

経営発達支援計画の概要

実施者名	尼崎商工会議所
実施期間	平成28年1月1日から平成32年3月31日
目標	<p>地域経済が活性化するには、地域内の小規模事業者が底力を発揮し、持続した経営を行える環境を整える必要がある。そのためには、小規模企業振興基本法に基づく経営発達支援計画や金融機関との更なる連携強化等による金融支援事業や伴走型支援に注力するとともに、小規模事業者の声を集約し、産業と地域社会の活性化に努めていく。</p> <p>特に、明確なビジョンに基づいたビジネスプラン等に基づく経営を行える小規模事業者を増加させるべく、行政や関係団体との連携を視野に入れながら、経営計画の策定や経営分析、販路開拓等の支援について当所が担うべき役割を経営発達支援事業の内容に示していく。</p> <p>また、独創的なアイデアや創意工夫により、自らの経営資源や地域資源を最大限に活用し、成長を図ろうとしている小規模事業者の取組みを手助けし、人材育成事業、大手企業のニーズを小規模事業者に橋渡しするマッチング事業など、引き続き地域経済の活性化につながる独自の事業に積極的に取り組んでいく。</p>
事業内容	<ol style="list-style-type: none"> 1. 地域の経済動向調査に関すること <ol style="list-style-type: none"> (1) 事業所景況調査事業 (2) 地域金融懇談会への参画 2. 経営状況の分析に関すること <ol style="list-style-type: none"> (1) 職員による巡回相談及び専門家との連携による経営分析 3. 事業計画策定支援に関すること <ol style="list-style-type: none"> (1) 経営分析実施後の小規模事業者に対する事業計画策定支援 (2) 創業支援事業を通じた事業計画策定支援の実施 (3) 尼崎市・地域金融機関との連携による事業計画書策定支援 (4) 講座・セミナーの開催 4. 事業計画策定後の実施支援に関すること <ol style="list-style-type: none"> (1) 職員による巡回時におけるフォローアップ支援の実施 (2) 起業家交流事業（起創会）の実施 (3) 小規模事業者等経営改善資金貸付制度（マル経）小規模事業者経営発達支援融資（第二マル経）等の融資制度活用促進と経営計画の見直し支援 (4) アマガサキ・販路拡大・成長応援事業 5. 需要動向調査に関すること <ol style="list-style-type: none"> (1) 職員の巡回等による需要動向の分析 (2) 部会・委員会活動を通じた、需要動向の情報収集 (3) 広報活動等による小規模事業者への情報発信 6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること <ol style="list-style-type: none"> (1) 阪神地域商工会議所間交流連携促進事業 (2) 産業集積地間連携事業 (3) 「尼崎産業フェア」の共同開催 (4) 専門家と連携した販路拡大サポート事業
連絡先	〒660-0881 尼崎市昭和通3-96 尼崎商工会議所 産業部 TEL: 06-6411-2252 FAX 06-6413-1156

(別表1)

経営発達支援計画

経営発達支援事業の目標

【尼崎市の地勢と歴史】

尼崎商工会議所が位置する尼崎市は、現在、市民44万人（平成27年8月1日現在）で兵庫県の南東部に位置し、大阪湾ベイエリアの大規模な産業集積地のほぼ中央に位置する都市である。東は大阪市、西は西宮市、北は宝塚市・伊丹市に囲まれ、南は大阪湾に面している。その形状は、東西約8.3km、南北約11.5kmのほぼ長方形で、面積は50.27km²である。

古くから交通の要衝の地として、近世は城下町として栄えてきた。近代以降は、わが国有数の工業都市として発展してきたものの、交通の利便性などから市域北部を中心にベッドタウン化が進み、1973年頃を境に北部人口が南部人口を上回るようになった。

【尼崎市の産業動向】

尼崎市は、阪神工業地帯の中核として、鉄鋼、化学、機械金属などの基礎素材型産業を中心とする産業都市として日本の経済成長とともに発展を遂げており、中小企業から大企業まで様々な規模の事業者が活躍する『ものづくり産業都市』としての地位を確立してきた。

尼崎市の産業は明治時代の近代的紡績工場の開業など早くから製造業の集積が進み、港湾の整備を通じ重化学関連の企業も加わり、工業地帯としての姿を整えていった。港湾のある臨海工業地域には、鉄鋼、化学等の基礎素材型産業をはじめ最先端技術を有する大企業や中小企業が立地している。地域の中央部分には、一般機械、精密機械等の加工組立型産業の立地が進展し、地元の大企業や隣接する大阪の企業からの需要に対応すべく、機械金属関係を主体に多様な中小企業や小規模事業者が活動している。このため尼崎市の産業は、従来から製造業が大きな比重を占めており、多種多様な業種が集積した工業都市として発展してきた。

しかし、工場立地規制三法による法規制やオイルショック、バブル経済の崩壊、リーマンショックといった景気後退の影響や産業構造の転換、経済のグローバル化など様々な要因が複雑に作用したことにより、事業所の廃止や転出などが進み、産業の空洞化が進んだ。

一方、商業は、大型商業施設の出店や消費者行動の変化により、商店街や市場で空店舗が増加するなど、産業の空洞化や産業活動の低迷が進んでいるため、街のにぎわいづくりを支援してきた。

小規模事業者については、大手企業の下請事業者として存立しており、鉄鋼・金属などの大手企業が景気低迷や市外移転等の影響を大きく受けたことにより、厳しい経営環境の下に置かれており、事業所数が減少していることから、製造業の小規模事業者支援を強化してきた。

当市の事業所に占める小規模事業者の動向をみると、製造業が80.0%、建設業92.2%、卸売・小売業59.8%、宿泊業・飲食サービス業93.8%といった状況にある。

【課題と中長期の目標】

尼崎市は、現在も全国有数の工業都市ではあるものの、大企業の下請けの小規模事業者が多く存在している。これまで大企業が市場から獲得してきた需要の恩恵を享受してきたが、グローバル化の進展等を背景に、大企業と中小企業・小規模事業者との間の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市場と向き合い、需要を獲得する必要に迫られている。当市においても、景気低迷の影響等を受け、事業所数や従業員、製造品出荷額ともに減少しているなか、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、新たな企業の立地促進を進めることが、尼崎産業の重要な課題となっている。

上述のような課題や中長期的な振興のあり方を踏まえ、当所は、「売れる商品へのブラッシュアップ支援による地域外資金の獲得と地域外消費流出の抑制」と「創業支援やリノベーション推進支援による商業エリアの魅力向上」を目標とした活動を行うとともに、製造業のうち多くを占める、金属製品や生産用機械器具製造業の小規模事業者の販路拡大支援を行い、売上の増加や利益の確保を実現す

