

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	堺商工会議所 (法人番号 9120105000346) 堺市 (地方公共団体コード 271403)
実施期間	令和3年4月1日～令和8年3月31日
目標	<p>経営発達支援事業の目標</p> <ul style="list-style-type: none"> ●ものづくり小規模事業者の活性化 ●商業・サービス小規模事業者の活性化 ●新たな小規模事業者の創出と事業継続による廃業の抑制 ●小規模事業者のデジタル化支援の強化 ●小規模事業者への相談対応の強化
事業内容	<p>1. 地域の経済動向調査に関すること 堺市内の経済動向を「地域経済動向調査」により、4半期毎の経済動向を把握・分析し、小規模事業者への経営分析・事業計画策定等について、窓口・訪問相談による伴走型支援として活用する。</p> <p>2. 需要動向調査に関すること 大手・中堅製造業、大手小売業者等の発注ニーズ（需要動向）を把握・分析し、商談会等での商談成約に向けた支援や、事業計画作成・製品開発・販路開拓支援等に活用する。</p> <p>3. 経営状況の分析に関すること ベテラン経営指導員から若手経営指導員へのOJTの強化により、経営指導員等のヒアリング能力・財務分析能力を高め、分析結果の一定の質の水準の向上を図り、小規模事業者の課題解決に努める。</p> <p>4. 事業計画策定支援に関すること 小規模事業者に対して、補助金申請等を機会に、経験や勘だけによる経営から脱却し、経営課題解決のための事業計画策定の必要性の認識に努めるとともに、専門家等を活用した事業承継計画、BCP、創業計画等策定支援により、小規模事業者の創出と事業継続による廃業の抑制を図る。</p> <p>5. 事業計画策定後の実施支援に関すること 事業計画策定した小規模事業者に対し、事業進捗状況を各経営指導員等で共有し、事後フォローを徹底し、事業実現に向けた伴走型支援に取り組む。事業承継・BCP等、長期的なフォローアップ体制を構築し、事業継続の実現を図る。</p> <p>6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること ものづくり系・商業系の逆マッチング商談会、地場产品展示即売会等で販路開拓の機会を創出し、需要開拓の実現に努める。また、ネット販売、キャッシュレス導入等のITセミナーの開催、専門家や支援機関等の活用による個社支援を強化し、小規模事業者のIT導入を図り、売上増加に繋げる。</p> <p>7. 地域経済活性化に資する取組に関すること 「堺技衆」認証事業や、中心市街地活性化協議会を通じて、行政や支援機関・伝統産業等の民間企業と連携を密にし、地域経済活性化の方向性を共有する。</p>
連絡先	<p>堺商工会議所 中小企業振興部 経営支援課 〒591-8502 大阪府堺市北区長曾根町130番地23 TEL:072-258-5503 / FAX:072-258-5580 E-mail:keiei-shien@sakaicci.or.jp</p> <p>堺市 産業振興局 商工労働部 産業政策課 〒590-0078 大阪府堺市堺区南瓦町3-1 TEL:072-228-7414 / FAX:072-228-8816 E-mail:sansei@city.sakai.lg.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. 目標

(1) 地域の現状及び課題

① 現状

①-1(堺市の地勢と歴史)

堺市は、図1のとおり、近畿の中央部に位置し、面積149.81平方キロメートル、人口825,632人(令和2年9月1日現在)を有する政令指定都市である。

大阪府の中央南西部に位置し、大阪市に接するとともに、約50km圏内には神戸市、京都市といった指定都市に近接している。

関西国際空港と大阪都心部を結ぶ交通ネットワークの一翼を担うJR西日本阪和線、南海電気鉄道南海本線などの広域鉄道、阪神高速道路や阪和自動車道などの高速道路が縦断しており、さらに西に面する大阪湾には、国際海上輸送の拠点として特定重要港湾の堺泉北港を擁するなど、交通利便性に優れた立地条件にある。

堺市の歴史については、4～5世紀に仁徳天皇陵古墳をはじめ、100数基から成る百舌鳥古墳群が造られた。それらのうち21基は令和元年に世界文化遺産の構成資産に認められた。平安時代には、摂津・河内・和泉の3国の境に位置しているところから「さかい」と呼ばれるようになる。

鎌倉時代には漁港として発達し、その後西日本の海運の拠点として発展し、戦国時代、堺は貿易港として黄金の時代を迎える。この時代、堺は、対明貿易や南蛮貿易など海外との交流拠点として発展し、当時の堺は世界でも珍しい環濠都市を形成し、自治都市として繁栄した。

明治以後、近代工業の発展、人口の増大、市域の拡大、交通の発達など、急速に近代化が進み、特に高度経済成長期には、沿岸部の重化学工業コンビナートの建設に併せ、南部丘陵には大阪南部のベッドタウンである泉北ニュータウンが造成され、日本を代表する工業都市として発展し、現在の姿となった。



図1 堺市の位置(堺市ホームページより)

①-2(堺市の産業)

堺市は、図 2 のとおり臨海部、都心市街地部、内陸部、丘陵部の 4 つの地域にそれぞれ特徴を持った産業が集積している。また、大阪府立大学や関西大学、堺市産業振興センターなど学術研究機関や中小企業の総合支援機関があるほか、周辺には大阪産業技術研究所和泉センターなどがあり、産業支援環境に恵まれている。

【臨海部】

大規模製造業、中小企業製造業団地が立地する産業地域であり、近年では、環境関連産業や大規模物流施設の集積が進んでいる。

【都心市街地部】

古くからの市街地で、商業、業務地が形成されている。北部、南部には機械・金属関連の工業集積地も存在している。

【内陸部】

道路整備の進展による産業用土地利用のポテンシャルの高まりによって、複数地域に中小企業を中心とした工業集積地が形成されている。

新大阪に直結する地下鉄御堂筋線の沿線には、商業・業務地が形成されるとともに、産業支援機関が集積している。

【丘陵部】

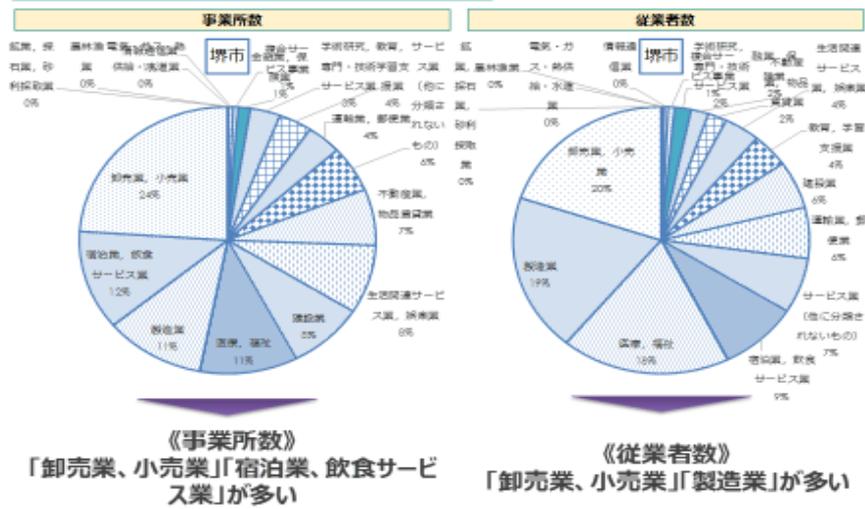
1960 年代後半以降に開発された住宅地(泉北ニュータウン)。鉄道駅前には地域型商業・業務地が形成されている。



図 2

堺市の産業構成については、図 3 のとおり、事業所数ベースで卸売業・小売業 24%、製造業 11%、また、従業者数ベースでも卸売業・小売業 20%、製造業 19%と全体の約 4 割を占めている。特に製造業については、図 4 に示すように、人口 1 人当たり製造品出荷額が政令市 1 位であり、主要産業となっている。

事業所数・従業員数



【出典】：平成28年経済センサス調査結果

図 3

人口1人当たり製造品出荷額（2017年）

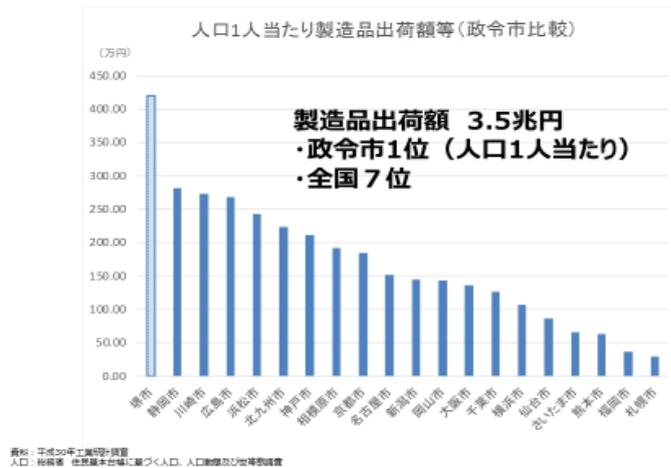


図 4

②課題

製造業においては、刃物・自転車・線香・敷物・昆布・注染和晒の伝統的地場産業をはじめ、その技術を活かした機械器具製造業等、卓越した技術と製品を有する小規模事業者が多い。また、沿岸部を中心に大企業が立地していることから輸送用機械・農業機械・電気製品関連企業の下請企業が多く存在する。

