

豊中市中小企業 チャレンジ促進プラン

平成 29 年（2017 年）4 月

豊中市 都市活力部 産業振興課

豊中市中小企業チャレンジ促進プラン 目次

1. 豊中市中小企業チャレンジ促進プランの振り返り	2
(1) 豊中市中小企業チャレンジ促進プランの基本理念.....	2
(2) 促進プランの基本的な考え方	2
(3) 促進プランの主な実績.....	2
(4) 各施策での取り組み事例	5
(5) 成果と課題.....	7
2. 豊中市の現状と変化	8
(1) 市内事業所の状況.....	8
(2) 市内事業所の経年変化.....	10
(3) 豊中市の特性.....	13
(4) 社会経済状況の変化	14
3. 豊中市中小企業チャレンジ促進プラン改定にあたっての前提	18
(1) 前提となる考え方.....	18
(2) 市が果たすべき役割	18
(3) 計画期間.....	18
4. 促進プランのテーマ設定	19
(1) 促進プランのテーマ	19
(2) 促進プランの実施を通じてめざす状態	19
5. 促進プラン実施にあたっての考え方	20
6. 施策体系	21
7. 進行管理	25

1. 豊中市中小企業チャレンジ促進プランの振り返り

(1) 豊中市中小企業チャレンジ促進プランの基本理念

豊中市では、平成2年（1990年）3月に「豊中市産業振興ビジョン」を策定し、「快適な都市に新しい産業が育ち、新しい産業が都市の生活者を快適にする」という考え方のもと、とよなかインキュベーションセンター（現：とよなか起業・チャレンジセンター）の開設など、豊中のまち・ひと・しごとづくりに取り組んできた。

「豊中市中小企業チャレンジ促進プラン（以下、促進プランという）」もこの基本理念に基づき、平成24年（2012年）3月に策定したものである。

(2) 促進プランの基本的な考え方

促進プランでは、中小企業の経営に焦点をあて、多様な業種の事業所がそれぞれの力で変化に対応できるよう施策を展開していくことを基本的な考え方としている。

- 1) 様々な業種・テーマを対象に事業者を支援
- 2) 環境の変化に対応できる、自立した企業が育つことを応援
- 3) 産業のまち・産業を応援するまちを内外にアピール

(3) 促進プランの主な実績

基本的な考え方に基づき、従来の施策を再編、平成24年から実施し、当初3年間においては、市の施策を活用しようとする企業を増やすことをめざしてきた。

市が積極的に市内事業所を訪問することをはじめ、事業者と接点を多く持ち、チャレンジに踏み出す意欲を持つ企業に支援を行ってきた。

【目標に対する結果】

◆チャレンジに踏み出す事業者の増加 ～促進プランの目標値を達成～

○情報が行き来できる関係を築いた企業 1,500社以上

⇒事業所訪問や、経営レポート、産業メルマガなど

○そのうち、新たな事業展開などのチャレンジに踏み出す企業 100社以上

⇒産業フェア、ビジネスマッチングフェア等展示会への出展など

○行政や産業支援機関の補助金等を獲得する企業 30社以上

⇒中小企業チャレンジ事業補助金、小規模事業者持続化補助金など

【主な事業取り組み実績】（平成 24 年度から平成 27 年度）

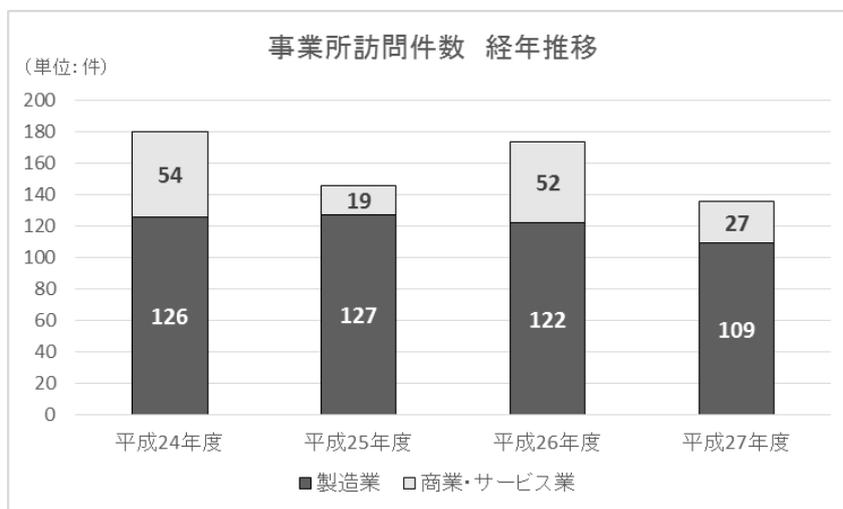
◆中小企業チャレンジ支援事業（事業所訪問、セミナー等）

事業所訪問

- ・製造業を中心に景況感や課題のヒアリングなどを実施し、関係を構築。
- ・セミナーなど他の事業へのつなぎや、課題に合わせたマッチングなどを実施。

【実績】

- ・1 年度あたり約 130～180 件、のべ 636 件訪問。
- ・聞き取りによる景況感は、「好調・安定」が増加、「悪化」が減少。
- ・課題意識は、「コスト対策・海外との競争」「取引先・仕事の確保」と答える事業所が多く、「人材確保」も増加傾向。



各種セミナー

- ・多様化、複雑化する中小企業、創業者の課題に対応し、各種テーマ設定によるセミナーを通じて、情報提供を実施。
- ・セミナー終了後の交流会等の実施により、事業者同士の交流を深める契機を創出。

【実績】

1 年度あたり 14 回～16 回実施、のべ 899 人参加。

	平成 24 年度	平成 25 年度	平成 26 年度	平成 27 年度 (※2)
経営セミナー (※1)	回数：16 回 参加者：243 人	回数：13 回 参加者：183 人	回数：14 回 参加者：176 人 交流会：75 人 相談会：3 人	回数：13 回 参加者：193 人 交流会：93 人
起業セミナー		回数：1 回 参加者：21 人	回数：2 回 参加者：34 人	回数：3 回 参加者：49 人

※1...経営セミナーには、ものづくりフォーラム（平成 24,25 年度実施）、商業チャレンジセミナー（平成 24,25,26 年度実施）を含む。

※2...平成 27 年度は、上記に加えて、起業家フォーラム（1 回 参加者 15 人）、創業ナビセミナー（2 回 参加者：39 人 交流会：12 人）も実施。

◆中小企業チャレンジ事業補助金

- ・中小企業が連携したグループまたは団体による、新しい取り組みに対する補助を行うことにより、チャレンジを促進。
- ・業種・業態を限定しない、幅広いビジネス展開を支援。

【実績】

平成 24 年度～27 年度 のべ申込件数 45 件、関連事業所数 8 団体 90 事業所
 のべ採択件数 26 件 関連事業所数 7 団体 46 事業所

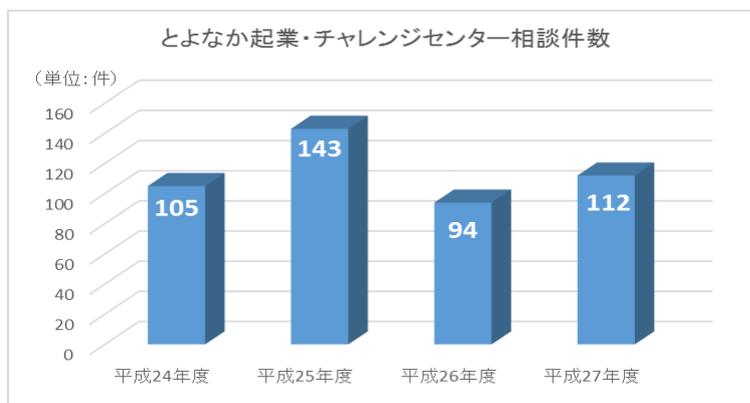
	平成 24 年度	平成 25 年度	平成 26 年度	平成 27 年度
申込件数	13	16	10	6
実施件数	9	6	5	5
関連事業所数	2 団体 27 事業所	3 団体 31 事業所	1 団体 23 事業所	2 団体 9 事業所
分野別内訳	ものづくり：4 件 商業：4 件 サービス：1 件	ものづくり：2 件 商業：2 件 サービス：2 件	ものづくり：2 件 商業：1 件 サービス：2 件	ものづくり：0 件 商業：3 件 サービス：2 件