るとともに、持続的な経営発展を実現すべく、事業承継の支援についても強化していくことが必要であると考えている。

また、商業面においては、大型商業施設等の出店や商圈人口の減少等の影響を受け、多くの市場・商店街空き店舗が拡大するなど、活力が低下してきている。このため、製造業とともに、管内への来客数の増加策の検討等、商業や飲食・サービス業の活性化を進めることも、重要な課題となっている。

【参考】（事業所数と小規模事業者数）

H24 経済センサス活動調査

産業分類	事業所数	小規模事業者数
農林漁業	7	6
鉱業、採石業、砂利採取業	1	0
建設業	1,435	1,323
製造業	1,825	1,460
電気・ガス・熱供給・水道業	13	8
情報通信業	128	105
運輸業、郵便業	407	242
卸売業、小売業	4,398	2,632
金融業、保険業	228	180
不動産業、物品賃貸業	1,302	1,271
学術研究、専門・技術サービス業	511	467
宿泊業、飲食サービス業	2,941	2,758
生活関連サービス業、娯楽業	1,599	1,262
教育、学習支援業	488	302
医療、福祉	1,535	487
複合サービス事業	70	12
サービス業（他に分類されないもの）	990	941
合計	17,878	13,456

【尼崎商工会議所の目標に向けた方針】

地域経済が活性化するには、地域内の小規模事業者が底力を発揮し、持続した経営を行える環境を整える必要がある。そのためには、小規模企業振興基本法に基づく経営発達支援計画や金融機関との更なる連携強化等による金融支援事業や伴走型支援に注力するとともに、小規模事業者の声を集約し、産業と地域社会の活性化に努めていく。

特に、明確なビジョンに基づいた事業計画等に示した経営を行える小規模事業者を増加させるべく、行政や関係団体との連携を視野に入れながら、経営計画の策定や経営分析、販路開拓等の支援について当所が担うべき役割を経営発達支援事業の内容に示していく。

また、独創的なアイデアや創意工夫により、自らの経営資源や地域資源を最大限に活用し、成長を図ろうとしている小規模事業者の取組みを支援し、人材育成事業、大手企業のニーズを小規模事業者に橋渡しするマッチング事業など、引き続き地域経済の活性化につながる独自の事業に積極的に取り組んでいく。

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 1 月 1 日～平成 32 年 3 月 31 日）

(2) 経営発達支援事業の内容

【地域経済動向調査に関すること】・・・【指針③】

【経営状況の分析に関すること】・・・【指針①】

【事業計画策定支援に関すること】・・・【指針②】

【事業計画策定後の実施支援に関すること】・・・【指針②】

【需要動向調査に関すること】・・・【指針③】

【新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること】・・・【指針④】

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】

(現状と課題)

現状は、商工会議所 L O B O 調査（早期景気観測）や民間企業の景気動向調査等を参考にマクロの経済動向については認識している。また、当所では、独自の事業所景況調査事業も実施している。課題としては、得られた調査結果を尼崎市内事業所の営業活動や経営戦略構築の助言につなげることが十分にできていないことから、事業所の景気動向等を的確に把握・認識し、小規模事業者の経営指針、販路開拓等の参考としていただくために広く情報発信することが必要である。また、経済動向調査については、経営指導員にフィードバックし、経営分析や事業計画策定に役立てるようにする。

(事業内容)

【既存事業と改善点】

(1) 事業所景況調査事業

当所では、尼崎地域の経済動向を調査するため、尼崎市内の事業所で、業種は 4 業種（製造業 220 社、建設業 80 社、小売業 150 社、サービス業 150 社）、600 社を対象に四半期ごとに調査票を郵送し実施している。

主な調査項目は、「前期と比べた今期の状況」（景況感、売上額、客単価、仕入単価、資金繰り、収益）、「前年同期と比べた今期の状況」（売上額、収益）、「今期の状況」（在庫数量、従業員の過不足、収益）、「今期の設備投資の実施状況」「今期直面している経営上の問題点」「来期の業況見通し」「調査対象事業所の業況とその理由」等である。

本調査では、急激に変化する経済動向や産業界のトレンドを常に把握できるように情報収集し、本会議所ホームページで調査結果を一般に公表している。

今後は、社会経済環境の変化に合わせて、人材の確保や後継者問題等、適宜アンケート内容の見直しを行うとともに回答率の向上に努め、市内事業所の景気動向を的確に把握・認識する。当該地域の置かれている状況についても小規模事業者が認識を深め、小規模事業者の事業活動や経営戦略の構築等に活用してもらうよう改善していく。

(2) 地域金融懇談会への参画

兵庫県阪神南県民センター、尼崎市、兵庫県信用保証協会阪神事務所、株式会社日本政策金融公庫尼崎支店、株式会社商工組合中央金庫尼崎支店、尼崎商工会議所の 6 機関で構成する地域金融懇談会に参画し、地域経済の動向や小規模事業者を取り巻く状況、金融情勢等について共通認識を持ち、小規模事業者に対して、効果的な施策立案につなげるため、年 6 回情報交換を行っている。

これまでは、こうした情報を職員間で共有できていなかったため、同懇談会で得た地域経済の動向・金融に関する情報を共有し、巡回する職員が小規模事業者に情報を提供できるようにデータを

加工していく。公開できる有益な情報については、当所ホームページを通じて幅広く情報発信するよう改善していく。

(3) 商工会議所 L O B O 調査（早期景気観測）や民間企業の景気動向調査の活用

当所が独自で行っている事業所景況調査と、商工会議所 L O B O 調査（早期景気観測）や民間企業の景気動向調査を比較し、当市が近畿管内、兵庫県内でどのような状況下にあるかといった点について、小規模事業者へ情報提供していく。

(目標) 主要な調査の実施回数と対象

事業所景況調査・・・四半期ごと年 4 回実施／対象 600 社

⇒回収率の向上 (35%→40%)、調査結果を経営指導員が事業所の生の声として共通認識を持つ。

2. 経営状況の分析に関すること【指針①】

(現状)

尼崎商工会議所地区内の小規模事業者 13,456 事業所を対象に、地域総合経済団体の責務として、小規模事業者の経営課題を把握することが最重要課題であるとの認識から、巡回・窓口相談や各種セミナー等でのアンケート実施を通じ、より多くの小規模事業者に対してヒアリングを行っている。経営指導の内容を管理する TOAS【トアス】システム（商工会議所業務に即したパッケージシステム）の経営指導カルテにおいて、事業所の個別指導データを蓄積するとともに、蓄積したデータを基に当該事業所の経営課題を分析している。

(課題)

