

平成24年度  
事業実績報告書

申請者の概要

申請者	団体名	高槻商工会議所	
	代表者職・氏名	会頭 小山 洋三	
	所在地	〒569-0078 大阪府高槻市大手町3-46	
	担当者	職・氏名	中小企業相談所長 廣芝 通生
		連絡先	電話番号（直通）： 072-675-0484
Fax: 072-675-3466			
E-mail: <a href="mailto:hiroshiba@takatsukicci.or.jp">hiroshiba@takatsukicci.or.jp</a>			
①設立年月日	①昭和22年7月25日		
②職員数 (うち経営指導員数)	②14名(8名)(平成25年3月31日現在)		
③所管地域	③高槻市		
④管内事業所数	④10,005(平成21年経済センサスデータによる)		
⑤管内小規模事業者数	⑤8,235(平成18年事業所統計調査による)		
⑥会員数(組織率)	⑥1,920(19.2%)(平成25年3月31日現在)		
※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)商工会議所として意見を公表し、これを国会、行政庁等に具申または建議 (2)行政庁等の諮問に応じた答申 (3)商工業に関する調査研究 (4)商工業に関する情報及び資料の収集または刊行 (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、勘定及び検査 (6)輸出品の原産地証明 (7)商工業に関する施設の設置と維持及び運用 (8)商工業に関する講演会及び講習会の開催 (9)商工業に関する技術及び技能の普及及び検定試験 (10)博覧会、見本市等を開催し、及びこれらの開催の斡旋 (11)商事取引に関する仲介及び斡旋 (12)商事取引の紛争に関する斡旋、調停及び仲裁 (13)商工業に関して、相談と指導 (14)商工業に関して、商工業者の信用調査 (15)商工業に関して、観光事業の改善発達を図る (16)社会一般の福祉の増進に資する事業 (17)行政庁から委託を受けた事務 (18)全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			

## 高槻商工会議所

## (1) 事業の目標

今年度も、地域の小規模事業者が抱える問題点の把握と、その課題解決への適切な支援を行うため、巡回及び窓口相談をベースとして潜在的ニーズを能動的に拾い上げ、当該事業所に応じた適切かつ効果的な経営アドバイスと具体的な支援をフレキシブルに実施する。経営相談事業では、相談者が抱える課題をじっくりとヒアリングすることで抽出し、そのニーズに合致した支援を積極的に行うため、課題解決に向けたサービスの提案と支援を行う。また、経営上の専門的な相談に対応するため、専門家のアドバイスを提供して対応する。一方、地域活性化事業では、特にニーズが高いと思われるテーマの各種セミナー等を実施する。また、地域資源の発掘・創出事業、創業・起業家支援、経営革新支援、商店街活性化支援、雇用支援、農商工連携等を中心に幅広く、自治体はじめ公的機関・団体、地元金融機関等と連携を図りながら、着実に実施する。また、近隣会議所等との広域での地域活性化事業も積極的に実施していく。

## (2) 事業を実施した具体的な内容、方法及び工夫した点

- ①経営相談支援事業：支援実績事業所数は274であり、当初計画目標である240を上回った。潜在的な経営課題への対応という観点から、求所による相談のみならず、当所から事業所へ訪問して代表者等にヒアリングを行うことで、経営課題の掘り起こしを図りながら、課題解決のためのアシストを能動的に行った。また、支援メニューの実績については、多くの小規模事業者が共通の課題としている販路開拓支援、マーケティング力向上支援等を中心に行った。一方、昨年度実績が、22件に留まったマル経融資相談による金融支援は、31件と回復基調となった。また、紹介型金融支援である、「金融機関提案型融資」（商品名：地域いきいきローン）は地元金融機関との強力な連携もあり、28件の実績を上げることが出来、金融相談を足がかりとした関連課題支援に効果をもたらした。
- ②専門相談支援事業：「専門相談案内・申込みリーフレット」を四半期毎に作成し、当所HP掲載やメールマガジンでの配信、また巡回等で配付することで、専門相談会のPRと相談申込みに努めた。
- ③地域活性化事業：創業・起業、経営革新、労働関係、BCP、自社ブランド開発、制度融資、IT活用等、幅広いテーマの小規模事業者のニーズの高いセミナーを開催する一方、地元高槻の名産品の普及・販売促進、地産野菜の農商工連携、商店街活性化事業、中小企業の人材確保支援事業等を中心に地域活性化に資する実効性ある事業を展開した。

## (3) 事業を実施した効果、所管地域の活性化の状況

- ①経営相談支援事業：管内小規模事業者が抱える潜在的な経営課題を当所から能動的に掘り起こし、事業所への訪問等によるヒアリングを基に現場を見ながら経営実態を把握しつつ、相談内容に応じた適切な指導・アドバイスを実施することで、経営上の疑問点や課題解決に向けた支援を概ね行うことが出来た。
- ②専門相談支援事業：経営、税務、確定申告、金融、労働の5分野で、専門家による相談会を定期的実施した。これらの専門分野での課題を抱える申込み事業所の満足度は良好であり、一部にはリピートでの相談事例もあった。
- ③地域活性化事業：高槻市管内の小規模事業所の事業発展に寄与するテーマを厳選して、単独事業または広域事業で効果的かつ効率的にセミナー等を順次開催した。特に小規模事業所においては、自らの情報収集力等に限界があるため、この観点からも会議所による情報やノウハウの提供へのニーズは大きい。  
また、その他の地域活性化事業では、上記(2)に記載のとおり、地元高槻の名産品普及・販売促進事業、商店街活性化に繋がる個店力向上支援、地元中小企業の人材確保支援事業、地域資源を活かす大阪地域創造ファンド事業等、地域産業の活性化に資する種々の事業を幅広く推進して、地域経済団体としての役割を果たした。

## (4) 事業を実施した結果浮かび上がった課題

- ①経営相談支援事業：相談対象事業所数は274事業所であったが、支援メニューとしては、販路開拓支援が64件、マーケティング力向上支援41件、また支援機関等へのつなぎ支援52件が、比較的件数が多い結果となった。このことは、地域活性化事業において、特に地元名産品の普及・販売促進支援等を中心として、担当指導員が個店経営者に密着しつつ親身になって支援した結果である。しかし、一方では、これまで扱ったことがない支援メニューもあることから、今後は相談者へ問口を広げた相談体制を採ることで、様々な潜在的経営課題を掘り起こして対応する必要があると思われる。
- ②専門相談支援事業：今年度も5つの専門分野での相談会を定期的実施したところ、概ね年度を通じて、コンスタントに相談申込みがあった。そのうち、税務相談については、1回のみ相談申込者の該当がなく、相談会を開催出来なかった。今後は、当所HP、メールマガジン、会報折込等を通じて幅広くPRしていく。
- ③地域活性化事業：単独事業で12事業、また広域事業では9事業（うち、1事業は当所が幹事団体）の計21事業を精力的に実施した。その結果、各支援事業所に対して、直接又は間接的に経営力の向上とともに、その成長・発展に資することが出来た。しかし、一部の大阪府施策テーマのセミナーについて、支援企業数が計画を下回り、当地域での企業ニーズとのギャップが多少あったと反省している。

## (5) 来年度への取り組み

- ①経営相談支援事業：小規模事業所、中小企業が抱える経営上の潜在的な課題について、経営指導員が、積極的かつ能動的なヒアリングで掘り起こし、当該事業所に対して、より多面的でフレキシブルな支援を講じて、特にその強みを伸ばすことにより、経営力の向上や強化に繋がるようアシストする。また、そのためには、指導員自身の資質向上への弛まざる自助努力が前提であり、指導員に要求される能力向上に不断の努力を惜しまないようにしたい。
- ②専門相談支援事業：経営上の専門的課題解決の手段として、引き続き積極的に専門家との連携を深めながら、その活用を図る。また、来年度はマーケティング支援に特化した専門家相談事業を実施して、現場力の向上により魅力店舗創出等を支援する。
- ③地域活性化事業：単独事業では、地域の資源や特色を活かすことに軸足を置いて実施する。また、近隣他所等との広域事業をそれぞれ効果的に実施することで、当該地域の産業活性化に資することを目標として取り組む。また、可能な限り、支援企業間の交流も促進しながら、連携による新たな付加価値やシナジー効果を生み出せるように努力する。

