	現 状	平成 28 年度	平成 29 年度	平成 30 年度
消費者アンケート調査件数	未実施	250	280	300
経営指導員による需要動向調査情報の提供件数	未実施	40	45	50
専門相談による需要動向調査情報の提供件数	未実施	30	35	40

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】

①事業の目的

小規模事業者が取り組む、新たな需要の開拓(販路開拓)に向けた経営戦略の再構築において、Web(インターネット)活用は不可欠な戦術となっている。

しかしながら、地域内における小規模事業者の多くは、販路開拓へのWeb活用ノウハウに乏しく、小規模事業者の強みを生かせる有効なプロモーションツールになり得ることに気づいていない。

そうした現状から、従来の会社案内や商品説明的なホームページから、具体的な成果(=新規顧客の開拓と売上アップ)につながるホームページへのリノベーション支援に取り組み、実践的な営業ノウハウを取り入れたEC(エレクトリック・コマース)戦略の再構築を促すことで、新たな需要の開拓から売上の向上に直結する実践的なプロジェクトの推進を目指す。

また、Facebook等のSNS(ソーシャル・ネットワーキング・サービス)を、コミュニケーションツールとして積極的に活用したプロモーション戦略や、ブランディング戦略の再構築支援に取り組むことで、新たな需要の開拓から売上の向上に直結する実践的なプロジェクトの推進を目指す。

さらに、近隣の商工会・商工会議所、自治体、金融機関など他の支援機関等との連携を強化することにより、より多く多様な支援対象事業者の発掘を目指すと共に、販路開拓等に向けたキメ細かなフォローアップ体制の構築を目指す。

②支援する対象

豊中市をはじめとする北摂地域に拠点を構え、WEBを活用して新たな需要(新規顧客)の開拓にチャレンジしようとしている、または、すでに取り組み始めているが、思うような成果が得られていない小規模事業者を支援対象とする。

さらに、従来からECサイトを運営してきているが、計画どおり売上げが伸びない、あるいは売上が低迷している等の課題を抱えている小規模事業者も支援対象とする。

具体的には、北摂地域の商工会・商工会議所、自治体、金融機関など他の支援機関等との連携および、経営相談や専門相談および当商議所独自の情報化支援メニュー「ICTコンシェルジュ」(参考：<http://www.ooaana.or.jp/bas/itc/itconciierge/>)を通じて、ICT活用に関する経営支援ニーズが高い小規模事業者を発掘し、各社の支援ニーズに応じた講習会等へ誘導する。

③事業の内容

(ア)新たな需要の開拓に向けたネットショップ戦略の再構築支援

新たな需要の開拓に向けたECサイトのリノベーション支援について、ゼミナール形式による講習会を実施するとともに、現状では未だ不十分だと考えられる個別課題の具体的な解決に向けた取り組みの拡充を図るため、各講習会に付随して個別相談会を開催することにより、新たな需要の開拓から売上の向上に直結するプロジェクトの実践に向けて、最新Webプロモーション戦術の確実な習得を図る。

具体的には、グループ・ディスカッションの機会を多用し、講師だけでなく他の参加者からの意見も取り入れてブラッシュアップを図ることで、売り上げの増加や利益の確

保に直結する EC 戦略の再構築に重点を置いた支援に取り組む。

(イ) 新たな需要の開拓に向けた SNS 活用戦略の再構築支援

新たな需要の開拓に向けた SNS の戦略的な活用について、ゼミナール形式による講習会を実施するとともに、現状では未だ不十分だと考えられる個別課題の具体的な解決に向けた取り組みの拡充を図るため、各講習会に付随して個別相談会を開催することにより、新たな需要の開拓から売上の向上に直結するプロジェクトの実践に向けて、最新 SNS 活用戦術の確実な習得に取り組む。

具体的には、グループ・ディスカッションの機会を多用し、講師だけでなく他の参加者からの意見も取り入れてブラッシュアップを図ることで、SNS を活用した売り上げの増加や利益の確保に直結するプロモーション戦略や、ブランディング戦略の再構築に重点を置いた支援に取り組む。

(ウ) 再構築した戦略の推進と実践のフォローアップ

習得した戦術の実践が効果的な取り組みとなるよう、工夫・改善に向けた継続的な取り組みを目指して、各社の売り上げ目標達成に向けて進捗をフォローアップするとともに、小規模事業者が自ら PDCA サイクル運営を実践できる環境を創出するため、再構築した経営戦略と新たに習得した戦術によりブラッシュアップした事業計画の実践成果および、実践により新たに見つかった課題等を、チャレンジした小規模事業者が互いに発表する「成果発表」を逐次実施する。