○地域巡回活動を行っているが、全ての事業所を巡回できていない。

○経営指導カルテの入力については、職員個々にまかせており、統一化が図られていない。ヒアリング項目を決める等、経営指導カルテへの入力内容のルール化を図る。特に各事業所の経営状況を職員が読み取ることができていない。

○得られた小規模事業者の経営状況の分析について、経営指導員にフィードバックができていない。

○これまで専門性の高い案件については、個々の人脈でしか専門家に繋いでいなかった。

(事業内容)

【既存事業と改善点】

職員による巡回相談及び専門家との連携による経営分析

本市を 27 地区に分け、各地区に担当職員を配置し、「顔の見える商工会議所」をコンセプトに、地域巡回活動を行っているが、全ての事業所を巡回できていない課題となっているため、今後は、担当業務や事務の効率化を図り、全事業所を巡回できるように、より一層巡回活動に注力する。

また、巡回を通して、小規模事業者の売上・利益などの経営状況、販路の状況、後継者問題等の個別の経営課題の把握に努め、事業所情報データベースを TOAS【トアス】システムに蓄積していく。また、一般職員が担当する地域については、経営指導員がフォロー指導員としてペアで活動し、事業所が抱える経営課題（税務、財務、労務、販路開拓等）を収集し分析する。

専門性が高く、高度な案件に対しては、専門知識を有する専門家集団「サムライ研究会※1」と連携し、経営分析内容の高度化を図る。

また、小規模事業者が事業を継続していくためには、事業承継や人材の確保・育成支援が重要な事業との認識から、経営者向け、幹部向け、担当者向け等、階層別の講座・セミナー事業を実施し、それらの機会を捉まえて S W O T 分析や 3 C 分析、A B C 分析などの経営分析を実施する事業者を増やしていく。

これらの分析内容は、主として事業計画策定の材料として活用していく。

※1 サムライ研究会

平成 21 年 10 月に設立した団体で、経営のエキスパートである 12 業種（1 級建築士、技術士、行政書士、公認会計士、司法書士、社会保険労務士、税理士、中小企業診断士、土地家屋調査士、不動産鑑定士、弁護士、弁理士）の士業者を集めた専門家集団（会員数：130 名）であり、それぞれに持つ専門性を活かし、小規模事業者が抱える様々な経営課題について支援を行っており、これまで、個別相談会、セミナー等を積極的に行っている。個別相談会においては、持続可能な経営のあり方や販路開拓、事業承継問題について対応し、地域内の小規模事業者の支援を行っている。

(目標)

	H26 年度	H27 年度	H28 年度	H29 年度	H30 年度	H31 年度
巡回指導件数	3,564	4,700	4,800	4,900	5,000	5,100
経営分析件数	87	90	100	110	120	130

3. 事業計画策定支援に関すること【指針②】

(現状)

当所では、これまでセミナーや経営・金融相談会、補助金施策説明会、巡回・窓口相談等を通じて、事業計画策定の必要性や手法、ポイントについて説明を行い、小規模事業者に対し、事業計画策定の理解を深めることに努めてきた。しかし、どんぶり勘定・成り行き経営から脱却できていない小規模事業者が多く、事業計画策定の重要性が認識されているとは言えない。

既存事業者に対しては、小規模事業者持続化補助金を申請するに際し事業計画の策定を支援してきた。また、新事業の立ち上げや他の補助金メニューの申請等で、ミラサポ活用の促進や兵庫県よろず支援拠点等とも連携し、事業計画策定の支援を行っている。

(課題)

尼崎市は、日本の経済成長とともに発展を遂げており、小規模事業者から大企業まで様々な規模の事業者が活躍する産業都市としての地位を確立してきた。日本の社会経済全体が成熟しているなか、経済活動のグローバル化、流通構造の変化等経済活動を取り巻く環境が激しく変化していることへの対応が求められている。こうした厳しい経済環境の中、既存の小規模事業者に対して、事業計画を策定するにあたり、事業所により密接した丁寧な支援を行うことができず、経営分析を活用するなどの支援を行えていなかった。

創業者支援では、創業希望者に創業関連の情報が行き渡っておらず、「創業するためにはどこに相談に行けばよいのか」という相談者が多く存在している。商工会議所が創業希望者の事業計画策定を支援する機関であるということがまだまだ伝わっていない。

講座・セミナーについては、体系立てられておらず、小規模事業者のニーズに合わない事業もカリキュラムに入っている。小規模事業者の実情に応じた事業計画を策定できるようなテーマ設定された講座・セミナーを企画していく必要がある。

(事業内容)

【既存事業と改善点】

(1) 経営分析実施後の小規模事業者に対する事業計画策定支援

職員による巡回相談及び専門家との連携による経営分析を行った小規模事業者に対して、優先的に経営分析内容を深掘りし、事業計画策定の支援を行う。

また、経営革新計画の承認を目指す企業や新規事業を検討している小規模事業者を発掘することは地域経済団体にとって大きな使命であることから、事業承継や業態転換、新事業（サービス）開発に取り組む企業に対し、事業計画に沿って事業実施できるように伴走型の支援に取り組むとともに、更なるステップアップを図ることができるように事業所に密接した丁寧な支援を行うとともに経営分析のフィードバックについても着実に行う。さらに、経営計画策定できるように伴走支援に努めるほか、小規模事業者持続化補助金やものづくり・商業・サービス革新等の補助金申請について、事業計画書の策定支援を積極的に行っていく。

(2) 創業支援事業を通じた事業計画策定支援の実施

起業を志す方々を対象に、顧客開拓、マーケティングの基礎等の経営に必要な知識を習得できるように講義を実施し、最終的には事業計画書を作成し創業できるように経営指導員や専門相談員を通じ、アドバイスを行う。本事業を実施することにより、事業計画を策定する創業者を増やしていく。

(3) 尼崎市・地域金融機関との連携による事業計画策定支援～補助金・融資制度の活用を目指す事業のために～

創業希望者が尼崎市内で創業を実現するにあたって、尼崎市・尼崎商工会議所・地域金融機関の三者が連携しながら事業計画策定支援に取り組んでいく。

改善点として、幅広く創業希望者にアピールする手法のひとつとして、金融機関とも連携しながら、これまで取り組んでいなかった、図書館での土曜相談会を実施するなど支援メニューを拡充していく。

(事業内容)

- ①事業計画策定等の小規模事業者の経営力向上の支援
- ②支援に関連する情報の提供
- ③三者間において小規模事業者からの相談についての情報交換会の定期開催

(4) 講座・セミナーの開催

小規模事業者の経営者や後継者、経営幹部を対象に、事業計画策定に関するセミナーを年間通じて計画的に開催する。また、講座・セミナー終了時には、受講者アンケートを実施しニーズを分析するとともに、講師とも連携を図りながら小規模事業者のニーズに合ったカリキュラム内容にしていく。