特に、刃物、注染和晒に代表される伝統産業においては、他の追随を許さぬ伝統技術を有しており、海外や首都圏への新たな事業展開が期待できる一方、職人や経営者の高齢化が進んでいることから、販路開拓やブランド強化とともに、技能の承継や後継者の育成に引き続き取り組む必要がある。

大企業や中小企業からの下請け受注に頼る小規模製造業においては、中小企業にも波及する海外進出の影響を大きく受け、海外展開に対応できない小規模製造業者は優れた技術と多種多様な対応能力を有しながらも、受注機会を失っている状況も少なくない。

一方、商業面においては、中心市街地の活性化策は講じられてはいるものの、郊外やロードサイドへの大型店の進出やインターネット取引の進展などにより、経営環境が厳しくなっている。そのため、大型店などとの役割を踏まえたうえで、商店街や小売市場の活性化を図り、地域に密着した魅力ある商業地の形成が求められている。

宿泊、飲食、物販等の観光事業をはじめとするサービス業関連では、関西国際空港に近接しているにも拘わらず、市内での滞在時間数が限定的であることや多言語対応が十分でないことなどもあって、折角の訪日外国人観光客受け入れや消費による経済波及効果を十分に享受できない現状にある。

新型コロナウイルス感染症の収束後には、世界遺産「百舌鳥・古市古墳群」エリアを中心に、インバウンドを含めた観光客の増加に拍車がかかることが期待できる。登録による経済へのプラス効果を一時的なものにとせず、適切な取組みによる持続的な経済効果につなげる必要がある。

堺市における小規模事業者数は、下表のとおり全事業所の 88.0%を占めているなか、事業所数及び従業員数ともに減少傾向にある。生産年齢人口が減少し続ける中、これまで培ってきた技術や人材を次世代に引き継ぎつつ、新たな製品・サービスの開発など、顧客に新たな価値を提供するような他社との差別化を図ることが求められる。それが付加価値の増大につながり、生産性の向上に貢献することとなる。

また小規模事業者が直面する課題として IT 投資への遅れが挙げられる。高収益事業者の特徴を見ると、設備投資や IT 投資を積極的に行っており、情報セキュリティなどのリスクへの対応も進んでいる。収益に直結し、導入が容易な IT システムを、どのように導入を進められるかが課題となっている。

きめ細かな支援への取組みによる、経営の安定化が求められている。

《堺市の事業所数及び小規模事業者数(従業員 19 人以下)》

全事業所数 28,733 社、小規模事業者数 25,281 社(88.0%)

業種	小規模事業者数 (小規模の割合)	業種割合 (小規模)	全事業所数
製造業	2,466 社(81.4%)	9.7%	3,030 社
建設業	2,267 社(93.4%)	9.0%	2,426 社
卸・小売業	9,333 社(89.1%)	36.9%	10,476 社
サービス業	10,382 社(89.0%)	41.1%	11,670 社
その他	833 社(73.7%)	3.8%	1,131 社
合計	25,281 社(88.0%)		28,733 社

※平成 28 年経済センサス—活動調査結果から抽出

《堺市における小規模事業者数及び従業者数の推移》

	平成 24 年	平成 28 年
堺市における従業員 19 人以下の事業所数	25,931 社	25,281 社
堺市における従業者数(19 人以下の事業所)	122,517 人	122,450 人

※統計データは、平成 28 年経済センサスー活動調査結果から抽出。

(2) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

① 10 年程度の期間を見据えて

地域経済の基盤を支えている小規模事業者の振興・発展支援は商工会議所に課せられた最大かつ不変の使命であり、小規模事業者の売上増加・利益確保、資金調達、コスト削減等の競争力強化は必要不可欠である。

そこで、当所として、堺市には、鉄砲作りから派生した刃物や自転車、そしてベアリング等機械金属や、機械・金属加工関連の小規模事業者が多く、これら「ものづくり小規模事業者」の技術力・マーケティング力等の競争力を高めることが必要なことから、堺の高い技術力や優れた製品を有する①ものづくり小規模事業者を中心とした交流会・販路開拓支援を展開し、”ものづくりのまち堺”として製造業の活性化を図る。

また、商業面では、「百舌鳥・古市古墳群」の世界遺産登録を絶好の機会と捉え、隣接の大阪市等の市外への消費流出を抑制するため、小規模事業者ならではの売り込みは非常に重要であり、それぞれの事業所における強みを抽出し、地域産品の物産展、ブランド企業認証事業等を通じて、全国屈指の産業都市として様々な魅力を多方面に発信し、都市ブランドの向上を図るとともに、来堺観光客等の増加による効果を、継続的に取り込む仕組みを構築するべく、②各種販路開拓支援事業を展開し、地域小売商業及びサービス・観光関連産業の振興を図っていく。

また、個別支援では、小規模事業者にとって身近な存在となれるよう、経営支援体制を構築し、様々な創業・第 2 創業支援に取り組み、③新たな創業者の創出を図り、開業率の向上、雇用機会の創出に繋げる。

さらに、堺市の地域経済の持続的発展には、域内小規模事業者等の事業継続を図ることが、何よりも必要であることから、④後継者不足等による廃業を抑制するための事業承継支援、⑤台風・地震等の自然災害・感染症拡大のリスク対策として、事業者BCP策定支援の強化を図る。

また、今回の新型コロナウイルス対策を契機として、⑥テレワークやネット通販等の新たなビジネスモデルを構築するため、小規模事業者のデジタル化支援の強化を図る。

② 堺市総合計画との連動性・整合性

現在の堺市総合計画「堺 21 世紀・未来デザイン」は、平成 23 年度～令和 2 年度を計画期間と定めており、次期（令和 3 年度～令和 12 年度）の堺市総合計画を「次期堺市基本計画等策定検討懇話会」にて、現在堺市にて策定中である。

「次期堺市基本計画等策定検討懇話会」では、①人、企業が躍動する「持続的な経済成長」、②歴史資源の魅力や文化芸術を創造する「都市ブランド力の向上」、

③快適な都市環境を形成し、安全安心を生み出す「強靱な都市基盤の確立」を重点戦略として検討されている。また、堺市では、I C I（情報通信技術）等の先端技術を活用し様々な地域課題の解決を図るスマートシティの取組を推進している。

当所では、堺市と連携して、「持続的な経済成長」として、新産業・イノベーションの創出を図るべく、創業支援やものづくり小規模事業者等の交流会・販路開拓支援を強化するとともに、「都市ブランドの向上」として、伝統産業の継承、歴史文化資源の魅力創出を図るべく、事業承継支援、地場産品物産展の開催、ブランド企業認証事業の強化を図る。

さらに、「強靱な都市基盤の確立」として、災害に強い安全・安心な都市の形成を図るべく、令和2年3月に堺市と共同で作成し、大阪府の認定を受けた「事業継続力強化支援計画」に基づき、小規模事業者の事業者BCP策定支援を強化する。

また、スマートシティの取組に対して、IoTやネット通販システムの構築等の小規模事業者のデジタル化支援を強化する。

③堺商工会議所としての役割

前述のように、堺商工会議所は、堺市を管轄とする総合経済団体として、堺市と連携し、地域経済の活性化を図るべく、長期の小規模事業者の振興方針に基づき、長期的に継続して支援できる体制を構築し、個々の小規模事業者の課題やニーズの把握に努め、市内小規模事業者の売上増加・利益の確保、さらには新たな小規模事業者の創出、小規模事業者の事業承継の実現・事業継続を図ることで、小規模事業者の雇用推進にも繋げ、地元小規模事業者の総合的な持続的発展に努める役割を果たす。

(3) 経営発達支援事業の目標

当地域の現状と課題および中長期的な小規模事業者への振興のあり方を踏まえ、下記の目標を掲げ、市内小規模事業者に寄り添った支援を強化し、市内小規模事業者の売上増加・利益の確保の実現に向け、様々な販路開拓支援を実施するとともに、新たな小規模事業者の創出、廃業の抑制の実現を図る。

●ものづくり小規模事業者の活性化

“ものづくりのまち堺”として、商談会等の販路開拓や設備導入等の事業計画策定支援を展開し、小規模事業者が自社製品の開発に取り組む等、大手・中堅企業等からの下請け受注だけに頼らない経営体制の構築を目指す。

