

経営発達支援計画の概要

<p>実施者名 (法人番号)</p>	<p>高石商工会議所（法人番号 8 1 2 0 1 0 5 0 0 0 3 4 7） 高石市（地方公共団体コード 2 7 2 2 5 6）</p>
<p>実施期間</p>	<p>令和 4 年 4 月 1 日～令和 9 年 3 月 3 1 日</p>
<p>目 標</p>	<p>経営発達支援事業の目標</p> <p>① 小規模事業者の活性化 ② 小規模事業者の販路開拓 ③ 新たな小規模事業者の創出と事業継続 ④ 小規模事業者のデジタル化</p>
<p>事業内容</p>	<p>経営発達支援事業の内容</p> <p>【3. 地域の経済動向調査に関すること】 景気動向調査や行政、金融機関等の各種データを収集・分析し、分析結果を小規模事業者へ広く情報提供する。</p> <p>【4. 需要動向調査に関すること】 各業種の課題に対応した需要動向を調査分析し、小規模事業者の販路開拓や商品開発等に活用できる情報を提供する。</p> <p>【5. 経営状況の分析に関すること】 経営状況分析（SWOT分析や財務分析等）を実施し、分析結果を事業計画の策定や策定後の実施支援などに活用する。</p> <p>【6. 事業計画策定支援に関すること】 補助金申請等を機会として、小規模事業者が自身で活用できる IT ツールやデジタル技術の情報を踏まえて、経営課題を解決するために事業計画策定の必要性を訴求するとともに、創業計画策定支援により小規模事業者の創出を行い、BCP、事業継続計画等の策定支援により事業継続に繋がるよう支援する。</p> <p>【7. 事業計画策定後の実施支援に関すること】 策定した事業計画の進捗状況を確認するとともに、課題や業績に応じたフォローアップ支援を実施する。</p> <p>【8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること】 広域で実施している商談会、地場産品展示即売会で販路開拓の機会を創出し、SNSやECサイト等を活用しながら新たな需要開拓を支援する。</p>
<p>連絡先</p>	<p>高石商工会議所 中小企業相談所 〒592-0014 大阪府高石市綾園 2 丁目 6 番 1 0 号 TEL : 072-264-1888 FAX : 072-261-7676 E-mail : tcci@gold.ocn.ne.jp</p> <p>高石市 政策推進部 経済課 〒592-8585 大阪府高石市加茂 4 丁目 1 番 1 号 TEL : 072-275-6149 (直通) FAX : 072-263-8143 (直通) E-mail : keizai@city.takaishi.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

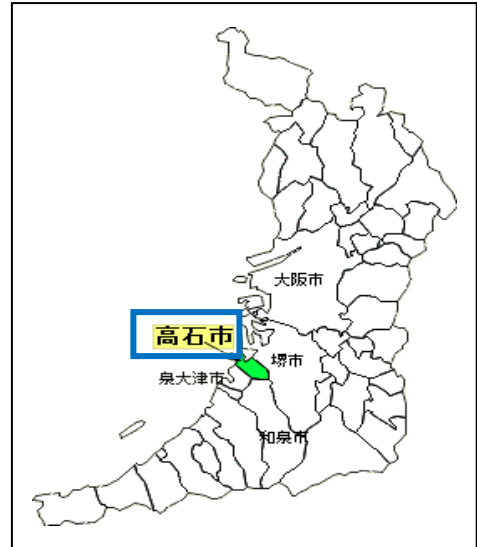
①現状

1. 高石市の概要

高石市は、大阪府の南部に位置し、北と東は堺市、南は和泉市及び泉大津、西は大阪湾に面している。

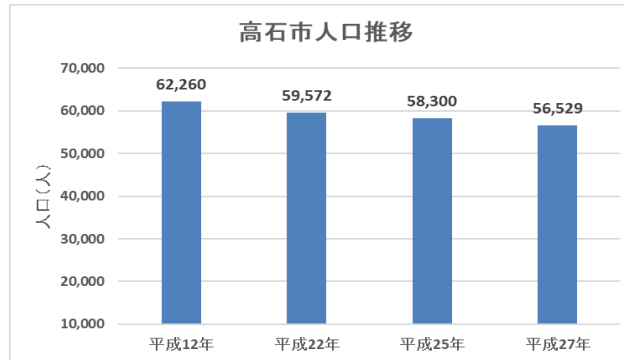
市域は、東西 6.1 キロメートル、南北 4.1 キロメートル、面積 11.3 平方キロメートルで、約 4 割は臨海部の埋立地で工業地帯として利用されている。

交通は、南海本線、JR 阪和線の鉄道駅 6 駅と国道 26 号、阪神高速 4 号湾岸線などの道路で周辺市町と結ばれ、大阪市中心部と関西国際空港のいずれにも約 30 分で到達できるなど交通至便なまちである。



2. 人口

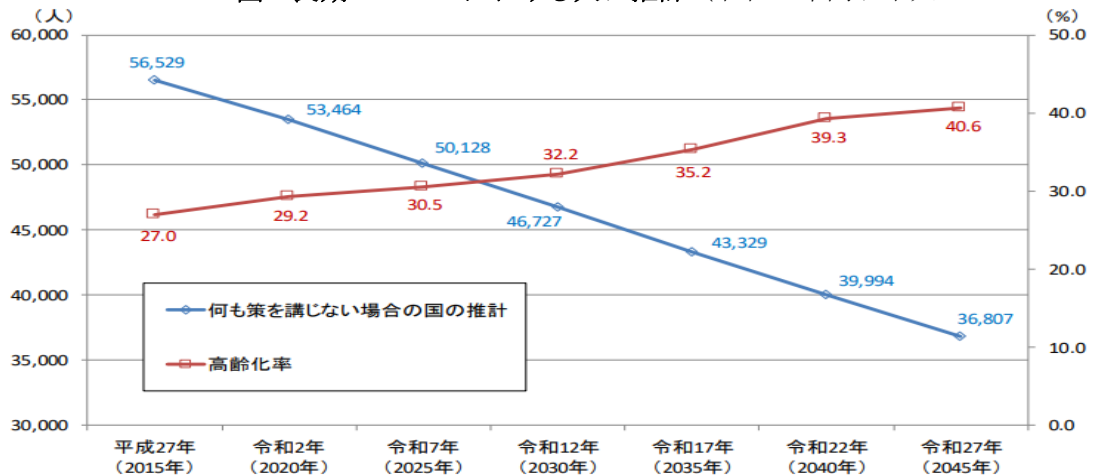
人口は、57,205 人（令和 3 年 10 月 1 日時点）となっており、令和 2 年 3 月策定の「高石市人口ビジョン」によると、昭和 30 年代後半に臨海工業地帯が造成され、臨海部の企業の社宅建設や大阪中心部へのアクセスの良さなどから、ベッドタウンとして人口が急増し、昭和 60 年には、66,974 人（国勢調査）のピークを迎え、その後は、ゆるやかな減少が続いている。



将来人口については、下記「国の長期ビジョンにおける人口推計」のとおり、何も対策を

講じない場合は、令和 27 年に 36,807 人になるとされており、65 歳以上の高齢者の割合は 40.6% に上昇すると推測されている。また、高石市の人口構造は、団塊の世代や団塊ジュニア世代の層が特に厚く、①出生数の減少②高齢者の急激な増加③転入数の停滞の状況を踏まえて、子育て環境の整備、あらゆる年齢層が支え合いのできる地域づくりや安心・安全なまちづくりを進め、地域で支え合う体制づくりが必要である。