高槻商工会議所

I 経営相談支援事業

支援のポイント・成果

当年度の具体的な経営相談の推進方法は、昨年度と同様に相談者の来所による窓口相談のみならず、経営指導員が当該事業所に積極的に向かい、経営者もしくはそれに準ずる相談者とのヒアリングを通じて、浮かび上がった経営課題を中心にサービス提案及び各種支援を行うことで、課題解決に貢献できた。

個別の経営相談にあたっては、当該事業所が現在直面している最優先課題だけでなく、そこから派生し関連する課題についても可能な限り支援するように努めた結果、支援事業所数の実績は、当初目標240に対して274となり、達成率は114.2%であった。

今年度の経営相談における特徴としては、以下の点が挙げられる。

(1) 昨年度から新設の「金融支援（紹介型）」のニーズが今年度も継続して高く44件であり、経営指導型金融支援であるマル経融資31件の取扱と合計で、金融支援のニーズは75となった。紹介型金融支援は、地域で頑張る、または頑張ろうとする中小企業を地域の支援機関が支える仕組みであり、金融と経営支援との一体化による総合的な支援として、今後も注力していく。具体的には、その内、当地域において摂津水都信用金庫が取り扱っている、金融機関提案型融資商品である「地域いきいきローン」への申込みに関する分析・調査に基づいた信用金庫への推薦業務が28件であり、予想以上の需要があった。また、金融支援に伴い、法人事業所については、財務分析支援も31件の取扱実績となった。

(2) また、地域活性化事業との関連において、相談事業への相乗効果があった事業としては、「高槻名産品」普及・販売促進支援事業」が挙げられる。当事業は、高槻市内に点在する地元名産品を製造・販売する未だ認知度の低い事業所を地元百貨店に一堂に集め、当該店舗の認知度向上と優れた自慢商品のPRの支援を行うとともに、その販売機会を提供した。当催事への出展者数は31店舗であり、そのうち22店舗に対して販路開拓支援を行った。また、出展した店舗のうち、寒天製造、漬物製造販売、日本酒製造の3事業所で、今後の共同商品開発に向けた意見交換会を持つことになった。その他、昨年度にカレーラーメンやカレーパンを他の出展事業所と共同開発して販売したカレー屋は、今回、新たに納豆製造業者と共同商品を開発中である。

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	275	274	99.6%	5
支援機関等へのつなぎ	支援数	51	52	102.0%	5
金融支援（紹介型）	支援数	44	44	100.0%	5
金融支援（経営指導型）	支援数	31	31	100.0%	5
マル経融資等の返済条件緩和支援	事業所	1	1	100.0%	5
資金繰り計画作成支援	事業所	0	0	-	-
記帳支援	支援数	0	0	-	-
労務支援	支援数	1	1	100.0%	5
人材育成計画作成支援	事業所	0	0	-	-
マーケティング力向上支援	事業所	42	41	97.6%	5
販路開拓支援	事業所	65	64	98.5%	5
事業計画作成支援	事業所	2	2	100.0%	5
創業支援	事業所	6	7	116.7%	5
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	0	0	-	-
財務分析支援	事業所	30	31	103.3%	5
5S支援	事業所	5	5	100.0%	5
IT化支援	事業所	0	0	-	-
債権保全計画作成支援	事業所	0	0	-	-
結果報告	事業所	268	264	98.5%	5

II 専門相談支援事業

支援のポイント・成果

特に小規模事業者・中小企業における専門分野の各種課題解決に向けた個別の相談案件に的確に対応するため、専門相談会を5分野に亘って開催した。

具体的には、日本政策金融公庫、中小企業診断士、税理士、社会保険労務士の各専門家団体の協力を得て、専門家の当所への派遣を通じて、無料相談を年間を通じて定期的・継続的に開催した。

開催回数の内訳は、金融支援14回、経営支援24回、税務支援9回、確定申告支援2回、労働支援10回をそれぞれ実施し、相談事業所の喫緊の課題解決の為にアドバイスを的確に行うことができた。

なお、各専門相談における指導件数の実績は、下記の通りであった。

また、当事業は、相談者毎に1時間の十分な相談時間を確保することで、専門家から余裕を持って指導を受けることが出来る環境を整えた。そのため、かなり深掘りした個別の課題についての質問についても、的確なアドバイスを受けることで、経営上の専門的な課題解決に役立たせることが出来た。

事業名	新規/継続	指標	目標数値	実績数値	達成率	事業評価
金融支援	継続	指導件数	24	22	91.7%	5
経営支援	継続	指導件数	30	40	133.3%	5
税務支援	継続	指導件数	15	11	73.3%	4
税務（確定申告）支援	継続	指導件数	5	9	180.0%	5
労働支援	継続	指導件数	13	12	92.3%	5



高槻商工会議所

事業名		“高槻名産品”普及・販売促進支援事業							
想定する実施期間		22 年度～ 年度まで ※複数年度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)	高槻市内には地域として誇れる地元名産品を製造・販売する事業所が多く存在するものの、それら事業所は小規模・零細事業所である場合が多く、自社の商品を効果的にPRする事は困難であり、販売場所や販売機会においても限界があるといえる。また、立地でも市内に点在する事から、それらを一堂に集め、販売機会を提供する事により、地元名産品の認知度の向上と販売促進を支援する事を目的とする。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	高槻市内に所在し、地域として誇れる飲食料品・工芸品等を製造・販売する事業所を対象とし、約35事業所を目標とする。							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	西武百貨店との共催により、市内31の出展事業所を同店4階催事会場に集約、“高槻ご当地味めぐり”の名称で地元名産品に特化した物産展として開催。会期は平成24年9月19日(水)～25日(火)の7日間実施し、約1,537万円の売り上げ実績となった。なお、出展事業所の募集については、当所会報誌及び高槻市広報誌等によるもの、他、経営指導員の候補事業所への訪問等による直接的勧誘を行った。また、出展事業所間の交流の場として、会期前の8月21日に合同説明会、会期中の9月22日には交流会を実施し、相互の情報交換やコラボ商品アイデア創出の場となった。							
		<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 ③市町村連携 高槻市の後援を採り、市が発行する高槻市広報誌を通じて同催事のPR活動を行う事で連携した。 ④相談事業相乗 事業所への出展要請の際や、それ以降に各々へのヒアリングを行い、事業所の持つ潜在的な業務上の課題を抽出し、販路開拓支援にてカルテ化した。カルテ化は当初予定の20事業所(57%)に対し、実績は22事業所(71%)であった。							
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)	35	支援企業数(実績)	31	支援実績率	88.6%	満足度	93%
	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)	市内各地域に点在する事業所を一箇所に集約し、催事を実施した事は、出展事業所にとって効果的な事業所PRにつながったといえる。これはアンケート結果において、93.1%の事業所からPR効果に満足したとの回答を得ておりその証左となっている。(出展に関する総合的な満足度も93.1%である。)また、販売場所・販売機会の提供の観点からは、売上高に対する満足度が44.8%に止まるものの、次回出展について75.9%の事業所が出展を希望する結果となった。当催事終了後も、これを契機とした各店舗への来客が増えている事業所も多く、同事業が市内事業所に対するPR効果、更には売上向上につながっているといえる。なお、満足度の算出は、事業所に対するアンケート集計で出展に関し“大変良かった、良かった”の累計による。							
		指標	出展により店舗の存在をPR出来たと判断した割合						
		数値目標	80%	実績数値	93.0%	目標達成度	116.3%		
	成果の代表事例	今回の出展を機に、A社・B社・C社の3事業所間で新商品開発に向けての取り組みが開始されるなどの新たなビジネスチャンスのきっかけとなる場を提供できた。また、同催事には他百貨店のバイヤーの視察も多く、D社はこれをきっかけに、これまでに取引の無かった大丸心斎橋店・阪急梅田店等への催事出展が決定した。							
その他目標値の実績	目標値(計画)	購入者数9,000名	目標値(実績)	9,265名	目標達成度	102.9%			
	目標値(計画)	交流会参加事業所数17事業所	目標値(実績)	17事業所	目標達成度	100.0%			
	期間中の催事会場での購入客数であるが、目標値の9,000名を上回る9,265名の購入があった。また、出展業者間の交流会への参加は目標の17社丁度となったが、参加率としては54.8%に留まった。これは交流会を開催期間中に行った事が原因と考えられ、今後は日程の設定も課題といえる。								
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)	今回で4回目となる当事業であるが、エンドユーザーへの浸透は来場者数の増加からも十分なされていると思われる。これは事業所PRの点から考えると、大変効果的であるといえる。ただ、目標値の達成は出来たが、交流会への参加実績に関して日程上の問題もあるものの、事業所間の交流を図る場をもう少し設定すべきであった。この点については、次年度以降、催事の準備段階を早め、催事期間以前から事業所間の交流の機会を作る事で、期間中だけでなく、終了後も事業者が連携して行う新商材の開発など、出展事業所のビジネスチャンスを広げる機会を増やしていく事も検討すべき課題である。							