●商業・サービス小規模事業者の活性化

「百舌鳥・古市古墳群」の世界遺産登録後の堺市内の消費動向、観光客の増加状況、大手小売業等の需要動向を把握し、小規模事業者の販路開拓・拡大を支援する商談会・物産展・販路開拓セミナー等を開催するとともに、その後の小規模事業者のフォロー支援を強化することで、小規模事業者の販路開拓の実現を図る。

●新たな小規模事業者の創出と事業継続による廃業の抑制

国の「産業競争力強化法」による「創業支援事業計画」を活用して、様々な創業支援に取り組み、新たな小規模事業者（創業者）の創出を目指すとともに、創業後の安定経営に向けた支援の強化を図り、開業率の向上、雇用機会の創出に繋げる。

また、経営指導員等による伴走型支援及び事業承継コーディネータによる専門家の支援を強化し、小規模事業者の円滑な事業承継の実現を図るとともに、堺市と連携して認定を受けた「事業継続力強化支援計画」に基づき、支援機関と連携し、事業者BCP策定支援に取り組み、小規模事業者の自然災害や感染症等に負けない組織作りに貢献し、小規模事業者の事業継続による廃業の抑制に取り組む。

●小規模事業者のデジタル化支援の強化

新型コロナウイルス対策を契機として、IoT、ネット販売、キャッシュレス、動画配信等の導入支援を強化し、デジタル技術をフルに活用した売上や付加価値向上を図るべく、小規模事業者のデジタル化を後押ししていく。

●小規模事業者への相談対応の強化

経営指導員等が、小規模事業者の複雑多岐に亘る経営課題の把握に努め、需要動向を情報提供すると共に事業計画作成、商談会、ブランド発信事業、事業承継支援等ワンストップ相談支援サービスの強化により、小規模事業者の持続的発展に繋げていくことを目指す。

そのため、経営発達支援事業の実施期間中にベテラン経営指導員等のノウハウや経験を若手経営指導員等に承継しつつ、経営発達支援の“質”を維持・向上させ、小規模事業者の目線に立った「的確な経営状況の把握能力」「相談者の“本当のニーズ”を汲み取る能力」に始まる『伴走型支援に必要なスキル』を習得し、支援に有用な人的ネットワークの構築を目指す。

2. 経営発達支援事業の実施期間、目標の達成方針

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

(2) 目標の達成に向けた方針

前述の目標を達成するため、下記の取り組み方針にて、経営発達支援に取り組む。

●ものづくり・商業・サービス小規模事業者の活性化

経営指導員等が伴走型支援を強化し、経営状況分析により、小規模事業者の的確な経営課題を抽出する。また、当所が実施する逆マッチング型の商談会等から大手・中堅製造業、百貨店・スーパー等の大手小売業等の需要動向調査を行い、その調査結果を、小規模事業者の事業計画策定や製品開発並びに販売促進策に活用する。

事業計画策定後、定期的にフォロー支援を行い、事業計画の実現状況を確認しながら、小規模事業者のマーケティング力、提案力を養う。そして、小規模事業者が、商談会や各種展示会等に出展し、高い技術力や優れた製品を情報発信を行い、小規模事業者の販路開拓の実現を図る。

●新たな小規模事業者の創出と事業継続による廃業の抑制の強化

当所と堺市・支援機関等で組織する「さかい起業チャレンジポート」によるメルマガ発信、当所が主催する1日の講義形式による「創業準備セミナー」、複数日のゼミナール形式による「創業ゼミ」等により、創業希望者を募り、創業希望者からの個別相談を経営指導員等が窓口相談にて受け、当所が実施する中小企業診断士による専門相談窓口を活用した、創業計画書策定支援を行い、創業者の創出を図る。

また、大阪府が推奨する事業承継診断シート等を活用し、経営指導員等がヒアリングし、事業承継が課題と思われる事業者に対し、当所の事業承継コーディネータと経営指導員等が同行し、専門家派遣による事業承継計画を策定を図り、経営指導員等による長期的なフォロー支援により、円滑な事業承継の実現を図る。

さらに、令和2年3月に、堺市と連携して策定した「事業継続力強化支援計画」に基づき、堺市内のBCP策定状況の調査、BCP策定セミナー等を開催し、経営指導員等が、BCP策定が必要と思われる小規模事業者等に対し、専門機関や専門家と連携し、「事業継続計画」、「事業継続力強化計画」、大阪府が提供する簡易版BCP様式による策定支援BCPを図り、事業継続による廃業の抑制を強化する。

●小規模事業者のデジタル化支援強化

小規模事業者のIoT、ネット販売、キャッシュレス等の導入に向け、テーマ別にITセミナーを開催し、具体的にIT導入を希望する事業者に対して、経営指導員等による巡回・窓口相談や専門家・支援機関等と連携し、導入に向けたアドバイスを行うとともに、導入後のフォローアップを強化し、売上増加に繋げる。

●小規模事業者への相談対応の強化

ベテラン経営指導員等によるOJTを強化し、若手経営指導員等に対し、小規模事業者から経営分析による課題抽出、事業計画策定、フォローアップの基本スキル・ノウハウ等を指導・伝承するとともに、日本商工会議所が主催する各種研修会や、大阪府商工会連合会が主催する経営指導員等研修等に、研修テーマと経営指導員等の支援能力に応じて、積極的に参加させ、経営発達支援事業に携わる経営指導員等の資質の向上を図り、小規模事業者の伴走型支援の一定の水準での向上を図る。

3-1. 地域の経済動向調査に関すること

(1) 現状と課題

堺市内の経済動向を4半期毎に調査・分析する「地域産業経営動向調査」を実施しており、市内企業の経営動向を把握、小規模事業者への経営支援に活用するとともに、ホームページ等で公開することにより、域内小規模事業者への情報提供を行っている。

しかしながら、調査結果の公表だけでは自社の経営に活かそうとする事業者は非常に限られており、経営指導員等や専門相談員の個別事業者支援の際に、調査結果（経済動向）を踏まえ、小規模事業者や創業希望者にアドバイスを行う必要がある。

(2) 目標

	現状	R3年度	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度
公表回数	4回	4回	4回	4回	4回	4回

(3) 事業内容

【調査対象】

管内企業800社（建設業、製造業、卸・小売業、サービス業と分類し、各200社を抽出）

【調査項目】

業況、売上高、採算、資金繰り、雇用人員、設備投資等。

* 上述の固定された項目を継続的に調査し、地域経済動向を時系列で把握することで、過去との比較を行いながら以下の支援が有効に行えるようにする。

また、調査実施時期にトピックスとなる項目（例えば、円安・円高、新型コロナウイルス感染症の影響、デジタル化の導入状況）を特別質問として加える。

【調査手法】

経営指導員等が対象事業者に対してDMを送付し、調査協力依頼を行う。

【分析手法】

経営指導員等が中小企業診断士等と連携し、上記調査項目について、現況、前

年同期比、来期見通しについて、概観及び業種別に分析。また、日銀短観・商工会議所 LOBO 調査、大阪府の「大阪の工業」、「大阪の商業」と比較し、全国や府内の動向と、堺市の動向の違いや特徴について比較分析を行う。

(4) 成果の活用

- ・調査結果は速やかに集計し、当所ホームページに掲載することにより、域内小規模事業者の事業計画の立案時等に活用可能な環境を作る。
- ・調査結果や収集した情報を分析し、専門相談員（中小企業診断士等）とともに、小規模事業者等を対象とした個別支援（伴走型支援）における事業計画書策定支援、事業計画策定後の支援、新たな需要の開拓支援の際等に、参考資料や根拠資料等として活用する。
- ・小規模事業者支援に最も有効な事業となるように、調査結果を商談会・物産展やセミナー等の企画・立案時に参考とする。

3-2. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

現在、商談会の事前アンケート等により業種や個社の需要を把握しているが、基礎データの多面的分析が弱く、調査結果の活用方法も当所ホームページ公開等だけに留まっている。

今後、当該調査を実施した事業者に対して調査結果を個別に開示し、的確な経営判断や販路開拓、新商品の開発等に活用ができるよう支援を行う必要がある。

(2) 目標

支援内容	現状	R3 年度	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度
大手・中堅製造業者のニーズ調査件数	25 件	25 件	25 件	25 件	25 件	25 件
大手小売業者等のパイヤーに対するニーズ調査件数	20 件	20 件	20 件	20 件	20 件	20 件
業界新聞・経済誌等の情報の分析実施回数	12 回	12 回	12 回	12 回	12 回	12 回