さらに、市内の地域特性や業界団体のニーズについても考慮しながら、引き続き「オーダーメイド研修」事業に取り組み、小規模事業者の依頼に基づいた研修カリキュラムを積極的に提案し個別対応型の講座を推奨するとともに、利用事業者の増加を目指す。

なお、講座内容については、階層別に体系立てて、商品のコンセプト、売上向上を図る仕組みの構築、マーケティングの研究などのセミナー内容とし、事業計画の策定を促進する。

(目標)

	H26 年度	H27 年度	H28 年度	H29 年度	H30 年度	H31 年度
経営計画策定件数	90	140	160	180	200	220
創業計画作成支援件数	14	15	30	30	30	30
創業塾開催数	5	5	10	10	10	10
創業塾受講者数	30	30	60	60	60	60
創業塾からの起業	3	5	10	15	20	25
セミナー回数	22	20	10	10	10	10

4. 事業計画策定後の実施支援に関すること【指針②】

(現状と課題)

これまでは、フォローアップが独立して実施されてきたため、一貫したサポートになっていなかった。事業計画策定の支援後は、専門家との連携をより密にしながら、地域の担当職員が売上の拡大や販路開拓が図られているか等のフォローアップ支援を行うとともに、伴走型支援をより一層強化し指導・助言に取り組むことが重要である。

また、計画実施のより丁寧に密着した支援によって、小規模事業者の売上向上や利益率の向上等の経営力向上につなげていく。

【既存事業と改善点】

(事業内容)

(1) 職員による巡回時におけるフォローアップ支援の実施

策定した事業計画が順調に進んでいるかどうかを、職員が四半期に一度程度巡回し、売上状況や利益の確保、販路開拓等について進捗状況を確認し、フォローアップを行う。

(2) 起業家交流事業（起創会※2）の実施

(事業目的)

創業塾の卒業生は連帯意識が強く、講座終了後も交流を続けている方が多いことから、上記のフォローアップ支援とは違い、事業者間においても計画策定後の相互のフォローアップを行う基盤となりうる。創業塾卒業生とさらに創業後間もない方や創業準備を行っている方を含めたネットワークの構築を支援することによって、関係者相互による計画実施のフォローアップを実現する。

(実施内容)

①勉強会、公開セミナー及び交流会の開催（年12回）

事例発表や講演会などの勉強会を通じ、起業家育成スクール（創業塾）卒業生間の交流を図る。

②他地域の創業塾卒業生や他の異業種団体や議員企業等との交流を図る場を提供する。

同じ目標を志す方々に対し「ネットワークの形成の場（仲間作り）」「課題解決の場」を与えることができ、商工会議所の指導員によるフォローアップとは別に、創業の志を持つ仲間同士でのフォローアップに繋がる効果が期待できる。

※2 起創会

創業を志す方、創業して間もない方を中心に、経営をはじめとする各種勉強会、交流会を行っている異業種団体。創業者の発展、地域活性化を目指し、平成14年に設立され、今までに、様々な方が本会を経て、経営知識を習得し、創業している。今後も、熱い心で経営を行っていきたいと考えているメンバーの集まり。

(3) 事業計画策定後の支援施策の実施

小規模事業者が事業計画策定後のフォローアップを継続的かつ効果的に行っていくために、次の事業に取り組む。

①「小規模事業者等経営改善資金融資制度（マル経）や小規模事業者経営発達支援融資制度（第二マル経）等の融資制度活用促進と経営計画の見直し支援」

小規模事業者において資金調達は経営を左右する大きな課題であることから、小規模事業者等経営改善資金融資制度（マル経）や小規模事業者経営発達支援融資制度（第二マル経）等をはじめ、国・県・市の融資制度を市内小規模事業者幅広く紹介しながら金融相談を行い、利用促進に努める。

改善点としては、こうした制度を利用する際には、これまで経営分析、事業計画策定支援、フォローアップが独立して実施されてきたため、一貫したサポートになっていなかったことから、それを整理して支援していくことが必要であり、当該事業所の現状を分析するとともに経営計画（資金調達面を含めて）を見直し、日本政策金融公庫との連携を更に強化しながら、支援後の経営課題を克服できるようにフォローアップを継続的に行う。

②「アマガサキ販路拡大成長応援事業」

兵庫県では、投資型クラウドファンディングを活用した中小企業支援として「ひょうごふるさと応援・成長支援事業」を平成26年度より施策をスタートしている。

当所では、平成26年度より尼崎市・尼崎地域産業活性化機構・阪神電鉄・尼崎信用金庫・ファンド運営業者とともに「マイクロ投資活用による活性化策に関する検討会」を実施し、新たな資金調達手法としてのマイクロ投資の活用方法や兵庫県の「ひょうごふるさと応援・成長支援事業」への候補案件の検討を行ってきた。

(実施内容)

地域資源や独創的な技術・アイデアなどを活かした商品開発等に取り組む小規模事業者が、計画した販路拡大につなげるため、クラウドファンディングによる新たな資金調達手法をベースに、次の通り、経営支援を行っていく。

- ①優れた技術・アイデアを持ち、積極的に販路開拓のためにクラウドファンディングによる資金調達を行いたい事業者について、ファンド運営業者と連携を図りながら、ファンド組成に向けた経営計画策定等を支援していく。
- ②上記事業者の取組みがファンド組成に至った場合、当該組成費用のうちの一部を補助する。
- ③制度活用事業所については機関誌・当所HP等を通じての事業PRや他の支援機関（尼崎市・尼崎地域産業活性化機構・阪神電鉄・尼崎信用金庫等）連携を図りながら販路拡大のフォローアップを行う。

(目標)

	H26 年度	H27 年度	H28 年度	H29 年度	H30 年度	H31 年度
巡回によるフォローアップ支援件数	100	150	180	180	200	200
金融相談件数	605	650	700	700	750	750
小規模事業者等経営改善資金融資（マル経）推薦件数	79	80	85	90	95	100
融資後のフォローアップ支援件数	30	40	50	50	60	60
クラウドファンディング利用件数	1	3	5	7	9	10

5. 需要動向調査に関すること【指針③】

(現状)

小規模事業者の今後の経営戦略を市場のニーズに見合ったものにすることが求められており、当所では、個々の職員が巡回でのヒアリングで管内の小規模事業者の財やサービスについて需要動向を把握してきた。

(課題)