なお、「成果発表」では、講師のみならず他のチャレンジ意欲旺盛な小規模事業者とも活発に意見交換して互いに切磋琢磨できるコミュニティを創出することにより、自ら「気づき」「考え」「行動」できる「自立力」を養うとともに、自律的な PDCA サイクル運営を体得しながら、目標達成に向けた継続的な改善への取り組みを加速させ、確実な需要開拓の目標達成を目指す。

(エ) 具体的な講習会等の内容

(a) ネットショップ塾 入門編

ネットショップを運用中、または間もなくネットショップを運用する予定で、扱う商材も決まっている小規模事業者を対象。商材の強み (USP) について、グループ・ディスカッションを通して他者の視点からの意見を取り入れることで洗い出し、サイトの構成、情報の優先順位についての考え方の整理を行う。サイト制作に関する基本的かつ重要な「企画」の部分テーマとする。(3日間)

(b) ネットショップ塾 実践編

ネットショップや企業サイトを運用中の小規模事業者を対象。Web サイトをより活用するためのサイト運営計画の策定手法を解説。様々な用途のサイト事例から、Web 広告の打ち出し方や、それに応じたランディングページ制作および商品ページの見直しなど、具体的な対策方法を開示。グループ・ディスカッション方式で、現状のサイト改善点を洗い出し、相互ブラッシュアップを促す。(5日間)

(c) Web 活用勉強会

ネットショップを運用中の小規模事業者を対象。参加企業各社のサイトを見ながらグループ・ディスカッションを行い、商材の良さが伝わるか、ユーザー目線による自社サイトの使い勝手などについて意見交換を行い、現状のWebサイトでユーザーがどのように誘導されるのか等について、実際に検証して改善点を洗い出す。

さらに、改善策を実践した企業から、その取り組み成果と新たに見えてきた課題等について「成果発表」を行い、さらなる改善に向けたグループ・ディスカッションを通じて、自律的なPDCAサイクルの運営を促進する。(1日間×3回)

(d) SNS 活用講座 入門編

新規事業立ち上げなど、facebook ページを開設したい小規模事業者を対象。1人1台のパソコン環境を用意し、facebook ページの現状と活用事例から運用方法を学び、3日間でfacebook ページ作成の実践を行う。作成されたfacebook ページは、受講後も実際に企業用プロモーションページとして運用が可能なレベルに仕上げる。(3日間)

(e) SNS 活用講座 実践編

facebook ページを運用している小規模事業者を対象。1人1台のパソコン環境を用意しfacebook 広告などの実用法を学ぶ。その他の SNS 広告との連携や Web 広告である PPC 広告等、様々な事例の紹介を交えて解説しながら実践ノウハウの習得を図り、費用対効果を踏まえた活用を促す。(2日間)

(f) Web プロモーション勉強会

Facebook ページやブログ等を既に活用している小規模事業者を対象。アクセス解析機能による効果検証手法、投稿内容における注意点や文言、写真の選び方、Facebook ページやブログと自社ページの連動方法、SNS 広告や Web 広告の活用手法など、多様な事例を交えて最新の運営ノウハウを解説するとともに、すでに実践している受講者の事例を取り上げ、グループ・ディスカッションにより検証して改善点を洗い出す。

さらに、改善策を実践した企業から、その取り組み成果と新たに見えてきた課題等について「成果発表」を行い、さらなる改善に向けたグループ・ディスカッションを通じて、自律的なPDCAサイクルの運営を促進する。(1日間×3回)

④事業の目標

各講習会等を修了した小規模事業者の 70%以上が、受講により習得した戦術および再構築した戦略を、本計画期間中に具体的に実践することを目標とし、実践した小規模事業者の売り上げが、実践前に比べて10%以上増加することを目指す。

(数値目標)

(受講企業数/単位：社)

内 容	現 状	平成 28 年度	平成 29 年度	平成 30 年度
(a) ネットショップ塾 入門編	10	12	14	15
(b) ネットショップ塾 実践編	10	12	14	15
(c) Web 活用勉強会	5	10	15	20
(d) SNS 活用講座 入門編	10	12	14	15
(e) SNS 活用講座 実践編	10	12	14	15

