

京都商工会議所 経営発達支援計画  
平成30年度実施報告書

令和元年7月31日

京都商工会議所

## 京都商工会議所 経営発達支援計画の概要について

■実施期間 平成30年4月1日～令和3年3月31日

■目 標 京都市内の意欲的な小規模事業者の支援を通じて、京都産業を支える知恵ビジネス(付加価値経営)の芽をさらに創出するとともに、企業間のコラボレーションの促進を通じて多様な「知恵産業の集積」を加速化させ、イノベーションを誘発する取り組みの推進を行う。

■報告事項 I. 経営発達支援事業の内容(P2～13)

1. 地域の経済動向調査に関すること
2. 経営状況の分析に関すること
3. 事業計画策定支援に関すること
4. 事業計画策定後の実施支援に関すること
5. 需要動向調査に関すること
6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること

II. 地域経済の活性化に資する取組(P13～14)

1. 地域活性化事業

III. 経営発達支援事業の円滑な実施に向けた支援力向上のための取組(P14～16)

■主な取り組み

1. 「小規模事業者持続化補助金」

286 件申請のうち、215 件採択

※小規模事業者が作成する「経営計画」に基づいて実施する販路開拓等の取り組みに対し、原則 50 万円を上限に補助金(補助率 2/3)の交付を受けるもの。

2. 「平成 30 年度 中小企業知恵の経営ステップアップ事業」

経営改善型(小規模事業者) 73 件申請のうち、63 件採択

起業支援型(小規模事業者) 26 件申請のうち、20 件採択

※中小企業等の経営改善に繋がる工夫を凝らした取り組みや商店街団体の集客向上に繋がる取組に対し、小規模事業者の場合、上限 20 万円、補助率2/3の補助金の交付を受けるもの。

3. 「平成 30 年度 中小企業等復興支援事業」

<7月豪雨> 6件申請のうち、6件採択

<台風第 21 号> 139 件申請のうち、139 件採択(うち、30 年度事業終了は 100 件)

※平成 30 年7月豪雨及び台風第 21 号による被害を受けた中小企業等の復旧・復興などに繋がる取組に対して、補助金の交付を受けるもの。

(1)大規模な設備の更新等の場合、上限 100 万円～下限 10 万円(補助率 15%以内)

(2)小規模な機器の修繕等の場合、上限 10 万円(補助率 2 分の 1 以内)

4. 「伴走型小規模事業者支援推進事業」

※経営発達支援計画の認定を受けている商工会議所向けの補助金を活用して、支援計画に明記している各種事業に取り組んだ。(P17 の通り)

# I. 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

**(対応)** 調査結果が有効な資料として使えるよう、調査回答率の引き上げを図る。また、小規模事業者への情報提供を念頭においた分析に努め、その結果は経営支援員が伴走支援先に説明しやすくするために図表等を入れ見やすく整理する。

収集・整理した各種調査情報は、本所中小企業支援部管理職の定例会議(月2回)において共有するとともに、各課支部の事務懇談会で周知し、全経営支援員がタイムリーに共有する。

経営支援員は、得られた情報を小規模事業者へ積極的に提供し、伴走支援により課題を充分に把握して経営戦略構築のサポートに活用する。

### (事業内容)

#### ア) 経営経済動向調査

京都市内に本社を有する事業所を中心に約600社に対して 4半期毎に国内景気、自社業績の実績と予想、経営課題、その他(\*)を調査した。結果は、本所会報(奇数月に12,000部発行)、本所ホームページへの掲載、記者発表等を通じて広報するとともに、支援先にも見やすくした資料での情報提供を行った。(平均回答率 実績 75%←目標 85%)

\*付帯調査:賃金動向(第184回)、BCPの取り組み状況(第185回)、消費税引き上げ・軽減税率対応への対応(第186回)、外国人の採用(第187回)

#### イ) 中小企業景況調査

中小企業庁、独立行政法人中小企業基盤整備機構が行う調査に協力し、管内の小規模事業者80社に対して経営支援員が4半期毎に巡回して、自社業績や引き合いや雇用人員について聴取、回答率は100%維持を図った。

また、調査結果については、経営支援員が有効活用できるよう小規模事業者の支援現場で活かせる調査分析を心掛けるとともに、図表等による分かりやすい結果を情報提供した。

#### ウ) 地域活性化推進委員への業況ヒアリング

京都市内にある主だった業界情報をタイムリーに漏れなく把握するため、管内の商店街や各業界における小規模事業者の代表193名に委嘱している地域活性化推進委員に対し、経営支援員が2ヶ月に1回以上巡回し、地域・業界の経済環境や顧客動向、業況の確認を行った。

また、巡回訪問で得た情報等を踏まえて、経営改善に向けた講習会等の開催、行政機関への要望活動に活用するとともに、(地震、台風、大雨などの)大規模な自然災害や消費税率の改正等、小規模事業者への影響が懸念される事項については、国や京都府、京都市等と連携して、緊急的に「特別調査」を実施し、相談窓口の設置の他、補助金の申請や事後フォロー等を通じて、各種支援に取り組んだ。

#### エ) 経済動向調査を実施する地元諸機関からの情報活用

各団体から入手した調査結果や新聞報道等を通じて、本所が把握する小規模事業者の課題を積極的に報告し解決策を探ると共に、地元諸機関の持つ経済動向情報を伴走支援に役立てるため得た情報を分析して、全経営支援員が共有し支援現場で活用した。

#### オ) 行政や関係機関による統計情報の活用

統計情報を活用する経営支援員は限られていた。そこで、より多くの経営支援員が統計情報を的確に活用するための全体事務懇談会や府内経営支援員向け研修で具体的な活用についての事例を示し、現場での活用につなげた。

(目標・実績)

内容	2018年度			2019年度	2020年度
	目標	実績	達成率	目標	目標
経営経済動向調査	4	4	100%	4	4
景況調査	4	4	100%	4	4
地域活性化推進委員への業況ヒアリング	6	6	100%	6	6
地元諸機関との意見交換	4	0	0%	4	4

## 2. 経営状況の分析に関すること

(対応) 融資や補助金の活用あるなしに関わらず、経営資源の限られる小規模事業者こそ日頃から経営分析を行うことが重要であり、比較的簡易に分析ができるツール(ローカルベンチマーク)を国が用意し普及を進めていることを巡回訪問や啓発セミナー、個別相談会等、経営支援のあらゆる機会を通じて利用促進を図る。

啓発により分析に関心を示した小規模事業者には、経営状況の分析を実施し、その結果から、「強み(優位性)」や、「弱み(経営課題)」を抽出し、強みを活かした課題解決に向け優先順位を事業者とともに検証を行い、計画策定の基礎資料とする。

### (事業内容)

#### ア) 経営分析に対する理解が浅い小規模事業者への事業(掘り起し)

未接触の小規模事業者に対する計画的な訪問活動を展開し、事業計画策定の重要性を伝えると同時にローカルベンチマークの活用により容易に経営分析ができる方法を普及させた。また、販路開拓、事業承継等、小規模事業者に多い経営課題の解決を目的としたセミナーや知恵ビジネス推進のための事業を実施する際にも、参加者にローカルベンチマークの具体的な活用方法を示し、経営分析が容易にできることを推奨して意識づけを行った。