小規模事業者の顧客ニーズや需要動向調査については、これまで個々の職員任せになっている点があり巡回訪問しても必ずしも需要動向の目線で聞き取りができておらず組織としての調査にできていない点や発注サイドから需要動向を聞き出せていないといった課題がある。

(事業内容)

【既存事業と改善点】

(1) 職員の巡回等による需要動向の分析

経営指導員や職員が管内小規模事業者に巡回訪問する機会を活用し、事業者の取り扱っている材・サービスの売上動向等、需要動向につながる定量・定性情報を収集する。さらに顧客ニーズや市場の動向、競合調査については、総務省の家計消費状況調査や公益財団法人尼崎地域産業活性化機構が実施する、「経済センサスからみた尼崎の地域特性」等の各種調査データも活用し、両者を照らし合わせながら、商圈分析、競合調査、販売分析を行う。

(2) 部会・委員会活動を通じた、需要動向の情報収集

当所では、大企業や中堅企業を中心とした、部会を編成しており、部会の運営委員会を定期的に開催している。こうした会議において、大企業や中堅企業が求める取引先に関する情報、すなわち地域の小規模事業者からみた需要動向について生の声をヒアリングすることで実情を把握する。冒頭経営発達支援事業の目標でふれたとおり、当該地域は大企業・中堅企業との取引関係が強かったことが逆に、現在では弱みとなりつつある。地域外の新たな需要先を開拓することと同様に、地域内の取引関係を再構築することも重要であるとの観点から、本ヒアリングを実施する。得られたデータを蓄積し、指導員の間で共有できる仕組みを構築するとともに、巡回訪問や相談会の機会を活用して、小規模事業者はその情報を提供していく。

(3) 広報活動等による小規模事業者への情報発信

上記(1)、(2)の調査で得られた情報に加えて、商工会議所・商工会商取引支援サイト「ザ・ビジネスモール」で得た情報を小規模事業者が需要動向を分析できるように整理分析し、地域別に配布している情報誌「あまがさきタイムズ」等の媒体で需要動向に関するニュースを小規模事業者へに発信・提供していく。

(目標)

	H26年度	H27年度	H28年度	H29年度	H30年度	H31年度
需要動向 ヒアリング件数	—	30	70	90	110	130
分析内容 発信件数	—	5	15	15	20	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)

小規模事業者の経営課題として最大のものは「販路開拓」である。販路開拓の課題を乗り越え、「事業の持続的な発展」を実現できる小規模事業者が増えて行くことが地域経済のためにも重要である。そうしたなか、当所では、市域内外にこだわらず販路開拓につながるような企業間の交流の場を提供している。「企業の出会いがなければ、ビジネスにつながらない」という考え方のもとで、名刺交換によって、企業間の情報を交換しあい、ひいては商談につなげるという狙いがある。また、商工会議所・商工会商取引支援サイト「ザ・ビジネスモール」や本会議所が運営するビジネスマッチングサイト「バーチャル展示会」事業を通じて販路開拓を支援している。

(課題)

小規模事業者の販路開拓支援事業を進めていく中で、その場で話をするものの、交流会が終了してから商談が進んでいるのか進んでいないのかわからない。後追いでヒアリングなどのフォローができていないため、事後の支援に至っていない。出展ニーズも企業によっても様々であるため、支援機関とも協力しながらイベント情報(開催趣旨・ターゲット等)を収集し、小規模事業者の需要動向を把握した上で目的に合った販路開拓イベントに出展し効果をあげることができるよう支援していく必要がある。

(事業内容)

【既存事業と改善点】

上記の課題を解決するため、当所管内はもちろん、他地域商工会議所の小規模事業者との相互交流の促進を図り、以下に掲げる事業を実施しさらにイベント後のフォローアップを確実に行うことで、小規模事業者の販路開拓を支援する。

(1) 阪神地域商工会議所間交流連携促進事業

(実施目的)

平成22年度より、阪神間（尼崎、伊丹、宝塚、西宮）地域の商工会議所が連携し、管内企業が他地域の商工会議所の事業所との交流を図っており、今後さらに、広域な企業間ネットワークの拡大を図る。

(実施内容)

各商工会議所が輪番で幹事になり、交流会を実施する。各地域が企画する独自事業と交流会をセットにして、交流の場を提供する。

(2) 産業集積地間連携事業の実施

(実施目的)

旧「特定産業集積活性化法」の指定地域であり、業界での高いシェア、独創的な優れた技術や製品を有する中堅・中小企業が数多く集積する尼崎・東大阪・大津・堺の4地域の連携のもと、本事業は、平成11年度より当所が主体になり運営し、取引活性化を主目的として実施するものである。

当該事業において、対象としている地域の企業・行政・商工会議所間の連携強化を図り、広域での取引の活性化に寄与する。

(実施内容)

テーマを設定し、講演会を実施した後に、各地域を代表する企業から先進的な取り組みについて事例を発表してもらう。配布資料として、企業紹介冊子を配り、その冊子の内容としては、「基本的な事業所情報」以外に「企業の特徴」「主な機械設備・資格」「わが社のメッセージ」が書かれている。こうした企業情報を見た参加企業は、交流会の席で興味をもった企業を呼び出し、本事業において、企業間の出会いの場になり、ビジネスマッチングの機会を提供し、販売促進につなげていく。

(3) 「尼崎産業フェア」の共同開催

(実施目的)

尼崎市内の優れた技術と品質を誇る製造業を中心とした事業所を尼崎市内外の方々に広く紹介し、ビジネスチャンスの拡大を図る場を提供する。

(実施内容)

「産業フェア in あまがさき」を開催するにあたり、尼崎産業フェア実行委員会（尼崎市・協同組合尼崎工業会・尼崎経営者協会・公益財団法人尼崎地域産業活性化機構・尼崎商工会議所）に参画する。同委員会において、行政や市内経済団体と連携しながら、小規模事業者に対しては出展事業者の募集や同フェア開催について広くアピールし、出展を促すとともに、販売促進ツールの一つとして活用してもらう。また、アンケート調査など需要に係る調査を来場者や出展者に対して行う。

(4) 専門家と連携した販路拡大サポート事業

尼崎市内の製造業の経営状況を把握するために、訪問によるヒアリング調査を実施する。また、各企業の強みや課題を分析することで、市内製造業に対し、販路開拓など戦略的なイノベーションを創出できる土壌づくりとともに公益財団法人新産業創造研究機構やリンカーズ株式会社（ビジネスプラットフォーム機関）等と連携強化を図り、個別事業の販路開拓を目指す。

(実施内容)

- ① 専門家と各企業へのヒアリング訪問活動（専門的課題に対する（公財）新産業創造研究機構との連携）
- ② 展示会の情報提供と出展支援
- ③ 新規出展者に対するブースづくり等のサポート

