

平成24年度  
事業実績報告書

申請者の概要

申請者	団体名	北大阪商工会議所	
	代表者職・氏名	会頭 北本 明	
	所在地	〒573-8585 大阪府枚方市大垣内町2-12-27	
	担当者	職・氏名	中小企業相談所 中島 要
		連絡先	電話番号(直通): 072-843-5154
Fax: 072-841-0173			
E-mail: <a href="mailto:nakaiima@kitaosaka-cci.go.jp">nakaiima@kitaosaka-cci.go.jp</a>			
①設立年月日	昭和23年4月17日		
②職員数 (うち経営指導員数)	67名(うち経営指導員 20名) 平成25年3月31日現在		
③所管地域	枚方市・寝屋川市・交野市		
④管内事業所数	19,724(平成18年事業所統計調査による)		
⑤管内小規模事業者数	13,907(平成18年事業所統計調査による)		
⑥会員数(組織率)	3,007事業所(15.2%) 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商工会議所としての意見の公表、国会、行政庁等に具申・建議、行政庁等の諮問への答申			
②商工業に関する相談・指導、情報収集・提供、調査研究、講習会又は講演会の開催、施設の設置・維持・運			
③商品の品質又は数量、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、鑑定又は検査			
④輸出品の原産地証明			
⑤商工業に関する技術又は技能の普及又は検定			
⑥博覧会、見本市等の開催・あつせん			
⑦商事取引に関する仲介又はあつせん、紛争に関するあつせん、調停又は仲裁			
⑧商工業者の信用調査、観光事業の改善発達			
⑨行政庁から委託を受けた事務			
⑩社会一般の福祉の増進に資する事業			
⑪上記のほか、商工業者の委託を受けて当該商工業者が行うべき事務(その従業員のための事務を含む。)を処理し、その他商工会議所の目的を達成するために必要な事業			

## 北大阪商工会議所

## (1) 事業の目標

- 地域資源を活用した新たな事業を創出させ、地域に活力と賑わいを創出させる。
- 管内の中小企業・小規模事業者の自社製品・サービスを地域内外に周知し、販路を拡大させる。
- 創業希望者の掘り起こしと、創業に至るまでのサポートを行うことで、管内での起業を実現させる。
- 行政・他の産業支援機関と連携することにより、府主要施策と整合した事業を実施、管内をはじめとした府内事業者の支援を行う。
- 経営の改善・安定化に取り組む事業者に対し、その目的達成に必要なサービスを提供する。
- その他、管内の中小企業・小規模事業者からのニーズに応えるべく支援を行い、地域の経済活性化に資する。

## (2) 事業を実施した具体的な内容、方法及び工夫した点

- 相談事業・専門相談事業・地域活性化事業間の相乗効果を図った。※個別相談時における専門相談事業・地域活性化事業の周知・利用提案、地域活性化事業実施時において、その他事業を周知。
- 効果的・幅広い支援の提供を目的とした職員の資質向上
- 事業者との面談時に、専門相談事業の積極的な活用提案。また多様なニーズに応えるべく、複数の専門相談員の確保した。
- 地域活性化事業として人材育成を目的とした7事業、販路開拓を目的とした6事業・創業支援事業1事業・おおさか地域創造ファンド事業・その他2事業・商工会等支援事業を実施。※その内、府施策連携事業を5事業・広域幹事事業を2事業を担当。
- 地域活性化事業広域事業で幹事を担当したおおさか地域創造ファンド事業では、課題が発生した場合、速やかに他会議所へ連絡・調整を行い、円滑な運営に努めた。

## (3) 事業を実施した効果、所管地域の活性化の状況

- 展示商談会・勧業展への参画、管内の受発注交流会・商業（飲食業）活性化支援事業の実施により、当所管内に所在する事業者の優れた製品・技術・サービスを、管内外に情報発信させ、新規取引・顧客獲得を促進させた。
- おおさか地域創造ファンド事業・創業塾の実施により、地域資源を活用した事業や創業を実現させ、管内の地域産業の活性化を促進させた。
- 人材育成を目的とした地域活性化事業7事業を実施したことで、管内を中心とした事業所の経営者・従業員の資質向上が図られた。また他社の従業員との交流の場を提供したことで、問題意識の共有や新たな価値観の注入・モチベーションの向上により、労働生産性の向上が図られた。
- 個別事業所毎の課題に対して、相談・アドバイスを実施したことにより、事業所の円滑な運営・生産性の向上・販路開拓・資金繰りの緩和・事業計画の策定などの経営改善に資する効果が及ぼされた。
- 個別事業所毎の経営指導員での対応が困難とされる課題に対して、専門相談事業を活用いただき、その課題が解決された。

## (4) 事業を実施した結果浮かび上がった課題

- 事業者幅広い支援メニューを提供し、効果的に経営改善を図っていただくための、更なる経営指導員の資質向上
- 管内の多くの事業者の経営が改善され、地域産業が更なる発展していくための周知活動及び本事業の新規利用者数の拡大
- 一部専門相談事業の稼働率の向上
- 一部の地域活性化事業の目標支援企業数の確保
- 新たな地域活性化事業の企画・提案

## (5) 来年度への取り組み

- 平成25年度も引き続き、相談事業・専門相談事業・地域活性化事業間の相乗効果を図っていく。
- 特に専門相談事業は制度改正されるため、積極的な運用を図っていき、事業者のマーケティング活動支援の質・量を向上させていく。また一部の専門相談事業について、稼働率の向上を図る。
- 経営指導員の増員が予定されているため、その資質向上と経営指導員間の連絡調整を行っていく。
- 管内の事業者に対して、小規模事業経営支援事業の周知を図り、利用件数の増加とその活用による経営改善を図っていく。
- 新たな地域活性化事業の実施による、企業の販路開拓や生産性の向上への支援。
- 数年来、マルケイ融資の利用件数が減少傾向にあるため、利用件数の増加に向けた周知活動と積極的な対応を実施していく。