国の長期ビジョンにおける人口推計（令和 2 年高石市人口ビジョンより）



3. 産業構造

高石市は、昭和 30 年代後半からは臨海工業地帯の造成により大手企業が進出し、生産額が最も大きい産業は化学、次いで石油・石炭製品、ガス・熱供給業、鉄鋼である。

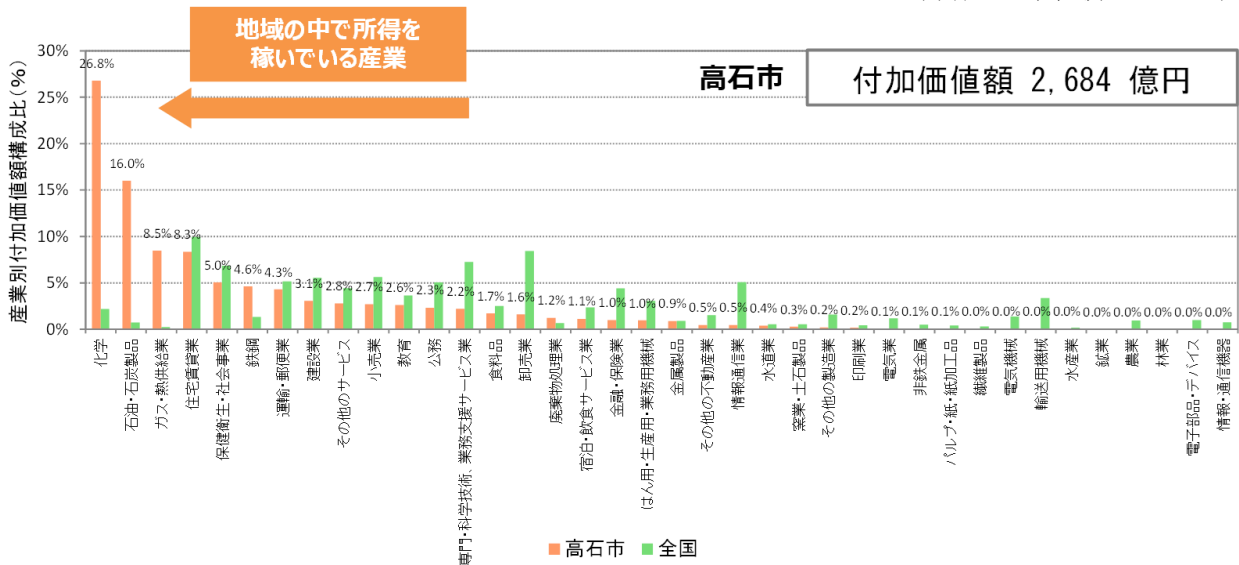
生産額のうち、第 1 次産業が 0.0%、第 2 次産業が 72.9%、第 3 次産業が 27.1%を占める。第 2 次産業の大阪府平均が 32.1%であり、地域の強みとなる産業となっている。

また、付加価値額が大きな産業は、化学、石油・石炭製品、ガス・熱供給業、住宅賃貸業で、これらの産業が地域を支えている。付加価値額のうち、第 1 次産業が 0.0%、第 2 次産業が 54.9%、第 3 次産業が 45.1%を占め、付加価値額は 2,684 億円となっている。（「地域経済循環分析用データ」より。）

産業別では、製造業が事業者数、事業従事者数、付加価値が大きく、存在感がある。また、卸売業・小売業は事業者数が多く、医療・福祉業は事業従事者数が多い。

高石市	建設	製造	電気、ガス、熱供給、水道	情報通信	運輸、郵便	卸売、小売	金融、保険業	不動産、物品賃貸	学研研究、専門・技術サービス	宿泊、飲食サービス	生活関連サービス、娯楽	教育、学習支援（学校以外）	医療、福祉	その他
事業所数 2016	166	121	3	11	70	422	21	135	50	225	179	84	213	135
事業従事者数 2016	1,160	3,836	219	23	1,383	2,752	320	378	304	1,527	605	345	3,279	2,051
付加価値額 2016	7,373	46,518	6,067	64	9,295	10,230	3,211	1,837	1,867	2,724	1,290	×	13,653	5,294

（平成 28 年経済センサス）



（出典：環境省「地域経済循環分析用データ」、総務省統計局「国勢調査」）

4. 小規模事業者の現状

平成 28 年経済センサスによると高石市内の総事業者数は、2,036 者で、うち小規模事業者数は 1,396 者となっており全体の 68.5%を占めている。平成 26 年の同割合 70.6% (1,524/2,156) と比較すると減少しており、小規模事業者数の減少率の方が著しい。一方で、全体の約 7 割を占めており、小規模事業者が本市地域経済の重要な担い手となっている。

小規模事業者の産業別内訳をみると、建設業、不動産・物品賃貸業、情報通信業において小規模事業者の占める割合が高く、医療・福祉業は小規模事業者の割合が低い。

総数・小規模事業者数ともに、情報通信業、卸売業・小売業、製造業の減少が著しい。

○小規模事業者数の割合

区 分	平成 24 年	平成 26 年	平成 28 年
事業者数	2,204	2,156	2,036
小規模事業者数	1,584	1,524	1,396
割合	71.8%	70.6%	68.6%

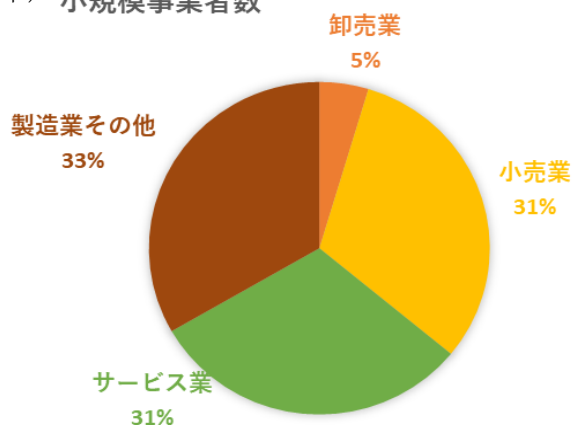
(出典：経済センサス)

○小規模事業者の業種別事業者数（平成 28 年）

業 種	小規模事業者数
卸売業	65
小売業	437
サービス業	429
製造業その他	465
合計	1,396

(出典：経済センサス)

小規模事業者数



○事業者数と従業者数の推移

企業数 (数)			事業者数 (数)			従業者数 (人)		
平成 24 年	平成 26 年	平成 28 年	平成 24 年	平成 26 年	平成 28 年	平成 24 年	平成 26 年	平成 28 年
1,689	1,630	1,520	2,204	2,156	2,036	19,273	19,303	18,889

(出典：RESAS 地域経済分析システム)

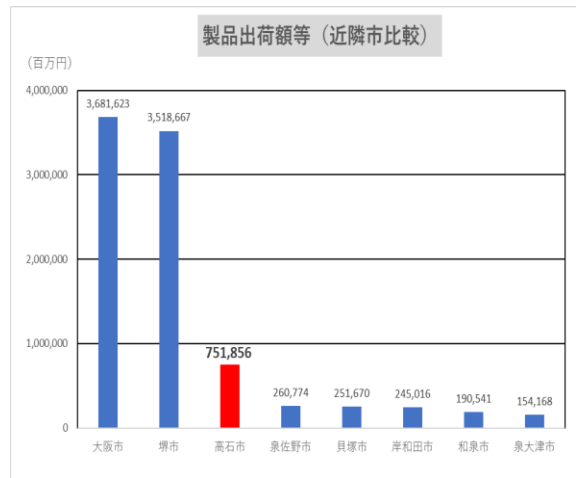
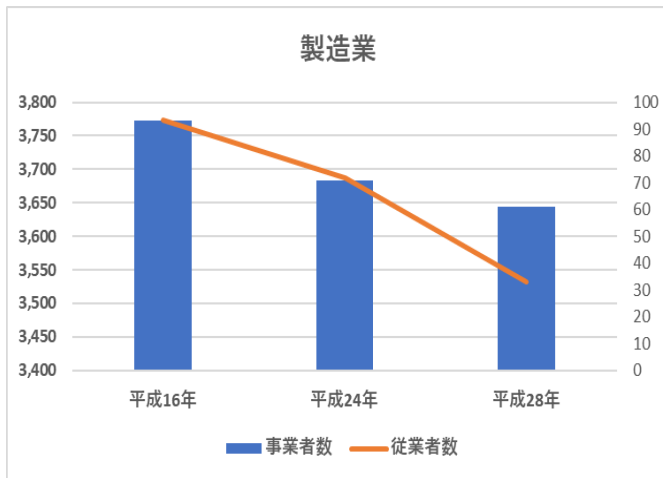
5. 工業の現状