(目標)

	H26 年度	H27 年度	H28 年度	H29 年度	H30 年度	H31 年度
交流会開催件数	3	3	3	4	4	5
商談件数	10	10	15	20	25	30
展示会・商談会出展件数	9	10	12	13	14	15
新規出展サポート件数	2	5	5	5	7	7

Ⅱ. 地域経済の活性化に資する取組

地域の多様な機関（事業者や団体、大学等）が参加し、今後の地域の方向性を関係者間で共有した上で、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、にぎわいの創出等による地域活性化に資する事業の展開を図るため、以下に掲げる事業を実施する。

1. 地域活性化事業

(1) 『しっかりしてや商店街』事業

(実施目的)

市場・商店街の小売業においては、来店者の確保や事業承継などの課題がある。こうしたことから、市内の異なる4地域5商店街が連携し、いま商店街が抱える問題を話し合い、商店街の魅力を発信していく。市内の商店街が地域を超えて連携し、他の商店街にも波及効果を及ぼし、この取り組みが広がるように、情報発信を行う。

本事業によって、来街者の増加を見込み、集客力の向上につなげる。

(参加商店)

尼崎中央五丁目商店街(振)、立花商店街(振)、立花ジョイタウン商店街(振)
杭瀬栄町EAST商店街(振)、塚口商店街(振)

(実施内容)

当所としては、市内にある20商店街のうち1カ所でも多くの商店街に本事業に参加してもらうように呼びかけ、積極的にサポートしていく。また、各商店街の特徴やお店を紹介したタブロイド版サイズの『尼崎商店街新聞』の企画制作に関わり、同新聞は尼崎市民に対し配布し、市内商店街への「来街者数の増加」と「地元でのお買い物」を喚起する。

(2) 「産業都市・尼崎」のイメージアップ事業

①Super Sweets 事業

尼崎市内には、日本を代表する洋菓子メーカーが創業の地として立地し、そこからは数多くの有名な洋菓子店経営者やパティシエが生まれ出され、全国に輩出されている。

平成25年度・平成26年度に実施した『Super Sweets in Amagasaki』については参加応募が定員を大きく上回ったほか、マスコミ各社の関心も極めて高かった。

今後は、市内洋菓子店と当所との関わりを更に深めるために、「洋菓子勉強会」を定期的で開催する等、市内洋菓子店間のつながりを更に強めていく。事業としては、過去2回で最も人気が高く、ニーズも多い「親子ケーキ教室」を中心に、尼崎市内で店舗展開している“パティシエ”とのふれあいの場を提供する。こうした取り組みによって、市内洋菓子店の認知度を高めながら、「スイーツの街 あまがさき」としてのイメージアップを図り、市内への来街者を増加させ地域経済の活性化につなげる。

②尼薩ブランド力創出事業

平成 23 年度より、尼崎市農政課・J A 尼崎・地元企業（佃煮製造業者）・園田学園女子大学等と連携しながら、尼崎の伝統野菜『尼蒨』を使用した特産品開発を行ってきた。

商品化された『尼蒨の蔓の佃煮 商品名：つるの炊いたん』をまちづくり会社 TMO と連携しながら販売し、教育委員会とも連携しながら伝統野菜である『尼蒨』を地元の小学生などにも知ってもらう活動も並行して行ってきた。本商品を切り口に尼崎の特産品を市内外へ発信することで、商業の活性化や「尼崎市」の知名度やイメージの向上をはかる。

今後も引き続き、当所が中心になり、尼崎市農政課・J A 尼崎・地元企業等と更なる連携を深め、尼蒨を活用した新商品を開発する。こうした取り組みによって、尼崎の都市イメージの向上や地域商業の活性化を図る。

③尼崎あんかけチャンポン事業

当所並びに当所青年部が中心になり、平成 23 年より、『尼崎あんかけチャンポンプロジェクト』を推進してきた。同プロジェクトには市内 20 店舗以上の協力店が集まり、イベントやメディア取材など様々な場面で取り上げられた。そういった活動の中から、いつしか協力店同士の横のつながりが生まれ、主体的に今後の方針や意見を交換する場があればという声が聞かれ始めた。

尼崎商工会議所青年部では、市内 20 店舗以上の協力店と連携し、同事業に取り組み、平成 26 年 4 月に『チーム・尼崎あんかけチャンポン』としてスタートし、「お土産用尼崎あんかけチャンポン」を販売するようになった。

今後は、「尼崎に来れば、尼崎あんかけチャンポン」という認知度を高め、「お土産用 尼崎あんかけチャンポン」の販売数を増やすとともに、関連事業への取り組みを通して、フードツーリズムとして集客効果を高め、地域商業の活性化を図る。

④メイドインアマガサキコンペ事業

平成 15 年度から、尼崎ならではの商品とはなんだろう、手軽なお土産や名産・誇れる尼崎自慢を発掘したい、そんな思いを抱いた中央三和屋敷商業地区まちづくり協議会（TMO 尼崎）が「メイドイン アマガサキな情報を」と呼びかけて始まった「メイドインアマガサキコンペ」。尼崎市内から集まった品々が、大学教授や尼崎商工会議所青年部、さらに様々な分野の専門家による審査会により、「メイドイン アマガサキ」として認証する事業で、グランプリ、準グランプリ、特別賞の認証をこれまで 9 回開催しており、今後も継続できるよう当事業を支援していく。

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

経営発達支援事業を着実に実施していくために、阪神地域（西宮・伊丹・宝塚・尼崎）商工会議所間交流促進事業や阪神地域プラットフォーム事業（中小企業支援連携事業）、尼崎市内産業団体、専門家等との連携強化を図りながら、各支援機関や専門家の小規模事業者に対する支援手法や支援事例等について情報交換を行う。具体的には、阪神地域プラットフォーム連絡会議などの機会を活用し、小規模事業者の抱える課題やフォローアップ状況などを含む支援ノウハウ等情報交換に積極的に取り組む。

2. 経営指導員等の資質向上等に関すること

従来は、経営指導員が中小企業大学校や兵庫県商工会議所連合会の主催する経営指導員研修を受講するものの、研修内容の共有化が全ての職員に図れていないのが現状である。

本計画により以下の取組みを実践することで、経営指導員の支援能力向上や支援ノウハウ等の共有と合わせ、若手経営指導員や一般職員の意識改革を含めた人材育成を図りながら、組織全体の支援能力向上を図るために、人材育成モデルプランを作成し、経営計画策定、財務、税務、金融等に

関する支援能力の向上を行っていく。

(参考)

