

令和2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** 令和2年4月1日～令和3年3月31日（5年間、本年度3年目）

◇ **令和2年度実績の全体評価**

- 新型コロナウイルスの影響で開催中止となった事業（6件）を除いた全実施事業において、目標達成、及びほぼ達成した項目は合わせて約6割と、前年度の7割から減少し、目標水準の7割を下回った項目が約4割と前年度の3割から増えた。目標未達の最大の理由は、コロナ禍での開催手法の変更や事業規模縮小による参加者の減少によるものであること、特に商店街など地域経済の活性化を図る事業やイベントの開催が難しく、参加事業者の確保ができなかった。

◇ **小規模事業者へのハンズオン支援**

- 個社への支援である経営支援事業に関しては、コロナ禍で相談ニーズが増加し、経営状況分析や事業計画策定支援など10項目において、A評価（目標比100%以上）となり（前年度は9項目）、目標を上回った。特に、コロナ対策分を含むマルケイ融資の推薦数が近年で最多となる件数となったこと、コロナ特別対応型など「小規模事業者持続化補助金」が計8回も実施されたこともあり、経営状況分析数、事業計画策定支援数がそれぞれ前年度の約2倍、約5倍となった。
- また、コロナ禍において創業への相談ニーズが増加し、専門相談の延べ相談件数と開業セミナー・スクール参加者数は、いずれも前年度の1.3倍となった。

◇ **販路開拓等の各種支援事業**

- 代表的な販路開拓支援事業である「大阪勧業展」、「町工場ネットワーク構築事業」、「売れ筋商品発掘市」は、コロナ禍で運営方法や時期を見直して開催した。
- 「売れ筋商品発掘市」は、完全予約制の個別商談会として年21回実施した。これにより支援事業者数は前年度比14%となったが、事前にバイヤーのニーズに合う事業者を絞り込めたことで、成約率は、約30%に向上した。
- 「町工場ネットワーク構築事業」においては、東京商工会議所と連携し、東京圏から発注案件（52件）を有する大手・中堅メーカーを招聘し、大阪の町工場との商談会を初めて実施し、67の事業者の需要開拓に貢献した。

◇ **地域経済活性化事業**

- 令和2年度「大阪まるごとオンラインキャンパス」として実施した従来の「あべの天王寺サマーキャンパス事業」や商店街など地域経済の活性化を図る事業においては、開催見送りや収容人数の制限、事業のオンライン化などにより、参加事業者の確保ができなかった。

◇ **次年度以降の取り組み**

- 「マルケイ融資」や「小規模事業者持続化補助金」の申請支援を中心に、金融支援、事業計画策定支援、販路開拓支援など総合的な支援を展開する。特に、据え置き期間が終了し、返済が始まる事業者の借換え対応や、経営状況が悪化している事業者へのリスク支援については、再生支援協議会とも連携して対応していく。
- その他商談会や地域活性化事業については、令和2年度に多くの事業においてオンラインによる開催経験ができたので、リアルとオンラインを組み合わせた手法の選択や開催時期等を考慮して、可能な限りの開催を実現していく。

◇ 外部有識者による評価

● 評価会議：令和3年7月14日（水）／大阪商工会議所 会議室

● 評価委員からの主な意見：

- ・令和2年度は、目標達成した、ほぼ目標水準となった項目は合わせて約6割と、前年度の7割から減少しているが、令和元年度と2年度の状況は全く違う。前年実績は、あくまで参考値としてよい。
- ・令和2年度の全体の項目（49項目）において、A評価（目標値100%以上）は22件、C評価（目標値70%以下）は20件と、ほぼ同数であることが特徴的である。C評価の数の増加は、対面が難しくなった昨年度の特徴を示し、A評価の数値は、相談ニーズに対応した積極的な支援として評価できる。
- ・個社への支援である経営支援事業の中の「経営指導員による経営状況分析事業者数（2-①）」と「事業計画策定支援の策定件数（3-①）」の実績数がかなり上がっている。これは事業者の需要に積極的に対応したことを示す。特に、「経営指導員による経営状況分析事業者数（2-①）」の支援事業者数は、6329者であり、昨年の2.3倍である。限られた経営指導員での苦労した上での相談対応と評価する。
- ・販路開拓支援としては、現在、多くの事業者がEC販売にシフトしていることもあり、大阪商工会議所も、従来の販路開拓支援事業以外にもEC販売の要望に応えることを期待する。
- ・2件の代表的な支援事例については、「IT・ビジネスアプリサポートデスク」と連携し、経営指導とIT化支援をうまく組み合わせ、指導している。経済産業省はDX（デジタル・トランスフォーメーション）を推進しているが、ITはあくまで経営力向上のためのツールである。今回の支援事例は、経営指導とIT支援をリンクさせた良い事例であった。今後は中小事業者のIT化を支援するため、数社でサポート体制を築いてもよいかと考える。

