

平成24年度  
事業実績報告書

申請者の概要

申請者	団体名	豊中商工会議所	
	代表者職・氏名	会頭 國貞 眞司	
	所在地	〒561-0884 大阪府豊中市岡町北1丁目1番2号	
	担当者	職・氏名	事務局長・中小企業相談所長 東 能久
		連絡先	電話番号（直通）： 06-6845-8002
Fax: 06-6857-0474			
	E-mail: <a href="mailto:shien@ooaana.or.jp">shien@ooaana.or.jp</a>		
①設立年月日	昭和24年12月		
②職員数 (うち経営指導員数)	12名 (5名)		
③所管地域	豊中市		
④管内事業所数	14,871 (平成21年7月1日調査 経済センサス基礎調査結果)		
⑤管内小規模事業者数	9,660 (平成18年事業所・企業統計調査特別集計)		
⑥会員数 (組織率)	1,981 (13.32%/平成25年3月末現在)		
※②、④、⑤、⑥については直近の数字を記載のこと			
□主な事業概要 (定款記載事項等)			
1、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。 2、行政庁等の諮問に応じて、答申する。 3、商工業に関する調査研究を行う。 4、商工業に関する情報及び資料の収集及び刊行を行うこと。 5、商品の品質及び数量、商工業者の事業の内容その他商工業に係る事項に関する証明、鑑定及び検査を行うこと。 6、輸出品の原産地証明を行うこと。 7、商工業に関する施設を設置し、維持し、及び運用すること。 8、商工業に関する講演会及び講習会を開催すること。 9、商工業に関する技術及び技能の普及及び検定を行うこと。 10、博覧会、見本市等を開催し、及びこれらの開催のあつ旋を行うこと。 11、商事取引に関する仲介及びあつ旋を行うこと。 12、商事取引の紛争に関するあつ旋、調停及び仲裁を行うこと。 13、商工業に関して、相談に応じ、及び指導を行うこと。 14、商工業に関して、商工業者の信用調査を行うこと。 15、商工業に関して、観光事業の改善発達を図ること。 16、社会一般の福祉の増進に資する事業を行うこと。 17、行政庁から委託を受けた事務を行うこと。 18、前各号に掲げるものの外、本商工会議所の目的を達成するために必要な事業を行うこと。			

## 豊中商工会議所

### (1) 事業の目標

「気づき」とチャレンジマインド醸成の機会創出に広域で取り組む一方、自ら意欲的に経営課題解決にチャレンジする企業に重点を置いて支援し、一定の成果も見えてきたことから、本年度も引き続き以下のとおり取り組む。(1)自らを大胆に“変革”して新分野・新市場へ果敢に“挑戦”しようとする意欲的な企業に対して成長戦略の立案を支援するとともに、計画・実施・検証・改善活動の実践に伴走しながら、自律的にPDCAを運用できる経営力のコア構築、強化を目指す。(2)専門家や専門支援機関の活用および広域企業間連携を積極的にコーディネートすることで、経営戦略の精度向上と的確なPDCAサイクルによる成果の顕在化を目指す。(3)セミナー、交流会、展示会等の開催、成功事例集の作成配布等を通じて「気づき」とチャレンジマインド醸成の機会創出を図り、意欲と潜在力を有する企業の発掘を広域で目指す。(4)目的意識を共有できる企業群による研究会を広域で立上げ、PDCA実践における具体的な情報共有の促進および、ハンズオン支援による課題解決と成果創出の加速度向上を図ると共に、さらなる自律的PDCA運用および広域企業間連携の促進を目指す。

### (2) 事業を実施した具体的な内容、方法及び工夫した点

小規模事業者が個々に抱える課題に対し、指導員がそれぞれ有する能力(専門得意分野)に合わせて対応するとともに、地域活性化事業(おおさか地域創造ファンド活用支援、プロモーション支援事業、ネットショップ支援事業等々)として取り組んだ各事業毎に、それぞれの担当指導員が相談者の課題解決にあたった。さらに、主な支援先企業を担当した指導員自らが取材し、機関誌の記事や支援事例集として情報を発信するとともに、各種セミナーや勉強会を実施して相談ニーズの発掘に努めた。また、より専門性が求められる相談案件に対して、専門相談支援事業や中小企業支援ネットワーク強化事業の積極的な活用をコーディネートし、中小企業診断士や社会保険労務士、行政書士、ITコーディネーター等々の資格や知識を有する専門家等と綿密に連携して、相談者が気付いていない課題の抽出から課題解決に向けた具体的な支援を行うよう努めた。また、地域ジョブ・カードサポートセンターとも連携し、人材確保、育成、定着についても個別企業のニーズに合わせて具体的にサポートし、雇用のミスマッチ回避や雇用創出にも繋がるよう努めるとともに、大阪府総合労働事務所とも連携したセミナーを実施して労使トラブル予防対策にも努めた。

### (3) 事業を実施した効果、所管地域の活性化の状況

経営相談事業では、標準カルテ化に至った221社に対して、延319件の相談案件に対応し、利用者満足度調査においても高い評価を得ることができた。専門相談支援事業の活用促進や中小企業支援ネットワーク強化事業との効率的な連携成果もあって経営革新計画法承認7件、おおさかものづくり優良企業賞特別賞2社・技術力部門賞1社の受賞企業を輩出。地域ジョブ・カードサポートセンターとの連携により、14社(延べ25件)の正社員人材採用ニーズにも貢献し、なかでも雇用創出に熱心な企業に対して専門相談支援事業の活用を積極的にコーディネートしたことが契機となって「女性起業家大賞」(全国商工会議所女性会連合会主催)における最優秀賞(日本商工会議所会頭賞)受賞企業を1社輩出。おおさか地域創造ファンド活用支援事業では、H24年度として新規20件の応募を発掘、うち3件の採択事業者を輩出し、豊中まつり、とよなか産業フェア等において、「ファンド採択事業者支援ブース」を確保して、認知度と売上向上及び販路拡大を図った。また、一昨年度に立ち上げた採択事業者交流会を、採択事業者が主体的に活動する「北摂アントレ」として拡充し、採択事業者のスキルアップを目的とした勉強交流会等の活動(月1回実施)を全面的にサポートした。ネットショップ支援事業では、今年度実施した塾等に参加された事業者を、これまでのネットショップ関連セミナー受講者を中心に立ち上げた「ネットショップ研究会」へ参加誘導し、ネットショップ運営における様々な課題に応じた最新情報を盛り込んだ研修会・交流会を実施。ネットショップ研究会に所属する事業者の中から、特にITを駆使した経営に取り組んでいる事業者の支援を行い、経済産業省 中小企業IT経営力大賞認定企業として3社を輩出。

### (4) 事業を実施した結果浮かび上がった課題

チャレンジマインド旺盛な小規模事業者の相談対応に偏る傾向があるものの、新たなチャレンジ事業者も積極的に発掘して支援を行った。しかしながら、支援成果と相談者満足度の向上を目指して、より深く実践的に支援する傾向が強くなり、その結果、報告資料作成業務などの事務作業量が增大して、支援成果を生み出す重要なポイントとも言えるフォローアップ支援に割く時間が削られる傾向にある。特に、おおさか地域創造ファンドの豊能地域における拠点として、助成事業の申請手続きから進捗報告、対象経費検査業務まで煩雑な事務処理作業が年々増加傾向にあり、広域移動にかかる時間負担とともに事務負担の増加が支援効率を低下させている。また、地域活性化事業においても、課題把握、課題解決に向けた支援、成果を生み出すフォローアップ支援から支援成果の掌握まで、一貫した支援スキームによる満足度向上と具体的な支援成果創出を目指して、人材交流型およびハンズオン型による事業に重点を置いて積極的に実施したことから、膨大な報告資料作成業務などに追われてしまった。報告資料作成などの事務作業に負荷がかかり過ぎて、相談事業者と膝を突き合わせて親身になって相談対応する本来業務がおろそかになり、支援成果の創出が阻害されることのないよう、報告書類様式や報告スキームの変更も含めて事務効率の改善策を検討する必要がある。

### (5) 来年度への取り組み

経営相談支援事業においては、昨年度に引き続き、新事業に取り組むチャレンジマインドの醸成を図るとともに、各専門家と連携して相談者が気付いていない課題の抽出に取り組み、新たに抽出された課題の、より高度なレベルにおける解決支援に努める。また、地域活性化事業では、北摂地域が有する高品質な地域産品やサービスのブランド化と販路開拓の支援や、地元農業者との連携による新ビジネスの開発を目指した農商工連携ビジネス支援、そして事業者が新たに開発した事業等のプロモーション支援やWEBを効果的に活用した販路開拓支援、さらには、グローバルマーケットを見据えた海外販路開拓や海外進出の支援など、新分野への事業展開に向けたチャレンジ支援を行う。

豊中商工会議所

I 経営相談支援事業

支援のポイント・成果

地域金融機関等の支援機関や、中小企業支援ネットワーク強化事業、豊能地域活性化推進協議会、地域ジョブ・カードサポートセンター、豊中市地域雇用創造協議会等の支援施策と連携するとともに、地域活性化事業における各種講座の参加事業者より支援対象事業者を積極的に発掘した。

特に地域活性化事業における北摂地域の商工会議所・商工会と広域連携して実施した講座や研究会・交流勉強会等に意欲的に参加した事業者に対して、積極的にアプローチを行い、相談者自身が気付いていない課題の抽出と把握に努め、実践的な課題解決に向けたサービス提案に取り組んだ。課題の解決には、専門相談支援事業、中小企業支援ネットワーク強化事業や豊能地域活性化協推進議会、さらには地域ジョブ・カードサポートセンター、豊中市地域雇用創造協議会等の支援施策を積極的に活用し、各支援事業で委嘱されている中小企業診断士やITコーディネーター、販路開拓やプロモーション支援等々の専門家と密接に連携して、課題解決に向けて具体的な支援を行ったことにより、より高度な専門性が要求される個別課題に対しても、より深く実践的な解決支援を行うことができた。

具体的な支援成果としては、おおさか地域創造ファンド採択事業者が開発した商材の販路開拓に向けて、本格的なメディア露出(業界紙へのプレスリリースによる取材・記事掲載)、新商品チラシの作成、情報誌創刊、社員ブログ、Facebookページ開設と継続運営など、新規顧客獲得を目指した具体的なプロモーション支援を展開。その結果、震災以降に極度の受注減に悩まされていた状況から、25年2・3月期において過去最大の受注を記録し、現在では習得したノウハウの実践を自律的に継続できている。