【職員構成について】

20代職員：5人、30代職員：7人、40代職員：12人、50代職員：1人

【うち経営指導員構成】

20代職員：2人、30代職員：4人、40代職員：9人、50代職員0人

当所の職員が、20代と30代でほぼ半数を占めるようになり、当所では今まで以上に経営支援実務に即した研修が必要となっている。そうしたなか、ベテラン職員が20代、30代の若手職員とともに経営改善普及事業を推進するため、小規模事業者を支援するなかで指導・助言内容、情報収集方法を学ぶなど、人材育成モデルプランをもとに、O f f J TとO J Tを研修の両輪とし、伴走型の支援能力の向上を図る。

具体的には、経営指導のスキルアップ研修の受講や担当する業務の研修受講、資格奨励制度の活用を行っていく。

(O f f J Tについて)

日本商工会議所、兵庫県商工会議所連合会、独立行政法人中小企業基盤整備機構等が主催する研修については、引き続き、受講させていくことで経営指導員等の支援能力向上を図る。

(方針)

- ①経営革新計画等の承認につながる「支援能力」の向上
- ②小規模事業者等の経営力向上のための具体的な支援計画策定及びフォローする能力の向上
- ③成長が望める小規模事業者等を選択する能力の向上
- ④地域の産業振興等に高い理想を持ち、かつ高い目標達成意欲を保持する能力を有する人材の育成

日本商工会議所・・・実務担当者研修、特定商工会議所直面問題会議等（随時）
兵庫県商工会議所連合会・・・経営指導員研修（年間3回／15時間）
独立行政法人中小企業基盤整備機構・・・専門研修、基礎研修（年2名程度）

(O J Tについて)

- ①地域巡回において、若手経営指導員や一般職員については、その巡回地域にアドバイザー指導員をつけ帯同することで助言内容・情報収集方法等を学び、長期的に小規模事業者への支援が可能な人材を育成していく。
- ②専門的な課題等に対しては、担当職員だけではなく、専門家集団である「サムライ研究会」と連携し、中小企業診断士をはじめ、税務や労務等の専門家や技術コーディネーター、関係機関と連携を図りながら、中長期的な視点に立って小規模事業者の経営のフォローアップを継続して行う。
- ③経営指導員間で、支援事例情報及び支援ノウハウの共有を図り、指導員間のお互いの支援能力向上を図るために、「経営指導員会議」を毎月1回開催する。
- ④経営指導員が、経営支援の取組みを紹介した「事例集」を作成し、支援ノウハウを共有する。また、以後も活用できるように支援事例を増やし、経営指導員が学ぶ教科書としていく。

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

- ①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。
経営発達支援計画を効果的・効率的な事業を実施していくため、同計画に基づく事業の実施について、取組の効果や課題、進捗状況を検証するため、学識経験者や行政機関（兵庫県阪神南県

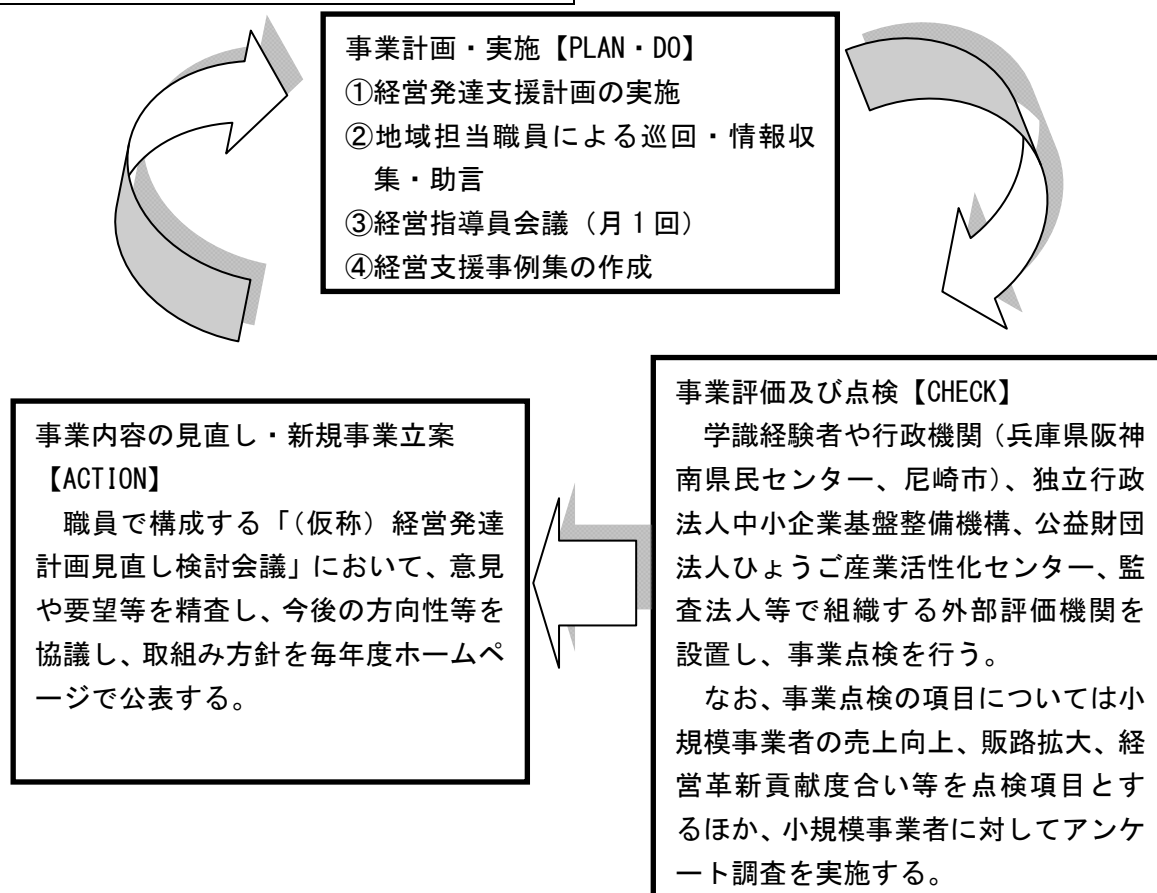
民センター、尼崎市)、独立行政法人中小企業基盤整備機構、公益財団法人ひょうご産業活性化センター、監査法人による外部評価機関を設置し、事業点検を実施する。

また、地域内の小規模事業者に対して、経営発達支援計画で実施している事業について、アンケート調査を実施し、事業の重要度や満足度について意見を聞き、今後の事業展開の参考とする。

こうした外部有識者から出された意見をもとに、本会議所内に職員による「(仮称)経営発達計画見直し検討会議」を設置し、各事業の実績を点検・検証し、事業の継続的な改善に努めるとともに、今後の取組方針などをHP (<http://www.amacci.or.jp/>) 等でわかりやすくし公表し、地域商工業者の方々と共有することで、本会議所事業への参画意識をさらに高める。

