

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	守口門真商工会議所 (法人番号 2120005013966)
実施期間	平成29年4月1日～平成34年3月31日
目標	<p>地域の総合経済団体として、行政及び商業組織、金融機関などと連携して、小規模事業者の課題である「自立的な販路開拓」を実現させることを目標に、事業計画策定及び実施支援を中心とした伴走型支援をおこなう。また、新たな分野・市場への販路開拓や地域ブランド力の向上などの支援を通じて小規模事業者が持つ力を最大限に発揮できる環境づくりをおこなう。</p>
事業内容	<p>I. 経営発達支援計画の内容</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 地域の経済動向調査に関すること 管内小規模事業者・金融機関・認定支援機関を対象に景況等、経済動向における調査を実施する。 2. 経営状況の分析に関すること 商品や役務の内容、保有する技術やノウハウ、顧客・取引先などの経営資源を把握し、各種分析を通じて課題を明確にする。 3. 事業計画策定支援に関すること 経営分析により抽出した課題を解決し、かつ需要を見据えた事業計画を策定するための支援をおこなう。 4. 事業計画策定後の実施支援に関すること 計画通りに事業を実施できているか進捗を確認しつつ、必要に応じて各施策の活用や、融資等での資金調達などの支援をおこなう。 5. 需要動向調査に関すること 展示会出展者や来場者に対して、取引先に対するニーズや地場産品の需要動向に関する情報を収集し分析する。 6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること 地域の需要と広域の需要に着目し、新規顧客の獲得や売上増に対して効果的な販路開拓事業を実施する。 <p>II 地域経済の活性化に資する取組み</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 「守口門真ものづくり元気企業」認定事業を通じた、ものづくりブランドの確立。 2. 「新分野調査研究会」における新分野・事業へ向け技術力をPR。 3. 「商店街・個店ブランド化事業」による商業振興と活気あるまちづくりへの取組み。
連絡先	<p>守口門真商工会議所 商工振興部 中小企業相談所 住 所：大阪府門真市殿島町6番4号 TEL：06-6909-3303 HP：http://www.mk-cci.jp/</p>

(別表1)

経営発達支援計画

経営発達支援事業の目標

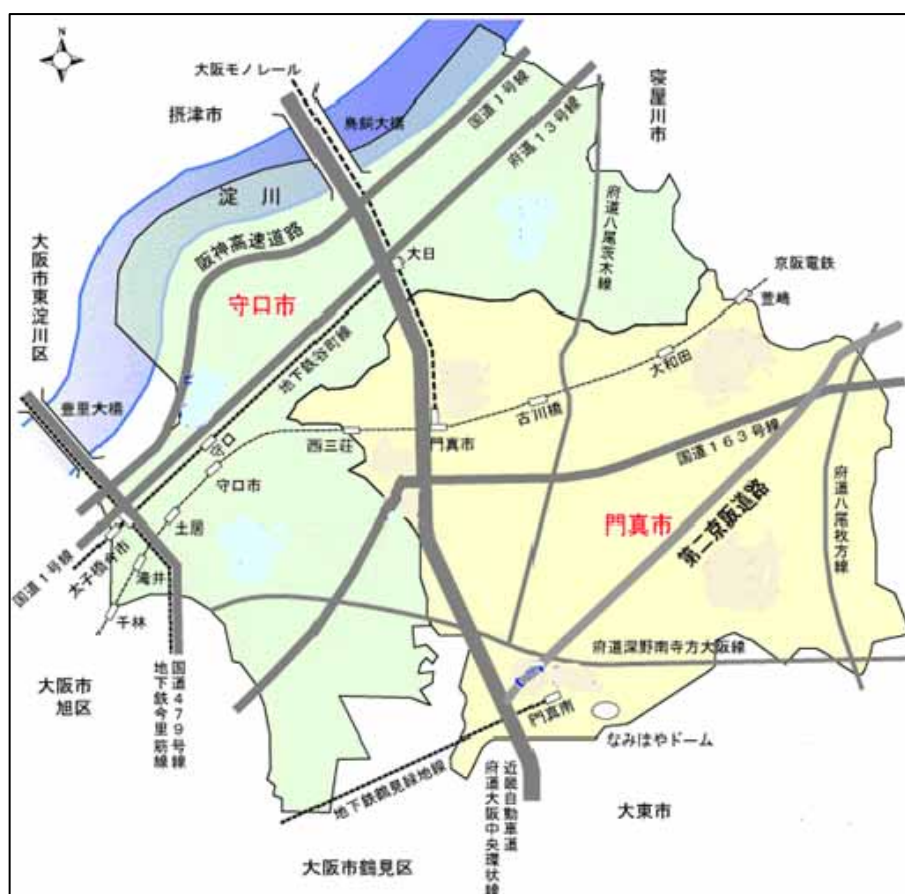
(1) 地域の概況

守口門真商工会議所は大阪府下の守口市、門真市の2市を管轄地域としている。

地理的には大阪府中央の東部に位置し、大阪市に隣接している。両市合わせて、25平方キロメートル余りの小さな地域であるが、幹線道路としては、南北に大阪中央環状線や近畿自動車道が縦断しているほか、阪神高速道路守口線が通じ、良好なアクセスを活かして地域の産業発展に大きな役割を果たしてきた。

また、公共交通機関は、大阪市営地下鉄・京阪電鉄・大阪モノレールがあり、阪神高速道路・国道1号線・国道163号線・国道479号線などの主要幹線道路も整備されており、交通の利便性に優れている。

図①守口市・門真市の地図



本地域は、パナソニック株式会社及び三洋電機株式会社の企業城下町としての安定した税収を背景に、昭和30年代からの人口急増に対応すべく、早くから都市基盤の整備を進めた地域であり、多様なものづくり企業が集積している工業都市である。

人口は、平成28年10月1日現在で26万8千人（守口市：14万4千人、門真市12万

4千人)であり、少子高齢化と、これに伴う人口減少が進行している。市域内の事業所数と産業構成は下表の通りであり、製造業の割合が高い地域である。

表①守口市の事業所数と産業構成

	割合 (%)	事業所数	小規模事業所数
卸売業	5.3	361	218
小売業	31.7	2,160	1,597
サービス業	28.8	1,962	1,121
製造業その他	34.2	2,329	2,152
	100	6,812	5,088

表②門真市の事業所数と産業構成

	割合 (%)	事業所数	小規模事業所数
卸売業	4.9	284	154
小売業	33.3	1,933	1,416
サービス業	27.0	1,566	854
製造業その他	34.8	2,022	1,749
	100	5,805	4,173

(2) 域内小規模事業者の現状と課題

上記の通り、守口市と門真市は発展した歴史や人口規模、事業所数や産業構成など類似点が多い地域であるため、課題についても共通事項が多く見られる。

工業の現状と課題

パナソニック(株)の下請けの小規模事業者が多く存在しており、長年、大企業のもとで培った高い技術は保有しているものの、グローバル化を背景に相互依存関係は希薄化してきている。これにより、小規模事業者は自らが市場と向き合い、需要を獲得する必要に迫られている。

しかしながら、多くの企業は、下請けとして事業を進めるあまり、これまで営業活動をおこなうことがなかった。そのため、自社技術の新たな用途開発・販路開拓をするための企画力や営業力が乏しいのが現状である。