II. 地域経済の活性化に資する取組

1. 地域活性化に向けた推進体制

大阪府の北部に位置する豊能地域では、「地域資源を活かした新たな産業の創出」を目指して、城内2町3市（能勢町、豊能町、箕面市、池田市、豊中市）の自治体、商工会、商工会議所、および日本政策金融公庫十三支店を構成員とする「豊能地域活性化推進協議会」（http://www.ooaana.or.jp/bas/fund/oosaka_fund/#anchor_2）を平成19年6月14日に設置していることから、当協議会事業をさらに発展させることにより、地域の魅力の特性を踏まえた観光振興等を含む地域のブランド化、にぎわい創出等による地域経済の活性化を目指して、広域連携事業の推進に取り組む。

具体的には、当協議会により策定された「豊能地域活性化プラン」（平成19年7月策定・平成24年3月改定）の推進を図るため、大阪府および公益財団法人大阪産業振興機構と連携して運営する「おおさか地域創造ファンド豊能地域支援事業」において、当協議会構成機関が連携して地域の小規模事業者等から地域経済活性化に向けて広く波及効果をもたらすことが期待できる助成対象事業を公募・選定するとともに、採択事業の推進支援に取り組むことで地域経済の活性化を図り、小規模事業者が事業を持続的に発展させるための良好な環境整備の推進を目指す。

なお、豊中商工会議所は、本協議会の代表機関として事務局を担い、専門人材として配置した「地域活性化コーディネーター」とも連携して協議会運営業務にあたる。

さらに、外部有識者等で構成する「豊能地域助成事業選定委員会」を設置して、公募による助成対象事業の公正な選定を行い、地域経済活性化に向けた事業推進を図る。

2. 事業内容・目標

地域の魅力の特性を踏まえた地域のブランド化や、にぎわいの創出等による地域経済の活性化に向けて策定された「豊能地域活性化プラン」のなかで、「地域資源を活かした新たな産業の創出」に関する目標・方向性として掲げられている「自然・文化・歴史・まち・ものづくり技術等の多彩な魅力を活かした個性豊かな地域産業づくり」を目指し、協議会（6月・3月）、審査会（5月・6月・3月）、採択決定通知式（7月）や進捗報告会（10月・1月）など、構成機関と連携して広域的に事業推進に取り組む。

現状の課題としては、当ファンドの公募が平成28年度までとなり、当該助成期間も平成29年9月末までの予定となっているにも関わらず、未だ後継となる地域経済活性化スキームが示されていないことから、小規模事業者が事業を持続的に発展させるための良好な環境整備の推進を目指して、将来に向けた新たな取り組みを始める。

具体的には、地方創生に向けた施策として注目を集める「ふるさと投資」など、新たな地域経済活性化手法の活用について研究に取り組むとともに、大阪府および公益財団法人大阪産業振興機構とも協議しながら「おおさか地域創造ファンド豊能地域支援事

業」の後継となる地域経済活性化スキームの開発をテーマにした議論に着手する。

(目標)

(単位：件)

内 容	現 状	平成 28 年度	平成 29 年度	平成 30 年度
ファンド助成対象事業応募件数	19	19	0	0
ファンド助成対象事業採択件数	6	6	0	0

※当ファンドの公募は平成 28 年度まで、当該助成期間は平成 29 年 9 月末までの予定。

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組

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

当所は、地域プラットフォームとして中小企業庁から認定を受けた「北摂地域中小企業支援プラットフォーム」(平成 25 年 7 月 16 日登録)の代表機関を担っていることから、構成機関である北摂地域の商工会議所(豊中、池田、箕面、茨木、吹田、高槻)、商工会(豊能町、能勢町、島本町、摂津市)、(株)池田泉州銀行、北おおさか信用金庫、(株)大阪彩都総合研究所との連携強化に向けて積極的に取り組み、各地域の小規模事業者や需要の動向、各機関の支援ノウハウ等に関する情報交換の機会拡大に努めることで、新たな需要の開拓を進める基盤の構築を推進する。

具体的には、構成機関の担当者による「連絡協議会」(年 2 回)において、支援ニーズや対応状況等の情報交換と、連携・協力内容の確認・調整を密に図る。

また、支援能力向上を目指して、各構成機関や派遣専門家による支援事例等について研究する「支援事例研究会」(年 1 回)においても、効果的な支援ノウハウ等の実践的な情報交換に向けた工夫に取り組む。

さらに、中小企業・小規模事業者の支援情報サイト「ミラサポ」における専門家派遣事業の窓口機能を担うことから、派遣専門家による個別支援の機会に経営指導員が極力同席することにより、事後フォローに向けた支援情報の共有化をより一層密に図ると共に、専門家との支援ノウハウ等の情報交換にも従来にも増して積極的に取り組む。