なお、経営分析セミナーについては、平成30年度の実績0となっているが、経営分析の内容も盛り込んだ経営計画策定セミナー等においては、823名の参加があった。

#### イ) 経営分析のニーズのある小規模事業者に対する事業(経営分析)

「小規模事業者経営改善資金融資」をはじめとする各種融資制度、「小規模事業者持続化補助金」をはじめとする各種補助金を活用するにあたっては、自社業況や課題などの経営分析を充分に行う必要がある。また、平成29年度から取り組んで「京商強み発掘プロジェクト」では、経営分析により、まず事業所の強みを見つけ出し、経営者と認識を共有した後に強みを活かした課題解決へとつなげていくこととしている。

経営分析については、通常、「ローカルベンチマーク」を活用した経営分析を中心に行うが、必要に応じて他の分析ツール(SWOT分析、3C分析)も積極的に取り入れ、理解しやすい形で結果を示し、分析結果を小規模事業者と経営支援員で共有し計画策定へとつなげた。

#### ウ) 小規模事業者と経営支援員との「強み」の共有認識

分析した経営状況については、事業者に今まで気づいていなかった自社の「強み」を認識してもらい、計画策定へとつなげた。

(目標・実績)

内容	2018年度			2019年度	2020年度
	目標	実績	達成率	目標	目標
経営分析件数	900	756	84%	900	900
経営分析セミナー(年3回、40事業所/回)	120	0	0%	120	120

### 3. 事業計画策定支援に関すること

**(対応)**京都市内の小規模事業者に対する啓発を強化するため、巡回訪問による十分な説明と発信した広報ツールの再活用等、同じ小規模事業者でも計画策定の取り組みで成功している事例を示し、様々な形で経営計画策定の重要性を伝え、経営分析から事業計画策定に取り組む小規模事業者を増加させていく。

一方、事業計画に取り組む事業者を増加させるには、経営分析から計画策定へつなげる経営支援員のノウハウ共有も重要であり、成功事例を共有する機会を設ける。なお、事業計画策定に係る計画の妥当性や有効性は中小企業支援部において精査し、小規模事業者にとって最善な計画となるよう検討を行う場を月2回設ける。

#### (事業内容)

##### ア) 事業計画策定の動機づけ・支援先の発掘

巡回訪問による説明はもとより、奇数月 20 日発行の本所会報や毎月第 4 火曜日掲載の地元紙(京都新聞)の全面広告(京商ニュース)に加え、ラジオ(KBS京都・FM京都)等の広報ツールにおいて、小規模事業者の実際の取組や効果の情報を事業者自身の声を交えながら発信して、事業計画策定の動機づけを行い、新たな支援先の発掘を図った。

特に、意欲的に事業計画策定に取り組む小規模事業者に対しては、一定期間(1~3ヶ月程度)集中的・継続的に助言・支援を行う必要があることから、従前より本所が取り組んでいる1事業者1経営支援員制を維持しつつも、必要に応じて、他の経営支援員や管理職、外部の士業専門家等との意見交換を経て、経営分析から事業計画の立案まで小規模事業者に対する最適と思われる計画提案を行った。

##### イ) 策定支援を行う事業計画の種別と内容

###### ◇経営計画策定セミナー等における計画策定

事業計画策定の必要性は感じているが、何から手を付けてよいか解らない小規模事業者に対して、現状分析に力点を置いた「経営計画作成セミナー(4/26)」「個別相談会(4/24~5/14に延べ11日間開催)」を基軸にしなが、  
「知恵の経営セミナー(入門セミナー(6/7)、実践セミナー(6/29~7/27、全3回))」、新たな市場開拓を目指す「知恵ビジネス塾(8/24~9/14、全4回)」等の各種事業を通じて、中期的な経営戦略・計画策定を支援した。

###### ◇経営力向上計画等、各種認証制度における計画策定

より多くの小規模事業者が対象となる国が推奨する「経営力向上計画」や市町村が認定する「先端設備等導入計画」をはじめ、京都府・京都市の各種認証取得を目指す意欲的な小規模事業者に対して、セミナーや説明会を開催した。必要に応じて、担当の経営支援員が媒介して、参加者相互の交流と情報交換の促進を図り、円滑な計画策定につなげた。

なお、支援先の割り当てについては、経営支援員の能力や支援先の課題等に応じて決め、伴走した支援を行った。

###### ◇創業計画の策定(開業)

京都市域での創業機運を盛り上げるための「創業フォーラム」(1/23)を開催し、多くの人に創業に対する関心を持ってもらい、更に創業のことをもう少し詳しく知りたい方向けに「創業ワンポイントレッスン」(テーマ:「お金」(11/9)、「IT」(12/5))を開催。創業希望者に対しては、京都府、京都市及び他の産業支援機関と連携して、既存事業の「創業塾」(夏(6/16~7/28、全5回)、冬(1/12~2/16、全5回))によって事業計画の策定を支援した。特に、創業にかかる諸手続きや経営に関する横断的な知識の習得、補助金の活用も含めた資金調達に関する助言を行い、実現可能性の高い創業計画書の作成を支援した。また、創業して5年以内の事業者においては計画見直しを図るケースもあることから、先輩起業家等を交えた体験談を聞いた

り、意見交換をする場となる「フューチャーセッション(9/8～1/26、全4回。別途3/26に追加開催)」を活用しつつ、個別に経営支援員を配置し伴走支援を行った。

#### ◇京都府事業引き継ぎ支援センターを活用した事業承継計画の策定

高齢経営者の事業承継が喫緊の課題であることから、事業承継が必要な事業所に対して、平成28年4月から設置の京都府事業引き継ぎ支援センターの他、金融機関、M&Aの専門会社等と連携して、セミナーの開催の他、親族内承継、従業員への委譲、M&Aも視野に入れた事業計画の策定を、専門家の助言を得ながら実施した。支援期間が長期にわたる場合もあり、相談カルテを整え、担当引継ぎの場合も想定し、対応した。

#### ◇IT・IoT導入による生産性向上等の計画策定

人手不足の課題を解決する一つ的手段として、生産性向上を目指す小規模事業者を対象にIT・IoT導入の普及啓発のセミナー(5/9・14、7/26、8/9、9/14)を5回開催、個別相談にて専門家を活用しながら、事業計画を作成し計画に基づく最適なIT・IoT導入の支援を行った。

#### ◇補助金申請者に対する事業計画策定

各種補助金をきっかけに経営計画作りの重要性を認識する事業者に対して、経営者が有する計画の骨子に基づき、経営支援員が計画の妥当性及び実現可能性及び成果を具体的に示すよう支援した。

#### ◇資金調達等における計画策定

「小規模事業者経営改善資金融資(推薦実績155件)」の他、行政が行う制度融資等、資金調達の相談をきっかけに事業計画策定に取り掛かる事業者に対して、経営支援員は巡回訪問の頻度を上げ、経営分析の結果から浮き彫りとなった経営上の課題把握と改善策を踏まえて、計画策定の支援を行った。