高槻商工会議所

事業名		なにわの伝統野菜”服部越瓜”販路開拓支援事業																											
想定する実施期間		24 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)	高槻市特産で大阪府から「なにわの伝統野菜」として認証を受けている「服部越瓜」はこれまで「粕漬け(漬物)」としての商品の知名度はあるものの、食材としての越瓜は極めて認知度が低い。そこで、主に高槻市内のレストラン等へ新たなレシピのアイデアを提供することで、具体的なメニュー開発につなげる等、高槻の特産品としての認知度の向上と具体的な販路開拓に資する事を目的とする。																											
	支援する対象 (業種・事業所数等)	「服部越瓜生産部会」に所属する生産農家10件																											
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>①飲食店でのメニュー提供については、5月にはH23年に実施した”服部越瓜圃場見学会”に参加実績のある事業所を中心に約10店舗を選定し打診する。こちらの候補店舗については食材としての越瓜の活用方法について考えていただいた経緯もあって、後日、メニュー提供の依頼をいただく。②周知チラシ(マップ)作成では、7月上旬に、紙媒体による周知活動としてマップの作成も行い、高槻市、各種団体等に配布した。また、これに関しては越瓜が食べれる飲食店を併せて掲載する事で相乗効果を狙った。③市民を対象とした圃場見学と越瓜メニューの食事会については7月31日に17名が参加し、越瓜部会から高谷氏が代表して圃場の説明を行い、飲食会場のたかつき京都ホテルでは越瓜を使用した4種類のメニューが提供された。また、越瓜の新たな調理方法の周知活動が行えた。④、①②③以外にも、従来の漬物としての越瓜を紹介する場として、11月11日に開催の農林業祭へのブース出展も行う。</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> <table border="1"> <tr> <td>①府施策連携</td> <td colspan="6"></td> </tr> <tr> <td>③市町村連携</td> <td colspan="6">大阪府北部農と緑の総合事務所・農の普及課及び高槻市農林課と連携して、「服部越瓜生産部会」会合に参加して趣旨等を説明した。特に「服部越瓜マップ制作委員会」の内容について説明して協力体制をとった。地元の飲食店等に三者で訪問してPR活動を行った。</td> </tr> <tr> <td>④相談相乗</td> <td colspan="6">農家への訪問の際や、それ以降の各々へのヒアリングを行い、農家の持つ潜在的な課題を抽出し、販路開拓支援にてカルテ化した。カルテ化は当初予定の8事業所に対し、実績は12農家である。</td> </tr> </table>							①府施策連携							③市町村連携	大阪府北部農と緑の総合事務所・農の普及課及び高槻市農林課と連携して、「服部越瓜生産部会」会合に参加して趣旨等を説明した。特に「服部越瓜マップ制作委員会」の内容について説明して協力体制をとった。地元の飲食店等に三者で訪問してPR活動を行った。						④相談相乗	農家への訪問の際や、それ以降の各々へのヒアリングを行い、農家の持つ潜在的な課題を抽出し、販路開拓支援にてカルテ化した。カルテ化は当初予定の8事業所に対し、実績は12農家である。					
	①府施策連携																												
③市町村連携	大阪府北部農と緑の総合事務所・農の普及課及び高槻市農林課と連携して、「服部越瓜生産部会」会合に参加して趣旨等を説明した。特に「服部越瓜マップ制作委員会」の内容について説明して協力体制をとった。地元の飲食店等に三者で訪問してPR活動を行った。																												
④相談相乗	農家への訪問の際や、それ以降の各々へのヒアリングを行い、農家の持つ潜在的な課題を抽出し、販路開拓支援にてカルテ化した。カルテ化は当初予定の8事業所に対し、実績は12農家である。																												
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)	10	支援企業数(実績)	10	支援実績率	100%	満足度	73%																				
	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>漬物としての流通が全んどであった服部越瓜に対して、新しい切り口での周知活動によって、食材としての越瓜の効果的なPRにつながったといえる。これはアンケート結果において、①「販路開拓支援事業」に参画して、今後の越瓜生産の意欲に対して質問で、10農家すべてが「やや高まった」と応えた。(越瓜の販売先が広がり、販路が増した。越瓜の注目度が高まって、地域の名産品として生産し続けたい)との意見をいただいた。②越瓜マップ作製については、(役に立ったが8農家、あまり役にたたなかったが2農家であった。(JA農風館からの注文が増し、近隣の住民も食材としての越瓜を意識し始めた)と意見をいただいた。③当事業の行った越瓜のPR・販売促進に関しての質問に、役に立ったが9農家、あまり変わらないが1農家であった。(市内の小学校、府立高校の調理実習で越瓜が採り入れられた)という意見をいただいた。ただ、越瓜の出荷時期が夏期の短期間に限定される事と、メニュー提供店も市内で未だ約10店舗に過ぎない事から、今後、一般市民に対して広く浸透していくには時間を要すると思われる。</p> <table border="1"> <tr> <td>指標</td> <td colspan="6">販路開拓による増産への意欲向上度合</td> </tr> <tr> <td>数値目標</td> <td>70%</td> <td>実績数値</td> <td>75%</td> <td>目標達成度</td> <td colspan="2">107%</td> </tr> </table>							指標	販路開拓による増産への意欲向上度合						数値目標	70%	実績数値	75%	目標達成度	107%								
指標	販路開拓による増産への意欲向上度合																												
数値目標	70%	実績数値	75%	目標達成度	107%																								
	成果の代表事例	<p>「服部越瓜生産部会」のA氏は、越瓜マップを作成してからは、Tホテルや高槻市農協の直売所からの注文が増加し、増産に向けたマインドの向上が図られた。また、市内の小、中、高校で越瓜を取入れた給食や、家庭科授業にも越瓜が多く取り入れられてきた。また、越瓜マップ作製に関して、役に立つが8農家、あまり変わらないが2農家であった。</p>																											
	その他目標値の実績	目標値(計画)	1,250	目標値(実績)	1,000	目標達成度	80%																						
		<p>&lt;コメント&gt;「越瓜」認知度の向上(農林業祭の来場者25,000人「予想値」の内、5%が「越瓜」のブースを訪問することを目標値とした。しかし、結果は、来場者は20,000人であり(高槻市農林課発表)ブース訪問は1,000名であった。</p>																											
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>①今後の継続的な課題としては、飲食店等の越瓜メニュー取扱の取組意向の確認、及び取組拡大、また、入手可能な場所等を周知していくこと。②市内の越瓜メニュー取扱及び越瓜販売店の「食べ歩きマップ」が市民に浸透することにより、越瓜を食材としてメニュー化するレストラン等が増えることで、越瓜の知名度向上と農家の生産意欲向上につなげる。</p>																											

