

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	東大阪商工会議所（法人番号 3122005000118） 東大阪市（地方公共団体コード 272272）
実施期間	2023/04/01 ～ 2028/03/31
目標	経営発達支援事業の目標 ・工業系の小規模事業者の活性化 「モノづくりのまち東大阪」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。 ・商業系の小規模事業者の活性化 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 新たな小規模事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、経営指導員等の支援を強化し、小規模事業者の円滑な事業承継の実現、BCP 策定支援等に取り組み、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。 ・小規模事業者への対話と傾聴を重視した相談対応の強化 経営指導員等が、対話と傾聴により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。
事業内容	I. 経営発達支援事業の内容 1. 地域経済動向調査に関すること

	東大阪市内の景気動向を業種毎に隔月に調査し、情報の収集、整理、分析を行い、小規模事業者（創業予定者も含む）へフィードバックしていくと共に課題を抽出し、中長期的な振興のあり方を踏まえたうえで、個社支援に繋がる活用を実施する。 2. 需要動向調査に関すること 販売する商品や役務サービスにかかる需要動向を調査・分析することにより、小規模事業者が気づかない潜在顧客の存在を自覚させ、需要開拓に繋げ小規模事業者の持続的発展を図る。 3. 経営状況の分析に関すること 小規模事業者の持続的発展に向け、中小企業の経営に関する実態調査により経営動向を把握し、経営指導員の巡回・窓口相談による課題の掘り起こしにより資金繰りの改善や補助金獲得など、個別ニーズに応じた経営分析を行う。 4. 事業計画の策定支援 小規模事業者の経営課題を解決するため、経営分析、景気動向調査等の分析結果を踏まえ、事業計画策定支援を行い、持続的発展を図る。 5. 事業計画策定後の実施支援 戦略的に事業計画を実行するため、各種施策や事業の参加を提案する他、経営指導員や専門家等が小規模事業者に必要なアドバイスを行う。 6. 新たな需要の開拓支援 小規模事業者の販路開拓支援を通して経営安定に努め、以って小規模事業者の持続的発展に寄与するため各種支援事業を実施する。
連絡先	東大阪商工会議所 中小企業相談所 〒577-0809 大阪府 東大阪市 永和2-1-1 TEL:06-6722-1151 FAX:06-6725-3611 e-mail:info@hocci.or.jp 東大阪市 都市魅力産業スポーツ部 産業総務課 〒577-8521 大阪府東大阪市 荒本北1-1-1 TEL: 06-4309-3174 FAX:06-4309-3846 e-mail:sangyosomu@city.higashiosaka.lg.jp

(別表1)

経営発達支援計画

経営発達支援事業の目標

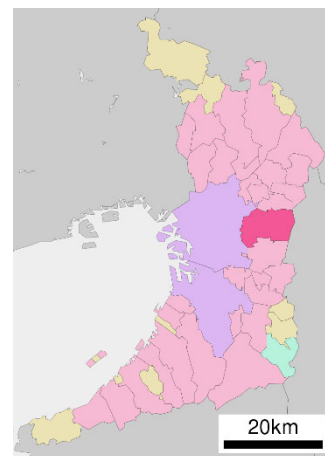
1. 目標

(1) 地域の現状及び課題

① 現状

東大阪市は、大阪府の中河内地域に位置し、中核市に指定されている。人口は約49万人であり、大阪市および堺市の両政令指定都市に次いで大阪府第3位の人口を擁する。大阪市の衛星都市・ベッドタウンである一方、大阪都市圏の中心都市に属する。

ラグビーの聖地である東大阪市花園ラグビー場を有する「ラグビーのまち」として、また技術力の高い中小企業が多数立地し、世界シェアを占める企業も多いことから「モノづくりのまち」として全国に知られている。面積に対する工場の割合では全国1位。工場の数も大阪市や横浜市などの政令指定都市を除くと1位である。特産品としては、花園ラグビー場にちなんで、ラグビーボールの形を模した菓子やキーホルダー等のラグビーグッズがある。

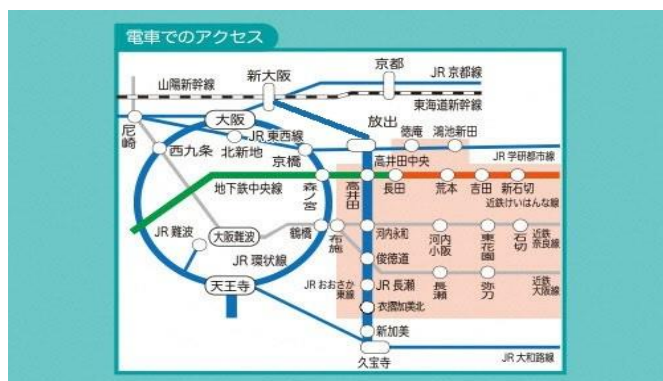


東大阪市には26か所の鉄道駅や阪神高速道路・近畿自動車道の出入り口が多数あり、通勤やお出かけに非常に便利で、大阪市中心へはもちろん、京都や神戸、奈良への移動もスムーズである。