◆とよなか起業・チャレンジセンター

- ・とよなかインキュベーションセンターの機能を拡充し、起業に限らず、産業全般の支援拠点として運営。
- ・創業希望者、創業者への相談対応や、創業後も含めたフォローを実施。
- ・既存の中小企業の経営相談にも対応し、課題解決を支援。
- ・センターを拠点とした市内中小企業と創業者のネットワークを構築。

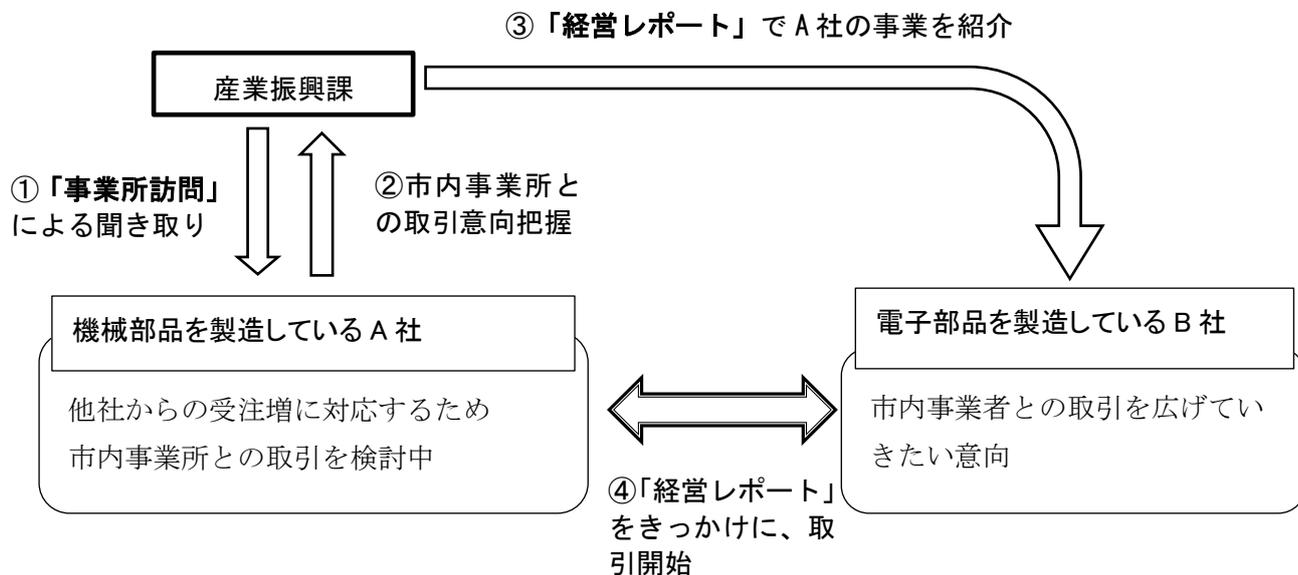
【実績】

- ・起業・一般相談件数…1 年度あたり約 90 件～140 件程度、のべ 454 件。
- ・相談を通して、新たなチャレンジを促進。
- ・地域課題に対応する事業展開を行う新たな事業者を創出。



