

令和元年度 大阪商工会議所 経営発達支援計画（第2期）実績報告

◇ 実施期間

- 平成 30 年 4 月 1 日～令和 5 年 3 月 31 日（5 年間、本年度 2 年目）

◇ 令和元年度実績の全体評価

- 目標を達成した項目およびほぼ目標水準となった項目は合わせて約7割、一方、目標水準の7割を下回った項目が約3割という結果となり、前年度と同数であった。ただし、目標比100%以上の割合は全体の52.6%と、前年度実績との比較において10%以上増加しており、目標値を達成した指針が増えた。

◇ 小規模事業者へのハンズオン支援

- 5支部ならびに経営相談室において、「事業計画」「経営革新計画」「創業計画」「経営改善計画」「経営力向上計画」など、さまざまな事業計画の策定支援に精力的に取り組んだ。
- 「事業計画」策定支援件数は、前年度比125%、「創業計画」策定支援件数は前年度比107%と支援実績数が伸びた。これに伴い計画策定後のフォローアップ延べ件数も前年度比110%となり、1事業計画あたりのフォローアップは平均2.2回となり、本計画の目標の平均2回を上回る結果となった。
- 事業計画策定支援に加えて販路開拓支援やマル経融資推薦による資金調達支援を行うなど、複数のメニューを組み合わせた総合的な支援を心がけて実施した。

◇ 販路開拓等の各種支援事業

- 多業種型総合展示商談会「大阪勧業展」をはじめ、大手バイヤーとの商談会「買いませ！売れ筋商品発掘市」、製造業の取引拡大を図る「町工場ネットワーク構築事業」など、販路開拓に資する事業を幅広く実施した。
- 「売れ筋商品発掘市」では、商談件数が対前年度比2倍近くになったほか、「MoTTo OSAKA オープンイノベーションフォーラム」では支援事業者数が、対前年度比約2倍に増加、それに伴い、成約数も対前年度比5倍近くになるなど、大幅な増加があった。
- 「町工場ネットワーク構築事業」は、各支部が連携し、機械・金属加工関連の中小企業が自社の技術や保有設備、求める協業先等の情報を交換する「ものづくり加工ネットワーク強化交流会」を5回開催するとともに、調達希望案件を有する大手・中堅メーカーとのマッチング事業「ものづくり加工商談会」を1回開催し、過去最多となる企業が参加し、約6割の参加企業が新たな需要を開拓できた。

◇ 地域経済活性化事業

- 「あべの天王寺サマーキャンパス」では、開催期間を短縮し、体験プログラムも減少したが、イベント参加者が6千人を超えるなど地域経済の活性化に貢献した。

◇ 次年度以降の取り組み

- 新設された「コロナ特別対応型持続化補助金」や「新型コロナウイルス対策マルケイ融資」などの金融支援を中心に、総合的な支援を展開するとともに、そのフォローアップなどきめ細かな支援を実施する。
- 販路開拓支援事業や地域活性化事業については、オンラインなどでの開催方法の見直しを行う。

◇ 外部有識者による評価

● 評価会議：令和2年7月6日（月）／大阪商工会議所 会議室

● 評価委員からの主な意見：

- ・平成29年中に挙げた目標値と前年実績が指標となっているが、目標比で達成度が低くなっている項目が前年比で概ね妥当な結果となっているケース(事業計画策定支援、経営革新計画策定支援等)が散見されるため、目標値そのものが適切であるのか疑問に感じる。資料には、目標比とともに、前年比が記載されているため、タイムリーな実績を把握しやすい。
- ・相談に来られる事業者自身がどのような施策を受ければよいか分かっていないことも多いかと思われるので、相談を受ける会議所が手引きをし、最適な支援を提供していくことが課題である。
- ・資金繰り計画策定支援は、前年度比85%であるが、コロナ禍での支援として一番重要で、実績を上げていくべきところ。令和2年度の実績はかなり上がると見込んでいる。
- ・航空機部品等の製造に携わる事業者も大阪には多い。今後、受注についてかなり厳しくなる分野でもある。「ものづくり加工ネットワーク交流会」においては従来の交流ではなく、販路開拓につながるような、いままでとは異なるコンセプトでの開催が必要である。
- ・販路開拓支援事業全体としては、「MoTTo大阪オープンイノベーションフォーラム」、「売れ筋商品発掘市」などで拡大しており、良い実績が出ている。今後は、「販路開拓支援」を最重視すべきであり、実績を出すことに加え、事業者の要望に応える事業の実施を期待する。

以上

◇ 各実施事業の数値実績

I. 経営発達支援事業の内容	R1 実績	R1 目標	H30 目標比	H30 実績	H30 実績比
1. 地域の経済動向調査に関すること【指針③】					
景況調査実施（公表）回数	4件	4件	100.0%	4件	100.0%
経営・経済動向調査実施（公表）回数	4件	4件	100.0%	4件	100.0%
資金調達調査実施（公表）回数	1件	1件	100.0%	1件	100.0%
2. 経営状況の分析に関すること【指針①】					
①経営指導員による経営状況分析事業者数	2,704者	2,240者	120.7%	2,185者	123.8%
②専門相談事業（経営革新）延べ相談件数	626件	780件	80.3%	664件	94.3%
③経営体質改善強化セミナー 参加事業者数	1,311者	1,180者	111.1%	1,239者	105.8%
同 実施回数	111回	120回	92.5%	119回	93.3%
③ビジネス講演会 参加事業者数	1,264者	1,140者	110.9%	928者	136.2%
同 実施回数	28回	5回	560.0%	35回	80.0%
3. 事業計画策定支援に関すること【指針②】					
①事業計画策定支援 策定件数	908件	1,720件	52.8%	726件	125.1%
②-1 経営革新計画策定支援 承認数	3件	6件	50.0%	1件	300.0%
同 相談件数	31件	90件	34.4%	15件	206.7%
②-2 経営革新支援セミナー 参加者数	27名	31名	87.1%	71名	38.0%
同 実施回数	1回	1回	100.0%	6回	16.7%
③-1 創業計画策定支援ビジネスプラン作成数	32件	31件	103.2%	30件	106.7%
③-2 開業セミナー・スクール 参加者数	107名	140名	76.4%	98名	109.2%
同 実施回数	3回	3回	100.0%	3回	100.0%
④資金繰り計画策定支援 策定件数	271件	445件	60.9%	319件	85.0%
⑤経営改善計画策定支援 策定件数 (小規模事業再生サポートセンターにおける策定件数)	16件	21件	76.2%	16件	100.0%
⑥経営力向上計画 策定支援件数	12件	31件	38.7%	19件	63.2%

