

北大阪商工会議所の進むべき道 “羅針盤”

中・長期行動指針

～ 会員企業や地域から高い評価を受け

信頼される商工会議所を目指して ～

平成24年6月

北大阪商工会議所



中・長期行動指針策定にあたり

北大阪商工会議所

会 頭 北 本 明

我が国は、大震災前から多くの国家的課題を抱えておりましたが、それらの課題解決に加え、大震災がもたらした新たな危機をも克服していかなければなりません。日本がこの大震災を克服し復興を通じて国全体が元気を取り戻すためには、日本人一人ひとりが負担を分かち合いその上で新しい街づくり、地域社会の形成に挑戦していくことが求められます。そして、都市やエネルギー需給の望ましい姿を模索するなかでイノベーションが生まれ、経済の復調に向けた新たな展望が開けてくるものと思われまます。

現下我が国経済は、歴史的円高や政治の混乱による政策の停滞、更に原油の高騰などが企業経営を圧迫し、非常に厳しい状況にあります。長引く景気低迷の中、地域経済回復への糸口が未だ見出せない状況にあり、地域活力の牽引役であった製造業の空洞化は深刻で、商業、飲食業にも大きな影響を与えています。とりわけ、中小・小規模企業が多数を占める当商工会議所管内（枚方市、寝屋川市、交野市）の地域経済は、これまでとは比較にならないほど厳しいものがあります。

このように、経済社会が大きく変化するなかで、個々の企業が機動力や探究心を持って独自の強みを存分に発揮できる自由で活力ある経済社会を構築すること、また個々の企業で働く従業員が生き生きとその能力を発揮することが、地域経済の活力向上に繋がるものと考えます。

こうした経済社会の構築に向けて全国の商工会議所のネットワークを強化し、総力を結集して国や自治体に取り組むべき施策を積極的に提言するとともに、経営支援活動を通じて個々の企業の経営課題に対してきめ細かく対応し、「中小・小規模企業の活力強化」と「地域経済の活性化」を実現することが、地域総

合経済団体である商工会議所にとって今まさに求められている課題であります。

今後とも、商工会議所が会員企業や地域から「高い評価を受け、信頼され支持される」ためには、会員のニーズを一つ一つしっかりと捉えて、多様化する課題へのきめ細かな対応を図るとともに共有する問題を解決し、商工会議所が独自の創造性を発揮して特色ある事業活動に取り組んでいくことが必要です。同時に、従来の考え方にとらわれることなく、新しい時代における商工会議所のあり方について検討し、イノベーションを図っていかなければなりません。そして、商工会議所自身も地域の事業者によって自主的に設立された地域総合経済団体にふさわしい組織・財政といった運営基盤を確立しなければなりません。

また、経済団体も事業の質の高さが問われ選択される時代を迎えた中、他の団体では解決することができない独自の能力を高めることが商工会議所の存続にとって重要な要素になっています。

北大阪商工会議所では、平成14年、平成15年の2か年をかけ「北大阪地域産業活性化計画」を策定し、以降、その計画に沿ってこれまで事業を遂行してきました。しかし、10年が経過し地域や商工会議所を取り巻く環境が大きく変化いたしました。

そこでこの度、商工会議所の果たすべき役割を見直すとともに現場に立脚した活動を通じて、地域の活性化に向けて細かく対応していくための中・長期行動指針を新たに策定し、今後、この行動計画に沿って事業を積極的に展開して参る所存でございます。会員の皆様方をはじめ関係諸機関の皆様方には更なるご支援、ご協力を賜りますようお願い申し上げます。

北大阪商工会議所 中・長期行動指針

【目 次】

第1章 地域を取り巻く現状

1. 北大阪三市の現状と地域特性	1
------------------	---

第2章 地域活性化に向けての基本戦略

1. 地域産業の現状	3
2. 商工会議所を取り巻く情勢の変化と求められる視点	3
3. 産業活性化に向けての取り組みの方向	3
4. 北大阪三市がめざす都市の姿	7

第3章 今後の活動指針

1. 北大阪商工会議所におけるプラットフォーム機能の整備・強化	9
2. 行政によるインセンティブの創出と基盤の整備	10

第4章 優先的に取り組むべき方策

1. 組織・財政基盤の強化	12
2. 事務局職員の資質向上	13
3. 事務局体制の見直し	13
4. 収益事業の収益率強化	15
5. 運営体制の強化	16
6. 会員・地域ニーズを捉えた事業の展開	18
7. 情報発信の強化	21
8. プラン実行のための組織と実施体制	22

資 料

1. アンケート調査結果概要	24
2. 中・長期行動指針策定委員会の概要	41

1. 北大阪三市の現状と地域特性

北大阪三市（枚方市、寝屋川市、交野市）は、日本経済の高度成長とともに従来の田園都市から新産業都市へと変貌を遂げ、京阪最大の多機能都市として成長してきた。そして、人口72.5万人（2011年11月）を有する住宅都市として、地域には7大学と工業高等専門学校が1校あり、さまざまな産業の集積、豊かな自然、文化、歴史など、地域の活性化に不可欠な要素を数多く秘めている。また、北大阪三市は、京都・大阪・奈良の中間に位置する立地特性にも恵まれている。しかしこれらの強みが十分に生かされていないのが現状である。

一方、産業面では1960年代に入り、他地域からさまざまな企業が進出してきたが、産業構造転換の遅れから、市内就業者数の伸び悩みや人口の停滞傾向が続くなど、経済環境は好転の兆しが見えにくい状況にある。しかし、長年待ち望まれた第二京阪道路が全線開通し、地域を取り巻く環境は大きく変化しつつあり、今後は沿道の立地優位性を活かして、物流及び生産事業所を主体にした産業集積の立地が期待される。

地域事業所へのアンケート結果によると、北大阪三市域の現状については通勤には便利であるが、企業と住宅が混在し洗練された住宅都市としての評価は低くなっている。

不足する 市街地の魅力 — 枚方市 —

枚方市は北大阪三市の中心都市で、京阪電鉄の樟葉駅前には整備されショッピングモール街がリニューアルされたことにより賑わいと活気がある。しかし、40万人都市の玄関口である枚方市駅周辺については、百貨店の撤退と相俟って大阪市内や郊外の大型店に出かける人が多く、かつての賑わいがなく、状況にある。メインストリートといわれるような街区がなく、都市型ホテルや魅力的な集客施設が未整備であることが人々に魅力を感じさせない原因の一つであると考えられる。

また、地域産業の特色として、鉄工塗装、紳士服、家具など7ヶ所の工場団地があり、他地域から多くの企業が進出してきた。しかし、それらの企業の出身地が大阪市内や大阪府外であることから、域内事業所との仕入・販売などの関係が弱く、外注先も域外が中心となっている。

一方、恵まれた住環境と高度な医療機関が多数存在し、さまざまな産業が立地していることを活かし、市内6大学とも積極的に連携した活気あるまちづくりが期待される。

低迷する産業活動 — 寝屋川市 —

寝屋川市は高度成長期に、住宅地としての開発が一挙に進み、住工混在地区の発生などの問題を抱え現在に至っている。人口急増期に操業した小規模店が多く、京阪主要駅周辺には

集客の核となる店舗が少なく、北大阪三市の中では最も大阪都心部に近い地域特性から、大阪市域への消費の流出が著しく現れている。また、大手家電産業の城下町である守口・門真につながる地域で、関連企業の縮小・移転による影響が大きく尾を引いている。

一方、長年要望していた第二京阪道路が全線開通したことにより、企業誘致を伴った沿道地域の街づくりが進むことが期待される。また、寝屋川市駅・香里園駅周辺地域の環境整備が進んでおり、賑わいを取り戻すことに繋がるものと考えられる。

期待される 住宅都市として発展 — 交野市 —

交野市は市の面積の約半分を山地が占め、その中には金剛生駒国定公園があり、自然が豊かな地域である。また、いちご・ぶどう栽培、酒造業など地場産業の集積があり、歴史・文化・自然など観光資源が豊富である。

J R学研都市線の利便性が高まったことにより、大阪市内との連絡が改善し、近年は人々の転入が多く、環境の良さが住宅地としての人気につながっていると見える。また、第二京阪道路の開通により沿道地域の街づくりが進むことが期待される。

市内の商業集積は京阪、J R駅周辺に若干みとめられる程度で、拠点的な場所が限られており、大阪市内など交通アクセスのよい方面に消費が流出している。

地域発展の課題

アンケート調査結果では、産業振興を図る上での課題として、「専門性の高い商業施設が少なく、買い物客が地域外に流出している」、「働く場所が少ないため、女性や若者が他地域に流出している」、「大学が多いのにその研究成果や人材が活かされていない」、「企業間のつながりが薄く地域内で需要が循環しない」、「工場と住宅が近接し操業環境が悪化している」との指摘が目立っている。また、鉄道駅周辺に必要な整備については、「まちづくりの発想で、地域住民が利用できる魅力的な商業施設をつくる」、「空き店舗や遊休施設を活用し、新しいビジネスを誘導する」という意見が半数以上を占めており、駅周辺の商業施設に対する不満や遊休施設の活用方法に対する懸念とともに活性化に対する期待が現れている。

1. 地域産業の現状

北大阪三市は京都・大阪・奈良の中間に位置する立地特性から、これまでさまざまな業種の事業所が流入して発展してきた。しかし、バブル崩壊以降、景気の低迷により産業構造の転換が進まず、事業所数も減少し、全業種に亘り苦戦を強いられているのが現状である。特に小売商業については零細規模店、商店街など既存業態が大きく後退している。アンケート調査からも、現在の経営状態は非常に厳しく、取引条件の悪化、競争の激化、人材難など多くの課題を抱え、将来展望が開けない状況が伺える。

一方、産業活動にとって重要なインフラ整備については、待望の第二京阪道路が全線開通して都市基盤の整備が急速に進みつつあり、当地域の立地条件が飛躍的に向上したことから、今後、企業誘致を含めた新しい都市の枠組みが生まれることが期待できる。また、枚方市において、市民の理解と協力のもと、市、事業者、経済団体などが連携を深めながら、枚方の個性を引き出し、地域産業の基盤を安定・強化させ、もって市民生活の向上に寄与することを目的とした「枚方市産業振興基本条例」が制定され、平成22年10月1日に施行された。この条例の特徴は、商業・工業だけでなく農業や観光も含め、市内の全ての産業を対象とした条例で、産業間の枠組みを越えた取り組みにより、新たな可能性を追求するとともに、次代の産業を支える人材の育成、教育・研究機関との連携、事業者の地域貢献活動などを大きな柱としている。今後寝屋川市、交野市においても同様の条例が制定・施行される予定になっており、条例制定を契機としてさまざまな施策が実施され、地域の活性化に大きく寄与することが期待される。

2. 商工会議所を取り巻く情勢の変化と求められる視点

近年、我が国では、企業の廃業率が開業率を上回る状況が続いており、事業所数が年々減少傾向にある。全国514の商工会議所の会員数も、ピークであった平成12年の143万から平成22年には120万へと10年連続して減少している。当所においても本紙P.12表[会員数の遷移]に示す通り減少が続いている。

商工会議所の会員数減少は、事業所数の減少という構造的要因とともに、長引く景気低迷のなか、中小・小規模企業を中心に企業の商工会議所に対する意識の変化も大きな要因の一つとなっている。

すなわち、商工会議所に加入することによる間接的な地域経済発展への貢献から、企業経営に直接プラスとなる会員メリットを追求する方向へ企業意識が変化しつつあり、こうしたニーズに対応した事業の展開が求められている。ただし、約三割の会員事業所については、加入動機が地域経済発展への貢献としていることから、商工会議所が地域経済の発展に寄与する組織であるとの認識を持たれており、その期待に充分に応えていく必要がある。

3. 産業活性化に向けての取り組みの方向

高度成長期には産業の発展がまちの発展につながるという図式があったが、その再現は

もはや期待できない。地域が独自の力でまちづくりに取り組み、発展に結びつく要素を生み出すことによってはじめて人や企業を外部から呼び込むことができる。

地域らしさというと、文化や歴史との接点にたどりつくが、北大阪三市はさまざまな魅力があるにもかかわらず、それらが活かされていない。大阪や京都へ出かけなくても、ほとんどのニーズが地元で充足できる機能や施設が必要である。また、地方都市においても「個性」や「らしさ」を発揮し、独自のものをつくりあげることで、情報発信源になることは充分可能である。

これからは地域内のニーズに対応できるさまざまなビジネスを創り出し、環境変化にも強い産業構造を形成し、魅力的な都市基盤を整備することで、人・モノ・情報の吸引力を高めることができる。北大阪三市の特性を活かし、産業をバランスよく立地させることで「京・阪・奈の交流拠点」として発展していく北大阪三市をめざす。

北大阪三市が産業活性化をめざすにあたっては、地域性という視点から、経営資源の確保やマーケットの創造を進めることが重要なポイントになる。すなわち、大きな経済波及効果をもたらすだけでなく地域が持つあらゆる資源を活かし、地域住民を含め誰もが参画でき、環境負荷を最小限に抑えることができる循環型の経済構造を構築していくことである。

具体的には、都市と産業の調和を図りつつ域内雇用を確保すること、事業者間の連携を強めコストを削減すること、職住近接の立地構造を形成することによって、需要者と供給者が互いの顔が見える地域構造をつくることである。それにはまず、北大阪三市の既存産業の集積度合いを勘案し、その強みを結集することで競争力の強化が図れる分野を志向しなければならない。特に製造業に蓄積された高度技術を活かした新分野進出やベンチャービジネスの育成は重要である。

次に、新しいビジネスの創出については、北大阪三市を中心に北河内地域を市場に想定し、安定した需要が期待できる地域密着型産業やコミュニティレベルのニーズに合ったスモールビジネスの創造をめざすことである。

これらさまざまな内発型のビジネスを開花させるには、質の高い情報と人々の交流が繰り返され、魅力的な都市基盤の整備は不可欠といえる。

3-1 既存産業再生に向けての連携の強化

①新分野開拓の推進

《産・学・公連携の推進》

一般的に大学研究者が手がける基礎研究分野と中小企業が必要とする技術やノウハウには隔たりがある。大学や研究者が保有する基礎技術や研究開発の成果を実用化に結びつける産学連携事業は、産業界からのニーズの公開や提案があって成り立つもので、企業側にも積極的な情報開示が求められる。

この場合、産・学双方がメリットを受け止め、より成果に結びつくような仕組みや基盤の整備を進めることが重要になってくる。例えば、専門分野に精通する研究者を探すには、地域を限定せず広範囲に情報収集できる体制が必要になる。そこで、他地域の大学も含め、全ての関係者が交流できるような施設が整備されれば大きな前進である。

さらに、事業者のニーズを掘り起こし、大学との共同研究テーマとなるシーズを探し出せる

ような目利きができる人材が必要であり、民間企業のOBとのネットワークを整備できれば、今までにない連携事業の推進体制ができる。そのためには、商工会議所・行政が核となって橋渡し役を果たしていくことが重要になる

②ベンチャー企業の育成

《新産業誘発に向けた情報収集体制の整備》

域内ベンチャー企業を核に、優れた都市環境を創造するための、環境・リサイクル関連分野の新産業を育成することも重要になってくる。域内関連事業所においても、既存技術の高度化のためには、環境・バイオ・IT関連分野など新しい産業分野に関する情報収集が大きな課題となっている。現在は、事業所が単独で関連企業・行政・大学・関係機関等に出向き、情報交換や手続きをおこなっているとみられる。そこで、北大阪三市域の事業所に内在する新事業分野に関する技術・特許・経営ノウハウ・人材などの情報が容易に入手・交換できるようなネットワークが形成されれば、技術力の高い企業を中心に新しい産業が誘発されると考えられる。

③地域産業のIT化推進

《企業の情報発信力の強化》

中小事業所において、IT化の推進についての必要性は認識されているが、取り組みの水準にはばらつきがある。ホームページについても、開設している事業者が半数をわずかに超える程度であり、情報化の恩恵を享受し得ていない事業者が数多く存在する。IT化への取り組みにおいては、投入コストに対して把握しにくい導入の利点、あるいは運用できる人材の不足などが隘路となっている。そこで、官民協働の形にて、地域の情報を一元的に配信できるような「地域ポータルサイト」の構築ができれば、地域の中小事業者は、「地域ポータルサイト」上で地域住民への情報配信や、業者間の共同による新たなビジネスの開拓を行うなど、ビジネスの拡大に活用することが出来ることになる。地域の中小事業所がそれぞれの必要性を感じ、自力でIT化を推進することが、真のIT化につながるが、方向を模索する事業所を適切に誘導するための仕掛け作りは、有効な産業振興策である。