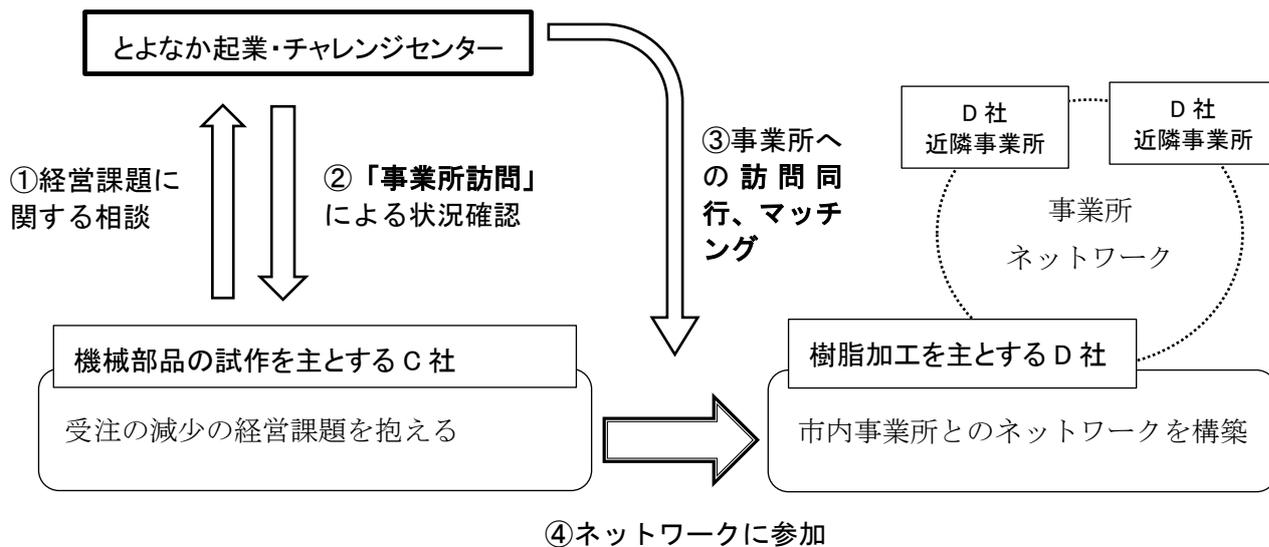
(4) 各施策での取り組み事例

【ケース1】 事業所訪問+経営レポートでの情報発信⇒新たな取引契機の創出



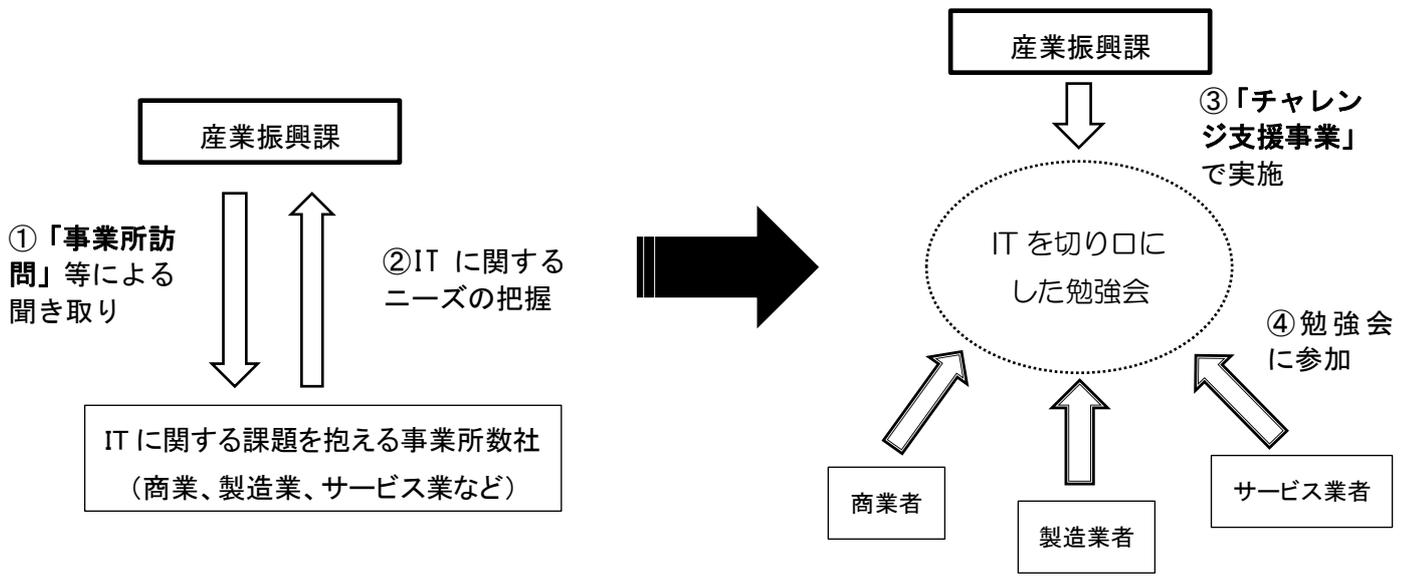
求めている技術と提供できる技術が合致し、お互いの事業が伸展

【ケース2】 事業所訪問⇒地域の事業所ネットワークとのマッチング



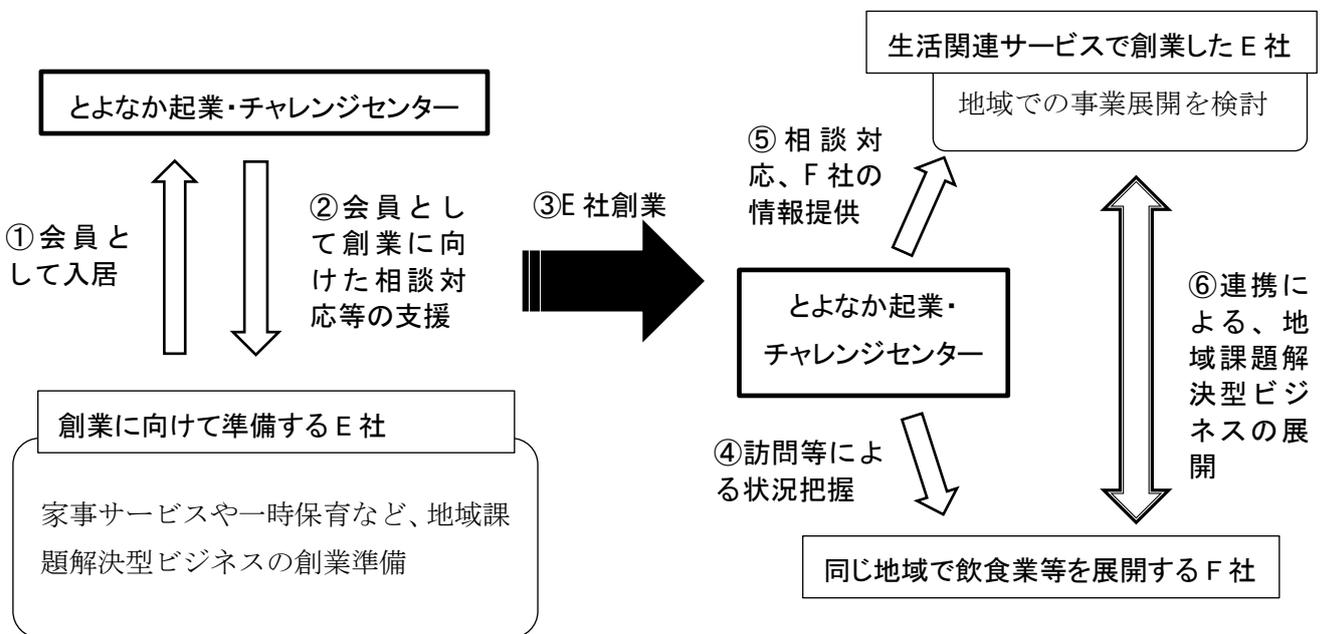
受注機会の拡大だけでなく、地域での事業所ネットワークの拡大

【ケース3】ITを切り口にした異業種勉強会⇒事業者間による気づきの機会の創出



事業者同士による気づきの機会を創出し、様々な業種、業歴、エリアの事業者のITを活用した事業展開支援

【ケース4】地域課題解決型ビジネスの創業支援⇒地域特性を捉えたビジネス展開支援



地域特性を捉えた創業者への継続支援を通じた、同地域の事業者間連携による地域課題解決型ビジネスの展開

(5) 成果と課題

促進プランでめざしていた、市の施策を活用しようとする企業を増やすという目的については、各種事業への利用者数や、事業間、関係機関との連携などにより一定達成できたと考えられる。しかし、その一方で、課題も見えてきている。

<成果>

- ・事業所訪問での聞き取りから適切なセミナーへの誘導、関係機関へのつなぎなど
⇒各事業の連携による、効果的なチャレンジ促進
- ・市と豊中商工会議所、金融機関が連携した「とよなか創業ナビ」による創業者支援や新たなビジネス展開につながる大学連携セミナー、ビジネスマッチングフェア出展支援など
⇒大学、支援機関、金融機関等との連携による事業展開
- ・チャレンジセンター会員の行う事業など、地域課題に対してのビジネス展開の支援
⇒地域課題に対応したコミュニティビジネスや福祉ビジネス等の様々な事業展開

<課題>

- ・補助金の申込み事業者、産業フェア新規出展企業の開拓など
⇒関係を築いた企業に対する、事業間の連携によるさらなる効果的な支援策の検討
- ・IT 技術の発達や受発注構造の変化等から、課題が多様化、複雑化、専門化し、課題解決の難易度が上がり、共通の施策や単一機関による解決が困難
⇒個々の業種・業態に応じた課題解決のための支援機関等の特性を活かした、連携による中小企業振興施策の展開への対応

2. 豊中市の現状と変化

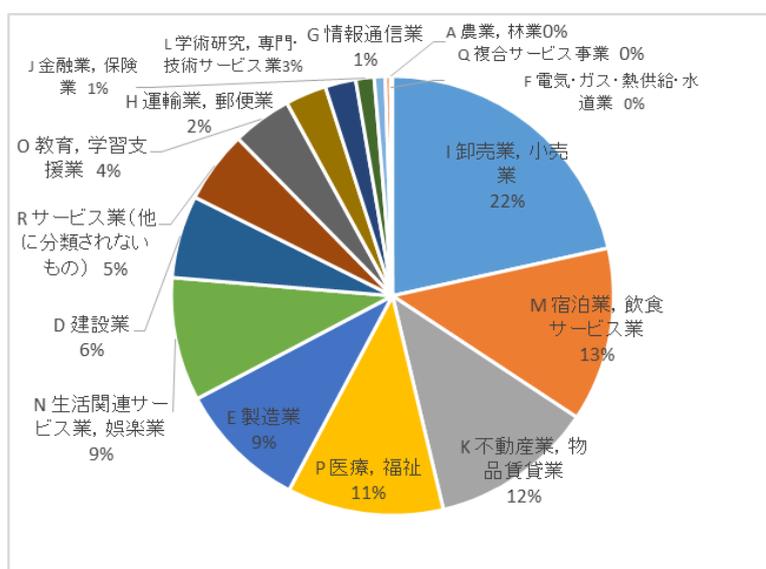
(1) 市内事業所の状況

豊中市の事業所数は、平成 26 年の経済センサスによると 13,632 事業所で、事業所数割合では、「卸売業、小売業」が 22%と一番多くなっているが、その他の業種についても一定数存在しており、多様な業種の事業所が存在している。