#### ◇その他

経営安定や事業再生のための計画策定については、経営安定特別相談室や京都府中小企業再生支援協議会との連携を密にして、迅速に支援を行った。

#### (目標・実績)

支援内容 (カッコ内は計画時の目標値に関する積算根拠)	2018年度			2019年度	2020年度	
	目標	実績	達成率	目標	目標	
<b>事業計画策定支援件数</b>	<b>740</b>	<b>700</b>	<b>95%</b>	<b>770</b>	<b>800</b>	
内訳	経営計画策定セミナー等における計画策定	80	61	76%	80	80
	経営力向上計画等、各種認証制度における計画策定	130	55	42%	150	170
	創業計画の策定(開業)	130	112	86%	140	150
	事業承継計画の策定	50	26	52%	50	50
	IT・IoT導入による生産性向上等の計画策定	50	29	58%	50	50
	補助金申請者に対する事業計画策定	300	417	139%	300	300
<b>セミナー参加事業所数</b>	<b>1,000</b>	<b>823</b>	<b>82%</b>	<b>1,000</b>	<b>1,000</b>	
内訳	経営計画策定セミナー(年3回、40事業所/回)	120	61	51%	120	120
	知恵ビジネス塾(年1回)	40	36	90%	40	40
	経営力向上計画セミナー(年3回、40事業所/回) *先端設備等導入計画セミナーを含む	120	71	59%	120	120
	創業フォーラム(年1回)*フューチャーセッション含む	140	235	168%	140	140
	創業プレセミナー(年3回、40事業所/回) *創業ワンポイントレッスンを含む	120	95	79%	120	120
	創業塾(年2回、30事業所/回)	60	79	132%	60	60
	事業承継セミナー(年4回、50事業所/回)	200	65	33%	200	200
	IT・IoTセミナー(年4回、50事業所/回)	200	181	91%	200	200

## 4. 事業計画策定後の実施支援に関すること

**(対応)** 事業計画策定後の対象事業者全てを実施支援の対象に、刻々と変化する経営環境を常に意識し、必要に応じて事業計画の見直しを行うなど、計画を進める取り組みを支援する。

また、計画の遂行には経営者の強い意識と意欲の継続が不可欠であり、経営支援員は、小規模事業者と積極的にコミュニケーションを取り、経営者と同じ目線で支援を行っていく。

さらに平成31年10月に予定されている消費税率引き上げ、軽減税率の導入と導入後の対応に向けて伴走支援を行う。

### (事業内容)

#### ア) 支援先に共通して行う内容

##### ◇事業計画の遂行状況の確認

経営支援員の巡回による事業計画の遂行状況の確認を少なくとも3ヶ月に1回実施することを原則とした。計画に掲げられた課題の解決に対して重要度の高いものから取り組んでいるか、経営状態・事業の進捗状況に問題はないか等を事業経営の現場において確認し、経営者から直接聴取する。当初設定した目標に対する達成度を調査し、改善の必要がある場合には専門家の助言を得る等して、計画の修正等を支援した。

また、事業計画を実行する小規模事業者を応援するために、巡回訪問による支援に加え、重点的な支援が必要な時期には1ヶ月に1回はメールや電話等を活用して種々の情報提供を行い、計画遂行と経営改善意識の高揚を図った。

##### ◇必要な情報提供

経営支援員は、少なくとも3ヶ月に1回、現況確認時に最新の経営動向調査等、特に事業計画の遂行に役立つ事項について丁寧に情報提供を行った。同時に、定性的及び定量的目標と実績を比較して、必要な場合は事業所に対して専門家の派遣や他の支援機関から有益な情報を収集・提供して経営者の円滑な計画実行を後押しした。

##### ◇カルテ及び支援推進会議による支援情報共有

毎月1回、経営支援員が支援実績を取りまとめる際、上席が担当の経営支援員に対して、重点支援先を中心に、カルテや受領した資料等から検証して、進捗状況を確認した。また、担当の経営支援員による事業所接触状況を上席者がより適切に理解できるようにするため、各グループにおいて、必要に応じて、支援実施進捗確認会議を開催し、担当外の経営支援員や専門家(専門相談員)等、幅広い見地からの助言を得て、担当事業所に対して質の高い実施支援につなげた。

##### ◇支援内容の公開(一部前掲)

一定の支援期間経過後、成果が確認できた事業者に関して、計画策定から実行に至るプロセスや取組後の感想等を経営者の直接の声を会報誌・地元紙の他、本所ホームページにも掲載、事業所のPRを行った。このことにより、これまで本所の支援メニューの活用に関心を示さなかった小規模事業者にも本所支援の利用を促す取り組みとしても活用した。

\*掲載実績: 本所会報6回、京商ニュース6回 ⇒ いずれの内容も本所HPに掲載

\*別途、内容を編集して、本所支援実績をまとめたホームページ(<https://www.kyo.or.jp/support/>)にも掲載した。(平成30年度に新たに掲載した10社を含めて現在50社を掲載)

#### イ) 計画種別に応じた個別の支援内容

「3. 事業計画策定支援に関すること」の「イ) 策定支援を行う事業計画の種別と内容」に記した「経営計画策定セミナー等における計画策定」「経営力向上計画等、各種認証制度における計画策定」「創業計画の策定」「京都府事業引き継ぎ支援センターを活用した事業

承継計画の策定」等について、計画内容の進捗状況に応じて、3ヶ月に1回、適切に事後フォローを行うとともに、必要に応じて下記の事業を活用した。

#### ◇資金調達事業者への事後支援

「小規模事業者経営改善資金融資」の利用等、資金調達にかかる支援を行った小規模事業者に対して、概ね3ヶ月に1回経営者と接触し、経営内容や債務の返済状況等、策定した事業計画書に対する進捗状況の確認と、計画の円滑な遂行に必要なフォローアップを行った。

#### ◇創業事業者への事後支援

創業希望者に対して、創業前、創業後の計画見直しまで、ニーズに合わせてきめ細やかな支援を行った。特に、未開業者に対して、必要な行政手続きや創業事例の紹介、日本政策金融公庫や京都府・京都市の融資制度の説明等、準備状況に応じて助言を行ったり、事業者の必要に応じて、近隣の競合調査や商品・製品・サービスに関する助言、集客のための支援を行った。

また、当初計画していた「京商起業家倶楽部」に代わり、「京商フューチャーセッション」を開催し、創業間もない事業者に対する、業種を超えたネットワークづくりを支援した。

#### ◇経営相談

本所経営支援員が顕在化した経営課題に対して、具体的な課題解決策をアドバイスする。課題解決にあたっては、「3. 事業計画策定支援に関すること」に記載する事業計画策定を活用して、課題が解決されるまで伴走型で支援を実施した。また、専門的な知識が必要となる課題に対しては次に挙げる専門相談事業や専門家派遣事業を活用した。

#### ◇専門相談事業

事業者が持つ専門性の高い経営課題のうち、比較的安易な案件に対しては、事業に関わる法律(弁護士)、経営全般(中小企業診断士)、税務(税理士)、雇用・労務管理(社会保険労務士)、知的財産権(弁理士)等の各種専門家による相談事業を活用した。また、事業者が利用する際には、経営支援員も同席して、支援ノウハウの習得と相談後のフォローアップを行った。