3-2 生活関連産業創出に向けての産業基盤や人材の活用

①安定した供給体制

地域の食品関連事業所のノウハウや、域内の一次産品の生産力を活かした商品やサービスの開発を進めるに当たっては、安定した供給量の確保が最大の課題となる。ただ、農産品などの一次産品は、現状では自家消費の割合が多く占められている。これを市場内に引き込むことや、農業後継者が生計を維持することが可能となるような仕組みを作ることにより、供給体制を整えることができる。

②横断的な事業者の連携

《高齢社会対応ビジネスを開発するための連携》

高齢社会のニーズに対応した商品やサービスに柔軟に対応していくには、地域の関連事業者の連携が不可欠となる。例えば、バリアフリー施設の整備に対応するには、家具・被服・福祉

機器・家電・事業者が専門分野のノウハウを持ち寄ることが前提となる。

《コミュニティビジネスを生み出す仕組み》

生活関連産業は潜在的なニーズの大きさに比べ、ビジネスとしての形が出来上がっている分野は限られる。従って、小さなマーケットでもコストを吸収し採算を確保できる体制が必要になる。例えば、健康で安全な食品の開発をめざして、障害者のための小規模作業所や商店街などが事業主体となり、地域の生産者（農家）、宅配事業者、ボランティア組織などと連携することで、コミュニティレベルでの需要を喚起することができる。

③新しいビジネスの担い手を育成する仕組みづくり

《社会人のための教育システム》

新しいビジネスの担い手として、社会参画意識の高い在宅女性、元気な高齢者、離職等により流動化する人材などが考えられる。地域の大学や専門学校が社会人向けの実学講座を開発することで、これらの人材のビジネスへの参画を促すことができる。

《若者によるまちづくり事業の企画》

地域の特色として大学生を始め若者のパワーを活かせる素地がある。斬新なアイデアを発揮し、まちづくりに積極的に参画することを呼びかけ、イベントの企画、ビジネスモデルの開発など、新しいまちづくりの担い手として連携できる仕組みを作ることで、地域の活性化だけでなく、消費への波及効果も期待できる。

3-3 魅力的な都市基盤の整備

①魅力的なまちづくり

《専門性の高いサービスや機能の提供》

北大阪三市には地域住民を中心とする良質な消費購買力があると考えられるが、その多くが大阪や京都に流出している。地域に優れた都市機能を構築し、商業・サービス業を活性化させることで、流出している購買力を取り戻さなければならない。

まずは、地元事業者の自助努力において、専門性の高い商業、サービス機能を整備していくことが先決である。さらに、地域の生活者に対し便利で機能性の高いサービスを提供するという視点から、新しい世代の入居が見込まれる地域や大規模な集合住宅において、インターネットで商品やサービスを申し込み、駅で受け取るようなシステムを導入したモデル地区を整備し、優れた都市機能を提供することも考えられる。

《70万都市にふさわしい都市基盤の整備》

少子高齢化の進展に対応して、地域ぐるみで、バリアフリー化や使いやすい共同駐車場を整備することが重要になる。特に集客拠点となる駅前では、若者が安心して夜遅くまで健全な娯楽が楽しめるまちづくりを進める必要がある。さらに、魅力的なイベントを企画し、通過旅客を引き止め、回遊する人々を増やすことができれば、これらの人々をターゲットに新たなビジネスを始めようとする人々も集まるという好循環が生まれる。それには、地域の人々が交流し外部からの人や情報を招き寄せるための文化施設や都市型ホテルは必要不可欠な施設であるといえる。

②文化資源、スポーツ、観光関連施設などを活かした集客力の強化

《北大阪三市域の産業と文化のショーウインドとしての「道の駅」の整備》

既存の名品や新たに開発される物産に市場性を持たせるためには、個店レベルで観光的な事業を行っても限界がある。そこで、第二京阪道路の沿道の優位性を活用して「道の駅」を整備し、北大阪の産業や文化を紹介することで、他地域から多くの人々を引き寄せることができる。ここでいう「道の駅」とは、単なるドライブ・イン機能や物産販売にとどまらず、北大阪三市のイベント情報の発信、新たな商品やサービスを開発するためのマーケティングなどを行い、地域の集客機能・生産機能の強化、ひいては新規雇用につなげることを目的とするものである。

4. 北大阪三市がめざす都市の姿

経済規模や地域環境において異なる北大阪三市が持続的発展をめざすには、相互に連携を図りながら都市機能を一層強化することで、北河内地域の中核的な存在としての機能を強めていかなければならない。

それには、三市それぞれが地域内での役割分担を明確にし、自立できる仕組みをつくること。それぞれが単独で整備するよりもまとまる方がよい場合は共通の仕組みづくりを進めることである。その基本的方向は次のとおりである。

“京・阪・奈の交流拠点をめざす枚方・寝屋川・交野”

チャレンジするさまざまな人々が集まり、
回遊・交流する中から、付加価値の高い商品やサービスが生まれ、
情報発信量が増え、それがさらなる都市の魅力となって発展していく

「京・阪・奈の交流拠点」

枚方市

北大阪三市の中心として多様な機能が求められる。都市の賑わいと魅力づくりの観点からは、高齢社会において安全で便利な機能の付加に配慮した京阪枚方市駅周辺の整備が課題である。併せて、新しい視点で、歴史文化遺産を活かした魅力あるまちづくり、周辺整備に努めることも重要である。

さまざまなサービス産業の集積を活かし、交通の結節点機能を高めることによって、三市の中心地域にふさわしい交流や新規創業を促す都市空間の整備を図る。併せて、域内大学との連携を進め、環境・福祉・医療などの分野での新産業の育成を図る。

寝屋川市

人口の長期低迷および地域産業の地盤沈下が懸念材料であるが、三市の中で最も大阪市内に近いという交通利便性が強みである。道路や公園などの基盤整備を徐々に進めながら、大阪市の衛星都市として住みよい都市の実現をめざす。さらに、既存の製造業の集積を活かした新しいものづくりや、商業基盤を活かした高齢社会を展望した新たなまちづくりに取り組むことが重要になる。

大阪への近接性を活かした庶民的な住宅都市としての環境を整備する。地域の活力維持に向け、ベンチャービジネスの創出、集積度の高い既存商業施設での高齢社会に対応したまちづくり事業の展開を図る。

交野市

良好な環境に人気があり、住宅都市としての将来展望が明るい。今後住みよいまちづくりという視点から、JR河内磐船駅周辺や京阪河内森駅周辺での賑わいの更なる基盤整備が必要である。

産業振興面や第二京阪道路の整備による地域開発の推進については、住宅地との共生に一定の配慮が必要になる。また、歴史遺産が豊富であり、観光都市として活性化をめざすべきである。

第二京阪道路との近接性を活かし、北大阪三市の玄関機能を強化する。例えば、道の駅の整備と併せて域内での一次産品や同加工品の流通経路を整備し、生活環境に配慮した観光関連を含む新しい産業を育成する。

1. 北大阪商工会議所におけるプラットフォーム機能の整備・強化

1-1 商工会議所の現状と問題点

事業所アンケートによると、「会員企業向けの支援・サービスの充実（販路拡大、人材育成支援）」が商工会議所に最も期待されている。続いて、「税制改正、規制緩和等、行政等への要望提言」、「企業間交流、まちづくり等のコーディネート機能の強化」、「商店街活性化事業の推進」、「地域の文化や伝統を活用した経済の活性化」、「各種産業支援策に関する情報の提供」、「イベント、市民交流事業の推進（ビジネスフェア等、展示会による販路拡大への支援）」、「創業間もない企業や新たにチャレンジする起業家（コミュニティビジネス等）の支援」、「地域企業のデータベース化と情報発信」、「産学連携事業の仲介」、「IT（情報技術）を活用した新たなビジネスモデルの提案」、「農商工連携事業の推進」、「ISOの取得など国際競争力獲得の支援」となっている。商工会議所が取り組むべき事業として、特別なメニューが要求されているということではなく、従来から商工会議所が取り組んできた事業であるが、会員企業にとって満足のものではないことが伺える。

《事業利用率の向上》

商工会議所の一般事業や経営相談の認知度はまずまずであるが、最大の問題点は、利用率が低いことである。そこで、本所だけでなく、情報センターを含めた各支所において、あらゆる機会を利用し商工会議所事業をPRする場を企画し、事業内容や利用方法などを説明し、商工会議所の利用度を高めていく必要がある。極論すれば、商工会議所に行けば地域の情報が何でも分かる“よろず相談所”的な機能も重要である。利用しやすく地域住民にも親しまれ、サービス精神旺盛な開かれた商工会議所が期待されている。

1-2 一般市民や若者への情報発信

これからは、事業所向けサービスにとどまらず、一般市民特に若者に対する情報発信も重要になってくる。域内大学に学ぶ大学生の大半は駅と大学キャンパスを往復するだけで、地域の情報に対する関心度は決して高くない。若者が地域に愛着を感じ、まちづくりなどに積極的に参画する素地をつくるためには、正確な情報が入手できる手段を整備しておく必要がある。例えば、お薦めの小売店や飲食店に関する情報のPR、あるいは地域事業所でのインターンシップ受け入れや求人情報を若者に知らせるようなイベント等を開催することで、地域事業所と住民・若者との信頼関係が増し、ビジネスや採用活動の下支えにつながると思われる。

1-3 民間事業者・公的機関・地元大学・住民との連携体制の整備

《産・学・公連携や異業種交流事業のコーディネート》

地域産業活性化にあたっては、情報・技術・人材等の面で広範な連携を行う必要があり、そのための接着剂的な機能が商工会議所に期待されている。特に、産・学・公連携に関して、大学と地域事業者の技術連携を仲介する、あるいは、公的研究機関への紹介なども必要であり、

商工会議所が異業種団体等のグループを主宰し、これを核として地域事業所から地元大学へ積極的に働きかけていくことができる。また、事業所同士の交流についても、お互いのニーズを情報交換するような動きが弱いという現状に鑑み、事業者が関心を持つような成功事例や活動状況を積極的に紹介すべきである。例えば、地域事業者の各社が持っている技術を横断的に結びつけて、ネットワークの仲介役を果たすことで新しい分野を開拓することも期待できる。ただし、域内でのネットワークの強化にとどまらず、他地域の商工会議所、あるいは国の試験研究機関などとの連携の強化も必要である。

1-4 組織体制、マネジメント力の強化

《シンクタンク機能の強化》

以上のようなさまざまな期待に応え、地域産業界の中核的組織として商工会議所が機能を十分に発揮するには、これまで以上に積極的に事業所や市民と接触する機会を持つ中からニーズを発掘し、独自の事業を企画し、地域のシンクタンクとして活動することが求められる。また、行政に対しても、地域経済の発展やまちづくりに向けて、目指すべき方向や官民の役割を明示するとともに、積極的に問題解決に取り組むよう提言していかなければならない。

《事業推進組織の設置》

今回、重点事業として位置づけた事業を具体化するにあたっては、商工会議所自身が積極的に仕掛けることができる自前の推進組織が整備されることが望ましい。そして、新規事業を専門にあるいは兼務で担当する若手スタッフを投入することができれば大きな前進である。自由な発想で新規事業に取り組める環境を整備することで人材育成を図ることができ、商工会議所としてのノウハウの蓄積にもつながる。

商工会議所が中核的な機能を果たすことに加え、より実りある事業にレベルアップしていくには、地域ぐるみで取り組むことが不可欠である。

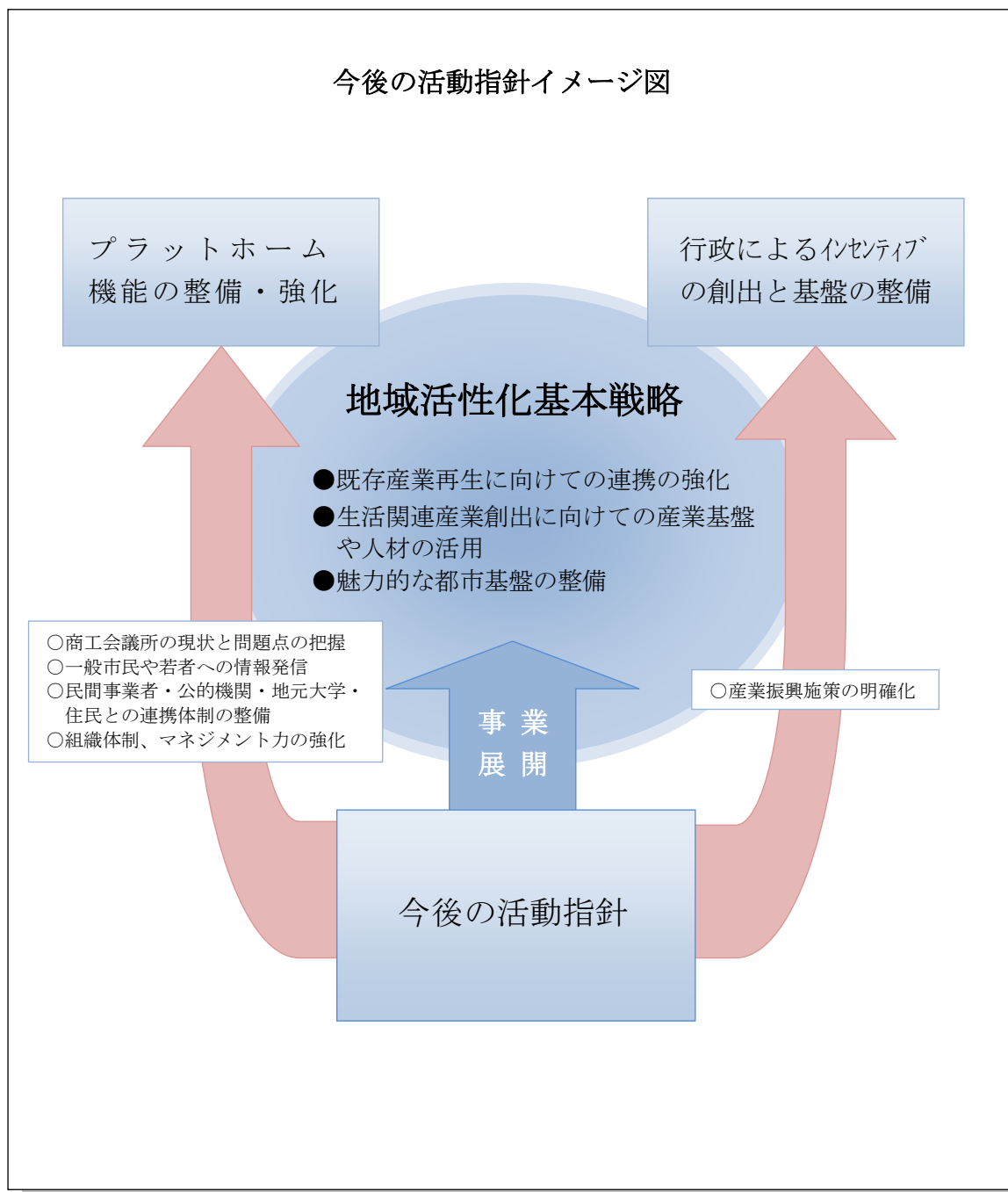
2. 行政によるインセンティブの創出と基盤の整備

2-1 産業振興施策の明確化

事業所アンケートで、産業活性化のために行政が行うべきこととして期待されているのは「産業の発展を先導するような都市計画の策定や基盤の整備」が最も多く、以下「交通渋滞解消のため、域内の幹線道路、一般道路の整備」、「規制緩和や税制の見直しによる事業環境の整備」、「地元事業者への優先発注」、「住工混在を避けるための計画的な産業配置の促進」、「共同駐車場などの整備やパークアンドライドの導入の検討」、「行政手続きの合理化・IT化」、「コミュニティビジネス創出のための公共サービスのアウトソーシングの促進」、「共同利用可能なインキュベーション施設の整備」、「その他」の順となっている。

高齢化が進む中で、安定した財政基盤の確保と適正水準の公的サービスを維持していくには、事業所や雇用機会の増加によって税収の安定化を図る施策が重要になってくる。民間活力を積極的に導き出すために、中心市街地整備による賑わいづくり、交通インフラの整備、企業経営