また、日々の買い物スポットも身近にあり、布施駅前や瓢箪山駅前などの人情味あふれる商店街、大型スーパーが暮らしを支えている。都心へ通ったり、地元で働いたり、さまざまな生活スタイルに合う環境である。

交通インフラとしては、2019年3月より、JRおおさか東線の放出駅から新大阪駅区間が新たに開通したことで、東大阪市内の5つの駅から直接新大阪駅へ行けるようになり、市内鉄道網の利便性が更に向上した。また、豊中市の大阪空港駅から門真市の門真市駅を結ぶモノレールが瓜生堂まで南伸することが決定され、2029年開業に向け事業をすすめている。

東大阪市は、今以上に交通網が充実したまちに向かって発展を続けている。



東大阪市小規模事業所数状況

東大阪市小規模事業所数推移（平成 24 年・平成 28 年経済センサス活動調査による）

	製造業	卸売業	小売業	サービス業	建設不動産業	運輸業	その他
H 24	5,855 者 (30.3%)	1,225 者 (6.3%)	2,808 者 (14.6%)	5,209 者 (27%)	3,236 者 (16.8%)	642 者 (3.3%)	319 者 (1.7%)
H 28	5,218 者 (30.0%)	1,151 者 (6.6%)	2,397 者 (13.8%)	4,761 者 (27.4%)	3,016 者 (17.3%)	591 者 (3.4%)	268 者 (1.5%)
	▲637 者 (▲0.3%)	▲74 者 (+0.3%)	▲411 者 (▲0.8%)	▲448 者 (+0.4%)	▲220 者 (+0.5%)	▲51 者 (+0.1%)	▲51 者 (▲0.2%)

※平成 24 年度： 19,294 社、平成 28 年度： 17,402 社が小規模事業者である

※小規模事業者：経済センサス活動調査、従業員 20 人以下

東大阪市内小規模事業所数の推移をみると、いずれの業種も減少しているが、業種構成としては製造業が 30.0%を占め、次いでサービス業 27.4%、建設不動産業 17.3%となっており、小売業・製造業の構成割合が減ってきている。

東大阪商工会議所が実施している「景気動向調査」から、管内商工業の実情を伺うと、製造業においては、自動車関連業種などに牽引され、業況は改善傾向を示していたが、原材料の高騰や、半導体・電子部品の供給不足といったサプライチェーンの寸断が、景気回復の足取りを弱めている。また、小売業の業況指数は依然水面下で推移しており、コロナ禍による個人消費の低迷を映す結果が表れている。

② 課題

本市の製造業の特徴は、従業者数 20 人未満の小規模事業者が約 9 割を占め、かつ多種多様な業種が存在することである。また、特定の親企業との系列を持たない事業所が多く、「横受け・仲間受け」とよばれる近隣工場との有機的なネットワークを構築している。これらを背景に、独自の製品技術を有するニッチトップ企業が数多く存在している。大阪府下において規模を比較すると、事業所数と従業者数は、大阪市に次いで 2 位。製造品出荷額等は大阪市、堺市に次いで第 3 位となっている。しかしながら、従業者一人当たり製造品出荷額等は近隣市・類似団体と比較して最も低く、IT 導入を図るなど生産性向上が必要である。また少子高齢化の影響で、人材不足の状況も深刻であり、人材確保の機会提供やものづくり技術者の技能伝承の支援などにも取り組む必要がある。

商業については、後継者不在や、新たな顧客を生み出す核となるテナントがないなど集客の問題、消費者にいかに関店情報を発信し、消費者の動向をマーケティングするかが課題となっており、EC サイトの構築や、キャッシュレス対応など、経営資源が不足しがちな小規模事業者には東大阪商工会議所や東大阪市による支援が必要である。

(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

地域経済を支えている小規模事業者の振興・発達支援は東大阪商工会議所に課せられた使命であり、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、東大阪商工会議所ではモノづくり企業の技術の承継、競争力の維持・発展を図るべく DX を推し進め、テクノメッセ東大阪等各種販路開拓支援を展開し、同時に人材育成にも力を入れ、製造業の活性化を図る。