【事業所数】

業種	事業所数
A 農業、林業	9
B 漁業	-
C 鉱業、採石業、砂利採取業	-
D 建設業	829
E 製造業	1,294
F 電気・ガス・熱供給・水道業	8
G 情報通信業	110
H 運輸業、郵便業	306
I 卸売業、小売業	2,932
J 金融業、保険業	184
K 不動産業、物品賃貸業	1,631
L 学術研究、専門・技術サービス業	410
M 宿泊業、飲食サービス業	1,748
N 生活関連サービス業、娯楽業	1,240
O 教育、学習支援業	596
P 医療、福祉	1,561
Q 複合サービス事業	53
R サービス業(他に分類されないもの)	721

【業種別事業所数割合】



(出典) 総務省「平成 26 年経済センサス基礎調査結果」

従業者の規模としては 9 人以下の小規模事業所が全体の約 8 割を占めている。

従業者規模	平成26年度	
	事業所数 (事業所)	構成比
1～4人	8,117	59.5%
5～9人	2,598	19.1%
10～19人	1,558	11.4%
20～29人	549	4.0%
30～49人	352	2.6%
50～99人	235	1.7%
100人以上	148	1.1%
出向・派遣従業者のみ	75	0
合計	13,632	100%

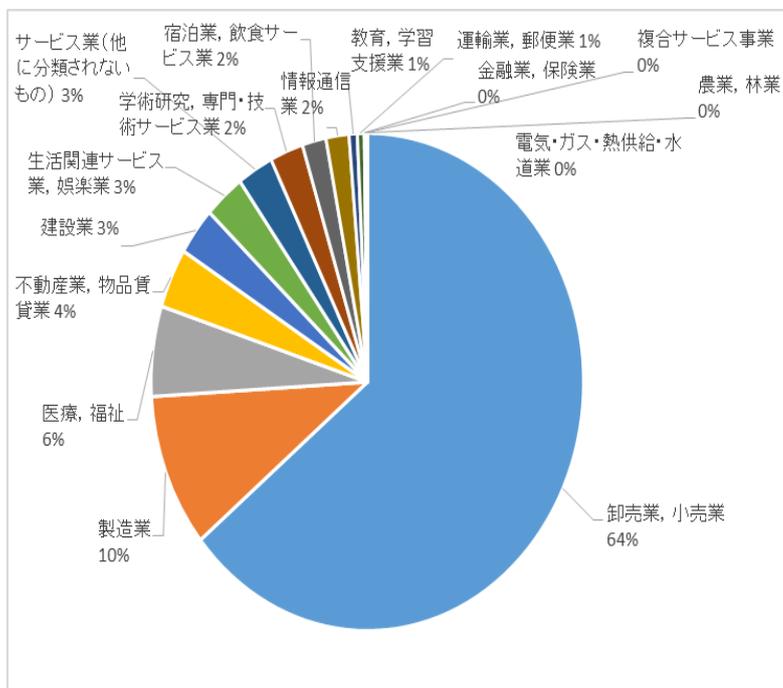
(出典) 総務省「平成 26 年経済センサス基礎調査結果」

産業大分類別の売上では、「卸売業・小売業」が6割強を占める。

【産業大分類別売上（収入）額】

産業大分類	売上(収入) (単位:万円)
農業, 林業	30,270
漁業	-
鉱業, 採石業, 砂利採取業	-
建設業	6,310,958
製造業	20,196,251
電気・ガス・熱供給・水道業	17,000
情報通信業	3,471,043
運輸業, 郵便業	1,046,512
卸売業, 小売業	129,141,357
金融業, 保険業	236,704
不動産業, 物品賃貸業	7,844,969
学術研究, 専門・技術サービス業	5,018,928
宿泊業, 飲食サービス業	3,601,873
生活関連サービス業, 娯楽業	6,058,345
教育, 学習支援業	1,237,232
医療, 福祉	11,830,828
複合サービス事業	162,584
サービス業(他に分類されないもの)	5,424,125
合計	201,628,979

【産業大分類別売上（収入）割合】



(出典) 豊中市「平成26年度 豊中の事業所」

(注) 売上については、業種・事業所によっては数値に反映されていないケースがある。

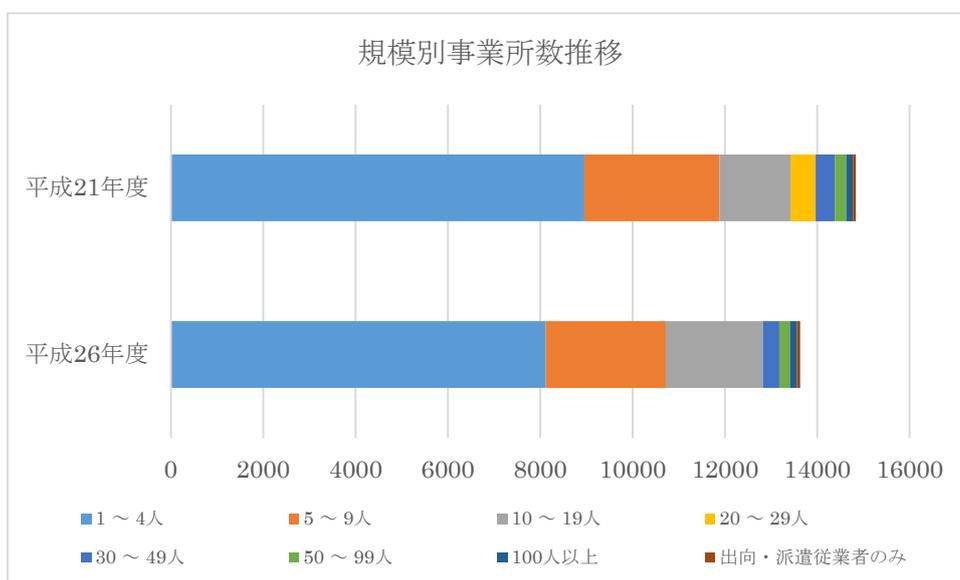
(2) 市内事業所の経年変化

豊中市の事業所数は、平成21年から平成26年にかけて、6%減少している。全国的に事業所数は減少しており、事業所数減少率は、全国平均並である。また、周辺中核市と比較しても同程度となっている。

	人口(人)	事業所数(事業所)		B/A
		平成21年(A)	平成26年(B)	
全国	127,110,047	5,886,193	5,541,634	94%
豊中市	394,495	14,576	13,632	94%
高槻市	351,831	10,005	9,680	97%
枚方市	403,893	10,779	10,484	97%
東大阪市	502,605	28,764	25,839	90%
尼崎市	452,571	19,329	18,149	94%
西宮市	488,147	14,479	14,200	98%
姫路市	535,807	27,021	24,939	92%
奈良市	360,439	12,478	12,335	99%
大津市	340,972	11,901	11,560	97%
和歌山市	364,285	17,931	16,555	92%

(出典) 総務省「平成21年経済センサス基礎調査結果」「平成26年経済センサス基礎調査結果」

従業員規模では、事業所数全体の約8割を占める従業員数9人以下の小規模事業所の減少が他と比べて多くなっている。



(出典) 総務省「平成21年経済センサス基礎調査結果」「平成26年経済センサス基礎調査結果」

商業については、卸売業は、事業所数は減少しているが、年間販売額や一事業所あたりの年間販売額は増加している。

【卸売業の推移】

項目	調査年		
	平成14年	平成19年	平成26年
事業所数(事業所)	690	570	448
従業者数(人)	6,703	5,037	4,300
1事業所あたり従業者数(人)	9.7	8.8	9.6
年間販売額(百万円)	484,268	735,127	965,417
1事業所あたり年間販売額(百万円)	701.8	1289.7	2154.9

