

## 経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	摂津市商工会（法人番号 6120905001760） 摂津市（地方公共団体コード 272248）
実施期間	令和4年4月1日～令和9年3月31日
目標	人口一人当たりの製造事業所数が北摂一、かつ昼間人口が夜間人口を上回る産業都市である強みを活かし、市の第4次総合計画にある「活力のある産業のまちせつつ」を目指す。そのためには、市内企業約4千社のうち3/4を占める小規模事業者の経営基盤を強化し、持続的に発展させる必要がある。小規模事業者の経営課題の解決、ビジネスモデルの再構築に必要な事業計画策定、そのために必要な顧客ニーズなどの需要動向や自社の強みなどにより経営分析を実施し情報提供を行う。また、今後の小規模事業者の成長に不可欠なDX化等にも積極的に支援を行う。「自立成長する地域小規模事業者の増加」、「事業承継支援による廃業の減少」、「創業者支援による創業者の増加」を目標に、事業者間連携、人材育成、商店街振興、地域資源を活用した地域活性化に取り組む。
事業内容	<p><b>3. 地域の経済動向調査に関すること</b> 地域の経済動向調査を四半期ごとに実施して整理・分析加工した情報を管内の小規模事業者へ提供、経営上の問題点や課題を把握し、事業計画策定に役立てる。</p> <p><b>4. 需要動向調査に関すること</b> 小規模事業者が取扱う商品やサービス等のマーケティング情報を事業者とともに収集。整理・分析し、提供することで、経営課題の解決につなげる。</p> <p><b>5. 経営状況の分析に関すること</b> 自社の経営を持続的に発展させるためには、経営資源の把握、経営課題の認識が必要であるため、地域や業種の特徴を考慮した分析を行い提供する。</p> <p><b>6. 事業計画策定支援に関すること</b> 顧客ニーズを踏まえ、自社の強みを活かした経営分析を行い、実現性の高いビジネスモデルを再構築するための事業計画策定を支援する。</p> <p><b>7. 事業計画策定後の実施支援に関すること</b> 事業者と事業計画の目標を共有し、実行するために、目標達成に向けた検証・改善活動を繰り返し行い計画とのズレが生じないようにフォローアップ支援を行う。</p> <p><b>8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること</b> イベント・展示会等への出展に際して、新規顧客の獲得につながるための効果的なアプローチ方法の提案、顧客ニーズをとらえるための需要開拓支援を行う。</p> <p><b>9. 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</b> 経営発達支援の状況報告を専門家の観点からチェックを受け、改善点を含めた事業報告を年に1回理事会にて行う。</p> <p><b>10. 経営指導員等の資質向上に関すること</b> 厳しい経営環境下での支援は、経営指導員自身の支援能力の向上が不可欠であり、外部等の研修会への参加と、情報共有のための報告やデータベース化を行う。</p> <p><b>11. 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</b> 金融機関や他の支援機関と連携することで、ネットワークの構築と、独自のノウハウや情報交換を行うことで、支援能力の向上を図ることが可能となる。</p> <p><b>12. 地域経済の活性化に資する取り組みに関すること</b> 摂津ブランド認定による市内製品の販路開拓、商店街振興ともなう商業活性化、健都と製造業等とのマッチング等による工業活性化と事業者間交流を行う。</p>
連絡先	摂津市商工会 〒566-0021 大阪府摂津市南千里丘 4-35-3F TEL：06-6318-2800 FAX：06-6318-2555 E-mail： <a href="mailto:info@settsu-sci.jp">info@settsu-sci.jp</a> 摂津市 生活環境部 産業振興課 〒566-8555 大阪府摂津市三島一丁目1番1号 TEL：06-6383-1362 FAX：06-6319-5068 E-mail： <a href="mailto:sangyou@city.settsu.osaka.jp">sangyou@city.settsu.osaka.jp</a>

(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) 摂津市の現状及び課題

##### ①現状

##### ・立地

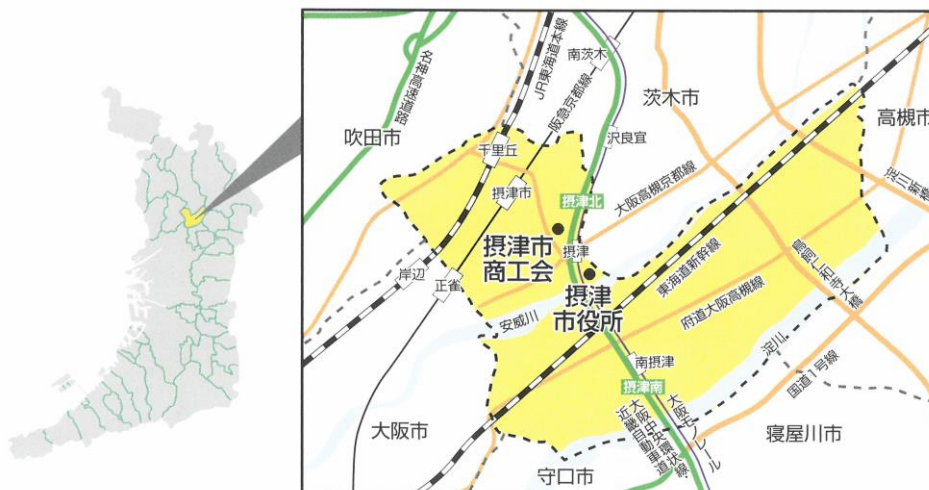
摂津市は淀川右岸のいわゆる三島平野の西南部に位置し、西は大阪市、吹田市北は茨木市、東は高槻市、南は淀川をはさんで、守口市や寝屋川市と大都市に隣接し、鉄道・道路網が張り巡らされており、交通アクセスに大変優れている。

小さい市域 (14.88 km<sup>2</sup>) に約 4,000 の事業所が活動し、製造業や卸・小売業、サービス業等幅広い分野で事業を展開しており、淀川以北の市町では唯一、昼間人口が夜間人口を上回る「産業のまち」となっている。

主な産業は金属製品等の製造業であり、優れた技術を持つ中小企業も多くあり、大手空調メーカーを始め、複数大手事業所が国内の主要な工場・研究拠点を置く等、「ものづくりのまち」である。

また、国立循環器病研究センターの移転を契機に本市と吹田市にまたがる北大阪健康医療都市(愛称:「健都」(けんと)以降「健都」という)でライフサイエンス産業拠点として産官学民が連携する医療イノベーション形成を図っている。

特産品には、なにわの伝統野菜「鳥飼なす」があり、直径十数センチのソフトボール大の実が特徴で、栽培が難しく、生産者も少ないことから「幻のなす」と呼ばれている。

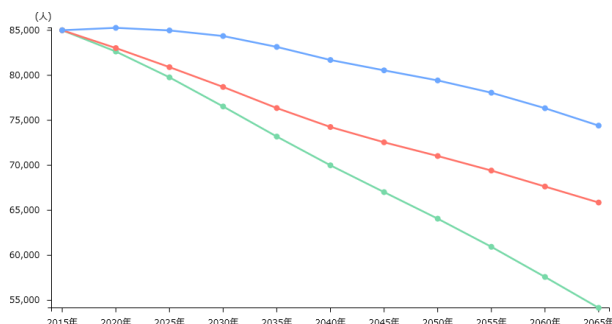


平成 28 年経済センサス活動調査によると、平成 28 年 6 月 1 日現在の事業所数は 4,082 事業所となっており、従業者数は 50,781 人、1 事業所当たりの平均従業者数は 12.4 人となっている。

産業別にみると、卸売業・小売業が 859 事業所 (21.0%) で最も多く、次いで製造業が 708 事業所 (17.3%)、不動産業、物品賃貸業が 418 事業所 (10.2%)、建設業が 397 事業所 (9.7%)、宿泊業・飲食サービス業が 365 事業所 (8.9%) となり、これら 5 業種で全産業の 67.3% を占めている。