また、商業面においてはラグビーワールドカップ大会 2019 の成功を機に、「ラグビーのまち」としてインバウンドを取り込める環境にある好条件を活かすべく、各種販路開拓支援を展開し、商業・サービス業の活性化を図る。

② 東大阪市総合計画との連動制・整合性

東大阪市第 3 次総合計画の施策推進に向けた主な方針の中にあるように、『モノづくり企業の高付加価値化と販路開拓を支援』として、モノづくり企業の新技術・新製品の開発を支援し、市内企業製品の高付加価値化を促進。また、市内製造業の優れた技術や製品を PR できる場の提供や、新たなビジネスチャンスの創出により、市内企業の販路開拓を支援する。

さらに、『「モノづくりのまち東大阪」の次世代への継承』として、モノづくり企業の操業環境を保全するため、産業振興と都市計画を組み合わせた総合的な施策を展開するとともに、「モノづくりのまち」への理解を深めるための取り組みを実施する。また、新規事業者や後継者育成、事業承継に対する支援を行う。

③ 商工会議所としての役割

東大阪商工会議所は、東大阪市を管轄とする総合経済団体として、東大阪市の産業振興施策の方向性を共有しつつ、大阪府や国の施策、また社会、経済情勢をふまえながら、適切な施策を市内の小規模事業者届けるといった行政と中小・小規模事業者とのパイプ役を果たすとともに、事業者の課題やニーズを収集し、行政の施策・立案に反映させる活動をしてきた。また、地域経済の活性化を図るべく、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・利益の確保に繋がるテクノメッセ東大阪や売りメッセ等様々な地域活性化事業を展開してきた。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・事業継続を支援することで、市内の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・課題および長期的な産業振興の在り方を踏まえ、以下のとおり目標を設定する。

① 工業系の小規模事業者の活性化

“モノづくりのまち東大阪”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。

② 商業系の小規模事業者の活性化

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。

③ 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「創業支援等事業計画」を活用して、様々な創業支援に取組み、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、事業承継コーディネーター、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、東大阪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。

④ 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。

⑤ 小規模事業者への対話と傾聴を重視した相談対応の強化

経営指導員等が、対話と傾聴により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、大阪府商工会連合会等が実施する研修会へ積極的に参加し、スキルアップを図ると共に若手経営指導員については、ベテラン経営指導員とチームで小規模事業者を支援すること等を通じて、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”を汲み取る対話と傾聴能力」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。

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5年4月1日～ 令和10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。

① 工業系の小規模事業者の活性化

小規模モノづくり事業者には、テクノメッセ東大阪や他都市の展示商談会等、新製品や新技術をPRする場の提供と、スーパー等の大手小売業等との取引獲得の機会を提供する売りメッセ等を通じて販路開拓の実現を図る。また、ネットワーク構築事業の開催により横請け構造を再構築し、新たなビジネスチャンス獲得の機会を提供し、売上の向上を図る。

② 商業系の小規模事業者の活性化

商業系の小規模事業者には大手スーパー等での販売会への出店機会の提供や、商店街・市場を対象に集客に繋がる歳末イベントのチラシへの掲載等を通じて、販路開拓の実現を図る。また、「特長ある店表彰」として、市内の特長ある店舗を年に3回審査会にかけ、承認されたユニークなお店や特長あるお店を表彰し、賞状の授与や販促ツールとしてステッカーを配布する。

③ 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

東大阪市の委託で当所が主催する複数日のゼミナール形式による「創業塾」や、創業希望者からの個別相談を経営指導員等が受け、創業計画書策定支援を行い、創業者の創出を図るほか、創業間もない事業者がお互いに課題解決を図る起業家交流会を開催する事で、創業間もない廃業を抑止する。

また、大阪府が推奨する事業承継診断シート等を活用し、事業承継コーディネーターや経営指導員がヒアリングし、事業承継が課題と思われる事業者に対し、専門家派遣や大阪府事業承継・引き継ぎ支援センターへつなぐことで、円滑な事業承継の実現を図る。

また、2021年3月に、東大阪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、東大阪市内の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BCP策定支援を図り、事業継続による廃業の抑制を強化する。

さらに、高齢者や女性、障がい者等あらゆる人材の確保を支援する事で、これら事業承継や事業継続の後押しをする。

④ 小規模事業者のデジタル化支援の強化

デジタル庁が発足し10月をデジタル月間としたことから、当所においても、10月をDX・IT導入促進月間として、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、講演会・セミナー・視察会・講習会を開催し、具体的にIT導入を希望する事業者に対しては、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、生産性向上と売上増加に繋げる。