北大阪商工会議所

I 経営相談支援事業

支援のポイント・成果

○平成24年度の制度改正により、従前からの「簡易相談」が廃止され、経営指導員が密なる相談・アドバイスにより事業所カルテ化する意識が向上した結果、事業所カルテ・サービス提案数が増加した。  
 ※平成24年度 549件（前年度より77件増加）  
 ○日本政策金融公庫をはじめとした金融機関との連携を深めたことにより、紹介型金融支援件数が増加した。  
 ※平成24年度 49件（前年度より18件増加）  
 ○地域活性化事業「展示商談会事業」「受発注・産産学連携交流会」との相乗効果を図り、販路支援を実施し、新規取引を促進させた。  
 ○地域活性化事業「WEBサイト構築支援事業」との相乗効果を図り、各事業所毎の状況に応じた個別支援により、そのITの効果的な活用を支援した。

代表事例 酒類小売業 A店  
 地元金融機関より、夫婦二人で営んでいる酒屋A店に対する経営相談の要請をいただいた。顧客の高齢化や大型店・コンビニの出店・規制緩和などの影響により、近年、売上の低迷が続いていた。計6日間に亘る支援の結果、内部環境・外部環境の現状分析、顧客単価の向上を目的とした提案営業、在庫管理などに対するアドバイス、近年の決算書を基とした財務分析により、今後、注力していく事業分野とその活動をご提言した。またこれら内容を盛り込んだ事業計画書の作成に対する支援を行った。支援の結果、事業計画の内容が前記金融機関に承認されることとなり、資金を調達。これら資金を、今回作成された事業計画に基づく活動に対して、活用いただいた。また、アフターフォローとして、専門相談事業の活用をご提案し、専門家より消費者心理や営業手法・店舗視認性の向上をはじめとしたマーケティング活動に対するア助言を得ていただいた。

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	450	549	122.0%	5
支援機関等へのつなぎ	支援数	50	62	124.0%	5
金融支援（紹介型）	支援数	50	49	98.0%	5
金融支援（経営指導型）	支援数	30	24	80.0%	5
マル経融資等の返済条件緩和支援	事業所	5	1	20.0%	3
資金繰り計画作成支援	事業所	5	3	60.0%	4
記帳支援	支援数	10	3	30.0%	3
労務支援	支援数	50	44	88.0%	5
人材育成計画作成支援	事業所	30	37	123.3%	5
マーケティング力向上支援	事業所	30	37	123.3%	5
販路開拓支援	事業所	130	175	134.6%	5
事業計画作成支援	事業所	40	43	107.5%	5
創業支援	事業所	40	43	107.5%	5
事業継続計画（BCP）作成支援	事業所	5	4	80.0%	5
コスト削減計画作成支援	事業所	5	2	40.0%	3
財務分析支援	事業所	50	19	38.0%	3
5S支援	事業所	10	3	30.0%	3
IT化支援	事業所	70	53	75.7%	4
債権保全計画作成支援	事業所	0	0	#DIV/0!	
結果報告	事業所	435	550	126.4%	5

II 専門相談支援事業

支援のポイント・成果

○利用件数の拡大を図るため、経営指導員の相談時及び地域活性化事業開催時に本事業の周知を行った。  
 ○地域活性化事業「創業塾」を中心とした創業希望者に対して、中小企業診断士からの指導を受けていただくことを積極的に提案し、その指導により経営戦略・マーケティング・収支・資金繰りに関する理解を深め、事業計画策定の参考としていただいた。  
 ○商業を中心とした事業者に対して、MBA取得者より販売促進を主とした専門的なアドバイスを提供した。  
 ○ITコンサルタントを専門相談員に登録させたことで、「WEBサイト構築支援事業」支援者を中心とした事業者に対して、IT活用に対する専門的なアドバイスを提供した。  
 ○家電メーカー企業のOBを活用し、人材育成及びそれに関わる助成金申請に対する支援を実施した。

事業名	新規/継続	指標	目標数値	実績数値	達成率	事業評価
法務支援	継続	相談件数	108	47	43.5%	3
税務支援	継続	相談件数	48	228	475.0%	5
労務支援	継続	相談件数	48	13	27.1%	3
経営支援	継続	相談件数	48	42	87.5%	5
特許支援	継続	相談件数	24	8	33.3%	3
その他	継続	相談件数	100	104	104.0%	5



北大阪商工会議所

Ⅲ 地域活性化事業

支援のポイント・成果

○相談事業及び専門相談事業との相乗効果を図ることで、より効果的な支援サービスを提供した。主として活性化事業支援期間及び終了後に個別支援を行い、事業者の状況に応じた支援を実施することで、その効果を高めた。  
 ○事業者に対して幅広い支援を提供することを目的として、地域活性化事業間においても、他活性化事業の周知活動を行った。これにより複数の支援事業を活用出来る機会が事業者提供された。  
 ○広域事業で当所が幹事を担当した事業においては、他会議所との連絡・調整を行い、事業の円滑な運営に寄与した。  
 ○「商業（飲食業）活性化支援事業」「受発注・産産学交流連携事業」「展示商談会事業」の実施により、支援事業所の製品・技術・サービスを管内外に周知させ、新規顧客の開拓・受発注取引を促進させた。  
 ○「創業塾」「おおさか地域創造ファンド事業」の実施により、管内に於いて、新たな製品・サービスが創出され、管内産業の活性化が図られた。  
 ○企業の労働生産性の向上を図ることを目的として階層別・課題別のセミナーを開催。知識の修得と併せて、同じ階層・課題を持つ人材が交流し、問題意識の共有とモチベーションの向上が図られた。