景気低迷による影響を受け、事業所数や従業員、製造品出荷額共に減少している中、製造業の閉塞感を克服していくため、既存工業の高度化や技術・製品開発力の強化に加え、独力で新規取引先開拓が可能となるような営業力の強化を進めることが重要な課題となっている。

表③ 製造業の事業所数・従業員数・出荷額の推移

	事業所数	従業員数	出荷額 (万円)
平成 18 年	2,353	41,669	70,315,282
守口市	1,417	18,968	23,569,621
門真市	936	22,701	46,745,661
平成 21 年	2,112	45,055	78,302,352
守口市	1,244	14,492	18,494,109
門真市	868	30,563	59,808,243
平成 24 年	1,933	38,508	48,383,580
守口市	1,102	10,838	12,651,615
門真市	831	27,670	35,731,965

※平成 26 年度門真市統計書・平成 26 年度守口市統計書による

商業の現状と課題

大型店の進出や専門店の集中出店の影響がみられる中、経営者の高齢化及び後継者不足による廃業も顕著となっており、特に商店街においてはその傾向は強く、危機的な状況である。

そのような中で、商業連盟が主催する「商業まつり※」や、京阪本線の各駅前を中心とした「かどま元気バル※」が広がりを見せるものの、個店自体の魅力が十分にアピールできていないため、集客につながりにくく、チェーン店との安売り競争に巻き込まれている。

また、工業と同じく、パナソニック㈱の生産拠点シフトや廃業による従業員の大幅な減少や地域住民の少子・高齢化により、業績が悪化しており、新規顧客獲得のための販促活動や、地域外から顧客を取り込むことによる売上増加が課題である。

※ 商業まつりは、守口市・門真市の両商業連盟が個々に実施しており、どちらも消費者に対して、市内商業施設（加盟店など）での購買促進を目的に実施している。

※ かどま元気バルは、飲食店約 100 店が参加し、新規顧客獲得の為、期間限定でおこなうバルイベント。平成 28 年 11 月時点で 8 回目を迎える。当所は後援すると共に、参加店の募集に協力している。

表④ 商業における事業所数の推移

	卸売・小売業	飲食サービス業・宿泊業	合計
平成 18 年	3,368	2,316	5,684
守口市	1,869	1,133	3,002
門真市	1,499	1,183	2,682
平成 21 年	3,102	2,230	5,332
守口市	1,730	1,096	2,826
門真市	1,372	1,134	2,506
平成 24 年	2,774	1,982	4,756
守口市	1,549	983	2,532
門真市	1,225	999	2,224

※平成 26 年度門真市統計書・平成 26 年度守口市統計書による

(3) 商工会議所の取組みの現状と課題

当所は、昭和 45 年 4 月 1 日、守口商工会議所と門真市商工会が合併して発足。市域を異にする商工会議所と商工会が合併し、新しい商工会議所が誕生するというケースは当時、全国でも珍しく、これは守口市・門真市の地域的社会的共通性、産業構造の類似性、商圈の交錯、道路交通の一体性、行政組織の広域化等々による。現在、商工会議所の役員・議員は会頭はじめ 124 名、職員は 22 名で運営している。

地域の事業所数は 12,617 事業所（表①、②より）であり、会員数 2,862 事業所（組織率 22%）。製造業その他が 39.1%と多く、パナソニック㈱の城下町として発展してきたことが伺える。

工業に対する取組みと課題

当地域の課題である「技術はあってもPRできない（独力で販路開拓できない）」事業所が多いという中で、高度な技術を持った製造業を認定（※）し、当所がPRすることで、販路拡大につなげる「守口門真ものづくり元気企業」事業を実施している。展示会等で広くPRすると共に、申請にあたっては、経営分析を支援し、財務分析までをおこなっている。

しかし、認定企業全体（平成28年1月時点で72社を認定）のPRがメインであることから、各々の技術を活かせる取引先・分野の模索支援を含めた効果的・計画的な販路開拓支援が不十分であることと、認定水準に満たない事業所に対する支援が課題である。

また、大阪府下の14商工会・商工会議所と連携し、展示会事業（H27年度展示会名：ビジネスチャンス発掘フェア）を実施。小規模事業者が出展しやすい小中規模展示会にて製品力・技術力のPRをおこなっている。

しかし、展示会出展ノウハウを保有する事業所は少数であるため、ブースにおける効果的なPRや、終了後のフォロー営業が出展事業所の多くにおいて不十分であることが課題である。

他にも販路開拓や海外展開支援セミナーなど工業関連のセミナーも実施しているが、効果は受講事業所または受講者に限定されており、地域の課題解決までには至っていない状況である。

※ 認定にあたっては、近畿経済産業局、大阪府、守口市、門真市、大阪府立大学工業高等専門学校、製造業経営者により構成される認定委員会において審査をおこなっている。

商業に対する取組みと課題

商業の課題である新規顧客獲得のため、販売促進セミナーやインターネットを利用した企業紹介サイト「ザ・ビジネスモール（大阪商工会議所運営）」の活用促進はもちろん、商店街を中心とした活性化事業（イベント）への支援や、クーポンブックである「名店パスポート」の発行や、見本市である「大商業祭」を開催している。

しかし、いずれも単発（スポット）的な事業であり、継続的な活性化にはつながっていないことに加え、各店の魅力やPR力の向上といった個別支援が不十分である。各店や商店街が魅力を持ち、それを効果的にPRすることで、地域住民はもちろん、遠方からも集客が可能となるような「ブランド化」を進める必要がある。

また、廃業や空き店舗対策については、創業塾において、創業希望者に対して商店街空き店舗情報の提供をおこなっているものの、マッチング率が低いことが課題である。

商工業に共通する取組みと課題

創業支援や小規模事業者持続化補助金等の申請支援、融資相談を通じて、計画的な販路拡大のための事業計画や資金繰り計画の策定支援をおこなっている。また、「会議所からつなぐ！広げる！守口門真」をキーワードに、地域内のマッチングを推進するため、各事業所の事業内容の把握を進めている。

しかし、事業計画・資金繰り計画の策定にあたっては、当所の経営分析能力及び需要動向の把握が不十分であること、また、マッチングに関しては、事業内容を把握している限られた事業所のみでおこなっていることが課題である。

(4) 中長期的な振興のあり方

これらの現状と課題を踏まえ、地域の総合経済団体として、地域の行政及び商業組織、金融機関などと連携して、小規模事業者が新たな分野・市場への販路開拓や、地域ブランド力の向上、創業の促進などを通じて、小規模事業者が持つ力を最大限に発揮できる環境を作ると共に、伴走型支援により、持続的発展が可能となるよう支援をおこなっていく。

そのような中で、地域の強みである工業の振興が最優先だと考える。

長年培ってきた下請け企業として保有する高い技術力を、小規模事業者自身が自社の強みとして理解し、販路開拓先として既存業界及び新分野・先端技術分野を適正に判断し、自立した営業体制の下、積極的な営業活動を各々がおこなうことで、地域工業全体の持続的な活性化を図る。

また、有力な技術を保有する地域の小規模事業者同士をネットワークとしてつなげ、「守口門真」を技術力の高いものづくり地域として、全国に通用するようなブランドイメージを確立させる。