I. 経営発達支援事業の内容	R1 実績	R1 目標	H30 目標比	H30 実績	H30 実績比
4. 事業計画策定後の実施支援に関すること【指針②】					
①事業計画策定後のフォローアップ延べ件数	1,940件	3,440件	56.4%	1,755件	110.5%
②サービス提案に基づく支援事業 支援事業者数	1,443者	1,110者	130.0%	1,278者	112.9%
③課題別・業種別支援事業 支援事業者数	788者	755者	104.4%	775者	101.7%
5. 需要動向調査に関すること【指針③】					
事業① 販路開拓事業における需要情報提供先企業数	10者	15者	66.7%	3者	333.3%
事業②-1 大企業への売り込み商談会「ザ・ベストバイヤーズ」 における事前の需要情報提供先企業数	120者	240者	50.0%	206者	58.3%
事業②-2 大企業への売り込み商談会「売れ筋商品発掘市」 における事前の需要情報提供先企業数	419者	415者	101.0%	376者	111.4%
事業②-3 大企業への売り込み商談会「MoTTo OSAKA オープンイノベーションフォーラム」における事前の需要情報 提供先企業数	158者	83者	190.4%	91者	173.6%
6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること【指針④】					
1. ターゲット市場が明確でない事業者への支援					
①経営相談における販路開拓支援 支援事業者数	87者	195者	44.6%	88者	98.9%
②販路・取引先拡大マッチング事業 支援事業者数	177者	170者	104.1%	146者	121.2%
同 成約件数	4件	9件	44.4%	3件	133.3%
2. ターゲット市場は明確だが顧客の選定ができない 事業者への支援					
③大阪勧業展 出展企業・団体数	160者	145者	110.3%	148者	108.1%
同 商談件数	1,239件	1,150件	107.7%	1,057件	117.2%
同 成約件数	119件	210件	56.7%	235件	50.6%
④大阪スタイリング構築・普及事業 支援事業者数 (ファッション・イノベーション展)	10者	11者	90.9%	7者	142.9%
同 新たな需要を開拓した事業者数	10者	11者	90.9%	3者	333.3%
6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること【指針④】					
⑤商店街ショッピングツーリズム振興と個店の集客支援事業 支 援商店街数	23者	27者	85.2%	23者	100.0%
同 延べ事業者数	1,291者	1,800者	71.7%	1,396者	92.5%
同 新たな需要を開拓した延べ事業者数	1,291者	1,800者	71.7%	1,396者	92.5%

I. 経営発達支援事業の内容	R1 実績	R1 目標	H30 目標比	H30 実績	H30 実績比
⑥OSAKA STYLING EXPO LIVING部門 支援事業者数	16者	14者	114.3%	13者	123.1%
同 新たな需要を開拓した事業者数	16者	14者	114.3%	13者	123.1%
⑦町工場加工ネットワークの構築 支援事業者数	145者	91者	159.3%	104者	139.4%
同 新たな需要を開拓した事業者数	92者	73者	126.0%	64者	143.8%
⑧地域ブランド推進事業支援事業者数	55者	47者	117.0%	46者	119.6%
⑨「食の都・大阪」推進事業 参加事業者数	67者	41者	163.4%	79者	84.8%
同 新たな需要を開拓した事業者数	53者	29者	182.8%	15者	353.3%
⑩西部エリア・えーもん市 支援事業者数	43者	73者	58.9%	48者	89.6%
同 新たな需要を開拓した事業者数	37者	59者	62.7%	16者	231.3%
3. 顧客は特定できているがアプローチする手段が 分からない事業者への支援					
⑪ザ・ベストバイヤーズ 支援事業者数	120者	240者	50.0%	206者	58.3%
同 新たな需要開拓をした事業者	47件	11件	427.3%	1件	4700.0%
⑫売れ筋商品発掘市 支援事業者数	419者	415者	101.0%	376者	111.4%
同 商談件数	2,095件	1,120件	187.1%	1,087件	192.7%
同 新たな需要開拓をした事業者	90件	25件	360.0%	24件	375.0%
⑬MoTTo OSAKAオープンイノベーションフォーラム 支援事業者数	158者	83者	190.4%	91者	173.6%
同 成約件数	32件	11件	290.9%	7件	457.1%
II. 地域経済の活性化に資する取り組み	R1 実績	R1 目標	H30 目標比	H30 実績	H30 実績比
1-①インバウンドによる買い物消費支援事業 支援事業者数（商店街支援）	43者	455者	9.5%	39者	110.3%
1-②あべの天王寺サマーキャンパス 参加事業者 （プログラム提供者）数	81者	90者	90.0%	100者	81.0%
同 イベント参加者数	6,350者	8,600者	73.8%	10,835者	58.6%