の高度化に向けた支援施策、操業環境の確保、規制緩和、新産業創出のための基盤なども含め多様な政策の遂行が重要になってくる。三市の総合計画を着実に遂行し、産業活性化の道筋を明らかにするとともに、産業政策の策定、民間活力を活かした社会基盤の整備については、官民連携体制の一層の強化が重要になる。



1. 組織・財政基盤の強化

経済社会が大きく変化するなかで、会員企業等を支援する商工会議所自身も、枚方市・寝屋川市・交野市の拠点総合経済団体にふさわしい組織・財政・運営基盤を確立し、その上で、前例に縛られない新しい事業活動の創造に勇気を持って挑戦していくことが求められている。

このためには、会員や地域が商工会議所に求めているニーズをしっかりと踏まえ、今やらなければならない事業は何か、役割を終えて整理統合すべき事業は何かなど、会員本位の視点で事業の再構築を図るとともに、会員増強によって会員組織率の向上を図り、補助金に依存しない自主独立の経済団体としての体制を整備する必要がある。

1-1 商工会議所機能の強化

商工会議所の価値は、個別の企業が自らの力だけでは解決できない課題や単独の業界だけでは解決が困難な課題、企業が活動の基盤とする地域経済・社会が抱える課題に対して、会頭をはじめとする役員・議員のリーダーシップのもと会員企業の知恵を結集して解決することや、商工会議所がもつ情報を活用することにある。

経済団体も事業の質の高さが問われ、選択される時代を迎えた中、こうした課題解決能力をいかに高めるかが重要であり、他の団体では解決することができない独自の能力を持つことが商工会議所の存続にとって重要な要素となっている。

このような問題意識の下、事務局においては、これまでの常識や習慣から抜け出し、創造力と独自性の発揮に向けた意識改革とともに、一層の事業の掘り下げを行い、サービスや品質の向上、新規事業開発などに積極的に取り組んでいく必要がある。

1-2 会員増強に向けた取り組み

4,000 会員復活を目標として、正副会頭・7 部会正副部長並びに幹事によって組織された会員増強推進本部の継続活動をはじめ、役員・議員・事務局が一体となった会員増強に向けた施策を種々策定して推進する。

職員による取り組みについては、毎年度実施しているノルマ制による会員増強活動を強力に推進するとともに、商工会議所の会員増強に特化したコンサルティング企業との連携による職員の会員増強スキルと意識の向上、さらには標準化された会員増強モデルの構築を図り、業績向上企業を対象にしたニーズ把握とプレゼンテーション主体の入会勧誘活動を展開する。

また、会員とのコミュニケーションの強化を図り、ひいては「会議所を利用したことがない」、「会議所からの情報・連絡等を得ることが少ない」といった理由による会員の退会を防止するためにも、職員による年1回以上の全会員訪問活動を実施して地域に密着した会員サービスの向上に努める。

[会員数の遷移]

23年度	22年度	21年度	20年度	19年度	18年度	17年度	16年度	15年度	14年度	13年度	12年度
3,005	3,007	3,039	3,252	3,543	3,350	3,476	3,549	3,539	3,566	3,739	4,018

2. 事務局職員の資質向上

2-1 人材確保

北大阪商工会議所が継続して発展していくために、会員数、商工会議所の事業、組織体制、さらに社会情勢等を鑑み、適宜、新たな人材を発掘し、採用、育成を計画的に行っていくことで、商工会議所の将来を担い、地域に貢献できる人材を確保する。

また、商工会議所事業を遂行する上で、特に必要とされる部門に対する補強、一時的補完の役割等、必要性に応じて柔軟な雇用形態での採用も行い、柔軟な組織体制で効率的に運用し、会員ニーズにタイムリーに答える体制づくりを目指す。

- 新卒者の新規採用を定期的に行い、将来を担う人材として育成していく。
- 必要に応じて中途採用を行い、即戦力として活用するとともに、将来に向けて育成する。
- 事業の必要性、弱点の補強、人材不足による一時的補充等、様々な状況に柔軟に対応するため、契約職員、派遣、パート、アルバイトなど、それぞれの状況に適した多様な雇用形態で有期契約職員を活用する。

2-2 意識改革と能力開発

自らが変わることによって組織の変化が生まれる。変化する社会情勢に企業は敏感に反応し変化し続けており、そのような企業を会員に持つ商工会議所も同様に変化していくことが求められる。その中で、商工会議所を支え、将来を築いていくために、職員の資質向上、意識の変革は欠かせないものである。

役職員は研修や自己学習によるレベルアップ、意識改革を図るとともに、組織全体としても必要性に応じて柔軟に学習し、変化し、その体質強化・組織力強化に努める。

《業務上必要なスキルの取得》

- 個人の資質向上・・・社会人研修、リーダー研修、管理職研修等、外部研修の受講
- 知識の取得・・・簿記、販売士、ビジネス実務法務、その他各種資格等の対策講座受講、資格取得
- 一般情報収集・・・ビジネス関連、事業者支援、IT、産業活性化、地域活性化等、各種セミナー・講演会・フォーラムへの参加

すばやく進化する民間企業の考え方や、ビジネスの常識、ビジネスマナー、ビジネスツール等を身につけ、またそこで身に付けたスキルを会員事業者にも示すことによって、商工会議所事業の充実度・利用価値を高め、商工会議所全体のレベルアップ、イメージアップを目指す。

3. 事務局体制の見直し

中・長期行動指針で示された指針に沿って事業を遂行し、北大阪商工会議所が目指す将来の

あるべき姿に近づくために、事務局体制について検討し、必要に応じて再編・強化していく。ここでいう組織とは、情報センターも含め、職員が従事している各部門を指し、その体制の見直しについては、既存の仕組みに捕らわれずダイナミックかつ柔軟に取り組んでいく。

3-1 全体について

商工会議所として必須の事業、会員サービスとして必ず必要な事業、府や市および公共機関等との関係から必ず実施すべき事業、その他の必ず取り組むべき事業と、必須ではないがこれまでの経緯から実施せざるを得ない事業、そうではない事業など、優先度をつけて仕分ける作業を行い、その上で拡大・強化・縮小・統合・廃止など事業の整理を行う。さらに市場のニーズをくみ上げ、新規事業に取り組む計画を立てる。

これら各事業を遂行するのに必要な部門・人・予算など、適正な配置がなされているかを検証する。

中・長期行動指針で示された目標を達成するために、これら資源を適正に再配分し、不足があれば補充し、組織を強化する。

必要時に適宜見直しをかけることを行い、ニーズに応じて柔軟に対応できる組織を作る。

3-2 各支所について

三市にまたがって管内とする商工会議所であることをメリットとして最大限に活かすことが重要であり、それを達成するために大きな役割を果たすことが期待されるのが各支所である。

事業の面からみると、管内三市全域にまたがる事業および商工会議所全体に関わる総合的な事業と、各市との連携または各市の特性を活かして取り組むべき地域性の高い事業とを分け、支所機能を強化して独立性を高めるとともに、各市との連動性を高めることで、より地域に密着した、地域に必要とされる商工会議所となることを目指す。

枚方市域においては、本所がその機能を備えていることは自然な形であるかもしれないが、サービスの向上につながる可能性があるならば、枚方市域に特化した部門の設置を検討する。

各支所の機能および人員を強化することで、各市域の会員との関係性をより密接で強固なものにするるとともに、各市との連携を強めることで、市と協働で実施する事業が分野、内容、予算面も含めて多くなり、より効果的な地域との連携を確保する。

目指すべき形の一つとして、より一層地域に必要とされる商工会議所へと進む。

3-3 情報センターについて

北大阪商工会議所はITに強いという特徴があり、特に情報センターは、これまで地方自治体向け公共系基幹システム及び民間企業向け業務系システムの開発・運営・サポート、さらにWEB系やネットワーク構築事業等、長年にわたり携わってきたという実績があり、多数の顧客にご利用いただけてきている。しかし、会員事業所からはもっと会員向けITサービスを提供して欲しいという要望も一方では有る。

商工会議所本所と情報センターの在り方について、情報センターと会員事業所とのITサービス事業の在り方について等を踏まえ、十分にその効果を考慮して方策を練った上で、特に会員事業所や地域の自治体にとって、さらに商工会議所全体にとって、有益なITサービスの提供が可能であると判断した場合、情報センターの商工会議所本所への部分的統合・全面的統合など、ダイナミックな組織変更も含めて体制の見直しを検討する。

3-4 地域活性化支援センターについて

地域活性化支援センターは、開設当初から一定の役割を果たしてきており、企業及び地域に貢献してきている。しかしながら、社会情勢の変化から、果たすべき役割も変化するとともに増加してきており、その重要性は一層高まってきていると感じられる。

枚方市は商工会議所事業との差別化を図り、市として特徴ある事業の実施を求めており、商工会議所に対しても事業の成果を形で示すことも求めることが多くなっている。

商工会議所としては、事業を受託することによるメリットを享受するとともに、枚方市とより一層の連携強化により、枚方市の立場に基づいて事業運営を行い、地域に貢献できるよう、受託事業を継続していきたい。

一方、寝屋川市では産業振興センター（にぎわい創造館）を市独自で運営し、商工会議所寝屋川支所もそこに事務所を設置して、市と連携して施策を遂行している。また商工会議所交野支所に於いては、ソフト面で交野市と密に連携し、産業振興施策をともに推進している。産業振興・地域活性化という目指すべき方向性はともに同じであることから、今後、寝屋川市および交野市に於いても地域活性化支援センターと同様または類似した形で、各市との協働事業を受託、展開していきたい。

4. 収益事業の収益率強化

自立的安定的な経営基盤をつくるためにも収益事業の強化が重要であり、現在実施している各種収益事業の普及促進、改善を図るとともに、新規の収益事業の実施について検討していく。

4-1 検定試験

検定試験は、地元の「北大阪商工会議所で！」知名度向上と受験者増加を図る。

検定試験は全国統一で行われるため、地元商工会議所の存在を知らずに他の商工会議所で受験する場合も多く見受けられる。

より一層の市民への広報はもとより、検定試験毎に大学、企業へのPRを行い、併せてネット申込の普及等、申込方法や試験会場を整備し受験者の受け入れ態勢と増加を図る。

4-2 共済・保険

役員議員を中心に、会員事業所や未加入事業者へ積極的なPRを行い、併せて保険会社営業

社員に対する報奨金、表彰制度を設け推進を強化していく。

4-3 労働保険事務組合

労働保険事務組合へ事務委託する最大のメリットは、事業主、法人役員等の「特別加入制度」であり、この特徴を活かし未適用事業所の加入促進に努める。

4-4 健康診断

医療費増加を抑制するため、国をあげて疾病予防、検診受診を推進している。勤労者の健康診断は必須である。

会員事業所を対象に、専門の健診機関と提携し、定期健康診断はじめ各種健診を実施していく。検診車を事業所に巡回させるなどして受診の啓発に努め、更なる拡充を図っていく。

4-5 会館施設の利用促進

商工会議所会館としての社会的信用性を活かし、空きテナント及び貸し会議室の利用率向上により増収を目指す。

4-6 新規収益事業の検討

商工会議所活動の財源を確保するため、検定試験、共済事業、労働保険事務組合事業等に次ぐ新たな財源となる事業を検討する。

5. 運営体制の強化

5-1 部会の役割と活動の強化

商工会議所における部会とは、その設置、種類、組織、運営等について、商工会議所法に規定された根拠に基づいて定款でその詳細事項を定めているが、会員が営んでいる主要な事業の種類ごとに、それぞれの事業の適切な改善発展を図る上に重大な任務を有するのみならず、その意思を直接商工会議所に対して発表するためにも極めて重要な性格を帯びた組織である。

当商工会議所においては、工業、商業、サービス業、建設業、交通運輸業、理財業、諸業の7部会を設けており、会員はいずれかの部会に所属しなければならないとされている。

商工会議所活動の基本は部会活動である。当商工会議所ではこれまで決して部会活動に重きを置いて事業活動を遂行してきたとは言い難い。部会活動は、商工会議所の組織機能向上の基本となるものであり、さらに、会員事業所の事業経営の改善発達につながっていくものであるため、現状を改善し部会活動を積極的に展開する必要がある。

今後は、各部会の役員会に諮り、会員事業所にとって有益で魅力ある事業を発掘、実施し、

地域の活性化を図っていくことがなによりも肝要である。

5-2 委員会の役割と活動の強化

商工会議所は、各種の事業を通じて、商工業の総合的な改善発達を図ることを主たる目的とするが、その目的を達成するには、十分な調査研究が必要であることは他言を要しない。日常の調査研究は事務局等において継続的に行うこととなるが、重要な事項については、事務局等のみでは完全を期し難いので、商工会議所法および定款で委員会を設けて調査研究することが規定されている。委員会は、商工会議所の任意機関であるから、必ずしも設ける必要はないが、当商工会議所では常設の委員会を設置している。

当商工会議所の委員会は、執行部である役員・議員で構成されており、総務、流通、労働、税制、環境、情報、地域振興、国際の8委員会からなる。

委員会は、その構成メンバーから推察できる通り、商工会議所活動の根幹をなす組織である。このことから、委員会は商工会議所運営そのものの方向性や経済団体としての地域振興に対する考え方を具体化するなど、商工会議所全般、地域経済活性化の方策等について検討することが求められる。

つまり、委員会は、現在の商工会議所の組織運営はもちろんのこと商工会議所の将来を担っているといっても過言ではない。このように非常に重要な委員会であるにもかかわらず、当商工会議所の場合、これまで十分な委員会活動が行われてきたかという点必ずしもそうではない。

今後は、定例会としての開催を検討するとともに、時宜にかなったテーマに応じた委員会を設置し、集約された意見等についてはその都度商工会議所事業に反映されるような体制を構築する必要がある。

5-3 青年部・女性会

北大阪商工会議所青年部は、大阪府内商工会議所青年部で最大規模の会員数を維持している。

次代の地域経済を担う若手経営者・後継者の相互研鑽の場として、また青年経済人として資質の向上を図る青年部においては、大阪府商工会議所青年部連合会並びに近隣商工会青年部との活発な交流を図り、地元活性化事業の推進役として「ええやんか祭り」「北大阪版ジュニア・エコノミー・カレッジ」事業など各種事業を展開し、広く三市内外にPRしている。

女性会においては、毎月の定例会の実施のほか全国大会への積極的な参加、青年部と連携した地域活性化事業など活発に取り組んでいる。

青年部・女性会の活動は、今や商工会議所の事業活動においてはなくてはならない存在であり、その果たす役割は大きなものとなっており、今後も青年部・女性会には北大阪商工会議所の事業活動の一翼を支えていく組織としての活躍が期待される。

6. 会員・地域ニーズを捉えた事業の展開

【早急に取り組むべき事業】

6-1 行政・関係諸機関への建議要望

商工会議所法第9条に商工会議所の事業の範囲が定められており、その1号に「商工会議所としての意見を公表し、これを国会、行政庁等に具申し、又は建議すること。」とされている。行政・関係諸機関への建議要望活動が商工会議所事業の中で最重要事業として位置づけをされている

当商工会議所では、これまで会員企業の成長・発展のため、国や自治体に政策提言・要望活動を行ってきたが、今後は、会員企業の声を聞きながらそれらを国政、大阪府政、市政などに反映させるべく従来にも増して要望・提言活動を積極的に行う。

中小企業対策の拡充をはじめ、税制、金融など企業経営環境の改善、景気対策のほか、インフラ整備の推進、観光・文化、伝統産業の振興など、枚方市・寝屋川市・交野市独自の経済・地域性を考慮した要望活動も展開する。また、これらの要望・提言の実現に向け、行政はじめ関係諸機関の担当者との直接対話を積極的に実施する。

6-2 北大阪ブランドの立ち上げと商品販売

管内には高度な技術を持った価値の高い製品を製造する企業が多く存在する。それら企業にも、昨今の厳しい経営状況、海外との競争などから、新たな販路を探している企業が存在する。単独で販路を開拓することはもちろん必要だが、それだけにとどまらず、商工会議所が地元で生産される製品のブランドイメージを確立して、取引につながる仕組みを構築することによって、新たな販路を開拓し、事業者支援につながることを目指す。

地元で生産される製品群を統合した北大阪ブランドを創設し、例えばある一定基準を満たした製品または顧客投票によって選出された製品等について、認定を付与する仕組みをつくり、ロゴマーク等で統一したイメージを作る。