商業においては、高齢化や業績悪化による廃業に対して、既存事業者の売上増と新規創業者の増加を図る必要がある。

売上増加に関しては、各店の魅力向上を基本に、商品開発能力やPR力を強化し、自ら集客につなげられるよう支援する。商店街においては、小規模事業者が、日頃から継続的におこなえる「個店・商店街ブランド化事業※」と連動させ、地域外から顧客を取り込むことで、売上増を目指す。

また、廃業に対しては、創業者（小規模事業者）を増加させるため、事業計画の作成支援はもちろん、商店街の空き店舗を中心とした物件情報や、創業者向けの支援メニューを創業希望者に提供し、創業し易い環境作りに取り組んでいく。

※ 「〇〇と言えば〇〇商店街」というイメージの定着をおこない、来街者を増やし、新規顧客獲得・顧客来店数の増加を目指す事業。平成27年度より一部の商店街・市場でスタートしている。そのブランドの特徴を個店の魅力向上にも反映させていく。

(5) 経営発達支援事業の目標

上記を踏まえ、当地域の小規模製造業者が抱える課題である「自立的な販路開拓」を実現させるため、製造業が保有する技術やノウハウを始めとした経営資源や、財務状況を踏まえた経営分析をおこない、事業計画の策定にあたっては需要動向調査に即した販路拡大を支援する。

また、分析・計画策定のためのノウハウを持たない事業者も多いため、職員がヒアリングやアドバイス等の細やかな支援をおこなうと共に、事業所と一丸となって取り組ん

でいく。

さらに、商業者の創業支援と連動した商店街の空き店舗対策を実施すると共に、「商店街ブランド化事業」により賑わいを創出することで相乗効果を図る。

なお、経営分析及び事業計画の策定における支援力強化として、専門家の活用はもちろん、守口市及び門真市、金融機関、認定支援機関と連携した「もりかど産業支援機関ネットワーク」を活用する。

※定量目標は、「経営発達支援事業の内容」に記載。

(6) 目標の達成に向けた取組み方針

○経済動向調査・需要動向調査・経営分析

行政が公表する景況調査の結果分析のほか、小規模事業者に対する意識・意向調査をおこなう。展示会来場者からニーズなど需要動向を収集する。収集した情報は、分析し、公表すると共に、事業計画策定の基礎資料として活用する。各種相談時において、根源的な課題を探るため、経営分析をおこなう。

○事業計画策定及び実施支援

各事業者の課題解決を目的に事業計画策定支援をおこなう。実施にあたっては、フォローを欠かさず、伴走型支援を基本とし、必要に応じて専門家を活用する。

○小規模事業者販路開拓支援

地域に向けて、「名店パスポート」や「大商業祭」を活用する。広域に向けては、「大阪勧業展」、「ビジネスチャンス発掘フェア」を活用する。IT活用として「ザ・ビジネスモール」を推進し、販路開拓につなげる。

○地域の活性化に資する取組み

守口門真というブランドを「守口門真ものづくり元気企業事業」、「個店・商店街ブランド化事業」において確立し、地域の特色をPRすると共に、取引拡大につなげる。

○分析力・計画策定及び実施支援力向上

「もりかど産業支援機関ネットワーク」による行政、金融機関、認定支援機関の連携による支援の強化と、職員向け勉強会の実施による各事業所の経営・需要動向分析力及び計画策定・実行支援力の向上。

○事業の評価

大阪府補助金の評価制度と、当所独自の外部有識者で構成される評価検討会議による評価制度を併用することで、確かな評価・検証をおこなう。

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34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】

《現状・課題》

景況調査は、これまで不定期で実施してきたが、地域全体としての経済動向の把握に止まっている上、公表していない。

そのため、調査結果が有効に活用されておらず、小規模事業者が地域の経済動向を把握することが困難な状況である。

《実施内容》

今後は、以下の調査・分析を通じて、外部環境である地域経済の動向及び市場の動向等を把握し、企業経営者が経営方針や新事業への取り組み等の意思決定をおこなうために活用できるよう会報誌やホームページに掲載していく。分析にあたっては、専門家を活用する。

また、もりかど産業支援機関ネットワーク（※）構成機関である行政や金融機関との情報共有を図ると共に、小規模事業者への情報提供を依頼する。

調査結果は、小規模事業者の事業計画策定のための資料とするほか、地域経済活性化策の基礎資料としても活用する。

※ もりかど産業支援機関ネットワークとは、守口市・門真市の企業を応援することを目的に、地域の金融機関、産業支援機関、行政機関等が連携することで、効果的な企業サポートを実現するため、2014年2月に立ち上げた組織（別表4）。

①守口市・門真市の景況調査

毎月、管内小規模事業者（対象：200件）を対象に、景況調査をおこなうことで、ミクロの経済状況や支援ニーズを把握する。

なお、調査結果は、随時会報誌及びホームページで公表すると共に、窓口相談や巡回相談時においても積極的に情報提供をおこなう。

調査項目：景況感、設備投資実施の有無、売上額の増減、利用客数の増減、資金繰りの状況、採算状況、支援ニーズ。

分析項目：業種ごとの地域市場の動向及び景況感等各項目の推移。

②もりかど産業支援機関ネットワークでの調査・情報提供

もりかど産業支援機関ネットワークを通じて、連携先である金融機関・認定支援機関への調査をおこない、支援者側から客観的な視点での経済状況を把握する。

また、各種調査結果を連携先に発信し、情報提供をおこなうと共に、随時会報誌及びホームページで公表すると共に、窓口相談や巡回訪問時においても積極的に情報提供をおこなう。

調査項目：景況感、設備投資実施の有無、借入申込み数の状況、主な相談内容など。

分析項目：業種ごとの地域市場の動向及び景況感等各項目の推移。

③各種統計調査の活用・分析

地域の経済状況を把握するため、大阪府や守口市・門真市の統計書を基に分析をおこない、当地域の傾向をより明確に把握する。その結果を、小企業規模事業者へ積極的に情報提供をおこない、経営分析や事業計画策定に活用する。

また、地域経済活性化策の検討にあたっての小規模事業者の取り巻く環境を調査し、整理・分析することで、事業計画策定支援や経営状況の分析の基礎資料として活用する。

分析項目：事業所数など各項目の推移及び課題や動向について。

〈目 標〉

経済動向調査・分析を通じて、外部環境である地域経済の動向及び市場の動向等を把握し、企業経営者が経営方針や新事業への取り組み等の意思決定をおこなうために活用できるよう情報提供をおこなう。

単位：情報提供数

	現状	29年度	30年度	31年度	32年度	33年度
会報誌	内部資料で活用	2,800	2,800	2,800	2,800	2,800
窓口相談	内部資料で活用	400	410	440	470	500
巡回	内部資料で活用	2,200	2,200	2,300	2,300	2,300
金融機関等連携先	内部資料で活用	20	20	20	20	20

会報誌にて情報提供をおこなうと共にホームページにて公表する。

なお、会報誌で情報提供し、相談窓口においても情報提供をおこなうケースも考えられるため、各項目は重複する可能性もある。平成27年度の会員数、相談実績、巡回実績より算出している。

また、数値目標については、提供先が不明確なホームページ分は除いている。

2. 経営状況の分析に関すること【指針①】

《現状・課題》

これまでは、税務相談や金融相談での財務分析はおこなっており、現状の財務内容を把握する効果はあったものの、その根幹にある経営課題や非財務情報（例えば技術力や強み等）の分析及びフィードバックはおこなってこなかった。