摂津市の人口は約 86,000 人で最近 5 年増加傾向であったが、REASAS (地域経済分析システム) では 2065 年は 1 万人～3 万人減少すると推計されている。

事業所数については、2009 年からの 7 年間で 350 社 (約 8%) 減少しており、中小企業庁市区町村別企業数 2016 年 6 月時点の商工業者数 2,836 者のうち小規模事業者数は 2,412 者で約 85% を占めている。



人口推移 (REASAS より抜粋)



事業所数 (REASAS より抜粋)

2020 年工業統計調査では、従業者 4 人以上の製造事業所数は、291 事業所、総従業員数は 13,193 人である。1 月から 12 月までの 1 年間の製造品出荷額等は 3,820 億 6,540 万円で、1 事業所当たりの出荷額等は 13 億 1,293 万円、従業員 1 人当たり 2,895 万円となっている。

産業別にみると、金属製品製造業が 52 事業所と 1 位を占めており、次いで生産用機械器具製造業が 47 事業所、プラスチック製品製造業が 32 事業所と続いている。

一方、従業者数では、化学工業が 3,706 人で全体の 28.1% を占め、プラスチック製品製造業が 2,046 人 (15.5%)、食料品製造業が 1,385 人 (10.5%) の順となっている。

また、製造品出荷額等は、化学工業が 1,163 億 0,369 万円で全体の 30.4% を占め、プラスチック製品製造業が 587 億 7,761 万円 (15.4%) となっている。

#### < 工業事業所数の推移 >

年	平成 28 年	平成 29 年	平成 30 年	令和 1 年
事業所数 (従業員 4 人以上)	358 事業所	294 事業所	296 事業所	291 事業所

平成 28 年 6 月 1 日現在の卸・小売業の数は 859 事業所で、経済センサス (平成 21 年 6 月 1 日) に比べ 115 店 (11.8%) の減少となっており、卸・小売業の衰退が見受けらる。

#### < 商業事業所数の推移 >

年	平成 21 年	平成 24 年	平成 26 年	平成 28 年
事業所数 (卸・小売業)	974 事業所	888 事業所	881 事業所	859 事業所

## ②課題

平成 30 年度の摂津市市内事業所実態調査によると、経営者の年齢 70 歳以上が全事業者の 26.3% を占めており、後継者が「未定・わからない」が 33.3% と最も多くなっていて、高齢化や後継者不在が問題になっていることが分かる。

また、「親族内承継を予定」が 29.2%、「後継者がいないので、いずれは廃業するつもり」

が16.9%、「従業員への承継を予定」が12.6%と前回調査より増加しており、後継者育成や事業承継が全事業者の共通の課題となっており、廃業を減少させるための課題を解決する必要がある。

工業の小規模事業者は「技術力・製造精度」、「納期のスピード」「品質管理・生産効率」「熟練技術者」などを強みとしてあげているように大手企業の下請として高い技術力と品質を維持しているが、グローバル化により単価の安い部品は海外に生産が移転しており、小ロット・多品種で精度の高い製品や付加価値の高い製品の生産にシフトするとともに、外国人実習生の活用や海外への工場進出などグローバル化に対応している事業者も出てきている。ただ、多くの事業者は品質、単価、納期など厳しい競争にさらされており、人件費増や設備投資コストを抱えながらの人材確保、将来を見据えた後継者の育成など様々な課題に直面している。

#### <工業の小規模事業者の現状と経営課題>

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

商業は「サービス」「品質管理」「営業・販売力」「価格」など商品の専門知識や地域密着のネットワークを活かした大規模店に無いニッチの分野で販路を強化しているが、「顧客や市場開拓、販売力強化」「専門技術、接遇・対応の維持・強化」が最も多い経営課題となっており、次いで「人材・労働力の確保や育成」さらに「後継者対策」と続いている。

ロードサイドへの格安大型小売店の出店、ネットショッピングなどに消費者が流れており、品ぞろえや価格で不利な小規模事業者にとって、顧客の流出につながり経営は苦しくなっている。

また、新型コロナウイルス感染症の影響を受けた飲食店などの業種を中心に高齢化や後継者不在による廃業が増加していて、商業地域における空き店舗も増加している。

#### <商業の小規模事業者の現状と経営課題>

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

## (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

当商工会の小規模事業者支援は資金繰りや労務・販路開拓などを専門家や関係機関と連携して支援する①経営相談支援事業とイベントやセミナーなどを開催して販路や取引先、人材などのマッチング、経営に関する必要な知識をタイムリーに提供する②地域活性化事業と、主に二つの事業を柱にしている。

ヒト・モノ・カネなど経営資源が限られた小規模事業者にワンストップでスピーディにサービスを提供して、課題解決を図ることを最も重視しているため、相談者や参加者の満足度は高く、事業者との信頼関係構築をしてきた。

しかし、近年伴走型支援を展開するにあたって、事業承継やビジネスモデルの再構築など、小規模事業者にとって長期的な視点で一貫して取り組みながらでないと感じ難い課題が増加している。

今後、小規模事業者の廃業を減少させ、地域の事業所数維持を図るためにも、専門性が高く計画的に着実に支援をしていく体制の必要性が高まっている。

#### <摂津市商工会の現状と経営課題>

現 状	課 題
従来の金融・税務・労務に対する経営相談などに対する対処療法的な指導が多い	小規模事業者の商品・サービス等経営資源、財務等経営内容の調査・把握・分析が充分にできていない
経営革新など事業計画を作成して経営力の向上を図る指導が少ない	経営革新を行う意義等が顧客に伝えきれておらず、相談数が少ないため、分析に基づく事業計画策定、目標設定・共有してフォローできていない
相談時に必要なマーケティング情報は限定的にしか収集しておらず、定期的に情報収集することはなかった	小規模事業者の商品・サービス等の需要動向や地域経済動向の情報収集・整理・分析し、提供できていない
各種イベント・展示会出展など一時的・限定的な販路開拓になっていた	小規模事業者の商品・サービス等の本質的な販路開拓ができておらず、地域資源活用、地域商業や工業活性化の有効な対策ができていない
事業承継に対する相談が少ない	事業承継者に対する支援は各社の顧問税理士が行っていることが多く、直接相談を受けることが少ない
創業に対する相談が少ない	摂津市での創業を目指す方が他市と比較して少ない
担当の経営指導員個人の支援に収束して、支援方法が限られていた	他の支援機関との連携や職員の資質向上が組織向上につながっていない

## ② 摂津市第4次総合計画との連動性・整合性

摂津市では第4次総合計画（令和7年度まで）の中で、「活力ある産業のまち」を目標に、**政策①「産業を支え、活力のあるまちにします」**とあり、施策として

1. 商工業が発展するまちにします
2. 農業を親しめるまちにします、とし、

**政策②、「勤労者を守り、いきいきと働くことができるまちにします」**とあり、施策として

1. いきいきと働くことができるまちにする、とある。

コロナ禍においても、「活力のある産業のまち」として、SDGs 9.「産業と技術革新の基盤を作ろう」を目指し、「中小企業経営力向上」「事業所間の交流連携」「商工業の活性化」を重点に、起業の支援、企業の流出防止、都市農業の支援を行うとともに、人材育成や就労困難者に対する就労の支援、労働に関する啓発・相談の実施など、SDGs 8.「働きがいも経済成長も」についての実現を市産業振興課等と目指していく。

また、令和3年度より摂津市の委託事業で、中小企業の相談の場として、摂津ビジネスサポートセンター（以降、**SBSC**という）を摂津市商工会の隣接した部屋に設置し、経営指導員が同席のもと相談。IT化を含む販路開拓が非常に好評であるため、小規模事業者の伴走型支援がこれまで以上に可能となった。