以上

◇ 各実施事業の数値実績

I. 経営発達支援事業の内容	R2 実績	R2 目標	R2 目標比	R1 実績	R1 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	2件	1件	200.0%	1件	200.0%
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	6,329者	2,240者	282.5%	2,704者	234.1%
②専門相談事業（経営革新）延べ相談件数	830件	780件	106.4%	626件	132.6%
③経営体質改善強化セミナー 参加事業者数	697者	1,180者	59.1%	1,311者	53.2%
同 実施回数	44回	120回	36.7%	111回	39.6%
③ビジネス講演会 参加事業者数	720者	1,140者	63.2%	1,264者	57.0%
同 実施回数	19回	5回	380.0%	28回	67.9%
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	4,769件	1,720件	277.3%	908件	525.2%
②-1 経営革新計画策定支援 承認数	8件	6件	133.3%	3件	266.7%
同 相談件数	58件	90件	64.4%	31件	187.1%
②-2 経営革新支援セミナー 参加者数	19名	31名	61.3%	27名	70.4%
同 実施回数	1回	1回	100.0%	1回	100.0%
③-1 創業計画策定支援ビジネスプラン作成数	30件	31件	96.8%	32件	93.8%
③-2 開業セミナー・スクール 参加者数	143名	140名	102.1%	107名	133.6%
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	155件	445件	34.8%	271件	57.2%
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	6件	31件	19.4%	12件	50.0%

I. 経営発達支援事業の内容	R2 実績	R2 目標	R2 目標比	R1 実績	R1 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	4,826 件	3,440 件	140.3%	1,940 件	248.8%
②サービス提案に基づく支援事業 支援事業者数	1,334 者	1,110 者	120.2%	1,443 者	92.4%
③課題別・業種別支援事業 支援事業者数	573 者	755 者	75.9%	788 者	72.7%
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	—	15 者	—	10 者	0.0%
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	—	240 者	—	120 者	0.0%
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	167 者	415 者	40.2%	419 者	39.9%
事業②-3 大企業への売り込み商談会「MoTTo OSAKA オープン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	101 者	83 者	121.7%	158 者	63.9%
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	171 者	195 者	87.7%	87 者	196.6%
②販路・取引先拡大マッチング事業 支援事業者数	171 者	170 者	100.6%	177 者	96.6%
同 成約件数	2 件	9 件	22.2%	4 件	50.0%
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	173 者	145 者	119.3%	160 者	108.1%
同 商談件数	1,371 件	1,150 件	119.2%	1,239 件	110.7%
同 成約件数	171 件	210 件	81.4%	119 件	143.7%
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)	—	11 者	—	10 者	0.0%
同 新たな需要を開拓した事業者数	—	11 者	—	10 者	0.0%

I. 経営発達支援事業の内容	R2 実績	R2 目標	R2 目標比	R1 実績	R1 実績比
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	9 者	27 者	33.3%	23 者	39.1%
同 延べ事業者数	378 者	1,800 者	21.0%	1,291 者	29.3%
同 新たな需要を開拓した延べ事業者数	378 者	1,800 者	21.0%	1,291 者	29.3%
⑥OSAKA STYLING EXPO LIVING 部門 支援事業者数	27 者	14 者	192.9%	16 者	168.8%
同 新たな需要を開拓した事業者数	26 者	14 者	185.7%	16 者	162.5%
⑦町工場加工ネットワークの構築 支援事業者数	85 者	91 者	93.4%	145 者	58.6%
同 新たな需要を開拓した事業者数	67 者	73 者	91.8%	92 者	72.8%
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】					
⑧地域ブランド推進事業支援事業者数	24 者	47 者	51.1%	55 者	43.6%
⑩西部エリア・えーもん市 支援事業者数	18 者	73 者	24.7%	43 者	41.9%
同 新たな需要を開拓した事業者数	12 者	59 者	20.3%	37 者	32.4%
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	—	240 者	—	120 者	0.0%
同 新たな需要開拓をした事業者	—	11 件	—	47 件	0.0%
⑫売れ筋商品発掘市 支援事業者数	167 者	415 者	40.2%	419 者	39.9%
同 商談件数	296 件	1,120 件	26.4%	2,095 件	14.1%
同 新たな需要開拓をした事業者	83 件	25 件	332.0%	90 件	92.2%
⑬MoTTo OSAKA オープンイノベーションフォーラム 支援事業者数	101 者	83 者	121.7%	158 者	63.9%
同 成約件数	34 件	11 件	309.1%	32 件	106.3%

II. 地域経済の活性化に資する取り組み	R2 実績	R2 目標	R2 目標比	R1 実績	R1 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）	52 者	455 者	11.4%	43 者	120.9%
1-②大阪まるごとオンラインキャンパス 参加事業者 （プログラム提供者）数	56 者	90 者	62.2%	81 者	69.1%
同 イベント参加者数	635 者	8,600 者	7.4%	6,350 者	10.0%
開催中止、支援中止の事業 （地域経済の活性化に資する取り組み）	R2 実績	R2 目標	R2 目標比	R1 実績	R1 実績比
「食の都・大阪」推進事業 参加事業者数		41 者			
同 新たな需要を開拓した事業者数		29 者			
「食の都・大阪」推進事業 レストランウィークイベント 参加者数		2,900 者			
留学生活用による商店街・地域活性化事業 参加商店街数		3 者			
飲食店の魅力発信『OSAKA 光バル』 支援事業者数		42 者			