昭和 30 年代後半から臨海工業地帯の造成により石油化学コンビナートが形成され、付加価値が大きい化学、石油・石炭製品、ガス・熱供給業等が産業基盤となっており、特に化学の付加価値額が最も高く、製造出荷額も近隣市より大きい。しかし、近年の製造業の事業者数、従業者数とも、全体的には減少傾向にあり令和元年にはエネルギー革命により大手企業の規模縮小が行われ、今後の地域への影響が懸念される。

また、中小企業では競争激化、労働力不足を解消するための生産性向上への取り組み、DX への対応など様々な課題を抱える厳しい状況であり、事業者数は 12 年で約 34%、従業者数は約 6%減少している。

製造業	平成 16 年	平成 24 年	平成 28 年
事業者数	93	71	61
従業者数	3,773	3,687	3,532

(出典：経済センサス)



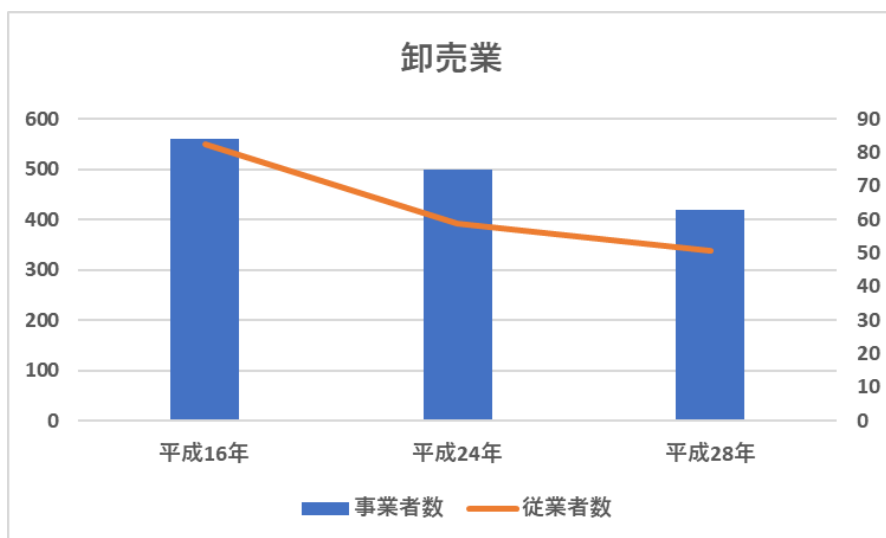
(出典：経済センサス)

6. 商業の現状

臨海工業地帯の造成以降、大手企業の社宅建設やベッドダウンとして人口が急増し、主要駅である高石駅、羽衣駅周辺で再開発計画が進んだ。平成15年には中規模商業施設「アプラたかいし」が完成、平成28年5月に下り線、令和3年5月に上り線の高架工事が完成した。小売業では近年は、高石駅周辺を中心に食料品スーパーが相次いで出店するなど市民の利便性が増しているが、小規模店舗が集積する商店街においては廃業が増加し、空き店舗が目立つなど非常に厳しい状況が続いており、平成16年から平成28年にかけて事業者数が約48%、従業者数は約33%減少している。卸売業についても、事業者数が約25%、従業者数は約38%減少している。

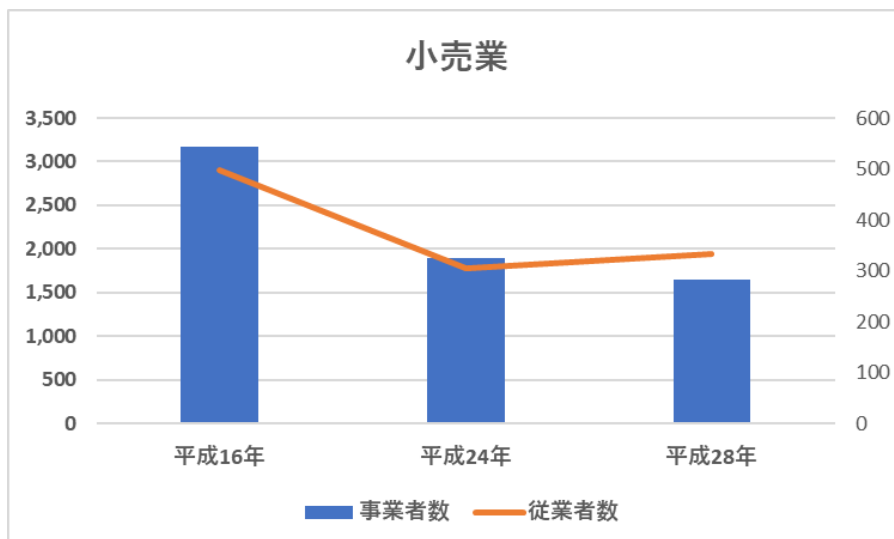
卸売業	平成16年	平成24年	平成28年
事業者数	84	75	63
従業者数	549	392	338

(出典：商業統計、経済センサス)



小売業	平成 16 年	平成 24 年	平成 28 年
事業者数	543	324	283
従業者数	2,901	1,783	1,948

(出典：商業統計、経済センサス)



② 課題

高石市の高齢化率（総人口に占める 65 歳以上の割合）は 27.4%（令和 2 年時点、大阪府社会福祉協議会データベース）と全国平均の 28.7%より若干低いものの、今後も増加する見込みである。経営者も高齢化になってきており、今後は後継者不在による廃業を食い止めることが課題となる。そのため、後継者育成など計画的に事業承継を促す支援が必要になる。

また、小売業やサービス業など高石市を商圈とする業種においては、中心市街地の活性化策は講じられているものの、人口減少による市場の縮小が深刻になっており、市域の商店街では、空き店舗が増加し、商業集積としての魅力の向上が求められており、市外の大型店への顧客流出が起こっており、商店街や商業の活性化を図るためには個社の強みをアピールできる支援が不十分である。そのため地域に密着した魅力ある商業地の結成が求められている。そして、当所の経営指導員の資質向上や、行政や専門家、金融機関等各種支援機関と連携した支援体制の整備を進めていく必要がある。

(2) 小規模事業者に対する中長期的な振興のあり方

① 10 年程度の期間を見据えて

高石市の人口は、昭和 60 年をピークに 6 万人を割り込み、令和 12 年には 5 万人を割り込む予想であり、人口減少による市域の市場の縮小が避けられない状況である。行政においても、人口減少に対し、第 5 次高石市総合計画において、子育て、教育環境の特性を活かし、さらにまちのにぎわいづくりを強化することで定住人口の増加を目指すこととしている。