《実施内容》

以下の①及び②の方法・項目で、地域の小規模事業者の経営状況分析を支援する。

①巡回訪問及び窓口相談時において、これまでおこなってきた財務分析項目に加え、商品や役務の内容、保有する技術やノウハウ、顧客・取引先などの経営資源に関する項目、SWOT分析による強み・弱み・市場・脅威、マーケティングの4P分析による製品・価格・販売チャネル・広告宣伝の把握を通じて課題を明確にする。

②小規模事業者が独力で継続的に分析・把握できるよう経営分析セミナーを実施し、啓発された受講者に対して、個別の支援をおこなう。専門家派遣も積極的に活用し、フォローをおこなう。

また、分析・把握したデータを、個々の小規模事業者が事業計画を策定する上での基礎資料として整理し、提供すると共に、解決策を提案する。

分析・把握能力の向上及び解決策の提案に関しては、職員間にて勉強会をおこない、分析手法やノウハウを共有し、支援力を向上させると共に、もりかど産業支援機関ネットワークによる金融機関や認定支援機関と連携することにより分析力を向上させる。

《目 標》

小規模事業者が、自社が置かれている状況や強みを理解し、課題認識をおこない、事業計画の策定に繋がるよう経営状況の分析を支援する。

単位：事業所数

経営分析	29年度	30年度	31年度	32年度	33年度
①巡回訪問・窓口相談 で支援する事業所数	75	80	85	85	90
②セミナー で支援する事業所数	10	10	10	15	15
合 計	85	90	95	100	105

3. 事業計画策定支援に関すること【指針②】

《現状と課題》

行政が公募する各種補助金申請などに必要な事業計画の策定支援はおこなっているものの、事業者で考えられた内容に即した計画策定支援のみであり、客観的・総合的な視点に欠け、根本的な経営課題の解決につながっていない。

今後は、経営状況の分析結果をふまえ、中長期的な視点を持った経営計画策定を支援する。

《実施内容》

①巡回訪問及び窓口相談において、小規模事業者に対して事業計画の策定を支援し、強みを活かした新事業や、経営課題の解決策提案をおこなう。事業計画策定にあたっては、経営分析により抽出した課題を解決し、確実に実行でき、需要を見据え、新商品開発や新事業展開といった成果が上がるようなものとなる計画が策定できるよう支援をおこなう。

②経営分析をおこなった事業所に対して、事業計画の重要性を周知し、策定に関心を持ってもらうため、事業計画策定及び活用セミナーをおこない、個別支援につなげる。

《目 標》

経営分析をおこなった事業所への巡回訪問・窓口相談時において、事業計画策定が経営に与える影響について具体例を挙げて周知することで、策定支援数を増加させていく。

さらに、事業計画策定に必要な一定知識の提供をセミナーでおこなうと共に、より専門的な課題を持った事業所に関しては、事業計画策定時に専門家にも帯同していただく。

単位：事業所数

事業計画策定	29年度	30年度	31年度	32年度	33年度
①巡回訪問・窓口相談	55	60	65	65	70
②事業計画策定セミナー	5	5	5	10	10
合 計	60	65	70	75	80

4. 事業計画策定後の実施支援に関すること【指針②】

《現状・課題》

これまでの事業計画策定後の支援は、補助金採択や融資を受けた事業所に対するフォローを行っている程度に過ぎなかった。

事業計画策定を支援した小規模事業者の「目標」の達成に向け、進捗を把握すると共に、必要な支援をおこなう。

《実施内容》

①巡回訪問・窓口相談及び、②事業計画策定セミナーをきっかけに事業計画策定を支援した事業所に対して、経営指導員が3ヶ月に一度のペースで進捗を確認し、計画が実行されているかを把握する。

計画通りに進んでいない事業所に関しては、訪問の頻度を上げ、必要な指導・助言をおこなうと共に、専門的な課題を持つ事業所に関しては、専門家派遣による課題解決支援をおこなっていく。

計画実施に有効な国・府・市の施策情報や、最新の地域経済需要動向に関する情報を提供すると共に、施策への申請支援をおこなう。

また、事業所の状況より、もりかど産業支援機関ネットワークや地域支援ネットワーク（※）参加機関と連携し、資金調達の支援にもつなげる。

※ 地域支援ネットワークとは、枚方信用金庫、大阪信用保証協会門真支店と連携し、大阪府制度融資を推進する連携体である。（別表4）。

《目 標》

定期的（3ヶ月に1度）の進捗管理に基づき、事業計画に定めた目標達成に必要な指導・助言を行うと共に、施策への申請支援や、融資等での資金調達など計画実行に必要な支援をおこなう。

単位：事業所数

フォローアップ	29年度	30年度	31年度	32年度	33年度
①巡回訪問・窓口相談	55	60	65	65	70
②事業計画策定セミナー	5	5	5	10	10
合 計	60	65	70	75	80

5. 需要動向調査に関すること【指針③】

《現状・課題》

需要動向調査に関しては、展示会や業界専門誌での一般的な情報収集はしてきたものの、個社の視点での有益な情報の分析や提供はおこなっていない。

《実施内容》

(1) 工業

大手家電メーカーとの取引で培われた技術力を活かした販路開拓に向けて、総合展示会である「大阪勧業展」や「ビジネスチャンス発掘フェア」はもちろん、ものづくり系の展示会の中でも、金属・プラスチック加工がメインの「関西機械要素技術展」、医療機器分野に特化した「関西医療機器開発製造展」等の成長産業をテーマとした展示会への出展事業所を対象に、金属加工、プラスチック加工における技術的な需要動向について調査をおこなう。

調査結果については、専門家と共に分析をおこない、新分野・市場への参入を予定している小規模事業者に対して情報提供をおこなう。

また、収益拡大の資料として活用するほか、事業計画策定の基礎資料として活用する。

支援対象事業所

新分野・市場への参入を予定している小規模事業者。主に新分野調査研究会に参加する5事業所。

また、効果拡大のために3年目、5年目に支援対象事業所数を増加させる。

※ 新分野調査研究会は、当地域において高い技術力を持つ5事業所が参加し、既存事業以外の分野・取引先へのアプローチをおこない、事業の柱とする事業。27年度より実施しており、現場改善や取引先増加など効果が表れている。

調査方法

展示会に出展している事業所の内、金属またはプラスチック加工を取引先に持つ事業所を対象に、経営指導員が、専門家と共に作成したヒアリングシートを使い、新分野への進出を模索している5事業所の技術・製品に関する技術的ニーズ、改善の有無、取引の可能性等に関して、1支援事業所あたり、20事業所分のデータが提供できるようヒアリングをおこなう。

調査する事項

①事業規模・業種、②価格・部材・材質・加工内容・形状・発注ロット等の具体的な発注ニーズ、③来場者が持つ技術的課題、④参加企業が保有する技術に関する評価等を中心に、専門家の意見を取り入れ、ヒアリングシートを作成する。