(1) 単独事業

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
	人材育成事業	120	112	93.3%	88	組織力・人材スキル向上数	120	106	88.3%	5
	営業マン養成講座	30	29	96.7%	89	営業活動への実践企業数	30	28	93.3%	5
	マーケティング研修	25	20	80.0%	85	マーケティング業務への実践企業数	25	19	76.0%	4
	クレーム対応研修	30	35	116.7%	87	クレーム対応の改善企業数	30	34	113.3%	5
○	労働関係法周知・啓発事業	30	27	90.0%	81	本セミナーを有用と評価する比率	80	85	106.3%	5
○	企業メンタルヘルス普及啓発事業	30	27	90.0%	85	本セミナーを有用と評価する比率	80	95	118.8%	5
	商業（飲食業）活性化支援事業	20	20	100.0%	60	バル事業で100枚以上利用件数のあった店舗数	20	12	60.0%	4
	ものづくり企業 現場改善力養成講座	60	28	46.7%	81	生産現場の改善効果があったとする企業数	30	27	90.0%	3
	受発注・産産学連携事業	50	90	180.0%	62	参加企業の商談・取引成立件数	18	13	72.2%	4
	WEBサイト構築支援事業	170	197	115.9%	89	WEBサイト活用に対するアクション率(%)	30	40	133.3%	5
	WEBサイト構築支援事業					商談・引合・連携数	10	11	110.0%	5
○	BCP策定支援事業	60	48	80.0%	94	BCP策定企業数	8	2	25.0%	4

(2) 広域事業（幹事事業のみ）

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
	大阪府東部地区商工会議所リサイクル技術委員会	12	9	75.0%	76	環境負荷に対する意識向上数	12	9	75.0%	4
	大阪府東部地区商工会議所リサイクル技術委員会					視察会参加者数	60	32	53.3%	3
○	創業塾	85	60	70.6%	87	創業・創業予定者数	17	24	141.2%	4
○	おおさか地域創造ファンド事業（北河内）	19	15	78.9%	98	最終審査承認企業数	19	15	78.9%	5
	おおさか地域創造ファンド事業（北河内）					事業説明会参加者数	26	25	96.2%	5
	おおさか地域創造ファンド事業（北河内）					事業計画作成支援数	19	13	68.4%	5
						交流会参加者数	27	19	70.4%	5

※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。

北大阪商工会議所

事業名		人材育成事業																	
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)	企業の組織力を向上させるためには、役職・階層別の役割を認識し、有機的に活動していくことが必要である。また社員各々の人間力の向上を通じて、正しい理念やビジョンを持ち、組織や個人としての信用・信頼を高めていくことも必要である。そこで本事業実施により、これらに必要な条件を学んでいただき、企業の組織力を高め、業績向上に資することを目的とする。																	
	支援する対象 (業種・事業所数等)	「管理職」「一般社員」「リーダー育成」「人間力向上」コースを設け、それぞれの役職・立場の方々を対象とする。業種に関わらず、中小企業・小規模事業者の経営者・管理職・社員を対象とする。																	
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>○開催日時・場所                      「管理職コース」 7月4日(水)・11日(水)・18日(水)                      「一般社員コース」 9月3日(月)・7日(金)・10日(月)・12日(水)・19日(水)                      「リーダーシップ研修」 10月4日(木)・10日(水)・17日(水)                      「人間力向上講座」 11月2日(金)・9日(金)・14日(水)                      いずれも18:30～20:30 於：北大阪商工会議所 中会議室</p> <p>○内容                      講師による講義及びグループワークを実施。                      参加者をグループ(1グループ約5名)分けし、各グループにおいて班長・書記を選定。与えられた課題について、改善・解決案の討論とその発表を実施。                      毎回、グループメンバーの入れ替えを行い、参加者同士が交流する機会を提供。                      全参加者の事業所名・役職名・氏名が記載されたネームプレートを準備。事業開始時に企業・自己紹介する時間を設ける。</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></td> </tr> <tr> <td>②広域連携</td> <td></td> </tr> <tr> <td>③市町村連携</td> <td></td> </tr> <tr> <td>④相談事業相乗</td> <td>個別相談事業者に対する事業参加の提案及び事業終了後のアフターフォローとして個別相談の実施。10社・参加事業所の約1割をカルテ化した。</td> </tr> </table>								①府施策連携		②広域連携		③市町村連携		④相談事業相乗	個別相談事業者に対する事業参加の提案及び事業終了後のアフターフォローとして個別相談の実施。10社・参加事業所の約1割をカルテ化した。		
	①府施策連携																		
②広域連携																			
③市町村連携																			
④相談事業相乗	個別相談事業者に対する事業参加の提案及び事業終了後のアフターフォローとして個別相談の実施。10社・参加事業所の約1割をカルテ化した。																		
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)	120	支援企業数(実績)	112	支援実績率	93.3%	満足度	88										
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>○人材育成事業全体として、目標数に近い、支援企業数を確保することが出来た。                      ○他企業の同じ階層の社員と交流することで、その立場で持つ課題や悩み、その改善策について共有・共感いただいた。                      ○他受講者の自身とは異なる発想・行動に対する気付き                      ○世代間の意識の相違・部下への接し方・動機づけ・目標管理の理解                      ○階層毎の役割の理解                      ○コミュニケーションスキルの理解・向上</p> <table border="1"> <tr> <td>指標</td> <td colspan="4">組織力・人材スキル向上数</td> </tr> <tr> <td>数値目標</td> <td>120</td> <td>実績数値</td> <td>106</td> <td>目標達成度</td> <td>88.3%</td> </tr> </table>								指標	組織力・人材スキル向上数				数値目標	120	実績数値	106	目標達成度	88.3%
指標	組織力・人材スキル向上数																		
数値目標	120	実績数値	106	目標達成度	88.3%														
成果の代表事例	<p>製造業 A社                      事前課題                      ○社内でコミュニケーションがうまくとれてないケースがある。                      ○計画どおりに業務が遂行できてない。                      事業実施による改善効果                      ○アクティブリスニングをはじめとしたコミュニケーション力を高める手法を理解いただけた。                      ○グループワークにより、班長を務めていただくなど初対面の方々と積極的に交流いただけた。                      ○業務の優先順位・タイムマネジメント法の理解(システム手帳の有効活用)                      ○業種・世代の異なる他企業の受講者との交流により、自身とは異なる考えを吸収することが出来た。</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	#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)	<p>○人材育成事業として管理職・一般社員・リーダーシップ・人間力向上の4セミナーを開催したが、一般社員コース・人間力向上コースが目標としていた支援企業数に至らなかった。目標支援企業数を確保するため、募集活動の強化を行っていく。                      ※リーダーシップ・人間力向上コースは平成25年度廃止                      ○使用したマイクの音が割れるなど、音響に不備があった。ワイヤレスマイクの使用時間を制限するなどして、改善に努めていく。</p>																	