小規模事業者は、減少を続けているとはいえ、全事業者の 7 割近くを占めており、地域の経済や雇用を担う重要な存在である。経営者の高齢化や生産年齢人口の減少による生産性の低下等、小規模事業者の取り巻く環境は益々厳しさを増しているが、これらの小規模事業者を今後も持続的に発展させていくことが中長期的な地域経済の発展に繋がることから、国、府はじめ地域の支援機関と連携を強化して、事業者が自らの意識を改革し、課題を抽出し、その課題を解決できるよう事業者に寄り添った伴走支援を実施する。

② 高石市総合計画との連動性・整合性

当市は、令和3年3月に策定した第5次高石市総合計画（令和3年～12年）において「みんなが輝く育みと健幸の住みよいまち」を目指し、(1)次世代産業の創出支援と企業立地の推進、(2)既存産業の活性化と経営基盤の強化、(3)雇用機会の拡大と就業環境の充実への取り組みを図り、産業振興とにぎわい創出による活力あふれるまちづくりを推進している。また、少子高齢化は深刻さを増しているが、健康増進等の健幸のまちづくりの推進を図り、全ての世代における社会増を目指している。

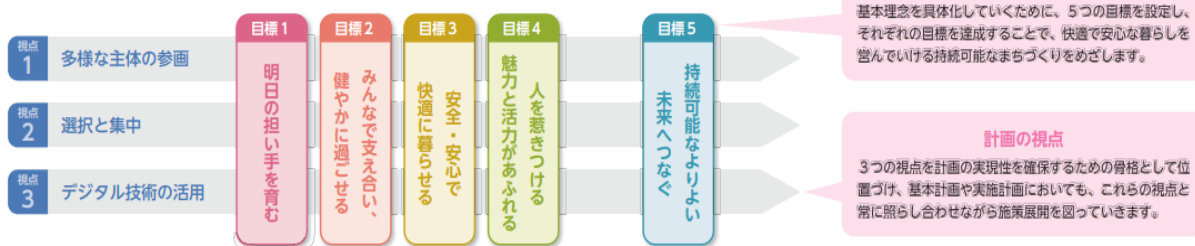
当所では、高石市と連携して、新規・成長分野における、新技術の開発や高度化に向けた取り組みを推進するとともに、生産性向上や人材育成、創業、事業承継等の多様な経営課題に対する相談・支援・情報提供の充実、強化を図る。さらに、災害に強い安全・安心な都市の形成を図るべく、令和2年3月に高石市と共同で作成し、大阪府の認定を受けた「事業継続力強化支援計画」に基づき、小規模事業者の事業者BCP策定支援を強化している。

また、スマートシティの取組に対して、ITやDXなど等を活用した小規模事業者のデジタル化を支援する。

まちづくりの目標

基本構想

都市目標：「人間都市・高石」
基本理念：「みんなが輝く育みと健幸の住みよいまち」



(第5次高石市総合計画概要より)

③ 高石商工会議所としての役割

当所としての役割は、高石市と連携し、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強固な体制を構築し、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。具体的には、経営改善のための各種セミナー交流会、地域活性化のためにイベントを実施するとともに、経営分析、経営に役立つ情報提供、事業計画策定、販路開拓、人材採用など、小規模事業者に寄り添ったきめ細かい支援に取り組む。

(3) 経営発達支援事業の目標

当市は、令和3年3月に策定した第5次高石市総合計画（10年計画）において「みんなが輝く育みと健幸の住みよいまち」を目指し、産業振興とにぎわい創出による活力あふれるまちづくりを推進しており、その計画の趣旨や地域の現状と課題、小規模事業者の持続的発展という中長期的な振興のあり方を踏まえ、各支援機関と連携していく。

①小規模事業者の活性化

経営指導員の巡回指導、窓口相談、各種セミナーの開催等を通じた小規模事業者の経営実態の把握及び分析、顧客のニーズや自らの強み・弱み、外部環境の変化、さらに活用できる IT ツール、DXに向けた取組やデジタル技術への情報などを踏まえた事業計画の策定を支援する。そして、事業計画策定支援を実施した小規模事業者に対して定期的な巡回訪問による計画の進捗状況の確認などフォローアップに至るまで事業者に寄り添う伴走型支援を行い利益拡大などの結果に繋げていく。

②小規模事業者の販路開拓

高石市内の小規模事業者の独自の技術や新しいアイデア製品の PR、他社とのマッチング機会の提供、ホームページや SNS を活用した情報発信により販路開拓を支援する。

消費者ニーズの変化に対応しながら、SNS を活用した販路開拓事業を実施するとともに、キャッシュレス決済サービス導入支援など、多様化したニーズに応じたサービスの提供を支援する。また、日本国内では人口が減少し、市場が縮小する中、小売業者にとっては新規市場を開拓する余地がなくなりつつある現在において、海外への市場開拓について越境 EC モールへの出店支援にも取り組む。

③新たな小規模事業者の創出と事業継続

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、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、事業承継に対する意識の向上や計画に沿った事業承継を図るため、大阪府事業承継・引継ぎ支援センターや泉北地域の事業承継エリアコーディネーターと連携を図り、小規模事業者数の減少傾向に歯止めをかけ維持することで、市内就労人口の減少による生産性低下を防ぎ、労働力の確保に取り組む。

また、高石市と共同作成し認定を受けた「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。

④小規模事業者のデジタル化

少子高齢化、生産年齢人口が減少傾向にある中、小規模事業者の生産性向上に繋げるため、IT/IoT/DX 等新技術の利活用を推進し、先進事例の紹介や小規模事業者に適した即効性のある導入手法の紹介や、導入までの課題を解決するよう支援に取り組む。

以上の取り組みとともに、求職者が就業したい魅力的な中小企業者、小規模事業者を創出し、地元への就職を支援することで地域への就業者を増やし、地域経済に潤いをもたらすことを目指し、減少が続いている小規模事業者の事業継続を支援するとともに、創業支援等により市内経済全体の新陳代謝を上げて、商業、サービス業を中心に、にぎわいを創出して地域経済の活性化を図ることを目標とする。

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小規模事業者の活性化

小規模事業者の経営状況の分析、その分析を基にした事業計画の策定、計画に基づく販路開拓などの売上向上や技術力の向上の取り組みなど計画実行のフォローアップに至るまで、きめ細かい支援により事業者に寄り添ったワンステップでの支援に取り組む。

そのために、各種支援事業や地域活性化事業と経営相談事業との結びつきを強化して支援力を強化し、小規模事業者の「稼ぐ力」の獲得・強化を総合的に支援し、小規模事業者に事業計画策定の意義と重要性を認識させる。

②小規模事業者の販路開拓

小規模事業者の最大の経営課題である販路開拓に資する事業として、新たな販路の探索を目指し、商談会、展示会等への出展支援、さらにはホームページ、SNS、ネットショップ等WEB・ITツールを活用した情報発信力向上を支援する。

また、「高石商工フェスティバル」や「SNSを活用した商業活性化事業」等の購入を伴うイベントでは、期間中の消費者の購入意欲の向上、SNSによる定期的な発信など後日のリピート購入に繋がるような効果的なアピール方法を支援する。

③新たな小規模事業者の創出と事業継続

廃業等により事業者数が減少している中、新たな小規模事業者の創出のため、高石市や地域の金融機関と連携し国の「産業競争力強化法」による「創業支援事業計画」を活用した、特定創業支援事業に基づき創業セミナーの開催や事業計画作成などの創業支援に取り組み、新たな小規模事業者の創出と創業後の経営支援強化、よろず支援拠点など専門家活用による課題解決に取り組む。

また、事業承継に対する意識の向上や計画に沿った事業承継を図るため、公益財団法人大阪産業局やその他専門支援機関と連携を図り、小規模事業者数の減少傾向に歯止めをかけ維持することで、市内就労人口の減少による生産性低下を防ぎ、労働力の確保に取り組む。