⑤ 小規模事業者への対話と傾聴を重視した相談対応の強化

大阪府商工会連合会等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、積極的に参加させると共に、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、対話と傾聴による事業計画策定、フォローアップの基本スキル・ノウハウ等を指導・伝承し、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。

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〕東大阪市内事業所を対象として景気動向についての調査を年6回実施しており、管内の景況感については、時系列推移を含めて一定把握している。

〔課題〕ビッグデータ等の活用は不十分であり、「RESAS」等を利用して、地域経済動向を分析し、事業の立案、運営のために活用していく。

(2) 目標

	公表 方法	現行	令和5 年度	令和6 年度	令和7 年度	令和8 年度	令和9 年度
①東大阪市景気動向調査	「業界情報」として刊行 HP 掲載	6 回	6 回	6 回	6 回	6 回	6 回
②大阪東部地区賃金調査	「大阪東部地区の賃金白 書」として刊行 HP 掲載	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
③新規学卒者の採用と初任給調査	「新規学卒者の採用と初 任給調査」として刊行 HP 掲載	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
④下請企業動向調査	「下請企業動向調査」と して刊行 HP 掲載	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
⑤LOBO 調査	会報誌掲載	12 回	12 回	12 回	12 回	12 回	12 回
⑥RESAS の分 析・活用	HP 掲載	—	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回

(3) 事業内容

①東大阪市景気動向調査

市内企業の景況を把握するとともに、産業振興政策の検討に活用する。

【調査対象】管内事業者（製造業 13 業種、卸売業 3 業種、小売業 4 業種）約 310 社に郵送し、約 250 社から回収

【実施時期】隔月

【調査項目】生産、仕入、販売価格、景気見通等

【調査方法】調査票を郵送ハガキで郵送し、回収。隔月実施

【分析手法】業況判断指数による

②大阪東部地区賃金調査

府下東部地区 6 商工会議所（東大阪・八尾・北大阪・守口門真・大東・松原）管内の賃金実態について調査を行う

【調査対象】府下東部地区内事業者約 4,400 社。有効回答約 900 社

【調査項目】賃金改定状況、賃金総支払額、モデル賃金、諸手当他

【調査方法】郵送方法による

【分析手法】単純集計・クロス集計により分析

③新規学卒者の採用と初任給調査

当年決定初任給や次年度見込み初任給等を調査

【調査対象】本所会員事業者 約 1,000 社。有効回答数約 200 社

【調査項目】各社の採用実績、充足状況、採用計画、学卒別初任給、パートタイマーの時給

【調査方法】調査票を往復はがきで郵送し、回収

【分析手法】単純集計により分析

④下請企業動向調査

下請企業の受注単価、採算状況等について調査

【調査対象】本所会員事業所(製造業)約 1,800 社。有効回答数約 300 社

【調査項目】取引と受注状況、受注単価と採算状況、設備機械の稼働率

【調査方法】調査票を往復はがきで郵送し、回収

【分析手法】単純集計により分析

⑤LOBO 調査（日本商工会議所）の実施

毎月 1 回、5 社を対象として調査を実施する。各事業者からの回答は日本商工会議所で集計、分析を行う。

【調査対象】管内事業者 5 社（毎月調査）

【実施時期】毎月

【調査項目】業況、売上額、採算状況、資金繰り 他

【調査手法】調査票を郵送し、FAX で回収。

【分析手法】日本商工会議所が集計し分析。

⑥「RESAS」の分析

【調査時期】：毎年 1 回（2 月）

【調査項目】：地域経済循環マップ・地域経済循環図、産業構造マップ、まちづくりマップ・From-to 分析等

【調査手法】：RESAS よりデータ抽出

【分析手法】：経営指導員が中小企業診断士のアドバイスを受けながら分析を行う。

【活用手法】：当所ホームページで年 1 回公表し、管内事業者に周知すると共に、事業計画策定支援の際に外部環境分析に活用する。加えて、市とデータを共有し、市の施策立案に反映できるよう働きかける。