北大阪商工会議所

事業名		出来る営業マン 養成講座							
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)	多くの企業は業績不振・低迷に陥っており、それらを打破するために取引先との最前線で活動している営業職員は受注獲得に懸命である。そこで以下を目的とした本事業を実施することにより、企業の営業力を向上させ、業績を向上させ、低迷を打破していただく。 ○経営安定化のためには技術力の向上だけではなく、営業力の強化が必要かつ重要であることを認識いただく。 ○営業の心構えやしっかり身につけておくべきスキルである「営業の基礎・基本」を理解し、実践力を身につけていただく。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	小規模事業者・中小企業の経営者・営業職員 ※本事業では営業部門の職員を対象とするため、特定の業種ではなく、全業種を対象とする。							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	○開催日時・テーマ 10月16日(火)「営業の基礎・基本」を考える 10月23日(火)「営業力を強化する5つのステップ1」 10月26日(火)「営業力を強化する5つのステップ2」 いずれも18:30～20:30 ○講師 OCSコンサルティング 中小企業診断士 伊藤 康雄 氏 ○内容 講師による講義及びグループワークを実施。 参加者をグループ(1グループ約5名)分けし、各グループにおいて代表者を選定。与えられた課題について、改善・解決案の討論とその発表を実施。 毎回、グループメンバーの入れ替えを行い、参加者同士が交流する機会を提供。 全参加者の事業所名・役職名・氏名が記載されたネームプレートを準備。事業開始時に企業・自己紹介する時間を設ける。  <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 ②広域 ③市町 ④相談相乗 個別相談事業者に対する事業参加の提案及び事業終了後のアフターフォローとして個別相談の実施。5社・参加事業者の約2割をカルテ化した。							
	事業の概要								
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)	29	支援実績率	96.7%	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)	○支援企業数は、目標値にほぼ達した。 ○傾聴力・アクティブリスニングの重要性の理解 ○営業相手に併せた事前の分析・準備の必要性 ○他企業と同じ営業職の方々とは異なる意見により、営業手法について参考としていただけた。 ○他企業と同じ立場の営業職の方々とは異なる意見により、営業手法について参考としていただけた。 ○他企業と同じ立場の営業職の方々とは異なる意見により、営業手法について参考としていただけた。 ○他企業と同じ立場の営業職の方々とは異なる意見により、営業手法について参考としていただけた。 ○他企業と同じ立場の営業職の方々とは異なる意見により、営業手法について参考としていただけた。 ○他企業と同じ立場の営業職の方々とは異なる意見により、営業手法について参考としていただけた。							
	成果の代表事例	介護事業者 A社 事前課題 ○現在の事業の経験から、介護報酬 請求ソフトを開発し、販路を開拓していく必要があるが、営業経験がない。 事業実施による改善効果 ○営業の基礎的な手法、特にアクティブリスニングについてご理解いただけた。 ○営業先に対する分析・計画・準備の必要性について理解いただけた。 ○営業職の方々の経験や苦労談をお聞きいただき、参考としていただけた。  当所の専門相談事業を活用いただき、アドバイザーから販路開拓に対するアドバイスをいただいている。							
	その他目標値の実績	目標値(計画)		目標値(実績)		目標達成度	#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)	○平成25年度も同事業を実施するため、目標とする支援企業数に達するように募集活動を実施していく。 ○セミナー中、音響の不備により、マイクの音が割れることがあった。ワイヤレスマイクの使用時間を減らすなどして、改善を図る。 ○セミナーの一部について、マーケティングに関する内容が含まれるなど受講者が期待していたものと異なっていたことが考えられた。受講者に効果的なOFF-JTとなるようにカリキュラムの構成を検討していく。							