支援メニュー	指標	目標数値	実績数値	達成率	事業評価
事業所カルテ・サービス提案	事業所	218	221	101.4%	3
支援機関等へのつなぎ	支援数	123	132	107.3%	3
金融支援(紹介型)	支援数	15	18	120.0%	3
金融支援(経営指導型)	支援数	19	19	100.0%	3
マル経融資等の返済条件緩和支援	事業所	4	4	100.0%	3
資金繰り計画作成支援	事業所	5	3	60.0%	3
記帳支援	支援数	20	21	105.0%	3
労務支援	支援数	20	20	100.0%	3
人材育成計画作成支援	事業所	10	10	100.0%	3
マーケティング力向上支援	事業所	3	3	100.0%	3
販路開拓支援	事業所	33	32	97.0%	4
事業計画作成支援	事業所	30	31	103.3%	4
創業支援	事業所	8	7	87.5%	3
事業継続計画(BCP)作成支援	事業所	0	0	-	
コスト削減計画作成支援	事業所	2	2	100.0%	3
財務分析支援	事業所	2	2	100.0%	3
5S支援	事業所	0	0	-	
IT化支援	事業所	15	15	100.0%	3
債権保全計画作成支援	事業所	0	0	-	
結果報告	事業所	190	221	116.3%	3

II 専門相談支援事業

支援のポイント・成果

税務支援においては、税務に関わる専門的な支援を実施する事により、事業者の正確な税務処理や円滑な税務申告につなげた。創業/経営革新支援においては、事業計画の作成支援やブラッシュアップ、資金繰り計画に基づく制度融資選定など、創業や経営革新に必要な様々な相談ニーズに対応して課題解決につなげた。IT活用支援においては、アナログ的に管理されていた顧客情報や在庫情報・仕入先情報等を、デジタル化して管理する事で、仕入/在庫管理の効率化を図り、顧客の動向等がリアルタイムに把握できることで、顧客分析等により戦略的な営業計画が立てられ、また、販売管理の情報分析により、売れ筋商品の情報がタイムリーに得られ、戦略的な仕入・商品展開が実現できるなど経営の効率化につなげた。プロモーション支援においては、セミナー講座参加者のアフターフォローとしてニュースレターのブラッシュアップサポートを実施する事により、改善されたニュースレターの発行後、読者からの反響がますます大きくなり、ビジネスの話題も出しやすくなったことから商談の成約にもつながった。販路開拓支援においては、セミナー講座参加者のアフターフォローとして商談会展覧を検討する事業者の相談に対応し、出展効果が期待できる商談会の選定手法等について支援した結果、選定された商談会に出展したことから見込み客の開拓につながった。農商工連携ビジネス支援においては、セミナー講座参加者へのアフターフォローとして、農商工連携ビジネスの専門家派遣を実施。現状における取組状況のヒアリングを踏まえて連携できる農家とのマッチングをコーディネートしたことにより、農業版SNS立ち上げ計画の立案へと進展した。

事業名	新規/継続	指標	目標日数	実績日数	達成率	事業評価
税務支援	継続	相談件数 (目標150 / 実績159)	45	45	100.0%	3
創業・経営革新	継続	相談件数 (目標200 / 実績168)	88	83.5	94.9%	4
IT活用支援	継続	相談件数 (目標108 / 実績123)	62	64.5	104.0%	4
プロモーション支援	継続	相談件数 (目標30 / 実績58)	32	29	90.6%	5
農商工連携ビジネス支援	継続	相談件数 (目標30 / 実績36)	13	18	138.5%	4

## 豊中商工会議所

## Ⅲ 地域活性化事業

## 支援のポイント・成果

地域金融支援ネットワーク推進事業においては、平成25年3月末で終了となる中小企業金融円滑化法の影響が大きな関心事になっていたため、同テーマによるセミナーを開催した。金融機関との付き合い方に強い関心を寄せる事業者を集客することができ、とりわけ借入金の条件変更（リスク）等、マイナス材料を持った事業者においては、喫緊の課題を抱えている中で、金融機関の最新動向や金融機関との上手な付き合い方対策などを習得していただいた。

北摂企業間連携促進事業においては、地域金融機関と北摂地域の商工会・商工会議所と連携して実施したことにより、多数の事業者がセミナーに参加された。大阪府から新エネルギー分野に関する施策説明および、新エネルギー分野への参入事業者や大阪スマートエネルギーパートナーズ参加企業から取組みと現状について事例発表等を行い、参加された事業者におけるチャレンジ意識の向上を図った。

ネットショップ支援事業においては、売れるネットショップサイトに育て上げるために重要な行動「課題の抽出」→「対策の検討」→「対策の実施」→「成果の測定」→「新たな課題の抽出」→「対策の検討」…と、いわゆるPDCAを回す事の重要性について理解を深めるため、グループ討議の形式を取り入れ、参加者自身のネットショップを題材とし、客観的な目線で互いの課題や解決策が提案され、新たな気付きの創出にも繋がった。PDCAサイクルを自律的に継続して回す事で、ブラッシュアップ支援の成果が数多く現れ始めている。

プロモーション支援事業においては、一時的な集客や売上増ではなく、継続的にお客様に愛される「ファン作り」を主眼に、自社の強み・ウリおよびそれを切望しているお客様を把握することに力点を置いた。そのうえで、その強み・ウリをお客様に伝えるために、自社に合ったやり方は何かを、①メディア活用②情報誌等ツール作成③Facebook等SNS活用という手段に落とし込んで実践した。また、消費財を扱う事業者向けには「女性集客」をテーマに講座を実施した結果、女性の心理を踏まえた商品開発と伝え方、売り方について、習得したノウハウを自律的に継続して実践している事業者は、その成果が見え始めている。

農商工連携ビジネス支援事業においては、農産物を単純に加工するというのではなく、そこに「ストーリー」という付加価値を付けて売上げを拡大している事業者事例発表いただき、参加者に気づきとチャレンジ意識の向上を促した。また、協力をいただいた農家への現地視察や、農家が出展している展示商談会への視察研修を行うことにより、農家の現場・農産物の魅せ方について理解をすると共に、農商工連携ビジネスへの取組みの加速を促した。

EV関連ビジネス支援事業においては、大阪府による施策の活用方法を踏まえて、大阪産EV開発プロジェクト採択事業者による事例発表と開発されたコンバートEVの展示・説明、EV開発事業者の取組事例発表・開発現場視察を通して、EV関連分野への参入意欲向上を促した。さらに小型EVビジネスモデルの事例発表を行い、自動車関連事業者以外の事業者にも、部品の軽量化技術や、電力の消費量お押さえる基盤技術等、部品の開発レベルによる事業参入の可能性を周知できた。

北摂地域物産販路開拓支援事業においては、北摂地域で販路開拓に成功している2社の代表者による事例を発表を通して、積極的な販路開拓への意欲向上を促した。また、バイヤー商談会では参加した多くの事業者が商談会後に個別商談等に結びつき、そのうちの数社は売上向上にも繋がった。

おおさか地域創造ファンド活用支援事業においては、大きく分けて「採択事業者支援」と「応募予定者支援」を実施してきた。前者においては、ほぼ毎月、採択事業者を中心とした勉強会「北摂アントレ（旧：豊能創造産業ネットワーク）」を開催。当勉強会における交流を通じて、採択事業者同士の新たな連携活動が始まるなど、当事業のベースを担う場となっている。後者においては、キックオフセミナーや応募申請書作成ワンポイント講座、事例発表会の開催を通じて、ファンドを知り、ポイントを把握し、採択事業者との交流の場（北部地域採択事業者交流会）を設けることで、チャレンジマインドを醸成するとともに、採択事業者から応募予定者に対してアドバイスができる体制を作るなど、積極的な取組を実施してきた。結果、採択事業者については5件の継続計画案件中4件が継続決定、応募予定者については概ね20件程度が申請見込みであるなど、目標とした指標は達成できた。

グローバル展開支援事業においては、海外進出（アウトバウンド）および外国人集客（インバウンド）の大きく2つのテーマで各種支援を実施。前者においては、大阪府商工労働部経済交流促進課の協力を得て大阪ビジネスサポートデスク等の各種海外進出支援施策を紹介しながら、主にもものづくり事業者をターゲットとした米国での販路開拓、ミャンマー事情をテーマとした交流型講座を実施したほか、個人事業主が海外に物販するために必要なプロモーション手法についての少人数講座を実施するなど、より広い層に海外進出の可能性を捉えていただく事業を展開した。その結果、米国内で取引を開始された事業者も現れた。後者においては、「動画プロモーション実践」「現場でのおもてなし実践」「WEB攻略」の3テーマで事業を展開。特に「実践する」ことを主眼に置き、その場で実際に体感しながら手法を体得していく企画とした結果、動画による台湾向けプロモーションで高視聴率を記録した事業者も現れ、その成果を体感したことで習得したノウハウを自律的に継続して実践し始めている。

府施策連携	事業名	支援対象企業	支援企業	支援実績率	利用者満足度(点)	目標の指標	目標値	実績	達成率	事業評価
○	地域金融支援ネットワーク推進事業(交流型)	30	31	103.3%	92	制度融資活用等個別支援対象の企業数	50%	52%	104.0%	4
(2) 広域事業(幹事業のみ)										
府施策連携	事業名	支援対象企業	支援企業	支援実績率	利用者満足度(点)	目標の指標	目標値	実績	達成率	事業評価
	ネットショップ支援事業(交流型1)	30	21	70.0%	88	習得したノウハウ等を実践した支援対象企業数の割合	70%	77%	110.0%	4
	ネットショップ支援事業(交流型2)	40	38	95.0%	90	習得したノウハウ等を実践した支援対象企業数の割合	70%	77%	110.0%	4
	ネットショップ支援事業(交流型3)	10	9	90.0%	92	海外向けネットショップへ取組を始めた事業者の割合	70%	11%	15.7%	3
	ネットショップ支援事業(ハンズオン型)	5	5	100.0%	100	課題解決策を得て対策に取り組み始めた事業者の割合	70%	100%	142.9%	3
	農商工連携ビジネス支援事業(人材育成型)	30	44	146.7%	80	チャレンジ意識が向上した支援対象企業の割合	70%	77%	110.0%	4
	農商工連携ビジネス支援事業(人材交流型)	20	22	110.0%	86	取り組みアクションを起こした支援対象企業の割合	30%	55%	183.3%	4
	農商工連携ビジネス支援事業(ハンズオン型)	5	5	100.0%	92	具体的な個別交渉に至った支援対象企業の割合	20%	27%	135.0%	4
	北摂地域物産販路開拓支援事業	70	33	47.1%	84	当地区をきっかけに販路開拓への意欲の向上	50%	75%	150.0%	3
	北摂地域物産販路開拓支援事業	20	22	110.0%	84	商品等の改善と市場投入販路開拓が実現した企業数	2	2	100.0%	4
	北摂地域物産販路開拓支援事業	3	5	166.7%	92					4
	プロモーション支援事業	35	36	102.9%	98	戦略的メディア掲載を期間中に複数回実現した支援対象企業の割合	20%	42%	208.0%	5
	プロモーション支援事業	7	7	100.0%	100	ノウハウを実践した割合	50%	70%	140.7%	4
	プロモーション支援事業	50	42	84.0%	76	取り組み意識が向上した割合	50%	100%	200.0%	3
	プロモーション支援事業	20	19	95.0%	100	Facebookページ作成に取り組みを始めた企業の割合	50%	80%	160.0%	4
	プロモーション支援事業	5	5	100.0%	100	売上が増加した事業所の割合	30%	62%	205.0%	4
	プロモーション支援事業					作成したコンテンツをネット上に公開した企業の割合	20%	100%	500.0%	3
	北摂企業間連携促進事業	50	34	68.0%	73	新工学分野へのチャレンジ意識の向上	70%	82%	117.1%	3
	北摂企業間連携促進事業	50	32	64.0%	71					-
	EV関連ビジネス支援事業	15	13	86.7%	80	EV関連分野へ参入意欲が向上した割合	70%	79%	112.9%	3
	EV関連ビジネス支援事業	20	11	55.0%	75					-
	グローバル展開支援事業	30	41	136.7%	88	グローバル化に係る具体的な取り組み(府支援施策活用等)を始めた支援対象企業の割合	30%	54%	180.0%	4
	おおさか地域創造ファンド活用支援事業	30	32	106.7%	96	採択事業者翌年度継続率	5	4	80.0%	4
	おおさか地域創造ファンド活用支援事業	14	10	71.4%	76	25年度応募見込み者数	20	20	100.0%	3
	おおさか地域創造ファンド活用支援事業	15	12	80.0%	98					4
	おおさか地域創造ファンド活用支援事業	30	30	100.0%	90					4
	おおさか地域創造ファンド活用支援事業	15	18	120.0%	96					4