販路開拓のほかにも、経営体質の改善や財務基盤の強化、ビジネスモデルの再構築を支援して、中小企業経営力向上を目指す。また新たな需要を開拓に寄与する事業としてビジネスチャンスの創出に向けたビジネスマッチングフェアの開催や展示会への出展を促進することで、SDGs 17.「パートナーシップで目標を達成しよう」の考え方から事業所間交流連携の促進を行う。事業計画策定支援において創業者や事業承継者の取組支援を強化することで、廃業を減少させ、創業を増加させることで商工業の活性化を目指す。

摂津で生産された商品を認定する摂津ブランドを展開することでの販路開拓支援や摂津市内の優れた技術を持つ事業者と健都との連携や医療ヘルスケア分野への進出支援など地域経済活性化を共に目指す。

## ③ 摂津市商工会としての役割

近年、インターネットの普及による経済構造の変化や人口減少、少子高齢化、さらに新型コロナの影響などにより、社会構造の変化に対応していくためのビジネスモデルを再構築する必要があり、経営革新や創業者支援、事業承継などを事業者とともに、長期的な視点で事業計画を作成し、共に実行支援していく役割が商工会に求められている。新型コロナの影響で大きく経営環境が変わる中、大手企業の下請けで培った高い技術力を活かしたニッチ市場への進出やインターネットやグローバル化で、市場や顧客ニーズなど新たな需要に対応するためのITツールの活用などを目指し、競争上の優位性を確立するためのDX化に向けた取り組みやBtoCへビジネスモデルの転換、地域に根差した付加価値の高い商品サービスや独自の商品力・技術力が提供できるようにSBSC等を活用しながら支援することで、自立して成長することができる地域小規模事業者の増加や後継者が事業を継ぎたいと思うような経営体制の構築、財務状況の改善、人材育成による事業承継支援、地域の顧客ニーズや新しい商品・サービスを提供することができる創業者支援など小規模事業者の廃業減少と創業増加を目指して、地域経済の持続的な発展を目指していく。

### (3) 経営発達支援事業の目標

- ①小規模事業者の経営基盤強化
- ②ワンストップサービスによる経営力向上支援
- ③職員に対する支援体制の強化
- ④小規模事業者間の交流・連携促進および人材確保育成・事業承継・創業者支援の強化
- ⑤地域資源を活用した地域活性化

#### 経営発達支援事業の内容及び実施期間

## 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4年4月1日～ 令和9年3月31日）

### (2) 目標達成に向けた方針

#### ①小規模事業者の経営基盤強化

コロナ禍や少子高齢社会、グローバル化など、厳しい経営環境の中、摂津市や関係団体と連携しながら、人口一人当たりの製造事業所数が北摂一である産業都市の強みを活かし、ものづくり企業を中心とした小規模事業者の経営基盤強化を基本方針として、「自立成長する地域小規模事業者の増加」、「事業承継支援による廃業の減少」、「創業者支援による創業者の増加」を目標とする。

#### ②ワンストップサービスによる経営力向上支援

小規模事業者が顧客ニーズや市場動向に沿った商品・サービス提供による需要動向調査・分析、自社の強み等からの経営資源の把握を行いながら、ビジネスモデルの再構築を全面的にサポートする。

また、事業承継等の小規模事業者の課題に対し計画の策定や着実な実施等目標を共有して事業者と一緒に支援していくワンストップサービスによる経営力向上支援に取り組んでいく。

#### ③職員に対する支援体制の強化

支援する職員のスキルアップや支援に関する情報を組織内で共有することで支援体制を強化し、より効果的な支援につなげる。その際に情報収集・整理・蓄積・見える化をした経営カルテのデータベースを作成・蓄積・共有化することで、地域性・業種特性の強い小規模事業者を効果的に支援する。

#### ④小規模事業者間の交流・連携促進および人材確保育成・事業承継・創業者支援の強化

狭い市域（14.88 km<sup>2</sup>）に約3000の小規模事業者が集積しており、事業者間交流や連携の促進からの、新商品や技術開発に対する支援、小規模事業者が独自では難しい人材確保や人材育成の支援、経営者および後継者等などに対する事業承継支援、市内で開業を希望される方の創業者支援など、積極的な事業所に対して伴走支援に取り組む。

### ⑤地域資源を活用した地域活性化

特産品や地域の商店街を地域資源として活用するとともに、小規模事業者の独自技術やアイデアを商品化する「摂津ブランド」認証制度を設け、地域資源として広くアピールする。支援体制として、摂津市、市内金融機関、各支援機関、市内各業界団体と今後の地域経済活性化ビジョンについて検討するとともに目標を共有し、連携して取り組むことで、「活力ある産業のまちせつつ」を目指す。

## I. 経営発達支援事業の内容

### 3. 地域の経済動向調査に関すること

#### (1) 現状と課題

##### [現状]

現在、大阪府商工会連合会から委託を受けた中小企業景況調査を行っている。この他、日本政策金融公庫や地元金融機関の景況レポートが定期的に届いていて、調査分析を四半期に1回実施してホームページで公表している。

##### [課題]

ビッグデータ「REASAS」（地域経済分析システム）を活用した専門的な分析は、一部のみの活用に留まった状況であり、今後は計画的に情報を収集するとともに、整理してビッグデータを活用して分析し、小規模事業者の経営の発達に役立つ情報を体系的に蓄積し継続して提供していく。

#### (2) 目標

	公表方法	現行	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度
①実態調査事業所数	-	15者	15者	15者	15者	15者	15者
②地域の経済動向分析の公表回数	HP掲載	1回	1回	1回	1回	1回	1回
③景気動向分析の公表回数	HP掲載	4回	4回	4回	4回	4回	4回

#### (3) 事業内容

##### ①地域の経済動向分析（国が提供するビッグデータの活用）

地域の小規模事業者が限られた経営資源で効率的に付加価値の高い商品やサービスを提供するためには、地域経済分析のデータ活用が必要であるため、国が提供するビッグデータ「REASAS」（地域経済分析システム）を活用して、地域の経済動向分析を行い、年1回ホームページで公表する。

**【調査手法】**

経営指導員が「RESAS」（地域経済分析システム）を活用し、地域の経済動向分析を行う。

**【調査項目】**

事業所数・世帯数・夜間人口・昼間人口・労働力人口・就業者数・従業者数・製造品出荷額等、産業別生産額、産業別付加価値額、労働生産性、地域経済循環マップ、産業構造マップ、まちづくりマップ等を総合的に分析し、小規模事業者に提供することで、経営上の問題点や課題を把握してもらうほか、事業計画策定支援等に反映させる。

**②景気動向分析**

現在は、管内の景気動向の実態を把握するために、全国商工会連合会が行う「小規模企業景気動向調査」を管内小規模事業者15社について対象とし、年4回調査・分析を行っている。

**【調査手法】**

経営指導員による巡回や窓口相談において実施。回収データを経営指導員が整理し、外部専門家と連携し分析を行う。

**【調査手法】**

管内小規模事業者15社（製造3、建設2、小売4、サービス6）を年4回実施。

**【調査項目】**

「業況」「売上額」「採算」「仕入単価」「従業員数」「資金繰り」「従業員」「設備投資の有無」「経営課題」の9項目。

他にも、日本政策金融公庫や北おおさか信用金庫の景況レポートなどによる調査資料を活用している。

**（4）調査結果の活用**

- 収集・分析した情報は、経営指導員が常時使用できるように、経営カルテをベースとしたデータベース構築をして項目ごとに整理・蓄積・見える化をする。
- 調査結果は、見やすくするために表・グラフ等でアウトプットしたものをホームページにて管内事業者向けに情報提供する。
- 分析結果は経営指導員が窓口・巡回相談時の支援や講習会・セミナー開催に際して有効活用できるようにする。

**4. 需要動向調査に関すること****（1）現状と課題****【現状】**

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

### [課題]

現在、摂津市で製造された商品や技術を認定する摂津ブランド認定商品を中心に、展示会やイベントに出展して需要動向調査を実施してきたが、出展内容と商品、調査項目が地域消費者の嗜好とマッチしていなかったなど、的確な情報収集と分析ができていなかったため、今後については、改善した上で実施する。