北大阪商工会議所

事業名		マーケティング研修																	
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)	生産・技術志向のマーケティング、販売指向のマーケティング・・・経済状況・経営環境の変化に伴い、顧客・消費者の心理も変化しており、そのニーズを把握しなければ、顧客の満足度を高めることは出来ません。事業者にはマーケティング知識をあらためて学んでいただき、時代遅れのマーケティングを採用していないかをチェックし、自社の環境に適したマーケティングを採用いただくことで、顧客の満足度を高めていただき、売上の確保に貢献することを目的とする。																	
	支援する対象	経営者・役員・企画部署・営業現場職員																	
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>○開催日時・テーマ 9月25日(火)「パラダイムの転換が業績を変える」 10月3日(水)「何を売るのではなく、誰が何故買うのか?である」 10月9日(火)「衝動買いが利益を生む」 いずれも18:30～20:30 講師 ストアオペレーションサービス(株) 堀越 昭夫 氏</p> <p>○内容 講師による講義及びグループワークを実施。 参加者をグループ(1グループ約5名)分けし、各グループにおいて班長・書記を選定。与えられた課題について、改善・解決案の討論とその発表を実施。 毎回、グループメンバーの入れ替えを行い、参加者同士が交流する機会を提供。 全参加者の事業所名・役職名・氏名が記載されたネームプレートを準備。事業開始時に企業・自己紹介する時間を設ける。</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></td> </tr> <tr> <td>②広域連携</td> <td></td> </tr> <tr> <td>③市町村連携</td> <td></td> </tr> <tr> <td>④相談相乗</td> <td>個別相談事業者に対する事業参加の提案及び事業終了後のアフターフォローとして個別相談の実施。5社・参加事業所の2割5分をカルテ化した。</td> </tr> </table>						①府施策連携		②広域連携		③市町村連携		④相談相乗	個別相談事業者に対する事業参加の提案及び事業終了後のアフターフォローとして個別相談の実施。5社・参加事業所の2割5分をカルテ化した。				
	①府施策連携																		
②広域連携																			
③市町村連携																			
④相談相乗	個別相談事業者に対する事業参加の提案及び事業終了後のアフターフォローとして個別相談の実施。5社・参加事業所の2割5分をカルテ化した。																		
計画に対する実績(数値)	支援企業数(計画)	25	支援企業数(実績)	20	支援実績率	80.0%	満足度	85											
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>○生産志向の販売ではなく、「顧客志向」の販売の必要性。「何を」売るのではなく、「誰に」「どのように」売ることが大事であることへの理解 ○固定概念を捨て、発想を転換させることが顧客に価値を創出することへの理解 ○狩猟型営業法から農耕型営業法への移行 ○消費者購買行動・意思決定プロセスの理解 ○マーチャンダイジングの理解(いつ・どこで・なにを・いくらで・どのようにして) ○グループワークやその発表を通じた共同作業により、異業種の方々や初対面との交流いただくことで、様々な意見・考え方を共感・参考としていただけた。</p> <table border="1"> <tr> <td>指標</td> <td colspan="5">マーケティング業務への実践企業数</td> </tr> <tr> <td>数値目標</td> <td>25</td> <td>実績数値</td> <td>19</td> <td>目標達成度</td> <td>76.0%</td> </tr> </table>						指標	マーケティング業務への実践企業数					数値目標	25	実績数値	19	目標達成度	76.0%
	指標	マーケティング業務への実践企業数																	
	数値目標	25	実績数値	19	目標達成度	76.0%													
成果の代表事例	<p>情報通信機器サポート・ソフト開発事業者 A社 事前課題 ○営業がうまくいかない○顧客のニーズが掴めていない○パンフレットを作成したが、効果が表れない。 事業実施による改善効果 ○消費者購買行動・意思決定プロセスの理解により、右脳に刺激を与える営業ツールの作成を再考することが出来た。 ○顧客育成(農耕型営業)の理解 ○他企業の受講者と交流したことで、モチベーションの向上が図られた。</p> <p>事業終了後、専門相談の活用をご提案。アドバイザーよりチラシ作成や営業方法、事業分野・ターゲットの見直しに関して、アドバイスをいただけた。</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	#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)	<p>○目標としていた支援企業数に達しなかった。企業としてマーケティング活動は重要事項であるため、その向上の重要性と必要性を訴えることが課題とある。案内チラシのキャッチコピーを改善させ、訴求力を高めていく。 ○平成25年度はマーケティング活動の中から、販売促進をテーマに絞り、事業者を支援していく。</p>																	

北大阪商工会議所

事業名		クレーム対応研修						
想定する実施期間		24 年度～ 24 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)	事業を経営する上で、どのような業種・業態にも関わらず、クレームは少なからず発生し、それらの件数を減少させることが、経営課題のひとつである。またその対応を怠ると、対処が長引いたり、取引の継続が危ぶまれるなど経営に支障が生じる。そのような事態に陥らないよう、顧客の窓口となる職員が、その重要性を認識し、対処方法を身につけなければならない。						
	支援する対象 (業種・事業所数)	顧客と接する最前線の職員※営業職はもちろんのこと、最初に電話対応する事務職員も対象とする。						
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	○開催日時・テーマ 10月31日(水)「クレームの対応の基本を考えると何かが見えてくる」 11月7日(水)「もう大丈夫！ベテランが実践するクレーム対処法」 11月13日(火)「ゲーム感覚で強い対戦相手を想定し、日頃からの組織チームを学ぶ」 いずれも18:30～20:30 ○講師 ストアオペレーションサービス㈱ 堀越 昭夫 氏 ○内容 講師による講義及びグループワークを実施。 参加者をグループ(1グループ約5名)分けし、各グループにおいて班長・書記を選定。与えられた課題について、改善・解決案の討論とその発表を実施。 毎回、グループメンバーの入れ替えを行い、参加者同士が交流する機会を提供。 全参加者の事業所名・役職名・氏名が記載されたネームプレートを準備。事業開始時に企業・自己紹介する時間を設ける。 <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 個別相談事業者に対する事業参加の提案及び事業終了後のアフターフォローとして個別相談の実施。5社・参加事業者の約1割4分をカルテ化した。						
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)	35	支援実績率	116.7%	満足度	87
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)	○目標とする支援企業数を達成することが出来た。 ○クレームの対処を怠ると、口コミ・ネットなどにより悪評が急速に広まり、経営を圧迫することの理解 ○クレームを真摯に受け取ることで、商品・サービスの改善が図られ、顧客満足度の向上も期待されることへの理解 ○クレームの質・種類の見分け方・悪質なクレームへの対応法の理解 ○マニュアル・組織対応の必要性の理解 ○他業種のクレームの質・対応の情報共有・共感						
	指標	クレーム対応への改善企業数						
	数値目標	30	実績数値	34	目標達成度	113.3%		
成果の代表事例	建設業 A社 事前課題 ○クレームの解決が出来ず、二次被害を発生させてしまう社員がいる。 ○一般の社員はクレーム対応になれていないことが多く、クレームの質及びクレーマーであるかの判別ができていない。 ○過去のクレームが整理されておらず、同様のクレームが発生することがある。 事業実施による改善効果 会社として行うべき、クレームに対する下記取組を認識いただいた。 ○「顧客第一」とする従業員教育の徹底 ○接客スキルの向上(クレームの質の見極め・二次被害の抑制・ロールプレイングの実施他) ○過去に発生したクレームのデータ化とそれによる社内情報共有の必要性 今後、上記取組の実践が期待される。							
その他目標値の実績	目標値(計画)		目標値(実績)		目標達成度	#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)	○本年度、支援企業の実績値は目標値に達しており、平成25年度も引き続き、目標値に達するように努めていく。 ○本年度参加事業所は基より、新規参加事業所にもご参加いただけるよう募集活動に努めていく。						



