

経営発達支援計画事業報告書

- (1) 経営発達支援事業の実施期間（令和4年4月1日～令和5年3月31日）
- (2) 経営発達支援事業の内容

1.地域の経済動向調査に関すること

実態調査の実施

地域の経済動向に関する情報を継続的かつ計画的に小規模事業者を提供し、小規模事業者の経営上の問題点や課題の把握や事業計画の策定など経営の発達に役立てることを目的に、地域の小規模事業者に対して、経営指導員による巡回と窓口相談時において、実態調査を四半期に1回、「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」などを業種別、地区別に実施した。統計として経年比較をするためには、前年調査した事業者を継続して調査比較することに重点を置いたため、調査件数は昨年度まったく同数となった。

今後、コロナ融資の返済が始まるが多くなるため、資金繰りの把握、改善提案が課題となる。

項目	公表方法	R4 年度実績	R4 年度計画	達成率
①実態調査事業所数	-	15件	15件	100.0%
②地域の経済動向分析の公表回数	HP掲載	1回	1回	100.0%
③景気動向分析の公表回数	HP掲載	1回	1回	100.0%

2. 需要動向調査に関すること

実態調査の実施

小規模事業者が顧客ニーズや市場動向に沿った商品・サービスを開発する目的として、自社で取り扱う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を提供した。

B to Bに関しては、総合展示商談会に、B to Cに関しては、一般消費者向けイベント時に、来場者に対して共にニーズ調査の為のアンケートやヒアリングを行った。

①摂津ブランド認定品調査（B to B）

摂津ブランド認定16者について、「大阪勧業展」への来場者50人に対して、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の調査を行った。

項目	R4 年度実績	R4 年度計画	達成率
経営分析事業者数	16者	16者	100.0%
需要動向調査分析件数	50人	50人	100.0%

②地域産品鳥飼なすの製品調査（B to C）

鳥飼なすの漬け物を取り扱う1者についての調査を「北摂地デカラフェスタ」への来場者50人に対し

て、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について試食調査を行った。課題としては、試食して、買った理由、買わなかった理由等を調査するとともに、顧客に付加価値を伝え、高くても売れる商品にすることも検討する必要がある。

項目	R4 年度実績	R4 年度計画	達成率
経営分析事業者数	1 者	1 者	100.0%
需要動向調査分析件数	50 人	50 人	100.0%

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て、自社の経営資源の把握と、経営課題の認識を認識したうえでの経営が必要となるため、巡回・窓口相談、SBSC、セミナー開催により、経営実態の把握と、専門家との連携により、業種ごとの特性を考慮した分析を行い、事業者へ情報提供を行い、事業計画策定等に活用してもらった。分析内容については、会社案内、HP、財務諸表等の関係資料をもとに、「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」「安全性や成長率」の分析とともに、非財務分析としてのSWOT分析を行い、内部分析における「強み・弱み」、外部環境にともなう「機会・脅威」の抽出を行った。

企業規模的に弱みの改善はし難い部分もあり、強みをより強くすることを支援目標としたい。

支援内容	R4 年度実績	R4 年度計画	達成率
セミナー開催件数	1 回	1 回	100.0%
セミナー参加者数	18 者	15 者	120.0%
経営分析件数	20 者	20 者	100.0%

4. 事業計画策定支援に関すること

厳しい経済状況で大きく経営環境が変化する中、小規模事業者の持続的な発展を目的として、補助金を得るための事業計画を策定される事業者が増えている。ただ、計画策定の意義や重要性への理解不足により、自社の強みを活かせていない、市場やニーズが把握できていない、など、実現可能性に乏しい事業計画が多く見受けられた。セミナー、巡回や窓口相談による伴走支援により、自社の強みの把握等からの実現可能性の高い事業計画策定の支援を行った。