※府施策連携事業は、「府施策連携」欄に○をつけてください。各欄の記載は、個別調書の記載と合わせてください。

豊中商工会議所

事業名		地域金融支援ネットワーク推進事業
想定する実施期間		23 年度～ 25 年度まで ※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	中小企業等の事業活動を効果的に支援するためには、資金支援と経営支援の連携がより必要となってきている。そこで、地域の金融機関である信用金庫など、中小企業育成に熱心な金融機関と連携し、中小企業を支援するための地域支援金融ネットワークを構築して、頑張る中小企業を応援する地域レベルでの連携支援体制の強化を図るとともに、金融機関提案型大阪府制度融資の活用促進を図る。その中で、中小企業等と地域金融機関とのマッチング促進に努めるとともに、地域中小企業者等の資金ニーズにキメ細かく対応した新たな制度融資の開発提案や制度融資利用企業の事後フォロー等、「経営支援と金融の一体化」を目指した。
	支援する対象 (業種・事業所数等)	自社の優れた技術やサービス、また地域に存在する様々な資源を活用し、異分野連携にも果敢に挑戦して、新たな事業を創出することで一歩前へ出ようとする潜在力にあふれ、自らを大胆に“変革”して新分野・新市場へ果敢に“挑戦”しようとする意欲的な企業
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>中小企業金融円滑化法が平成25年3月31日で終了するに伴い、経営環境が依然厳しい中小企業においては借入金返済を含めた資金繰り対策は非常に重要で、何も対策を講じない場合、返済ができなくなる事業者が相当数発生してしまうのではないかと懸念されることから、地域金融支援ネットワーク推進事業の一環としてゼミナールを開催し、法律終了後の平成25年4月1日以降を見据えた金融機関との付き合い方、借入金の返済対策について、今から着手しておくべきポイントとコツを学んでいただく指南講座とした。</p> <p>■「中小企業金融円滑化法 終了対策ゼミナール」 【プログラム】1. 「中小企業金融円滑化法」とは何か、 2. 「中小企業金融円滑化法」終了後はこうなる！ 3. 金融機関から見放されない為にすべきこと、 4. 専門家を活用して金融機関対策を行なうコツ、 5. 質疑応答（交流） 【日時】10月5日(金)13:30～16:30 【会場】豊中商工会議所 大会議室 【講師】東川 仁氏（㈱ネクストフェイズ 代表取締役） 【協力】摂津水都信用金庫、池田泉州銀行、大阪産業振興機構（設備貸与制度の説明）</p> <p>■「中小企業金融円滑化法終了を視野に入れた地域金融機関の活用ゼミナール」 【プログラム】1. 中小企業金融円滑化法終了後の想定される動き、 2. 地域金融機関を上手に活用するコツ、 3. 質疑応答・意見交換（交流） 【日時】3月5日(火)15:00～17:00 【会場】とよなか起業・チャレンジセンター2階 【講師】宮内 正一氏（CTP：認定事業再生士/（株）喜望大地 常務執行役員） 【参加金融機関】摂津水都信用金庫 【共催】豊中市市民協働部くらしセンター地域経済課、とよなか起業・チャレンジセンター</p>
		<事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載>
	①府施策連携	中小企業金融円滑化法をテーマにゼミナールを開催し、地域支援ネットワーク推進事業の中核金融機関である摂津水都信用金庫と、地域金融機関である池田泉州銀行の2機関と連携し、事業者への金融情報の提供、ならびに金融機関との交流を行った。
	②広域連携	
	③市町村連携	
	④相談相乗	人材交流型ゼミナールを2回実施し、受講事業者31社のうち5社を個別相談で支援。（カルテ化率16.1%）

	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	30	支援企業数(実績)	31	支援実績率	103.3%	満足度	4.6
事業の実績／目標達成度	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	平成24年度は3月末で終了となる中小企業金融円滑化法の影響が大きな関心事になってきたため、同テーマによるゼミナールを開催したことで、金融機関との付き合い方に強い関心を寄せる中小企業を集客することが出来た。とりわけ借入金の条件変更（リスク）等、マイナス材料を持った中小企業においては、喫緊の課題を抱えている中で、金融機関の最新動向や金融機関との上手な付き合い方対策などを習得していただいた。受講した支援企業からは、①今後の金融対策について方向性を見い出せた、②金融機関の事情を知り金融機関向けの対策に取り組む意欲を示された、③金融機関との付き合い方、事業計画書の重要性に理解を深められた、④金融機関の本質的な考え方、債務者リスク、生き残る方法を知ることができた、⑤中小企業金融円滑化法がどういうものか、法律終了後の影響について良く理解できた、⑥金融機関の内情や関係作りについて理解できた、⑦小さな会社の正しいリスクの進め方について理解を深めた、などの変化を得ることが出来た。またその知識習得を踏まえて金融機関との個別相談に臨んでいただくことが出来た。							
	指標	【人材交流型】制度融資活用等に向けて当所および金融機関への個別相談等に至った支援対象企業の割合							
	数値目標	50%	実績数値	52%	目標達成度	103.2%			
	成果の代表事例	ある受講事業者においては、複数の借入金口がある中、資金繰りの改善をはかることが課題としてあり、来年度以降の金融機関の融資姿勢が不明であることに不安感を持っておられた。当事業のゼミナールに参加されたことで、中小企業金融円滑化法終了後の金融機関向け対策について学ばれるとともに、講師・金融機関との交流の場における意見交換により某信用金庫で借換を行うことがベターであるとの判断に至り、年度末の資金繰り・金融対策を乗り切られた。受講後のフォローアップとして実抜計画（実現可能性の高い抜本的な経営再建計画）作成支援を行い、「経営支援と金融の一体化」に取り組めた事例である。							
	その他目標値の実績	目標値(計画)		目標値(実績)		目標達成度			
実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	概ね不備な点は無かったが、地域金融機関の核となる地元信用金庫以外の地域金融機関も多く参画いただいて、マッチング機会を創出していくことも事業者への資金調達支援の点から必要と感じた。中小企業金融円滑化法対策をテーマにしたこともあり、リスク対策など若干資金繰りに窮している企業に偏った参集になったので、次期においては、自社の優れた技術やサービス、また地域に存在する様々な資源を活用し、異分野連携にも果敢に挑戦して、新たな事業を創出することで一歩前へ出ようとする潜在力にあふれ、自らを大胆に“変革”して新分野・新市場へ果敢に“挑戦”しようとする意欲的な企業も参集できるような内容で臨みたい。							