### (2) 目標

需要動向調査を小規模事業者と共に実施することで、顧客ニーズや市場動向に沿った商品開発や販路開拓の重要性を認識するとともに、自らが需要動向情報の収集に積極的に取り組むことで、新商品・新サービス開発や販路開拓・新分野への参入に利用することができ、競争力強化や経営課題解決につながる。

調査結果について、需要を踏まえた事業計画策定支援の際に活用することにより、経営の持続的発展につなげていくことが目標とする。

また事前に小規模事業者の販売する商品やサービスに関する売れ筋情報や市場動向情報を収集、整理、分析を行うことで、支援対象事業者が出展する展示会・商談会など、販路拡大をする際に提供し利用し、顧客のニーズや新たな市場に対して積極的に提案・参入する事で成果につなげる。

支援内容	現状	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度	R8 年度
需要動向調査分析件数(BtoB)	16 者	16 者	16 者	16 者	17 者	17 者
需要動向調査分析件数(BtoC)	1 者	1 者	1 者	1 者	1 者	1 者

### (3) 事業内容

#### ①摂津ブランド認定品調査

摂津ブランド認定 16 商品を来場者に対してニーズ調査の為のアンケートやヒアリングを行なう。

調査結果を分析した上で当該事業者にフィードバックすることで今後の新商品開発や商品改良に役立てる。

また、当該調査の分析結果を事業計画策定時に反映させることで、小規模事業者の需要を踏まえた新商品・新サービス開発や販路開拓、新分野への参入に効果的に取り組める。

#### 【調査手法】

(情報収集) 1 2 月に開催予定の大阪勧業展へ出展し、来場者に摂津ブランド認定品 16 商品について、聞き取りの上、アンケート票へ記入する。

(情報分析) 調査結果は、よろず支援拠点等の販路開拓等の専門家に意見を聞き、経営指導員等が分析を行う。

【サンプル数】 来場者 50 人

【調査項目】 ①デザイン、②価格、③性能、④技術力、⑤マッチングの可否等

【調査結果の活用】 調査結果は、経営指導員等が直接説明するかたちでフィードバックし、更なる改良等を行う。

## ②地域産品鳥飼なすの製品調査

摂津市唯一ともいえる鳥飼なすの漬物等の製品についての調査の為にアンケートやヒアリングを行う。

調査結果を分析した上で、フィードバックすることで、今後の新商品開発や商品改良に役立てる。

また、当該調査の分析結果を事業計画策定時に反映させることで、小規模事業者の需要を踏まえた新商品・新サービス開発や販路開拓、新分野への参入に効果的に取り組める。

### 【調査手法】

(情報収集) 10月に開催予定の北摂の商工会・商工会議所によるイベントの地デカラフェスタへ出展し、来場者に鳥飼なす製品(漬物・肉まん・煮びたし等)の一部について、経営指導員等が聞き取りの上、アンケート票へ記入する。

(情報分析) 調査結果は、よろず支援拠点等の販路開拓等の専門家に意見を聞き、経営指導員等が分析を行う。

【サンプル数】 来場者50人

【調査項目】 ①味、②価格、③見た目、④コンセプト、⑤パッケージデザイン等

【調査結果の活用】 調査結果は、経営指導員等が直接説明するかたちでフィードバックし、更なる改良等を行う。

その他、コロナ禍において、実施できていないイベント等においても出展を行い、調査する。

## 5. 経営状況の分析に関すること

### (1) 現状と課題

#### [現状]

小規模事業者の持続的発展に向けて、自社の経営資源を把握し、経営課題を認識した上での経営を行うことが重要であるため、巡回・窓口相談、SBSC、セミナーの開催を通じて、経営資源の掘り起こしを行い、経営分析を行っている。

#### [課題]

定量・定性的な分析に終始していて業種ごとの特性を考慮した専門的な分析まで至っていなかったため、今後は経営指導員等の巡回訪・窓口相談、SBSC、各種セミナーの開催等を通じて事業者の意識改革を図るだけでなく、経営実態の把握及び専門家と連携して業種ごとの特性を考慮した分析を行い、その結果を事業者に提供して事業計画策定や目標設定する際に有効活用する。

### (2) 目標

地域経済動向の分析結果を巡回・窓口相談、SBSC、講習会・セミナー等開催時に情報発信し、地域の実態や業種ごとの特性を反映した精度の高い分析結果を提供し、事業計画を策定する際に活用し、経営の持続的発展につなげていく。

支援内容	現状	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度	R8 年度
セミナー開催件数	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
セミナー参加者数	15 者	15 者	15 者	15 者	15 者	15 者
経営分析件数	20 者	20 者	20 者	20 者	20 者	20 者

### (3) 事業内容

#### ①経営指導員による経営分析を行う事業者の発掘と経営分析セミナーの開催

経営指導員の巡回・窓口相談等でのヒアリングや事業計画策定セミナーの開催を通じて、経営分析により自社の経営課題等を把握し、事業計画の策定等への活用について理解を深めるとともに、対象事業者の掘り起こしを行う。

【セミナーの募集方法】チラシを作成し、郵送及び巡回や窓口相談時に案内、HPで広く周知。

#### ②経営分析の内容

【対象者】経営指導員により発掘された事業者およびセミナー参加者の中から、意欲的で販路拡大の可能性が高い20者を選定する。

【分析項目】会社案内、HP、財務諸表の関係資料をもとに、直近3期分の「売上・利益の推移」「売上・利益順位」「顧客メリット」「市場のニーズ」「競合他社」「今後の売上や利益目標」「生産性」「安全性や成長性」などの分析を行うとともに、非財務分析としてのSWOT分析を行い、内部環境における「強み・弱み」、外部環境にともなう「機会・脅威」の抽出を行う。

(内部環境)		(外部環境)
・商品、製品、サービス	・技術、ノウハウ等の知的財産	・商圏内の人口、人流
・仕入先、取引先	・デジタル化、IT活用の状況	・競合
・人材、組織	・事業計画の策定、運用状況	・業界動向

【分析手法】経済産業省の「ローカルベンチマーク」や、中小機構の「経営計画つくるくん」等のソフトを活用して、経営指導員が分析を行なう。SWOT分析はフレームで整理するとともに、専門的な分析が必要な場合は、専門家と連携して分析を行う。

### (4) 分析結果の活用

- 経営課題を明確化し、課題解決に向けた取り組みを行う。必要な場合は専門家の支援を仰ぐ。
- 事業者にフィードバックし、事業計画書の作成や計画実行支援に有効活用できるようにする。
- 経営カルテを元にしたデータベースによる整理・蓄積・見える化をして、担当者が常時支援に活用できるようにするとともに、経営指導員のスキルアップに役立てる。

## **6. 事業計画策定支援に関すること**

### **(1) 現状と課題**

#### **[現状]**

小規模事業者が厳しい経済状況の中、補助金や資金調達などの目的で事業計画の策定を希望する事業者が多く、自らビジネスを再構築していくためには、強い意欲と意識改革が必要であり、顧客ニーズを踏まえ、自社の強みを活かし、計画策定の意義や重要性を理解して策定する必要がある。

また、最近では補助金申請時に電子申請が必要になってきており、ビジネスを再構築するタイミングで社内外の環境について、ITを用いたDX化を推進していくことが重要である。

ただ、経営資源の乏しい小規模事業者にとっては、本業をこなしながら、新製品開発や新たな取り組みを同時に実施することは大変難しく、地域の経済動向や需要動向、経営分析結果をもとに、実現可能性の高い目標設定を行い、事業者と一緒に定期的なチェック・検証・改善活動の繰り返しすることで、事業の持続的な発展を目指す必要がある。

#### **[課題]**

補助金を得るための事業計画策定に関しては、コンサル会社に多額の謝金を支払って、依頼されることが多々見受けられ、単なる補助金を獲得したいという発想の事業所が多い。

自らビジネスを再構築していこうと考えている事業所が少なく感じられるため、事業計画策定にあたって、立案・実行・改善の必要性や意識改革、体制作り、DXに対しては事業計画策定の前段階での理解や現状など、本会開催のセミナーや指導を通じて事業計画を自身で策定する重要性を理解いただくことが課題となっている。