一方、構成機関のスタッフ間における信頼関係の強化に向けた取り組みについては、現状では未だ不十分だと考えられることから、各支援機関が主催する様々な商談会や販路開拓イベント等の機会を捉え、参加企業の発掘・募集、さらに集客からフォローアップまで、より濃密に連携・協力して個社支援に取り組むことにより、現場で支援に携わる各支援機関のスタッフ間における信頼関係の基盤強化を目指す。

具体的には、食品関連企業の販路開拓をテーマに開催される「北おおさかの味・うまいもん市(バイヤー商談会併催)」(5 月開催・約 170 社出展予定)および、ものづくり企業の販路開拓や企業連携および産学連携をテーマに開催される「産学ビジネスマッチングフェア with 大阪大学」(11 月開催・約 170 社出展予定)等において、出展事業者および参加事業者への様々な個社支援の機会を捉え、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も積極的に取り組むことにより、北摂地域の小規模事業者等における新たな需要の開拓を進める基盤の構築・強化を図る。

2. 経営指導員等の資質向上等に関すること

①日本商工会議所および近畿商工会議所連合会、大阪府商工会議所連合会、大阪府商工会連合会、独立行政法人中小企業基盤整備機構等が主催する研修の機会を捉えて、計画的に参加することにより、従来の支援能力の向上に加え、小規模事業者の利益の確保に資する支援ノウハウの習得を図る。

特に経験年数の少ない経営指導員を中心に、大阪府商工会連合会による経営指導員研修の受講を年間2～3講座（1講座3時間程度）割り当て、従来の支援能力の向上に加え、小規模事業者の利益の確保に資する支援能力の向上を目指す。

さらに、経験値の高い経営指導員を中心に、独立行政法人中小企業基盤整備機構による「経営指導員向け小規模事業者支援研修」（4日間程度）の受講を割り当て、従来の支援能力の向上に加え、小規模事業者の利益の確保に資する支援能力の向上を目指す。

②前掲『1. 地域の経済動向調査に関すること』、『2. 経営状況の分析に関すること』および後掲『5. 需要動向調査に関すること』とも連動するなかで、各種専門家による個別支援の機会を捉え、できるだけ経営指導員が同席するとともに、事後フォローに向けた支援情報の共有化を図ることにより、専門家からの支援ノウハウの習得を目指す。

③国や地方自治体に限らず、各種専門支援機関、金融機関、民間シンクタンク等が主催する説明会やセミナー等の機会を捉えて、積極的に参加することにより、幅広くタイムリーな支援情報の収集を図り、小規模事業者向けに整理したうえで情報提供に努めることにより、情報発信力の強化を目指す。

④経営指導員が習得した支援ノウハウ及び小規模事業者の経営状況の分析結果等を組織内で共有するため、電子化された事業所カルテを積極的に活用するとともに、定期的に経営支援会議を実施する。

さらに、SNS やグループウェアを駆使して、各自が収集・習得した支援情報、支援ノウハウ、支援ニーズ、外部支援機関の活用ノウハウ等の共有化と、経営指導員の連携強化に向けたチーム力の向上を図る。

また、各経営指導員による年間支援ベスト・プラクティスを集め、支援事例集「豊中商工会議所12倍活用マニュアル」として発刊・公表することにより、支援ノウハウの共有化を図るとともに、外部からの評価を受けることによる研鑽へのモチベーション・アップにつなげる。

（参考：<http://www.oaana.or.jp/common/images/12baikatuyoumanual.pdf>）

⑤商工会等事業力向上支援事業「特徴ある事業のプレゼンテーション大会」（大阪府商工会連合会主催）に応募することにより、府内の他の商工会議所等と相互に連携し、支援ノウハウの共有化を図り、小規模事業者に対する支援をより一層効果的に推進することを目指す。（参考：<http://www.osaka-sci.or.jp/jigyoryoku/index.html>）

⑥従来の支援能力の向上に加え、小規模事業者の利益の確保に資する支援ノウハウの習得に向けて、新たな分野における支援事業の企画提案から、事業推進に必要なスキルを有する講師や専門家等の探索、支援カリキュラムの立案、個別相談体制などフォローア