豊中商工会議所

事業名		農商工連携ビジネス支援事業						
想定する実施期間		22年度～25年度まで ※複数段階の実施事業は別紙にて計画を提出すること						
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	農業への注目度が高まる中、農業と連携した新商品・新サービスの開発に対する支援ニーズが増加している。豊能地域では一大消費地と生産地の距離が近く、農業との連携に取り組みやすい環境がある。しかし、農業という異分野との連携に関しては、まだまだ成功事例が少なく、どのような形で連携できるのかを模索している段階である。そこで、農家との連携促進と農商工連携ビジネスの創出に向けた支援を推進し、商業・サービス業・工業と農業とのコラボレーションによる地域活性化を目指す。						
	支援する対象 (業種・事業所数等)	これまで豊能地域内で開催した地域資源・農商工連携関係セミナー等に参加した約280社、中小企業支援ネットワーク強化事業で農商工連携について相談があった事業者および農商工連携ビジネス創業予定者。						
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>人材育成型では、①8/7「農業ブランド連携セミナー」として、</p> <p>1、(株)坂ノ途中 代表取締役 小野 邦彦 氏が「ものがたり」で売る！をテーマとして野菜のものがたりがお客様に伝わる工夫について解説。</p> <p>2、(有)上竜 代表取締役 上鶴 龍二 氏が「ものがたり」のツムギ出しから始める商品開発！をテーマとして農産物を活用した商品開発の事例について解説。</p> <p>3、高橋アグリビジネスクリニック 代表 高橋 太一郎 氏が「農業ブランド連携ビジネスの成功ポイントはこれだ！」をテーマとして農業に詰まっている様々なストーリーについて解説。</p> <p>②1/30「農産物活用ブランド化セミナー」として、スターフードジャパン(株) 代表取締役 新古 祐子 氏が「小さな会社の加工食品開発のポイント」をテーマとして商品の差別化・オンリーワン創出のポイントについて解説。</p> <p>人材交流型では、「農業とコラボ実践塾」として、3つのテーマに分けて実施。</p> <p>①9/19、26の2日間で「農家とのコラボストーリー活用編」として、ドクター・オブ・ジ・アース(株) 代表取締役 河村賢造 氏が「農業とITのコラボレーションストーリー」について事例発表。</p> <p>②10/24、31の2日間で「畑でストーリーのネタ探し編」として、(有)類農園 代表取締役 丸一浩 氏が「農業と教育のコラボレーション現場」について事例発表。</p> <p>③11/21、28、12/5の3日間で「農家とのコラボストーリー作成編」として、ナカスジファーム 代表 中筋秀樹 氏・農事組合法人丸広出荷組合 代表理事 杉本雅照 氏が自身の取り組みや生産物について事例発表。</p> <p>①2/9の1日で中小企業デザイン活用勉強会として(有)上竜 代表取締役 上鶴 龍二 氏・小谷養鶏場 代表 小谷健造 氏が「能勢セレクト」商品開発の手法と可能性について解説。</p> <p>②2/21の1日でアグリフードEXPO2013現地視察会として、高橋アグリビジネスクリニック 代表 高橋 太一郎 氏がコーディネーターとして現地視察を行い、農家の販路開拓の現場を知っていただいた。</p>						
		<事業手法(①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果)の具体的な連携・効果を記載>						
		①府施策連携						
②広域連携		農業ブランド連携セミナー・農産物活用ブランド化セミナーでは、豊能地域の商工会議所・商工会と連携(主に参加事業者の発掘に協力いただき、各所の指導員の支援先への告知、各所発行の機関誌への告知チラシの同封等を行った)、農業とコラボ実践塾・中小企業デザイン活用勉強会・アグリフードEXPO2013現地視察会では、能勢町商工会と連携(主に参加事業者の発掘に協力いただき、指導員の支援先等への告知、機関誌への告知チラシの同封等を行った)						
③市町村連携								
④相談相乗	参加されている事業者の事業内容が多種にわたるため、課題解決に至るまでのプロセスは個々に異なり、よりの確な提案を行うためには、個別に支援をする必要があった。 人材交流型・ハンズオン型支援で27社中11社がカルテ化。(カルテ化率40.7%)							
計画に対する実績(数値)		30	支援企業数(実績)	44	支援実績率	146.7%	満足度	80
計画に対する実績(数値)	支援企業数(計画)	20	支援企業数(実績)	22	支援実績率	110.0%	満足度	86
計画に対する実績(数値)	支援企業数(計画)	5	支援企業数(実績)	5	支援実績率	100.0%	満足度	92
事業の実績／目標達成度	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	人材育成型で掲げていた指標である農商工連携ビジネスへのチャレンジ意識が向上した支援対象企業の割合は、参加された44社のうち34社(7割以上)となり、受講後のアンケートより意識の改善が確認できた。人材交流型で掲げた指標である農家とのマッチングに向けた取り組みアクションを起こした支援対象企業の割合については、22社のうち12社(5割以上)となり、目標値(60%)をクリアすることができた。農家等との成約に至った支援対象企業の割合に関しては、交流型事業に参加の22社のうち6社(3割弱)となり、目標値(20%)をクリアすることができた。また、ハンズオン支援を通して個別の事業者の相談案件についても積極的に支援することができた。展示商談会における農家の紹介や、具体的な連携ニーズ案件に対する該当農家の紹介、さらには各事業者が検討している農商工連携ビジネスプランの素案作成支援等を通して、次年度以降に具体的な農商工連携ビジネスへの取組みをスタートさせるための基礎準備を整える支援ができた。						
	指標	農商工連携ビジネスへのチャレンジ意識が向上した支援対象企業の割合						
	数値目標	70%	実績数値	77%	目標達成度	110.0%		
	指標	農業ビジネスへのチャレンジに向けた取り組みアクションを起こした支援対象企業の割合						
	数値目標	30%	実績数値	55%	目標達成度	183.3%		
	指標	農家等との連携に向けた具体的な個別交渉に至った支援対象企業の割合						
数値目標	20%	実績数値	27%	目標達成度	135.0%			

	成果の代表事例	受講者であるコロッケの製造・卸をしている事業者と畜産業を営んでいる事業者のマッチングをコーディネートできたことにより、地域ブランド牛肉を活用した新作コロッケが開発できる可能性が見込まれる。		
	その他目標値の実績	目標値 (計画)	目標値 (実績)	目標達成度
実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	事業を開始して3年目にあたり、事業自体の集客も見込めるようになり、農業と連携した事業という部分においても具体的にイメージをしてもらえるようになってきた。しかし、まだ具体的に農家と連携して新商品を開発したり、新商品の販売をした事業者の創出ができておらず、次年度では、単純に農業ビジネスへのチャレンジではなく、具体的に農産物を活用した商品開発をテーマとして1社でも多く、新商品開発に取り組める事業者の創出を目指す。		

豊中商工会議所

事業名		ネットショップ支援事業							
想定する実施期間		22年度～24年度まで ※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること							
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	ネット通販サイトを開設したが売上げが伸びない、サイト来訪者が少ない、来訪者はあるが直帰率が高く転換率が良くない、購入者はある程度いるが殆ど一元客である、といった課題を同様に認識している企業をグループ化して支援することで、課題解決ノウハウの共有とモチベーション向上に繋げ、成果の顕在化と自立化へのスピード・アップを図る。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	おもに北摂地域に拠点を構え、既存商品のネット販売を検討している、あるいは既にネット通販に取り組み始めているが、売上が伸びない等の課題を抱えている事業者。具体的には、「ネットショップ研究会」(平成22年度発足)に登録する約70社のうち、特に意欲の高い約30社および、h22～23年度に実施してきた各種ネットショップ支援講座に参加された企業のうち約30社、さらに各指導員が販路等開拓等で個別支援している約10社を合わせた計70社程度を想定。							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>①【人材交流型1】 大手百貨店の販売管理ノウハウをネットショップに活かした内容として、リニューアル実施。受講(参加者)の問題発見力と課題解決力、実行力を身に付けることをテーマとした。今年より新たにグループディスカッション形式を取り入れ、3タイプの既存ネットショップ(1.売り切り季節商材編、2.リピート商材編、3.家具等大型商材編)をテーマにしたケーススタディ(3日間)と、受講参加者自身のネットショップを題材にした(2日間)で、グループディスカッションを行い、課題の抽出、解決を議論する訓練として実施。実施期間は、第1弾(9/5,12,19,10/3,10,17)及び、第2弾(11/7,14,21,12/5,12,21)の6日間で実施し、問題(課題)発見力と、解決力の向上を目指した。</p> <p>②【人材交流型2(ネットショップ研究会)】 I.iPadでクラウド活用入門(基礎～SNS活用で自社ネットショップのPR) 実施日:6/26 II.ネットショップ運営事業者のための、中小企業IT経営力大賞 勉強会 実施日:7/26 III.ECスマートフォンサイト/集客手法攻略・Yahoo!リスティング広告活用 実施日:8/20 IV.プロに学ぶネットショップ掲載画像(商材)の撮影実践体験講座 2/2 V.ネットショップアクセス解析(Google Analytics活用)で自社サイトの分析力を高める 2/5 VI.商材写真の加工&amp;編集実践体験講座(PhotoShop体験) 2/9</p> <p>③【人材交流型3(海外販路開拓支援)】 I.『海外ECの実情と、海外のIT活用の最新動向と5年後を見据えた対策』をテーマとした勉強会を実施。海外販路開拓のための第一歩としての海外ECサイトと題して、海外ECへの販路開拓手法として、BtoBを目的としてAlibaba JAPANの活用と、BtoCを意識したeBayの活用についての勉強会を実施。実施日:3/21</p> <p>④【ハンズオン型】主に「人材交流型1」で実施した「ネットショップ塾」の受講参加者を対象に、各社課題解決に向けた取組後の成果発表と、更に発見された新たな課題とその解決策の検討・フォローアップを2ヶ月間(第1弾のグループ:12/13～1/29及び、第2弾のグループ:2/13～3/13)に渡り実施。</p> <p>&lt;事業手法(①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果)の具体的な連携・効果を記載&gt;</p>							
	①府施策連携								
②広域連携	各市町域での事業利用者発掘、広報、事後フォローを兼ねた支援、当日運営などの実働部分での連携はもちろん、一部の企画では連携会議所担当者と共に事業利用者間の情報共有にFacebookグループの共同運営も行った。								
③市町村連携									
④相談相乗	ネットショップは商材や運営手法(自店や楽天等のモール店または複合)が異なり、現在置かれている状況(売上ゼロの方や、現在100万円から300万円を目指す方等々)で対策も個々に異なるため、講座終了後の個別支援が必要であった。(カルテ化率57.5%)								
計画に対する実績(数値)①	支援企業数(計画)	30	支援企業数(実績)	21	支援実績率	70.0%	満足度	88	
計画に対する実績(数値)②	支援企業数(計画)	40	支援企業数(実績)	38	支援実績率	95.0%	満足度	90	
計画に対する実績(数値)③	支援企業数(計画)	10	支援企業数(実績)	9	支援実績率	90.0%	満足度	92	
計画に対する実績(数値)④	支援企業数(計画)	5	支援企業数(実績)	5	支援実績率	100.0%	満足度	100	

事業の実績／目標達成度	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	<p>当事業は、ネットショップを運営している、若しくはネットショップの開設を予定している事業者を対象として実施。64社が参加し、49社(76.5%)が何らかのアクションを実行され成果が出ていると回答している。今年度は、自らが課題を見つけ、解決策を見出し継続して実行する力を養う事をテーマとした。</p> <p>海外ECへの取組支援については、予定していた講師がノウハウの提供に躊躇され、実施前に辞退を申し出られる等のアクシデントもあり、急遽、講師を変更し仕切り直して実施。ネットショップ研究会のメンバーをはじめ約120社へ参加を呼びかけたが、海外ECへの取組意欲が想定していたよりも低いことが分かった。しかしながら、取り組むまでには時間を要すると思われるものの、海外向けの商材開拓に前向きになられた参加事業者(着物の専門店)もあり、海外EC市場に対する参入の可能性についての意識付けには寄与したと思われる。</p> <p>また、ネット閲覧のデバイスがPC中心から、モバイル(スマートフォン等)に移行しつつあり、スマホ対応への取り組みに着手する事業者も数多くあり、今後の支援テーマの一つとしてヒントが得られた。</p> <p>取り組み内容の規模や商材により大小はあるが、大きく売上を伸ばす事業者も少なくない。何よりもPDCAを回す習慣づけをする事を意識した内容で実施した事で、PDCAサイクルが定着しつつある。</p> <p>ネットショップを運営する事業者は、何らかのIT活用を駆使している事により、経済産業省の中小企業IT経営力大賞への取り組み支援を行ったところ、今年度は3社の認定企業を輩出する事ができた。</p>				
	指標	①【人材交流型1】②【人材交流型2】 習得したノウハウ等を実践した支援対象企業の割合				
	数値目標	70%	実績数値	76.56%	目標達成度	109.4%
	指標	③海外向けネットショップへの取り組みを始めた事業者の割合				
	数値目標	70%	実績数値	11%	目標達成度	15.7%
	指標	④課題の解決策を得て、対策に取り組み始めた事業者の割合				
	数値目標	70%	実績数値	100%	目標達成度	142.9%
成果の代表事例	<p>オーダースーツ専門店として37年間運営をしてきたが、既存顧客の高齢化に伴いスーツの需要が減少したことから、昨年には実店舗を閉店してネットショップのみの運営に踏み切った。売上の減少が懸念されたが、支援を受けて習得したノウハウを駆使したことから実店舗を運営していた頃と変わらない売上げを確保した。さらに、実店舗を閉店した事により固定費が大幅に削減された結果、経常利益の大幅な改善が見られた。また、同社はモバイルを駆使した営業手法を取り入れており、経産省の中小企業IT経営力大賞の認定も受けている。</p>					
その他目標値の実績	目標値(計画)			目標値(実績)		
実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	<p>ネット(ネットショップ)は、顧客に飽きられないよう新鮮な情報を掲載し続ける必要があり、運営者は、常にサイトの課題を見つけ、対策を検討し、実行・検証を行い、得られた結果から新たな課題を抽出し、対策・実行を繰り返す必要がある。今年度は、PDCAを回す習慣・意識付けをテーマとして実施した。</p> <p>当事業は、ネットショップを運営している事業者を対象として企画したものの、ネットショップを運営していない事業者からの参加要望もあった。しかしながら、ネットショップ運営者を優先させるため、受講条件を満たさない場合は受講を断ったため、参加目標事業者数30社に対し23社と、定員に満たない結果となった。ネットを通じて顧客を増加させるためのノウハウは、ネットショップサイト以外でも共通する部分があり、次年度はネットショップ運営者以外も対象とする内容で実施を検討する。</p> <p>海外ECについては、外国語対応(基本的には英語で良いが)やクレーム処理(国内のネットショップでは想定されない内容)等、敷居が高く感じられるため、取組を敬遠する事業者が多く、ニーズが殆ど見られない事が明らかとなったため、次年度は海外ECをテーマとした内容は見合わせる事としたい。</p>				