また、事業計画を自身で作成するにあたって、地域の経済状況や顧客のニーズを把握等し、分析した上で、資金調達や販路開拓を具体的に含めた事業計画策定を支援していくことで、少子高齢化社会やグローバル化など経営環境の変化に対応できる持続的な発展につなげていく。

### **(2) 支援に対する考え方**

小規模事業者にとって、事業計画の策定は補助金の獲得がメインとなっており、実際の重要性は、計画を策定後に、一部の事業者のみが理解できている状況である。

そのため、補助金を獲得するための事業計画策定セミナーの開催とするものの、経営分析を行ったうえで、取り組み意欲の高い事業者を全セミナー参加者中の2割程度について、事業計画策定支援を目指す。

また、DXについては、事業計画策定の前段階で必要になるほか、事業計画の取り組みの中にもDX化を入れることが必要であることを理解いただく。

### **(3) 目標**

DX推進・事業計画策定・創業セミナーの実施のほか、巡回訪問や窓口相談、SBSC相談時等における事業計画策定の必要性周知の強化により、事業計画作成対象者の増加を図る。経営革新や持続化補助金等で経営計画策定を検討している小規模事業者の策定件数の増加を図る。

	現行	令和 4年度	令和 5年度	令和 6年度	令和 7年度	令和 8年度
①DX推進セミナー	3回	3回	3回	3回	3回	3回
②事業計画策定セミナー	1回	1回	1回	1回	1回	1回
③創業セミナー	3回	3回	3回	3回	3回	3回
事業計画策定事業者数	20者	20者	20者	20者	20者	20者

#### (4) 事業内容

##### ①DXセミナー

【支援対象】巡回指導や窓口相談で掘り起こした事業者を中心に募集

【募集方法】チラシを作成し郵送する。巡回・窓口相談時に案内、HPから広く募集する。

【講師】ソフトバンク(株)、ぴあの屋ドットコム(株)

【開催回数】年1回(3回シリーズ)

【受講者数】20名程度(各回)

【カリキュラム】DXの基礎、無料で使えるITツール、実務化の成功例など

##### ・DXに関するの個別相談会

セミナー受講者の中から取り組み意欲の高い事業者を対象に専門家による個別相談会を実施

##### ②事業計画策定セミナーの開催

【支援対象】チラシを作成し、郵送や巡回指導や窓口相談で掘り起こした事業者を中心に募集

【募集方法】チラシを作成し郵送する。巡回・窓口相談時に案内、HPから広く募集する。

【講師】岩橋亮中小企業診断士

【開催回数】年1回(3回シリーズ)

【受講者数】15名程度(各回)

【カリキュラム】事業計画の必要性、事業計画実施の体制作り、事業計画活用事例等

##### ・事業計画策定の個別相談会

セミナー受講者の中から取り組み意欲の高い事業者を対象に専門家による個別相談会を実施

##### ③創業セミナー

【支援対象】チラシやホームページ等をメインに創業希望者を募集

【募集方法】チラシを作成し郵送する。巡回・窓口相談時に案内、HPから広く募集する。

【講師】安田勝也中小企業診断士

【開催回数】年1回

【受講者数】15名程度

【カリキュラム】創業の心構え、アイデア創出、計画書の作成、開業の手続き、マーケティング、収支計画、資金計画、インターネットの活用等

・創業に関する個別相談会

セミナー受講者の中から取り組み意欲の高い事業者を対象に専門家による個別相談会を実施。

④経営指導員の個別指導

事業計画策定セミナーやDXセミナー受講者で個別相談会を受けられなかった方、個別で事業計画やDX、創業について、相談したい方については、経営指導員の個別指導により事業計画策定を行う。

## 7. 事業計画策定後の実施支援に関すること

### (1) 現状と課題

#### [現状]

事業計画策定した事業所には、作成支援を行った職員が計画策定後のフォローは実施している。

#### [課題]

事業所によって繁忙期による事業実施の後送りや、フォロー支援をあまり希望されなかったため、訪問回数が少なく事業計画をフォローしきれない事業所も見受けられた。

今後のフォローは、事業所の実態や取組体制、取組状況に合わせた計画を立てて、計画的に訪問ができるように改善した上で実施する。

事業計画の実現可能性を高めるためにも、事業者と目標を共有し、経営指導員が計画的な支援を行ない、業務など実務レベルで進捗状況を把握し、必要に応じて再度専門家の意見等を元に、事業者と一緒に実施内容の見直しや事業計画の見直しを行い、確実に計画が実行されることで持続的な発展につなげていく必要がある。

### (2) 支援に対する考え方

事業計画を策定した全事業者を対象とするが、事業計画の目標を事業者と共有し、ともに計画実施を確実に実施する必要があるため、目標達成への検証・改善活動の繰り返しによる事業の持続的な発展を目指していく。

### (3) 目標

経営指導員の巡回訪問や窓口相談、SBSC等専門家の協力を得ながら、事業計画で設定した目標を達成できる事業所の増加を図る。特に事業計画遂行に必要な販路拡大・販売促進に関する講習会・セミナー、交流会、市専門家派遣制度、SBSC相談への参加をすすめることで、課題解決や事業者間連携、ネットワーク拡大、金融機関や他支援機関と連携して創業者や事業承継者の参加も促すことで、地域全体の経営力向上と小規模事業者の持続的な発展につなげていく。

頻度については、事業計画策定事業者数20社に対して、5社については2カ月に1回程度、10社については四半期に1回程度、5社については年に2回程度とする。ただし、事業者の状況等を考慮し、柔軟な対応を行う。

なお、進捗状況等が思わしくなく、事業計画との間にズレが生じている事業者については、外部の専門家など、第三者の視点を投入し、ズレの要因や今後の方針転換、事業計画の見直し等を

行うための、フォローアップを行う。

支援内容	現状	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度	R8 年度
フォローアップ対象事業者数	20者	20者	20者	20者	20者	20者
頻度（延回数）	80回	80回	80回	80回	80回	80回
売上増加事業者数	7者	7者	8者	8者	8者	9者
利益率1%以上増加事業所数	7者	7者	8者	8者	8者	9者

#### (4) 事業内容

##### ○経営指導員による巡回訪問によるフォローアップ

事業計画策定後の事業所に対して、経営指導員が上記目標のとおり、フォローアップを行うが、事業所の実態や取組体制や取組状況に合わせたフォロー計画を立てて、計画的に訪問して、計画実施の進捗状況の確認と地域の経済動向や需要動向、経営分析結果をもとに目標達成まで定期的にフォローアップを行う。

##### ○新商品・新サービス開発、販路拡大・販売促進支援

新商品・新サービス開発については、業界に詳しい専門家やS B S Cからの助言・指導を活用し、開発を進め、自社のみで対応できない場合には、他支援機関も含めた先進的な取組・技術の紹介、マッチングフェアでの連携など積極的に協力してもらえる関係者を増やすことで実現可能性を高める。

新規顧客獲得に向けての販路開拓や販売促進方法について経営指導員およびS B S C等からの支援をメインとしてアドバイスするとともに、自社の商品・サービスが関係する展示会や商談会への出展、クラウドファンディングなどからの販売やマーケティング支援を行う。

##### ○資金繰り・資金調達支援

事業計画の着実に実行していくにあたって、新たな取組には資金的に負担がかかるものが多く、資金繰り状況については、細心の注意を払っていく必要がある。

資金調達が必要な場合は、日本政策金融公庫の小規模事業者経営改善資金融資制度及び小規模事業者経営発達支援融資制度の利用をすすめる。

また、大阪府融資制度である小規模企業サポート資金（地域支援ネットワーク型）を信用保証協会、地域金融機関チャレンジ応援資金（金融機関提案型）地域いきいきローンを北おおさか信用金庫と連携し利用をすすめる。