（４）調査結果の活用

○調査した結果はホームページに掲載し、広く管内事業者等に周知する。

○RESAS を活用し、地域経済マップ等を分析して事業計画書作成支援等に役立てる。

４．需要動向調査に関すること

（１）現状と課題

【現状】現在は、消費者を対象とした定点的なアンケート等は実施できていない。

【課題】今後の事業運営の参考にできるよう、調査項目の検討を行ったうえで消費者を対象としたアンケートを実施する。

（２）目標

	現行	令和 5 年度	令和 6 年度	令和 7 年度	令和 8 年度	令和 9 年度
調査対象事業者数	－	10 者	10 者	10 者	10 者	10 者

(3) 事業内容

当所では、市内小売店の販売促進を支援する為、大型商業施設での販売会を毎年秋に2日間開催しており、オーダースーツや食品、金属小物などの小規模小売事業者の新商品開発のモニターリングのために、同販売会に来店した消費者を対象としてアンケートを実施する。

【調査対象】販売会に来場した消費者約100名

【調査項目】商品購買の動機、求めている商品 など

【調査手法】対面での聞き取りにより実施

【分析手法】経営指導員が集計・分析を行う

【調査結果の活用】調査結果は、経営指導員等が当該出店者に直接説明する形でフィードバックし、今後の参考とする。

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

[現状] マル経融資、小規模事業者持続化補助金申請などの相談の際に、経営状況の分析、課題抽出の支援を行っているが、実施方法などについては個々の経営指導員により異なる。

[課題] 支援の度合いについて、経営指導員の経験や知識等により多少のばらつきがあることから、指導員間の情報共有に努めるとともに、専門家による相談の際に同席することで、知識の習得、向上に務める。また、これまで「利益率の改善」等財務分析から見える表面的な課題のみに着目していたため、「対話と傾聴」を通じてSWOT分析等の非財務分析も行い、経営の本質的課題の把握に繋げる。

(2) 目標

	現行	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度
経営分析事業者数	50者	50者	50者	55者	55者	55者

(3) 事業内容

マル経融資、小規模事業者持続化補助金を中心として、窓口、巡回等による相談対応時に、事業者との対話と傾聴から、現状や抱えている問題を把握するとともに、経営改善に向けた課題の抽出につなげる。

[分析項目] ①売上や利益の推移、資金繰り、財務状況などについて把握する。

②取り扱う商品やサービス、技術の内容や特徴、人材の状況、競合関係について整理する。

[分析手法] ①財務諸表により、売上や利益の推移、構成比、原価率の推移、資金繰りの状況など、ローカルベンチマークを活用して分析を行う。

②面談等の対話と傾聴から、売れ筋商品や人材の状況等、SWOT分析のフレームで整理する。

(4) 分析結果の活用

経営分析の結果は、融資推薦判断や事業計画ブラッシュアップのために活用するほか、相談者である小規模事業者に対する経営改善アドバイスとしてフィードバックする。同時に、情報共有して経営指導員のスキルアップに活用する。

6. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

[現状] 小規模事業者持続化補助金申請にかかる経営計画策定や先端設備等導入計画、創業などの際に支援を行っている。

[課題] 小規模事業者が補助金申請や融資利用のため以外に自主的に事業計画を策定すること

は少ないが、たとえ補助金や融資のためでも実際に計画作成に取り組むことは十分に意義がある。支援の際には、自社の現状や課題を把握し、DXを取り入れた今後の経営改善、持続的発展につながるよう、事業計画の重要性、策定の目的について説明し、理解を深めていただくことが重要である。

(2) 支援に対する考え方

事業計画書は本来経営者の考えを文書化したものであるが、補助金申請や融資目的の形式的なものになりがちである。

支援の際には、小規模事業者が持続的発展を遂げるために必要となるDXの意識を高め、IT活用を提案する為のセミナーを開催し、参加していただくことで、事業計画に落とし込めるように促す。また、事業計画策定セミナーで必要な知識を身に付け、小規模事業者が、策定の目的を理解し活用できるように、経営指導員が対話と傾聴を繰り返しながら、事業計画書作成支援を進め、必要に応じて専門家を派遣する。

(3) 目標

	現行	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度
①DX推進セミナー	2回	2回	2回	2回	2回	2回
②事業計画策定セミナー	2回	2回	2回	2回	2回	2回
事業計画策定事業者数	—	20者	20者	20者	20者	20者

(4) 事業内容

①「DX推進セミナー」の開催及び個別相談

DXに関する知識の醸成や基礎知識を習得するため、また実際にDXに向けたITツールの導入やWebサイト構築等を推進していくために、セミナーを開催する。

対象：市内小規模事業者

募集方法：案内チラシや会報誌での告知、ホームページ、メールマガジン等

カリキュラム：商業者向けIT活用セミナー、製造業者向けDXに向けたITツールの活用

個別相談：セミナー受講者で個別支援を求める事業者に対し、経営指導員及び専門家による個別相談支援を行う。

②「事業計画策定セミナー」の開催及び個別相談

補助金申請締め切りに合わせて、年に2回事業計画策定セミナーを開催する。

対象：市内小規模事業者

募集方法：案内チラシや会報誌での告知、ホームページ、メールマガジン等

支援手法：セミナー受講者で希望者には、経営指導員及び専門相談員による対話と傾聴を重視した事業計画策定・ブラッシュアップの個別支援を行う。

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]融資利用者へのフォローや持続化補助金採択事業者へのフォローを中心とした現状確認が中心である。