北大阪商工会議所

事業名		労働関係法周知・啓発事業							
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)	企業の健全な発展のためには、労使関係の安定と労使紛争の未然防止に努める必要がある。また、近年では労働基準法の改正をはじめとする労働関係法規や制度が頻りに改正されており、正しい情報の提供・理解の促進を図る必要がある。そこで大阪府総合労働事務所・行政機関他と連携して本事業を実施することにより、事業者に対する労働基準法をはじめとする関係法の周知・啓発を行い、中小企業の安定した労使関係と労使紛争の防止に努めることを目的とする。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	経営者、人事労務担当者							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	○開催時期 平成24年6月26日 ○開催場所 北大阪商工会議所 会議室 ○実施方法 座学形式 質疑応答を入れ3時間 ○講師 ①北大阪労働基準監督署次長 加藤賢二氏 ②社会保険労務士 平岡善明氏 ○セミナーの内容 ①「是正勧告」「指導」「申告」からみえる問題点および過重労働・精神障害の現状と題してデータを基に具体的な話と対策をお話しいただいた ②企業のコンプライアンスと労働法等の改正と留意点、今後の改正法についてお話しいただいた							
		<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	○大阪府総合労働事務所地域労政グループより、本事業の講師を推奨いただいた。○大阪府総合労働事務所のホームページ、商工労働部のホームページに掲載。○総合労働事務所等にチラシを設置○大阪府総合労働事務所より北河内7市に事業チラシの設置を依頼。○事業実施時には大阪府総合労働事務所より職員2名を差遣いただいた。						
②広域連携 ③市町村連携 ④相談事業相乗		事業カルテ化は1社 (就業規則改正に対する労務支援)							
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	81
	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)	○就業規則等の見直しや労務管理上のリスクを把握することの必要性に対する理解 ○労働時間の管理、関係会社の現状把握の必要性に対する理解 ○高齢者の雇用・定年問題、育児・介護休業に対する理解 ○長時間労働、コンプライアンスの強化、従業員教育の理解							
		指標	本セミナーを有用と判断する比率(アンケート結果から 満足・やや満足を有用とした)						
		数値目標	80%	実績数値	85%	目標達成度	106.3%		
	成果の代表事例	木製品製造業 A社 事前課題 ○現在、使用している就業規則は、数年来、改正しておらず、現状にそぐわないものであった。 事業実施による効果 本事業参加後、就業管理や会社の責任等についてあらためて、その重要性を再認識。アフターフォローとして、就業規則の改正及び従業員の労務管理について、個別支援を実施した。							
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/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)	○目標とした支援企業数に達しなかった。 ○グループワーク形式で課題を検討いただく予定であったが、時間配分が不十分でなく、座学形式のみのセミナーとなった。内容・時間配分など事前の打ち合わせに、更なる労力が必要であった。 ○平成25年度は当所で、本事業と同テーマの事業がないため、その他支援機関や事業を周知していきたい。							

北大阪商工会議所

事業名		企業メンタルヘルス普及啓発事業							
想定する実施期間		24年度～24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)	平成19年厚生労働省の調査では、7.6%の企業がメンタルヘルスを理由とする1か月以上の休職者やそれを理由に退職した者がいると回答している。人材は人財であり、ことに規模の小さな企業ほど従業員の休職や退職は企業の経営活動を圧迫させることになる。また、企業には従業員に対する安全配慮義務があり、それらを怠れば従業員から義務違反を問われ、訴訟を起こされないとも限らない。そこで中小企業・小規模企業者の健全で明るい職場づくりを目的として、メンタルヘルスに関する基礎知識や企業として行うべき職場復帰支援などの周知・啓発事業を行う。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	経営者・企業の中間管理職・人事総務担当者							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	○開催時期	平成24年9月27日						
		○開催場所	北大阪商工会議所						
		○開催方法	座学形式 2時間30分						
○講師		①精神保健指定医 石田徹氏 ②(独)労働者健康福祉機構 メンタルヘルス対策推進員 谷口恒夫氏							
	○セミナーの内容	①職場のメンタルヘルスの基礎知識と対応方法と題し、早期発見や休職・復職のタイミング等についてお話いただいた ②企業のリスクマネジメントと安全配慮義務と題して基礎知識から法令、判例等についてお話いただいた							
	①府施策連携	○大阪府総合労働事務所より講師を推奨していただいた○大阪府総合労働事務所のホームページ・商工労働部のホームページ掲載○労働事務所等にチラシを設置○大阪府総合労働事務所より北河内7市へ事業チラシの設置を依頼○事業実施時に大阪府総合労働事務所より2名の職員を差遣いただいた。							
	②広域								
	③市町								
	④相談相乗	事業カルテ化は1社(労務管理支援機関への紹介支援)							
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	85
	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)	○「新型うつ」と呼ばれる症状の認識 ○早期不調者への対応の必要性の理解 ○組織として、健全なメンタルヘルスの維持・向上に対する取り組みの必要性の理解 ○適正な人的資源・労務管理による労働生産性の維持・向上に対する理解 ○専門部署によるメンタルヘルス対策窓口設置の必要性の認識 ○復職に関するルールづくりの必要性の理解							
		指標	本セミナーを有用とする比率(アンケート結果から 満足・やや満足を有用とした)						
		数値目標	80%	実績数値	95%	目標達成度	118.8%		
	成果の代表事例	製造業者 A社 事前課題 社内に精神的な不調により、就業が困難となっている従業員がおり、その対応に迫られている。 事業実施による改善効果 本事業終了後、講師である谷口氏に対して相談された。谷口氏から会社の就業規則等に添って対処するようアドバイスがあった。その後、医師に受診させた上で、問題行動が起きればその都度注意をおこなう等した結果、現在ではかなり問題行動が改善されている。							
その他目標値の実績	目標値(計画)		目標値(実績)		目標達成度	#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)	○目標とした支援企業数に達しなかった。 ○当所平成25年度地域活性化事業において本事業に関連する事業の実施が予定されていないため、(独)労働者健康福祉機構 他の産業支援機関の研修や取組を周知・活用を提案していく。							