##### ○事業計画の見直し

事業計画の進捗状況を確認した結果が思わしくない場合は、業務など実務レベルの課題を解決するように、計画内容の見直しや事業計画全体の再構築を行い、高度で専門的な課題の解決については、大阪府よろず支援拠点、中小企業119の専門家派遣制度、市の専門家派遣制度、S B S C等を活用して、中小企業診断士や税理士などの助言を受けて今後の対応策の検討、フォローアップの頻度などの変更を行った上で支援する。

### ○創業者・創業予定者・事業承継者に対する支援

創業者・創業予定者の事業計画策定後に計画のレベルが高いものはビジネスプランコンテスト等に積極的に推薦して、計画のブラッシュアップや事業連携・ネットワーク拡大につなげることで実現可能性を高める。

事業承継者についても第二創業として、異業種との交流会などに積極的に参加を促し、事業連携やネットワーク拡大によって事業遂行を支援する。

また、S B S C等の専門家相談により、クラウドファンディングなどからのマーケティング支援を行っていく。

## **8. 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

#### [現状]

小規模事業者については、販路開拓について、非常に弱い事業者が多いと感じられるため、消費者や顧客との接点をつくり、顧客ニーズに沿った新商品・新サービス開発をするために販路開拓支援のためのイベントや展示会に出展支援をしている。

#### [課題]

展示会等による新規顧客の獲得につながるような効果的な展示やアプローチの支援が不十分となっているため、展示方法の工夫、事前・事後フォローを改善していきたい。

また、ITを活用したDXに対する取り組みが一部の事業者のみに限定されており、DX自体に対する認識が薄く感じられるため、セミナーや個別指導などにより、改善していきたい。

また、DXに関して全く認知されていない事業所も多く存在するため、SNSや自社HP、ECサイトの活用、クラウドファンディング、オンライン展示会への出展支援などからDX化の重要性を理解いただき、推進していく必要がある。

### (2) 支援に対する考え方

小規模事業者が顧客ニーズや市場動向に沿った商品・サービスを開発し、販路開拓・販売促進していくには、消費者や顧客、マスコミ、関係機関に新商品・新サービスの情報を広く発信していく必要がある。

イベントや展示会、摂津ブランド、ビジネスマッチングフェア等への出展支援だけでなく、DXの取り組みとして、自社のHP作成やEC化、SNSの活用、クラウドファンディング、店舗のキャッシュレスなど、DXへの理解と、DXを活用した情報発信力の強化を支援し、商品・サービスを消費者や顧客に認知してもらうとともに、口コミを利用して、新たな需要開拓につなげる。

### (3) 目標

イベントや商談会に出展することで、顧客や消費者との接点を増やすことができ、新規顧客獲得や商談件数の増加につながる。

小規模事業者が出展して情報発信することによって地域を超えた顧客も獲得することができる。創業者や創業予定者は出展がテストマーケティングや店舗運営スキル向上につながり具体的な

開業に対するイメージができるようになる。

またイベント等でメディアに取り上げられることで、地域で事業者の商品・サービスの知名度が上がり、地域全体の知名度向上にもつながる。

	現行	令和 4年度	令和 5年度	令和 6年度	令和 7年度	令和 8年度
①・・・販路開拓出展事業者数	7者	7者	7者	7者	7者	7者
売上額／者	3万	3万	3万	3万	3万	3万
②・・・商談会出展事業者数	15者	15者	15者	15者	15者	15者
成約件数／者	1者	1者	1者	1者	1者	1者
③SNS活用事業者	5者	5者	5者	5者	5者	5者
売上増加率／者	5%	5%	5%	5%	5%	5%
④ECサイト利用事業者	0者	1者	1者	1者	1者	1者
売上増加率／者	10%	10%	10%	10%	10%	10%
⑤ネットショップの開設者数	1者	1者	1者	1者	1者	1者
売上増加率／者	10%	10%	10%	10%	10%	10%

#### (4) 事業内容

##### ①販路開拓出展支援 (B to C)

小売・飲食・サービス業の小規模事業者は地域の顧客ニーズ視点からの販路開拓支援が重要となっており、顧客との接点を増やすイベント出展機会の提供と知名度アップや口コミによる新規顧客獲得が目的である。

商品や店主の魅力をいかに伝えるかのプロモーションが重要となってくるので、出店事業者には、出展目的・目標の設定、商品紹介、ディスプレイ方法、ターゲット顧客や市場の選定、来場者への対応・サービス、商談資料・ツール作成、スタッフ育成など効果的な出店を支援する。

また、高度で専門的な知識が必要な支援については、大阪府よろず支援拠点、中小企業119の専門家派遣制度等、SBSCを活用して、中小企業診断士や税理士などと連携して支援する。また、展示会やイベント等以外での販路開拓支援（自社HP作成、SNS活用、クラウドファンディング等）では、SBSCでの相談が非常に多くなっているため、積極的な支援を行ってきたい。

事業名	開催目的	支援対象 (R3年度)	販売先
北摂地デカラフェスタ	地域特産品等のブランディング	北摂で環境に関心が高い商品・サービス提供事業者 (4社)	北摂を中心とした大阪や周辺地域住民 (BtoC)
手づくりコミュニティ市	北摂地域の手作り品販売	全国の商工会に所属する会員事業者 (3社)	主に島本町民 (BtoC)

##### ②商談会出展支援 (B to B)

工業系の小規模事業者は独自の技術や製品を持っているが、限られた人材で経営しているので、情報発信や営業にあまり力をかけていくことは難しい。

また、自社だけで最終製品まで一貫して生産する体制を持つところは非常に少なく、事業者間連携を踏まえた横のネットワークも非常に重要である。

そのため、展示会への出展は得意先との商談だけでなく出展者同士の交流による外注先の確保を目的とした商談も重要な目的となっており、出展事業者には、出展目的・目標の設定、商品サンプルの製作、商品紹介、ディスプレイ方法、ターゲット業界・顧客の選定、来場者への対応・サービス、商談資料・ツール作成、スタッフ育成など効果的な出展を支援する。

また、高度で専門的な知識が必要な支援については、大阪府よろず支援拠点、中小企業 119 の専門家派遣制度等、S B S Cを活用して、中小企業診断士や税理士などの助言・指導を元に支援する。

事業名	開催目的	支援対象 (R2 年度)	販売先
バイオ産業推進事業	バイオ関連事業展示会	北摂地域製造業 (1 社)	全国 (関東地方) 製造事業者 (BtoB)
大阪勧業展	大阪府内の異業種展示会	大阪府内商工会・商工 会議所に所属する会員 事業者 (10 社)	大阪府内および周 辺地 域 事 業 者 (BtoB)

### ③ SNS の活用

小売業に関しては、顧客が近隣の商圈に限られてしまうことから、より遠方の顧客の取込のため、取り組みやすい SNS を活用し、宣伝効果および売上を向上させるための支援を行う。飲食店に関しては、見せ方等からの面から新規顧客の獲得を目指す。

### ④ EC サイトの活用

楽天やアマゾンなど、大手ショッピングサイト等からの提案を行いながら、効果的な商品紹介や写真撮影などの見せ方、商品構成等について専門家や S B S C などの相談を利用しながら、伴走支援を行う。

### ⑤ 自社 HP 等によるネットショップ開設

大手運営の EC サイトからの販売が手数料等の関係から難しい事業所に対しては、自社 HP や B A S E、インスタグラム等からの販売を行う場合は、専門家派遣制度を利用し、継続的な支援を行う。

## II 経営発達支援事業の円滑な実施に向けた支援力向上のための取り組み

### 9. 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) 現状と課題

##### [現状]

毎年、経営発達支援会議 (以降、協議会という) において、外部の専門家 (中小企業診断士) のチェックを受け、次年度への改善点などのコメントを記載した報告書の作成を依頼し、理事会へ報告して承認を受けているが、なかなか改善できていない部分も多い。