\*平成30年度実績 開催日数405日、利用件数551件

#### ◇専門家派遣事業

高度化・複雑化する中小企業の経営課題に対して、本所経営支援員が弁護士、中小企業診断士、税理士、社会保険労務士、弁理士等の各種専門家と連携して、解決のアドバイスを行う当事業を活用する。また、事業者が利用する際には、経営支援員も同席して、支援ノウハウの習得と相談後のフォローアップを行った。

\*平成30年度実績 利用企業数193社、総派遣回数188.5回(1時間派遣は0.5回分でカウント)

#### ◇消費税率引き上げと軽減税率の導入に向けての対応支援

自社への経営の影響を確認し、必要な対策を計画的に準備いただくために、消費税軽減税率制度の内容、変更となる事務処理、支援施策等について伴走支援を行った。

\*平成30年度実績

①指導件数6,982件(H30.4/1～H31.2/28までの期間)(うち、集団指導145回実施)

(目標・実績)

支援内容	2018年度			2019年度	2020年度	
	目標	実績	達成率	目標	目標	
事業計画策定後の支援延べ件数	2,043	2,270.5	111%	2,133	2,223	
内訳	小規模事業者に対する専門家派遣回数	180	188.5	105%	180	180
	強み発掘プロジェクト(55事業所に3回以上)	165	623	378%	165	165
	創業希望者に対する支援件数(開業件数) (130～150事業所に3回以上)	390	409	105%	420	450
	各種認定取得者に対する支援件数 (130～170事業所に3回以上)	390	96	25%	450	510
	補助金採択者に対する支援件数 (300事業所に3回以上)	900	939	104%	900	900
	会報誌・地元紙における事例紹介回数 (会報6、地元紙12)	18	12	67%	18	18

\*各目標値は、新たに支援を開始する件数であり、計画完了まで複数年に及ぶ場合は翌年以降も引き続きフォローアップを行う。

## 5. 需要動向調査に関すること

**(対応)** 新たな小規模事業者の参加を促すために、小規模事業者が多く参加し、取り扱う個別の商品・サービスの需要動向調査に利用している商談会、展示商談会であることを経営支援員の巡回・面談、広報で周知徹底する。

また、商談会での需要動向調査に参加できる小規模事業者には限りがあることから、商談会、展示商談会へ新たに参加する小規模事業者を優先することや、新しくインターネットを活用し消費者の反応を直接知ることができる購入型のクラウドファンディングを活用して、小規模事業者の商品・サービスに対する需要動向調査を行う。

さらに、バイヤーからの情報を補完する「日経テレコン POSEYE」や専門誌等の情報を伴走支援で利用できるよう全経営支援員向け研修を行う。

### (事業内容)

#### ア) 消費者ニーズを熟知したバイヤーからの情報収集

小規模事業者の個別の商品・サービスについて各市場の需要動向を調査するために、本所主催事業等を通じて接点があるバイヤーに対し、書面によるヒアリングを行った。また、商談会においては、小規模事業者とバイヤーの面談の際、同席の経営支援員より取扱商品・サービスに関する消費者ニーズ等についてヒアリング調査を行った。

それぞれ実施した結果を“売れる”価格帯、大きさ、性能、デザイン、ターゲット等に整理した上で分析を行い当該小規模事業者に情報提供を行った。

#### ◇書面による情報収集

調査時期	通年(毎年7回程度)
調査先	本所主催の事前マッチング型商談会等に参画する百貨店、高級スーパーをはじめ、消費者ニーズを熟知した大手流通バイヤー等(延べ20社)
調査方法 ・ 調査項目	本所主催の商談会に参加する小規模事業者250社)が取り扱う個々の商品・サービスに関する需要動向調査を行う。 具体的には小規模事業者の商品・サービスに関する情報(例. 価格、大きさ、性能、デザイン、供給能力、納期、ターゲット等)を経営支援員がバイヤーに書面で照会。商品・サービスに対する評価を収集、分析する。
調査結果 の活用	・小規模事業者は、経営支援員からバイヤーによる評価を収集、分析した結果についての情報提供を受けて、商品開発や商品改良等、今後の商談に向けての事前準備に活用する。

	・バイヤーとの商談に至らなかった小規模事業者にとっては、経営支援員からその原因(例、デザインや大きさが市場ニーズに合っていない、価格帯が高すぎる等)を情報入手し、今後の対応を検討する材料とする。
--	---------------------------------------------------------------------------------------------------

#### ◇消費者ニーズを熟知したバイヤー訪問による情報収集

調査期間	毎年 11 月～2月
調査対象	首都圏を中心とする京都発の小規模事業者の商品・サービスに関心を示すバイヤー(延べ60社)
調査方法 ・ 調査項目	展示商談会に出展する小規模事業者(36社)が取り扱う個々の商品・サービスに関する需要動向調査を行う。 具体的には、展示商談会に出展申し込みのあった個者支援先である小規模事業者の商品・サービスに関する情報(例、価格、大きさ、性能、デザイン、供給能力、納期、ターゲット等)を、経営支援員がバイヤーを直接訪問し、商品に対する評価、ニーズなどの情報収集を行う。
調査結果 の活用	小規模事業者は、経営支援員からバイヤーによる商品に対する評価、ニーズ等、収集した情報の提供を受けて、展示商談会に出品するための商品選定の参考にする等、事前準備に活用する。

#### ◇商談会におけるバイヤーからの情報収集

調査時期	通年(毎年7回程度)
調査対象	本所主催の事前マッチング型マンスリー商談会等に参画する百貨店、高級スーパーをはじめ、消費者ニーズを熟知した大手流通バイヤー等(延べ20社)
調査方法 ・ 調査項目	本所主催の商談会に参加する小規模事業者(250社)が取り扱う個々の商品・サービスに関する需要動向調査を行う。 具体的には商談会当日、小規模事業者がバイヤーに対して、商品の実物を示し、商品やサービスを詳しく説明した上で、契約等の有無だけでなく、売れ筋動向や競合商品に対する差別化のポイント等をヒアリングする。
調査結果 の活用	・小規模事業者が経営支援員同席のもと、バイヤーから自社商品に対する意見(市場が求めるデザインや品質、価格など)を聞き、商品開発や品質改良など、商品企画の際の参考情報として活用する。 ・バイヤーとの商談が成立しなかった小規模事業者は、収集した情報(例、デザインや大きさが市場ニーズに合っていない、価格帯が高すぎる等)を分析し、経営支援員とともに今後の対応を検討する材料とする。

#### イ)インターネットを介した消費者の需要動向調査

当初、以下の内容で事業を計画していたが、消費者向けの調査に取り組むまでの時間制約があり、取り組むまでに至らなかった。今後、進めていくよう検討する。

ただ、既に事業者独自でそれぞれの目的に合わせてクラウドファンディングを活用して試作品や新商品の需要動向調査を実施しており、本所としては、各社のクラウドファンディング等の実施状況について把握することで需要動向を知ることとなる。