(出典) 経済産業省「商業統計調査」

小売業については、事業所数や年間販売額は減少傾向であるが、一事業所あたりの年間販売額、売り場面積は増加しており、大規模化が進んでいる。

【小売業の推移】

項目	調査年		
	平成14年	平成19年	平成26年
事業所数(事業所)	3,059	2,490	1,612
従業者数(人)	19,359	17,734	13,652
1事業所あたり従業者数(人)	6.3	7.1	8.5
年間販売額(百万円)	304,815	274,825	261,511
1事業所あたり年間販売額(百万円)	99.6	110.4	162.2
売り場面積(m ²)	251,872	258,539	238,505
1事業所あたり売り場面積(m ²)	82.3	103.8	148.0

(出典) 経済産業省「商業統計調査」

従業者4人以上の製造業の事業所を対象としている工業統計調査によると、製造業は、平成20年以降事業所数と従業者数の減少が続いており、平成26年では、平成20年と比較して約3割減少と大きく減っている。製造品出荷額等についても平成20年以降減少していたが、平成23年に増加、翌年の平成24年には再び減少したものの、平成25年以降は増加傾向である。

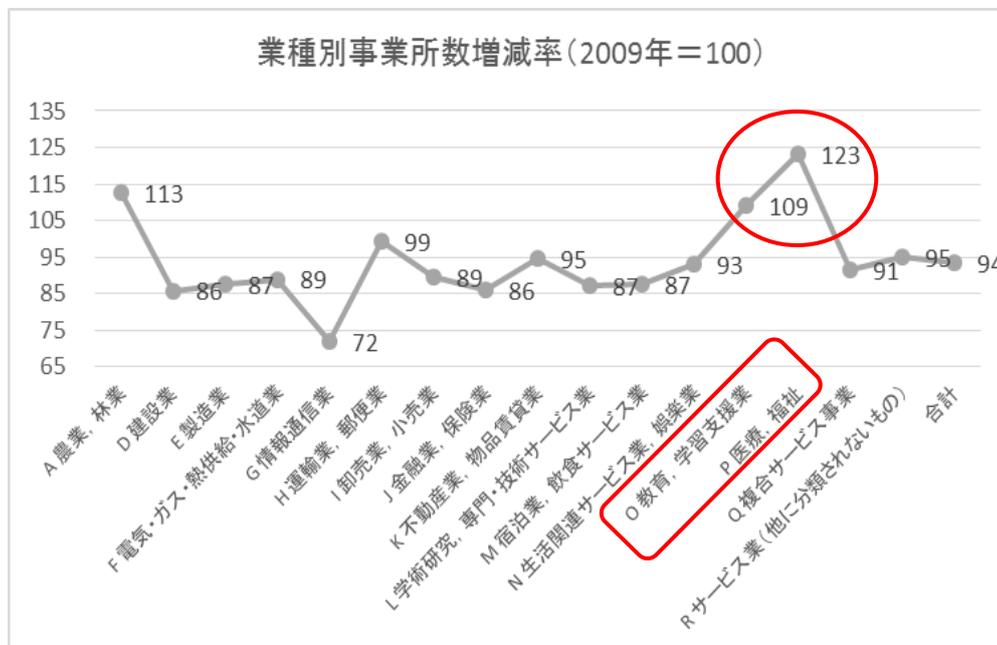
【製造業の推移】

項目	年	平成20年	平成21年	平成22年	平成23年	平成24年	平成25年	平成26年
事業所数(事業所)		790	665	617	601	582	548	532
従業者数(人)		14,186	12,458	12,310	11,834	10,292	10,195	10,132
製造品出荷額等(万円)		35,220,791	26,426,724	25,782,267	27,355,920	23,943,747	24,248,642	25,479,955

(出典) 経済産業省「工業統計調査」(平成20年～平成26年)

※平成23年の数値は、平成24年経済センサス・活動調査 産業別集計(製造業)によるもの(全数調査)

多くの業種で事業所数が減少する中、「教育、学習支援業」「医療、福祉」は増加。
「医療、福祉」については、全国的に事業所数が増加している。



(出典) 総務省「平成 21 年経済センサスー基礎調査結果ー」「平成 26 年経済センサスー基礎調査結果ー」

(3) 豊中市の特性

【学術・研究機関が近接】
産学連携のパートナーとなる大阪大学等の学術・研究機関

【千里地区】
バイオ・情報通信業や商業の集積地

【西部、南部】
機械金属を中心とする高い技術を備えた製造業の集積地

【優れた交通アクセス】
空港（大阪国際空港）、鉄道（阪急、北大阪急行、大阪モノレールなど）、高速道路など各種交通アクセスの利便性が高い

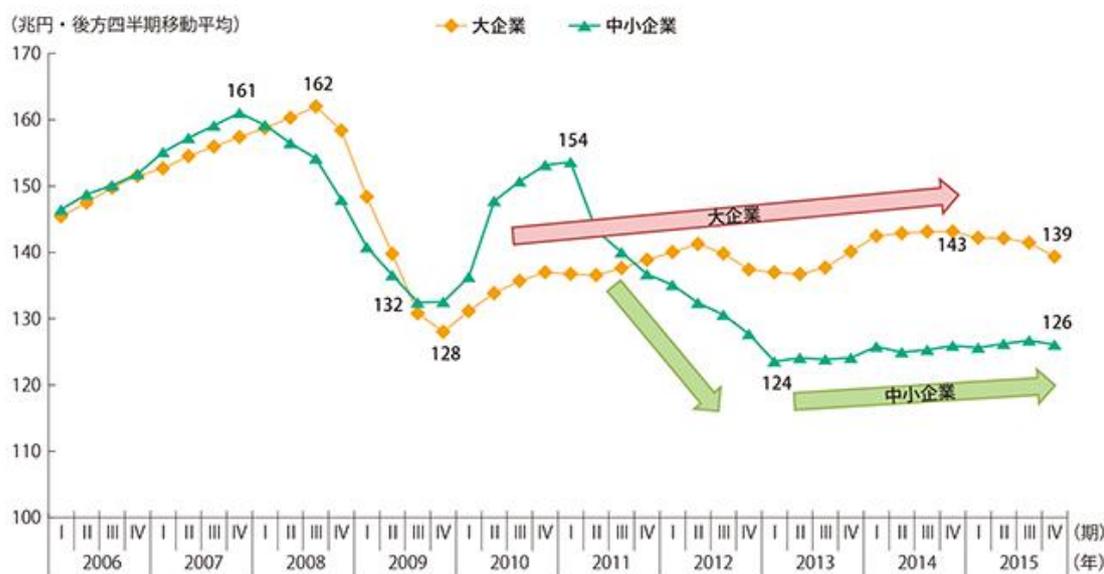


(資料) 豊中市産業振興課作成「豊中市企業立地のご案内」加工、編集

(4) 社会経済状況の変化

日本における法人の売上高の推移を見ると、大企業、中小企業ともに、2007年から2008年前半にかけてピークを迎えていたが、2008年、2009年にかけてリーマン・ショックの影響もあって大きく落ち込んだ。その後、大企業は、増加傾向にあった後、横ばいの傾向となっている。他方で中小企業は、2010年後半に一時的に増加したものの、それ以降、再び落ち込んでおり、2015年10-12月期時点では、リーマン・ショック後の水準を下回っている。