(3) 事業内容

①逆マッチング商談会（事業内容は 7. にて後述）に出展する大手・中堅製造業、大手小売業（百貨店・スーパー等）の需要動向調査

- 【調査対象】 ●大手・中堅製造業者 約 25 社（発注ニーズ 25 件）
●大手小売業者等 約 20 社（発注ニーズ 20 件）

【調査手段・手法】

逆マッチング商談会に出展する買い手となる「大手・中堅の機械金属製造業」及び「大手小売業者（百貨店・スーパー等）」への商談会の事前・事後アン

ケート調査を実施する。

事前アンケートは商談会開催に先駆けて出展に係る打合せの際に調査票を渡し、回答を依頼する。

また、事後アンケートは商談会当日の開催後に調査票を渡し、その場で回答を得る。

【調査項目】《大手・中堅機械金属製造業》

- ・ 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企業のニーズ（事前アンケート）
- ・ 来場した小規模事業者個々及び全体の商品力・マーケティング力等の評価（事後アンケート）

《大手小売業（百貨店・スーパー等）》

- ・ 消費者が求める商品（トレンド、デザイン、価格帯、大きさ、色等）、大手小売業者と新規取引するための取引条件等（事前アンケート）
- ・ 来場した小規模事業者個々及び全体の商品力・マーケティング力等の評価（事後アンケート）

【分析手段・手法】

調査結果は、中小企業診断士等（当所専門相談員）の意見を聞きつつ、経営指導員等が分析を行う。

【分析結果の活用】

事前アンケートの情報については、来場を予定している売り手である小規模事業者に提供し、逆マッチング商談会での商談成約に向けた支援に活用する。

事後アンケートの情報については、分析・整理してその後の小規模事業者の事業計画作成・製品開発並びに販売促進支援等に活用する。また、今後の新たな需要の開拓に寄与する事業の拡充・新規事業の企画検討に活用する。

②各種業界新聞、経済誌等からの需要動向調査

【支援対象者】管内の小規模事業者

【調査の手段・手法】

日経、日経流通、日経産業、日刊工業新聞等の業界新聞等から、小規模事業者に販路開拓に有益だと思われる情報を収集する。

【調査項目】業界トレンド情報、売れ筋商品。

【分析手段・手法】

毎日情報収集した情報は、月1回、「月日別」、「業界別」等ごとに整理した上で、業界トレンド情報、売れ筋商品等の分析を行う。

【分析結果の活用】

分析結果を、経営指導員等が情報共有できるようファイリングし、関連する小規模事業者に対し、事業計画作成、販路開拓支援の基礎資料とし、巡回・窓口相談時に、小規模事業商品開発や販路開拓に活用できるように提供する。

4. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

当所では、小規模事業者の持続的発展を目的に、「創業」から「成長・成熟期」、「再生」・「事業承継」まで、小規模事業者のライフステージに応じて、経営指導員等による支援、専門家による支援等、各種支援サービスを提供している。

さらに、当所では、堺市と連携し、令和2年3月に、「事業継続力強化支援計画」の認定を受け、小規模事業者の事業継続力強化計画・BCP策定支援サービスを提供している。

相談の流れは、経営指導員等による巡回・窓口・オンラインによる相談、各種セミナー開催後のフォロー等を通じて、ヒアリング、財務分析等を行い、それぞれの小規模事業者ごとにライフステージの経営課題の把握に努めている。

課題として、若手経営指導員が多く、上記の分析が、各経営指導員等の経験等によって、手法や質に偏りがあることである。

統一した経営分析シートの活用や、ベテランの経営指導員等によるヒアリング手法等を承継するとともに、前述の経済動向調査等の情報共有を行い、一定のレベル・水準にて、小規模事業者のそれぞれの経営課題を的確に分析し、専門性の高い課題解決については、当所の「創業・経営相談窓口」の専門家、「事業承継支援事業」の事業承継コーディネータ、堺市や各種支援機関、金融機関等と連携し、伴走型支援の強化を図る。

(2) 目標

内容	現状	R3 年度	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度
巡回・窓口件数 (件)	820 件	840 件	850 件	870 件	900 件	900 件
経営分析件数 (件)	260 件	270 件	280 件	290 件	300 件	300 件

※主に経営発達支援事業を実施する人員

中小企業振興部所属の法定経営指導員4名、経営指導員11名の計15名
4年後に1名20件の経営分析件数を目標に設定 @20件×15名=300件

(3) 事業内容

①対象者の掘り起し

地域の経済動向（外部要因）を踏まえたうえで、年度当初に、会議所全体の経営状況分析数等の目標を設定し、各経営指導員等が、目標に応じて、過去の支援先（補助金申請、マル経利用者、販路開拓支援）等から、継続的に支援が必要な支援先を抽出し、計画的に巡回・窓口相談による掘り起しを行う。

また、新規の対象者の掘り起しとして、毎月の会報にマル経融資や補助金申請等の事業計画作成、事業承継等の各種経営支援サービスを掲載。さらに、各種商談会や販路開拓・ITセミナー・BCP策定セミナー等の参加者にアンケ

ート調査を行い、経営支援を希望する小規模事業者に対して、経営指導員等が支援に繋げる。

② 経営分析の内容

【対象者】 意欲的に持続的発展を図ろうとする小規模事業者

【分析項目】

(事業分析) ヒアリング・HP等から、事業内容、規模、製品、サービス等

(定量分析) 売上高増加率、利益増加率等の成長性分析、売上総利益率、経常利益率等の収益性分析、流動比率、固定比率等の安全性分析

(定性分析) SWOT分析を行う。具体的には、提供する商品・サービスの内容、組織体制、保有技術・ノウハウ等の内部環境と取引先等のステークホルダー、地域の経済動向等の外部環境を分析し、強み、弱み、機会、脅威を抽出

【分析手法】

ベテラン経営指導員が、若手経営指導員等にOJTによるヒアリング手法の指導を強化した上で、経営指導員等によるヒアリングを中心に、事業内容、規模、製品、サービス等を分析。さらに、支援先から決算書等を入手し、マル経融資の推薦付属書等を活用し、定量分析を行うとともに、経済産業省の「ローカルベンチマーク」や中小企業基盤整備機構の「経営計画つくるくん」、OSAKA仕事フィールドの「企業診断」等を活用し、経営指導員等が分析を行い、所属長やベテラン経営指導員等に助言・アドバイスを受け、分析結果の一定の質の水準の向上を図る。

(4) 分析結果の活用

経営分析の結果は、当該事業者にはフィードバックし、事業計画書の策定、販路開拓等、課題解決に向けた伴走型支援に活用する。具体的には、ターゲットの設定、商品構成の見直し、資金繰り計画、組織体制等の改善、新たな事業の取組み等を促進する。

一定の水準による経営分析の結果、創業・事業承継・BCP等の専門性の高い課題解決については、当所の「創業・経営相談窓口」の専門家、「事業承継支援事業」の事業承継コーディネータが担当の経営指導員等と連携して支援を行うとともに、堺市や各種支援機関、金融機関等と連携し、伴走型支援の効果を高める。

また、分析結果は、経営カルテとしてデータベース化し、組織で共有し、経営指導等が、巡回・窓口相談時において活用することで、支援力のアップにつなげる。

5. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

現在、事業計画書策定支援に関しては、その多くが小規模事業者持続化補助金をはじめとした各種補助金申請のための支援となっており、経営分析による

経営課題解決等を目的とした事業計画書策定支援は件数が少なく、小規模事業者が、補助金がなくても経営課題等を解決するための事業計画書等を策定する必要性の認識が浅い状況である。

小規模事業者持続化補助金等の申請は、事業計画書を策定するきっかけとなっており、小規模事業者に対して、経営課題解決を図るため、継続的に事業計画書策定の必要性を深く認識してもらうことが課題となっている。

また、当所では、平成23年度から事業承継支援事業として、事業承継コーディネータによる個別事業者の事業承継計画立案を行っているとともに、令和2年3月に、堺市と連携し、大阪府の「事業継続力強化支援計画」の認定を受け、BCP(事業継続計画)、事業継続力強化計画の策定支援を行っているが、目の前の経営課題解決を優先し、事業承継・BCPの課題を先送りする事業者が多く、事業承継計画策定、BCP策定件数の増加を図ることが課題となっている。

さらに、堺市と地域経済の活性化として新たな産業の創出を図るべく、創業第2創業支援の強化を図っており、創業・第2創業希望者からの個別相談を経営指導員等が窓口相談にて受け、中小企業診断士による「創業・経営相談窓口」(毎週火・水曜日の午後)を活用した、創業計画書策定支援を行っており、更なる創業者の創出を図る必要がある。