#### 【参考:同項目における支援計画の内容】

##### ◇購入型のクラウドファンディング(新規)の活用

事業調達額が数十万円からと比較的低額で利用できる購入型クラウドファンディングは、提供する新商品・新サービスのターゲット層、消費者の希望購入価格帯、消費者の声などを集めるテストマーケティングとして活用できる。

購入型のクラウドファンディングは、初期投資が不要であり、特に資金に余裕が少ない小規模事業

者にとって利用しやすい仕組みである。新たに提供する商品、サービスに関心を持つ出資者でもある消費者からの当該商品・サービスに対する評価を直接集めることができ、自社の新商品・サービスに対する需要動向調査を行えるツールの一つである。

- (流れ)①プロジェクト実施準備(「MAKUAKE」等クラウドファンディング運営業者への申し込み・企画書提出  
・新商品・サービスの概要、募集目標額・期間、ターゲット等)  
②募集開始・プロジェクト実施(通常2ヵ月半～3ヵ月)  
③募集終了(運営業者から当該事業者へ調達額の振込)  
④プロジェクトの活動報告(新商品・サービスの状況報告)  
⑤応募者(消費者)への新商品・サービスの送付・提供  
⑥プロジェクト終了

\*募集開始からプロジェクト終了まで、資金提供を行った消費者の性別、年齢、住所、商品・サービスに関する直接の評価(価格、デザイン等に対する要望・希望、商品への批評等)を得ることができる。

調査時期	通年
調査対象	全国の消費者等
調査方法	購入型クラウドファンディングを活用
調査内容	・小規模事業者の新商品・サービスへのニーズを把握するためのテストマーケティングとして活用。 ・小規模事業者の提供する商品、サービスのターゲット層、消費者の希望購入価格帯、消費者の声等を集め、需要動向調査を行う。

## ウ)補完的情報収集

「ア)バイヤーからの情報収集」や、「イ)インターネットを介した消費者の需要調査」を補完する形で、次の手段により必要な情報(例. 地域別の取扱商品のシェア、トレンドなど)を収集し、個社支援先の小規模事業者へ情報提供した。

### ◇「日経テレコン POSEYE」からの情報収集

日本商工会議所が経営支援体制強化情報ネットワーク整備推進事業として実施する「日経テレコン POSEYE」を活用して「売れ筋商品」、「消費者の支持」等、最新の市場情報及び分析結果を収集した。

小規模事業者にとってはバイヤーからの情報収集を補完するものとして、自社の新商品開発や販売計画を検討する材料として活用した。

### ◇専門紙からの情報収集

金融財政事情研究会の業種別審査辞典や専門紙から業種・製品別の市場の大きさ、シェア等、業界情報を入手した。

小規模事業者にとってはバイヤーからの情報を補完するものとして、ターゲットとなるドメインやセグメントを検討する材料として活用した。

## (目標・実績)

支援内容	2018年度			2019年度	2020年度
	目標	実績	達成率	目標	目標
需要動向に関する情報収集件数	160	100	63%	160	160
書面による情報収集件数	50	20	40%	50	50
消費者ニーズを熟知したバイヤー訪問による情報収集件数	60	60	100%	60	60
商談会におけるバイヤーからの情報収集件数	50	20	40%	50	50
情報提供を行う小規模事業者件数	460	536	117%	460	460
「書面による情報収集」に関する情報提供件数	300	250	83%	300	300

「消費者ニーズを熟知したバイヤー訪問による情報収集」に関する情報提供件数	60	36	60%	60	60
「商談会におけるバイヤーからの情報収集」に関する情報提供件数	100	250	250%	100	100
クラウドファンディング活用の小規模事業者数	10	0	0%	15	20

## 6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること

**(対応)**展示会・商談会に参加したもののバイヤーからの反応が乏しかった事業者に対して、その原因の検証を支援し、マッチングの場を継続的に提供するとともに、商品開発から商談まで一貫して支援するスキームを提示して、多様な小規模事業者の個別課題の解決に向けた伴走支援に対応していく。一方、展示会・商談会では、参加者数の枠に限りがあり、参加者の新陳代謝も必要である。新たな小規模事業者の参加割合を高めるためには、関心のある小規模事業者に対して、バイヤーの求める需要動向に関する事前情報の周知徹底に努める必要がある。そこで、巡回や本所広報媒体等を通じて、収集したバイヤーからの意見やニーズを小規模事業者に伝える機会を増やし、新たに参画する小規模事業者の掘り起こしを行う。また、バイヤーから得られる助言を今後の小規模事業者の経営に活かすため、商談会開催後の支援をより一層充実して実施していくとともに、新しくインターネットを活用した需要動向を把握する手段として、クラウドファンディングを活用すると共に新たな販売手法としても利活用する小規模事業者の支援を行う。

### (事業内容)

#### ア)知恵ビジネスプランコンテスト認定事業所に対する販路開拓支援

知恵ビジネスは自社の強みと京都の地域特性を資産として、現代のライフスタイル等、顧客の嗜好に合わせて、経営資源を活用しながら、新しいビジネスモデルを構築するものであり、特に小規模事業者に有効な取り組みであることから、同コンテストを継続実施した。

新規顧客を獲得するにあたり、既存のチャンネルと違う販路や情報発信等のプロモートが求められることから、伴走支援によるきめ細かい対応を行った。

#### (目標・実績)

支援内容	2018年度			2019年度 目標	2020年度 目標
	目標	実績	達成率		
販路開拓に向けた重点支援企業数	6	6	100%	6	6

#### イ)商談会の開催

バイヤーとサプライヤー(小規模事業者)の希望情報を予め調整の上、商談を行う“事前マッチング型商談会”(5/23、6/15、8/9、11/15・16、12/7)を6回(別途、逆見本市型商談会(9/25)を1回)開催した。事前マッチング型商談会では、商談の場に経営支援員が同席し、消費者ニーズを熟知したバイヤーの意見反映について商談後に支援することで、市場に適合した商品開発や取引条件の設定等、商談成約率の向上につながった。

#### (目標・実績)

支援内容	2018年度			2019年度 目標	2020年度 目標
	目標	実績	達成率		
展示会、商談会開催回数	10	7	70%	10	10
参加バイヤー企業数	16	17	106%	16	16
出展企業数	120	90	75%	120	120
商談件数	300	254	85%	300	300
成約件数(成約、成約見込)	165	74	45%	180	200

## ウ) 国外展示会への出展

平成30年度から新たに京都府、京都市、京都商工会議所、ファッション京都推進協議会のオール京都体制でマテリアルビジネス販路開拓支援事業「KYOTO EFFECT」を実施した。

プロデューサーによる支援のもと、国内外販路開拓に向けた素材企画・開発を行い、毎年1月にフランス・パリで開催される「メゾン・エ・オブジェ (Maison et Objet)」に出展し、新たな取引先獲得を目指した。