高槻商工会議所

事業名		経営革新セミナー（目からウロコのビジネスアイデア発想法）							
想定する実施期間		24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)	常に変化し続ける経営環境下で、中小企業も既存事業を継続するだけでなく、常に、コア・コンピタンスを活かして、経営革新により生き残りを図ることが求められている。そこで当所では、既に事業を営んでいる経営者や若手後継者などを対象に、自社独自のスキルやノウハウを利用した既存事業の競争力向上や新分野を含む新事業への展開を図るためのアイデア手法を学ぶことにより、経営革新計画の申請へのインセンティブとなるセミナーを開催する。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	自社のビジネスモデルの改善や新事業への進出の必要性を感じている経営者、またはその後継者・経営幹部等							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>■日時：平成25年3月5日（火）10:00～16:00</p> <p>■テーマ：伸びる会社はここがちがう！～勝ち残るために「何か新しい事」を始めよう～</p> <p>■会場：高槻商工会議所 3階会議室</p> <p>■講師：(有)ジェイド・コンサルティング 代表取締役 中小企業診断士 税理士 大庭みどり氏</p> <p>■実施内容：①イノベーション(変革)の必要性 ②勝手にコンサルティング 変革に成功した中小企業を例に皆で考えてみよう ③B2F (Back to the Future) 分析 自社の5年前、現在、5年後の姿を分析する ④活用いただける支援施策や革新事例の紹介 など</p> <p>セミナーでは、講師による講義だけではなく、ブレインストーミングなどグループワークや受講生と講師の対話により問題解決に取り組む双方向型の研修を行った。</p> <p>■個別相談会</p> <p>■参加者数：13事業所 14名</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	経営支援課より、経営革新関連の資料の提供。MOB I Oのメールマガジン「ものづくり支援ニュース第343号」へ本セミナーのPR記事を掲載。							
	②広域連携								
③市町村連携									
④相談相乗	セミナー終了後、講師による経営革新に関する個別相談会を開催し、3事業所が利用した。また、後日、希望によりセミナーを受講した2事業所を大庭氏へつないだので、トータルで5事業所をカルテ化し、カルテ化企業の割合は、目標の20%に対し38.5%であった。								
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	93
	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)	受講者アンケートでは、今回のセミナーを受講しての満足度について、14名中10名が満足、3名がやや満足と回答した。合算すると13名が満足以上と回答し、参加者全体の約93%に及んだ。また、セミナー受講後の自社(自店)の変化について問う設問(複数回答)に対し、8名が「ビジネスアイデアの見つけ方(考え方)を学ぶことができた」と、また、7名が「経営革新への意識を高めることができた」「経営(既存事業)を見直すきっかけづくりとして役立った」とそれぞれ回答した。この結果が示すとおり、受講者の満足度は高く、厳しい経営環境を切り拓く、新たな気づきや取組みのきっかけを与え、経営革新の必要性の理解とやる気を高めることができたと思われる。							
		指標	経営革新に向けての意志決定企業数						
		数値目標	3	実績数値	3	目標達成度	100.0%		
	成果の代表事例	受講企業名：(株)J社 本セミナー終了後、新規取引先の開拓など、今後の事業展開についての相談に対し、講師である(有)ジェイド・コンサルティングの大庭氏へつなぎ、経営革新に向けての道筋をつけることができた。							
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か)	支援企業数は15社に対し結果は13社であり、目標達成には若干届かなかった。その原因として、広報活動が足りなかった点もあるが、平日の終日開催で時間的に参加しづらかったこと、セミナーの趣旨や内容が理解しづらかったことなども考えられる。これらの反省点を踏まえ、当所としては、次年度も内容を変更して本事業を継続する予定である。							

高槻商工会議所

事業名		創業プレセミナー							
想定する実施期間		24 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)	創業したいという思いがあるが、「何から手を付けてよいか分からない」「職務経験や得意なことはあるが、はっきりとしたプランがない」「どのような支援施策があるのか、どこに相談してよいか分からない」などの不安や悩みから、意欲はあるものの創業に踏み切れない創業希望者が潜在的に存在していると思われる。このセミナーでは、創業の意義、必要な準備、スケジュール、支援施策などを学んでいただき、創業に向けて行動を起こすきっかけづくりとなる場を提供する。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	対象者は、高槻市を中心とした近隣の市町村（茨木市、島本町等）在住の創業に興味がある方、創業を検討している方、既に創業に向けて準備中の方等。※会場へ受講の為の来所が可能であれば、大阪府下に在住の方も対象とする。							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	■日時：平成24年7月29日（日）13：00～16：00 ■テーマ：初めの一歩を踏み出そう！創業スタートアップセミナー ■会場：高槻商工会議所 4階大ホール ■講師：(株)プラクティカルマネジメント 代表取締役 中小企業診断士 福田尚好氏 ■実施内容：【セミナー】①創業することとは ②自己の棚卸し ③創業者の適正診断 ④創業にむけての心構え ⑤創業に成功する人、失敗する人 ⑥創業までのスケジュール 【創業体験談】シナプスクリエーションズ 代表 足立和博氏 P.E.P.英語教室 代表 片岡典子氏 ■参加者数：27名 <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	商業・サービス産業課より、創業関連の資料の提供。大阪府商工労働部のメールマガジン「大阪府商工関連ニュース 2012年7月6日号」へ本セミナーのPR記事を掲載。						
		②広域連携							
③市町村連携		高槻市より後援をいただき、市の広報紙「広報たかつき 2012年7月10日号」へ本セミナーのPR記事を掲載。							
④相談相乗	後日開催した創業塾や定例経営相談会などで3名をカルテ化し、カルテ化企業の割合は、目標の30%に対し11.1%であった。								
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)	30	支援企業数(実績)	27	支援実績率	90.0%	満足度	89
	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)	受講者アンケートでは、今回のセミナーを受講しての満足度について、27名中15名が満足、9名がやや満足と回答した。合算すると24名が満足以上と回答し、参加者全体の約89%に及んだ。また、セミナー受講後の創業への想いを問う設問に対し、6名が「創業に向けて本格的に準備を始める」と、また、14名が「創業を検討する」と回答した。この結果が示すとおり、受講者の満足度は高く、創業に向けてアクションを起こす契機を提供することができたと思われる。							
		指標	創業に向けての意志決定者数						
		数値目標	9	実績数値	6	目標達成度	66.7%		
	成果の代表事例	受講者名：M氏 平成24年9月に高槻市内にて(株)〇〇〇（福祉用具貸与・販売業）を開業。以前から創業に向けての準備をしていたが、本セミナーがM氏の背中を押し、創業へと導いた。							
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)	参加者数は目標30名に対し結果は27名であり、目標達成にはあと一歩であった。また、指標に対する数値目標の達成率も66.7%と目標には至らなかった。その原因として、参加者数については、事前に40名の方より申込みがあったにもかかわらず、当日欠席者が多かったことが上げられる。当所としては、次年度も内容を再検討して本事業を継続する予定である。							



高槻商工会議所

事業名		中小企業向けBCP（事業継続計画）セミナー								
想定する実施期間		24 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)	一昨年は、東日本大震災や台風12号など自然災害により企業への直接被害やサプライチェーンの断絶等により、事業の存続に拘わる事態が発生した。この観点から中小企業においてもBCPを作成し、被害時にはそれが確実に実行できる社内体制を構築する重要性が再確認されている。しかしながら、大企業に比べて、中小企業にはBCPが普及していないのが現状である。本セミナーでは、BCPとは何か、BCP策定の手順等についてわかりやすく解説し、中小企業へのBCPの普及促進を行う。								
	支援する対象 (業種・事業所数等)	主にBCPや事業所の災害対策に関心をお持ちの中小企業経営者及び企業防災担当者								
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>■開催日時：平成24年11月7日（水）15：00～17：30</p> <p>■会場：高槻商工会議所 4階 大ホール</p> <p>■テーマ：これからの時代のリスク対策 企業防災と事業継続～脅威に負けない組織づくり～</p> <p>■講師：ミネルヴァベリタス(株) 代表取締役 松井 裕一郎氏</p> <p>■内容：1) 企業防災の理解 2) 事業継続計画の策定 3) BCPの演習と見直し 4) 事例紹介</p> <p>■参加者数：12事業所、16名</p> <p>■個別相談会を実施したが、相談申込企業はなかった。</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	総務・企画グループと連携し、講師派遣を依頼するとともに、同センター配信のメールマガジンにて本セミナーのPRを行った。また、他所のBCPセミナー開催情報を提供いただく。								
	②広域連携									
③市町村連携										
④相談相乗	セミナー終了後、大阪府が推薦する支援機関である㈱〇〇〇を紹介して欲しいと1事業所から依頼があった。その結果、カルテ化の割合は目標の10%に対して8.3%であった。									
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)	20	支援企業数(実績)	12	支援実績率	60.0%	満足度	88.0%	
	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)	受講者アンケートによると、今回のセミナー受講後の満足度について、出席者16名中9名が満足、5名がやや満足と回答し、両者合計では87.5%であり、満足度指標では、良好な結果であった。また、「当セミナーを受講されて、今後、貴事業所はBCPの策定を具体的に検討されますか？」との問いに対しては、策定する予定があるが6名、今後、策定を検討する7名を含めて、策定へ向けた前向きな回答率が81.2%であり、所期の事業目的である「中小企業へのBCPの普及促進」は、達成できたと考えます。								
		指標	BCPの策定に向けての意思決定企業数							
		数値目標	2社以上	実績数値	2社	目標達成度	100%			
	成果の代表事例	セミナー修了後に複数の事業所から当所へ質問が寄せられ、(株)〇〇〇へ取り次ぎ紹介した。質問内容は、「BCP策定の必要性は理解しているが、費用面での条件が課題である。しかし、相談費用が無料である同社で取り急ぎ策定したい。また、一部社屋建物の強度が災害時に不安がある」等であった。これらの質問を専門家に提供するとともに、事業所から直接支援機関に問い合わせをいただいた。								
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)	目標支援企業数に対する支援実績率は60%であり、目標通りの企業数を確保することが出来なかった。中小企業の経営者は概して、BCP策定の必要性は感じているものの、現状は大企業に比して、普及していないのが現状である。しかし、今回のセミナーは中小企業支援の一環として、一定効果があったと思われる。今後も、中小企業支援団体として、同様のセミナーの開催を検討する。								