製品には工業製品、食品、農産物等、様々に考えられるが、まずは数種類の品質の高い製品に絞り込んでブランドイメージを確立する。

商工会議所は取扱製品の選定から、宣伝、販売まで全般に関わり、それぞれの段階で発生する企画料や手数料・サイト運営費等を収入とする。

単に既存の各社製品を紹介して販売するだけではなく、統一ブランドでプレミアム価値を付けて、品質には絶対の信頼を置いて販売する。

商品企画、デザイナー、コピーライター等、製品に関する出来るだけすべてを管内でオーダーする。

時間はかかるかもしれないが、このような取り組みから、地域資源が生まれ、少しでも企業や地域が元気になることにつながることを商工会議所の持つ役割のひとつであると考えている。

6-3 販路開拓、ビジネスマッチング支援

中小企業の販路拡大や新規事業開発に向けた製品やサービスの展示商談会・交流会等のマッチング事業や市場での評価による新たな商品開発などの機会を創出しビジネスチャンスの拡大を支援する。

○ビジネスマッチング「北河内産フェア」の開催

地域の優れた地域資源（技術や材料・商品・サービス等）を持つ中小企業に対して、展示会を通じて取引先の開拓や大手バイヤーへの売り込みなど、販路開拓の機会となるビジネスマッチングへの参加をはじめ、新規市場への参入を支援する。

○ビジネス交流「北大阪受発注交流パーティ」の開催

会員同士の交流を深めるため受発注交流や異業種交流（産学公交流）を通じて、中小企業間の情報交換、取引・販路開拓など新たなビジネスチャンスの拡大を図る。

○受発注商談会の開催

地域の中小製造業者と国内の大手・中堅メーカーとの受発注のマッチングを目的とした商談会を実施。大手・中堅メーカーがブースを構えて出展し、三市の中小企業との商談により資材調達を行うという逆マッチング形式で開催する。

○技術シーズ提案支援

高度な加工技術を保有する複数の市内中小企業者が、その技術を必要とする大手部品メーカーに対して自社の技術を提案する機会を設ける。広域の産業支援機関と連携し、地域の優れた技術を持つ中小企業が、大手メーカー等へ技術提案できる場を提供する。

また、中小企業が行う技術シーズ提案、展示会出展をサポートするため、専門人材による個別指導、フォローアップを行うとともに、提案先となる大手・中堅メーカーを新たに開拓するための調査とアプローチを実施する。

6-4 会員事業所検索・事業所紹介ページ表示、名簿ダウンロードサービス等

商工会議所に入会する目的の一つに、ビジネスマッチングを期待することが挙げられ、いかにして自社または自社の製品を知ってもらうか、その支援を商工会議所に期待するということがある。

従来の紙媒体による名簿、インターネットでの代表的な商取引支援サイトであるザ・ビジネスモール、その他にも企業を紹介するサイトは数多く存在するが、北大阪商工会議所会員に限定した検索・事業所紹介ページ・製品紹介等のサイトを構築することによって、この地域の会員との取引を望む企業からの引き合いにつながる等、掲載事業所にメリットを提供する。

○既存の内部用会員データベースは、会員事業所から知り得た最新情報で更新されているものである。この情報から一般に公開可能な情報を抽出し、さらに必要な情報を付加して、インターネットで発信する有用な企業情報として新たな公開用データベースに連携し、情報蓄積する。

○公開用DBから、検索条件を指定して検索可能な仕組みを構築することにより、会員事

業所が他社から探されやすくなる。また自動でページを構成することにより、企業紹介ページを提供することができる。さらに詳細に知りたい場合には自社サイトへリンクすることによって可能となる。このような仕組みを構築する。

- 公開用DBから（会員の同意の上で）検索条件設定による名簿ダウンロードサービスを有料で提供する。DMを出したい企業等にとって、商工会議所会員は情報として有効であり、ニーズはあると考えられる。
- 情報を必要とする相手に的確に到達させるために、メールマガジンは有効な手段の一つである。公開用DBに登録されているメールアドレスに、または非公開のメールアドレスにも、商工会議所からの連絡を配信する。さらに、メールマガジンに掲載希望の情報を募り、検索条件を絞り込んだ上で、企業に配信するサービスを行う。

このように、情報ツールを有効に活用して、会員企業にメリットのあるITサービスを構築することを目指す。

6-5 官民協働地域情報ポータルサイト構築

地域の各種情報を集めたポータルサイトは数多く存在する。しかし、例えば民間のお店情報は充実していても、子供を連れて遊びに出かける近所の公園情報は改めて市のサイトを検索しないと探せなく、逆に市役所の情報を見て出かけるついでに近くでランチを食べるには、これもまた別に検索して探す必要がある。市民生活にとって情報に官民の区別は必要ではないと考える。このような身近で生活に必要な情報を1つのサイトに集めることによって、官民間問わず日常生活に便利な情報を簡単に手に入れることができるサイトを管内すべてで構築したい。

交野市で展開している官民協働の地域情報ポータルサイトである「織姫ねっと」を先例として、主に商業および地域情報を集約し、さらに子育て情報や医療情報、高齢者支援情報等を充実させたポータルサイトを、寝屋川市、枚方市でも立ち上げ、3市で実現する。自治体からの生活に必要な情報も掲載することによって、市民生活に欠かせないサイトとして発展させる。

- 交野市では「織姫ねっと」を展開しており、商店情報や地域の情報が充実していることはもとより、市と連携した「子育て情報」や病院・医院の掲載が充実している、官公署には市役所各部署が紹介されているなど、官民協働の生活に欠かせない情報サイトとして構築されている。
- 寝屋川市では「まいぷれねやがわ」を寝屋川市の協力によって商工会議所が構築した。しかしながら、市が発信する生活に欠かせない情報を掲載するまでには至っておらず、今後の進展を目指したい。
- 枚方市では「まいぷれ枚方」を展開しており、一部枚方市との連携が図られているが、情報の共有までは至っておらず、こちらも今後の進展を目指したい。

これら3サイトともが商業と地域情報、生活に欠かせない情報が充実したサイトになっていくことで、管内の地域情報ポータルサイトは商工会議所が提供できることになる。この実現を目指したい。

7. 情報発信の強化

商工会議所には、地域産業はもとより、幅広く地域社会に有用な情報も多く集まり、それらを発信できる。この情報力は商工会議所の強みの一つであり、さらに会員からの情報提供に対するニーズも高いことから、それを活かす方法としての情報発信を手段・内容の両面から強化する。

また、ここでいう情報とは、商工会議所自体が発信するもの、国、府、地元自治体などから発せられる産業・地域社会に関連するもの、会員から発せられる地域社会に貢献するもの、その他イベント、セミナー・講演会、地域情報など、幅広く地域産業に関連するものをいうが、特に有用な情報はサイト上で会員限定に制限をかけて提供することにより、商工会議所会員としてのさらなるメリットを提供する。

7-1 会報誌 (NORTH)

会報誌の紙媒体での発行を継続することは必要であるが、その形式は改良を検討する。特に冊子形式か新聞のような見開きの形式にするか、同時に封入している折り込み広告とのバランスも含めて改善検討する。

また、同じ内容をインターネット経由で閲覧可能にすることにより、紙媒体を必要としない会員には同意を得た上で、紙媒体は発行せず発行部数を減少する。

インターネットで発行した通知はお知らせメールを発信することによって行う。

またインターネットでは、内容については広く一般に公開する情報と会員のみ閲覧可能な情報を分け、価値ある情報を会員に提供することを進める。

7-2 北大阪商工会議所活用ガイドブック

現在紙媒体で発行されているガイドブックを電子化し、インターネットで閲覧可能にする。さらに、内容について詳細に説明を追加することによって、誰が見ても商工会議所がどのような事業を行っているかが分かるよう、また既存会員で商工会議所を利用されていない場合の利用促進につながるよう、さらに商工会議所への入会勧誘時にそのページを見ながら商工会議所について説明でき、理解を深めてもらえるよう整備する。

7-3 ホームページ

上記2点を含め、商工会議所ホームページのリニューアルと内容の一層の充実を図る。使いやすさを重視し、わかりやすく、会員の役に立つサイトを構築する。

特に重要なことは、日々収集され、発信することを求められる情報を、タイムリーに発信することである。その為に、情報を日々追加・更新できるよう専任の広報担当者を置く。

将来的には商工会議所のホームページにとどまらず、管内三市の総合産業ポータルサイトのイメージにまで幅を広げ、三市製造業サイトとの連携、三市それぞれの官民協働の地域情報ポータルサイトとの連携、三市工業会や商業連盟等との連携、農業関係との連携など、商工会議

所のサイトが北大阪三市の産業情報の玄関口としての役割を果たし、管内で求められる産業情報にすぐにたどり着けるサイトを目指す。

最終的に、商工会議所が持つリアルな世界での強みとバーチャルな世界での強みの両面を活かして、各企業間取引、販路拡大、海外取引等につながるようなサイトにまで発展させることが出来れば、理想的である。

7-4 その他

Facebook、Google+、Twitter、Blog、メールマガジンなど、WEBを使った情報発信手段が多数出現しており、さらに今後出てくる可能性も十分考えられる。それぞれの特性があり、その特性に合った目的で利用することによって効果が得られる。それらの特性を見極めながら、業務への負荷と効果の検証等を行い、商工会議所にとって有益な手段であると判断できたモノについては積極的にそれに取り組み、情報発信手段として活用していくことで、さらなるステップアップを目指す。

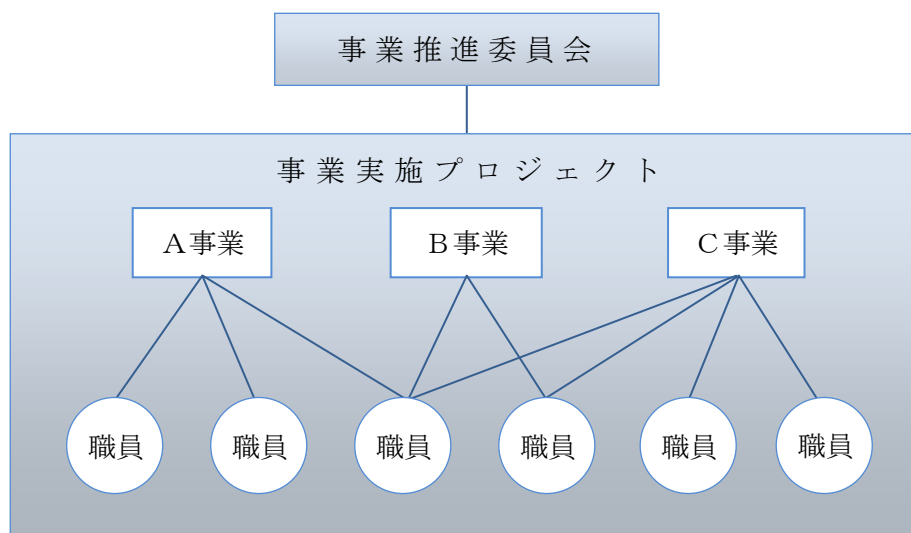
8. プラン実行のための組織と実施体制

プラン実施にあたっては、事業計画推進のための「事業推進委員会」と「事業実施プロジェクト」を組織した上で、時流、効果、組織能力を勘案して必要性が高い事業を選択して推進する。

さらに、事業の達成に向けて、Plan（事業計画づくり）、Do（事業の実行）、Check（計画の進捗管理）、Act（計画の見直し）の4段階サイクルによる継続的運営を行う。

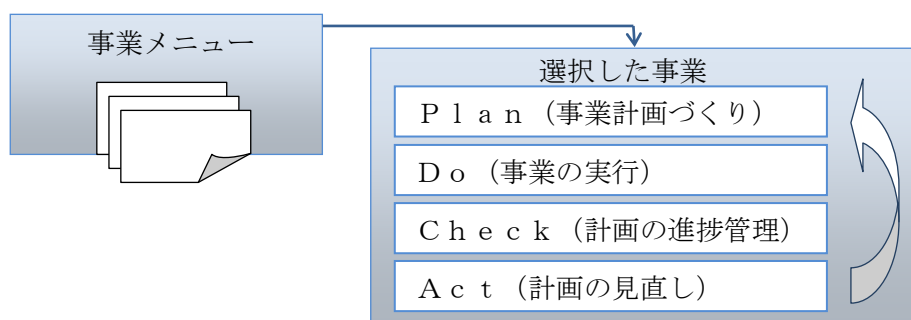
8-1 事業推進体制

役員・職員から成る「事業推進委員会」において毎年度の基本的事業方針等を検討し、事業実施計画書を作成した上で、職員から成る「事業実施プロジェクト」において実施する。



8-2 事業の実施

時流、効果、組織能力を勘案して必要なものを優先して実施する。また、行動計画は常に見直しを行い、時宜に適した事業展開に努める。



商工会議所議員憲章（参考資

料)

1. 議員としての誇りと自覚を持ち、企業人として研鑽を重ね、企業活動を通じて地域経済の発展に貢献します。
2. 地域経済の代表として進取の政策提言を行い、全国の仲間と連携して日本の明るい未来づくりを目指します。
3. 地域と日本経済発展の基盤である中小企業の経営革新と創業を強力に支援します。
4. 魅力あふれる地域の創造を目指し、地域のリーダーとして街づくり、人づくりに果敢に挑戦します。
5. グローバリゼーションの進展に地域のさきがけとして対応するとともに、地域の国際化・情報化を推進します。
6. 商工会議所活動の中核として組織・財政・事業など運営全般にわたって主体的に参画します。

北大阪商工会議所中・長期行動指針策定のためのアンケート調査結果概要

調査の概要

(1) 目的

北大阪商工会議所の果たすべき役割を絶えず見直すとともに、現場に立脚した活動を通じて地域ニーズや課題解決に努め、地域の活性化に向けて細かく対応していくための中・長期行動指針を策定するための基礎資料とする。

(2) 調査対象事業者数および回収数

北大阪商工会議所会員 2,992 社から、業種別、市別分布状況に合わせて 2,967 社を抽出。

調査概要

調査期間：

平成 23 年 10 月 19 日（水）
～ 31 日（月）

調査対象：

北大阪商工会議所会員事業所
（枚方市・寝屋川市・交野市・その他）

調査方法：

アンケート調査票（2,967 通）
を発送

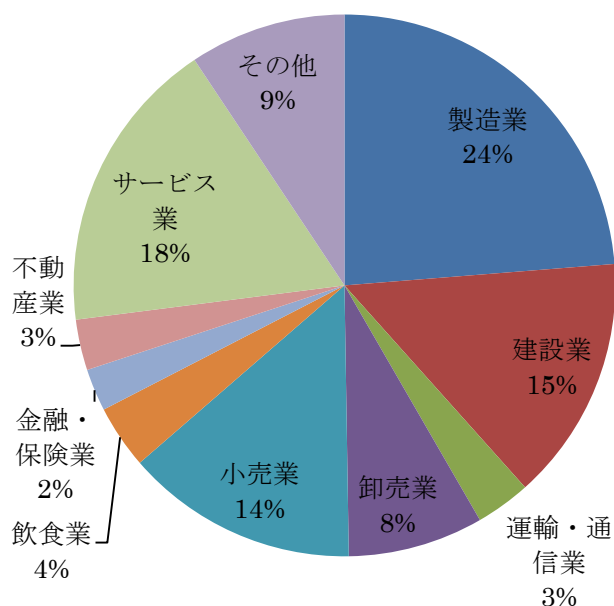
有効回答数：

396 件
枚方市 232 件
寝屋川市 104 件
交野市 42 件
管外その他（無回答を含む）18 件

回答率：

13.3%

回答企業の業種別構成比



(3) 調査手法

- ・調査票を用いたアンケート調査
- ・郵送で調査票を配布・回収
- ・調査機関：平成 23 年 10 月 19 日～10 月 31 日

(4) 調査内容

- ・事業所の特性
- ・事業所の現状と課題
- ・北大阪地域の現状と発展
- ・北大阪地域の産業振興について
- ・商工会議所・行政への期待

回答事業所の特性

回答事業所の7割強が法人で、営業年数は平均34.9年、経営者の年齢は平均59.4歳である。

製造業は業歴が古く、法人形態は(92.5%)で6割以上が本社・本店であり比較的規模も大きい。建設業の法人形態は(81.0%)でその殆どが本社・本店である。小売・飲食・サービス業は規模の小さい個人事業所が多い。