平成30年6月には、本所とパリ商工会議所の友好協定締結30周年記念事業として、また京都市とパリ市の友情盟約締結60周年記念事業として、京都の伝統に培われた知恵と技術を生かした商品・素材を一堂に集め、広くその魅力を伝えるイベント「知恵ビジネスメッセ inPARIS」(正式名称:Savoir, Tradition et Innovation Kyoto)を実施。京都の中小企業39社が出展し、現地バイヤーやデザイナーなど約600名が来場した。

(目標・実績)

支援内容 *他団体との共同事業のため、目標値は公表している情報のみ掲載	2018年度			2019年度 目標	2020年度 目標
	目標	実績	達成率		
出展企業数	8	46	575%	8	8
商談件数	250	636	254%	270	270
成約見込額(万円)	1,500	847	56%	1,500	1,500

## エ) 展示商談会「東京インターナショナル・ギフトショー」へ出展

本所が事務局を務めるファッション京都推進協議会と連携し、「あたらしきもの京都事業」として東京で開催されるギフトに特化した展示商談会「東京インターナショナル・ギフトショー」へ出展した。出展企業については、京都の伝統産業事業者を中心に新たな商品開発に意欲を持つ小規模・中小企業を選定し、専門家・プロデューサーの指導の下、商品開発、出展支援を行い、販路開拓を支援した。また、本事業を進めるにあたっては、平成27年度から実施してきた首都圏販路開拓事業「京都知恵産業フェア」のノウハウを引き継ぎ、予算を抑えながらもバイヤーへの積極的なアプローチを行い、より費用対効果の高い事業を展開した。

(目標・実績)

支援内容	2018年度			2019年度 目標	2020年度 目標
	目標	実績	達成率		
出展企業数	30	20	67%	40	50
成約件数	200	144	72%	260	320
来場バイヤー数	800	755	94%	800	800

## オ) クラウドファンディング活用による支援

今後、利用急増が見込まれるクラウドファンディングについて、需要動向調査を活用できるだけでなく、固定のファンづくりに有利であることから、セミナー(3/14)開催による情報提供を行った。一方、セミナー後、具体的な導入に向けて専門家による個別相談については希望者が特になかった。今後、事業者のニーズにあった事業を検討していく。

(目標・実績)

支援内容	2018年度			2019年度 目標	2020年度 目標
	目標	実績	達成率		
セミナー開催回数	2	1	50%	2	2
セミナー参加事業者数	60	36	60%	60	60
個別相談件数	10	0	0%	15	20

## カ) 販路開拓セミナーの開催

販路開拓に意欲的な小規模事業者を対象として、広告代理店やマスコミ、商品開発の専門家を講師として「販路開拓セミナー」(10/3、11/28、12/6)を開催し、最新の時代の流れを押さ

えられる商品づくり・これから売するために必要なポイントを学ぶ機会を提供した。

(目標・実績)

支援内容	2018年度			2019年度 目標	2020年度 目標
	目標	実績	達成率		
販路開拓セミナーにおける情報提供(40人×3回)	120	129	108%	120	120

**キ)IT 導入による販路拡大の支援**

今後、ネットによる売上比率の増加が見込まれることから、ホームページやソーシャルメディア等のITを活用した宣伝をはじめメディアを活用した販路開拓の取り組みを学ぶセミナー(7/12、7/17、8/27、10/17、10/31)を開催、併せて個別相談を実施しIT導入支援を行った。

(目標・実績)

支援内容	2018年度			2019年度 目標	2020年度 目標
	目標	実績	達成率		
セミナー開催回数	14	5	36%	14	14
セミナー参加事業者数	420	345	82%	420	420
個別相談件数	30	35	117%	40	50

**II. 地域経済の活性化に資する取組**

**1. 地域活性化事業**

(対応) 地域経済を支える小規模・中小事業者の経営の安定化を積極的に進めると同時に、市内各エリアの活性化を目指し、4つのビジネスサポートデスク(洛央・洛北・洛西・洛南)を核として、京都市や京都府の行政担当者の参画を得て地域振興のため、4つの事業を展開する。また、地域活性化事業においては、商店街をはじめとした地域の中小企業組合・団体の自主的な取組が不可欠であり、こうした環境整備に向けて、本所は関係者間における地域の課題共有と意欲ある事業者のネットワーク構築に資する取組や地域団体の具体的な地域振興事業への支援を行う。

(事業内容)

**ア) 支部別地域活性化会議の開催**

京都市内に所在する中小企業組合(業種組合、商店街等)の代表者193名(平成31年3月末日現在)を地域活性化推進委員として委嘱し、組合事業者の経営動向や支援ニーズの集約と本所の小規模事業者支援施策の普及等に取り組んだ。具体的には、2ヶ月に1回以上、推進委員団体と接触した際に吸い上げた業況や経営課題を踏まえて、推進委員団体が課題解決に繋がるテーマ別の会議(3回)やセミナー(12回)の開催、各団体における地域独自の課題を解決するための講習会の共催等、様々なニーズに応え、各地域の活性化につなげた。また、業務多忙等の理由により接触が困難な地域活性化推進委員には、場合により推進委員の見直しや代理回答者を予め紹介いただく等、ヒアリングできる体制を構築した。

**イ) 支部別地域ビジネス活力交流会**

地域を近接して営業を行う小規模事業者がエリアネットワークを強化するための交流会を11回開催した。

具体的には、名刺交換に止まらない交流会として、参加者が自社製品やサービスを紹介するツールを持ち込み、各事業所が互いの事業内容を理解できるような仕組みを構築するだけでなく、テーマ設定に沿ったセミナーや事例発表、施策紹介等も盛り込むことにより、バリエーションを持たせて、より質の高い交流会とする。また、参加者の要望に応えるべく、回数や参加者数を可能な範囲で増やして実施した。

## (目標・実績)

支援内容	2018年度			2019年度	2020年度
	目標	実績	達成率	目標	目標
地域活性化のための会議・交流会開催数	18	26	144%	18	18
同 参加者数	650	1,030	158%	650	650

### ウ) 商店街振興を通じた地域活性化

地域商業者や商店街等が主催する地域活性化事業に対する支援を行った。具体的には伏見稲荷地域をはじめとする各商店街における外国人観光客への対応や、近隣型商店街ならではの強みを活かした地域住民の来街者を増やすための勉強会の開催や各種イベント運営に係る支援を行った。

また、本所ではこれまでと同様、2ヶ月に1回以上情報交換を行うとともに、団体の活力維持を図るために、事業に係る補助金申請、事業の周知に関する広報等の支援を行っていきることに加え、京都府事業引継ぎ支援センターとの連携を深め、団体の後継者育成にも力を入れた。

### エ) 観光振興に向けた検定事業

京都の文化、歴史の継承と観光の振興、人材育成を目的に、平成16年(西暦2004年)より京都・観光文化検定試験(通称「京都検定」)を行っている。

毎年12月に行う本試験(平成30年度受験者数7,822名)並びに年間55回行う関連の講習会(平成30年度受講者数5,339名)を実施することにより、京都の文化・歴史を学ぶ機会と環境を提供し、府民、市民の観光に対する意識向上を図り、世界中から訪れる観光客を温かく迎えるおもてなしの心を醸成した。また、観光関連産業に携わる小規模事業者においても、一層のサービス向上に取り組むことで、地域の活性化をつなげた。