高槻商工会議所

事業名		自社ブランド開発講座							
想定する実施期間		24 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)	管内の中小企業は、アジアからの安価な商品の流入や、消費者の購買意欲の低下など、ますますモノが売れない厳しい現状に置かれている。そこで、本講座では、デザイン開発やブランド戦略の必要性・重要性や導入効果を解説し、デザイン活用による中小企業商品力・サービス開発力の強化による経営力の向上に資する。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	主に、デザインやブランド開発に関心をお持ちの中小企業経営者							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	■開催日：平成24年10月12日(金) ■時間：14:00～16:00 ■会場：高槻商工会議所 大ホール ■講演：テーマ「経営者のためのデザイン活用セミナー」 デザイン≠イロ・カタチ —デザイナーと協業するという事— ■個別相談会 ■講師：金谷 勉 氏 ( (有)セメントプロデュースデザイン 代表取締役) ■参加者：13事業所 17名 <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	商業・サービス産業課新事業創造グループ及び大阪府産業デザインセンターと連携し講師派遣を依頼するとともに、同センター配信のメールマガジンにて本セミナーのPR記事掲載を行う						
		②広域連携							
		③市町村連携							
④相談相乗	セミナー終了後、講師による個別相談会を開催し1事業所が利用した。結果、カルテ化企業の割合は目標の10%に対し7.7%であった。								
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)	20	支援企業数(実績)	13	支援実績率	65%	満足度	82%
	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)	受講者アンケートでは、今回のセミナーを受講しての満足度について、17名中9名が満足、5名がやや満足と回答した。合算すると13名が満足以上と回答し、参加者全体の82.3%に及んだ。受講者の満足度は概ね良好であり、受講者には、デザイン活用に対する知識や必要性、府の支援施策などを学んでいただき、事業におけるデザイン開発やブランド戦略に対する意識付けを図ることができたと思われる。							
		指標	ブランド戦略に向けての意志決定企業数						
		数値目標	2社以上	実績数値	3	目標達成度	150%		
	成果の代表事例								
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か)	参加事業所数は13と、数値目標の達成率は65%と目標には至らなかった。その原因として、他業種にわたる市内事業所のニーズに対応すべく、このセミナーのテーマである「デザイン開発」・「ブランド戦略」において、総括的な全体像をテーマにした事に要因があると考えられる。次年度以降、同テーマにて企画をする際は、対象業種やテーマの絞り込みを行い、深く掘り下げた内容で行う事も必要であると考えられる。							

高槻商工会議所

事業名		大阪府制度融資等普及セミナー																																	
想定する実施期間		24 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)	大阪府の制度融資など公的融資については、様々な融資メニューが提供されているが、管内の中小企業においては必ずしも、その制度内容への理解が深まっていないのが現状である。こうした状況への対応を含め、地域中小企業の経営力の向上にあたっては、当所が地域金融機関等と経営面及び資金調達面の両面で強気に連携し、地域の開業者・中小企業を支える地域のネットワークを構築することが重要かつ急務である。そこで、地域支援ネットワークの確立に向けた1つの取組みとして、中小企業財務の健全化を図るための資金調達セミナーと新たに創設された大阪府金融機関提案型融資制度及び日本政策金融公庫の融資制度などについて、各金融機関の担当者より審査のポイントや制度の内容を解り易く解説する説明会を開催する。終了後、各金融機関との名刺交換会を開催し、具体的な資金需要への対応を図る。																																	
	支援する対象 (業種・事業所数等)	中小企業経営者、財務・経理担当者																																	
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>■開催日時：平成24年10月24日(水) 午後1時30分～4時45分</p> <p>■会場：高槻商工会議所 4階大ホール</p> <p>■内容：①「中小企業のための資金調達セミナー」(講師) ㈱ウィレンス 代表取締役・中小企業診断士 島ノ内英久氏、②「各金融機関からの制度融資説明」(説明者) 大阪府金融支援課、池田泉州銀行、大阪府中小企業信用保証協会、関西アーバン銀行、京都中央信用金庫、摂津水都信用金庫の各担当者、③各金融機関参加者と受講者による名刺交換会</p> <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＞</p> <table border="1"> <tr> <td>①府施策連携</td> <td colspan="6">当日、大阪府金融支援課より担当者が来られ、府施策の説明をしていただいた。</td> </tr> <tr> <td>②広域連携</td> <td colspan="6"></td> </tr> <tr> <td>③市町村連携</td> <td colspan="6">高槻市産業振興課を通して、窓口以案内チラシ設置、メールマガジンの配信をお願いする。また、当日は大阪府中小企業信用保証協会から市制度融資の説明をしていただいた。</td> </tr> <tr> <td>④相談相乗</td> <td colspan="6">カルテ化企業の割合目標は20%であり、支援企業数11社のうち、金融支援(紹介型)や創業支援などで5社カルテ化。(実績45.5%)</td> </tr> </table>						①府施策連携	当日、大阪府金融支援課より担当者が来られ、府施策の説明をしていただいた。						②広域連携							③市町村連携	高槻市産業振興課を通して、窓口以案内チラシ設置、メールマガジンの配信をお願いする。また、当日は大阪府中小企業信用保証協会から市制度融資の説明をしていただいた。						④相談相乗	カルテ化企業の割合目標は20%であり、支援企業数11社のうち、金融支援(紹介型)や創業支援などで5社カルテ化。(実績45.5%)					
	①府施策連携	当日、大阪府金融支援課より担当者が来られ、府施策の説明をしていただいた。																																	
	②広域連携																																		
③市町村連携	高槻市産業振興課を通して、窓口以案内チラシ設置、メールマガジンの配信をお願いする。また、当日は大阪府中小企業信用保証協会から市制度融資の説明をしていただいた。																																		
④相談相乗	カルテ化企業の割合目標は20%であり、支援企業数11社のうち、金融支援(紹介型)や創業支援などで5社カルテ化。(実績45.5%)																																		
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	78.0%																											
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)	受講者アンケートでは、今回のセミナー等を受講しての全体の満足度について、11名中5名が満足、1名がやや満足と回答した。合算すると6名が満足以上と回答した。また、今後、資金調達する際に今回の知識や情報は役に立つかとの設問に対し、5名は「非常に役立つと思う」と、また、6名は「やや役立つと思う」との回答であった。この結果から、受講者の満足度は概ね良好であり、受講者には、資金調達に対する知識や情報、公的融資制度や大阪府の支援施策などを学んでいただき、今後の自社における資金調達対策の一助となったと思われる。(アンケート調査より、満足度は5段階評価、下記の指標は4段階評価で数値化。)																																	
		指標	資金調達方法についての理解度																																
		数値目標	80%以上	実績数値	86.0%	目標達成度	107.5%																												
事業の実績／目標達成度	成果の代表事例	参加企業のうち、A社とB社の2社は後日、日本政策金融公庫の融資制度を利用し、資金調達を行った。両社とも、当セミナーを通して、知識習得・情報収集を行い、事業継続や創業に向けての資金調達ができた。																																	
	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)	目標支援企業数は20社であったが、実績は11社と目標には半数近く届かなかった。当所ホームページやメールマガジン、会報誌への折込チラシ、窓口・巡回での案内、また、各金融機関にはチラシを配布し、窓口や営業担当者から告知協力をしていただき、受講者を募った。受講者のアンケート分析から当セミナーに対する満足度は概ね高く、中小企業が抱えている多岐に亘る諸問題のうちの重要な対策の一つである資金調達に関して、大いに知識習得と情報提供できたことは成果であったと思われる。当事業は一旦、終了とするが、今後は、より具体的に、またタイムリーに同様のセミナーの開催を検討していきたい。																																	