①DXセミナー（1回、3シリーズ）

チラシを作成し、郵送と巡回指導や窓口相談時に案内、HPからも広く募集した。

1回目 日時：令和5年1月30日（ツールの紹介）

テーマ：今日の話は一粒万倍。DXのタネ！教えます！

講師：大阪DX推進プロジェクトDX推進コンサルタント 折原 正博

参加者数：24名

2回目 日時：令和5年2月6日（活用事例紹介）

テーマ：町工場からライフスタイルカンパニーへそれは1本のねじから始まった

講師：(株)友安製作所 松尾 泰貴

参加者数：22名

3回目 日時：令和5年2月13日（マーケティング手法の紹介）

テーマ：顧客獲得・WEBマーケティングセミナー

講師：(株)セブンアイズ 瀧内 賢

参加者数：28名

	R4年度実績	R4年度計画	達成率
DX推進セミナー	3回	3回	100.0%
参加者数	74名	60名	123.3%

第3回のセミナー参加者の中から、取り組み意欲の高い、6名について専門家による個別指導を行ったが、単なるITツールの導入にとどまらず、ビジネスモデルを変革するためのデジタル化を、新たなルールを設けて行っていく必要がある。

②事業計画策定セミナー（1回）

チラシを作成し、郵送と巡回指導や窓口相談時に案内、HPからも広く募集した。

日時：令和4年6月13日

テーマ：補助金申請攻略セミナー

講師：(株)パール 安田 勝也

参加者数：18名

	R4年度実績	R4年度計画	達成率
事業計画策定セミナー	1回	1回	100.0%
参加者数	18名	15名	120.0%

③創業セミナー（1回、3シリーズ）

チラシとHPをメインに創業希望者を募集

1. 日時：令和5年3月6日

テーマ：1日でわかる起業セミナー

講師：(株)プランニングファクトリー 芳田 京美

参加者数：16名

2. 日時：令和5年2月1日

テーマ：クラウドファンディング活用セミナー

講師：(一社)ビジネス共創協会 山之内 敦 (株)マクアケ 森 雪尋

参加者数：24名

3. 日時：令和5年2月17日

テーマ：スマホで完結！仕事効率化術

講師：グロスト舎 粕谷 香澄

参加者数：18名

	R4年度実績	R4年度計画	達成率
創業セミナー	3回	3回	100.0%
参加者数	58名	45名	128.8%

事業計画策定事業者

	R4 年度実績	R4 年度計画	達成率
事業計画策定事業者	20 者	20 者	100.0%

※令和4年度補助金の支援件数は、小規模事業者持続化補助金22者、事業承継補助金1者、事業再構築補助金2者である。

5. 事業計画策定後の実施支援に関すること

事業計画策定後の事業所に対して、経営指導員が5者については2か月に1回以上（不明分もあり、6回で計算）、4者については四半期に1回、3者については半期に1回訪問および電話等にて、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アドバイスをすることで、目標達成まで定期的にフォローアップを行った。共通課題を複数の対応策として整理し、タイムリーに支援できる仕組み作りが必要である。

項目	R4 年度実績	R4 年度計画	達成率
フォローアップ 対象事業者数	20 者	20 者	100.0%
頻度（延回数）	52回	80回	65.0%
売上増加事業者数	6 者	7 者	85.7%
利益率1%以上 増加事業所数	3 者	7 者	42.8%

6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること

小規模事業者の販路開拓については、苦手分野であったため、新規顧客獲得につながるような展示会やイベントへの出展支援、展示方法の工夫や事前事後フォローなどを行った。

他にも、ITを活用したDXに対しての取り組みが非常に弱く感じられるため、SBSCや専門家の支援を行いながら、SNS・HP・ECサイト・クラウドファンディングなどから、DX化の重要性を理解いただきながら支援を行った。ただ、個々の支援では、効果が出にくい場合もあり、Webマーケティング全体で仕組みを構築する必要がある。

	R4 年度実績	R4 年度計画	達成率
①販路開拓出展事業者数	10 者	7 者	142.8%
売上額/社	8.6万円	3万万円	286.6%
②商談会出展事業者数	20 者	15 者	133.3%
成約件数/者	1 者	1 者	100.0%
③SNS活用事業者	8 者	5 者	160.0%
売上増加率/者	0%	5%	0%
④ECサイト利用事業者	1 社	1 者	100.0%
売上増加率/者	0%	10%	0%