豊中商工会議所

事業名		北摂地域物産販路開拓支援事業								
想定する実施期間		24 年度～ 26 年度まで ※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること								
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	北摂地域における「食関連企業」、とりわけ当地域をイメージ付けている洋菓子店・和菓子店等の製造小売業者の新たな販路開拓を目的とする。また、おおさか地域創造ファンドの採択事業として開発された商品の知名度向上と販路開拓も目的とする。この業界における「北摂」のブランドを大いに活かして多くの消費者に訴求するほか、個別店舗の活動だけではなしえない、大手小売業とのマッチングについて北摂をあげて取り組む。								
	支援する対象 (業種・事業所数等)	北摂地域の洋菓子店・和菓子店等、加工食品を主に消費者向けに製造販売する中小企業者。豊能・三島地域におけるおおさか地域創造ファンド採択事業者。								
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	人材育成型では、4/12「成功事例から学ぶ売り込み手法」として、(有)上竜 代表取締役 上鶴龍二氏・(株)鯖や 店主 右田高有佑 氏の両名より「北摂の実践派社長2人が語る商談のツボ」をテーマとして自社での商品の売り込み手法について事例発表を行った。販路開拓型では、5/18うまいもん市出展の70社のうち、百貨店・スーパーなどへの販路開拓を希望し、かつバイヤーの事前審査において絞られた22社について、「バイヤー商談会」を開催した。当日は、予め事務局で組んだタイムスケジュールに合わせて、大手百貨店やスーパー等、20社のバイヤーが待つ商談ブースを設け、各事業者が、商談ブースを回る形式とした。 <事業手法(①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果)の具体的な連携・効果を記載>								
		①府施策連携								
		②広域連携	北摂地域の商工会議所・商工会と連携。(バイヤー商談会へ参加する企業の集客部分に協力いただき、各所の指導員の支援先への告知を行った。)							
④相談相乗		各事業者で販売している商品、販売を検討しているターゲットに違いがあるため、個々のニーズにあった的確な販路開拓支援を行うためには、個別に対応をする必要があった 販路開拓型支援・ハンズオン型支援で27社中7社がカルテ化。(カルテ化率 25.9%)								
事業の実績/目標達成度	計画に対する実績(数値)	支援企業数(計画)	70	支援企業数(実績)	33	支援実績率	47.1%	満足度	84	
	計画に対する実績(数値)	支援企業数(計画)	20	支援企業数(実績)	22	支援実績率	110.0%	満足度	84	
	計画に対する実績(数値)	支援企業数(計画)	3	支援企業数(実績)	5	支援実績率	166.7%	満足度	92	
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	指標	セミナーをきっかけに、新たな販路開拓への意欲が向上した企業							
		数値目標	50%	実績数値	75%	目標達成度	150.0%			
		指標	商談会をきっかけに、後日バイヤーとの個別商談やアプローチに繋がった企業							
		数値目標	20%	実績数値	73%	目標達成度	365.0%			
		指標	消費者モニターからの意見をもとに、商品・パッケージ・販促物等の改善等を実践し、市場に出した企業。および新たな販路開拓が実現した企業							
		数値目標	2社	実績数値	2社	目標達成度	100.0%			
	成果の代表事例	参加事業者の中には、バイヤー商談会において、7社の大手デパートやスーパーや卸業者等から商談のオファーがあり、大手百貨店への催事出展が実現。								
その他目標値の実績	目標値(計画)				目標値(実績)					
	目標達成度									
実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	バイヤー商談会のニーズ・実績には今後も多大な期待がもてるが、開催時期や会議所単体では運営が難しい部分がある。しかし、中小企業が新規の販路開拓を欲しているという事実から次年度は、形を変えて販路開拓に特化した形態で事業の再構築を検討していきたい。								

豊中商工会議所

事業名	プロモーション支援事業
想定する実施期間	22 年度～ 27 年度まで ※複数年段階の実施事業は別紙にて計画を提出すること
事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	発信力の弱い小規模事業者にとって「いかにお金をかけずに効果の高い広報をするか」、またその広報を通じて獲得した見込客の顧客化、新規顧客のリピーター化は、特に不況下において大きな課題である。これまで重点的に行ってきたメディア活用による情報発信力強化を更に発展させる取組（特に継続的にメディアに取上げられるための戦略策定）を重点的に実施するとともに、過去2年の成果が出つつあるファン創りツール作成支援について、継続的に支援を行う。
支援する対象 (業種・事業所数等)	プレスリリースセミナー等広報関連セミナーの過去受講者100名をはじめ、23年度に当事業において支援した約250名程度の中から、継続的なメディア活用を自社の販促戦略の仕組みの中に落とし込みたい企業20社程度、および過去2年ファン創りツール作成支援を行った25社のうち10社程度、あらたにこれらの支援を希望する、過去の経営相談事業における販促支援カルテ化企業約50社程度を想定する。
事業の概要  実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>23年度より実施している「ファン創り」という考え方をベースに、当基礎講座および、その手法としての、情報誌作成、メディア活用、SNS活用のほか、特に消費財を扱う企業向けに、その購買決定権のほとんどを持つと言われる女性の購買心理を学んでいただく講座を実施。各社の発信力および「伝える力」の養成を支援した。</p> <p>【人材交流型①】</p> <p>■「ファン創り基礎講座」 【プログラム】&lt;1日目&gt; 御社の「やってること」の魅力を再確認しよう、&lt;2日目&gt;御社の「言ってること」を伝えよう、&lt;3日目&gt;御社の「その理由」を伝えよう、&lt;4日目&gt;御社の「どうして欲しいか？」を伝えよう&lt;5日目&gt;名刺の原案を作ろう！ 【日時】8/24、8/31、9/7、9/14、9/21 各日14:00～17:00 【講師】大西敦氏（ブレイクスルーアカデミー(有) 代表取締役）</p> <p>■「プレミアムメディア活用塾」 【プログラム】&lt;1日目&gt;テレビ制作者側から見たPRとは？、&lt;2日目&gt;商品を料理する。演出という名の魔法、&lt;3日目&gt;ヒトの演出。タレントが輝く7つのヒミツ、&lt;4日目&gt;自社が仕掛けるのに適した番組を考えよう 【日時】9/11、10/9、11/13、12/11 各日14:00～16:00 【講師】白附克仁氏（フリープロデューサー）</p> <p>■「我が社の情報誌作成基礎講座」 【プログラム】&lt;1日目&gt;基本を知って、落とし込もう！、&lt;2日目&gt;情報誌の細部を決めよう！、&lt;3日目&gt;みんなの意見で情報誌を磨き上げよう！①、&lt;4日目&gt;みんなの意見で情報誌を磨き上げよう！② 【日時】10/19、11/16、12/14、1/25 各日13:00～17:00 【講師】大西敦氏（ブレイクスルーアカデミー(有) 代表取締役）</p> <p>■「女性集客&amp;プロモーション徹底マスター講座」 【プログラム】&lt;1日目&gt;女性の「買いたい！」心理を徹底的に学ぶ、&lt;2日目&gt;女性の心をグッとつかむ、お店や人の強み・ウリを見つける、&lt;3日目&gt;女性が思わず口コミしてしまふ、お店や人の物語を作る、&lt;4日目&gt;女性が共感する伝え方、魅せ方をマスターする、&lt;5日目&gt;実践！プレゼン大会 【日時】1/10、1/24、2/7、2/21、3/7 各日14:00～16:00 【講師】前川あゆ氏（株ShukaBerry 代表取締役）、新名史典氏（株SmartPresen代表取締役）</p> <p>【人材育成型】</p> <p>■「Web活用プロモーションセミナー」 【プログラム】①Facebookでプロモーション、②スマートフォンの普及で変わる 【日時】9月25日 14:00～16:00 【講師】西野聡彦氏（FreeSquare代表）、野村真介氏（Squarewall代表）</p>

【人材交流型②】  
 ■「Web活用プロモーション実践塾」  
 【プログラム】＜1日目＞Facebookページ立上げ編、＜2日目＞Facebookページ機能活用・PR開始編、＜3日目＞実践編  
 【日時】①11/6、11/20、12/4 ②1/9、1/16、1/22 各日14:00～17:00  
 【講師】西野聡彦氏（FreeSquare代表）、野村真介氏（Squarewall代表）

【ハンズオン型】  
 ■情報誌作成基礎講座フォローアップ研修会（6/29）  
 ■Facebookビジネス活用勉強会 中・上級編（11/30・12/7）  
 以上のフォローアップ及びステップアップ研修と、個別の各種プロモーションツール作成・活用のブラッシュアップを中心とした支援

<事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載>

①府施策連携	
②広域連携	各市町域での事業利用者発掘、広報、事後フォローを兼ねた支援、当日運営などの実働部分での連携はもちろん、一部の企画では連携会議所担当者と共に事業利用者間の情報共有にFacebookグループの共同運営も行った。
③市町村連携	
④相談相乗	ファン創りツールの作成については、講座終了後の個別支援が必要になり、更に深く事業内容や思い、経営者の人生にも踏み込んでいくため事業の背景を掴みやすいというメリットがあった。（カルテ化率 69.1% ※人材育成型を除く）