北大阪商工会議所

事業名		商業（飲食業）活性化（京阪天の川ウォークバル）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)	北河内の主要都市であり、40数万人の人口を抱える枚方市であるが、京阪枚方市駅を中心とした周辺の商業は決して活気あるとは言えない。大型商業施設の撤退等も相次ぎ、厳しい状況はまだまだ続くと思われる。 このような状況の中、特に飲食店を中心に日本各地で開催が広がっているバル事業を地元事業者が集まって枚方市でも開催している。しかしながらこれに参加している店舗はこの機会を十分に活かし、集客につなげているとは言えない。そこで、バル事業および参加店の集客につながる店舗経営支援をにより、平常時への集客につながる支援を実施する。							
	又援げる対象 (業種・事業所数)	KOSまちづくりカンパニー バル実行委員会→天の川バル実行委員会へ改名 参加店舗 20店舗 (全体：約50店舗) →全体75店舗に拡大							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	2012年10月11日(木)～14日(日)4日間 京阪電車 枚方市駅、宮之阪駅、枚方公園駅、樟葉駅周辺エリア 飲食店75店舗参加 チケット 売上冊数 972冊(4枚つづり) 利用枚数 3,637枚 バル事業にタイミングを合わせ、参加店への事前訪問によるニーズヒアリングと集客方法、メニュー等のアドバイス、WEBサイトへの掲載内容作成の支援等、さらにバル事業終了後の結果(効果)・次回への要望等のヒアリング、平常時の集客への支援等を、参加店に直接訪問することにより実施する。 特に想定より集客につながらなかった店舗、お客の評価が低かった店舗について支援する。 バル事業については、開催前の告知等による支援に加え、開催結果のヒアリング内容をバル事業へフィードバックすることによって、事業そのもののレベルアップについても支援する。							
		<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>							
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)	20	支援実績率	100.0%	満足度	60
	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)	100枚以上チケット利用店舗は全体75店舗に対する店舗で計り、平常時集客については、全75店内支援20店舗の内、リピータがあったと実感している店舗で計る。 100枚以上利用店舗 目標20店(支援企業数)、実績12店 達成60% リピータ獲得実績店舗数 目標5%(20店で約1店) 実績 2店 達成200% 枚方市駅周辺の飲食店街では、チケット利用枚数が多かったお店もあり、街を歩く人も多く、イベント開催の雰囲気を感じられ、満席で並び店や売り切れになる店もあり、知名度アップにつながったと考えられる。 結果ヒアリングから、リピータがあったとの声もあり、実際には確認できていなくても、ある一定の効果が出ているケースはある。 実際に、この後の宴会シーズンの予約が全日埋まった店もある。 バル事業では、バルマップを配布するため、当日の集客は予想通りに行かなくても、お店の名前と場所を知ってもらうツールとして見た場合には、宣伝効果があると考えられる。							
		指標	バル事業での売上、平常時の集客						
		数値目標	20 1	実績数値	12 2	目標達成度	60% 200%		
成果の代表事例	チケット利用が166枚でトップだったお店は、宴会シーズンの予約も順調で、リピータも獲得している。 このお店の立地は、枚方市駅には近いが、ビルの地下にあり、少々分かりづらいので、立地的に決して有利ではない。しかし、宣伝と考えたメニューと実際の味で客を引き付けている。								
その他目標値の実績	目標値(計画)		目標値(実績)		目標達成度	#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)	もっとチケットの販売冊数、利用数を伸ばすこと、普段行かないエリアのお店に足を運んでいただく企画をすること、参加店にメリットを感じていただける工夫が、実施がわにも必要であると感じられる。 お店の意見で、バル自体の宣伝が少ない、知名度が低いなどの意見も見受けられるため、その辺りの改善も図りたい。 飲食店自身の参加意識を高め、実行委員会と一緒に実施するようになっていかないと、理解度、満足度は高まらない。 個別にみると、バルの考え方の説明を良く理解し、参加の意味を踏まえてメニューや接客に取り組んだ店は、あまり意識を持たない店と比較して、成果もでるし、満足度が高い場合が多いと思われる。 全体的に、バル事業の運営や広告等への満足度が低く、実行委員会側にもそのあたりを改善するように伝えていく。							