(1) 業種

回答母数が多いのは、製造業、サービス業、建設業、小売業で、4業種で70.0%を占める。

(2) 従業員規模

従業員規模別では、「1~2人」22.8%、「3~4人」10.7%、「5~9人」24.0%、「10~29人」16.6%、「30~99人」16.9%、「100人以上」9%である。「1~2人」の割合が最も高いのは、サービス業、小売業で比較的規模が小さい。「5~9人」の割合が高いのは建設業で、「10人以上」の割合が高いのは製造業である。

(3) 事業形態

回答事業所のうち74.2%が「法人形態」で、製造業、建設業の割合が高く、所在地別では枚方市の割合が高い。「個人形態」は回答事業所のうち25.7%を占め、サービス、小売、建設業の順に割合が高い。

(4) 事業所形態

回答事業所の形態は、「本社・本店」が82.7%で「支店・営業所」は6.8%、「工場」は10.5%となっている。

「本社・本店」の割合が高いのは、製造業、サービス業、建設業、小売業の順である。

(5) 営業年数

営業年数は「10年未満」が12.1%、「10~29年」が26.0%、「30~49年」が37.8%、「50年以上」が21.4%、平均は34.9年である。

営業年数が比較的短いのは飲食業で平均23.1年である。営業年数が長いのは製造業で平均49.9年、現在地での営業年数も製造業が長く、平均30.9年である。

(6) 事業所責任者の年齢

事業所責任者の年齢は「30代」が4.0%、「40代」が14.4%、「50代」が23.0%、「60以上」が53.8%、60歳以上が最も多く、平均年齢は59.4歳である。

(7) 後継者の有無

後継者「有」が52.4%で、そのうち製造業が32.2%を占めている。「無」が41.4%で、そのうちサービス業が20.7%である。「有」が「無」を上回っているのは、製造、建設、運輸通信、卸売業で、「無」が「有」を上回っているのは、小売、飲食、金融保険、不動産、サービス業となっている。

経営の現状と課題

売上高、利益ともに減少傾向の事業所が5割前後を占め経営状態は非常に厳しい。また、業界の将来についても悲観的な見方が強く出ている。

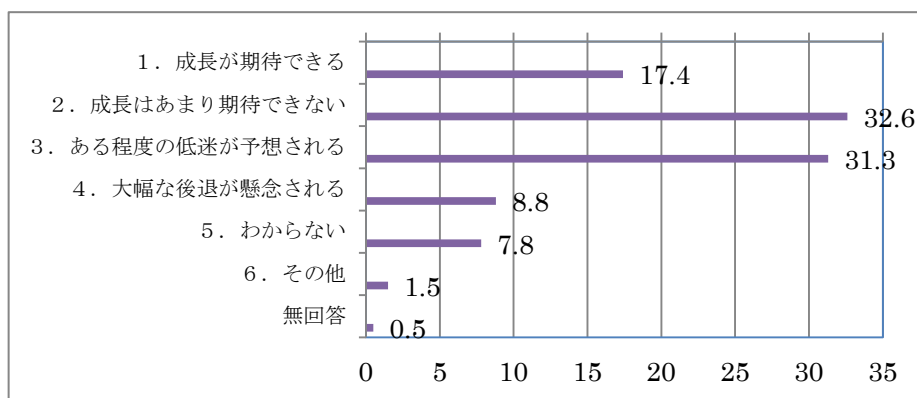
(1) 経営の現状

F11 売上高・利益の推移

ここ数年の売上高・利益が「増加傾向」にあるのは、それぞれ回答事業所の18.2%、13.6%で、「減少傾向」にあるのはそれぞれ47.2%、53.0%で、経営状態は非常に厳しい。

Q1 業界の将来性

「成長が期待できる」と見る事業所は17.4%あるが、「成長はあまり期待できない」が32.6%、「ある程度の低迷が予想される」が31.3%、「大幅な後退が懸念される」が8.8%となっており、悲観的な見方が大勢を占め厳しい予想をしている。

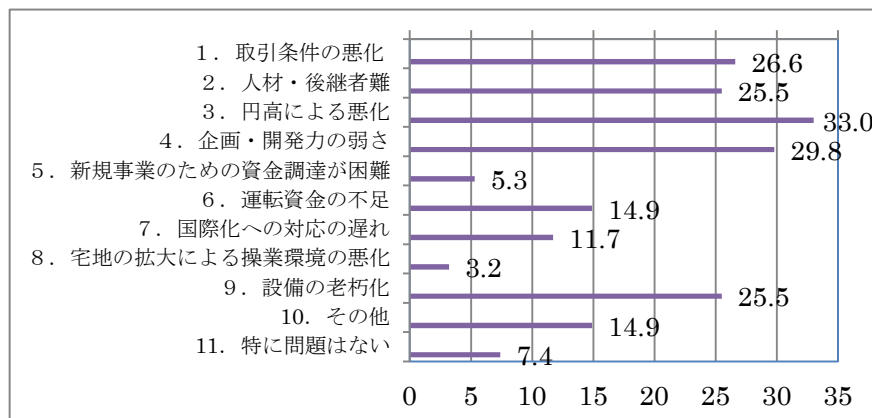


(グラフの単位：%)

SQ1 経営上の課題と取り組みの方向

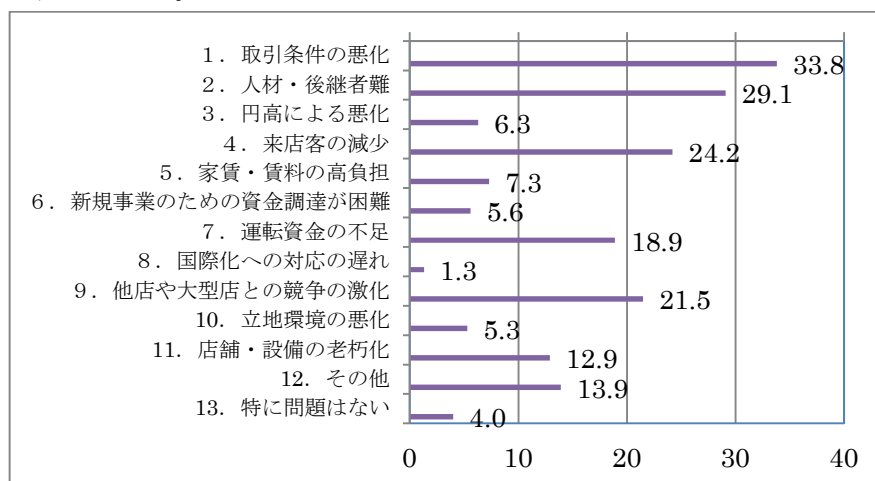
経営上の課題[製造業]

製造業では「企画・開発力の弱さ」が33.0%、「円高による悪化」が29.8%、「取引条件の悪化」が26.6%、「人材・後継者難」が25.5%、「設備の老朽化」が25.5%と上位を占めている。



経営上の課題[非製造業]

非製造業では「取引条件の悪化」が33.8%、「人材・後継者難」が29.1%、「来店客の減少」が24.2%、「他店や大型店との競争の激化」の21.5%などが上位を占めている。



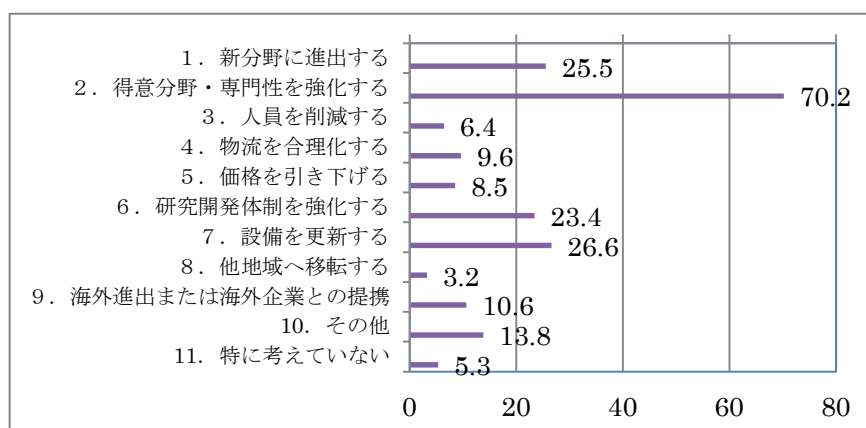
SQ2 課題への取り組み

[製造業]

製造業では「得意分野・専門性を強化する」が70.2%、「設備を更新する」26.6%、「新分野に進出する」25.5%、「研究開発体制を強化する」23.4%の順で、まず自社の得意分野に注力することを第一に考え、そのうえでリスクの高い新分野に進出するという姿勢が見られる。

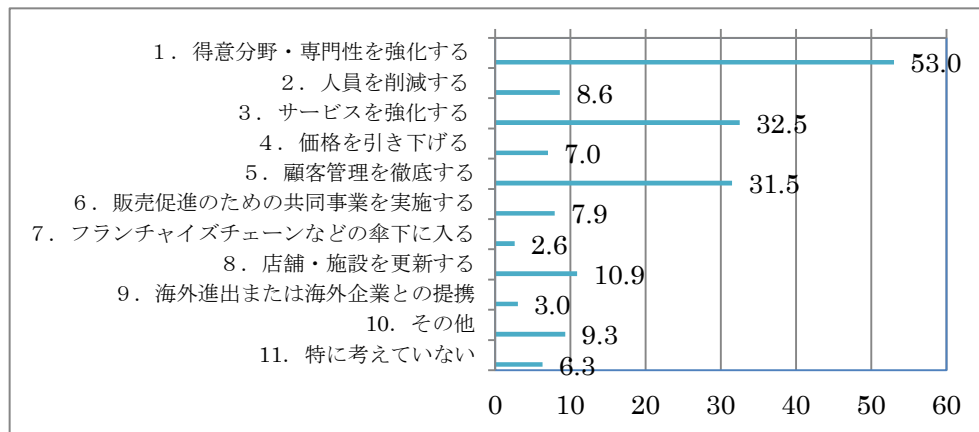
記述回答では、販路開拓や新商品の開発の意見が聞かれる。

海外進出、または海外企業との提携では、中国、ベトナム、台湾が挙げられている。



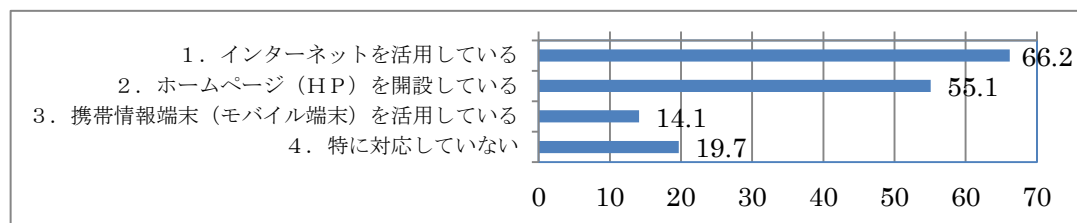
[非製造業]

非製造業では「得意分野・専門性を強化する」が53.0%、「サービスを強化する」32.5%、「顧客管理を徹底する」31.5%の順になっている。まず得意分野を伸ばすとともにサービスを強化し顧客管理を徹底するという客の囲い込みをする動きが強く出ている。



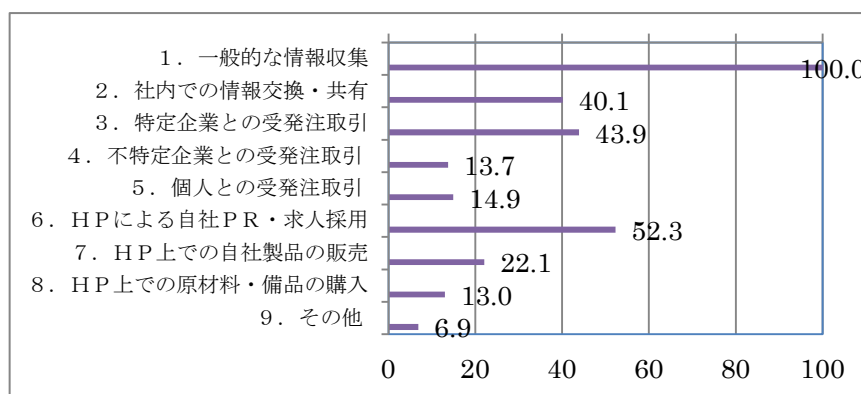
Q2 情報化への取り組み

「インターネットを活用している」が66.2%、「ホームページを開設している」55.1%、「モバイル端末を活用している」が14.1%と浸透度は高い。反面「特に対応していない」が19.7%もあり、小売業の占める割合が高い。



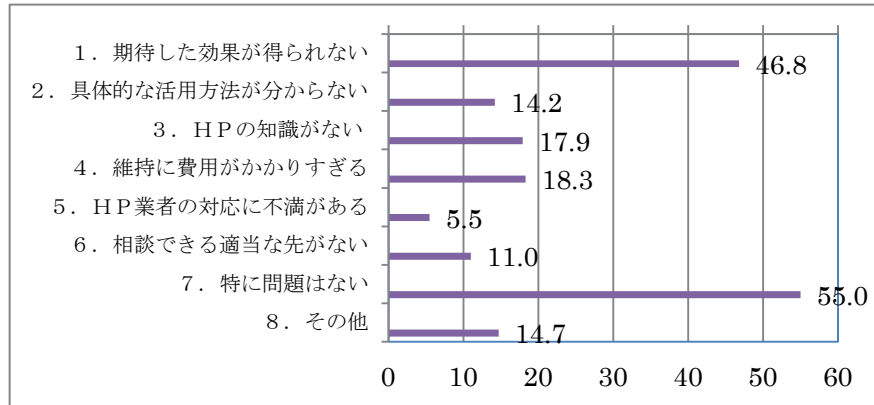
SQ1 インターネットの活用状況

インターネットの活用は「一般的な情報収集」が100%である。「HPによる自社PR・求人採用」が52.3%、「特定企業との受発注」は43.9%となっている。「一般的な情報収集」はいずれの業種も利用率が高いが、「社内での情報交換・共有」や「特定企業との受発注取引」「HPによる自社PR・求人採用」は製造業が35%以上の利用率であるのに対して他の業種の利用率は低い。



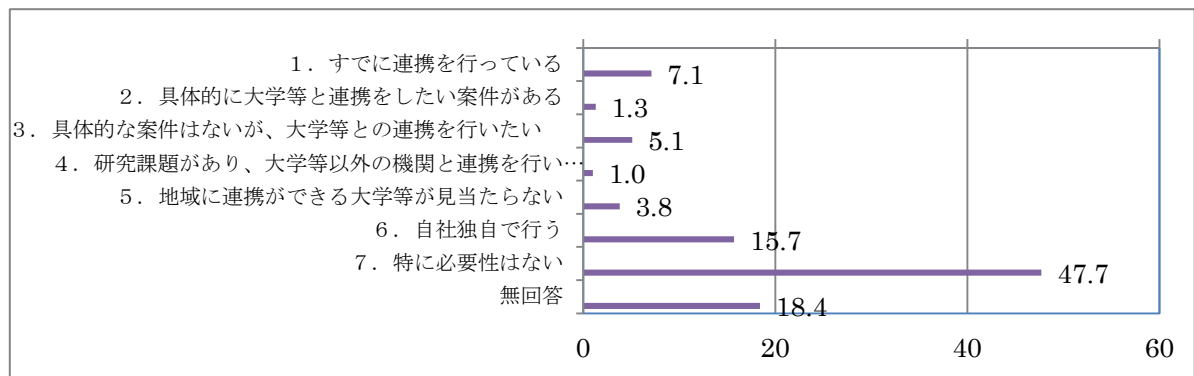
SQ2 HPの運営上の問題点

「特に問題はない」が55.0%に対し、「期待した効果が得られない」が46.8%と5割弱が当初期待した効果が得られないと考えている。また、「維持に費用がかかりすぎる」が18.3%あり、半数以上が何らかの問題を抱えている。