(2) 支援に対する考え方

多くの小規模事業者は、事業計画書策定が身近なものではなく、長年の経験と勘に頼って、経営を行っている。こうした小規模事業者に対して、持続化補助金等をはじめとした補助金申請による事業計画書作成等をきっかけに、事業計画書を作成することにより、売上や利益の増加が見込めることを中小企業・小規模企業白書等のデータ等や企業事例を提案し、経験と勘だけによる経営から脱却し、事業計画書策定の必要性を認識していただくよう支援にあたる。

また、事業承継計画策定、BCP(事業継続計画)策定に関しては、先送りにできない課題であることを、引き続き事業承継セミナー、BCP策定セミナー等を通じて認識を深めていただき、支援にあたる。

創業計画書策定に関しては、引き続き創業ゼミや創業準備セミナーを通じて、創業準備の計画書作成の必要性を認識いただき、当所の「創業・経営相談窓口」の中小企業診断士を活用し、創業計画書策定にあたる。

(3) 目標

支援内容	現状	R3年度	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度
事業計画書策定件数	130件	130件	140件	150件	150件	150件
事業承継計画書作成件数	10件	10件	10件	10件	10件	10件
事業者BCP策定件数	1件	25件	27件	27件	30件	30件
創業計画書作成件数	25件	25件	27件	27件	30件	30件
合計	166件	190件	204件	214件	220件	220件

(4) 事業内容

①経営相談業務等からの事業計画策定

経営状況の分析を行った小規模事業者を対象に、経済動向調査による堺市の地域経済の状況の変化、人口構成、消費者の需要動向の変化を確実に捉え、経営状況の分析による経営課題の解決を図ること目的に、その事業者にとって、持続的発展につながる実現性の高い、事業計画策定を推進する。

また、小規模事業者持続化補助金やものづくり補助金等の補助金申請時に必要な事業計画策定を積極的に支援する。但し、補助金申請だけの事業計画書作成にならないよう、申請後のフォローアップ支援の強化を図り、収益構造を強化するためには、事業計画書を随時見直しを図り、継続的に事業計画書の策定が必要であることの認識を事業者に深めていただくよう努める。

【支援対象】 経営状況分析を行った小規模事業者

【手段・手法】

経営状況の分析を行った小規模事業者に対して、窓口・巡回相談を行い、前述の視点にて、下記の事業計画書の構成項目に基づき、事業計画書策定支援を図る。

《事業計画書の構成項目》

- ◎目的、◎財務分析・SWOT分析等による経営課題、◎取組内容、
- ◎実施スケジュール、◎収支・資金計画、◎事業効果等

② 事業承継支援に伴う事業計画策定

経営権の承継をはじめ、後継者の育成、相続、株式等の相談に関して、税理士や中小企業診断士を事業承継コーディネータとして派遣し、事業承継計画等の策定を行い、これからの方向性、手順等について助言する。

【支援対象】 事業承継を検討している小規模事業者

【手段・手法】

大阪府が推奨する事業承継診断シート、事業承継セミナーによるアンケート、経営指導員等による巡回・窓口相談等により、事業承継が必要と思われる小規模事業者等を抽出し、当所の事業承継支援事業の活用を提案する。事業承継支援を希望する事業者に対して、経営指導員等が、当所独自の事業承継ヒアリングシートを活用し、詳細な承継内容をヒアリングするとともに、決算書や法人登記簿謄本等の基礎資料を確認。その後、事業承継コーディネータと同行により、専門家派遣による事業承継計画書の策定支援を実施する。

③ 事業者BCP策定支援に伴う事業計画策定

当所では、堺市と連携し、令和2年3月に大阪府の「事業継続力強化支援計画」を認定。「事業継続力強化支援計画」に基づき、地区内事業者の事業者BCP策定・取組状況の把握に努め、堺市と共催によるBCP策定セミナーの開催等を通じて、「事業継続計画」、「事業継続力強化計画」、大阪府が提供

する簡易版BCP様式による策定支援を積極的に図っていく。

【支援対象】 災害・感染症等対策が求められる小規模事業者

【手段・手法】

堺市と共催にて開催するBCP策定セミナーをはじめ、当所会報・堺市広報誌等によるBCP策定支援を広報するとともに、災害リスク周知及び事業者BCP策定啓発のパンフレットを堺市と連携して作成し、経営指導員等による巡回・窓口相談等により、BCP策定が必要と思われる小規模事業者等を抽出し、当所のBCP策定支援の活用を提案する。その後、必要に応じて、専門機関や専門家と連携し、「事業継続計画」、「事業継続力強化計画」、大阪府が提供する簡易版BCP様式によるBCP策定支援を図る。

④ 創業・第2創業希望者への事業計画策定

創業希望者や創業後5年未満の方に対し、堺市や支援機関と連携し、平成27年度から組織している「さかい起業チャレンジポート」を活用し、創業希望者等のメール会員を募り、創業に係る支援情報等を一括にメール配信を行うほか、情報交換する交流会事業を実施するとともに、複数日のゼミナール方式による「創業ゼミ」や、1日の講義形式で創業知識を学ぶ「創業準備セミナー」の開催により、創業希望者を募る。

また、創業・第2創業希望者からの個別相談を経営指導員等が窓口相談にて受け、中小企業診断士による「創業・経営相談窓口」（毎週火・水曜日の午後）を活用した、創業計画書策定支援を行っており、更なる創業者の創出を図る。

【支援対象】 創業・第2創業希望者

【手段・手法】

前述の「さかい起業チャレンジポート」によるメール配信、「創業ゼミ」「創業準備セミナー」等から、創業希望者を募る。その後、創業の実現までのフォロー体制として、個別相談を経営指導員等が窓口相談にて受け、中小企業診断士による「創業・経営相談窓口」（毎週火・水曜日の午後）を活用した、創業計画書策定支援を行う。

6. 事業計画策定後の実施支援に関すること

(1) 現状と課題

当所では、事業計画を策定した事業者に対して、各担当の経営指導員等が、巡回・窓口対応、特に令和2年度からは、オンラインによる相談窓口を設け、進捗状況を確認・支援を行っているが、経営状況の分析の課題と同様に、担当経営指導員等によって、寄り添い方、フォロー頻度や支援の質にバラツキがあり、事業者が満足いく伴走型支援を行っているとは言い難い。また、補助金申請を目的に事業計画を策定した事業者に対しては、採択結果等を確認し、事業

報告書を締切期限までに提出したか等の確認をしているが、事業成果までの確認ができていない。

事業承継計画やBCPに関しては、すぐに成果が出るものではなく、長期的なフォロー支援が求められるが、長期的な状況までが確認できていない。

創業支援に関しては、担当経営指導員等が、身近な相談者となり、店舗訪問等を行い、経営者の経営に対する不安の払拭にあたり、その都度必要な支援を行っていると言える。

(2) 支援に対する考え方

今回の計画を機会に、補助金申請事業者に対して、担当経営指導員等が、事後のフォローアップの徹底を図り、事業者に寄り添い、事業の進捗状況を確認し、適宜、必要な支援を提供し、事業成果を高めることで、事業計画書を作成する本来の目的や必要性を小規模事業者に感じていただく。

フォローアップについては、各担当に任せていた事業の進捗状況の確認を、所属長やベテランの経営指導員等と共有を図りながら、事業が順調に進捗している事業者と、進捗していない事業者等の状況を把握し、適切な頻度で巡回・窓口、またオンラインによる相談にて確認を行い、売上や営業利益の状況を確認し、必要に応じて販路開拓や資金繰り等適切な支援を図っていく。

事業承継、BCPのフォローアップに関しては、長期的な進捗状況を確認する仕組み・体制作りを構築する。創業後のフォローアップに関しては、引き続き寄り添った伴走型支援を実施し、必要に応じて適切な支援を行う。

(3) 目標

支援内容	現状	R3 年度	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度
フォローアップ対象事業者数	166 件	190 件	204 件	214 件	220 件	220 件
頻度（延回数） ※進捗状況に応じて適切な頻度を設定 平均回数 3 回	498 件	570 件	612 件	642 件	660 件	660 件
売上増加 事業者数	—	75 件	85 件	90 件	100 件	110 件
営業利益 増加の事業者数	—	75 件	85 件	90 件	100 件	110 件

(4) 事業内容

支援内容

① 経営相談業務等からの事業計画策定後の実施支援

経営指導員等による窓口・巡回相談により、支援先（小規模事業者）の事業計画の実現に向けた支援を行うとともに、必要に応じて、計画の見直しの支援を行う。事業計画の進捗状況に応じて、事業が順調に進捗している事業者と、進捗していない事業者等の状況を把握し、順調に進捗している事業者には年 2

～3 回程度、順調に進捗していない事業所には、一定の事業進捗の改善が確認できるまで、適切な頻度で訪問を行い、マル経融資による資金調達やホームページやネット販売等 IT を活用した販路開拓等の支援を図る。