さらに、高石市と共同作成し認定を受けた「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。

④小規模事業者のデジタル化

小規模事業者の生産性の向上へと繋げるため、IT投資が遅れており経営資源が限られている小規模事業者に対しITの利活用を進め業務を効率化させることが重要である。また、DXに向けた取り組み（オンライン取引、キャッシュレスの導入、SNS活用、HP作成等）を推進し、一般知識、先進事例の紹介を行い、小規模事業者に適した生産性向上に即効性のある導入方法の紹介や、導入までの課題を解決するよう支援する。

3. 地域の経済動向調査に関すること

(1) 現状と課題

<現状>

地域の景気動向、商工業の景況を把握するための経済動向調査として、当市域の業種別 LOBO 調査（早期景気観測）を従来から実施しており、調査結果は中小企業診断士により分析を行い、ホームページへの広報、当所発行の会報誌、また調査に協力いただいた事業者へ個別に分析結果を提供している。しかしながら、小規模事業者を取り巻く経営環境の変化やその影響を考慮した分析結果などの情報の活用について積極的に小規模事業者に働きかけることが不十分であった。

<課題>

これまで経済動向調査を実施し、データの専門的な分析結果をより小規模事業者の経営に役立ててもらおうこと、経営相談において活用が不十分で、経済動向を活用した支援が実施できる体制を整えることが課題である。

(2) 目標

地域の景気動向、商工業者の景況を把握するための動向調査を実施し、経営指導員等でデータ分析を行い、小規模事業者の持続的な発展に資するために経営状況分析や事業計画策定の基礎情報としてフィードバックする。また地域経済の活性化に資する取り組みにも活用する。

支援事業及び目標	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 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
② 景気動向分析の公表回数	HP 掲載 会報誌掲載	-	2回	2回	2回	2回	2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）

当地域において真に稼げる産業や事業者に対し、限られたマンパワーや政策資源を集中投下し、効率的な経済活性化を目指すため、経営指導員等が「RESAS」（地域経済分析システム）を活用した地域の経済動向分析を行い、年1回公表する。

【調査手法】経営指導員等が「RESAS」（地域経済動向分析システム）を活用し、地域の経済動向分析を行う。

【調査項目】・「地域経済循環マップ・生産分析」 → 何で稼いでいるか等を分析

・「まちづくりマップ・From-to分析」 → 人の動き等を分析

・「産業構造マップ」 → 産業の現状等の把握

・「企業活動マップ」 → 経営者の平均年齢、黒字赤字企業比率、財務比較

⇒上記の分析を総合的に分析し、事業計画策定支援等に反映する。

② 景気動向分析

管内の景気動向等について分析するため小規模事業者に対して年2回調査・分析を行う。

1回目の調査で課題を抽出し、課題に沿った解決策を提案し、支援することで次の調査でどのように変化したかを分析するスキームを構築する。

また、調査実施時期にトピックスとなる項目（例：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）を別に加える。

【調査対象】管内小規模事業者 70者

(製造業、建設業、小売業・卸売業、飲食業、サービス業)

【調査項目】業況、売上高、採算、資金繰り、仕入価格、従業員(人手)状況 等

【調査方法】FAXで送付して回収する。また経営指導員・職員が直接聞き取る。

【分析方法】経営指導員等が中小企業診断士と連携し、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、業種別に分析

(4) 調査結果の活用

- 調査した結果はホームページや会報誌に掲載し、広く管内事業者等に周知する。
- 経営指導員等が窓口相談や巡回指導において個々の小規模事業者の状況に応じて調査結果の分析を活用し、抽出した業種ごとの課題を解決するための補助金や施策の活用を推進する業種に応じた課題解決支援に繋げる。
- 経営指導員等が巡回指導を行う際の参考資料とする

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、自らで市場調査等に関するデータを収集し、事業計画書の策定や新規販路の開拓等に活用することは物理的に困難な場合が多く実施できていない。

また、経営指導員が情報収集し、有効であると判断できるデータについても、機会の喪失等により小規模事業者にフィードバックはできていないのが現状である。

今後は、事業計画書の策定や販路の開拓、新商品の開発などに活用できる需要動向について、情報を収集、分析し、消費者ニーズを把握することで、小規模事業者が活用しやすい形で情報提供できる環境整備に努め、地域市場の掘り起こしと消費者ニーズの把握につなげる。

<課題>

これまで実施しておらず、経営指導員が需要動向を十分に把握できていない状況であったが、今後は業種や事業内容ごとのデータに基づく情報に加えて、顧客の生の声を収集、分析・提案することや、分析した結果を経営指導員等で共有し、消費者ニーズの把握を行い、小規模事業者にどのようにフィードバックするかが課題である。

(2) 目標

小規模事業者にとって需要を見据えた事業計画の策定や実効性の高い販路開拓のためには、販売する商品や提供するサービスについての需要動向調査が必要である。経営相談や販路開拓支援事業での事前調査を通じて、業種やニーズ、課題に対応した需要動向情報の収集・分析、提供を行い、小規模事業者の販路開拓、新商品開発、新分野への参集などに利用してもらうとともに、事業計画の策定、策定後のフォローアップの基礎情報として活用する。

支援事業及び目標	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 店舗でのアンケート調査対象事業者数	—	5者	5者	5者	5者	5者
② 商工フェスティバル等でのアンケート調査対象事業者数	—	5者	5者	5者	5者	5者

(3) 事業内容

① 店舗でのアンケート調査対象事業者数

地域特産品や観光資源に乏しい地域であるため、まずは経営指導員が特定の個社、商品に対する需要動向調査、分析を正確に行えるスキルを持つことが必要であり、積極的な情報収集、知識取得に努める。

個社が提供している商品・サービスの評価やニーズ等を把握するため、店舗に訪れた顧客に対して、顧客の属性（居住地・性別・年齢・家族構成等）、購入する判断基準（商品価値・価格）、購入頻度、改善してほしい点、新たに欲しい商品・サービスなどのアンケート調査を実施する。（BtoC）

【アンケート調査数】1事業者あたり20名

【調査手法】1年に1回 来店客にアンケート票への記入をしてもらう

【分析方法】専門家の意見を仰ぎながら経営指導員が行う

【調査項目】顧客属性、購入の判断基準、購入頻度、改善要望、新たに欲しい商品、価格の妥当性

【分析結果の活用】経営指導員が当該事業者へフィードバックし、事業計画に反映するとともに商品の改善や新商品の開発に活用する

② 商工フェスティバル等でのアンケート調査対象事業者数

地域イベント「高石商工フェスティバル」（毎年10月中旬開催、来場者3万人）の会場内において一般消費者の「生の声」を収集、整理及び分析し、事業者を提供する。（BtoC）

【アンケート調査】1事業者あたり20名

【調査方法】来店客にアンケート票への記入をってもらう

【分析方法】専門家の意見を仰ぎながら経営指導員が行う

【調査項目】顧客属性、購入の判断基準、購入頻度、改善要望、新たに欲しい商品、価格の妥当性

【分析結果の活用】経営指導員が当該事業者へフィードバックし、事業計画に反映するとともに、商品の改善や新商品の開発に活用する。

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

<現状>

小規模事業者からの相談案件に対し、資金繰りや税務や労務の相談など、小規模事業者が直面する課題や問題点への対応が中心となっている。各種補助金相談時も、申請に合わせた現状分析、事業計画書の作成などであり、効果的なアドバイスができていない状況であり。また、小規模事業者の多くは資金計画や財務諸表の分析等の知識が乏しく、自らの経営内容は課題を把握できていない場合もあり、経験や勘に頼った営業をされているケースも多くみられる。