(2) 商 業

地域の地場産品である「門真れんこん」を使った新商品の開発及びPRを目的に、以下の項目を調査収集すると共に、消費者が求めるサービスについて調査をおこなう。

調査結果については、専門家と共に分析をおこない、地場産品を使った新メニューや新サービスの新設を希望している小規模事業者に対して情報提供をおこなう。

また、収益拡大の資料として活用するほか、事業計画策定の基礎資料として活用する。

支援対象事業所

大商業祭に出展する事業所の内、「門真れんこん」が活用可能な飲食・サービス業 10 事業所。

また、効果拡大のために3年目、5年目に支援対象事業者数を増加させる。

※ 大商業祭は、当所が主催する見本市イベントであり、50 事業所（小売・飲食・サービス業）が出展し、約 4,000 人が来場する。

調査方法

大商業祭来場者を対象に、経営指導員が、専門家と共に作成したヒアリングシートを使い、出展している 10 事業所の商品・サービス及び地場産品である「門真れんこん」の活用や市場性等に関して、1 支援事業所あたり、25 名分のデータが提供できるようヒアリングをおこなう。

調査する事項

①出展している事業所の商品・サービスに関する評価・改善に関する事項及び、地場産品である「門真れんこん」の②加工例（※）を基にした市場性（価格帯、分量、デザイン等）、③活用方法（レシピ等）、④希望するサービス（年齢層に分かれたニーズ）を中心に、専門家の意見を取り入れ、ヒアリングシートを作成する。

※ 「門真れんこん」をフリーズドライ加工した粉末を使い、うどん・パン・ロールケーキなどが、現在、生産されている。

《目 標》

収集した調査結果については、調査実施後、経営指導員が専門家と分析をおこなう。分析結果は、個社の事業計画策定や販路開拓や新製品・商品・サービス開発に活用する。

また、個社情報以外については、業種別、商品等別にカテゴライズ・分析し、職員間で共有する。また、ホームページで広く情報を公開する。

内 容		29 年度	30 年度	31 年度	32 年度	33 年度
①展示会	データ 収集数	100	100	160	160	200
	提供先 事業所数	5	5	8	8	10
②大商業祭	データ 収集数	250	250	375	375	500
	提供先 事業所数	10	10	15	15	20

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】

《現状・課題》

製造業においては、展示会への出展補助をおこない、販路開拓支援としているものの、各社の経営分析をおこなっておらず経営課題や強みが把握できていないため、課題解決のための効果的な出展方法や展示会自体の適合性についての提案はできていない。

商業については、クーポンマップである「名店パスポート」の配布や、見本市である「大商業祭」を開催し、一般消費者向けにPRはおこなっているものの、工業と同じく、経営分析ができていない為、客観的な視点に欠け、効果的な集客につながっていない。

また、ITを有効に活用している企業は限られており、ホームページはあるものの、集客につながっていないという現状である他、当所が推進しているビジネスマッチングサイト「ザ・ビジネスモール」の利用率も低い。

《実施内容》

新たに販路開拓が必要な事業所に対して、上記の展示会、クーポンマップ、見本市の活用を促す。また、より効果的なPRができるよう、「いかに商談・成約を獲得するか」、「出展に際してすべきこと」といった内容のセミナーによる支援をおこなうと共に、IT活用による積極的な販路開拓が可能となるよう支援をおこなう。

また、フォローにより、売上の推移や商談件数の把握をおこない、事業効果が高まるようフィードバックをおこなう。

①地域の需要開拓「名店パスポート」、「大商業祭」

名店パスポートにおいて、地域住民へのPR支援をおこなう。事業計画を策定した事業所に積極的な活用を促すと共に、計画を基に、記載内容について十分に検討をおこない、更なる販路拡大を支援する。

大商業祭への出展については展示方法やチラシの作成・配布方法まで細やかな支援をおこなうと共に、地域の消費者やマスコミ関係に向けて広く情報発信をおこなうため、行政、金融機関、郵便局、教育機関と連携し、店舗・商品・サービスの認知度向上による売上増を図る。

来場者より集めた声を出展者にフィードバックし、新商品の開発や改善に活用する。

②広域の需要開拓「大阪勧業展」、「ビジネスチャンス発掘フェア」

ビジネスマッチングを目的として大阪府内20商工会議所・16商工会が実施している大阪勧業展や、大阪東部地域の商工会議所が中心となり運営するビジネスチャンス発掘フェアへの出展を支援する。

出展に際して、PR方法や商談方法についての専門家を招聘して説明会を実施し、効果を高める。

来場者より集めた声を出展者にフィードバックし、新製品の開発や改善に活用すると共に、出展後のフォローにより売上増を図る。

③ I Tを活用した需要開拓「ザ・ビジネスモール」

ビジネスマッチングサイトであるザ・ビジネスモール（24万社登録）への登録を推進し、同サイトの商談機能であるザ・商談モールを活用し、B to B取引を支援する。

ザ・商談モールは、「こんな商品を探している」、「こんな特殊加工ができる製造業を探している」といった内容を登録すると、提案や見積りがメールで届く機能であり、登録内容を職員と一緒に検討することにより、回答率を高めることで、取引先探しに費やしていた時間と手間が省かれ、より効果的に販路開拓がおこなえるよう支援する。

《目 標》

単位：事業所数

	29年度	30年度	31年度	32年度	33年度
名店パスポート	100	100	110	120	120

単位：件

	29年度	30年度	31年度	32年度	33年度
展示会 商談件数	390	410	430	450	470
ビジネスモール 商談件数	10	15	20	25	30

既存商談件数についての算出数字は、平成26年度大阪勧業展及びビジネスチャンス発掘フェアのアンケート集計結果から算出している。

II. 地域経済の活性化に資する取組み

(1) 「守口門真ものづくり元気企業」認定事業を通じた、ものづくりブランドの確立

守口市・門真市内のものづくり企業の技術力、製品力において、特に優秀と認めた企業を当所が認定する「守口門真ものづくり元気企業」認定事業を通じ、認定企業（平成27年1月現在72社認定）の販路拡大に対する支援のみならず、守口門真に高い技術力をもつ小規模事業者が集積している、東京都大田区や大阪府東大阪市のような「ものづくり地域」のイメージ定着・地域ブランドの確立を目指す。

そのため、継続的（毎年1回・10社程度）にもものづくり企業の掘り起しをおこない、技術的な強みを把握し、技術力や魅力を書面に効果的に落とし込んだ申請書の作成支援も伴走的支援として実施する。

認定事業所や元気企業ブランドはホームページや展示会でのPR、全国商工会議所への元気企業パンフレットの送付、企業紹介依頼における積極的なマッチング、地元商業施設におけるポスター掲示等をおこない、ものづくりブランドの確立に向けて取り組む。

また、当事業は事業設計から毎年の審査や事業の改善について、大阪府・近畿経済産業局と連携しながら事業を進めている。認定事業所については、各事業所の技術力を把握している強みがあり、上位の認定事業と位置付けている大阪府の「大阪ものづくり優良企業賞」、さらには近畿経済産業局の「関西ものづくり新撰」へのステップアップに向けて積極的に支援をおこなっており、実際に認定された実績を持つ。（大阪府：28社、近畿経済産業局：3社）事業内容を深く理解できることから国の「ものづくり補助金」の積極的な活用支援における掘り起しの場にもなっている。

行政、地域の製造業者代表によって組織する当所工業振興委員会において、地域を代表する認定企業の現状を踏まえ、今後の事業のあり方、ものづくりのブランドイメージ確立に向けた地域の方向性を検討し、共有する。