② 事業承継支援からの事業計画策定後の実施支援

事業承継の準備には、後継者の育成も含めると 5 年から 10 年程度を要することから、後継者の育成状況や、自社株の集中化等、年度ごとの進捗状況を事業訪問、電話、メール等で確認し、毎年、事業承継計画の見直しを図り、円滑な事業承継の実現を図る。

③ 事業者 B C P 策定支援からの事業計画策定後の実施支援

事業者 B C P の効果は実際に災害や感染症が発生しなければ分からないため、事業者 B C P に明記された備品や蓄電器等の設備導入状況等を定期的に確認し、状況に応じて設備導入に必要な資金調達等の支援を図る。

④ 創業計画に係る事業計画策定後の実施支援

現状と同様に、担当経営指導員等が、身近な相談者となり、店舗訪問等を行い、決算書作成や雇用に係る労働保険、人材育成等、経営者に必要な幅広い支援を図り、必要に応じて当所の「創業・経営相談窓口」の専門相談の活用を促す。

(5) 支援対象

前項にて事業計画書を策定した全ての事業者

7. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること

(1) 現状と課題

魅力的な商品や技術を有しながら、営業力や販売ルートが不足しているため、新たな取引先を開拓できない小規模事業者が多数存在する中、新規取引先を視野に入れた商談の場を創出することが求められており、当所では商談会や商工会議所間で連携した展示会等の紹介や出展等の支援を行っている。

また、新型コロナウイルス対策を契機に、対面式販売から、ネット販売、キャッシュレス等を導入した非対面型ビジネスモデルの構築が求められているが、経営資源に乏しい小規模事業者が広告宣伝や I T の導入を独自に実施することは障壁が大きく、I T セミナー等を通じて情報発信の支援を行っている。

しかしながら、展示会や商談会への出展、I T の導入に関して上記の支援を行うものの、展示会・商談会や、セミナー等の開催後における事後フォローが十分に実施できていないため、経営指導員等が巡回や窓口相談等を通じて伴走型支援を一層強化し、新たな需要の開拓に寄与する必要がある。

(2) 事業内容

① 多業種型総合展示会（事業名：大阪勧業展）

【事業概要】

当所・大阪商工会議所・大阪府商工会連合会の主催、その他の大阪府内

各商工会議所・商工会の共催で開催するB to Bに特化した多業種型総合展示会である。年に1回(10月)、2日間に亘ってマイドームおおさかにて開催。主に大阪府内に所在を置く企業・団体が約350社と多くの出展があり、利便性の高い大阪市内で開催することから、決裁権限を有する管理職の来場も見受けられ、商談が活発に行われている。

民間企業が運営する展示会と比較して安価な出展料で出展が可能であることから、既存商品の販路開拓だけでなく、新商品や新製品の市場調査にも活用されており、小規模事業者にとって比較的出展の敷居が低い展示会である。

なお、当展示会への出展効果を高めるため、出展目的や出展コンセプトの明確化・魅力あるブース作り・来場者へのアプローチとアフターフォロー等についてノウハウを習得する複数日のゼミ形式の講座「展示会出展ゼミ」の開催を行い、ゼミ開催後に経営指導員等が、展示会当日に向けて、個別課題について具体的な伴走型支援を行う。

【出展者数】 約350社・団体(主に大阪府内の企業・団体)

【来場者数】 約7,500人

【支援対象】 大阪勧業展に出展し、展示会出展ゼミを受講する管内の小規模事業者 約50社

【支援に対する考え方】

経営資源が乏しい小規模事業者にとって、比較的安価で規模感のある当展示会は販路開拓の絶好の機会である。

しかしながら、自社の商品・製品・サービスを効果的にPRできる企業は少数であり、大多数の企業は提案する商品・製品・サービスの顧客の定義を明確にしておらず、顧客が購入するメリットを限られた時間の中でPRする技術が不足している。

そこで当所は管内の小規模事業者に対して個者支援を行い、顧客の定義付けや自社の商品・製品・サービス等がどのようにして顧客が抱える課題を解決することができるか等を経営指導員等が伴走型で一緒に考え、販路開拓に繋げていく。

【支援の手段・手法】

展示会出展ゼミにおいて出展に向けた支援を行うとともに、展示会開催後に、見込み客へのアプローチ等の事後フォローを行い、成約に導く。

【目標】

	現状	R3年度	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度
支援対象事業者数 (社数)	50社	50社	50社	50社	50社	50社
商談件数	400件	400件	400件	400件	400件	400件
成約件数	4件	4件	4件	4件	4件	4件

②ものづくり系逆マッチング商談会

(事業名：ものづくりマッチング商談会 in 堺)

【事業概要】

大手・中堅ものづくり企業が発注側企業として出展し、中小・小規模事業者を中心とした中小ものづくり企業が受注側企業として来場する逆マッチング商談会を当所が主催として開催し、技術力はあるものの、営業力が相対的に低いため、受注増に繋がっていない中小ものづくり企業の販路開拓を支援する。年に1回開催。

【出展者数】 約 25 社 (大手・中堅ものづくり企業)

【来場者数】 約 150 社 (中小・小規模ものづくり企業)

【支援対象】 当商談会に参加する管内の小規模事業者 約 50 社

【支援に対する考え方】

多様で優れた技術を持つ管内の中小・小規模事業者が、さらに発展するためには、その強みを以って大手中堅メーカー等の新たな取引先を開拓する必要がある。

しかしながら、中小・小規模事業者が大手メーカー等に各自でアポイントを取って商談を行うことは極めて困難であるため、本事業を開催することで販路開拓のための機会を創出する。

【支援の手法・手段】

大手・中堅製造業者の発注ニーズ調査の内容を分析し、経営指導員等が支援対象者に対して、商談資料(会社概要や自社が保有する設備、受注可能ロット数等を記載)の作成や当日持参する物(守秘義務に抵触しない商品サンプルや自社を撮影した動画等)について説明を行い、個者に応じた伴走型の販路開拓支援を実施する。

【目標】

	現状	R3 年度	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度
支援対象事業者数 (社数)	50 社					
商談件数	150 件					
成約件数	10 件					

③ 商業系逆マッチング商談会

(事業名：自社商品売込み商談会 in 堺)

【事業概要】

魅力的な商品を取扱っているながら、営業力や販売ルートが不足しているため、新たな取引先を開拓できない中小・小規模事業者に対する販路開拓支援を目的に、大手小売業者等をブース出展者とし、最終消費財等を取り扱う小規模事業者等が各ブースで商品の営業を行う逆マッチング商談会を当所主催で年1回開催する。

- 【出展者数】約 20 社（大手小売業者等）
 【来場者数】約 170 社（最終消費財等を取り扱う中小・小規模事業者）
 【支援対象】約 50 社（本事業に参加する管内の小規模事業者）
 【支援に対する考え方】

魅力的な商品を有しながら、営業力や販売ルートが不足しているため、新たな取引先を開拓できない小規模事業者が多数存在する中、新規取引先を視野に入れた商談の場を創出することが求められている。

しかしながら、小規模事業者が大手小売店等に各自でアポイントを取って商談を行うことは極めて困難であるため、本事業を開催することで販路開拓のための機会を創出する。

【支援の手法・手段】

大手小売業者等の発注ニーズ調査の内容を分析し、経営指導員等が支援対象者に対して、商品をどの業界（百貨店・スーパー・通販・卸売・専門小売店等）に提案していくかについて商品特性を踏まえた上でアドバイスをするとともに、効果的な商談資料の作成や商談をスムーズに進める方法等について説明を行い、個者に応じた伴走型の販路開拓支援を実施する。

【目標】

	現状	R3 年度	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度
支援対象事業者数 (社数)	50 社					
商談件数	400 件					
成約件数	30 件					

④ 地域産品展示即売会（事業名：メイドインさかいフェア）

【事業概要】

地元堺の和・洋菓子やこだわりの料理などのグルメ、伝統産業をはじめ、地元企業・商店の“技”や“逸品”を一堂に集める展示即売会を通じて、堺の素晴らしさを発信するとともに、新たな販路開拓を促進することを目的として開催する。（年 1 回、11 月に 2 日開催。）

加工食品や雑貨等の販売を行う出展者が約 70 社、その場で調理を行う飲食店が約 20 社出展する。これら企業の販売促進のため、集客効果を狙った各種企画も同時開催し、一般消費者の家族連れでの来場・消費を促す。

- 【出展者数】約 90 社（小規模事業者）
 【来場者数】約 24,000 人（一般消費者）
 【支援対象】本事業に参加した管内の小規模事業者 約 90 社
 【支援に対する考え方】