[課題]現状確認は継続して行うが、計画の実行状況や資金繰り状況、実行に当たって発生している新たな課題の有無など計画的に確認する必要がある。

(2) 支援に対する考え方

フォローにあたっては、事業計画通りに進んでいるかの確認と、進んでいない場合は検証と、訪問回数を増やす等フォロー頻度を上げ、対話と傾聴で経営者自らが納得して課題解決

できるように支援を行うなど、事業所の状況を見ながら対応を進める。

(3) 目標

	現行	令和 5 年度	令和 6 年度	令和 7 年度	令和 8 年度	令和 9 年度
フォローアップ 対象事業者数	—	80 者	80 者	80 者	80 者	80 者
頻度(延回数)	—	200 回	200 回	200 回	200 回	200 回
売上増加事業所数	—	2 者	3 者	5 者	7 者	10 者
営業利益増加事業所数 (3%以上)	—	2 者	3 者	5 者	7 者	10 者

(4) 事業内容

巡回、窓口、電話等によるフォローアップの実施

事業計画策定を支援した小規模事業者を対象として、巡回、窓口、電話等によりフォローアップを行う。フォローアップにあたっては、事業計画策定時に想定していた外部環境その他の条件に変化が起こっていないか、計画通りに事業が進んでいるかを確認し、現状の把握に努めるとともに、必要に応じて計画の見直しなどアドバイスを行う。なお、事業者毎に最低 2 回のフォローを行うが、支援の状況、事業者からの申し出により臨機応変に対応する。

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]ものづくり企業については、毎年大阪市内会場でテクノメッセ東大阪を開催。

また、より広い商圏でのビジネスマッチングの機会提供として、年に数回他府県での商談会を開催。また、商業者向けには、市内小規模小売業者の共同出店による販売会や年末年始の商店街催事を支援している。さらに、DX に向けた取組としてはセミナー等を開催している。

[課題]販路拡大を図るためには、販促 PR 活動が重要である。数多くの販売の機会が提供できるよう、事業 PR に取り組み、新たな需要の開拓に寄与する必要がある。また、DX に向けた取組については、具体的な取組につながるよう、事業者のニーズに応じた支援を行っていく。

(2) 支援に対する考え方

東大阪はモノづくりのまちとして製造業者が多数存在する。独自の展示商談会は行っているが、機会の提供としては少ないため、他府県との商談会や大都市での商談会を取り入れ、更なる販路開拓支援に努める。DX に向けた取組としては、セミナーで理解を深めたいうえで、必要に応じて IT 専門家派遣等を実施するなど、事業者の課題に応じた支援を行う。

(3) 目標

	現行	令和 5 年度	令和 6 年度	令和 7 年度	令和 8 年度	令和 9 年度
①テクノメッセ東大阪出展事業者数	20 者	20 者	20 者	20 者	20 者	20 者
商談成約数/者	1 者	1 者	1 者	1 者	1 者	1 者
②売りメッセ参加事業者数	23 者	25 者	25 者	25 者	25 者	25 者

商談成約数/者	1 件	1 件	1 件	1 件	1 件	1 件
③都市間交流 参加企業数	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者
商談件数/者	1 件	1 件	1 件	1 件	1 件	1 件
④物産フェア 出展企業数	10 者	10 者	10 者	10 者	10 者	10 者
売上増加率/者	—	3%	3%	3%	3%	3%
⑤ネットショップ の開設者数	4 者	5 者	5 者	5 者	5 者	5 者
売上増加率/者	—	3%	3%	3%	3%	3%

(4) 事業内容

①テクノmesse東大阪 (BtoB)

[事業概要] 東大阪市内製造業がマイドーム大阪に集結し、11 月の 2 日間にわたり自社の製品を PR する総合展示商談会。

[来場者数] 延べ 8,200 名程度

[支援対象] 販路開拓を希望する管内小規模製造業者

②売りメッセ (BtoB)