<課題>

今後は、経営状況の分析の必要性を啓発しながら、財務諸表による定量分析に加え、小規模事業者自身で強みや経営課題を的確に把握・分析できることを目指して、専門家とも連携しながら効果的な支援を実施していくことが課題である。

(2) 目標

巡回・窓口相談、各種セミナー実施後のフォロー等を通じて、ヒアリング、財務分析等を行い、小規模事業者ごとに経営課題の把握に努め、経営分析に取り組むべき事業者の発掘を行い、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大阪府よろず支援拠点や専門家等と連携し、伴走型支援の強化を図る。

数値目標は以下のとおり。

支援内容	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
経営分析事業者数	15者	25者	30者	35者	40者	50者

(3) 事業内容

①経営分析を行う事業者の発掘

地域の経済動向（外部要因）を踏まえたうえで、過去の支援先（補助金申請、マル経利用者）等から継続的に支援が必要な支援先を抽出し、巡回・窓口相談による掘り起こしを行う。

また、新規の対象者の掘り起こしとして、会報誌に毎月マルケイ融資や補助金申請等の事業計画作成や経営相談をはじめとした各種経営支援サービスを掲載する。さらに各種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。

また、必要に応じてローカルベンチマークを活用し、フレームワークで分かりやすく可視化する。なお、専門的な課題については、専門家との連携を図り、事業者に「寄り添ったサポートをきめ細やかに実施する。

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、営業利益率の収益性分析、流動比率、固定比率等の安全性分析。

（定性分析）SWOT分析、商品・サービスの内容、保有技術の「特色」・ノウハウ、経営資源、デジタル化、IT活用の状況を抽出。

【分析方法】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」、大阪府が設置しているOSAKAしごとフィールドの「企業診断」等を活用し、経営指導員が分析を行う。

(4) 分析結果の活用

経営分析結果は、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。具体的には的確なターゲットの設定、商品構成の見直し、既存サービス提供方法などの改善、新たな事業への取り組みを促していく。分析結果は、経営カルテとしてデータベース化し、内部共有することで、経営指導員等のスキルアップにも活用する。また、小規模事業者に自社の状況や強み（サービス・ノウハウ・設備）等を把握してもらい「強み」を活かした事業展開への指針として供する。

6. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

<現状>

現状、小規模事業者からの相談案件に対し、資金繰りや税務問題、労務問題など小規模事業者が直面する課題や問題点への対応、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件数は少ない。

<課題>

補助金等の申請に必要な時だけでなく、事業継続を見据えた中長期的な視野に立った事業計画の策定と、確実に実施していくことが重要であり、当所において、小規模事業者に事業計画策定の重要性と必要性を認識させ、伴走型の支援を実施していくことが課題である。

(2) 支援に対する考え方

経営課題解決に向け、事業計画策定の重要性を啓発するとともに、事業計画策定セミナーのカリキュラムを工夫し「地域の経済動向調査」や「経営状況の分析」、「需要動向調査」を踏まえて、創業、事業承継も含めた経営力や技術力の向上・持続的発展を図るため、専門家や関係機関、金融機関と連携して事業計画策定を支援する。補助金等の活用するための事業計画書策定をきっかけに、中長期的な持続的発展を目指す。

また5年から10年後の事業承継を見据えた支援や、IT・ITツール等の活用による生産性向上やDXに向けたセミナーを行い、小規模事業者の競争力の維持・強化を目指す。

(3) 目標

小規模事業者の多くはこれまでの経験に頼った経営を行うことが多く、計画に基づく合理的な事業運営をしている事業者は少ない。そこで経営課題を解決していくため、小規模事業者に対し、「地域の経済動向調査」や「経営状況の分析」、「需要動向調査」を踏まえて実効性の高い事業計画の策定支援を行う。

併せて小規模事業者持続化補助金等の補助金申請を契機として、経営分析を行う5割程度/年の事業計画策定を目指す。

また、事業計画の策定前段階においてDXに向けたITツールの導入やDXそのものについて知識向上を図り、取り組みを推進していく。

内容	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 DX推進セミナー	-	1回	1回	1回	1回	1回
② 事業計画策定セミナー	1回	1回	1回	2回	2回	2回
事業計画策定事業者数	-	12者	15者	17者	20者	25者

(4) 事業内容

① 「DX推進セミナー開催・IT専門家派遣」の開催

DXに関する意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サイト構築等の取り組みを推進していくためにセミナーを開催する。

【支援対象】 事業計画策定事業者を中心にDXに興味があり自社の競争力強化を目指す事業者

【募集方法】 DXに興味のある事業者、また巡回指導や窓口相談で掘り起こした事業者、経営分析を行った事業者を中心に募集

【開催回数】 年1回 【参加者数】 15名/回

【講師】 専門家

【セミナー内容】 ・DX総論、DX関連技術や具体的な活用事例
・クラウド型顧客管理ツールの紹介
・SNSを活用した情報発信方法
・ECサイトの利用方法

また、セミナーを受講した事業者の中から取り組み意欲の高い事業者に対しては、経営指導員による相談対応・経営指導を行う中で必要に応じてIT専門家派遣を実施する。

②「事業計画策定セミナー」の開催

【支援対象】事業計画策定事業者を中心に経営分析を行った事業者

【募集方法】巡回指導や窓口相談で掘り起こした事業者、経営分析を行った事業者を中心に募集

【開催回数】年2回 【参加者数】15名/回

【講師】専門家

【セミナー内容】・事業計画策定の必要性

・事業計画策定のポイント

・事業計画推進の効果や事例 等 必要に応じて個別相談を行う

③巡回指導・窓口相談による支援（随時）

事業計画策定の意義やポイント、効果などの事業計画策定の重要性に加えて、策定に対する支援体制を説明して事業計画策定を促す。

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>

小規模事業者に対して事業計画の策定支援には取り組んでいるものの、計画策定後についての需要・販路開拓に繋がる事業実施に対するフォローアップ支援は不十分であった。また経営資源が限られている小規模事業者にとっては特に策定後の事業計画に沿った経営をいかに実践し、結果に繋げていくことが重要になる。

<課題>

事業計画策定後、当該小規模事業者を定期的に訪問し、外部環境への対応を踏まえた進捗状況の確認や、予定と実行の剥離への対応等に対する支援を強化し、小規模事業者に寄り添った支援を実施していくことが課題である。

(2) 支援に対する考え方

計画実行の段階で計画との差異が出てくる可能性があり、そのまま放置すると持続的発展は望めない。そのため、積極的にフォローアップを実施する。フォローアップ時には必ず当初の事業計画通りに実行できているかの検証を行い、問題点があればフォローアップの頻度を上げることや外部専門家と連携しての支援などきめ細やかな支援を実施する。

(3) 目標

内容	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
フォローアップ対象事業者数	5者	15者	20者	25者	25者	30者
頻度（延回数）	20回	60回	80回	100回	100回	120回
売上増加事業者数	-	3者	4者	5者	5者	5者
利益率3%以上増加の事業者数	-	3者	4者	5者	5者	7者

(4) 事業内容

事業計画を策定した事業者を対象として、経営指導員が独自様式のフォローアップシートを用いて巡回訪問等を実施し、策定した計画の進捗状況の確認を行い、計画との差異があった場合には巡回頻度を増やすなど柔軟に対応する。

その頻度については、事業計画策定者のうち1者あたり4半期に1回とする。ただし、事業者からの申し出等により、臨機応変に対応する。

なお、進捗状況が思わしくなく、事業計画との差異が生じていると判断する場合には、外部専門家や大阪府よろず支援拠点など第三者の視点を必ず投入し、当該差異の発生要因及び今後の対応策を検討し、フォローアップ頻度の変更等を行い支援する。フォローアップ支援の内容は、小規模事業者ごとに支援カルテを作成し、経営指導員間で情報共有を図りながら計画や支援の状況についての意見交換を行い、効率的な支援に繋げる。