##### [課題]

これまでに改善できていない部分についての対策が必要であるため、協議会を 1 年ごとに開催

し、経営発達支援事業の進捗状況等についての報告を行なうことで、改善できていない部分についての確実な計画の実施を目指す。

小規模事業者の効果的な支援をどれだけ実施しているかP D C Aサイクルを構築し、本計画の実施事業に対して毎年度、以下の方法により事業の成果を年1回評価・見直したものをホームページに掲載することで、地域の小規模事業者等が常に閲覧可能な状態とする。

## (2) 事業内容

- 当会の理事会と併設して、吉田摂津市産業振興課長、佐古和康法定経営指導員、外部有識者として、高野浄中小企業診断士等、本会役員から前川哲治北おおさか信用金庫業務推進部地域支援室長等をメンバーとし、協議会を年1回開催。経営発達支援事業の評価や進捗の確認を行うとともに、設定目標の見直しや適性化を行う。
- 協議会の評価結果は、役員会にフィードバックした上で、事業実施方針等に反映させるとともに、ホームページや商工会報（年1回）にて掲載することで、地域の小規模事業者が閲覧できるようにする。

## 10. 経営指導員等の資質向上等に関すること

### (1) 現状と課題

#### [現状]

厳しい経営環境下において、小規模事業者が事業継続するのが大変な状況にあり、支援する経営指導員自身の支援能力の向上が不可欠である。職員会議を月1回開催することを目標にしているが、支援に必要な情報はタイムリーに変化しているため、毎朝前日の支援について報告する体制を実施している。

また、大阪府商工会連合会や中小機構が開催する研修会へ積極的に参加させているものの、日々の業務量が多く、その中で受講となっているため、多くの職員が受講できていない。

ただ、コロナ禍の現状においては、全国商工会連合会や大阪府商工会連合会の一部の研修においては、z o o mやYouTube を利用した研修があるため、職員には時間を作らせて社内で受講させるようにさせている。

#### [課題]

支援能力向上を目指した研修会参加のみによる知識習得だけでは、実際の支援は難しいと感じられる。実際に小規模事業者支援を行うにあたり、企業から学ぶことも非常に多く、情報収集、分析結果、支援ノウハウをデータベース化し、整理・蓄積・見える化することで、職員間の情報共有を図ることが可能となる。こういった手順で、小規模事業者の業種別経営支援マニュアルを作成することで、地域性・業種特性の強い小規模事業者を効果的に支援することができ、ベテランから若手までさまざまな視点で更新することで、より実践の場で職員の経験年数や担当業務によるスキル差だけでなく、D Xについては、経験年数によるスキルでなく、得手不得手によるスキル差が顕著に出ている現状で、各スキルのバラツキを埋めることが一番の課題となっている。

### (2) 事業内容

#### ①外部および本会運営講習会の積極的活用

### 【経営指導員セミナー】

全国商工会联合会および大阪府商工会联合会主催で、職員の支援能力の向上のための経営指導員研修を行っているため、計画的に経営指導員等の派遣やコロナ禍の現状ではYouTubeでの受講が可能となっているため、積極的に受講させる。

- ・全国商工会联合会・・・補助金申請への適正支援、事業承継、最新通信方式5G、中小M&A推進計画、PQ分析による生産方式の決定等
- ・大阪府商工会联合会・・・指導員初任者研修、大阪府の小規模企業支援、テレワーク実施手順と施策、経営指導事例発表等

### 【DX推進に向けたセミナー】

大阪府商工会联合会主催のDXを理解するためのIT研修として、IT力、ITリテラシーを題材に全10回にわたる経営指導員研修を行っている。コロナ禍の現状では、YouTubeにて研修を受けることができるため、計画的に知識習得が可能となっており、職員の資質向上のため、積極的に受講させる。

また、12月には顧客を対象としたDXやITに関するセミナーを3回シリーズで実施するため、資質向上のため、職員にも受講必須とする。ただ、業務時間中の開催であるため、セミナーを録画し、職員にも受講させる予定であるが、業務の多忙を理由に受講しない職員がいることが予想されるため、「業務中研修時間割り付け」を交代で行うことにより、DX・ITに関する知識習得を徹底する。

## ②OJT制度の導入

事業計画策定、マーケティング、経営革新、金融、DX等の支援にあたるベテラン職員や専門家による支援時の巡回訪問や窓口訪問の際に若手職員を同席させることにより、専門的な支援ノウハウの取得が可能となり、能力向上につながる。また、本会の若手職員の中の一部には、DXやITに関して得意な職員が在職していることから、経験の長短関係なしに、DXやITが得意な若手職員にベテラン職員等を同席させ、職員の資質向上と意識改革を図る。他にもIT関連の支援については、SBSCの相談が多いため、職員が同席により、専門家からの知識の習得が可能となる。

## ③職員会の定期ミーティングの開催

内部職員研修は全職員を対象とし、ITをメインとした内容で年1回以上開催している。また、経営指導員研修会等へ出席した職員は、毎朝報告またはメール等で情報共有、職員の支援能力の向上を図る。

## ④データベース化

巡回時の現場での学びを職員間で共有する仕組みとして、毎朝前日の支援報告を行いタイムリーに経営支援カルテをベースとしたデータベースを更新して、支援ノウハウを蓄積し、職員間で共有することで、すべての職員が支援に携われるようにしていく。

## **1.1. 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**

### **(1) 現状と課題**

#### **[現状]**

小規模事業者の支援を効果的に実施するために、地域の特性等を理解されている他の支援機関との連携が不可欠であるため、地域の経済動向や需要動向などの分析結果を共有し、支援ノウハウ等の情報交換を行う会議を実施しており、地域性や業界特性の影響を受けやすい小規模事業者の支援に適していると考ええる。

#### **[課題]**

他の金融機関や支援機関との連携により、支援機関等有している独自の情報や支援ノウハウについて情報交換することで、地域全体の支援機関の情報収集・支援能力向上につながり、小規模事業者に効果的な支援が可能となるものの、日々変化する経済状況において、更なる連携が必要と考えている。また、新型コロナの影響により、実施できていない部分もあるが、今後はオンライン開催なども検討する必要がある。

### **(2) 事業内容**

#### **①日本政策金融公庫吹田支店（年2回）**

日本公庫吹田支店管轄内（東淀川区・吹田市・摂津市・茨木市・高槻市・島本町）での連絡協議会を年2回実施、摂津市商工会金融税務委員会との意見交換会を年に1回実施している。目的・・・公庫・各所との支援情報、ノウハウの取得。

情報交換の内容としては、タイムリーな各地域の市場動向や吹田支店管轄内の商工会・商工会議所等の取り組み支援、ノウハウなどが共有可能となる。

また、日本政策金融公庫からは、各地域だけでなく、全国的な取り組み事例や支援ノウハウについての情報交換を行っており、各所が自社の取り組みへとフィードバックすることが可能となるとともに、小規模事業者経営改善貸付制度などを通じて常時担当者と緊密に資金需要や金融支援ノウハウについて情報交換している。

#### **②北おおさか信用金庫との調整会議（年1～2回）**

大阪府の金融情報ネットワークである北摂地域の地域支援ネットワークを取りまとめており、小規模事業者向け融資「地域いきいきローン」、創業者向け融資「始めくん」を連携して実施している。

目的・・・金融機関の融資情報の収集と支援へのフィードバック。

情報交換の内容としては、摂津市ビジネスマッチングフェアも共催しているため、担当者と緊密に情報交換をして、摂津市の事業者間マッチングと、資金需要に基づく資金効果の高い支援ノウハウや取組事例などについて、情報交換を行っている。普段接触の少ない地域の金融機関との情報交換については、各事業者への日本政策金融公庫以外の融資に対する支援に役立っている。