[事業概要] 百貨店やスーパー、通販会社等大手バイヤーの仕入担当者が、あらかじめ希望する商品等を告知し、構えているブースに管内製造業者が直接売込の出来る逆見本市タイプの商談会。アポイントが取りづらい大手バイヤーと商談が可能で、1 日で複数社に対して売り込むことが出来る。

[出展社数] 毎年 20 社程度(バイヤー)

[支援対象] 最終製品を販売する管内小規模製造業者 25 者程度

③都市間交流会 (BtoB)

[事業概要] 他府県で開催される展示会や商談会にオンラインや現地参加することで販路開拓や取引拡大につなげる。

[出展社数] 500 社程度

[支援対象] 他都市との取引を希望する市内小規模製造業者 2 者程度

④物産フェア (BtoC)

[事業概要] 大型商業施設にて、他店にない自慢の逸品(オリジナル商品)を一堂に集結し、商品直売と店舗 PR に繋げる販売会を 11 月の土日 2 日間かけて開催。

[出展社数] 販路開拓を希望する管内小規模商業者 10 者程度

⑤ネットショップ開業塾

[事業概要] インターネットショップの開業を目指す者を対象に開催する 4 日間＋フォローアップ 2.5 時間の勉強会で、ネットショップを立ち上げるためのノウハウや商品の撮影方法、商品のアップの仕方や宣伝方法、トラブル対応等について学ぶ。

[受講者数] 販路開拓を希望する管内商業者 50 者程度

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組

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] 大阪府の小規模事業者経営支援事業として実施しているものは、大阪府担当者による検

査、大阪府小規模事業者等支援施策評価審議会による審査、事業評価を受けており、事業見直しの参考としている。

[課題]各事業については、PDCA サイクルを意識しながら評価改善に取り組んでいるほか、一部の事業については大阪府による評価を受けているが、内部的に事業を評価する機能は無く、第三者を加えた組織を構成したうえで、事業評価を行う必要がある。

(2) 事業内容

経営発達支援計画に関する進捗状況や事業報告を行う評価会議を年1回開催する。メンバーは、事務局長、法定経営指導員、東大阪市担当者、外部有識者である中小企業診断士、(株)日本政策金融公庫担当者で構成。評価会議による評価結果は当所内で共有し、事業実施方法等の改善の参考として活用するほか、ホームページに掲載し、小規模事業者が閲覧可能な状態にする。

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]経営指導員及び一般職員の資質向上を目的に、大阪府商工会連合会が開催する経営指導員向けの研修や、日本商工会議所が開催する研修、(株)日本政策金融公庫担当者を講師として開催する研修等各種研修を行っている。また、日本商工会議所のスーパーバイザー事業を利用して、若手指導員の育成を図る他、年に1度自己申告する形で各指導員及び一般職員が資質向上の目標を掲げ、独自で勉強している。

[課題]各経営指導員の経験によって、それぞれが行う支援には偏りが出てくる。

経営全般的な相談に応じられるように経営指導員の質の均一化を図る必要がある。また、DXに関する知識の習得と、コミュニケーション能力を高める研修を受けることで小規模事業者のニーズに合わせた相談・指導が可能となるようにする必要がある。

(2) 事業内容

①外部講習会等の積極的な活用

【経営指導員研修】

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テーマやDX推進に向けたテーマに関しては、経営指導員等が積極的に参加する。

日本商工会議所が開催する研修についても、特に若手指導員の積極参加を促す。

(株)日本政策金融公庫担当者を講師として開催する研修会には、特に新人経営指導員に参加を促し、融資の基礎を習得する。

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、ふりかえることで、経営支援の能力向上を図る。

【DX推進セミナー】

所内で開催するDX推進セミナーに経営指導員等も参加してDXの基礎知識を習得し、相談・指導が可能となるようにする。

【コミュニケーション能力向上セミナー】

対話力向上等のコミュニケーション能力を高める研修を実施する事により、支援の基本姿勢(対話と傾聴)の習得・向上を図り、事業者との対話を通じた信頼の醸成、本質的課題の掘り下げの実践に繋げる。