【大企業、中小企業の売上高の推移】



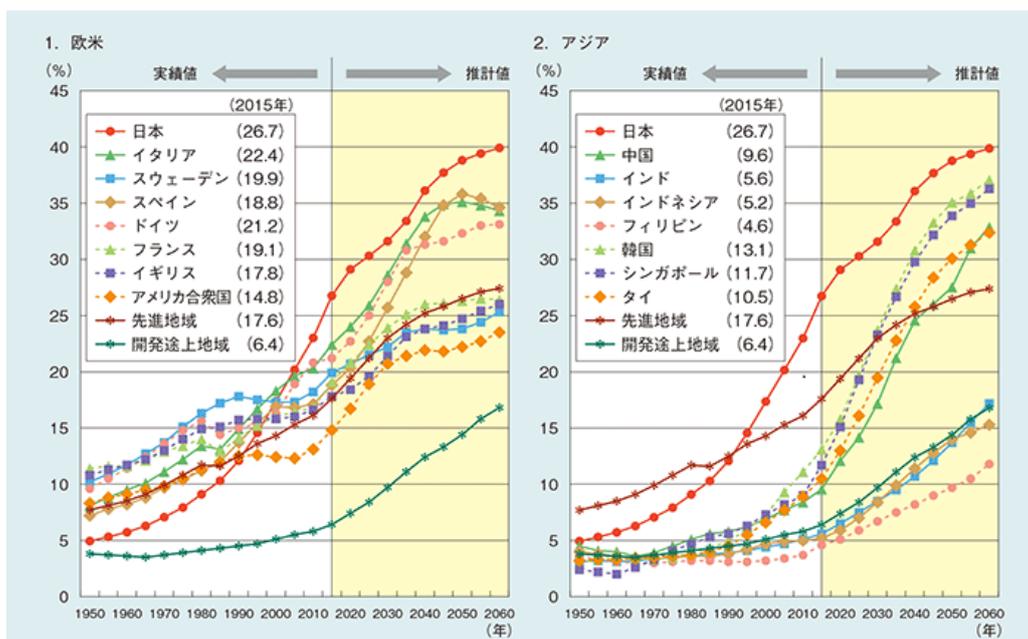
資料：財務省「法人企業統計調査季報」
 (注) ここでいう大企業とは資本金10億円以上の企業、中小企業とは資本金1千万円以上1億円未満の企業とする。

(出典) 2016年版 中小企業白書

日本は、世界各国と比べても少子高齢化が急激に進んでいる。高齢化の流れは国際的な動きではあるが、日本の場合は今後も14歳以下の人口が減少し続けるとの予想から、今後は世界的に最も高い割合を占めると推計されている。

生産人口の減少に伴い、国内需要などの経済規模は減少し、社会構造自体が縮小する中で産業構造も変化していくことが予想される。

【世界の高齢化率の推移】

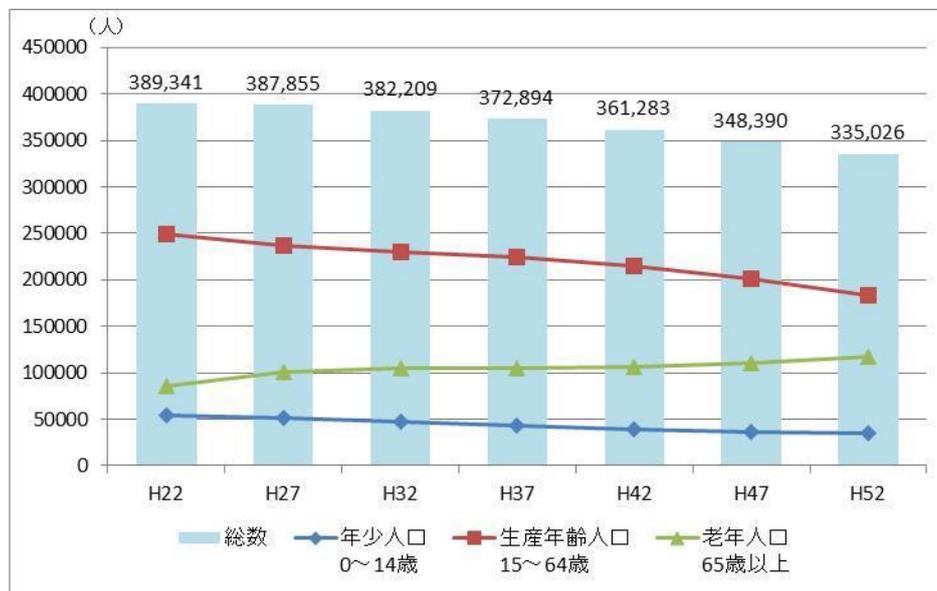


(出典) 平成 28 年版 高齢社会白書

(注) 先進地域とは、北部アメリカ、日本、ヨーロッパ、オーストラリア及びニュージーランドからなる地域をいう。開発途上国とは、アフリカ、アジア（日本を除く）、中南米、メラネシア、ミクロネシア及びポリネシアからなる地域をいう。

豊中市においても、今後老年人口の増加、生産年齢人口の減少が予想されており、中小企業、創業者は市内の事業環境の変化に対応していく必要がある。

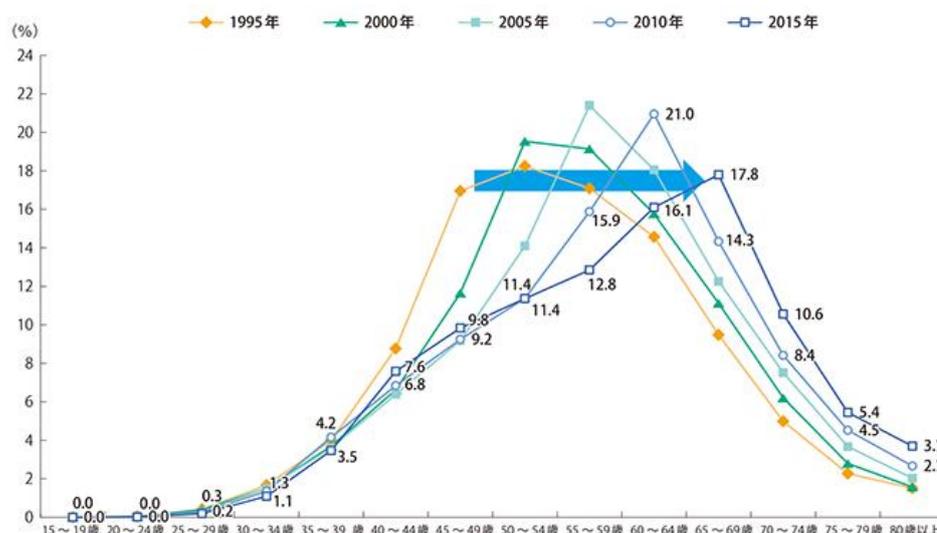
【豊中市の総人口及び年齢3区分別人口の推計値推移】



(出典) 豊中市「豊中市 まち・ひと・しごと創生人口ビジョン」
(資料) 各年国立社会保障・人口問題研究所推計

また、1995年から2015年にかけて、全国的に経営者の年齢層が上がってきている。

【年代別に見た中小企業の経営者年齢の分布】

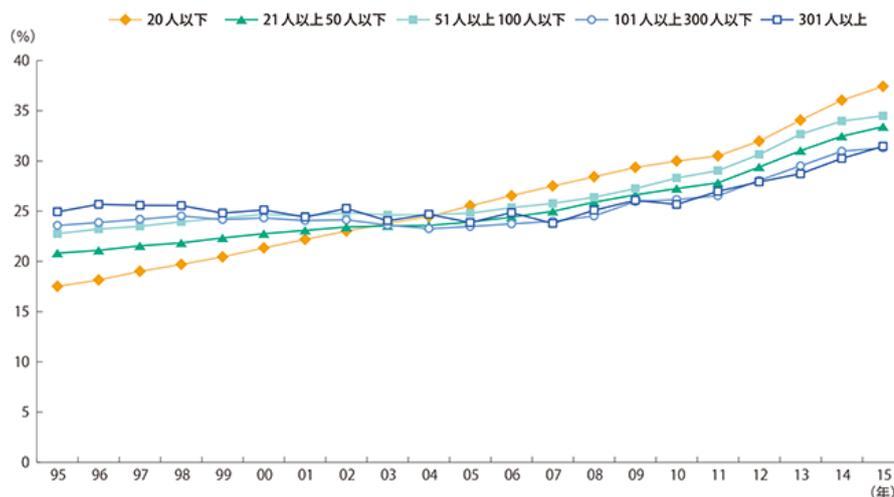


資料：(株) 帝国データバンク「COSMOS2 (企業概要ファイル)」再編加工

(出典) 2016年版 中小企業白書

さらに、企業の従業員規模別に中小企業経営者の65歳以上年齢割合の経年推移を見てみると、従業員規模20人以下の企業では、1995年では他の規模と比べて最も低いが、2015年では、最も高くなっており、特に経営者の高齢化が進んでいる。