## Ⅲ. 経営発達支援事業の円滑な実施に向けた支援力向上のための取組

### 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

(対応) 京都府内の支援機関との連携・情報交換はもとより、大都市商工会議所や県庁所在地商工会議所単位で毎年開催される中小企業相談所の連絡会議で協議し、支援力向上に役立つ内容は本所経営支援員にも情報共有する。

また、専門家の協力をより効果的に得るためのネットワーク構築と情報収集を推進する。

### (実施した事業内容)

#### ア) 京都府中小企業応援隊世話人会への参画(継続)

引き続き中小企業応援隊世話人会(年4回開催)に参画し、支援機関間で情報交換を図るほか、中小企業応援隊員が参加する意見交換会(年1回開催)の内容を充実させることで、参加した全ての経営支援員の支援力向上に役立つよう推進した。

#### イ) 京商がんばる経営応援専門家ネットワークにおける情報交換会の開催

小規模事業者が抱える経営課題の解決を専門家の助言を得て行いたい際に、相談相手を迅速・的確に探せるよう、さらに多くの弁護士・司法書士・行政書士・公認会計士・税理士・社会保険労務士・中小企業診断士・弁理士に「京商がんばる経営応援専門家ネットワーク」へ登録いただき、その得意分野を把握する等の情報整備を進めた。また、登録者である士業専門家向けに、月2回メールマガジンを配信、事業に役立つ情報提供を行うことで、経営相談の傾向や地域の課題等について情報共有を行った。さらに、本所における小規模事業者への伴走支援に専門家を活用するべく、専門家と本所経営支援員との情報交換の場を設けた。

## ウ)京都府内商工会議所・大都市商工会議所等中小企業相談所長会議への参加

地域の現状、課題の情報交換の場として京都府内8の商工会議所、都市規模が大きい地域や各都道府県レベルにおける現状と課題の情報交換の場として、全国22大都市商工会議所、県庁所在地商工会議所の相談所長会議(各年1回開催)に本所管理職が参加。各地域における経営支援活動の状況や課題について情報交換や意見交換を行うとともに、本所の小規模事業者支援の体制強化と経営支援員の伴走支援に役立つ情報の共有と活用を図った。

## 2. 経営指導員等の資質向上等に関すること

(対応)経営支援員には様々な相談が寄せられるため、総合的な基礎的支援力の幅の拡大と底上げを図ると共に、得意分野を伸ばすだけでなく、弱点を克服するために、幅広い観点から研修を行う。また、課題解決に向けて支援し、成果の上がった事例については、事務懇談会等を通じて経営支援員で共有する。さらに、既に導入している支援内容の報告書及び評価・講評のファイル化については、経営支援員がより活用しやすくするために支援項目ごとに電子データの管理を行う。

### (実施した事業内容)

#### ア)経営支援員研修の実施

経営支援員の支援力の幅の拡大と基礎能力の底上げのため、小規模事業者の経営改善に資する基本的な知識(税務や記帳、労務管理)から伴走支援に必要なコミュニケーション能力の向上、経営計画策定支援や販路開拓に必要な手法を習得するための研修を年間約20回(延べ約90時間)開催した。研修の受講に当たっては担当の経営支援員が上席者の助言を受けながら、支援力向上に必要な分野を中心に選定した。

#### イ)京商強み発掘プロジェクト(特定の事業者に対する中長期の伴走型支援)と経営支援・成果検証評価会議

第1期で取り組んだ課題解決型の「しっかり応援300社プロジェクト」から、第2期は各経営支援員が重点的に伴走支援を実施する先を選定して、小規模事業者の“強み”をまず見つけ出し、小規模事業者とその“強み”を最大限に活かして課題解決や、事業所固有の“強み”を活かした経営を支援した。各経営支援員はその支援状況を定期的に所属グループ内で報告し、他の経営支援員からの意見やアドバイスを受けて支援方法の改善に努めると共に、他の経営支援員は支援事例を参考に自身の伴走支援に当たった。支援の成果については、「経営支援員支援力向上評価会議」(2/22)を開催し、各経営支援員の支援内容に対して外部有識者が評価・講評し、以後の経営支援の在り方の改善につなげた。

#### ウ)経営支援員サポートアドバイザーの設置

経験の浅い経営支援員にとっては、小規模事業者が抱えている課題解決への対応が難しく、支援経験が豊富な専門家のノウハウを習得していく必要があることから、支援員歴の短い経営支援員の相談対応能力を向上させるために支援実績が豊富な専門家に同行し、現場での指導に加えて事業所の支援実施後に指導した内容の振り返りを行い、実践的な支援力向上につなげた。

#### エ)中小企業支援部全体事務懇談会における支援事例報告会の開催

全経営支援員を対象に、業務上必要な施策情報・支援情報の提供や今後の支援の在り方につき協議するための全体事務懇談会を年5回開催し、組織と個人の支援力向上に努めた。

#### オ)中小企業支援部各グループ内ミーティングの定期開催による支援内容の共有化

前述の「強み発掘プロジェクト」の進捗確認を目的に実施しているグループ内(課または支部

単位)ミーティングにおいて、各経営支援員が行う支援内容を報告することで、他の経営支援員の支援手段や内容を知るとともに、支援実績をカルテシステムに登録することで、経営支援員が必要なときに情報活用できるようにした。また、具体的な内容について意見交換を行うことで、各経営支援員の支援能力を底上げし、組織としての支援力の向上につなげた。

## カ)その他

### ◇本所経営支援員向け

- ・各支部、グループ(課)における先輩経営支援員による OJT による支援力向上
- ・全国支援力向上フォーラム(日商主催)への参加
- ・中小企業応援隊研修(京都府主催)への参加
- ・その他、国・日商等が主催する研修会への参加

### ◇本所全職員向け

- ・消費税軽減税率に関する職員研修(基礎編、応用編)
- ・階層別、職種別、テーマ別の公開セミナー(京商ビジネススクール)への受講促進
- ・資格取得の推進

対象:税理士(試験合格)、公認会計士(論文式試験合格)、  
中小企業診断士(2次試験合格)、社会保険労務士(試験合格)、  
日商簿記検定1級・2級、販売士検定1級・2級、  
初級システムアドミニストレータ、ITパスポート試験

## 3. 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

(対応)第2期も前述した全ての事業を着実に実施することで、小規模事業者の経営発達支援事業をサポートし地域経済が発展するよう、経営発達支援計画に掲げた事業を展開する。

### ア)京都商工会議所 経営発達支援計画に関する外部評価会議

第1期(平成27年度～平成29年度)の支援計画では、京都府が行う“小規模事業経営支援事業費補助金に係る評価研究会”により、外部評価を得ていた。京都府では、小規模事業者支援法改正に伴い、評価会議についても見直し中とのことで、今年度からは、本所が主体となって専門家を委員で構成する外部評価会議を設置し、毎年7月下旬に外部評価会議を開催し、前年度事業評価について委員から意見をいただき、当年度以降の本所事業の更なる改善を図る。