Q3 研究開発や新分野進出における大学・研究機関の連携

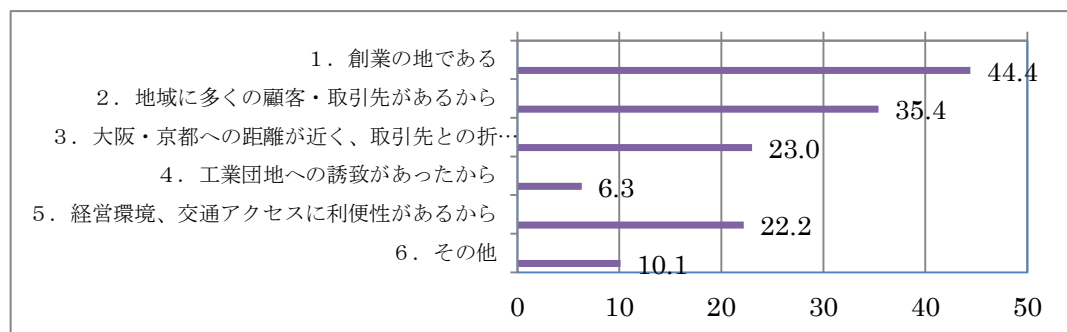
「すでに連携を行っている」が7.1%あり、製造業の割合が一番多くなっている。今後連携を行いたいとしているのを併せると14.5%が共同研究に前向きな姿勢を示している。反面「自社独自で行う」が15.7%、「特に必要はない」が47.7%ある。



SQ REDの開発 新製品の開発 等

SQ4 現在の場所に拠点を置いている理由

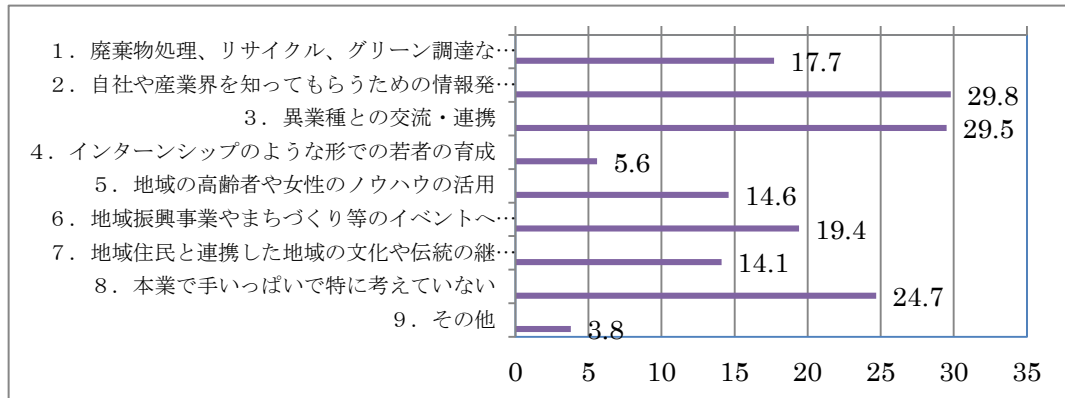
地域に拠点を置く理由として、「創業の地」を挙げた事業所は4割以上あり、建設、卸売業の割合が高い。「地域に多くの顧客・取引先がある」は小売、サービス業で高い。「大阪・京都への距離が近い」は製造業で高くなっている。



SQ 事業継続の上で配慮すべき点

事業継続にあたって、配慮することは、「自社や産業界をしつてもらうための情報発信活動」が29.8%、「異業種との交流・連携」が29.5%と高い割合を示しており、社会貢献などの意識は低い。「本業で手いっぱい」も24.7%ある。

「環境への対応」の割合が高いのは製造業である。「地域振興事業等への参加」、「地域住民と連携した文化や伝統の継承・発展」は小売業、サービス業の割合が高い。

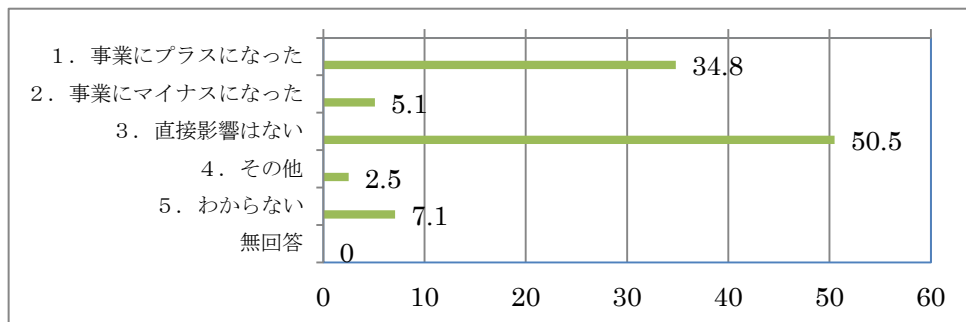


Q5 第二京阪道路の開通効果

第二京阪道路の開通については、「事業にプラス」になったとする割合が34.8%、「事業にマイナス」になったは5.1%と低い。「直接影響はない」が50.5%、「その他」、「わからない」が9.6%に上る。

プラスの割合が高いのは製造業で、「直接影響はない」が卸売、小売、飲食、サービス業で半数を超えている。所在地別では「プラス」の割合が高いのは交野の事業所で、「直接影響がない」の割合は寝屋川の事業所で高い。

記述回答では、アクセス向上、移動時間の短縮による事業の効率化、商圏の拡大、物流のスピードアップなど各分野でプラス効果が現れている。ただし他エリアへの流出による客数の減少や周辺道路の渋滞による環境悪化などの声が出ている。



Q6 北大阪地域の現状と発展の方向

(1) 北大阪地域の現状

企業と住宅が混在する都市としての評価は、「そう思う」が40.4%、「ややそう思う」が34.8%で75%を超えており、三市とも洗練された住宅都市としての評価はされていない。

購買力のある消費都市としての評価は、「そう思う」が4.8%、「ややそう思う」が16.9%と2割をいどは消費都市としての評価をしているが、それ以外は否定的な見方をしている。

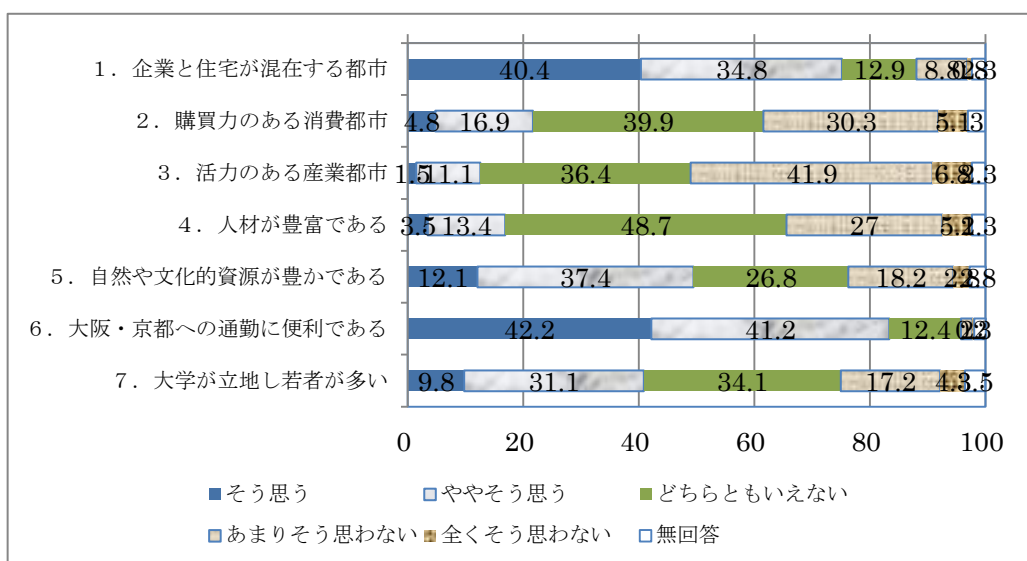
活力のある産業都市についての評価は、「そう思う」が1.5%、「ややそう思う」が11.1%と肯定的な評価は1割強と低く、8割以上は否定的なみかたをしている。人材が豊富であるとの評価は、「どちらともいえない」が48.7%と最も多く、判断材料が少ないと考えられる。

自然や文化的資源の集積度合いについては、「そう思う」が12.1%、「ややそう

思う」が37.4%と約半数が肯定的な見方をしている反面、「どちらともいえない」が26.8%、「あまりそう思わない」が18.2%と4割強の人は厳しい見方をしている。

通勤の利便性については、「そう思う」が42.2%、「ややそう思う」が37.4%で併せて約8割が評価しており、住宅都市としての強みを備えている。所在地別では三市とも8割を超える評価をしている。

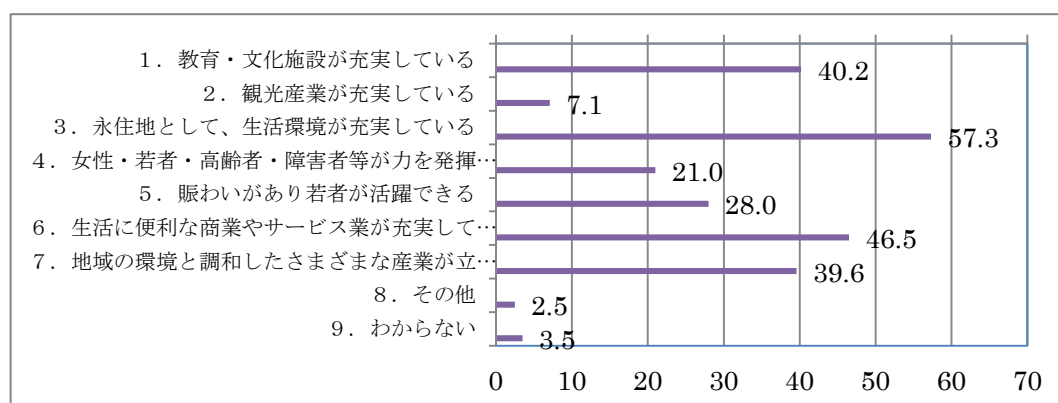
大学が立地することの優位性については、「そう思う」が9.8%、「ややそう思う」が31.1%で併せて4割を超えており、一定の評価がなされている。地域別では枚方市の事業所で集積度の高さが評価されている。



SQ 北大阪地域の発展の方向

地域の発展の方向は、「永住地として生活環境が充実している」が57.3%、「せいかつに便利な商業やサービス業が充実している」が46.5%、「教育・文化施設が充実している」が40.2%で住宅都市としてのイメージが強く出ている。「女性・若者・高齢者・障害者等が力を発揮できる」や「賑わいがあり若者が活躍できる」は20%で人材についての認識が低い。

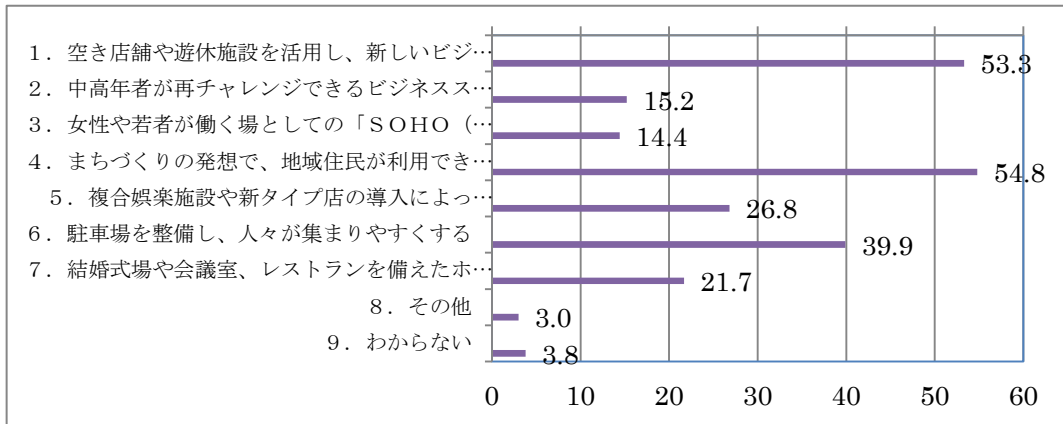
「環境と調和した産業が立地し活力がある」については製造業で一番多く、「永住地として生活環境が充実している」が製造業以外の全ての業種で上位を占めている。地域別では三市とも大きな差異はない。



Q7 鉄道駅周辺に必要な整備

「まちづくりの発想で、地域住民が利用できる魅力的な商業施設をつくる」が54.8%、「空き店舗や遊休施設を活用し、新しいビジネスを誘導する」が53.3%で、それぞれ50%を超えており、駅周辺の商業施設に対する不満や遊休施設の活用方法に対する懸念とともに活性化に対する期待が現れている。

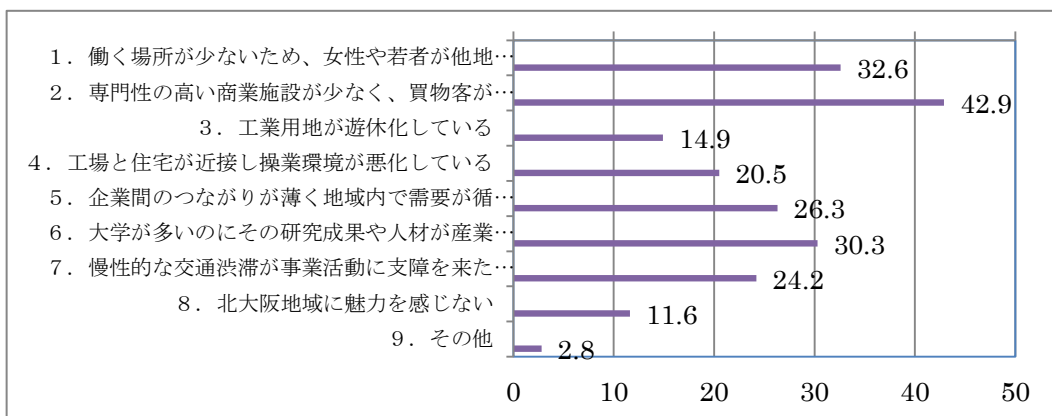
「空き店舗や遊休施設を活用し、新しいビジネスを誘導する」の割合は卸売業や小売業が高くなっている。



Q8 産業振興を図る上での課題

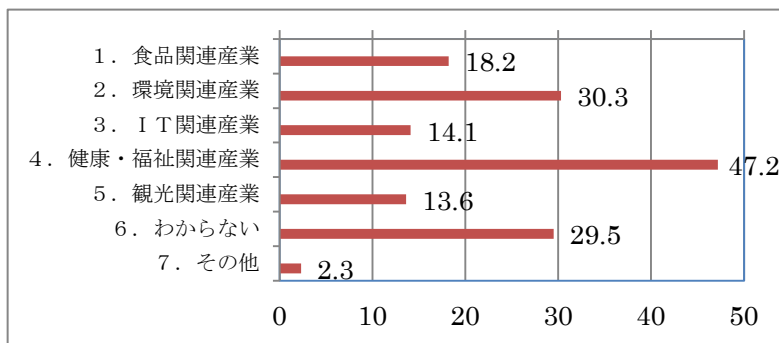
「専門性の高い商業施設が少なく、買い物客が地域外に流出している」が42.9%で最も多く、建設、卸売、小売、飲食、不動産、サービス業の指摘が多い。「働く場所が少ないため、女性や若者が他地域に流出している」が32.6%で運輸、金融・保険業で割合が高い。「大学が多いのにその研究成果や人材が活かされていない」が30.3%で製造、サービス業で割合が多い。「工場と住宅が近接し操業環境が悪化している」が20.5%で製造業が最も多くなっている。

記述回答では、インフラの未整備や各市の産業政策に対する予算の確保などが指摘されている。



SQ1 発展が期待できる産業分野

「健康・福祉関連」が47.2%と最も多く、以下「環境関連」が30.3%、「食品関連」が18.2%、「IT関連」が14.1%、「観光関連」が13.6%の順となっている。ただし「わからない」が29.5%と3割弱を占めており、既存産業の閉塞感など地域が直面している課題を反映している。