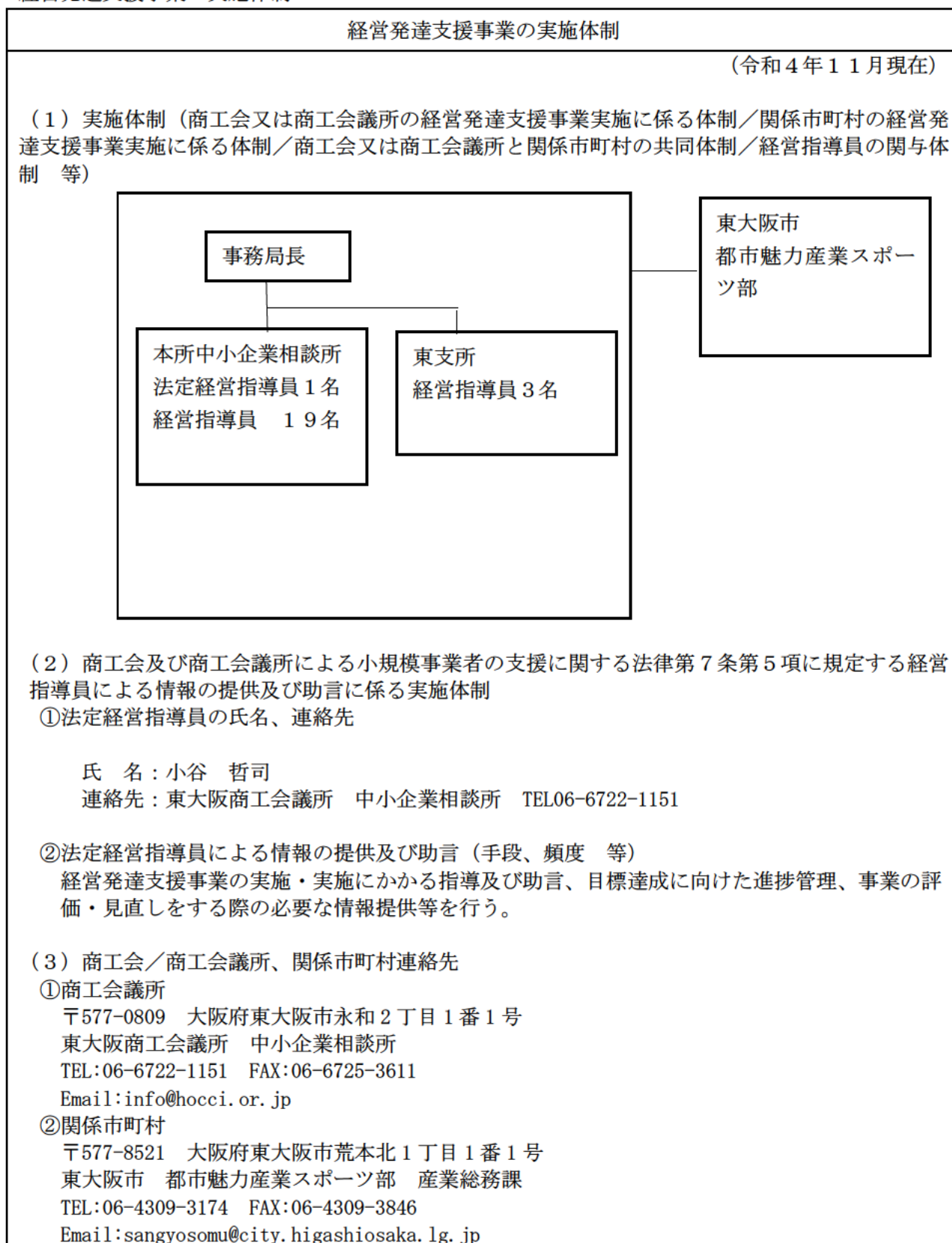
②朝礼・内部審査会による情報共有

毎朝実施する朝礼において、専門家による相談を中心として特に必要と思われる支援の事例を共有するほか、各種施策情報についても共有し、各経営指導員の基礎的情報の均一化を図ると共に、好事例についてのノウハウ移転を図る。

また、内部審査会において取り下げを含めた融資支援状況等の情報を共有し、組織全体の支援能力の向上を図る。

(別表2)

経営発達支援事業の実施体制



(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 5 年度	令和 6 年度	令和 7 年度	令和 8 年度	令和 9 年度
必要な資金の額	502,395	503,000	503,000	503,000	503,000
小規模事業	141,775	142,000	142,000	142,000	142,000
一般事業	360,620	361,000	361,000	361,000	361,000

(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
商工会議所会費収入、事業収入、国・府・市の補助金

(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)

経営発達支援計画を共同して作成する商工会又は商工会議所及び関係市町村以外の者を連携して経営発達支援事業を実施する者とする場合の連携に関する事項

連携して事業を実施する者の氏名又は名称及び住所 並びに法人にあっては、その代表者の氏名	
連携して実施する事業の内容	
① ② ③ ・ ・ ・	
連携して事業を実施する者の役割	
① ② ③ ・ ・ ・	
連携体制図等	
①	
②	
③	