高槻商工会議所

事業名		IT活用経営促進支援事業 (Facebook ビジネス活用セミナー)								
想定する実施期間		25 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)	今や日常生活におけるフェイスブック等のいわゆるSNSの普及スピードは著しいものがある。とりわけ、フェイスブックを特に強力なマーケティングツールとして活用することで売上の増加につなげ、中小企業や小規模事業者の経営力の向上を図る。								
	支援する対象 (業種・事業所数等)	フェイスブックを自社の経営に活用し、業績向上を図ろうとする意欲的な中小企業経営者、小規模事業者等								
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>■開催日：平成24年9月5日(水)【基礎編】・12日(水)【応用編】</p> <p>■時間：各日とも14:00～15:30(計3時間)</p> <p>■会場：高槻商工会議所 3階会議室</p> <p>■講師：中小企業診断士事務所 OFFICE AIR 代表 片山祐姫 氏</p> <p>■実施内容：                  (基礎編)①ソーシャルメディアとは?②フェイスブックとは?③アカウントの取得と基本操作について ※講義後に個別相談会を開催                  (応用編)①企業ページの作成について②ビジネス展開への具体的な活用方法について③フェイスブックビジネス活用事例の紹介 ※講義後に個別相談会を開催</p> <p>■参加者数：49事業所61名(但し、2日間とも受講した重複企業を除いた実質企業数である。内訳：基礎編 29事業所35名、応用編 38事業所46名)</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	大阪府商工労働部 商業・サービス産業課 新事業創造グループと連携して、大阪デジタルコンテンツビジネス創出協議会(ODCC)の会員である合同会社かぷっと 深川正英氏をご紹介いただき、個別相談会にてご対応いただいた。また、大阪府新事業創造グループの担当者より、大阪府の重点施策である「クリエイティブビジネスモデル構築事業」について説明頂き、コンテンツ・クリエイティブ産業に注力していることを参加事業所に理解して頂けた。								
	④相談相乗	セミナー終了後、フェイスブック活用に関する個別相談会を開催し、基礎編で2事業所、応用編で5事業所の計7事業所が利用した。その結果、カルテ化企業の割合は目標の20%に対し14.3%であった。								
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)	20	支援企業数(実績)	48	支援実績率	240.0%	満足度	54%	
	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)	受講者アンケートでは、今回のセミナーを受講しての満足度について、基礎編と応用編で延べ81名中20名が満足、24名がやや満足と回答した。合算すると44名が満足以上と回答し、参加者全体の54%であった。また、基礎編及び応用編の内容理解度について問う設問に対し、基礎編では3名、応用編では7名が「よく理解できた」と、また、基礎編では21名、応用編では35名が「だいたい理解できた」と回答した。この結果が示すように、受講者の理解度は80%以上であり、受講者には、フェイスブックの基礎知識の習得から、その経営への活用方法の意義とノウハウについて一定の理解を得ることができたと思われる。								
		指標	受講者アンケートの理解度							
		数値目標	80%以上	実績数値	81%	目標達成度	101.3%			
	成果の代表事例	受講企業名：〇社 本セミナー終了後、“ホームページやフェイスブックなど各ツールの特性と効果的な使い方、使い分け”について、個別に相談を実施し、講師である片山氏へつないだことで課題解決の糸口となった。								
その他目標値の実績	目標値(計画)		目標値(実績)		目標達成度	#DIV/0!				
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)	参加企業数は目標20社に対し実績は49社と大きく目標数を上回った。また、数値目標の達成率も101.3%と達成することができた。これは、ビジネスシーンにおいて注目度の高いフェイスブックを活用し、自社の売上アップや集客につなげようとする企業の目的と本セミナーの趣旨がマッチしたことによるものと考えられる。従って、今回のセミナーは中小企業支援事業として、一定の役割を果たしたと思われる。しかしながら、満足度において、“満足・やや満足”を選択した回答率が54%に止まったことから、より受講者の要望に合ったカリキュラムを再考する必要がある。以上を踏まえて、当所としては、内容を変更して次年度以降も引き続き本事業を継続したいと考えている。								

高槻商工会議所

事業名		高槻求人求職マッチングフェア（若年者合同就職説明会）							
想定する実施期間		21 年度～ 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)	昨今の景気低迷を受けて大学生並びに高校生の内定率が依然として過去最低水準で推移するなど雇用環境が非常に厳しい状況にある。また、大手志向が強まる中、中小企業や小規模企業者にとって独自で有能な人材を確保することが厳しい状況にある。そのような両者を結びつける機会を提供し、主として高槻市内中小事業者の雇用確保と求職者の雇用促進を図る。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	高槻市内のを中心に中小規模事業者並びに若年求職者							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	■開催日：平成24年9月14日（金） ■時間：13:00～16:00 ■会場：高槻現代劇場文化ホール3階 ■参加企業：25社 ■求職者：138名 ■内容：合同就職説明会、求職者向け事前セミナー、企業プレゼンテーション（希望企業3社） 職業適性診断、就労なんでも相談会							
		<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	JOBカフェOSAKAは当日のセミナーや求職者向けのチラシ作成を担当。また、大阪府総合労働事務所は、職業適性診断、就労なんでも相談会を運営。求職者が会場に足を運んでくれる一助となった。						
③市町村連携		当所とともに就職説明会を運営し、求人企業募集、求職者への告知等を行った。							
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)	20	支援企業数(実績)	25	支援実績率	125.0%	満足度	70%
	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)	今回は、会場を昨年までの高槻市役所から高槻現代劇場文化ホールに変更した結果、スペースが広くなり、参加企業数は予定より多い25社となった。しかし反面、高槻市内からの参加は8社に留まった。説明会を実施後、何らかの採用活動まで至った企業は18社であり、うち最終採用を出したのは2社、2名であった。アンケート結果より満足度に関しては、「満足」6社、「やや満足」5社、「普通」11社となり、求職者の訪問が少ないところは総じて満足度が低かった。（満足度、5段階評価で数値化、「5」100%・「4」80%・「3」60%・「2」40%・「1」20%で計算。）							
		指標	参加企業のうち採用面接等まで行った企業数						
		数値目標	10	実績数値	18	目標達成度	180.0%		
	成果の代表事例	参加企業は業種も職種も様々で有り、企業によっては求職者の訪問数にもばらつきがあった。その中で、多くの訪問者が訪れたA社とB社では双方のマッチングが十分に図られ、最終的に事務職と販売職で各1名ずつ、計2名の採用が決まった。							
その他目標値の実績	目標値(計画)	150	目標値(実績)	138	目標達成度	92.0%			
	来場者は138名、企業ブースには延べ248名の訪問があった。1企業訪問数平均が9.9名、最高が21名、最低1名であった。企業数の増加に伴い、昨年より来場者も増え、また延べ人数は大幅に増加した。積極的に回られる求職者が多かったことが伺える。								
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)	当日の天気は、一時雨模様であったため、来場者数に若干影響したと思われる。昨年より来場者数は増えたとはいえ、目標を下回った。一方、企業側もさらなる来場者増加への期待を持っているので、今後はより一層のフェア開催の周知徹底が必要である。今後、①求人企業に対しては、「魅力ある求職者が多く集まるフェア」であること、また、②求職者に対しては、「様々な業種・職種の採用企業を集めた参加したくなるイベント」となるよう、より一層の魅力の高いフェアであることを広く認知してもらい、求人企業と求職者とのマッチングを積極的に図っていく。							