(2) 新分野調査研究会における脱城下町への取組み

大手企業との取引がメインの企業において、自社の技術力を他の分野（業種）で活用し、取引先の拡大を図る取り組みとして、新分野調査研究会を実施している。

研究会において、当所が選定したコーディネーターの指導の下、自社の強みや現場改

善をおこなっており、自社のアピールポイントや保有する技術が活用できる分野について検討をおこなっている。

また、参加企業同士が相互に工場を視察し、他社の強み・技術を把握する中で、取引先を紹介し、取引につながっており、売上向上効果が出ている。

今後も、大手企業との取引で培われた技術力を活かす分野を検討し、それぞれに合ったアピール先を提案していく。

(3)「商店街・個店ブランド化事業」による商業振興と活気あるまちづくりへの取組み

まちに人を呼び込み、地域の商店街及び個店を活性化させることを目的に「商店街ブランド化事業」に取り組む。農産物（門真れんこん）、歴史（東海道五十七次：守口宿）や動物（過去にライオンを飼っていたことで有名）などの地域資源や、商店街及び市場の独自性（高い仕入力によるプレミアム感漂う商品群）を基に、商店街ごと個店ごとにブランドを創出し、売上増加による商業振興と活気あるまちづくりを目指す。商店街ブランドの創出については守口市・門真市の施策の方向性とも一致している。

実施においてはコーディネーターとして専門家を活用する。様々な業種・多くの小規模事業者が関わるため、分かり易く下記の通り段階的に目標を設定し、ブランド化に取り組む。

行政、地域の事業者代表によって組織する当所商業振興委員会において、地域ブランド化の現状を踏まえ、今後の事業のあり方、地域ブランドの確立・発信に向けた取組みを検討し、方向性を共有する。

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

当商工会議所と行政（守口市・門真市）が共同で運営している「もりかど産業支援機関ネットワーク」において、行政や金融機関、認定支援機関と定期的な情報交換をおこない、地域の産業支援機関が共通認識を持つと共に、相互に支援メニューの活用促進を図る。

また、参加支援機関同士が共同で支援をおこなうことで、他の支援機関のノウハウを得る機会となる。

①情報交換をおこなう相手先

もりかど産業支援機関ネットワーク参加機関（20機関）

守口市、門真市、門真市中小企業サポートセンター、尼崎信用金庫、大阪シティ信用金庫、大阪信用金庫、大阪信用保証協会、オクムラ経営コンサルティングオフィス、北おおさか信用金庫、北浜グローバル経営(株)、京都信用金庫、(株)近畿大阪銀行、(株)四国銀行、(株)商工組合中央金庫、(株)日本政策金融公庫、のぞみ信用組合、枚方信用金庫、(株)みずほ銀行、(株)三井住友銀行、(株)りそな銀行。

②情報交換をおこなう頻度・目的

年間2回の定例会議のほか、交流会等において、支援ノウハウの共有を図ると共に、相互に支援メニューの活用促進を図る。

その他、大阪東部地区商工会議所の中小企業相談所長会議（年間2回）や、日本政策金融公庫守口支店との経営改善貸付推薦団体連絡協議会（年間2回）において具体的な支援例およびノウハウを共有し、当所の支援内容に反映する。

※ 大阪東部地区商工会議所とは、北大阪商工会議所、東大阪商工会議所、八尾商工会議所、松原商工会議所、大東商工会議所に当所を含めた6商工会議所で組織されている。

※ 経営改善貸付推薦団体連絡協議会は、日本政策金融公庫守口支店、大阪商工会議所、北大阪商工会議所、四條畷市商工会、大阪府商工会連合会と当所を含め、経営改善貸付の現状や支援例を共有する会議である。

2. 経営指導員等の資質向上などに関すること

日本商工会議所が主催する研修の参加に加え、大阪府が主催する「経営指導員研修」に積極的に（年3回以上）参加することにより、売上げや利益を確保することを重視した支援に必要なスキルを身に着ける。

さらに、「支援力強化勉強会」を15時間/年開催し、経営指導員はもちろん、それ以外の職員も参加することで、組織内で経営指導員のノウハウを共有する。また、若手経営指導員については、上記の他に上司（ベテラン指導員）と一緒に小規模事業者を支

援することで、指導・助言内容、情報収集方法を学ぶなど、OJTにより伴走型の支援能力の向上を図る。

また、小規模事業者の個別分析結果の他、ヒアリング時に収集された情報や専門家による支援内容について、経営指導員間で月1回情報交換をおこない、経営課題の分析や解決策の提案スキルの向上並びに情報の共有を目指す。経営指導員はもちろん、全ての職員間で情報やノウハウ等を共有することにより、今後の巡回・窓口相談においても活用する。

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・検証をおこなう。

- ① 当該事業は概ね大阪府の補助事業で実施しており、「利用者満足度調査」と「事業実績報告書」の提出が義務付けられている。大阪府商工労働部においては、これら資料等をもとに外部有識者から評価を受けることとなっている。その評価結果は商工会議所にフィードバックされ、評価概要並びに事業実績報告書は大阪府のホームページで公開される。
- ② 以上の仕組みに加えて当所では、行政（守口市・門真市）、中小企業診断士、税理士等の外部有識者からなる「経営発達支援計画評価検討会議」を開催し、事業評価・見直し案の提示を受ける。
- ③ 事務局は①の評価、②の評価・見直し案を受け、妥当性を検討し、必要事項について実行に移す。
- ④ 事業成果・評価・見直し結果については、正副会頭会議・通常議員総会へ報告し、承認を受ける。
- ⑤ 事業成果・評価・見直し結果を守口門真商工会議所のホームページで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