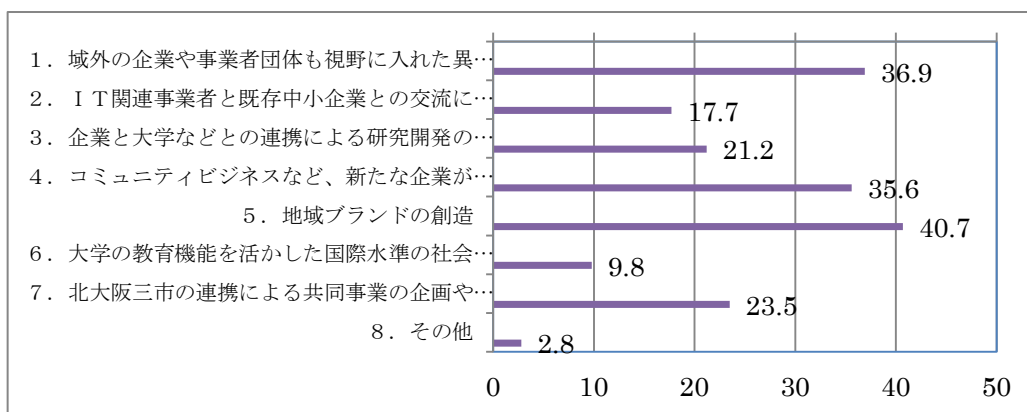


SQ2 産業活性化のための取り組み

「地域ブランドの創造」が40.7%あり、製造業が最もおおくなっている。「域外の企業や事業者団体も視野に入れた異業種交流事業の活発化」が36.9%で卸売、サービス業を中心に割合が高い。「コミュニティビジネスなど、新たな企業が生まれる環境の整備」が35.6%で建設、小売業を中心に割合が高い。「北大阪三市の連携による共同事業の企画や施設の整備」が23.5%で全業種で平均的に支持されている。

地域別では、「地域ブランドの創造」は枚方市、交野市での割合が高く、「域外の企業や事業者団体も視野に入れた異業種交流事業の活発化」は寝屋川市での割合が高くなっている。

記述回答では、三市合同での都市計画及び施設の整備や事業の実施。「道の駅」を整備し特産品を販売。「くらわんか」を冠としたイベント、事業の実施（観光船、花火、菊人形など）が挙げられている。

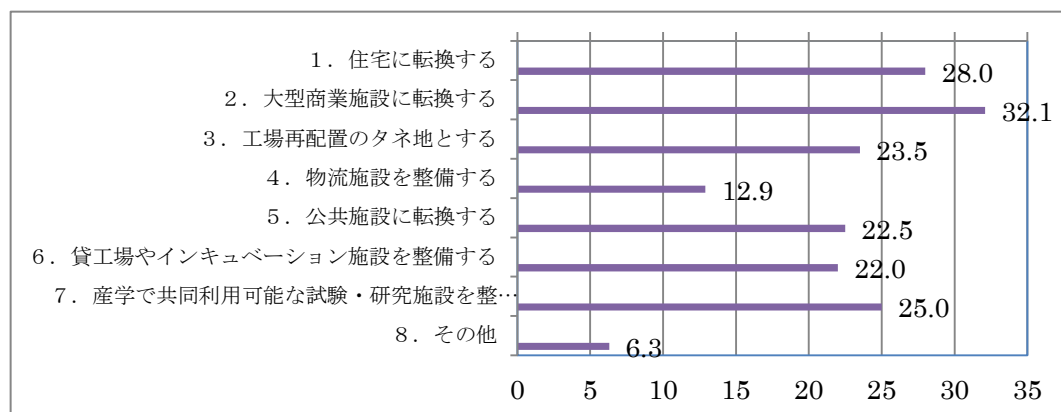


Q9 遊休地の利用

遊休地の利用は「大型商業施設に転換する」が32.1%で建設、卸売業で高く支持されている。続いて「住宅に転換する」が28.0%で小売、飲食、不動産業で高く、「産学で共同利用可能な試験・研究施設を整備する」が25.0%とサービス業で高く支持されている。次に、「工場再配置のタネ地とする」が23.5%で、製造業で高く支持されている。

所在地別では、「大型商業施設に転換する」が枚方市で、「住宅に転換する」が寝屋川市、交野市での割合が高くなっているが各項目とも支持数は大差がなく、それぞれの都市の機能、インフラとしての不足しているものに対する期待が感じられる。

その他の回答では、大型テーマパークの誘致、ホテル・コンベンションセンターの整備、域外から集客と消費が望める施設誘致などが挙げられている。

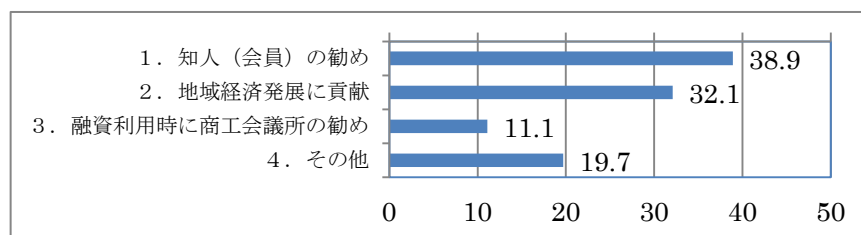


Q10 商工会議所への入会動機

「知人（会員）の勧め」が38.9%、「地域経済発展に貢献」が32.1%、「融資利用時に商工会議所の勧め」が11.1%、「その他」が19.7%となっている。

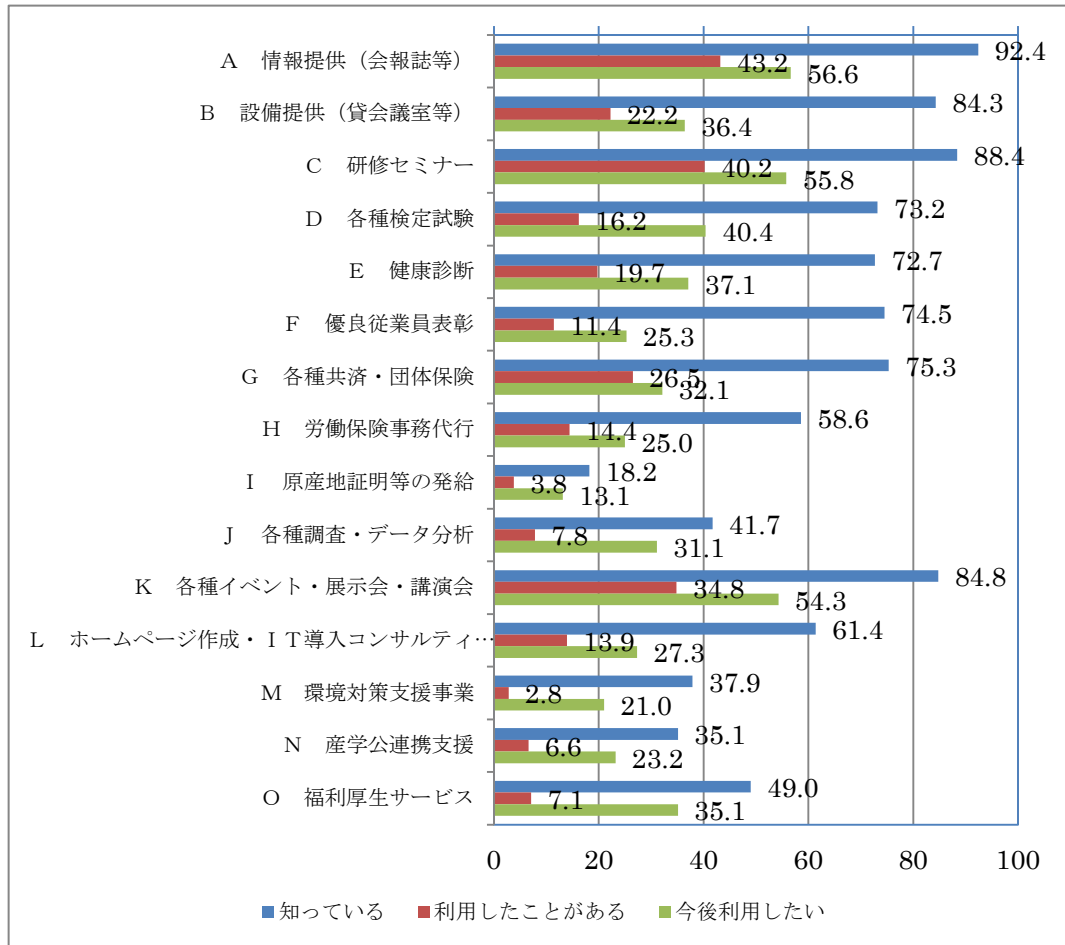
「その他」のなかでは、「会社の信用度を高めるため」、「会議室の利用」、先代からの付き合い、「原産地証明のため」、「情報の収集」、「労働保険事務組合加入のため」などがあげられている。

「地域経済貢献のため」に3割以上の方々が、また「会社の信用度を高めるため」に多くの方々が入会していただいているということが伺える。



Q11 商工会議所の事業

商工会議所の事業の認知は、「情報提供（会報等）」92.4%、「会議室等」84.3%、「研修セミナー」88.4%、「各種検定試験」73.2%、「健康診断」72.7%、「有料従業員表彰」74.5%、「各種共済制度」75.3%、「各種イベント・展示会・講演会」84.8%と比較的高いが、「労働保険事務代行」58.6%、「ホームページ作成・ITコンサルティング」61.4%となっており、「福利厚生サービス」49.0%、「各種調査・データ分析」41.7%、「環境対策支援事業」37.9%、「産学公連携支援」35.1%、「原産地証明等の発給」18.2%と低く、商工会議所事業の中でも重点事業として実施しているにもかかわらず認知度が低くなっている。今後の利用意向で5割を超えているのは「情報提供」56.6%、「研修セミナー」55.8%、「各種イベント・展示会・講演会」54.3%の三事業のみであり、他の事業については「利用しようと思わない」が圧倒的に多く、今後事業を遂行する上で大きな問題があることが浮き彫りになった。



SQ1 制度、事業の情報入手先

制度、事業の情報源は、会報、商工会議所からの案内、職員から、ホームページ、その他の順になっている。その他では、会員から、タウン誌などが挙げられている。

SQ2 利用・参加しない理由

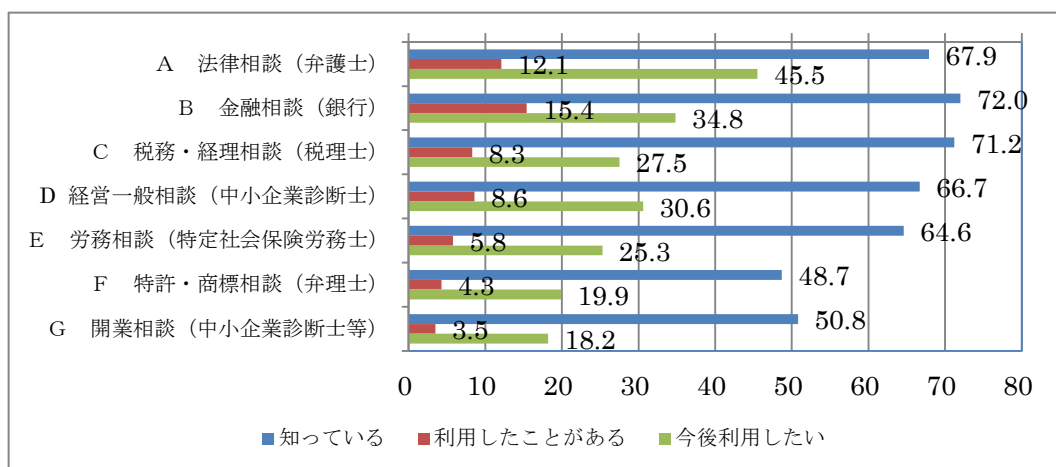
制度・事業を利用しようと思わない理由は、「利用するものがない」15.5、「商工会議所にいきづらい」3.5、「その他」6.2となっている。全体で多くの方々が利用するものがないと感じていることもゆゆしきことである。

会員をあらゆる面から支援するという商工会議所本来の機能を見つめ直すことが必要である。記述回答では、「対応が官僚的で利用しにくい」、「窓口での対応が事務的」、「役席者の態度が不満」、「土日を利用できない」、「他でたりている」、「内容が充実していない」などの意見がある。

Q12 専門経営相談の状況

専門経営相談の認知度は「法律」67.9%、「金融」72.0%、「税務・経理」71.2%、「経営一般」66.7%、「労務」64.6%は60%~70%を超えているが、「特許・商標」48.7%、「開業」50.8%と50%前後にとどまっている。利用経験は、「法律」12.1%、「金融」15.4%、であるが、その他は1桁にとどまっている。今後の利用意向は「法律」45.5%、「金融」34.8%、「経営一般」30.6%で30%台を超えている。他の相談では「利用しようと思わない」とする意見が50%を超えており、その理由として、「雰囲気役所的」、「あてにならない」、有料

無料が明確でない」、「具体的な指導が少ない」、「自社で対応可能」、「通り一辺倒」などがあげられている。



SQ1 利用した相談の情報源

会報、商工会議所からの案内、職員から、その他、ホームページの順になっている。

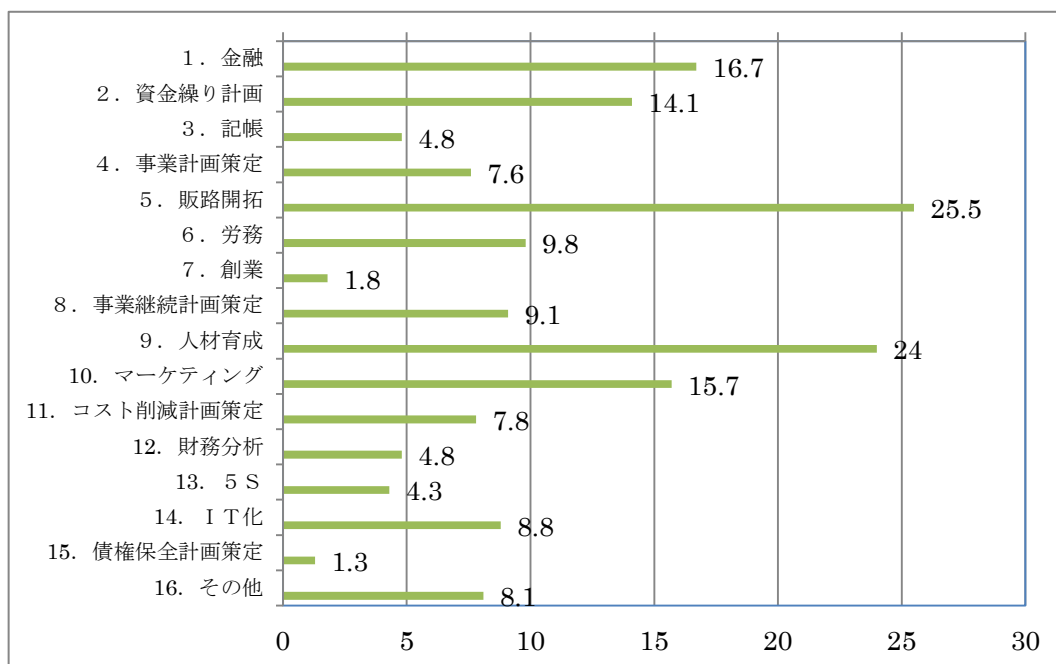
SQ2 利用しない理由

利用するものがない、商工会議所に行きづらい、経営状況が知られる、その他となっている。

記述回答では、「他で専門家を頼んでいる」が最も多く、他では「自社で対応可能」、「具体的な指導が少ない」などが挙げられている。

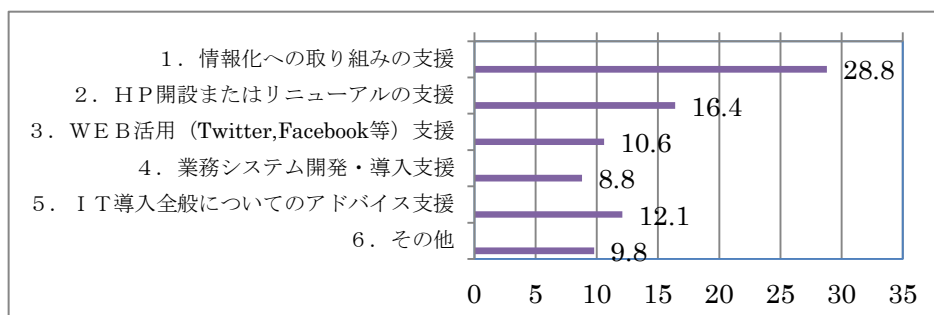
Q13 経営指導員による経営相談の意向は

「販路開拓」25.5%、「人材育成」24.0%、「金融」16.7%、「マーケティング」15.7%、「資金繰り計画」14.1%の順になっている。いずれの項目についても利用希望の割合は低く、詳しく分析する必要があるものと思われる。