高槻商工会議所

事業名		商店街等個店力向上モデル店舗創出支援事業							
想定する実施期間		23 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)	大型店の影響や社会環境の変化等により消費者の購買行動も変わり、地域の商店街は、依然として厳しい状況に置かれている。しかし、今後、高齢化社会が一層進展するなかで、地域住民の日常の購買の場であり、またコミュニティの核として、その役割が大いに期待されます。特に買物弱者である高齢者等にとっては、身近で必要不可欠な存在となることが推察されます。 そこで、商店街の意欲ある店舗経営者を対象として、顧客視点での”魅力店舗”へと脱皮することで経営力を向上させ、ひいては商店街に繁盛店を創出することで商店街活性化への波及効果を図る。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	高槻市商業団体連合会に所属する3つの商店街（または小売市場、以下商店街と言う）を対象として、魅力店舗へと脱皮を図ろうとする店舗（モデル店舗）を目指す意欲的な経営者を各商店街から募集する。なお、対象店舗の業種は、物販に限定せず飲食、サービス業等幅広いものとする。							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	6月1日～6月29日：高槻市商店街連合会及び高槻市小売市場連合会傘下の商店街にDMを発送して、事業PRを行うとともに、参加商業団体3団体とモデル店舗3店舗を確定した。 7月：参加店舗を訪問して、事業説明及びヒアリングにより改善したいニーズの把握を行った。 7月上旬：各モデル店候補店舗の業種に精通したノウハウを持った中小企業診断士（専門家）を確定した。 9月上旬：参加3団体毎にモデル店舗経営者はじめ、商店街役員を対象として、事業説明会を開催した。 9月下旬～2月上旬：モデル店舗への個店指導を行った。（第1回～第7回） 2月中旬～下旬：モデル店舗経営者及び商店街役員、及び商店街組合員を対象とした事業報告会を開催して、モデル店舗の店舗指導による改善前と改善後を比較する形で説明を行うことで、情報共有と個店力向上の重要性についての参加者の認識を深めることが出来た。  <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								
③市町村連携									
④相談相乗	3団体から各1店舗ずつのモデル店舗に対して、当事業での専門家によるトータルな経営指導を行う一方、経営指導員がマーケティング支援及び販路開拓の観点から支援を行った。また、3団体のうち1つの商店会では、モデル店舗以外の経営者2名が毎回参加されて、自店経営の参考とされるとともに、内1店舗が専門家のアドバイスを受け、カルテ化に繋がった。								
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)	3	支援実績率	100.0%	満足度	90	
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)	当事業に参画した市内の3商店街において、それぞれの商店街内に経営改善に意欲的な経営者によるモデル店舗を設定して、専門家による現場での7回に亘る具体的な指導を基に、その個店力を向上させることにより、所謂「魅力店舗」へとグレードアップすることを第一目標とした。 また、当該店舗の経営力を向上・強化させることにより、理事長をはじめとする商店街の役員及び他店に対して、「商店街内に複数の魅力店舗（繁盛店舗）を創出していくことが、引いては中長期的には、商店街全体の来街者数向上と賑わいの創出に繋がるものであるとの認識・理解をして頂くことができた。 当目標の達成度については、最終報告会でのアンケート結果に基づくものである。（5段階評価を100点を満点として評価した） 具体的には、3店舗に対して、商圏内のターゲット分析、財務分析、店舗コンセプトの明確化、店頭演出の向上、陳列方法の改善、販促効果の高いPOPやニュースレターの作成方法、照明や通路の改善、等様々な角度から具体的なアドバイスの提示と実行により、店舗力向上に貢献できた。また、それぞれの経営者からは、高い満足度と評価を頂くことができた。 また、商店街内にこれら意欲的な経営者による”魅力店”の出現によって、商店街の活性化へ繋がるとの認識を商店街役員等に対して、醸成することができた。							
	指標	モデル店舗の創出により、他店への波及効果があった商店街							
	数値目標	2	実績数値	3	目標達成度	150.0%			
成果の代表事例	参加団体のうちの1つであるM商店会では、モデル店舗として婦人服小売店が参画された。当店は創業後43年が経過して、主要ターゲットの高齢化や代替わりが進み、顧客層の若年化とともに取扱商品とミスマッチを生じているのではないかと、この仮説を元に今回の指導で検証することとなった。そこで、統計データを用いて、商圏内の顧客層を調査して、若年女性（50歳前半）に一部ターゲットを移すとともに、20%程度の高価格帯商品と中価格帯商品の入れ替えを行った。（高価格帯商品を減らして、中価格帯商品を増やした。）経営者には長年の業界経験があるが、今回の指導やアドバイスを謙虚に受け止めて、商売の糧にしたいとの意向であった。また、自分が気づかない顧客視点での改善点の指導により、即日実践していただいた結果、H24年10月～H25年1月の売上高は、それまで対前年同月比でマイナスであったが、若干の改善をみる事ができた。また、商店街役員間においても、個店力向上の重要性について認識を深めたいいただくことができた。								
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)	当事業の狙いである、モデル店舗による他店への波及効果の観点から、当事業を開始するにあたって開催した「事業説明会」及び、モデル店舗への個店指導後の事業終了時に開催した「事業報告会」双方へ当該商店街の他店の参加を呼びかけた。 その結果は、3団体とも理事長（会長）をはじめとする商店街役員の出席はあったものの、一般組合員の参加が3名～7名と少数に止まったことが、課題として残った。 なお、来年度の商業活性化事業については、支援団体を中心市街地内の商業団体に限定するも、当事業の趣旨を引き継ぐ形で、特に意欲的に商売に取り組む個店を支援することで、商店街等への集客力回復、賑わい創出について高槻市等と連携しながら、積極的に取り組む予定である。							

高槻商工会議所

事業名		ビジネス・マッチング機会提供事業							
想定する実施期間		24 年度～ 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)	中小企業や小規模事業所は、大企業と違い、事業拡大のための新たなビジネス・パートナー等を自力で見つけ出す機会には必然的に限界がある。そこで、当所が、これら事業所を対象に同業種・異業種の枠に囚われずに、人的交流の場を提供することにより、事業所相互の情報交換、新規取引、経営革新やアライアンス等へと繋がる可能性を創出する。当事業により、まず人脈づくりを支援することで、参加事業所の生き残りをかけた今後の業績向上に資するもの。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	主に高槻市内及び近隣地域の中小企業・小規模事業所及び個人事業所(全業種)							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>■開催日：平成25年2月8日(金)                  ■時間：15:00～18:15                  ■会場：高槻商工会議所 大ホール                  ■参加企業：29社(出席者は35名)                  ■内容：【第一部】講演会(テーマ)「元気な中小企業・明るい笑顔で売り上げアップ」(講師)日本一明るい経済新聞 編集長 竹原信夫氏                  【第二部】希望企業(18社)による90秒自社PR                  【第三部】参加者による名刺交換会</p> その他、参加企業には企業パンフレットを配布。またチラシ展示スペースを設けて、自由に自社のパンフレットを置いてもらった。 <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								
③市町村連携									
④相談事業相乗	カルテ化企業の割合を10%の目標とした。結果は支援企業数29社に対して、紹介実績、金融支援(紹介型)などで、うち12社をカルテ化(実績41.4%)								
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)	29	支援実績率	58.0%	満足度	86%
	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)	支援企業数は予定の6割弱と奮わなかったが、アンケート結果から参加された方々の満足度は高かった。特に第一部の講演会は多くの気づきがあり、参加者からは「大変よかった」「勉強になった」と好評であった。また、第二部の企業PRタイムも18社と参加企業の6割強が利用し、自社PRに努めた。第三部の交流会では、講師の竹原氏を交えて、日頃、接点のない異業種間の交流を各人積極的に図っていた。(アンケート調査より、満足度は5段階評価で数値化。)							
	指標	新たなビジネスマッチングや商取引拡大の可能性への期待度							
	数値目標	50%以上	実績数値	62%	目標達成度	124.0%			
	成果の代表事例	アンケート集計より、「今すぐではないが、今後に期待できる」と答えた企業が18社と参加企業の半数を超えた。このことから今回の交流会は一定の成果はあったが、今のところ、マッチングや取引拡大に関する具体的な事例は挙がっていない。							
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か)	参加企業募集チラシに「ビジネス交流会」と銘打った影響があったのか、少し堅苦しい感じを与えてしまい、参加に対して二の足を踏まれる結果となったように思われる。次回は、より参加しやすい事業内容と参加企業同士の相互交流の更なる向上が図れる仕組み作りを工夫したい。また、当所が仲介役となり、具体的な企業間マッチングが実現するように取り組んでいく。							