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>

現状は、当所や広域連携団体等が実施する展示会や商談会等への情報提供や参加について積極的に実施しているが、限られた事業者のみの出展にとどまっている。会報誌やホームページなどを活用した周知活動等を行っているが、小規模事業者の販路開拓に繋がられていないのが現状である。

<課題>

当地域の小規模事業者は、多種多様な業種に亘っており、様々な角度から販路開拓支援を行う必要がある。また交通アクセスの良さから大阪市内等の大消費地に行きやすいことに加え、近隣地域間競争も激化していることから、消費流出の防止が課題となっている。さらに、人口の減少に伴い、地域市場の縮小も避けられないことから、新たな販路開拓手法としてオンライン取引やキャッシュレスの導入、SNSの活用などDXに向けた取り組みの必要性を理解・認識してもらい支援していく必要がある。

(2) 支援に対する考え方

当商工会議所が自前で展示会を開催するのは困難なため、大阪府下の商工会、商工会議所が一堂に会する「大阪勧業展」やその他近隣商工会議所との連携事業である既存の商談会の展示会、商談会への出展を目指す。また、高石の魅力ある商品の販路拡大を図り地域敬愛の活性化に資するため、大阪産（もん）名品について優先的に出展支援を行う。出展にあたっては、経営指導員が事前・事後の出展支援を行うとともに、出展期間中には、陳列、接客などきめ細やかな伴走型支援を行う。

DXに向けた取り組みとして、データに基づく顧客管理や販売促進、SNS情報発信、ECサイトの利用等、IT活用による営業・販路開拓に関するセミナー開催や相談対応を行い、理解度を高めた上で、導入にあたっては必要に応じてIT専門家派遣等を実施するなど事業者の段階に合った支援を行う。

(3) 目標

内容	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 大阪勧業展への出展者数への出展者数	1者	2者	2者	3者	3者	3者
大阪勧業展での成約件数/者	—	1件	2件	2件	2件	2件
② ザ・ビジネスモールユーザー登録事業者数（類型）	23	7 (30)	10 (40)	10 (50)	10 (60)	10 (70)
ザ・ビジネスモール商談掲載数	0	3	5	6	6	8
ザ・ビジネスモール商談成約数	0	1	2	2	3	3
③ 高石商工フェスティバル参加事業者数（小規模事業者）	20	25	25	30	30	30

5%以上売上増加事業者数	—	5 者	5 者	5 者	5 者	5 者
④ SNS活用事業者数	—	10 者	10 者	10 者	10 者	10 者
5%以上売上増加事業者数	—	3 者	4 者	5 者	5 者	5 者
⑤ ECサイト利用事業者数	—	4 者	4 者	5 者	6 者	6 者
売上増加率/者	—	5%	5%	5%	10%	10%

(4) 事業内容

① 大阪勧業展出展事業 (BtoB)

大阪府内の優秀な中小企業等が一堂に集まり、技術力や企画力のアピール、製品、商品、サービス等の PR、販路の開拓を行う展示商談会である「大阪勧業展」への出展支援を行う。展示会前にはターゲット設定、ブースの設営方法など大阪府よろず支援拠点と連携して販路開拓支援を行い、展示会後には、見込み客のアプローチ方法の支援など商談成立に向けたフォローアップも行う。

年 1 回開催 2 日間開催 出展企業数 308 企業 来場者数 5,994 人 (令和 2 年度実績)

② 「ザ・ビジネスモール」への登録推奨と活用支援 (BtoB)

小規模事業者の BtoB 取引の機会増大を図るために、全国の商工会議所・商工会が運営する取引サイト「ザ・ビジネスモール」のユーザー登録を推奨する。

「ザ・ビジネスモール」は全国商工会議所会員の約 28 万社が登録する取引支援サイトである。ユーザー登録すれば自社商品やサービスの情報を PR することができ、「商談モール」では、サイト上で登録する全国の商工会議所会員と商談することができる。巡回訪問時や、事業計画策定時や実行支援の際に、登録を提案する。ユーザー登録後におこなう企業情報登録では、自社の強みや、事業内容に対する適切なキーワード設定などを助言することで、取引機会の拡大を目指す。また「商談モール」の積極的な運用をサポートし、商談成約に結び付ける支援を行う。

小規模事業者は、販路拡大を求めつつも費用負担が痛手となるが本モールは、広く全国規模に取引先を拡大する可能性も生まれ、営業力に乏しい弱点をフォローする。

③ 「高石商工フェスティバル」による新規顧客獲得機会の創出、拡充 (BtoC)

当所では毎年 10 月に約 35 年に亘り「高石商工フェスティバル」(支援対象：商業者全般)を実施している。実行委員会を年 3 回開催しており、管轄エリアの行政の後援、高石市小売店連絡協議会、商店街連絡会、高石市漁業協同組合、当所青年部・女性会・工業部会等に協力いただいている。小規模事業者も約 20 社の出展があるが、同じ店舗の出展が多いため、新たな参加事業者の掘り起こしが必要である。また、1 店舗あたりの売上は約 16 万円で参加事業者には開催日以降に実店舗への来店を促す仕組みの支援を強化し、より需要の拡大の場として提供するために、消費者への周知方法や内容の拡充を検討課題とし、ファンを獲得する機会となるよう努める。

④ SNS活用について

現状の顧客が近隣の商圈に限られていることから、より遠方の顧客の取込みのため、事業者が取り組みやすい SNS (LINE や Instagram) を活用し、宣伝効果を向上させるための支援を行う。

⑤ ECサイト利用 (BtoC)

当所と契約している事業者が運営する海外向け越境 EC モールや他の EC モールにおけるサイト登録、また自社 HP サイトにおける EC モール構築の取り組みの提案を行いながら、効果的な商品紹介のリード文、写真撮影、商品構成等の伴走支援を行う。

9. 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

＜現状＞

大阪府内の商工会議所では、企業支援・事業に関して、P D C Aサイクルを意識した取り組みを実施しており、毎年度計画にある事業評価の結果を今後の支援や事業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＞

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、共同作成している高石市政策推進部経済課等と相互に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・事務局長、高石市政策推進部経済課長、外部有識者（中小企業診断士）による経営発達支援計画事業評価委員会において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高石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、内部勉強会で内容の見直し・充実を図る。

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＞

経営発達支援計画の実効を上げるためには、経営指導員等の資質向上が不可欠であり、小規模事業者からの要望に応え得るさらなる知識の習得が必要となる。現在は、経営指導員等が定例的に外部の研修会等へ参加し、個別支援力の向上を図っているものの職員全体には、報告書での回覧はあるものの、情報の共有化までは至っていない。

＜課題＞

小規模事業者に寄り添った伴走型支援を進めるためには、売上・利益の確保に資する事業計画、マーケティング、販路拡大、BCP策定など経営発達支援に係る知識の習得と、職員全体で情報の共有化を図ることが必要である。若手及び経験が浅い経営指導員等については、経験実績が豊富な経営指導員等が支援現場に同行するなどした現場での支援力向上も課題である。

(2) 事業内容

①外部講習会等の積極的活用

経営指導員及び一般職員の支援能力の一層の向上のため、日本商工会議所や大阪府商工会連合会が主催する「経営指導員研修」について、毎回設定されるテーマのうち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作成等のテーマに関して、積極的計画的に経営指導員等が参加し、特にニーズが高い事業計画作成、販路開拓などに対し自身に足りないスキルを補い経営指導員等の資質向上を図る。