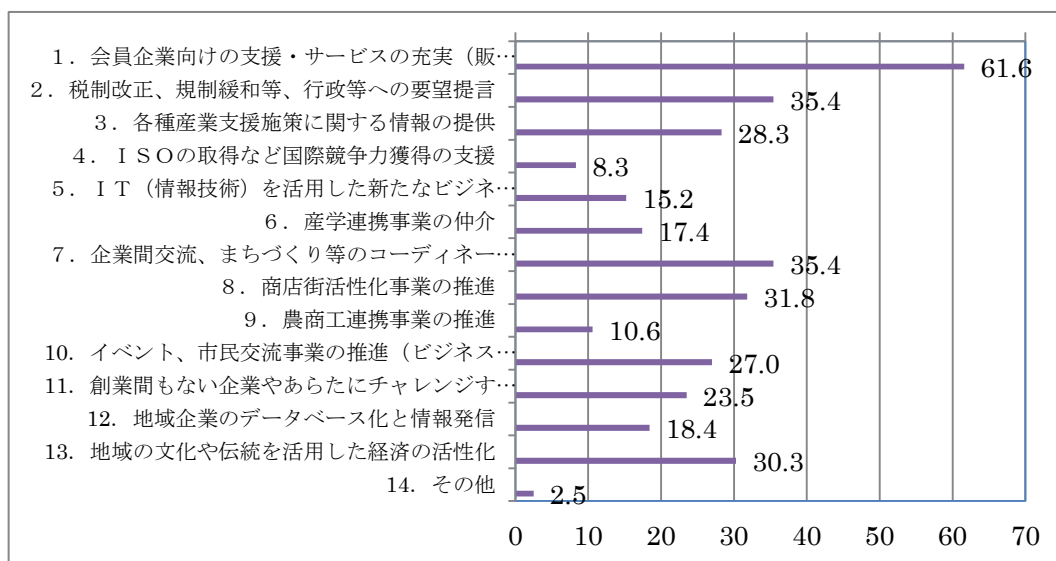
Q14 情報センターに望む事業

「情報化への取り組み支援」28.8%、「HP開設またはリニューアルの支援」16.4%、「IT導入全般についてのアドバイス支援」12.1%、「WEB活用支援」10.6%、「業務システム開発・導入支援」8.8%、「その他」9.8%となっている。



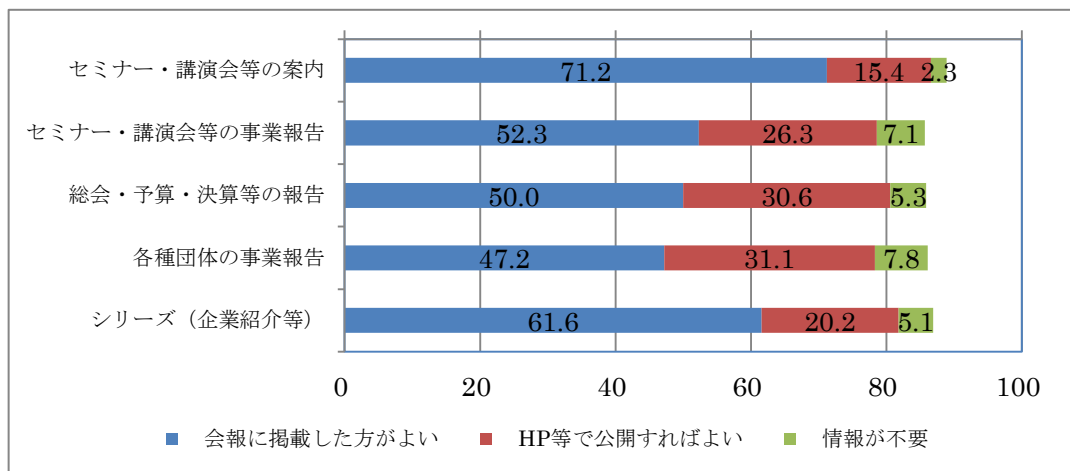
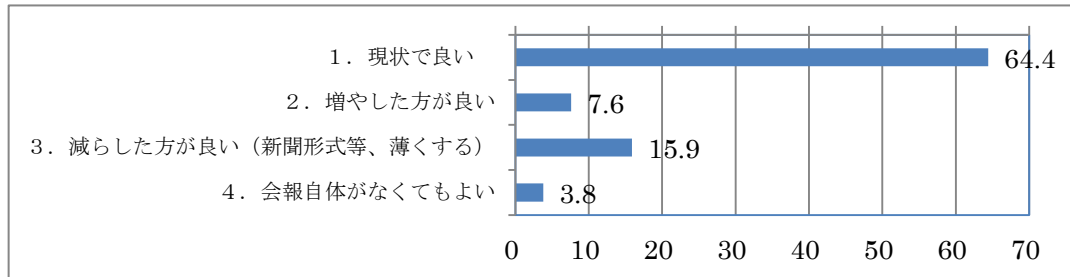
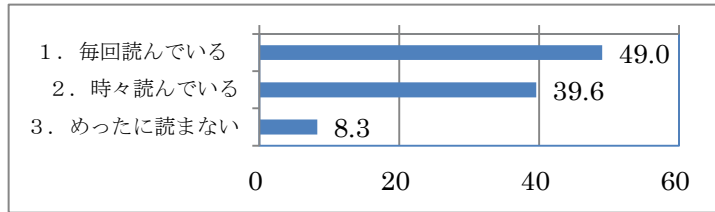
Q15 商工会議所が取り組む事業

「会員向けの支援・サービスの充実」が61.6%と最も多く、以下「行政等への要望提言」35.4%、「企業間交流、まちづくり等のコーディネート機能の強化」35.4%、「商店街活性化事業の推進」31.8%、「地域の文化や伝統を活用した経済の活性化」30.3%と30%台が続いている。その他の事業では、「明るい人、女性スタッフを前面に利用しやすくする」、「地域への集客力の増進策」、「ネットを利用した会員企業のPR」などが挙げられている。



Q16 会報 (『The NORTH』) について

ノースに対する結果から、毎回またはたまに読んでいるという回答が約9割弱となっており、高いポイントであることはうれしい限りである。掲載内容についての回答をみても、紙面での提供はまだまだ主流であり、望まれている形だと思われる。ただし、現在の体裁が良いかどうかは別途検討が必要である。さらに、この結果からHPでの掲載が不要であるという意味ではなく、紙面もHPもどちらでも閲覧可能であることがほぼ必須と考えての回答ではないかと思う。総会、予算・決算報告や各種団体の事業報告などは、会員事業所で関係ある場合もあるが、関係ない場合が多いため、HPで公開すればよいという回答も多いのではないだろうか。



Q17 商工会議所への意見要望

● 経営相談

商工会議所の主要な業務である経営相談であるが、会員事業所にとって利用しやすい仕組みになっているのか、特に専門相談の日程や時間、人数など、改良を検討してもよいかもしれない。相談対応件数でなく、内容、結果までフォローして、成果をみることも必要かもしれない。

● 事業参加等、商工会議所の利用

商工会議所の事業参加等という設問に対し、幅広い意見がある。セミナー、講習会等、利用もあり、評価頂いている面もあると思われるが、利用しづらい、どのような事業をしているかわからない等の意見もあるため、告知方法等も含めて、さらに充実させていくことが重要だと思われる。

● 商業振興・まちづくりについて

商業振興・まちづくりに関して、数多くの意見をいただいている。全体的に感じられるのは会議所に対する期待である。三市ともに商業活性化、振興策を進めてほしい等、また活気が生まれるイベント等の意見もある。特にまちづくりや活性化事業は、商工会議所にしかできない大きな役割もあると思われる。従来からの取り組みに加え、社会の変化もあり、この部分での期待が大きくなっていることがうかがえるのではないかと。

●部会、委員会活動について

部会、委員会活動について、現状で良い、活発化してほしい、の2つの意見があるが、三市にまたがった部会や委員会であり、いずれにしても活発化することは良い方向だと思われ、そこに参加するメリットを提供できれば良いのではないかと。会員同士の交流にもつながるため、今後の一層の充実が重要だと思われる。

●講演会・講習会について

講演会・講習会について、個別のテーマを多く上げていただいております、内容によっては積極的に参加していただける土壌はあると感じた。例えば、商工会議所で開催が良いのか、三市それぞれの市民会館やホールなどでも開催して欲しいのか、曜日や時間帯はいつが望ましいのか等の意見も聞きたいところである。

●産業政策・観光について

観光への期待も頂いている。観光に結びつくものに何があるのか、まちづくりの方向性とも合わせて考える必要がある。

●情報の発信、情報交換

WEB、NORTH等での情報発信を強化することは、必要性が高いものの一つだと思われる。どのような情報を、そのような形で発信するかは十分に検討する必要があるが、会議所事業の情報、自治体からの産業関連情報、企業情報、街のニュース等、商工会議所も発信することによって、相乗効果が得られ、効果が出ると思われる。しかし、取り組むにはまずはその体制づくりから始める必要があり、今の形では広報業務を充実させ、継続することは難しいと思われる。

●その他総合的な意見

総合的な意見では、個別の事業所支援と、大きな視野でみた地域のための事業と、両面で商工会議所に期待していただいていると言えるのではないかと。意見の中にある、会議所の存在感を出す為にも地域の活性化を積極的にリードすべきで、新しい会議所しかやれないような事業を創り出すべき、という意見は非常にありがたく受け止めた。会議所事業は実際に多岐にわたっており、人員が不足していると感じられる。しかし、それで動けないのではなく、事業を整理し、統合できるものは統合、廃止できるものは廃止し、スリム化すると同時に、次代の会議所の柱となるべき事業を構築していく必要があると思われる。それは新しい事業でも、既存事業で今後需要度が増すと考えられる事業でもよいのだが、それを実施する際に経験を積んだ人材は重要であり、人材育成を図っておく必要があると思う。

大切なことは商工会議所のための事業でなく、会員事業所の役に立つ事業や広く地域に貢献する事業であること。

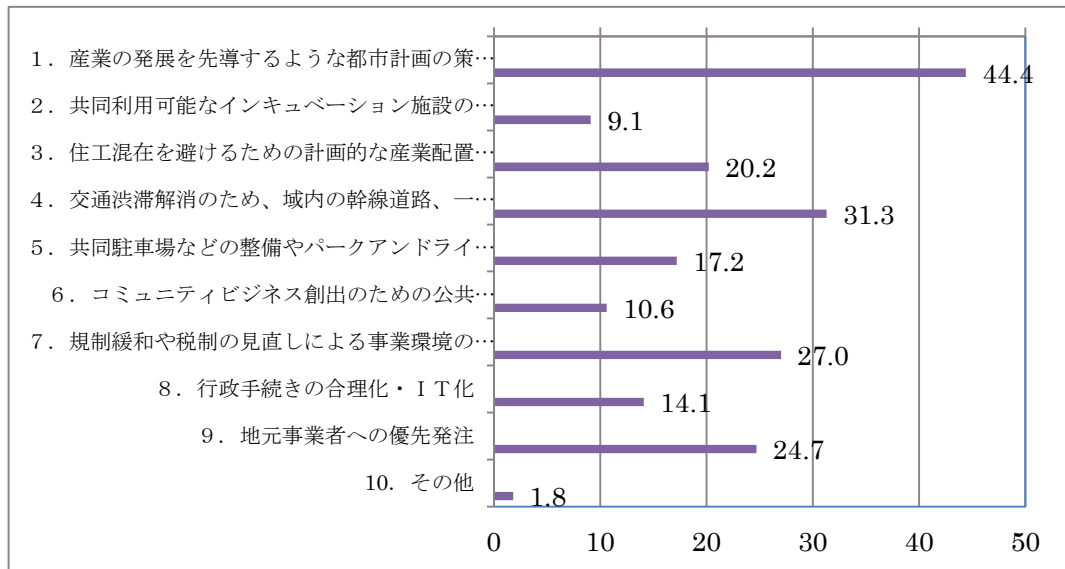
補助金を取るための事業ではなく、補助金を事業者や地域のために使う事業であること。そして、積極的に情報受発信することによって、その存在や取り組みを知ってもらい、存在価値を高め、会員になるメリットや目に見えない付加価値(ブランド価値や地域貢献など)を得てもらうこと。

枚方、寝屋川、交野で事業を営むにあたっては、先ず北大阪商工会議所の入会しておこう、とだけ思っていたらいいような商工会議所になりたいと思う。

Q18 行政への期待

事業所アンケートで、産業活性化のために行政が行うべきこととして期待されているのは「産業の発展を先導するような都市計画の策定や基盤の整備」が最も多く、以下「交通渋滞解消のため、域内の幹線道路、一般道路の整備」、「規制緩和や税制の見直しによる事業環境の整備」、「地元事業者への優先発注」、「住工混在を避けるための計画的な産業配置の促進」、「共同駐車場などの整備やパークアンドライドの導入の検討」、「行政手続きの合理化・IT化」、「コミュニティビジネス創出のための公共サービスのアウトソーシングの促進」、「共同利用可能なインキュベーション施設の整備」、「その他」の順となっている。

行政に期待することは、本来は各業種、各市様々に幅広くあるはずである。その中でも、都市計画や基盤整備のポイントが高いことは、行政が明確に方向性を示せていないと思われる。



中・長期行動指針策定委員会の概要

1. 委員名簿（敬称略 順不同）

委員長	宮田 明	宮田不動産(株)	代表取締役
副委員長	富田 正彦	(株)かたの書房	専務取締役
委員	河村 裕司	河村建材商事(株)	代表取締役
〃	十河 宏輔	そごう塗装工業(株)	代表取締役
〃	日野 守之	(株)ヒノテック	代表取締役
〃	平崎 健治郎	(株)ファルコバイオシステムズ	代表取締役社長
事務局	岩城 宏司	北大阪商工会議所	専務理事
〃	田中 隆夫	北大阪商工会議所	常務理事 事務局長
〃	山下 安則	北大阪商工会議所	情報センター担当常務理事
〃	木村 容千	北大阪商工会議所	理事 中小企業相談所長
〃	今西 和夫	北大阪商工会議所	会員サービス部長
〃	井上 康雄	北大阪商工会議所	情報センター部長
〃	星野 創	北大阪商工会議所	中小企業相談所 交野支所長
〃	中西 純一郎	北大阪商工会議所	中小企業相談所 寝屋川支所長
〃	谷本 雅洋	北大阪商工会議所	地域活性化支援センター 管理課長
〃	岩城 秀樹	北大阪商工会議所	中小企業相談所 指導課長
〃	畑 和美	北大阪商工会議所	中小企業相談所 地域振興課長

2. 策定委員会の実施概要

第1回委員会

- ・日時：平成23年6月22日（水） 14:00～17:00
- ・場所：北大阪商工会議所 経済クラブ室
- ・議題：行動指針策定の進め方

第2回委員会

- ・日時：平成23年7月12日（火） 14:00 ～ 16:00
- ・場所：北大阪商工会議所 枚方本所 101号室
- ・議題：行動指針策定の進め方（基本方針について）

第3回委員会

- ・日時：平成23年7月28日（木） 14:00～16:00
- ・場所：北大阪商工会議所 枚方本所 201号室
- ・議題：枚方市、寝屋川市、交野市の現状と目指すべき方向 アンケート調査項目について

第4回委員会

- ・日時：平成23年9月28日（水） 14:00～16:40
- ・場所：北大阪商工会議所 中ホール
- ・議題：アンケート調査項目について

第5回委員会

- ・日時：平成23年11月22日（火） 14:00～16:00
- ・場所：北大阪商工会議所 枚方本所 201号室
- ・議題：アンケート結果について

第6回委員会

- ・日時：平成23年12月21日（水） 14:00～16:00
- ・場所：北大阪商工会議所 枚方本所 101号室
- ・議題：報告書について

第7回委員会

- ・日時：平成24年2月7日（火） 14:00～16:00
- ・場所：北大阪商工会議所 枚方本所 201号室
- ・議題：アンケート分析結果

第8回委員会

- ・日時：平成24年3月19日（月） 14:00～16:00
- ・場所：北大阪商工会議所 枚方本所 201号室
- ・議題：報告書について

第9回委員会

- ・日時：平成24年4月20日（金） 13:30～15:30
- ・場所：北大阪商工会議所 枚方本所 201号室
- ・議題：報告書について

第10回委員会

- ・日時：平成24年5月14日（月） 10:00～12:00
- ・場所：北大阪商工会議所 枚方本所 201号室
- ・議題：報告書について

“会員企業や地域から高い評価を受け信頼される商工会議所”

中・長期行動指針

平成24年6月

発行 北大阪商工会議所
編集 中・長期行動指針策定委員会
〒573-8585

大阪府枚方市大垣内町2丁目12番27号
TEL (072) 843-5151
FAX (072) 841-0173