【従業員規模別に見た中小企業経営者の65歳以上年齢割合の推移】

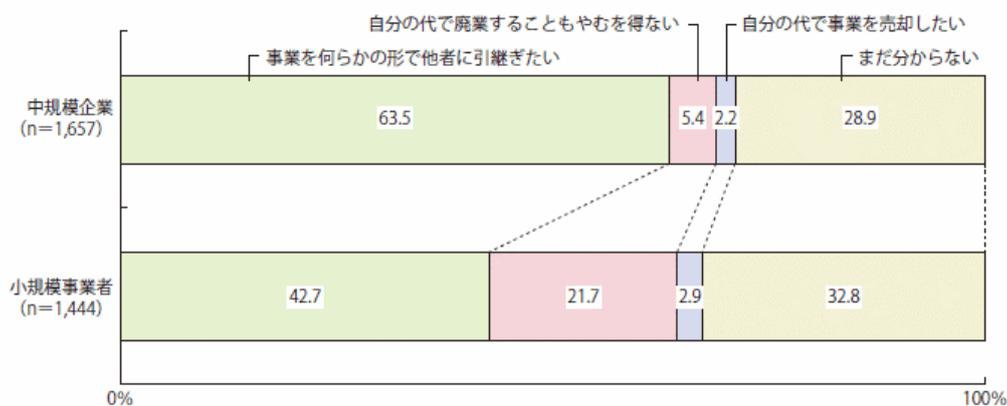


資料：(株) 帝国データバンク「COSMOS2 (企業概要ファイル)」再編加工

(出典) 2016年版 中小企業白書

中規模企業・小規模事業者の事業継続の意思を見てみると、「事業を何らかの形で他者に引継ぎたい」と考えている経営者が、中規模企業では約6割、小規模事業者では約4割存在する。これまでのデータから、中小企業を取り巻く環境は厳しく、今後、事業承継が大きな課題として浮上してくると思われる。

【現経営者の事業継続の意向】



資料：中小企業庁委託「中小企業者・小規模企業者の経営実態及び事業承継に関するアンケート調査」(2013年12月、(株)帝国データバンク)

(出典) 2014年版 中小企業白書

3. 豊中市中小企業チャレンジ促進プラン改定にあたっての前提

(1) 前提となる考え方

豊中市の中小企業支援としては、前述のとおり、平成 24 年に策定した促進プランに基づき、各種施策を展開し、一定の成果があった。

このことから、平成 24 年策定の促進プランの基本的な考え方については踏襲する。

(2) 市が果たすべき役割

・市が持つ強み＝「信用力」「発信力」の発揮

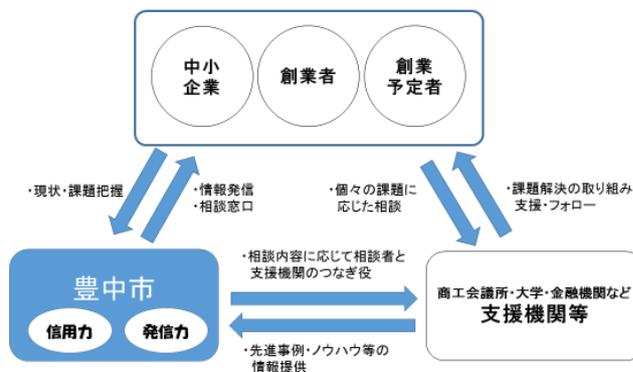
国、府などの行政や商工会議所、各種支援機関、金融機関など、中小企業、創業者を支援する多様な主体による、様々な施策や課題解決の手段が存在している。その中でも、市は基礎自治体として、中小企業、創業者との距離の近さや、調査力や現場認識力、信用力、発信力などの強みがある。

・中小企業、創業者と支援機関等との結節点

一方、中小企業、創業者の支援にあたり、課題が多様化・複雑化している中で、市は、中小企業、創業者の現況把握や支援機関等とのネットワークの構築などにより、中小企業、創業者と支援機関等との結節点としての役割を果たすことで、中小企業、創業者の新たな課題やニーズへの対応力を高めていくことが求められる。

○強みである信用力・発信力等を発揮するとともに、支援機関等と連携することにより、
中小企業、創業者の現状や課題を把握し、適切な情報発信を行う

○課題に応じた適切な支援機関等とのマッチング、支援開始後の伴走支援を行う



(3) 計画期間

本プランの計画期間は、平成 29 年度（2017 年度）から平成 31 年度（2019 年度）の 3 年間とする。

4. 促進プランのテーマ設定

(1) 促進プランのテーマ

平成 24 年の促進プラン策定時、地域のキープレイヤーとして中小企業を主人公に据えたが、近年増加している様々な業種・業態の創業者もまた、地域の産業活動にとって重要なプレイヤーとして役割を果たしていることから、本プランにおいては、両者を主人公としてテーマ設定する。

また、行政は、事業活動をしやすい環境を整備することが役割である。様々な業種・業態・事業フェーズ（創業前、創業期、発展期、安定期など）の事業者が、強みを活かした事業展開ができるような環境づくりを行う。

「中小企業・創業者のそれぞれの強みを活かした事業展開を促す環境づくり」

(2) 促進プランの実施を通じてめざす状態

豊中市には、多様な業種・業態・事業フェーズの事業者が所在することから、抱える課題は複雑かつ多岐にわたっている。一律の施策による支援が困難になる一方で、地域課題解決型ビジネスや地域内事業者のグループによる事業協力など、新たな展開に自発的に取り組む事業者も生まれている。

