

V. 組織基盤の強化・支部の活動

組織基盤の強化

効果的な広報・PR活動

- 会員と本会議所をつなぐ機関紙「大商ニュース」やホームページ、本会議所事業を紹介した「大商便利帖」、大商メルステーション、フェイスブック等のSNSの活用により、本会議所事業の広報・PRを精力的に行う。
- ソーシャルメディア/SNSを活用し、これまで接点がなかった層への発信を図るとともに、大商の伴走支援による中小企業の販路開拓や新分野進出の成功事例をわかりやすく紹介し、会員企業の経営改善を支援する。
- 「挑戦都市 やってみなはれ! 大阪プラン」を推進するシンポジウムを新聞社と数回共催するとともに、本会議所の活動が一層マスメディアに取り上げられるよう、報道関係者への「提案型」広報に注力する。

3万会員維持・会員満足度向上

- 安定的な3万会員を維持するために、新規会員勧誘活動と会員継続促進活動を展開する。
- 本会議所が実施する会員に役立つ事業を紹介して、加入を促すとともに、会員の事業・サービス利用の増加を目的とした会員満足度向上活動、会員ニーズに即した事業紹介・広報等に取り組む。
- こうした活動を通じて本会議所のファンを拡大し、事業の価値の共有と会員満足度の向上を図る。

支部の活動

- 経営指導員が巡回訪問し、金融、事業承継、IT化、販路開拓等、伴走型経営支援を行う。
- 小規模事業者経営改善資金融資(マル経融資)等、金融に関する説明会・個別相談会を開催する。
- 各地域のニーズ・特性に応じた地域活性化事業・小規模事業者支援事業等を実施する。
 - 北支部：経営力向上支援事業、商店街集客支援事業、親族内承継支援事業
 - 東支部：中小企業の生産性向上支援、東部商店街にぎわい創出事業
 - 中央支部：BCP策定支援事業、ミナミ活性化事業
 - 西支部：西部エリア「え〜もん市」、ものづくり加工ネットワーク強化交流会
 - 南支部：あべの天王寺・サマーキャンパス、ものづくり加工ネットワーク強化交流会、経営力向上支援事業



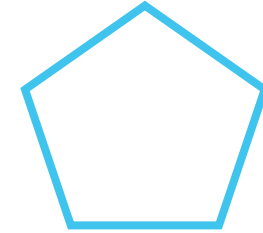
中期計画における評価指標

中期計画で設定したプロジェクト・パッケージの各事業の評価指標をもとに、進捗状況を把握しながらPDCAサイクルを回す

全体指標

5つの視点(五角形)で、初年度を100として増減率をみる

- | | | |
|------------|---|-----------------|
| ①組織評価 | ▶ | 会員数 |
| ②事業評価 | ▶ | のべ事業利用数 |
| ③成長支援評価 | ▶ | プラットフォーム参加数 |
| ④事業インパクト評価 | ▶ | メディア掲載件数(web含む) |
| ⑤情報伝達評価 | ▶ | ホームページビュー総数 |



プロジェクト・パッケージ評価指標

プロジェクト・パッケージの事業ごとに、参加数、事業化支援件数、商談数、相談件数等の評価指標を設定し、各指標が対前年度比増加したかをみる
あわせて事業利用会員企業の声もふまえ、プロジェクト・パッケージの評価を行う

参考指標

計画全体、各プロジェクトの参考指標として分野別統計指標を設定し、経年変化をみる
例：景気動向指数、GDP成長率(国との比較)、分野別統計指標、該当事業所数(国との比較、全国シェア)