⑤ネットショップの開設者数	1者	1者	100%
売上増加率/者	0%	10%	0%

①販路開拓出展支援（B t o C）

小売・飲食サービス業の小規模事業者の販路開拓支援として、顧客との接点を増やすためのイベント出展機会を提供した。自社商品の魅力の伝え方、ディスプレイ方法、ターゲット顧客や市場の選定、商談ツール作成等について、SBSCをはじめとした専門家と連携し、支援を行った。

※出展事業者数：北摂地デカラフェスタ9者、手作りコミュニティ市1者

②商談会出展支援（B t o B）

工業系の小規模事業者については、独自技術や製品があるが、限られた人材での経営により、情報発信や営業力に乏しいことから、展示会出展により、顧客との商談、出展者同士の交流による商談を行うことができ、マッチング、ディスプレイ方法、ツール作成等の支援も行った。

③SNSの活用

小売業をはじめとして、顧客の商圏が限られてしまうことから、SBSCをはじめとした専門家の支援を受けながら、インスタグラム・Pinterest・グーグルビジネスプロフィールなどの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8件行ったが、直接的な売上に繋がった件数は不明である。

④ECサイトの活用

大手ショッピングサイト等からの販売提案は行ったものの、あまり活用はできなかったが、SBSCをはじめとした専門家支援を受けながら、クラウドファンディングの支援および販売サイトの開設を1件行ったが、サイトを見て、顧客はあったが、直接サイトから売れた実績が無かった。※マクアケによるクラウドファンディング支援6者

⑤自社HP等によるネットショップ開設

大手ECサイトは知名度アップにはつながるが、手数料が高額となり、自社HPやBASE、インスタグラムからの販売支援を行う方が利益確保につながるため、支援については、HPはグーペを活用し、ネットショップはカラーミーを使ったものの、ネットショップを見ての顧客はあったが、直接ネットショップからの購入が無かった。実質ネットショップ開設までの支援は無く、インスタグラムからの促進支援は行った。

7.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

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PDCA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評価・見直しする。

(1) 中小企業診断士等の外部有識者により、年1回事業の実施状況、成果について評価・見直しをしてもらう。

- (2) 見直し案をもとに、経営発達支援会議（協議会）において、評価・見直しについてまとめる。
- (3) 事業の成果・評価・見直しの結果については、理事会へ報告し承認を受ける。
- (4) 事業の成果・評価・見直しの結果をホームページに掲載して、小規模事業者が常に閲覧できるように計画期間中公表する。

8. 経営指導員等の資質向上等に関すること

厳しい経営環境下において、小規模事業者の事業継続を支援するにあたっては、経営指導員自身の支援能力の向上が不可欠であり、全国商工会連合会や大阪府商工会連合会の経営指導員研修への参加を積極的に行った。また支援に必要な情報は毎朝報告を行っており、支援時にベテラン職員との同席、立場を超えて、DXに詳しい職員の同席、SBSCや専門家の同席により、専門的な支援ノウハウの習得が可能となった。他にも本会実施のセミナーを職員のためにアーカイブ配信し、受講させたが、業務時間中の時間割り付けが課題である。

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】

全国商工会連合会および大阪府商工会連合会主催の職員の支援能力向上のための経営指導員研修に20回延べ53名参加した。コロナにより時代が変わり、YouTubeからの参加がメインとなっており、参加しやすくなった半面、参加できる時間の確保が困難であった。

【DX推進に向けたセミナー】

大阪府商工会連合会主催のDXセミナーについては、1回2名の参加となった。ただ、本会実施のDXセミナーについては、全員受講した。

②OJT制度の導入

事業計画策定やマーケティング、金融、DXについては、ベテラン職員やSBSC・専門家・DXやITが得意な職員が同席し、専門的支援ノウハウの取得が可能となった。

③職員の定期ミーティングの開催

経営指導員研修会での学びを参加した職員から毎朝報告することができた。また、メールでの情報共有も可能となり、職員の支援能力向上につながった。

④データベース化

現場での学びや情報について、毎朝職員間で情報共有するための支援報告を行った。

経営支援カルテのデータベースについては、データ更新を業務優先で後送りしている点が課題であるため、鮮度の高い情報更新が必要である。

9. 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

地域全体の支援機関の情報収集・支援能力向上と小規模事業者にも効果的な支援を目的に、他の金融機関や支援機関と連携して、支援機関が有している独自の情報や支援ノウハウなどの情報交換を行った。