ップに向けた専門支援機関等との連携調整、さらにはステップアップに向けた研究会の立ち上げから運営まで、経営指導員が主体的に取り組むことにより、小規模事業者の新たな支援ニーズを詳細に把握するとともに、講師や専門家および専門支援機関の支援ノウハウを習得し、従来からの領域を超えた支援能力の向上を目指す。

具体的には、経済環境の変化に応じて「Web 活用販路開拓支援」、「プロモーション支援」、「クラウドファンディング活用促進」、「インバウンド対策に向けた外国人留学生人材活用促進」、「海外販路開拓支援」、「ダイバーシティ経営促進」、「事業継続計画（BCP）策定支援」等をテーマに、啓発型セミナーから少人数制による交流型ゼミナール、そして実践型の販路開拓ステージへの誘導を図り、さらには専門家等による個別相談も含めたハンズオン型によるフォローアップを経て、自律型による研究会や勉強会への誘導を目指して、経営指導員が伴走型による支援に取り組むなかで、OJTとして小規模事業者の利益確保に資する実践的な支援ノウハウの習得を目指す。

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

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

①学識経験者および中小企業の経営に識見を有する者によって構成される「大阪府小規模事業者等支援施策評価審議会」（大阪府附属機関条例、大阪府小規模事業者等支援施策評価審議会規則）において、当所が作成した事業実施報告の内容について評価・助言を受け、指摘事項を修正したうえで承認を受ける。

大阪府小規模事業者等支援施策評価審議会 委員名簿 （平成27年2月27日現在）

氏名	職名
井出久美	井出久美公認会計士事務所 公認会計士 税理士
江島由裕	大阪経済大学 経営学部 教授
北口祐規子	一般社団法人 大阪府中小企業診断士協会 副理事長 オフィスKITS 代表
堂上勝己	大阪府中小企業家同友会 代表理事 梅南鋼材株式会社 代表取締役
永井俊二	日本政策金融公庫 国民生活事業本部 南近畿地区 大阪創業支援センター 所長

(敬称略・氏名50音順)

(参考：<http://www.pref.osaka.lg.jp/keieishien/kokibokukai/meibo230401.html>)

②前掲①の評価審議会による評価内容・助言および、客観性を高めるために大阪府商工労働部により実施される利用者満足度調査（アンケート）による評価内容を活用し、速

やかに経営支援会議等で原因分析および対応策の研究に取り組み、改善に向けた意識の共有化を図ると共に、当該年度事業計画の変更ならびに次年度事業計画の立案にも反映させることで、当経営発達支援事業におけるPDCAサイクルの構築を図り、事業効率の向上と成果の拡大を目指す。

③前掲①の評価審議会において承認された事業実績報告書は、大阪府のホームページに公表されることにより、地域の小規模事業者も常に閲覧可能な状態となる。

(参考：<http://www.pref.osaka.lg.jp/keieishien/kokibokukai/>)

(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 2 月現在)

(1) 組織体制

①経営発達支援事業の実施体制

中小企業相談所：所長 1 名、経営指導員 7 名（課長 1 名、課長代理 1 名を含む）、
課員 1 名（計 9 名）

②組織全体の概要

会員（2,060 社）

<役員・議員>

議員（100 社）

会頭（1 名）

副会頭（4 名）

専務理事（1 名）

常議員（33 名）

監事（3 名）

<事務局>（合計 14 名）

事務局長：1 名（相談所長兼務）

総務課：課長 1 名、課長代理 1 名、課員 3 名（計 5 名）

中小企業相談所：所長 1 名、経営指導員 7 名（課長 1 名、課長代理 1 名を含む）、
課員 1 名（計 9 名）

(2) 連絡先

豊中商工会議所 中小企業相談所

所在地：〒561-0884 大阪府豊中市岡町北 1 丁目 1 番 2 号

電話番号：06-6845-8001

F a x：06-6857-0474

E - m a i l：toyo-cci@ooaana.or.jp

U R L：http://www.ooaana.or.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)

	平成 28 年度 (28 年 4 月以降)	平成 29 年度	平成 30 年度
必要な資金の額	57,880	59,280	60,580
経営相談支援事業費	3,160	3,160	3,160
専門相談支援事業費	4,310	4,310	4,310
地域活性化事業費	4,220	4,620	4,920
事業推進費	4,770	4,770	4,770
経営相談活動費	41,420	42,420	43,420

(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、事業収入、国補助金、大阪府補助金、豊中市補助金、事業受託費