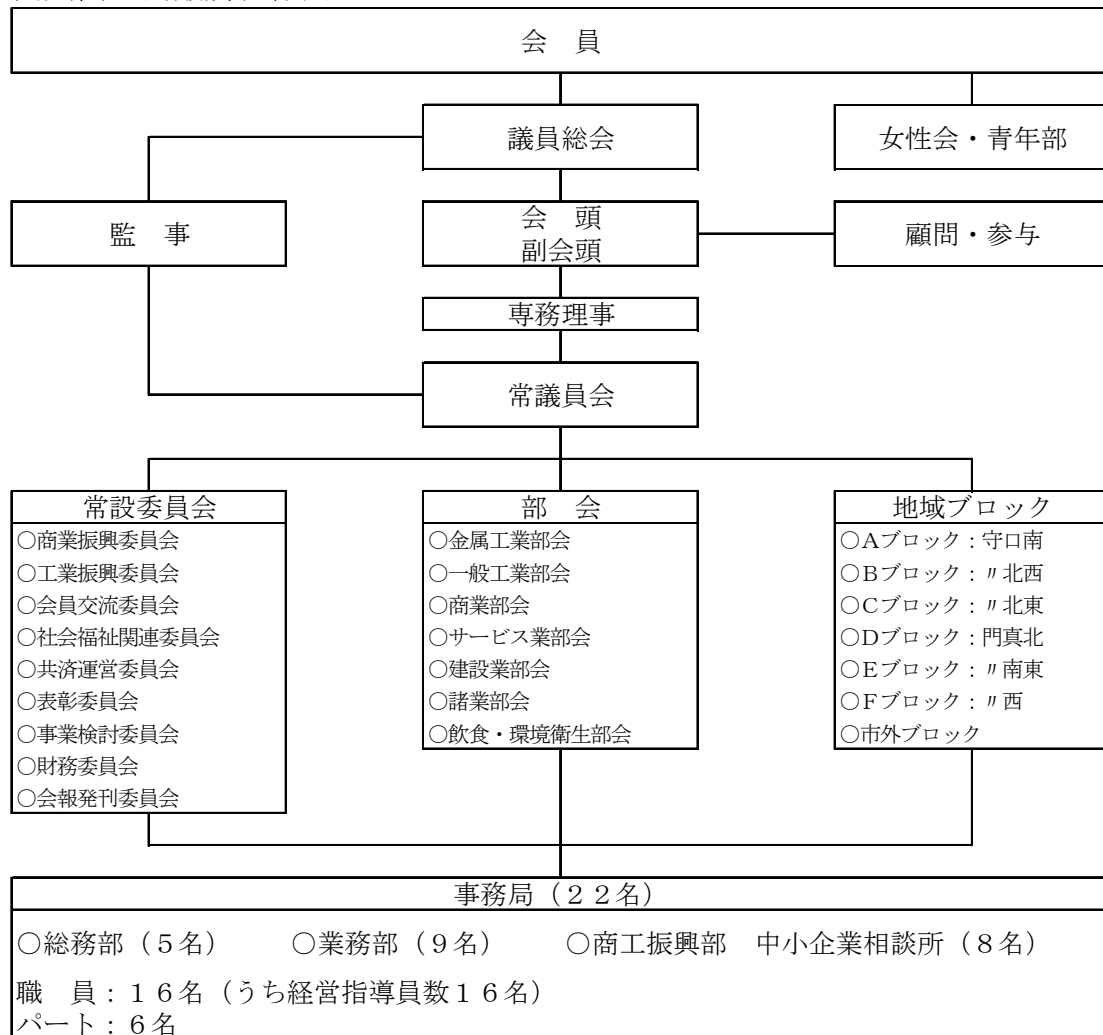
(平成28年11月現在)

(1) 組織体制

《経営発達支援事業に関する組織体制》

当所の実施体制は、商工振興部中小企業相談所が中心となって行うものの、職員16名全てが経営指導員であることから、事業実施にあたっては、全職員で実施する。

《守口門真商工会議所組織図》



(2) 連絡先

守口門真商工会議所 商工振興部 中小企業相談所

住 所：大阪府門真市殿島町6番4号

TEL：06-6909-3303

H P：http://www.mk-cci.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29年度 (29年4月以降)	平成30年度	平成31年度	平成32年度	平成33年度
必要な資金の額	13,500	12,000	12,500	13,000	13,500
事業費	7,000	7,500	8,000	8,500	9,000
専門家活動費	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000
調査研究費	3,000	1,000	1,000	1,000	1,000
管理運営費	500	500	500	500	500

(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、共済収入、手数料収入、国補助金、大阪府補助金、守口市・門真市補助金

(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. 地域の経済動向調査に関すること【指針③】 もりかど産業支援機関ネットワークを通じて、連携先である金融機関・認定支援機関への調査をおこない、結果を共有する。</p>
<p>2. 経営状況の分析に関すること【指針①】 もりかど産業支援機関ネットワークによる金融機関や認定支援機関と連携することにより分析力を向上させる。</p>
<p>3. 需要動向調査に関すること【指針③】 もりかど産業支援機関ネットワークを通じて、需要動向を共有し、活用を促す。</p>
連携者及びその役割
<p><u>守口市 市長 西端 勝樹 (大阪府守口市京阪本通2丁目2番5号)</u> 当商工会議所、門真市と共に事務局としてネットワークの運営を担当する。また、政策的サポートをおこなうと共に、創業にあたり、特定創業支援事業証明書を発行する。</p>
<p><u>門真市 市長 宮本 一孝 (大阪府門真市中町1番1号)</u> 当商工会議所、守口市と共に事務局としてネットワークの運営を担当する。また、政策的サポートをおこなうと共に、創業にあたり、特定創業支援事業証明書を発行する。</p>
<p><u>門真市中小企業サポートセンター センター長 佐藤 伸吾 (大阪府門真市新橋町3番4号103)</u> <u>尼崎信用金庫門真支店 支店長 花崎 健一 (大阪府門真市末広町7番12号京阪古川橋ビル2階)</u> <u>尼崎信用金庫大東支店 支店長 幸田 務 (大阪府大東市赤井1丁目1番10号スミコ大東ビル4階)</u> <u>大阪シティ信用金庫守口支店 支店長 毛利 孝生 (大阪府守口市京阪本通1丁目4番12号)</u> <u>大阪シティ信用金庫門真支店 支店長 小野 彰 (大阪府門真市本町30番3号)</u> <u>大阪信用金庫守口東支店 支店長 渡辺 秀明 (大阪府守口市藤田町2丁目5番14号)</u> <u>大阪信用金庫花博公園支店 支店長 岸本 好滋 (大阪府守口市南寺方南通2丁目4番13号)</u> <u>大阪信用保証協会門真支店 支店長 阪口 正一 (大阪府門真市新橋町34番21号)</u> <u>オクムラ経営コンサルティングオフィス 代表 奥村 政治 (大阪府大阪市中央区2丁目2番3号オクムラ天満橋402)</u> <u>北おおさか信用金庫守口支店 支店長 乾 正春 (大阪府守口市西郷通2丁目15番21号)</u> <u>北おおさか信用金庫門真支店 支店長 深堂 徹 (大阪府門真市江端町38番17号)</u> <u>北おおさか信用金庫寝屋川支店 支店長 堀江 篤史 (大阪府寝屋川市黒原旭町15番1号)</u> <u>北おおさか信用金庫十三守口支店 支店長 前川 哲司 (大阪府守口市梶町4丁目16番13号)</u> <u>北浜グローバル経営株式会社 代表 前井 充司 (大阪府大阪市北区大深町3番1号グランフロント大阪ラジカルビル8階K841)</u> <u>京都信用金庫門真支店 支店長 織田 昌志 (大阪府門真市末広町31番8号サコオ第3ビル5階)</u> <u>株式会社近畿大阪銀行守口支店 支店長 吉澤 輝明 (大阪府守口市本町2丁目5番18号)</u> <u>株式会社四国銀行守口支店 支店長 高橋 伸幸 (大阪府守口市早苗町2番1号)</u></p>

株式会社商工組合中央金庫大阪支店 執行役員大阪支店長 清水 謙之 (大阪府大阪市西区阿波座 1 丁目 7 番 13 号)

株式会社日本政策金融公庫守口支店 支店長 佐竹 雅幸 (大阪府守口市京阪北本通 4 番 10 号)

のぞみ信用組合守口支店 支店長 坂東 浩一 (大阪府守口市西郷通 1 丁目 15 番 16 号)

枚方信用金庫 理事長 吉野 敬昌 (大阪府枚方市岡東町 14 番 36 号)