計画に対する実績（数値） （人材交流型①）	支援企業数(計画)	35	支援企業数(実績)	36	支援実績率	102.9%	満足度	4.9
計画に対する実績（数値） （ハンズオン型①）	支援企業数(計画)	7	支援企業数(実績)	7	支援実績率	100.0%	満足度	5
計画に対する実績（数値） （人材育成型）	支援企業数(計画)	50	支援企業数(実績)	42	支援実績率	84.0%	満足度	3.8
計画に対する実績（数値） （人材交流型②）	支援企業数(計画)	20	支援企業数(実績)	19	支援実績率	95.0%	満足度	5
計画に対する実績（数値） （ハンズオン型②）	支援企業数(計画)	5	支援企業数(実績)	5	支援実績率	100.0%	満足度	5

目標の達成度  
 （支援企業をどう変化させることができたか）

今年度は、「メディア活用」「新規顧客およびファン創り（名刺、フライヤー、情報誌、メルマガ、ブログ、女性集客等）」「SNS活用」などの切り口から各テーマによる連続講座を中心に事業を展開した。目標のひとつであった「新規顧客獲得数の増加」に向けては「露出を徹底的に増やす」ために数多くのツールを作成し、展開させる仕組みの社内定着を図った。またリピート率向上に向けては、情報誌の発行による見込み客および顧客への定期的にコネクションを持つための仕組み作りを、SNSでは経営者や担当者のお人柄や、会社の想いを伝えるファン創りツールとして機能するよう支援を実施してきた。ある支援企業は、メディア活用の講座を受講し、全国ネットのゴールデンタイム番組で自社商品が複数回紹介されて爆発的な売上を上げたことをきっかけに、同社ネットショップではその後もコンスタントに売れている。また同企業は展示会で活用できる名刺をファン創り基礎講座を経て作成し、その名刺が功を奏して業務用の水中カメラ（@100～200万円）を延べ5台受注するなど成果を上げている。ほぼすべての人材交流型講座受講企業が、自社にとっての新たなツールを作成、実践、継続し、新たな顧客を獲得している。また、これら成功体験が彼らの自信を深め、継続して自律的に実践していく基礎が築けた。

指標	【人材交流型①：メディア活用塾】 戦略的メディア掲載を期間中に複数回実現した支援企業の割合				
数値目標	20%	実績数値	41.60%	目標達成度	208.0%
指標	【人材交流型②③④：ファン創り・情報誌作成・女性集客】 学んだ内容・ノウハウ等を実践した(ツール作成、プレゼン実践等)企業の割合				
数値目標	50%	実績数値	70.37%	目標達成度	140.7%
指標	【人材育成型⑤：WEBプロモーション】 SNSやモバイル端末等をWebプロモーションツールとして活用する効果を理解し、取組意識が向上した支援対象企業の割合				
数値目標	50%	実績数値	100.00%	目標達成度	200.0%
指標	【人材交流型⑥：WEBプロモーション】 FBページ等、参加型コンテンツが持つ機能や効果を理解し、FBページ作成に向けて取組を始めた支援対象企業の割合。				

事業の実績／目標達成度

	数値目標	50%	実績数値	80.00%	目標達成度	160.0%
	指標	【ハンズオン型⑦】 当事業による講座受講前より当該ツール等の影響を受けて売上が増えた企業の割合。				
	数値目標	30%	実績数値	61.50%	目標達成度	205.0%
	指標	【ハンズオン型⑧】作成したコンテンツをネット上に公開した企業の割合				
	数値目標	20%	実績数値	100%	目標達成度	500.0%
成果の代表事例	<p>当事業スタート当初より支援している1社は、今年度、初めての本格的なメディア露出（業界紙へのプレスリリースによる取材&amp;記事掲載）、新商品ちらしの作成、情報誌創刊、社員ブログ、Facebookページ開設と継続運営など、新規顧客獲得のために数多く露出を増やすことができた。特にメディア掲載による新規顧客・見込み客の獲得や、情報誌創刊による既存顧客フォロー体制の構築は、同社にとって大きな自信を持つきっかけとなり、今年蒔いた種が来年度以降どのような花を咲かせるかが期待される場所である。なお、同社は震災以降極度の受注減に悩まされていたが、25年2・3月期において過去最大の受注を記録し、受講して習得したノウハウの実践的取り組みが、成果の一因となっているものと考えられる。</p>					
その他目標値の実績	目標値 (計画)		目標値 (実績)		目標達成度	
実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	<p>当事業3年度目となった今年度においては、今後の事業展開の基盤作りができたが、一方で以下のような課題も見えた。「メディア活用」においては、やはり「メディアとのコネクション創り」が最も効果的である。次年度は地域メディアの記者やディレクターと直接出会える場創りをし、中小企業者がそのネタを直接伝えることのできる関係づくりに取り組む。「ファン創り」においては非常に高い効果を上げることができた。ただ、情報誌やメルマガ等はそれなりに労力を要するため、途中で発行を断念してしまいがちであることから、切磋琢磨しながら継続できる場を提供していくため、そのコミュニティ創りにも取り組む。「WEBプロモーション」においては、SNS活用の周知について一定の役割を終えたため、当事業においては一旦終了し、個別に支援を続ける。</p>				

豊中商工会議所

事業名		北摂地域企業間連携支援事業								
想定する実施期間		22年度～24年度まで ※複数年段階的実施事業は別紙にて計画を提出すること								
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	北摂地域における広域企業間連携の促進により新たな事業領域への拡大機会創出を目的とする。ハイエンドな産業の集積拠点に向けて北摂地域のものづくり事業所に対して新エネルギー産業分野への参入を促し、チャレンジ事業所の発掘を行う。また、大阪産EV開発プロジェクトの採択に向けたチャレンジ意欲醸成と、企業間連携マッチングを目指す。								
	支援する対象 (業種・事業所数等)	北摂地域の中小企業者約49,000社。大阪産EV開発プロジェクトの採択事業者。								
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>11/8「中小企業応援セミナー」では、大阪府商工労働部 新エネルギー産業課 企画グループ課長補佐 荒木慶太氏より、「応援します！新エネルギー分野への参入」～バッテリーを中心とした新エネルギー産業振興～をテーマとして、大阪府の施策説明を行った。ゴウダ(株) 太陽光・建材施工事業統括部長 合田純博氏・特殊車輛整備工業(株) 常務取締役 山形仁氏の両名より、「新エネルギー分野への参入企業による事例発表」をテーマとして、自社での新エネルギー分野への取組みについて事例発表いただき、コンバートEVの展示試乗会も実施した。11/9「中小企業応援セミナー」では、大阪府商工労働部 新エネルギー産業課 環境技術産業グループ 課長補佐 柳原和浩氏より、「応援します！スマートエネルギー技術のマッチング」～大阪スマートエネルギーパートナーズ事業について～をテーマとして、施策活用事例を踏まえて大阪府の施策説明を行った。三洋ホームズ(株) 事業戦略室長 細井昭宏氏・住友電気工業(株) パワーシステム研究所 主幹 中幡英章氏の両名より、「大阪スマートエネルギーパートナーズ参加企業の取組みと現状」をテーマとして、自社での大阪スマートエネルギーパートナーズの取組みについて事例発表を行った。</p> <p>&lt;事業手法(①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果)の具体的な連携・効果を記載&gt;</p>								
	①府施策連携	大阪府との連携においては、担当部署である新エネルギー産業課と連携を密にとり、セミナー情報の告知の協力・当日セミナーで施策説明および事例紹介を行った。								
	②広域連携	北摂地域の商工会議所・商工会と連携。(主に集客部分に協力いただき、各所の指導員の支援先への告知、各所発行の会報にチラシの同封等を行った。)								
③市町村連携										
④相談相乗	新エネルギー分野は対象範囲が広く、参加されている事業者の事業内容が多種にわたるため、課題解決に至までのプロセスは個々に異なり、よりの確な提案を行うためには、個別に支援をする必要があった。人材育成型支援で68社中、カルテ化は5社。(カルテ化率 7.4%)									
事業の実績／目標達成度	計画に対する実績(数値)	支援企業数(計画)	50	支援企業数(実績)	34	支援実績率	68.0%	満足度	73	
	計画に対する実績(数値)	支援企業数(計画)	50	支援企業数(実績)	32	支援実績率	64.0%	満足度	71	
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	<p>人材育成型で掲げていた指標である「各セミナー受講により、新エネルギー産業分野へのチャレンジ意識が向上した支援対象企業の割合」は、参加された方の8割以上(68社のうち56社)となり、受講後のアンケートにより意識の改善が確認できた。当セミナーに参加いただいた事業者には、新エネルギー分野への参入企業・大阪スマートエネルギーパートナーズ参加企業の事例発表を聴講いただき、新エネルギー分野へチャレンジしている事業者の現状を知っていただくことで、チャレンジ意欲の促進を図ることができた。</p>								
	指標	各セミナー受講により、新エネルギー産業分野へのチャレンジ意識が向上した支援対象企業の割合								
	数値目標	70%	実績数値	82%	目標達成度	117.1%				
成果の代表事例	新エネルギー分野へ参入している企業同士(太陽光発電設置・コンバートEV開発)から、駐車場の屋根の上に太陽光発電を設置し、そこで発電した電力で電気自動車の充電を行うことができないかという連携事業が提案され、新規事業として発展することが期待される。									
その他目標値の実績	目標値(計画)				目標値(実績)				目標達成度	
実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	<p>北摂地域の商工会議所・商工会・大阪府と連携して告知・集客を行ったが、目標とする支援企業数を達成する事が出来なかった。その要因としては、新エネルギー分野への参入が中小企業にとって敷居が高いものと感じられてしまったことにあると推測される。</p> <p>当該事業は今年度で終了するが、次年度においても広域連携事業として、ものづくり中小企業を対象としたセミナーを検討しており、中小企業者に自身のことであることを認識してもらえよう工夫した訴求力のあるチラシを作成するなど、支援対象企業に強く響く告知手法の向上に向けた改善に取り組む必要がある。</p>								