(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>「豊能地域活性化推進協議会」(別表 1. 「Ⅱ. 地域の活性化に資する取組」)</p> <p>「豊能地域活性化推進協議会」の構成機関と密に連携して、広域による地域活性化事業の推進に取り組むことにより、地域の魅力の特性を踏まえた観光振興等を含む地域のブランド化、にぎわい創出等による地域経済の活性化を目指す。</p> <p>具体的には、当協議会で策定した「豊能地域活性化プラン」の推進を図るため、「おおさか地域創造ファンド豊能地域支援事業」において、地域活性化に寄与する助成対象事業の募集から選定及び採択事業の支援業務まで、構成機関と積極的に連携して取り組む。</p>
連携者及びその役割
<p>(連携者)</p> <ul style="list-style-type: none">・ 能勢町 町長 山口 禎 豊能郡能勢町宿野 28 TEL072-734-0001 役割：助成対象事業の公募情報発信、選定、採択事業推進支援・ 豊能町 町長 田中 龍一 豊能郡豊能町余野 414 番地の 1 TEL072-739-0001 役割：助成対象事業の公募情報発信、選定、採択事業推進支援・ 箕面市 市長 倉田 哲郎 箕面市西小路 4 丁目 6 番 1 号 TEL072-723-2121 役割：助成対象事業の公募情報発信、選定、採択事業推進支援・ 池田市 市長 倉田 薫 池田市城南 1-1-1 TEL072-752-1111 役割：助成対象事業の公募情報発信、選定、採択事業推進支援・ 豊中市 市長 浅利 敬一郎 豊中市中桜塚 3 丁目 1 番 1 号 TEL06-6858-2525 役割：助成対象事業の公募情報発信、選定、採択事業推進支援・ 大阪府 知事 松井 一郎 大阪市中央区大手前 2 丁目 TEL06-6941-0351 役割：おおさか地域創造ファンドの基金組成 (国および金融機関との連携による) おおさか地域創造ファンド事業の P R・ 公益財団法人 大阪産業振興機構 理事長 南部 英幸 大阪市中央区本町橋 2-5 TEL06-6947-432 役割：おおさか地域創造ファンドの運営主体 (助成対象事業の採択および交付決定、基金の運用益で豊能地域支援事業の取組みを支援)・ 日本政策金融公庫 十三支店 支店長 大場 正規 大阪市淀川区新北野 1 丁目 9-24 TEL06-6305-1631 役割：助成対象事業の公募情報発信、選定、採択事業推進支援

- ・能勢町商工会
会長 平岡 光生 豊能郡能勢町大里 142 番地 TEL072-734-0460
役割：助成対象事業の公募、応募申請支援、選定、採択事業推進支援
- ・豊能町商工会
会長 下中 宗雄 豊能郡豊能町余野 1008 番地 TEL072-739-1647
役割：助成対象事業の公募、応募申請支援、選定、採択事業推進支援
- ・箕面商工会議所
会頭 水本 恵造 箕面市西小路 3 丁目 2 番 30 号 TEL072-721-1300
役割：助成対象事業の公募、応募申請支援、選定、採択事業推進支援
- ・池田商工会議所
会頭 服部 盛隆 池田市城南 1 丁目 1 番 1 号 TEL072-751-3344
役割：助成対象事業の公募、応募申請支援、選定、採択事業推進支援

(連携者の役割)

ファンド事業を効果的に推進し、地域活性化に資するため、構成する支援機関・関係団体・構成員のみならず、大阪府・市町村・商工会・商工会議所・金融機関、公益財団法人大阪産業振興機構等の機関・団体、関係職員の知識・経験・技術・ノウハウを結集し、支援機関・関係団体がその役割と機能を活かして助成対象事業を支援する。

特に、豊能地域の市町村は、管内事業者等への助成対象事業に関する公募情報の周知を担うことにより、商工会・商工会議所との接点が従来から少なかった創業予定者やNPOなど幅広い対象者への情報提供が可能となり、新たな応募者の開拓につなげる。

さらに、採択事業の推進に向けて、地域の市民向けイベント等への出展機会の提供によって、採択事業の認知度向上につなげる。

また、日本政策金融公庫十三支店は、管内事業者への助成対象事業に関する公募情報の周知を担うことにより、商工会・商工会議所との接点が従来から少なかった事業者への情報提供が可能となり、新たな応募者の開拓につなげる。

さらに、採択された事業の推進に向けて資金調達等に関する支援を行うことにより、採択事業の安定的な推進・発展につなげる。

連携体制図等

※連携体制図は、添付する別紙に記載する。

(別表4 別紙「連携体制図」)