### イ)京都府、京都市による事業検収と補助金検査を通じた各事業の改善への取り組み

- ・京都府補助金、京都市補助金とも、例年通りのスケジュールで予算要望から事業・補助金検査までの業務を行った。
- ・京都府、京都市とも毎月指導実績件数の報告をはじめ、小規模事業者の実態に関する情報提供を行った。
- ・事業検収や検査等を通じて、各事業で指摘を受けた点については、事務手続き等を中心に業務改善を図る。

### ウ)京商強み発掘プロジェクト(長期間の伴走型支援)の支援事例成果検証と見直し〔再掲〕

### エ)事業結果の公開

- ・月2回開催する運営会議において、毎月末現在の運営目標の進捗状況を情報共有し、課題の抽出と改善策を検討した。
- ・事業の成果・評価・見直しの結果を本所ホームページ(<https://www.kyo.or.jp/kyoto/>)にて、計画期間中公表する。

## 【参考】伴走型小規模事業者支援推進事業

### (1) 事業計画策定支援

#### ① 専門家派遣

実施時期:平成 30 年6月～平成 31 年2月 実施回数:64 回(当補助金活用分)

#### ② 京商フューチャーセッションの開催

開催日・テーマ:

第1回-9月8日「スタートアップ～成功のポイントはどこにあるのか?～」

第2回-10月20日「10年後、AIは何ができる?～経営環境はどう変わる～」

第3回-12月1日「働き方と雇用の未来～どうなる終身雇用?人材確保?～」

第4回-1月26日「起業を育む京都の未来～ベンチャーの都、復権を目指して!～」

実施場所:本所

ファシリテーター(全回共通):

ナレッジワーカーズインスティテュート株式会社 代表取締役 塚本 恭之 氏

福知山公立大学 地域経営学部 准教授 杉岡 秀紀 氏

転石知財事務所 代表・弁理士 小野 曜 氏

受講者:起業後、成長軌道に乗せるために模索している人(創業塾卒業生含む)、起業支援者(起業家、経営者等) 第1回-30人、第2回-44人、第3回-21人、第4回-31人

### (2) 事業計画策定後の実施支援

#### ① 小規模事業者に対する支援事例を紹介するホームページの充実

実施時期:平成 30 年7月～平成 31 年2月

概要:小規模事業者が経営計画の策定・見直しを行うのに当たり、本所を活用した事例をホームページに掲載することで、小規模事業者による経営計画の策定・見直しを促進した。ホームページ「京商活用事例 経営者のお仕事サポートします!」に取りまとめ紹介。

URL <http://www.kyo.or.jp/support/>

掲載件数(10社):製造業2社、卸売業2社、小売業3社、サービス業3社

### (3) 新たな需要の開拓に寄与する事業

#### ① 国内最大級の消費財とギフト・雑貨の見本市「東京インターナショナル・ギフトショー春 2019」への出展支援

日時:平成 31 年2月 12 日～15 日

開催場所:東京ビックサイト

出展者数:京都の伝統産業事業者を中心に新たな販路開拓に意欲的な小規模事業者 20 社  
来場者数 324,289 名

### (4) 経営支援員等の支援能力向上等

#### ① 企業の課題解決に向けた支援事例を活用した実践的な研修会の開催

開催日時:第1回 1月29日 9:00～10:30、第2回 2月6日 9:00～10:30

実施場所:京都商工会議所 教室(第1回)、役員室(第2回)

テーマ:第1回:消費税軽減税率制度の概要(対象となる品目、価格表紙等)

第2回:第1回の復習、変更が必要な事務処理、インボイス制度の概要、経過措置等

参加者:第1回 51 名(内、経営支援員 40 名)、第2回 47 名(内、経営支援員 34 名)

**京都商工会議所 経営発達支援計画  
令和元年度外部評価会議 議事概要**

京都商工会議所では、平成30年度経営発達支援計画に基づき実施した事業に対して、外部の有識者による評価会議を開催した。出席委員から聴取した意見を踏まえて、今年度以降の事業改善に繋げていくこととした。

記

1. 日時 令和元年7月31日（水）10時～11時5分
2. 場所 京都商工会議所 応接会議室1
3. 出席者

【委員】

龍谷大学 政策学部教授	白須 正 氏（座長）
一般社団法人京都府中小企業診断協会 常任理事	多田 知史 氏
京都府商工労働観光部 中小企業総合支援課 中小企業応援担当課長	白江 喜之 氏
京都市産業観光局 商工部 地域企業振興課長	五味 孝昭 氏

【事務局】

京都商工会議所 理事・中小企業支援部長	才寺 篤司
京都商工会議所 中小企業支援部 副部長	神保 泰宏
京都商工会議所 中小企業支援部 運営・計画課長	金加 文郎

4. 経営発達支援計画事業概要

1. 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
  - ②経営状況の分析に関すること
  - ③事業計画策定支援に関すること
  - ④事業計画策定後の実施支援に関すること
  - ⑤需要動向調査に関すること
  - ⑥新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること
2. 地域経済の活性化に資する取組
3. 経営発達支援事業の円滑な実施に向けた支援力向上のための取組

5. 委員からの意見

【平成30年度の目標と実績について】

- 平成30年度経営発達支援計画に基づき実施した事業は、小規模事業者に対する幅広い支援事業に取り組んでいる。それぞれの事業に設けられた数値目標についても、全般的に高い達成率にあり、精力的に取り組んでいることが評価できる。  
特に、展示会・商談会などの販路開拓事業については、高い実績をあげており、

小規模事業者へのしっかりとしたサポートが感じられる。

○今回の幅広い事業ならびに実績を見て、京都商工会議所は小規模事業者をサポートする代表的な支援機関としての役割が非常に大きいと感じた。

○平成 30 年度では、小規模事業者に対する経営分析とそれに基づく経営計画の策定支援を実施している。経営分析と経営計画の策定とはそもそも一体のものである。小規模事業者にとって経営計画を策定して事業に取り組むことには大いに意義があり、引き続きしっかりと経営計画策定支援に取り組んでもらいたい。

○今回の経営発達支援計画のなかで、I T・I o T 導入による生産性向上等の計画策定については、目標に対しての達成率が 6 割程度であり、I T・I o T の需要が高まっている状況下にあるので、更なる支援を強化してもらいたい。

### 【今後に期待すること】

○京都商工会議所の小規模事業者に対する支援は手厚いことがよく伺える反面、これまで接点が少なかった事業者も残っている。新規支援先の開拓にも力を入れてもらいたい。

○小規模事業者の中には I T の取り組みに消極的なところもあると思われるが、S N S 等のツールを活用した事例を紹介するなど取り組みやすいところから I T 導入支援に取り組んでほしい。

○販路開拓など意欲的な事業所への支援が目立っているが、新たな取組に消極的な事業所への経営改善を促す支援も大切であり、バランスよく行ってほしい。

○「京都府商店街創生センター」が京都商工会議所と同じ京都経済センターに入居したことを機会に更なる連携による商店街振興に協力してほしい。

○京都商工会議所ではビジネスサポートデスクを拠点とした地域活性化事業を実施している。是非、各区役所との連携にも力をいれてほしい。

以 上