豊中商工会議所

事業名		EV関連ビジネス支援事業							
想定する実施期間		23 年度～ 25 年度まで ※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること							
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	「大阪EVアクションプログラム」に沿った各種セミナーの開催や見学・視察活動を通じ、EV関連分野のビジネス情報(社会情勢や行政施策、トレンド等)提供ならびに交流機会の提供を行うことにより、意欲ある企業を発掘してEV関連分野への参入機会を創出するとともに、チャレンジ意欲を高めることを目的とする。さらに、オープン参加型で実施することにより異業種・広域からの参加も募って、新たな交流・連携機会の創出によりEV関連ビジネスの普及促進を目指す。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	ものづくり企業、自動車関連企業を中心に、充電施設の提供を担う商業・サービス関連企業なども含めて、約50社程度を対象とする。EV関連ビジネスチャレンジセミナーの参加30社のうち20%。							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>人材育成型では、9/13、20の2日間で「EV関連事業チャレンジセミナー」として、大阪府商工労働部 新エネルギー産業課 副主査 松尾頼房 氏より、「大阪EVアクションプログラムについて」をテーマに大阪府の施策説明を行った。ケイズ技研 代表 稼農公也 氏・ユアサM&amp;B(株) 電気自動車部 部長 橋本篤実 氏の両名より、「大阪産EV開発プロジェクト採択事業事例」をテーマとして、自社でのEV開発の取組みについて事例発表を行った。二日目に(株)淀川製作所 代表取締役 小倉庸敬 氏より、「大阪産EV開発プロジェクト採択事業事例・現地視察」をテーマとして、EV開発の取組み事例の発表および開発現場の現地視察を行った。</p> <p>人材交流型では、2/7に「小型EV活用ビジネスプランセミナー」として、大阪府商工労働部 新エネルギー産業課 主査 渡部孝彦 氏より、「大阪府におけるEV普及支援施策について」をテーマに大阪府の施策説明を行った。(株)創機システムズ 代表取締役 萩本 健二 氏・アイブラス金属(株) 専務取締役 馬越 一朗 氏・(株)坂本設計技術開発研究所 代表取締役 坂本 喜晴 氏の3名より「小型EVビジネスモデル事例」をテーマとして、自社での小型EVビジネスモデルの事例発表を行った。</p> <p>&lt;事業手法(①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果)の具体的な連携・効果を記載&gt;</p>							
	①府施策連携	大阪府との連携においては、担当部署である新エネルギー産業課と連携を密にとり、セミナー情報の告知の協力・当日セミナーで施策説明を行った。							
	②広域連携	茨木商工会議所と連携(主に参加事業者の発掘に協力いただき、指導員の支援先への告知、機関誌等への告知チラシの同封等を行った)							
③市町村連携									
④相談相乗	想定していたより管内のEV事業へのチャレンジ事業者数が少なく、具体的な相談案件にまで至らず。13社中、カルテ化は1社。								
事業の実績/目標達成度	計画に対する実績(数値)	支援企業数(計画)	15	支援企業数(実績)	13	支援実績率	86.7%	満足度	80
	計画に対する実績(数値)	支援企業数(計画)	20	支援企業数(実績)	11	支援実績率	55.0%	満足度	75
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	<p>人材育成型・人材交流型で掲げていた指標である「大阪EVアクションプログラム」への理解およびEV関連分野への参入意欲が向上した支援対象企業の割合は、参加された方の7割以上(24社のうち19社)となり、受講後のアンケートにより意識の改善が確認できた。当セミナーに参加された事業者には、大阪産EV開発プロジェクト採択事業者による事例発表を聴講いただき、EV事業への参入における現状を知ってもらうことにより、チャレンジ意欲の促進を図ることができた。</p>							
		指標	「大阪産EV開発プロジェクト」への理解およびEV関連分野への参入意欲が向上した支援対象企業の割合						
		数値目標	70%	実績数値	79%	目標達成度	112.9%		
成果の代表事例	おおさか地域創造ファンド重点プロジェクト「次世代電動車両等開発プロジェクト」に関心を持った事業者が、申請に向けて前向きに検討し始めた。								
その他目標値の実績	目標値(計画)				目標値(実績)				目標達成度
実施結果	課題及び次期以降への取組み(実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	<p>昨年度の反省を踏まえ広く浅く告知を行い、潜在的に存在しているEV事業への参入検討事業者の掘り起しを目指したが、想定していたより管内のEV事業へのチャレンジ事業者数が少なかった。しかしながら、参加していただいた事業者のうち、「大阪産EV開発プロジェクト」への理解およびEV関連分野への参入意欲が向上した支援対象企業の割合は70%を超えた。当所としては、潜在的なEV事業へのチャレンジ事業者の絶対数が少ないことから、次年度は当該事業の実施を見送る方向で検討している。</p>							

豊中商工会議所

事業名

グローバル展開支援事業

想定する実施期間

23年度～25年度まで ※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること

事業の目的

(現状や課題を  
どのような状態  
にしたいか)

大手企業が生産・販売の拠点をアジアを中心とした海外へ大きくシフトを切り始めていたなか、東日本大震災以降の国内需要低迷や電力供給不安、過度な円高基調等により、その動きにますます拍車がかかり、中小企業においても「市場」としての海外は無視できない状況となってきている。しかし多くの中小企業にとって「海外での販路開拓」の情報と実践ノウハウは乏しく、今こそ積極的な支援を実施する必要がある。  
また、インバウンド（海外から日本へ来る観光客）の消費動向を捉え、豊能地域への誘致および関連消費の拡大を目指して、インバウンド・マーケティングにおける最新動向を発信するとともに、地域資源や個性的な製品を活かしたインバウンド・ビジネスへの参入を支援する。

支援する対象

(業種・事業所数等)

製造業は勿論のこと、海外進出や海外でのFC展開等を検討している小売・飲食・サービス業およびインバウンドビジネスに参入を検討されている飲食、小売、宿泊、サービス業を中心に、医療、介護や温泉、交通、観光関連企業等なども含めて、約100社程度を対象とした。

事業の概要

実施時期・具体的な内容及び事業手法

23年度の海外進出キックオフセミナーやインバウンドマーケティング実践セミナー受講企業等の中から、より本格的にこれらを検討する企業を募り、既にこれらに取り組む企業や各国に精通する専門家、海外販路開拓やインバウンドビジネスの専門家等を招聘して、国別やテーマ別等の勉強会を実施した。その他具体的な支援施策としての「大阪プロモーションデスク」や大阪産業振興機構での国際化支援施策の活用を提案した。

■「インバウンド動画プロモーション実践塾」

【プログラム】<1日目> 1) 台湾・香港・中国等中華圏のネット動画・SNS事情、2) 人気動画の秘訣！（数々の人気動画の事例を参考に）、3) 沢山の人の見てもらうためのテクニック

<2日目> 1) 動画アップロード 実演、2) リンクの貼り方・拡散方法いろいろ、3) インサイト情報（見ている人の情報）の見方。

【日時】①8月28日(火)、②9月4日(火) 各日13:30～16:30

【講師】池田由利子氏（㈱ピーキューブ 代表取締役）

■「インバウンドおもてなし現場実践塾」

【プログラム】<1日目>現場の声を聞いて学ぶ①：訪日外国人がよく訪れる主要施設の現場から外国人観光客の最新トレンド&ニーズを掴む（関西国際空港・関西観光情報センター、ホテル日航大阪）、<2日目> 現場の声を聞いて学ぶ②：訪日外国人を集客しているホテル・施設から現場対応のコツを掴む（玄品ふぐ、道頓堀ホテル）

【日時】①10月22日(月)、②10月29日(月) 各日13:30～16:30

【講師】宮地成年氏（㈱エースキューブ 観光MAP事業ディレクター）

■「インバウンドWEB攻略塾」

【プログラム】<1日目>「ソーシャルメディア時代のクチコミマーケティング戦略」

【概論】

●インバウンドのWEB攻略のためのSNSとサイトの理解、●facebookと他のSNSとの違い、●facebookのメリットとソーシャルマーケティング、●facebookのページ運用とサイト設計、●SNSの活用事例紹介、<2日目>「SNS・facebookを活用したインバウンド・マル秘攻略術」【実践】、●目的とターゲットの決定、●facebook広告、スポンサー記事の作り方・効果測定、●広告を使わない広告手法、●地域のコミュニティや現地ブロガーの活用術、●継続的運用による効果の向上

【日時】①11月22日(木)、②11月27日(火) 各日13:30～16:30

【講師】秋山光輔氏（㈱メディアウェイブ 代表取締役）

■「北米販路開拓勉強会」

【内容】講義・座談会 北米販路開拓事業「されどアメリカ」なワケ

【日時】9月6日(木) 15:00～17:00

【講師】笠原暁氏（㈲GyoLighthouse 代表取締役）

■「海外向けプロモーションプラン作成講座」

【内容】①小規模の海外取引は実は簡単、②日本製の「何が」喜ばれるのか、③海外で売れるのは商品より先にストーリー、④オリジナルのプロモーションプランを作成しよう

【日時】9月18日(火) 10:00～17:00

【講師】福満宏之氏（オフィステンパチ代表）、オリバー・ミリセント氏（同左）

■「ミャンマーを知る勉強会」

【内容】講義・座談会 半生中継でお送りする「ミャンマーなう」

【日時】2月12日(火) 15:00～17:00

【講師】西垣充氏（㈱サネイインターナショナル 代表取締役）

		＜事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載＞									
		①府施策連携	「17.海外ビジネス展開希望企業の発掘・支援事業」経済交流促進課と連携。大阪ビジネスサポートデスクや経済ミッション等の活用事例を講座で紹介し、これら施策の活用によるグローバル化を促進した。								
		②広域連携	各市域での事業利用者発掘、広報、事後フォローを兼ねた支援、当日運営などの実働部分での連携を実施した。								
		③市町村連携									
		④相談相乗	対象にしようとする国や業種が異なる中、個別の相談を受けることで、より進出（orインバウンド）に係る課題が鮮明になり、しかるべき専門家への相談に繋げることができた。（カルテ化率 12.1%）								
	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	30	支援企業数(実績)	41	支援実績率	136.7%	満足度	4.4		
事業の実績／目標達成度	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	インバウンドにおいては、「動画プロモーション実践」「現場でのおもてなし実践」「WEB攻略」の3テーマによる2日間講座で事業を展開した。各講座では、聞くだけでなく、実際に動画をアップロードしたり、おもてなし実践現場を見学したり、インターネット・SNSを操作することで実践力を体得していただいた。受講企業からは、①動画の面白さがわかり、インバウンド対策に効果的であると感じた、②情報配信先の開拓方法や外国人集客のためのおもてなしの事例をたくさん学ぶことが出来た、③インバウンド対策にfacebookを戦略的に使っていく方法が身をもって理解できた、などインバウンド対策の手応えと今後の実践に向けた意欲の向上に導くことが出来た。海外進出支援においては、「北米販路開拓」「ミャンマー投資状況」といった国別の情報提供および情報交換を実施したほか、小規模企業が海外に物を売っていくためのプロモーション手法について学ぶ「海外向けプロモーションプラン作成講座」を実施。具体的な海外向け販売戦略の策定を実施し、海外を市場と捉えるためのきっかけづくりができた。									
		指標	【人材交流型】グローバル化に係る具体的な取り組み（府支援施策活用等）を始めた支援対象企業の割合								
	数値目標	30%	実績数値	54%	目標達成度	178.7%					
	成果の代表事例	インバウンド支援では、受講者の1社が動画プロモーション実践塾で動画を作成し、ユーチューブにアップを行った後、台湾向けにプロモーションをかけて高視聴数を獲得された。海外進出支援においても、受講者の1社が自社商品の海外向け販売に向けて動き出し、ホームページのリニューアルや、ターゲット層別のマーケティングを専門相談支援事業を活用しながら進めている。									
その他目標値の実績	目標値(計画)				目標値(実績)				目標達成度		
実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	インバウンド支援については、個々の実践企業のレベルアップを行うことは出来たが、一方で北摂・豊能といった大阪北部エリアの情報発信力の弱さを感じた。今後は当エリア全体のインバウンド力向上に繋げていけるような内容を企画したい。海外進出支援においては、各企業の海外進出（海外販路開拓）への取り組み状況にかなりの差があることや、国、業種、目的などが様々であるため、一律の支援をすることのむずかしさを感じている。大阪府・大阪産業振興機構・近畿経済産業局・中小機構・JETROといった海外展開支援施策を持つ各支援機関と密に連携しながら、個別の相談ニーズに対応できるようコーディネートしていくことが何より必要と感じている。									