### ③北摂地域中小企業支援プラットフォームへ（年2～3回）

大阪府北摂地域の商工会・商工会議所・地域金融機関で構成する地域プラットフォームある。  
目的・・・専門家制度の活用支援からのノウハウの取得。

情報交換の内容としては、中小企業 119 での専門家派遣による小規模事業者支援事例から現状と課題を情報共有することで、支援ノウハウの共有化を行っているため、自身のみでは解決が難しい企業支援に役立っている。

### ④大阪府内創業支援機関ネットワーク（年3回程度会議開催）

大阪府内の創業支援機関すべてが対象で、公的機関だけでなく民間支援機関、金融機関、大学、インキュベーターなどで構成されている。

目的・・・各地の創業の状況と支援ノウハウの取得。

情報交換の内容としては、先進的取組事例や地域需要型、グローバル型事業など、幅広い創業者支援の情報や支援ノウハウの共有ができる。ビジネスプランコンテストに創業計画を推薦することで、ブラッシュアップやネットワーク拡大、支援機関の能力向上になる。

## Ⅲ. 地域経済の活性化に資する取組

### 1 2. 地域経済の活性化に資する取組に関すること

#### (1) 現状と課題

##### [現状]

摂津市における地域経済の活性化については、海も山も畑もない地域であり、「まちおこし」という観点では非常に弱いまちであるため、製造業に焦点を置き、市内で作られた最終消費財を摂津ブランドとして支援を行っている。

ただ、商業については、アーケードが無く、車の通りも多い商店街が4カ所あるだけで、他市と比較しても商業活性化が弱いまちである。今後については、健都による医療分野の発展と地元製造業者とのマッチングが期待される。

##### [課題]

現状で摂津ブランドによる販路開拓支援を行っており、摂津ブランド自体の知名度は上がってきているものの、事業者の売上や利益に大きく貢献する状況には至っていない。

また、商業活性化についても商店街の高齢化や空き店舗問題などについても、他にもれず様々な問題が生じてきており、商店街自体の存続も危ぶまれている状況である。

今後については、健都を中心とした医療分野への進出やマッチングなど、健都イノベーションパークへの進出事業者との交流を重点に置いていきたい。

## (2) 事業内容

### ① 摂津市内で作られた製品を認定する制度「摂津ブランド」による販路開拓支援

平成29年より、摂津市内で製造された製品を認定し、販路開拓支援を行う摂津ブランド「摂津優品（せっつすぐれもん）」を行っており、現在16製品が認定を受けている。

認定委員会の構成は、本会・摂津市・岩橋亮中小企業診断士・大阪府商工労働部ものづくり支援課・独立行政法人大阪産業技術研究所・㈱シティライフ NEW・㈱ジェイコムウエスタの7者(団体)で構成されており、年に2回の認定委員会を行っている。

販路開拓支援の内容としては、市役所入口での製品展示や専用HPやパンフレットからのPR、ロゴの使用、販路開拓に伴う費用について、年間10万円(費用の1/2を3年間)補助を受けることができるほか、コロナ禍の現状でできていない部分もあるが、展示会出展や匠企業交流会等からのPR支援を行うほか、ケーブルテレビやシティライフ誌からのPRも行っている。

摂津ブランドホームページ <https://settsu-brand.com/>



### ② 地域資源としての商店街振興による市内商業活性化

市内のメインとなる4商店街については、店主の高齢化や後継者、空き店舗などの問題により、商業振興に対する取り組みを行うには難しい状況である。また、ネットや大型店の影響が大きく、小売店の減少に歯止めがかかっていない状況である。

このような状況から、商店街をコミュニティの再生に寄与する地域資源と捉え、摂津市と共催で「セッピスクラッチ事業」、摂津市商店連合会と共催で「100円商店街」、「摂津まちゼミ」「摂津エール飯」等を行い、商店街や市内商業の活性化を行っており、商業活性化事業等を協議するため、摂津市、摂津市商店連合会と年1回の連携会議を開催する。

また、創業セミナーや交流会をとおり、創業者とともに商店街活性化に向けた取り組みを行う。

### ③ 事業者間交流促進と人材確保・育成支援による市内工業活性化

摂津市は大手企業が多数立地する中、下請け企業が多数存在しているが、大手企業の下請けで培った高い技術を持った金属加工やプラスチック加工のオンリーワン事業者が多く、摂津市や北おおさか信用金庫、大阪彩都総合研究所と連携して、ビジネスマッチングフェアを年1回開催し、事業者間交流を促進している。

事業者間連携による新たな商品開発や技術開発による新市場参入など、市内工業活性化と製造業団体の摂津市鉄工会との連携会議(年7回程度)で今後の方向性や目標を共有して、経営者・後継者育成など人材確保・育成支援にも取り組んでいる。

今後については、摂津ブランド企業間の交流会を検討するとともに、大阪府優良企業賞受賞者間での交流会についても、高槻・茨木・守口門真商工会議所と連携して行う。

#### ④健都とバイオ推進事業と連携した医療ヘルスケアへの進出支援

摂津市および吹田市では、国立循環器病研究センターが令和元年に吹田操車場跡地へ移転したことを契機に「健康・医療のまちづくり」を進めており、摂津市エリアにおいては、2022年以降の予定で健都イノベーションパークが設立される。パーク内への進出企業として、フラッグシップ企業のニプロ㈱やエア・ウォーター㈱、国立健康栄養研究所やライフサイエンス分野の企業が入る予定のシェアラボが進出予定である。

また、隣接する茨木市には大学等の優れたシーズを事業化するために、大学発バイオベンチャーの育成・支援を行うことを目的として設立された彩都バイオインキュベータという施設があり、健都とも協力し、市内製造業の高い技術力を活かし、医療・ヘルスケア分野への進出支援の情報提供等を目指すとともに、支援の方向性や目標など共有し連携して取り組む。

(別表2)

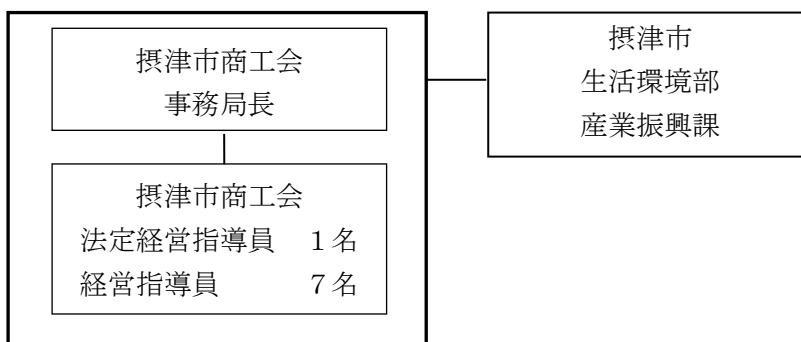
経営発達支援事業の実施体制

経営発達支援事業の実施体制

**13. 経営発達支援事業の実施体制**

(令和3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当該経営指導員の氏名、連絡先

■氏名：佐古 和康

■連絡先：摂津市商工会 TEL：06-6318-2800

②当該経営指導員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・見直しをする際に必要な情報の提供等を行う。

(3) 商工会/関係市町村連絡先

①商工会

〒566-0021 大阪府摂津市南千里丘4-35 3階

摂津市商工会

TEL：06-6318-2800 FAX：06-6318-2555 E-mail:info@settsu-sci.jp

②関係市町村

〒566-8555 大阪府摂津市三島一丁目1番1号

摂津市生活環境部 産業振興課

TEL：06-6383-1362 FAX：06-6319-5068 E-mail:sangyou@city.settsu.osaka.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)

	R 4 年度	R 5 年度	R 6 年度	R 7 年度	R 8 年度
<b>必要な資金の額</b>	<b>35,000</b>	<b>35,000</b>	<b>35,000</b>	<b>35,000</b>	<b>35,000</b>
経営（情報提供・相談）支援事業費	18,000	18,500	18,500	18,500	18,500
地域活性化事業費	17,000	16,500	16,500	16,500	16,500

(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、手数料、国補助金、大阪府補助金、摂津市補助金、参加者負担金等

(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。