高槻商工会議所

事業名		障がい者雇用促進研修事業																																						
想定する実施期間		24 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)	中小企業は、大企業に比して人材雇用面においても、厳しい環境が続いている。一方、これから一層の障がい者雇用促進の必要性が社会的に認知・醸成されており、今後、中小企業においても、積極的な障がい者雇用について検討を進めていくことが求められる。そこで、当事業では、障がい者雇用への理解を深めるとともに、これに取り組む企業を支援する国や府の制度を学ぶ機会を提供し、雇用の維持・拡大に繋げていく。また、現在、国で検討が進められている障がい者制度改革の動向についても、情報を提供する																																						
	支援する対象 (業種・事業所数等)	主に中小企業の経営者、管理職、総務・人事担当者等																																						
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>■開催日：平成24年10月16日(火)                  ■時 間：14:00～16:30                  ■場 所：高槻商工会議所 大ホール                  ■内 容：セミナー名『障がい者雇用促進セミナー』～誰もが社会参加できる「共生社会」の実現を目指して～                  第1部：「障がい者雇用の促進について」講師：サポート21代表 村岡 正次氏                  第2部：「障がい者雇用を促進するための助成金制度について」講師：社会保険労務士 呑海 吉郎氏                  第3部：「障がい者雇用の事例について」講師：大阪職業訓練センター 次長 古谷 護氏                  丸善運輸倉庫(株)代表取締役社長 森藤 啓治郎氏</p> <p>■参加者数：14事業所、17名</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> <table border="1"> <tr> <td>①府施策連携</td> <td colspan="7">大阪府雇用推進室雇用対策障がい者雇用促進グループと連携して、セミナーの内容及び講師選定について協議のうえ決定して実施した。また、大阪府障がい者雇用促進センターのアドバイザーと帯同して3社を訪問し、雇用促進を指導した。また、広報面において、大阪府総合労働事務所と連携し、同事務所のメルマガ掲載でPRを行った。</td> </tr> <tr> <td>②広域連携</td> <td colspan="7"></td> </tr> <tr> <td>③市町村連携</td> <td colspan="7"></td> </tr> <tr> <td>④相談相乗</td> <td colspan="7">現在既に障がい者を雇用している3事業所をアドバイザーと帯同訪問して、各種助成金制度の概要説明、障がい者を受入れの社内体制のあり方等を説明し、今後より一層の取り組みを促進した。カルテ化企業の割合は、目標の20%に対して23%(支援企業数13に対して実績は3)であった。</td> </tr> </table>							①府施策連携	大阪府雇用推進室雇用対策障がい者雇用促進グループと連携して、セミナーの内容及び講師選定について協議のうえ決定して実施した。また、大阪府障がい者雇用促進センターのアドバイザーと帯同して3社を訪問し、雇用促進を指導した。また、広報面において、大阪府総合労働事務所と連携し、同事務所のメルマガ掲載でPRを行った。							②広域連携								③市町村連携								④相談相乗	現在既に障がい者を雇用している3事業所をアドバイザーと帯同訪問して、各種助成金制度の概要説明、障がい者を受入れの社内体制のあり方等を説明し、今後より一層の取り組みを促進した。カルテ化企業の割合は、目標の20%に対して23%(支援企業数13に対して実績は3)であった。						
	①府施策連携	大阪府雇用推進室雇用対策障がい者雇用促進グループと連携して、セミナーの内容及び講師選定について協議のうえ決定して実施した。また、大阪府障がい者雇用促進センターのアドバイザーと帯同して3社を訪問し、雇用促進を指導した。また、広報面において、大阪府総合労働事務所と連携し、同事務所のメルマガ掲載でPRを行った。																																						
②広域連携																																								
③市町村連携																																								
④相談相乗	現在既に障がい者を雇用している3事業所をアドバイザーと帯同訪問して、各種助成金制度の概要説明、障がい者を受入れの社内体制のあり方等を説明し、今後より一層の取り組みを促進した。カルテ化企業の割合は、目標の20%に対して23%(支援企業数13に対して実績は3)であった。																																							
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)	13	支援実績率	65.0%	満足度	82.0																																
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)	受講者アンケートでは、今回のセミナーを受講後、5段階評価での満足度について、13社中4社が5、また6社が4と回答しており、全体の77%が満足(平均満足度4.1)であった。また、今後の障がい者雇用に対する取り組み予定として、「新規で障がい者雇用の実現を図る」が4社、また既に現在雇用しているが、「今後より一層の雇用促進を図る」は5社であった。この結果が示すとおり、受講者の満足は概ね良好であり、受講者には、障がい者雇用の促進の必要性や国の支援策等の紹介、また講師であるモデル企業の経営者から事例を通じて実態を知ること、障がい者雇用の促進啓発に資することができた。																																						
	指標	障がい者雇用に向けての意志決定企業数																																						
	数値目標	4	実績数値	4	目標達成度	100.0%																																		
成果の代表事例	受講企業の内、A社、B社、C社の3社は、現在既に障がい者を雇用しているが、セミナー修了後に大阪府障がい者雇用促進センターのアドバイザーと帯同訪問して、各種助成金制度の概要説明、障がい者を受入れの社内体制のあり方等を説明し、今後より一層の取り組みを促進した。																																							
その他目標値の実績	目標値(計画)		目標値(実績)		目標達成度	#DIV/O!																																		
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)	今後一層、障がい者雇用促進の必要性が社会的に認知・醸成されていくと思われる。また、2018年度からは、精神障害者の雇用義務化も決定しており、今後、中小企業においても、さらに障がい者雇用を進めていくことが求められている状況である。しかしながら、障がい者雇用については、中小企業の場合、トップの意思が大きく影響しているものと思われることから、その雇用促進には経営者や人事管理者の理解が不可欠となっている。今回のセミナーにおいても、支援実績率は65%と伸び悩んでおり、現実的には、障がい者の新規雇用や採用数の増加には、未だ消極的であることが実態である。したがって、今後は、受講企業を中心に具体的な相談の要請があれば、専門家に繋ぐ等、適切に対応したい。																																						



高槻商工会議所

事業名		メンタルヘルス研修事業							
想定する実施期間		24 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)	近年、成果主義の導入や人員削減による過大な業務量、また職場の人間関係など、労働者を取り巻く環境はストレスを増長しやすくなっており、企業がメンタルヘルス対策に取り組む必要性は急速に高まっている。そこで、当所では、昨年度に引き続き、本研修を開催し、今年度は精神疾患の要因となっている職場でのハラスメントにスポットを当て、メンタルヘルスに対する知識と理解の促進を図る。尚、今年度は、広域でのスケールメリットを活かすため茨木商工会議所と共催で行う。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	主に中小企業経営者、管理職、総務・人事担当者等							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	■開催時期：平成25年2月6日(水) 午後2時～5時 ■場 所：高槻商工会議所4階 大ホール ■内 容：午後2時～4時 『職場におけるメンタルヘルス対策セミナー(ハラスメント編)』 「職場におけるセクシュアルハラスメントとパワーハラスメントについて」 ～どのようなケースがそうなるのか?また、企業の法的責任とは?～ 午後4時～5時 個別相談会 ■講 師：Faith 経営労務事務所 社会保険労務士 高田 崇一氏 ■参加者：23事業所、28名							
		<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	大阪府総合労働事務所のメルマガに掲載することで、広報に関して連携した。その結果、6事業所の参加があった。						
②広域連携		茨木商工会議所と共通の参加者募集チラシを作成するとともに、双方の会報誌及びHPに掲載することで連携した。							
③市町村連携									
④相談相乗	セミナー終了後の個別相談会で、1事業所ではあるが職場のパワーハラスメントの対応策についてカルテ化した。								
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)	35	支援企業数(実績)	17	支援実績率	48.6%	満足度	94.0
	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)	受講者アンケートでは、今回のセミナーを受講しての5段階評価の満足度について、21社中14社が5、また5社が4と回答しており、全体の全体の90%が満足(平均満足度4.7)であり、受講者満足度は概ね良好であった。 また、今後の職場におけるハラスメントの防止や発生時の対応について、「積極的に取り組みたい」が10社、「取り組みに向けて検討したい」が8社であった。 また、参加企業が本セミナーを受講したことで、職場におけるメンタルヘルスとハラスメントの関係性や具体的にどのようなケースが該当するのか、また企業の責任等について、6つのグループワークにて演習問題を討議することで、理解が深まる一方、他社(他参加者)の考え方も参考となり有益であったとの回答が複数あった。 ついては、参加企業の職場のハラスメントに対する理解度向上及び積極的な組織対応へのアクションの契機とすることができた。							
		指標	ハラスメント防止に向けての意志決定企業数						
		数値目標	7	実績数値	10	目標達成度	142.9%		
	成果の代表事例	セミナー終了後の「個別相談会」において、1事業所であったが、受講者から相談が寄せられた。その内容は、「職場でのパワーハラスメントもセクシュアルハラスメントも上司が加害者で部下が被害者だけでなく、その逆のケースもあるのか?」というものであった。 この点について、Faith 経営労務事務所の土井社会保険労務士を紹介して、説明を受けることで社内の発生防止に務める指針とすることが出来た。							
その他目標値の実績	目標値(計画)		目標値(実績)		目標達成度	#DIV/0!			
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)	目標支援企業数は、高槻商工会議所25社に対して実績が19社(達成率76%)茨木商工会議所が10社に対して2社(同20%) (いずれも小規模事業者非該当除く)で、トータルの支援実績率は60%であった。 今回は鬱病等のメンタル疾患の大きな要因となっている、職場のハラスメントにフォーカスしてのセミナーであったため、メンタル疾患の予防や対応策に関するテーマ等と比較して、関心度が低かったとも推察される。 今後は、双方の会議所にて、当該テーマの相談があれば、専門家を紹介する等、適宜対応していく予定である。							