豊中商工会議所

事業名	おおさか地域創造ファンド活用支援事業
想定する実施期間	20 年度～ 29 年度まで ※複数年段階的実施事業は別紙にて計画を提出すること
事業の概要	<p><b>事業の目的</b> (現状や課題をどのような状態にしたいか)</p> <p>おおさか地域創造ファンド事業を活用して、地域資源を活用した新規事業へのチャレンジや、果敢に創業を目指す事業者を支援する。ファンド運用期間の10年間で30～40件となる採択事業の計画実現に向け、採択事業の実施主体である企業に対してハズカをベースに各種支援を実施する。今年はいこれまでの反省材料である落選者の再チャレンジ促進や新たなチャレンジ企業発掘、創業予定者の応募・採択事業創出のための機会を積極的に設けると共に、過去採択事業者との交流により、本人の意識向上やチャレンジ意欲を喚起することで、より優れた応募事業の発掘・創出に繋げる。</p> <p>また、ファンド採択事業者を中心として新しい産業を創出し地域を活性化しようとする企業・人材をグループ化し、22年4月に立ち上げた「豊能創造産業ネットワーク」を当地域でのビジネスにおける地域創造と地域活性化に資する団体としてブランディングしていく一方、ファンド解体後の新事業チャレンジの支援機能(助成・リフト支援等)を持つ団体となることを想定して準備を推進する。</p>
	<p><b>支援する対象</b> (業種・事業所数等)</p> <p>おおさか地域創造ファンド豊能地域支援事業の現採択事業者22社(事業完了者含む)、24年度採択事業者(5～6社程度予定)、25年度以降応募の見込まれる事業者(50社程度)、他地域における、これらの活動に関心の高い事業者(5～10社程度)</p>
	<p><b>事業の概要</b></p> <p>【採択事業者等への支援】</p> <p>【人材交流型①】</p> <p>■採択事業者交流会 【内容】新たに採択が決まった事業者と過去採択事業者を対象に採択事業のプレゼンや交流のための採択事業者交流会を実施する。新採択事業者のモチベーション喚起を目的とする。 【日時】7/13 於 豊中商工会議所</p> <p>【人材交流型②】</p> <p>■北摂アントレ(旧:豊能創造産業ネットワーク)【ファンド採択事業者を中心とした交流・勉強会】 【内容】各事業者課題の相互解決と交流を目的に実施。セミナー・事例発表等による学習やイベント・展示会への共同出展、地域メディアとの連携による情報発信などを行い新たなアイデアや取引の創出と交流意欲を喚起させる場として機能した。 【日時】4/25,5/23,6/27,7/25,8/23,9/26,10/24,11/28,1/23,2/27,3/27 於 豊中商工会議所</p> <p>【販路開拓型①】</p> <p>■豊中まつりファンド事業者応援ブース 【内容】豊中まつり会場におおさか地域創造ファンド採択事業者専用テントを設置、試験販売・モックアップ等の場として活用した。 【日時】8/4,5 於 豊島公園(豊中市)</p> <p>【販路開拓型②】</p> <p>■とよなか産業フェアファンド事業者応援ブース 【内容】とよなか産業フェア会場内におおさか地域創造ファンド採択事業者の製品・サービスを一堂に集めて豊中市民を中心にPRを行った。 【日時】11/17 於 千里文化センター「コラボ」(豊中市)</p> <p>【ハズカ型】</p> <p>■採択事業者ハズカ支援 【内容】採択事業者12社を対象に、採択事業の計画的な推進を目的とした支援を実施した。また、進捗報告会や他地域との合同交流会、ファンド事業者展示会、各種セミナーでの事例発表、地域イベントへのブース出展等のPRの場を提供・実施した。 【日時】各事業者1～2月に1回の頻度で随時実施。</p> <p>【人材育成型】</p> <p>■おおさか地域創造ファンド豊能地域支援事業キックオフセミナー 【内容】おおさか地域創造ファンドにチャレンジする企業の発掘を目的とした制度説明会を実施した。また、「共感を呼ぶビジネスの創り方」と題した基調講演を実施。 【日時】3/9 【講師】梅原清宏氏(中小企業診断士) 川上徹也氏(湘南ストーリーブランディング研究所 代表)</p> <p>【独自提案型】</p> <p>■応募申請書作成ワンポイント講座&amp;公募説明会 【内容】採択事業者による事例発表を行い、参加者のモチベーションアップにつなげるとともに、応募申請書の作成方法や採択による効果等についての説明会を行った。 【日時】3/22,27 【講師】梅原清宏氏(中小企業診断士) 河村賢造氏(ドクター・オブ・ジ・アース株式会社代表取締役、22日事例発表) 中庭和秀氏(関西工事測量株式会社代表取締役、27日事例発表)</p> <p>実施時期・具体的な内容及び事業手法</p>

		＜事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載＞																														
		①府施策連携	当ファンド事業において大阪府商工労働部商工振興室経営支援課および（公財）大阪産業振興機構と密接な連携取りながらすべての支援を実施したことはもちろん、大阪府が実施する支援施策の積極活用を採択事業者に呼びかけ、大阪ものづくり優良企業賞2012特別賞受賞企業の輩出や、大阪ミュージアムショップへの参加企業輩出による商品力・ネット販売力強化等の成果をあげることができた。																													
		②広域連携	豊能地域活性化推進協議会メンバーとしての活動の他、各市町域での事業者の発掘、広報、採択事業者の訪問時フォローなどについて連携。また各地域で開催される催事等へのファンド採択事業者の出展支援等を実施。																													
		③市町村連携																														
		④相談相乗	助成期間中の事業者については定期訪問している関係から労務や融資、他の公募制度などのニーズが見えやすく、事業の背景を掴みやすいというメリットがあった。助成期間終了後の事業者も、期間中の支援を覚えており何かあった際にはじめに相談を戴ける、というメリットもある。採択事業者のカルテ化率は92%。応募申請書作成講座受講者のカルテ化は23%と低いが、新年度においてカルテ化が見込まれる案件は50%を超える。																													
事業の実績／目標達成度	計画に対する実績（数値） ①人材交流	支援企業数(計画)	30	支援企業数(実績)	32	支援実績率	106.7%	満足度	4.8																							
	計画に対する実績（数値） ②販路開拓	支援企業数(計画)	14	支援企業数(実績)	10	支援実績率	71.4%	満足度	3.8																							
	計画に対する実績（数値） ③ハンズオン	支援企業数(計画)	15	支援企業数(実績)	12	支援実績率	80.0%	満足度	4.9																							
	計画に対する実績（数値） ④人材育成	支援企業数(計画)	30	支援企業数(実績)	30	支援実績率	100.0%	満足度	4.5																							
	計画に対する実績（数値） ⑤独自提案	支援企業数(計画)	15	支援企業数(実績)	18	支援実績率	120.0%	満足度	4.8																							
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	<p>今年度は、昨年度にひきつづき、各社の持つ強みや経験、人脈をシェアしたり、採択事業者間及び採択事業者と応募予定者との交流機会を創出し、それぞれの知的資産を融合することを力点の一つとして展開してきた。4月からほぼ毎月開催した採択事業者を中心とした勉強会・交流会である「豊能創造産業ネットワーク」は、24年12月に「北摂アントレ」と名称を変え、より自律的な活動を開始し、ファンド採択事業も含めビジネスのブラッシュアップに向けた活発な意見交換を行っている。平成24年度助成対象企業12社のうち7社の助成期間が満了。1社は年度途中で状況の悪化により採択事業の継続を断念したものの残る4社が次年度継続となり、継続率についての目標を達成した。応募予定者については、採択事業者との交流や個別での相談、応募申請書作成ワンポイント講座等の受講者のうち20社について、応募への取組みを具体的にはじめており、目標応募見込者数を達成した。</p> <table border="1"> <tr> <td>指標</td> <td colspan="4">採択事業者翌年度継続率</td> </tr> <tr> <td>数値目標</td> <td>5</td> <td>実績数値</td> <td>4</td> <td>目標達成度</td> <td>80.0%</td> </tr> <tr> <td>指標</td> <td colspan="4">25年度応募見込み者件数</td> </tr> <tr> <td>数値目標</td> <td>20</td> <td>実績数値</td> <td>20</td> <td>目標達成度</td> <td>100.0%</td> </tr> </table>									指標	採択事業者翌年度継続率				数値目標	5	実績数値	4	目標達成度	80.0%	指標	25年度応募見込み者件数				数値目標	20	実績数値	20	目標達成度	100.0%
	指標	採択事業者翌年度継続率																														
	数値目標	5	実績数値	4	目標達成度	80.0%																										
	指標	25年度応募見込み者件数																														
	数値目標	20	実績数値	20	目標達成度	100.0%																										
成果の代表事例	平成23年度に事業計画2か年で採択された1社は、今年度のファンド事業進捗において豊能地域では初めて海外の展示会（INTERGEO2012）に出展した。助成金では原則海外渡航旅費は認めていないが十分な実績を上げることを条件に助成したところ、4日間で約600名のブースへの来場と、262名（55か国）からアンケートを収集に成功し、海外からの引き合いが来ており、またロシアで著名な建築雑誌のインタビューを受けるなど国際的な注目を集めた。国内でも、近畿経済産業局の「関西ものづくり新撰」に選定されるなど注目を集めている。																															
その他目標値の実績	目標値(計画)			目標値(実績)			目標達成度																									
実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	次年度はファンド事業開始から7年目を迎える。採択事業者のPRの側面支援となる展示会等について、これまでは当地域では「豊中まつり」や「とよなか産業フェア」、「ロハスフェスタ」などBtoCの事業向けのものが多かった。一方、製造業については助成金額が大きいにもかかわらず展示会等の支援がほとんどなかったため、今年度はBtoBの事業向けの取組みを行っていききたい。また個別の支援においては、確実な事業進捗を引き続き支援できるよう、大阪府・大阪産業振興機構および豊能地域活性化推進協議会と密に連携しながら、支援に当たっていききたい。																														