なお、事業の成果・評価・見直しの結果については、正副会頭会議へ報告し、承認を受けることとする。

事業の評価及び見直しに関するPDCAサイクル



(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 27 年 8 月 1 日現在)

(1) 組織体制

本事業の推進については、全職員で取り組むこととする。

【組織】

総務部：総務・広報グループ、会員サービスグループ

産業部：地域振興グループ、経営支援グループ

【実施体制（管理職）】

事業統括責任者 理事・事務局長

事業統括補佐 産業部長

〃 産業部副部長兼経営支援グループリーダー

事業従事者 総務部副部長

〃 産業部地域振興グループリーダー

〃 総務部総務・広報グループリーダー

〃 総務部会員サービスグループリーダー

〃 産業部経営支援グループサブリーダー

〃 産業部地域振興グループサブリーダー

〃 総務部会員サービスグループサブリーダー

〃 総務部会員サービスグループサブリーダー

【事務局人員】

常勤役員 3名（男性3名）

経営指導員 15名（男性13名 女性2名）

補助員 4名（男性2名 女性2名）

一般職員 6名（男性5名 女性1名）

(2) 連絡先

〒660-0881

尼崎市昭和通3-96

尼崎商工会議所 産業部 地域振興グループ 06-6411-2252

経営支援グループ 06-6411-2254

URL : <http://www.amacci.or.jp/>

E-mail : info@amacci.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)

	27年度	28年度	29年度	30年度	31年度
必要な資金の額	6,690	11,340	11,650	13,340	11,340
小規模企業対策事業費	6,690	11,340	11,650	13,340	11,340
商工振興費	1,700	1,900	1,900	3,900	1,900
調査研究費	190	390	700	390	390
経営計画作成支援事業費	0	550	550	550	550
専門相談事業費	500	1,200	1,200	1,200	1,200
講習会等開催費	1,250	3,000	3,000	3,000	3,000
地域活力増進事業	1,800	1,800	1,800	1,800	1,800
労働環境対策事業費	1,250	2,500	2,500	2,500	2,500

(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、県補助金、市補助金、事業受託費、講習会等参加費収入

(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. 地域金融懇談会への参画 兵庫県阪神南県民センター、尼崎市、兵庫県信用保証協会阪神事務所、株式会社日本政策金融公庫尼崎支店、株式会社商工組合中央金庫尼崎支店、尼崎商工会議所の6機関で構成する地域金融懇談会に参画し、地域経済の動向や小規模事業者を取り巻く状況、金融情勢等について共通認識を持ち、小規模事業者に対して、効果的な施策立案につなげるため、年6回情報交換を行っている。</p> <p>2. 職員による巡回相談及び専門家との連携による経営分析 サムライ研究会と連携し、経営状況の分析及び、支援に関する情報提供などの支援を行っている。</p> <p>3. 経営分析実施後の小規模事業者に対する事業計画策定支援 尼崎市、地域金融機関、サムライ研究会、ミラサポ、兵庫県よろず支援拠点と連携し、事業計画の策定及び、支援に関する情報の提供などの支援を行う。</p> <p>4. 事業計画策定後の支援施策の実施 日本政策金融公庫尼崎支店、起創会、尼崎市と連携し、事業計画策定後の実施支援及び、支援に関する情報の提供などの支援を行う。</p> <p>5. 職員の巡回等による需要動向の分析 尼崎地域産業活性化機構と連携し、需要動向に関する調査及び、支援に関する情報の提供などの支援を行う。</p> <p>6. 阪神地域商工会議所間交流連携促進事業 西宮・伊丹・宝塚と連携し、新たな需要の開拓及び、支援に関する情報の提供などの支援を行う。</p> <p>7. 産業集積地間連携事業の実施 東大阪・大津・堺商工会議所と連携し、新たな需要の開拓及び、支援に関する情報の提供などの支援を行う。</p> <p>8. 「尼崎産業フェア」の共同開催 尼崎地域産業活性化機構と連携し、新たな需要の開拓及び、支援に関する情報の提供などの支援を行う。</p> <p>9. 専門家と連携した販路拡大サポート事業 新産業創造研究機構と連携し、新たな需要の開拓及び、支援に関する情報の提供などの支援を行う。</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 1, 3, 4	兵庫県阪神南県民センター 尼崎市	尼崎市東難波 5-21-8 尼崎市東七松町 1-23-1	センター長 市長	松田直人 稲村和美	地域の経済動向調査 地域の経済動向調査、事業計画策定支援、事業計画策定後の実施支援
1 1, 4	兵庫県信用保証協会阪神事務所 日本政策金融公庫尼崎支店	尼崎市昭和通 3-96 尼崎市東難波町 4-18-1	所長 支店長	井上裕之 矢ヶ崎雅巳	地域の経済動向調査 地域の経済動向調査、事業計画策定後の実施支援
1 2, 3	商工組合中央金庫尼崎支店 サムライ研究会	尼崎市東難波町 5-19-8 尼崎市昭和通 3-96	支店長	高山次郎	地域の経済動向調査 経営状況の分析、事業計画策定支援
3 4 5, 8	兵庫県よろず支援拠点 起創会 尼崎地域産業活性化機構	神戸市中央区雲井通 5-3-1 尼崎市昭和通 3-96 尼崎市昭和通 2-6-68	理事長	加藤恵正	事業計画策定支援 事業計画策定後の実施支援 需要動向調査、新たな需要の開拓に寄与する事業支援
6	西宮商工会議所	西宮市樫塚町 2-20	会頭	辰馬章夫	新たな需要の開拓に寄与する事業支援
6	伊丹商工会議所	伊丹市宮ノ前 2-2-2	会頭	北嶋一郎	新たな需要の開拓に寄与する事業支援
6	宝塚商工会議所	宝塚市栄町 2-1-2	会頭	宮本博司	新たな需要の開拓に寄与する事業支援
7	東大阪商工会議所	東大阪市永和 1-11-10	会頭	嶋田 亘	新たな需要の開拓に寄与する事業支援
7	大津商工会議所	大津市打出浜 2-1	会頭	大道良夫	新たな需要の開拓に寄与する事業支援

7	堺商工会議所	堺市北区長曾根町 130-23 会頭 前田寛司	新たな需要の開拓に寄与する 事業支援
9	新産業創造研究機構	神戸市中央区港島中町 6-1 理事長 牧村 実	新たな需要の開拓に寄与する 事業支援

連携体制図等

※別紙「連携体制図」に記載

「連携体制図」