連携した金融機関・支援機関	R4実績
日本政策金融公庫（協議数）	2回
北おおさか信用金庫（連携融資件数）	0件
北摂地域中小企業支援プラットフォーム	1回
大阪府内創業支援機関ネットワーク	3回

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に2回Webにて実施。公庫や各商工会・商工会議所エリアの市場動向や取り組み支援内容、ノウハウなどの共有ができた。金融税務委員会との意見交換会は新型コロナの影響により未実施である。

②北おおさか信用金庫との調整会議（年2回）

摂津市ビジネスマッチングフェアの打ち合わせを兼ねた情報交換を実施し情報交換も兼ねて行った。

③北摂地域中小企業支援プラットフォーム（年1回）

北摂地域の商工会・商工会議所・地域金融機関で構成される地域プラットフォームで、Webにて会議を実施。中小企業119での専門家派遣制度を活用した支援事例や現状と課題の情報共有が可能となった。

④大阪府内創業支援機関ネットワーク（年3回）

大阪府内の創業支援機関で構成されており、各地の創業に関する情報交換、先進的取り組み事例等の支援ノウハウの共有をWeb会議にて実施した。

10. 地域経済の活性化に資する取組に関すること

製造業が多いまちであることから、製造業に焦点を置き、市内で作られた最終消費財を認定する摂津ブランド事業を摂津市との連携により行った。他にも摂津市鉄工会という製造業を主体とした団体の支援を行っている。

一方、商業においては、アーケードも無く、車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に対する取り組みが非常に弱い状況が続いている。

また、健都を中心とした医療分野への進出やマッチング支援などを北おおさか信用金庫、北しん総合研究所と連携し、支援を行った。

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

摂津市内で製造された製品を認定し販路開拓を支援する「摂津ブランド」制度を実施。従来の「摂津優品」制度に新たに2商品を認定。本年度より始まった「摂津優技」には1社を企業認定した。広報費補助や製品展示、パンフレットやHPからのPR、展示会等からの出展支援を行った。

②地域資源としての商店街振興による市内商業活性化

市内メインとなる4商店街については、店主や顧客の高齢化、後継者や空き店舗問題などにより、商業者が主体となった取り組みを行うことが難しくなっている。

このような状況から、独自事業の「摂津まちゼミ」を年2回、摂津市と連携した「セッピースクラッチ」、摂津市商店連合会とした「100円商店街」を実施した。

令和4年7月には、摂津市・摂津市商店連合会と商業代表者会議を実施した。

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

大手企業の下請け企業がそこで培った技術をもったオンリーワン事業が多く、摂津市ビジネスマッチングフェアを令和5年2月10日に57社70名参加のもと行った。

摂津市鉄工会との連携事業・・・年に7回会議を行うとともに、経営者・後継者育成のための、発達障がい者の雇用や人材育成・NISA・iDeCoの勉強会を4回実施できた。

大阪府ものづくり優良企業賞への申請サポートを行い、摂津市の㈱レイホー製作所が最優秀賞を受賞することが可能となった。また、同賞を受賞された事業所を支援するため、高槻・茨木・守口門真・八尾の各商工会議所と連携し、令和4年10月4日には匠企業ノウハウ交流会（29社参加）を、令和4年11月29日には匠企業商談会（29社参加、175件の商談）を実施した。

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

健都の令和4年度事業については、吹田商工会議所との共催で吹田産業フェア内において、健康関係のセミナー実施に終わったものの、令和5年度については、9月にオープン予定のエア・ウォーター㈱への施設見学研修を行う予定である。

また、茨木商工会議所と連携して行っていたバイオ産業推進事業については、本年度より、連携しなくなったものの、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ー施設の事務局である㈱バイオ・彩都キャピタルとの繋がりが残っているため、健都との連携事業を行うにあたっての橋渡し役として機能したい。