また、当所の経営指導員等においては、事業計画策定への支援能力の向上が特に課題であることから大阪府よろず支援拠点や中小機構が実施する支援機関に対する研修制度を活用して、年に2回経営分析、事業計画書の作成、マーケティング手法を中心に学ぶ。

喫緊の課題である地域事業者のDX推進への対応にあたっては、経営指導員及び一般職員のITスキルを向上させ、ニーズに合わせた相談・指導を可能にするため、下記のようなDX推進の取り組みに係る相談・指導能力の向上のためのセミナーについても積極的に参加する。

<DX推進に向けたIT/デジタル化の取り組み>

ア) 事業者にとって内向け(業務効率化等)の取り組み

クラウド会計ソフト、電子マネー商取引システム等のITツール、テレワークの導入、補助金の電子申請、情報セキュリティ対策等

イ) 事業者にとって外向け(需要開拓等)の取り組み

ホームページ等を活用した自社PR/情報発信方法、ECサイト構築・運用
オンライン展示会、SNSを活用した広報、モバイルオーダーシステム等

②OJT制度の導入

支援経験の豊富な経営指導員が経験の浅い経営指導員等とチームを組み、巡回指導や窓口相談の機会を活用したOJTを積極的に実施し、組織全体としての支援能力の向上を図る。また、経営指導員等は支援事業者に専門家派遣を実施した際に、原則として専門家の現地指導に同行し、課題の把握、解決へのアプローチなど、一連の指導手順や指導方法を専門的な知見を通して学び、これにより従来の経営指導を超えた分野の支援ノウハウの習得を図る。

③経営指導員、職員間の定期的なミーティングの開催

経営指導員等が研修会や支援業務で習得した経営支援ノウハウや個別案件の分析結果を報告・相談・研究する「経営指導員等研修会」を月1回、年間18回開催し、意見交換等を行うことで、所内で支援ノウハウ等を共有し、職員の支援能力の向上を図る。

④支援情報のデータベース化

経営指導員等は、事業者ごとに作成している支援カルテへ小規模事業者の状況や支援内容等のデータ入力を適時・適切に行い、支援中の小規模事業者の状況等を職員全員が相互共有できるようにすることで、担当外の職員でも一定レベル以上の対応ができるようにする。

また、業種や規模、キーワードなどから情報を検索し、支援の際に過去の類似の相談事例への対応方法や結果を参照することで、今後の支援方針の検討に役立てる。

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>

当所は、商工会議所エリアでは大阪南部地区に位置し、堺・高石・泉大津・和泉・岸和田・貝塚・泉佐野の各商工会議所と連携して事業等は行ってきたが、経済動向の分析結果や支援ノウハウの情報交換までは行っていない。

また、日本政策金融公庫とは融資貸付状況や融資制度の情報交換を行うなど、小規模事業者への資金繰りに対する支援力の向上を図ってきたが、地域の経済動向等の情報交換までは行っていない。

<課題>

各支援機関と連携して事業に取り組むだけでなく、地域の経済動向並びに需要動向や支援ノウハウ等の情報交換を十分に行い、支援ノウハウ等を共有し、共同支援などでもできる体制を整え、当所の支援能力向上につなげることが課題である。

(2) 事業内容

① 阪南ブロック中小企業相談所意見交換会（年2回）

阪南ブロック地区商工会議所（堺・高石・泉大津・和泉・岸和田・貝塚・泉佐野）が実施する展示会・商談会やセミナーの案内だけでなく、近隣商工会議所が保有している最新の地域の経済動向調査結果や、需要動向調査結果の情報交換や、支援ノウハウ、成功事例、支援の現状などについても情報交換を行うことで、支援ノウハウの一層の向上に努める。また、この結果を「経営指導員等研修会」にて報告・意見交換し、職員の支援能力の向上につなげる。

② 日本政策金融公庫 堺支店との情報交換会（年2回）

当地域を管轄する日本政策金融公庫堺支店と情報交換会を実施し、資金繰りについての支援ノウハウの情報交換だけでなく、日本政策金融公庫堺支店の立場から見た、最新の地域の経済動向等の情報を得ることにより、当所の「地域の経済動向調査」の分析にも活用する。

また、この結果を前述の「経営指導員等研修会」にて報告・意見交換し、職員の支援能力の向上につなげる。

③ その他、府内の支援機関等との連携強化

府内の全市町村、全商工会・商工会議所、地域の金融機関（池田泉州銀行、大阪信用金庫等）等による大阪府創業支援ネットワーク（年2回開催）や大阪府事業承継ネットワーク（年2回開催）等に参画するとともに、公益財団法人大阪産業局（大阪府・市の中小企業支援組織）産業振興部地域連携推進チームと連携を強化し、有効な情報交換を行う。

また、大阪府よろず支援拠点（創業から製品開発・販路開拓・IT、経営戦略等の専門家を有する）の地域支援機関会議（年1回、府内の全商工会・商工会議所、府内の金融機関、税理士、中小企業診断士等の各支援機関が参加）に参加し、有効な情報交換を行う。

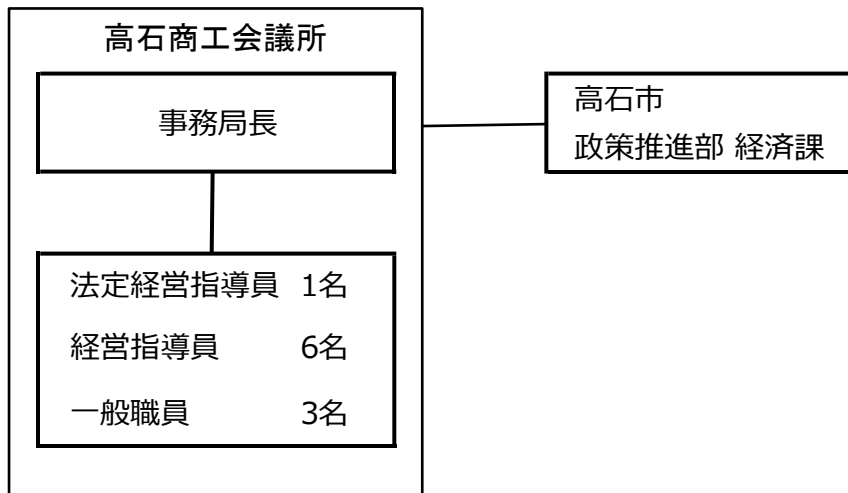
(別表2)

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3年11月現在)

(1) 実施体制 (商工会議所と関係市町村の共同体制)



(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法定経営指導員の氏名、連絡先

■氏名：磯川 亜紀

■連絡先：高石商工会議所 中小企業相談所 TEL：072-264-1888

②法定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・見直しをする際の必要な情報の提供等を行う。

(3) 商工会議所、関係市町村連絡先

①商工会議所

〒592-0014 大阪府高石市綾園2丁目6番10号

高石商工会議所 中小企業相談所

TEL：072-264-1888 FAX：072-261-7676

E-mail：tcci@gold.ocn.ne.jp

②関係市町村

〒592-8585 大阪府高石市加茂4丁目1番1号

高石市 政策推進部経済課

TEL：072-275-6149 (直通) FAX：072-263-8143 (直通)

E-mail：keizai@city.takaishi.lg.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)

	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
必要な資金の額	5,500	5,500	5,500	5,500	5,500
小規模事業 経営支援事業費	5,200	5,200	5,200	5,200	5,200
調査費セミナー 開催費	300	300	300	300	300

(備考) 必要な資金の額については、見込み額を記載すること。

調達方法
会費収入、国・大阪府・高石市補助金、各種事業収入、手数料収入 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。

(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
該当なし
連携して実施する事業の内容
連携して事業を実施する者の役割
連携体制図等