広域からの集客を期待できる「商品力」を有しながら、自社・店単独で広域 PR を展開する場やノウハウがなく、販売機会を逸しているケース

が多い。そこで、これら事業者が一堂に会するフェアを当所が主催で開催し、販売促進の支援を行う。

【支援の手段・手法】

広告宣伝・接客・POPの作り方、キャッシュレス等についてアドバイスをを行い、来場者がフェア当日だけでなくフェア開催後もリピートして自店に来店してもらえる仕組みづくりを習得する複数日のゼミ形式の講座「販促強化プログラム」を開催するとともに、フェア当日に向けて、キャッシュレス導入等の個別課題について具体的な伴走型支援を行う。

また、フェア開催後に、ブースに来客した顧客を自店にも来店してもらうよう、経営指導員等が事後フォローを行い、伴走型の販路開拓支援を実施する。

【目標】

	現状	R3年度	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度
支援対象事業者数 (社数)	90社	90社	90社	90社	90社	90社
1社あたりの売上高	13万円	13万円	13万円	13万円	13万円	13万円

⑤ ITセミナー

【事業概要】

IoT、ネット販売、YouTube、キャッシュレス、ITツール、ソリューション等のITをテーマとしたセミナーを開催し、小規模事業者のデジタル化を推進し、販路開拓及び競争力のある経営を目指すとともに、取引関係の拡大にも寄与していくことを目的とする。テーマ別に複数回開催。

【支援対象】 ITツールを導入し、販路拡大・デジタル化等を検討する小規模事業者

【支援に対する考え方】

新型コロナウイルス感染症の影響により、キャッシュレス導入やネット販売システム導入等、小規模事業者のデジタル化は、避けて通れない課題であり、今後、ネットを経由した様々なITツールを利用し、売上の拡大や経営の効率化を図ることの重要性を、ITセミナーを通じて認識してもらい、その後の具体的なITツール導入について、経営指導員等がフォロー支援を徹底し、小規模事業者のITリテラシーを高め、販路開拓や競争力のある経営力をつけることを目指す。

【支援の手段・手法】

最新のIT事情に長けた講師を招き、「Youtubeを活用した集客」・「ネット販売導入による売上増加」・「ITツール活用・価格競争に勝つ経営戦略」・「キャッシュレス決済の導入」等のITセミナーをテーマ別に複数回開催し、アンケート調査等で、具体的にIT導入を希望する事業者に対して、経営指導員による巡回・窓口・オンライン相談や、必要に応じて専門家や支援機関等を活用し、ホームページやネット販売サイトの立ち上げ、キャ

ツシュレスの導入に関しての具体的なアドバイスをを行い、IT導入を図り、売上増加に繋げる。

【目標】

	現状	R3 年度	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度
支援対象事業者数 (社数)	310 社					
IT ツール導入企業数	50 社	50 社	50 社	60 社	60 社	60 社
売上増加企業数	50 件	50 件	50 件	60 件	60 件	60 件

8. 事業の成果、評価及び見直しの実施に関すること

(1) 現状と課題

大阪府内の商工会議所は、企業支援・事業に関して、PDCA サイクルを意識した取組を行っており、毎年度、本計画に記載事業の評価の結果は支援や事業の方針等に反映させている。

- ① 経営改善普及事業全般に関して、大阪府内の商工会議所は、大阪府による外部有識者会議において、法定経営指導員が作成した事業実施報告に基づいて検討された「事業評価」のフィードバックを受け、事業内容を見直す体制が構築されており、チェック機能が働いている。
- ② 個別企業に対する経営支援については、大阪府が実施する「経営指導に関する満足度調査」が支援先に対し直接実施されているため、当所では、大阪府からのフィードバックを活用し、具体的に事業の見直しを行い、改善に役立てる。
- ③ 当該評価に関する会議録等は、大阪府のホームページに掲載・公表されている。
- ④ セミナーや、商談会等については、参加者へ独自アンケートを必ず行い、事業の評価・改善に役立てている。

課題として、経営改善普及事業及び、経営発達支援事業に関して、大阪府だけでなく、共同作成している堺市等からの事業評価を行う仕組みを構築する必要がある。

(2) 事業内容

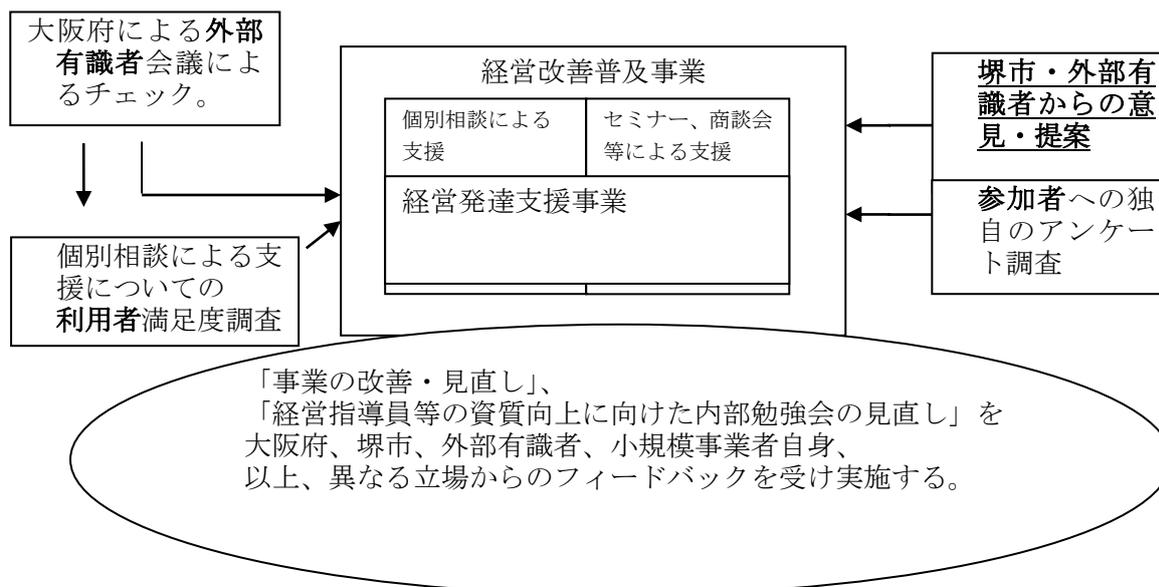
本計画に記載の事業の実施状況及び成果について、前述の大阪府の外部有識者会議による事業評価に加え、下記の仕組みにより、評価・検証を行う。

当所事務局の所管部署の法定経営指導員・管理職、堺市産業振興局商工労働部産業政策課担当者、外部有識者（中小企業診断士）で、経営発達支援事業に関する事業実施報告を行い、意見や今後の改善提案等を受ける仕組み（年1回程度）を構築する。

大阪府の外部有識者会議並びに堺市等からの評価をもとに、当所事務局の管理職

を中心とした会議を実施し、事業の改善・見直しの検討を行う。

次に、検討結果を反映させた次年度事業計画（案）を、当所議員総会において審議、決定することにより、各種評価を活かした事業展開を実現させる。また、個別企業支援の充実のために、大阪府が実施したアンケート調査の結果を参考に、内部勉強会の内容の見直し・充実を図る。



9. 経営指導員等の資質向上等に関すること

(1) 現状と課題

当所では経営指導員等を 28 名（経営発達支援事業に従事する法定経営指導員 4 名、経営指導員 11 名）擁しており、企業への支援状況は経営カルテとしてデータベースで情報を共有するとともに、定期的なテーマ別勉強会や情報交換会を行うとともに、課題分析や今後の方向性を定めている。支援状況を把握した上で新たな支援を行うことができ、継続的な支援が可能である。

しかしながら、若手経営指導員等が多く、各経営指導員等の経験によって、経験経営指導員等が行う支援には偏りが見られる部分がある。経営全般的な相談に応じるため、全体の資質の向上が必要である。

(2) 事業内容

①経営指導員等の支援能力の一層の向上のため、日本商工会議所が主催する各種研修や、大阪府商工会連合会が主催する経営指導員等研修について、毎回設定されるテーマの内、特に市内小規模事業者の支援に必要と思われる経営分析や事業計画書作成・IT等のテーマに関しては、経営指導員等が積極的に参加する。研修に参加した経営指導員等は、研修で得た知識や支援ノウハウについて、

速やかに報告書を作成し、これを経営指導員等が確認することで、経営支援の能力向上を図る。

また、当所が小規模事業者向けに開催する各種セミナー（ITセミナーや小規模事業者持続化補助金の申請方法に関するセミナー等）に経営指導員等が勉強のため受講し、資質向上を図っている。

- ②ベテラン経営指導員等が、小規模事業者への経営支援に必要な基本的なスキル（確定申告書・決算書から読み取れる内容、窓口・巡回相談時に留意すべきポイント等）について若手経営指導員等に対してOJTを徹底し、経営支援における基礎能力の向上を図る。また、国・大阪府・堺市等の新たな融資制度や補助金制度等の施策情報についての勉強会・情報交換会を開催し、情報を共有する。