本プランの実施を通じてめざす状態としては、以下のとおりとする。

中小企業・創業者、支援機関等が連携することの相乗効果による地域の産業活動の活性化



豊中市の特性を活かした活動的な企業が生まれ、持続的に事業を展開している状態

5. 促進プラン実施にあたっての考え方

【促進プランのテーマ】

「中小企業・創業者のそれぞれの強みを活かした事業展開を促す環境づくり」



【促進プランの実施を通じてめざす状態】

中小企業・創業者、支援機関等が連携することの相乗効果による地域の産業活動の活性化
⇒豊中市の特性を活かした活動的な企業が生まれ、持続的に事業を展開している状態

1. 中小企業支援のあり方

○中小企業について

それぞれの事業者が自らの個々の課題に気づき、行動するきっかけが生まれるような環境をつくる

○創業者について

地域活性化に資する創業支援について、市の役割を強化する

2. 社会経済状況の変化に対応した支援のあり方

○多様化、複雑化する課題への相談体制の周知

支援機関等との効果的な情報交換と中小企業、創業者への情報発信

○市内の中小企業の変化やIT化への対応

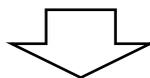
様々な経営課題解決手法であるM&A活用や事業承継に関する支援

促進プラン改定の視点

①地域産業の活性化に向けた起業・創業支援

②自社の強みを活かしたビジネスモデル構築

③地域での連携を活かした中小企業の経営基盤の強化

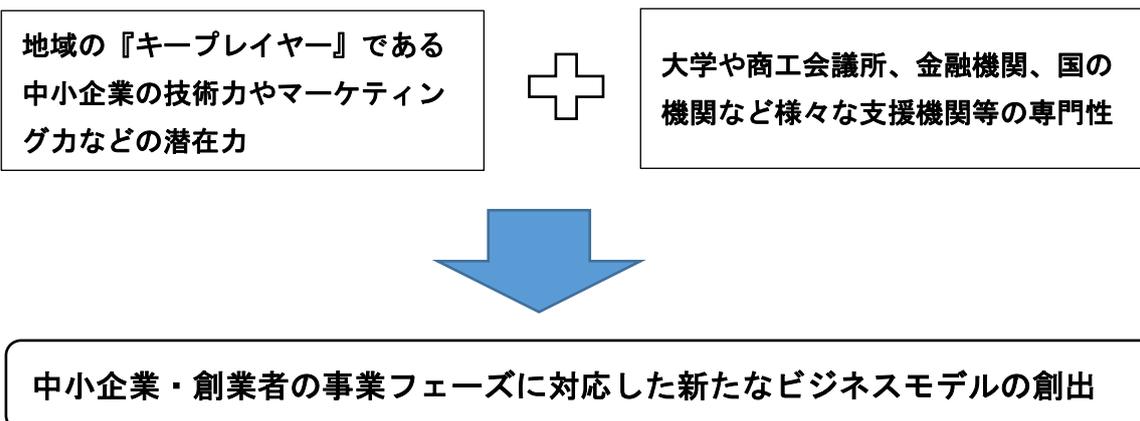


各種施策の展開

6. 施策体系

【促進プランのテーマ】

「中小企業・創業者のそれぞれの強みを活かした事業展開を促す環境づくり」



①地域産業の活性化に向けた起業・創業支援

- 創業の段階に応じた創業支援体制の拡充
- 創業支援における支援機関等との連携強化
- 創業支援施策の対外的な認知向上

②自社の強みを活かしたビジネスモデル構築

- 市内中小企業の現状把握の強化
- 自社の強みの把握や課題の明確化に向けた支援
- 業種・業態・事業フェーズに応じた課題意識に対応する施策展開
- 媒体の特性に応じた、効果的な情報発信

③地域での連携を活かした中小企業の経営基盤の強化

- 事業者・支援機関等との交流による新たな取り組みの契機の創出
- 事業者間の連携構築等による持続的な事業展開の支援
- 支援機関等と連動した経営支援体制の構築

①地域産業の活性化に向けた起業・創業支援

○創業の段階に応じた創業支援体制の拡充

【施策展開】

- ・「とよなか創業ナビ」を始めとした支援機関等との連携を強化し、生活関連サービスなど地域特性をふまえた創業への支援施策を展開する。
- ・とよなか起業・チャレンジセンターの機能の活用などにより、創業前のみならず創業後のフォローアップまで、創業の段階に応じた創業支援を充実させる。

⇒支援機関等との連携による創業に向けた金融支援

⇒部局間連携等によるコミュニティビジネス支援

○創業支援における支援機関等との連携強化

【施策展開】

- ・支援機関や大学等とのセミナーなど創業に関する情報交換の場を設定する。

⇒支援機関等の特徴を生かしたセミナー等の事業展開

○創業支援施策の対外的な認知向上

【施策展開】

- ・支援機関等との連携による、各種情報ツールを活用した効果的な情報発信を行う。

⇒創業相談窓口のPR展開

②自社の強みを活かしたビジネスモデル構築

○市内中小企業の現状把握の強化

【施策展開】

- ・これまで実施してきた南部、西部地域における製造業中心の事業所訪問について、他地域の商業・サービス業など、エリア・業種を拡大する。
- ・事業所訪問からセミナーや補助金へのつなぎなど事業間の連動を強化する。
- ・利子補給等の助成金申込時の状況聞き取りなど、相談体制を強化する。
⇒事業所訪問の拡充

○自社の強みの把握や課題の明確化に向けた支援

【施策展開】

- ・事業者や支援機関等との情報交換の場を設定する。
- ・先進事例からの気づきによる課題解決の取り組みを促進する。
⇒異業種・同業種・支援機関等との交流の場の設定
⇒先進事例等の情報提供

○業種・業態・事業フェーズに応じた課題意識に対応する施策展開

【施策展開】

- ・利子補給の対象の拡大等による金融支援を拡充する。
- ・新たな事業展開や販路拡大につながる支援策を拡充する。
⇒新規事業展開に向けた事業資金支援
⇒既存の補助制度の見直し

○媒体の特性に応じた、効果的な情報発信

【施策展開】

- ・経営レポート、産業メルマガ等について、効果的な情報発信ができるよう、役割の再整理を行う。
⇒媒体（紙・電子メール等）の特性に応じた情報発信の再整理

③地域での連携を活かした中小企業の経営基盤の強化

○事業者・支援機関等との交流による新たな取り組みの契機の創出

【施策展開】

- ・各種交流の場の設定により、事業者間のネットワークを拡大させる。
- ・ネットワーク構築に関する事例等の共有による新たな連携の契機を創出する。
⇒異業種・同業種、支援機関等との交流の場の設定（再掲）
⇒ネットワーク構築につながる情報提供

○事業者間の連携構築等による持続的な事業展開の支援

【施策展開】

- ・中小企業、創業者の経営基盤を強化する事業者間のグループ化を促進する。
- ・経営者の高齢化等により課題化している事業承継や様々な課題解決の手法としての小規模 M&A に対する支援策を検討する。
- ・中小企業、創業者にとって効果的に利用できるよう、補助金の制度設計を見直す。
⇒中小企業、創業者同士や支援機関とのマッチング機能強化
⇒支援機関等との連携による事業継続支援
⇒既存の補助制度の見直し（再掲）

○支援機関等と連動した経営支援体制の構築

【施策展開】

- ・中小企業に対する経営支援のため、国の機関や商工会議所、金融機関、大学等の支援機関等との情報交換やネットワーク化による連携を強化する。
⇒支援機関等との効果的な情報交換
⇒中小企業の経営基盤安定のための金融支援制度の拡大

7. 進行管理

本プランの進行管理にあたっては、本プランのテーマに即し、指標を設定したうえで、定期的な振り返りを行い、施策の見直しや次の施策の検討を行う。

指標については、市の施策だけでなく、社会経済状況など様々な要因により、結果が左右されるものもある。このことから、成果指標だけではなく、市の施策について評価できるような活動指標も合わせて設定する。

また、達成状況が判断できるよう、客観的な数値目標とする。

①創業を志す人、創業する人の増加		
指標	とよなか創業ナビにおける相談件数	とよなか創業ナビにおける創業者数
平成 26、27 年度実績(※) (1 年度あたり平均)	641 件 / 1 年度	60 人 / 1 年度
目標達成のための方策	・ 創業相談窓口の周知による認知率の向上	・ 関係機関との連携によるフォローアップ体制強化
目標数値	650 件 / 1 年度	80 人 / 1 年度

(※) 産業競争力強化法に基づくとよなか創業ナビは平成 26 年度から開始

②市内の事業所の状況把握体制の強化		
指標	事業所訪問数	各種相談件数 (※)
平成 24～27 年度実績 (1 年度あたり平均)	143 事業所 / 1 年度	175 件 / 1 年度
目標達成のための方策	・ 訪問する業種・エリアの拡大	・ 経営相談窓口の周知による認知率の向上
目標数値	160 事業所 / 1 年度	200 件 / 1 年度

(※) とよなか起業・チャレンジセンター、市金融相談窓口での相談件数の合計

③企業間交流、支援機関等の連携体制の強化		
指標	企業間交流の場の参加者数	支援機関等への相談つなぎ件数
平成 24～27 年度実績 (1 年度あたり平均)	84 人 / 1 年度 (※)	10 件 / 1 年度
目標達成のための方策	・ 交流の場の設定回数の増加	・ 関係機関との連携によるフォローアップ体制強化
目標数値	のべ 100 人 / 1 年度	20 件 / 1 年度

(※) 経営セミナー後の交流会の参加者数 (平成 26、27 年度)