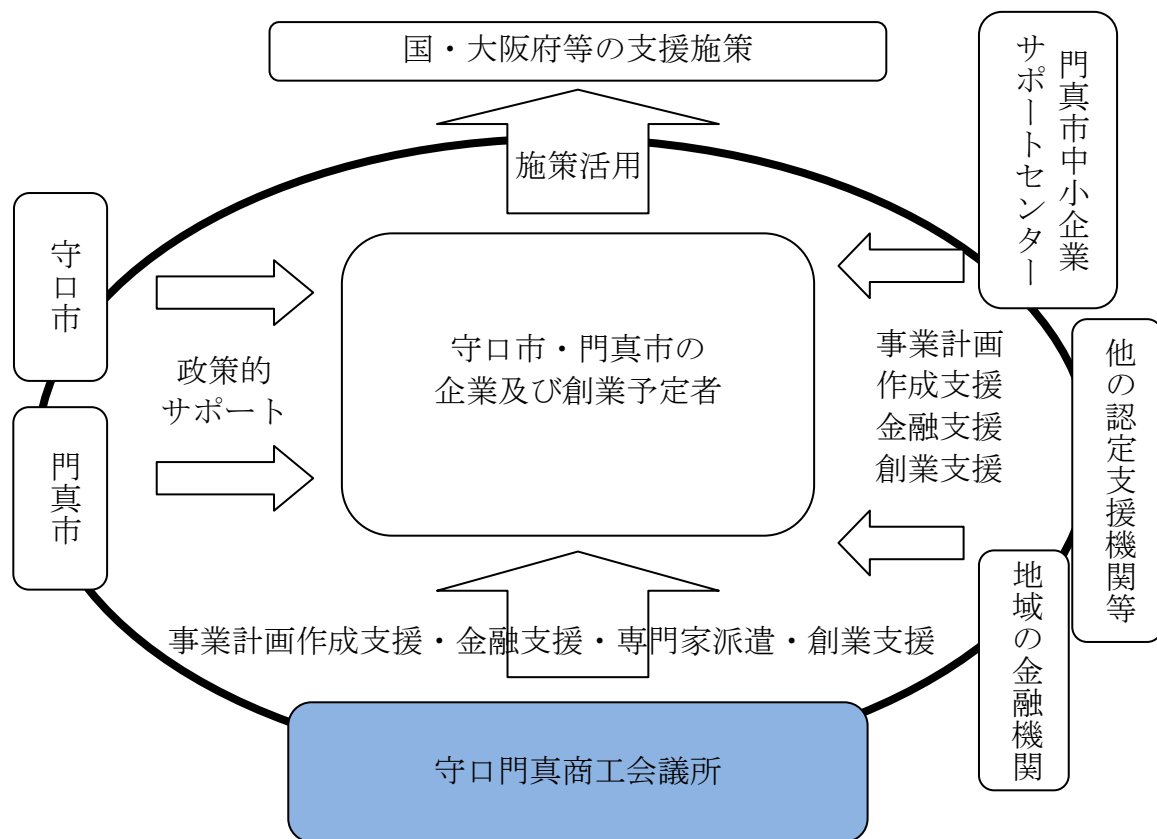
株式会社みずほ銀行守口支店 支店長 富永 浩仁 (大阪府守口市河原町 8 番 21 号)

株式会社三井住友銀行門真守口エリア エリア支店長 湯澤 聰 (大阪府門真市末広町 41 番 1 号)

株式会社りそな銀行守口支店 支店統括部長 阿部 和光 (大阪府守口市京阪本通 1 丁目 3 番 2 号)

企業に対して、専門的な側面から具体的な支援をおこなう。また、創業者の掘り起こしをおこなう。

連携体制図等



連携する内容

1. 地域の経済動向調査に関すること【指針③】

調査結果の分析において、専門的な視点を組み入れる。

2. 経営状況の分析に関すること【指針①】

経営状況分析に関しては、必要に応じて専門家と連携する。

3. 事業計画策定支援に関すること【指針②】

事業計画策定において、専門的な分野に関しては、専門家と連携する。

4. 事業計画策定後の実施支援に関すること【指針②】

事業計画実施において、専門的な課題を持つ事業所に関しては、専門家と連携し、課題解決を図る。

5. 需要動向調査に関すること【指針③】

調査結果の分析において、専門的な視点を組み入れる。

連携者及びその役割

近畿税理士会門真支部 支部長 大川 和俊 (大阪府大東市住道2丁目7番14号森本ビル3階)
大阪府社会保険労務士会大阪北東地区 支部長 成瀬 雅義 (大阪府守口市桜町3番8号205)
守口門真総合法律事務所 所長 村上 和也 (大阪府守口市寺内町2丁目7番27号富士火災守口ビル5階)

高木司法書士事務所 所長 高木るりこ (大阪府守口市竜田通2丁目5番8号)

(株)プラクティカルマネジメント 代表取締役 福田 尚好 (大阪府大阪市阿倍野区相生通2丁目12番24号)

横山経営研究所 代表 横山 昌司 (大阪府大阪市中央区十二軒町6番22号日宝ライフ十二軒町802号室)

加藤経営コンサルティング 代表 加藤 秀勲 (大阪府大阪市北区芝田1丁目4番17号梅田エステート・ビル3階317号)

e&i 経営研究所 代表 高野 淨 (大阪府四條畷市田原台9丁目19番20号)

石橋経営会計事務所 所長 石橋 研一 (大阪府大阪市中央区平野町3丁目1番8号プロスパ-平野町ビル5階)

林弘征税理士・社労士・行政書士事務所 代表 林 弘征 (大阪府大阪市中央区平野町1丁目6番9号平野町K1ビル5階)

笹原特許事務所 代表 笹原 敏司 (大阪府枚方市町楠葉2丁目18番19号)

OFFICE TENPACHI 代表 福満 宏之 (兵庫県尼崎市南塚口2丁目35番2号404号室)

一般財団法人日本ガス機器検査協会 JIA-QA センター 理事長 木村 文彦 (大阪府大阪市淀川区三津屋北2丁目22番62号)

(株)NCコンサルティング 代表 大橋 高広 (大阪府大阪市北区東天満2-2-5 第二新興ビル6階)

多方面の課題に対して、専門的な支援をおこなう。また、調査に関しては、専門的な視点を分析において活かす。

連携体制図等

守口市・門真市の企業

専門家派遣

守口門真商工会議所

提携

専門家

近畿税理士会
門真支部

大阪府社会保険労務士会
大阪北東地区

弁護士・中小企業診断士
技術士・司法書士ほか

連携する内容
<p>事業計画策定後の実施支援に関すること【指針②】</p> <p>管内の事業者を対象とし、「<u>地域支援ネットワーク</u>」と連携しつつ、支援対象事業所へ金融支援をおこなう。</p>
連携者及びその役割
<p><u>枚方信用金庫 理事長 吉野 敬昌 (大阪府枚方市岡東町 14 番 36 号)</u></p> <p>本ネットワークの運営をおこない、大阪府の制度融資を活用した金融支援をおこなう。</p> <p><u>大阪信用保証協会門真支店 支店長 阪口 正一 (大阪府門真市新橋町 34 番 21 号)</u></p> <p>枚方信用金庫からの案件に対して、公的な保証人となり、企業を支援する。</p>
連携体制図等
<p>商工会議所・商工会</p> <p>守口門真商工会議所 北大阪商工会議所 大東商工会議所 四條畷市商工会</p> <p>提携</p> <p>相談</p> <p>北河内地域の企業</p> <p>提携</p> <p>大阪府制度融資による支援</p> <p>枚方信用金庫 大阪信用保証協会 門真支店</p>