10. 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

(1) 現状と課題

堺市や、なかもずに集積する産業支援機関等と連携を図り、主に創業前・創業間もない企業に対する支援について情報交換を行い、それぞれの産業支援機関等が実施する支援内容の重複を避けるとともに、支援のノウハウや支援制度の情報を共有し、販路開拓等の経営課題解決に繋げている。

しかしながら、創業前・創業間もない企業の支援に関しては情報の共有を行うことができているが、安定期に入った以降の企業支援については情報共有がやや不足しているため、実際に役立つ支援の事例や最新の制度の情報等を積極的に共有し実際の支援に役立てる必要がある。

(2) 事業内容

①支援機関等による連絡会議

㈱さかい新事業創造センターに入居する企業（創業前・創業間もない企業）の事業活動状況と今後の支援方針について、㈱さかい新事業創造センターから報告があり、他の支援機関等が経営課題（販路開拓や資金繰り等）に対して支援が可能であるか検討を行い、例えば商工会議所が実施する商談会やマル経融資・当所と同じ建物内に入居する日本政策金融公庫の融資制度の活用を推進することで、経営課題の解決を目指す。（毎月1回開催）

【構成メンバー】

㈱さかい新事業創造センター、(公財)堺市産業振興センター、堺市、当所

②さかい起業チャレンジポート事業 支援機関連携会議

さかい起業チャレンジポート事業とは、堺市内の異業種・同業種の起業間もない者が、事業継続に役立つ知識習得や交流の場を提供することに加え、企業検討者及び起業間もない者を対象に、それぞれのステージに適した施策支援情報を定期的に(月2回以上)発信する事業である。当事業の構成団体等がより連携を深め、更なる支援制度の検討のため、支援機関連携会議を設け、創業者の

事業安定拡大を促すことを目的とする。会議では最近の創業者の動向や関心を多く持たれるセミナーや事業の情報共有を行い、効果的な支援に繋げるとともに、支援機関間で連携を図ることで、企業の販路開拓等のノウハウを共有し、個者支援の質を高めている。(年1回開催)

【構成メンバー】

(株)さかい新事業創造センター、(公財)堺市産業振興センター、堺市、(公大)大阪府立大学、(株)日本政策金融公庫 堺支店、当所

1.1. 地域経済活性化に資する取組に関すること

(1) 現状と課題

当所は地域経済の活性化のため、堺市をはじめとする関係者と会議等を通じて地域経済活性化の方向性を共有している。

しかしながら、伝統産業では後継者がおらず、技術の伝承が進まないといった問題があるほか、世界文化遺産に登録された百舌鳥・古市古墳群を中心とした観光資源の有効な活用方法に苦慮しており、行政や民間企業(大企業・中小企業)、伝統産業や観光産業等様々な立場の機関・企業等から意見を徴し、点ではなく面での地域経済の活性化を目指して一層連携を密にする必要がある。

(2) 事業内容

①地域ブランド事業『堺ブランド「堺^{さかい}技^{わざ}衆^{しゅう}」認証事業』

堺市内には、優秀な技術を有しているにもかかわらず、知名度の低さから市場において優位性を保つことができない企業が多い。

当事業は、ものづくり企業を中心とした優秀な技術を有している企業を発掘し、当所がブランド企業として認証することにより、高い技術を有する産業集積地としての堺地域のイメージアップという相乗効果を図ることを目的に実施する。

年1回開催する堺ブランド推進会議において、今後の「堺技衆」の方向性を検討するとともに地域経済の動向や方向性について意見交換を行い、情報を共有する。

【構成メンバー】

(株)中村超硬、大醬(株)、(株)和泉利器製作所、八田工業(株)、三原染工(株)、(公大)大阪府立大学、(株)日刊工業新聞社 南大阪支局、(地独)大阪産業技術研究所、堺市、当所

②堺市中心市街地活性化協議会

当協議会は中心市街地の活性化に関する法律(平成10年法律第92号。第15条第1項の規定に)に基づいて設置され、堺市の中心市街地における都市機能の増進及び経済活力の向上を総合的かつ一体的に推進するため、堺市が作成する中心市街地活性化基本計画、並びに認定基本計画の実施に関し、必要な事項を

協議し、その実施に寄与することを目的とする。年1回開催し、出席者が各々堺市の経済活性化に向けた意見を述べ、商業・サービス小規模事業者等の活性化等について情報の共有を行う。

【構成メンバー】

堺まちづくり(株)、堺市商店連合会、堺区自治連合協議会、堺市消費生活協議会、大小路界限「夢」倶楽部、堺東駅南地区再開発(株)、南海電気鉄道(株)、南海バス(株)、阪堺電気軌道(株)、堺ホテル協会、関西電力(株)、大阪ガス(株)、(株)日本政策金融公庫 堺支店、中心市街地基盤整備推進機構、国土交通省近畿地方整備局、堺市、当所

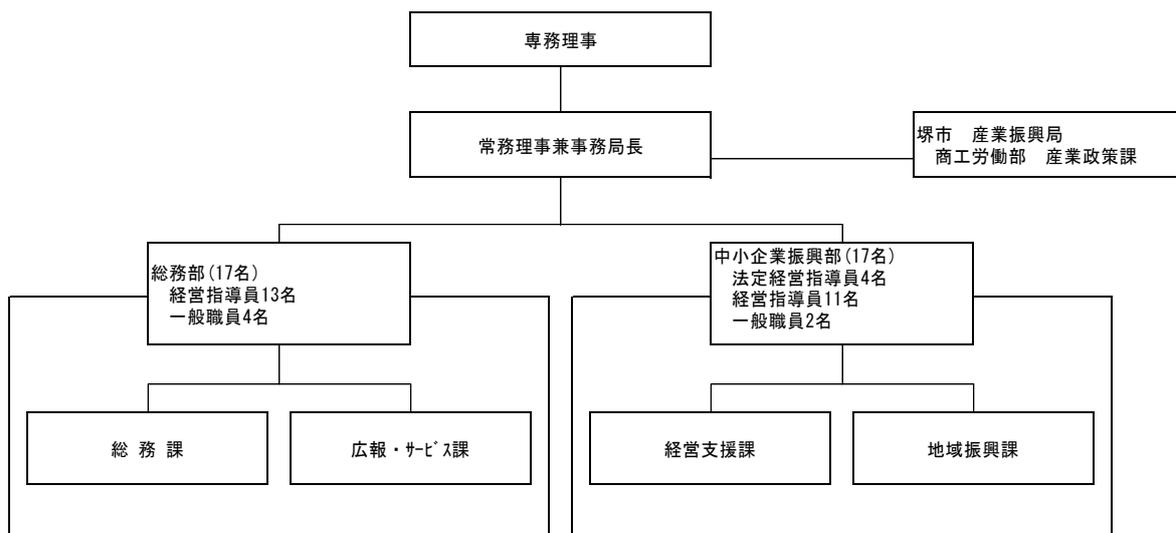
(別表2)

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

(令和2年11月現在)

(1) 実施体制(商工会又は商工会議所の経営発達支援事業実施に係る体制/関係市町村の経営発達支援事業実施に係る体制/商工会又は商工会議所と関係市町村の共同体制/経営指導員等の関与体制 等)



(2) 商工会及び商工会議所による小規模事業者の支援に関する法律第7条第5項に規定する経営指導員等による情報の提供及び助言に係る実施体制

①当該経営指導員等の氏名、連絡先

■氏名：首藤 知也、松原 唯夫、脇田 彰、下村 和之

■連絡先：堺商工会議所 TEL：072-258-5581

②当該経営指導員等による情報の提供及び助言(手段、頻度 等)

経営発達支援事業の実施・実施に係る指導及び助言、目標達成に向けた進捗管理、事業の評価・見直しをする際の必要な情報提供を行う。

(3) 商工会/商工会議所、関係市町村連絡先

①堺商工会議所

〒591-8502 大阪府堺市北区長曾根町 130 番地 23

堺商工会議所 中小企業振興部 経営支援課

TEL：072-258-5581

②関係市町村

堺市

〒590-0078 大阪府堺市堺区南瓦町 3 番 1 号 堺市役所高層館 7 階

堺市 産業振興局 商工労働部 産業政策課

TEL：072-228-7414

(別表3)

経営発達支援事業の実施に必要な資金の額及びその調達方法

(単位 千円)

	令和3年度	令和4年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度
必要な資金の額	197,100	197,100	197,100	197,100	197,100
小規模事業 経営支援事業費	197,100	197,100	197,100	197,100	197,100

(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、国補助金、大阪府補助金、堺市補助金、堺市委託金、セミナー等受講料 参加料

(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。

