第２次中期計画（09-11）鳥瞰図

１．基本方針（＝コンセプト）

（１）私たちは、京都府内中小企業の「真に頼りになる」経営パートナーを目指します

厳しい経営環境にさらされている京都府内の中小企業にとって、強い信頼関係のもと、企業個別の状況に精通した的確なアドバイスのできる機関となることを目指す。

（２）私たちは、京都府内の地域資源を活用し、地域産業の活性化を支援する機関を目指します

京都地域産業を活性化するため、鉱工業製品、農林水産物、伝統産品、文化財、景観等の地域資源を活用した創業や経営革新を支援する機関となることを目指す。

（３）私たちは、「現場力」に立脚した、新たな中小企業支援施策を提案しうる機関を目指します

「現場で起きていること」を共有し、財団が強みとしている現場でのコミュニケーションからしか発想し得ない企画を提案することで、新たな中小企業支援施策立案に寄与することを目指す。

（４）私たちは、「個の力」を十分に活用した、「強固な組織」を目指します

上記（１）～（３）を実現するため、職員の強みを活かすことに力点を置き、各種の制度を整備し、職員が財団で働くことに誇りを持てるような強い運営基盤の確立を目指す。

２．計画の目標

（１）顧客満足度

- 財団全体及び提供サービスについての満足度を測定することとし、アンケート内容等については別途検討し、その結果を踏まえ目標数値を設定する

（２）訪問企業、相談、ＨＰアクセスの数（目標：平成２３年度）

- 訪問企業　３，０００件
- 相談　７，０００件
- HPへのアクセス　１，０００，０００件

（３）施策の提言数

- 国や京都府への「財団発」の新規施策提案・改善（スクラップ含む）提案：各部毎年１件以上の提案を目指す

４．事業戦略

「最高の」顧客満足度の獲得

適切なサービスメニュー
- （１）適切なサービスメニューの提供

サービス品質の向上
- （２）顧客接点の強化
- （３）強みを活かす人材配置と共通マインドの醸成

客観的評価
- （４）客観的評価に基づく施策提案機能強化

３．事業領域

（１）顧客

- 「生き抜く」ことを目指す府内中小企業
- 「さらなる成長」を目指す府内中小企業
- 「新しい事業を立ち上げる」強い意欲を持った起業家

（２）サービス

- 「マネジメント力」の強化支援
- 「ものづくり力」の強化支援
- 新市場への進出支援
- 地域産業の活性化支援

５．重点施策

サービスの重点施策

①　緻密なコミュニケーションに立脚した各企業の個別課題の識別

②　経営基盤の強化
- 体系的なマネジメント力強化プログラム提供（計画立案、財務/管理会計、資金調達、組織運営、ＱＣＤ管理、マーケティング、情報管理、新しい経営手法等）
- 経営ノウハウの次世代経営者への伝達
- 景況や市場動向に関する情報提供
- 小規模企業者等の設備導入支援（設備貸与）

③　府内中小企業の技術振興推進
- 表彰制度（中小企業技術大賞）、ロボットコンテスト、溶接競技会等
- 研究開発助成制度

④　府内中小企業の高度人材活用促進

⑤　販路開拓
- 京都の強みを活かす展示商談会の広域展開
- グローバル市場（アジア市場等）への進出支援

⑥　新産業、成長市場（試作、IT、環境、ヘルスケア、コミュニティビジネス等）進出に向けた環境整備
- きょうと元気な地域づくり応援ファンド事業、きょうと農商工連携応援ファンド事業の積極的な推進
- 具体的な産学公連携の推進
- 企業間連携の一層の推進

内部強化の重点施策

顧客接点の強化
- 顧客の課題識別力の強化
- コミュニケーション力の強化
- 顧客接点（顧客とのコミュニケーション量)の拡大
- 企業情報（現場から吸い上げられた個別情報）の共有

強みを活かす人材配置と共通マインドの醸成
- 府出身、民間出身、プロパー職員の強みを活かす人材配置
- 職員の共通マインドの醸成
- 職員としての満足度向上

客観的評価に基づく施策提案機能強化
- サービスレベルの客観的把握
- 既存サービスの行政へのフィードバック機能の確立
- 「財団発」施策の提案機能の確立

６．計画達成上、検討すべき当面の課題

- 第2次中期計画の浸透
- 提供サービスの客観的評価と整理
- 政策へのフィードバック機能の設置
- 職員のマインド育成プログラムの策定と実行
- 人員配置の見直し
- 職員満足度評価と満足度向上施策の実行