北大阪商工会議所

事業名		ものづくり企業 現場改善力養成事業						
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)	<p>グローバル競争の激化、製品ライフサイクルの短縮化など、「ものづくり企業」における外部環境は、不確実性にさらされており、継続的なイノベーションが必要とされている。しかしながら中小企業においては、経営資源の質・量が不十分であるため、そのイノベーションに必須となる経営基盤が脆弱であることも多く、管内企業においても同様なことがいえる。そこで管内の「ものづくり企業」の経営基盤の底上げを目的として、本事業を実施する。</p> <p>○①基礎研修：新入社員を中心とした人材研修。製造業に共通の基礎知識を学ぶ。②実践研修：製造現場の前提条件「5S」の学習と導入。「5S」とは単なる片付けでなく、目的を持ち、日々の仕事に潜む「無駄」を省くという作業である。5Sの導入が「目標」ではなく、その導入の結果、「QCD」が改善され、生産性・信頼性の向上が実現されることを理解する。③課題研修：5Sの実践をふまえて、品質管理、在庫管理、設備管理等の中から、要望するテーマについて学ぶ。</p> <p>○管内「ものづくり企業」のネットワーク構築。参加企業同士で、それぞれの現場管理の状況に関する情報交換を行い、他社の優れた点の吸収と課題に対する改善策の提案を実施していく。また参加企業同士の技術交流・取引成立も期待される。</p> <p>○大手企業OBの活用促進。管内には、大手家電メーカーのOBを中心とした中小企業支援グループ(NPO法人)が存在している。管内事業者はその存在の周知と交流を促進させる。</p>						
	支援する対象 (業種・事業所数等)	管内の「ものづくり」企業						
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>○開催日時 ①7月13日(金)・20日(金) ②7月27日(金)・8月1日(水) ③8月8日(水)・10日(金) 各日とも13:30~17:00</p> <p>○開催場所 北大阪商工会議所 枚方本所 101号室</p> <p>○テーマ ①新入社員を中心とした人材研修。製造業に共通する基礎知識。②実践研修：「5S」の意義・成功の必須条件・導入方法。③課題研修：品質管理の基本と管理の道具。生産性向上 対 在庫削減。</p> <p>○手法 講義とグループディスカッションの組み合わせ。3. 5時間×2日(講義、課題に関するグループディスカッション、発表を同日中に実施)。</p> <p>○講師 (NPO法人) 北大阪経営支援マスターズ ①小牧征児 ②橋本力 ③小野康夫</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> <p>④相談 希望する企業には、当所経営指導員・専門相談員による個別支援を実施(計画書の作り方等)。支援企業の約3割をカルテ化した。</p>						
計画に対する実績(数値)	支援企業数(計画)	60	支援企業数(実績)	28	支援率	46.7%	満足度	81
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>○ものづくり企業の経営基盤の底上げを目的として、上記の事業を開催した結果、実践に役立つ下記内容を中心とした知識を得られた。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・新入社員の基本の心得…職場に順応する、ルールを遵守する、安全に徹する</li> <li>・5Sの導入にあたって・5Sを知る・5Sをマスターする</li> <li>・3S(+5T)、会社の事例、目で見える管理、小集団活動</li> <li>・QCDの改善活動</li> <li>・品質管理の基本と管理の道具</li> <li>・生産性向上対在庫削減</li> </ul> <p>○今回のセミナー参加が、5Sに取り組むきっかけとなった。</p> <p>○他の企業の方々との交流により、自社の抱える問題との共通点を認識し、課題解決へのヒントが得られた。</p>						
		指標	生産現場の改善効果があったとする企業数					
		数値目標	30	実績数値	27	目標達成度	90.0%	
	成果の代表事例	セミナー開催前より5Sについて相談があった企業の専務が従業員と共にセミナーに参加。セミナー終了後、講師の橋本氏と訪問。5Sの導入を支援した。						
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/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)	<p>セミナー参加企業が予定より大幅に下回った。昨年度の5Sセミナーで20社の参加があったため、今年度も同様の参加を見込んでいたが、結果的には予定の半分弱であった。理由としては開催時期が問題であった。7・8月はお盆休みに入る前にフル稼働しなければならないため、参加したいが無理であるという企業が何社もあった。もし次年度開催するならば、この時季は避ける必要がある。</p>						

北大阪商工会議所

事業名		受発注交流・産産学連携事業							
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)	当所管内(枚方市・寝屋川市・交野市)の既存の取引状況からの脱却、新規受発注交流・販路開拓・産産学連携による技術開発や新産業創出を望む企業に対し、事業所相互間の受発注情報や経済情報、大学との共同研究情報を交換し、地域内取引・地域内連携の活性化に資することを目的として開催する。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	枚方市・寝屋川市・交野市内の製造業を中心に同業種と取引関係が深いと考えられる建設・卸売・運輸・サービス業などの事業者							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	開催日：平成25年2月2日(土) 会場：北大阪商工会議所 大・中ホール 北大阪商工会議所管内(枚方市・寝屋川市・交野市)の製造・建設・卸売・運輸・サービス業等90社を一同に集め、受発注交流型のビジネスマッチングを行う。 参加事業所の会社案内やカタログ、製品などの展示を通じて受発注情報の交換をしていただくだけでなく、様々な式典での司会に定評のある竹井 智子氏を司会・進行に起用し、各ブースの紹介を行った。 新規取引を必要とする企業への取引活性化の一策として参加を提案し、販路開拓支援を展開する。参加事業所からの聞き取りにより、全出展事業所の情報をまとめたガイドブック(104頁)を作成し、参加事業所へ配布。時間の都合上、全事業所の紹介は行えなかったが、15社については竹井氏の単独インタビューにより自社PRを行っていただいた。							
		<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	90社の出展があったため、計画ではカルテ化予定事業者数40社であったが、87社のカルテ化に結び付いた。 展示会等の出展経験が豊富な事業所のみならず、初めて今回のような交流会に参加する事業所に対して、ブースの見せ方等の支援を行った。交流会終了後にも聞き取り調査を行い、次年度の「受発注交流・地域内取引促進事業」への効果的な参加について提案を行った。								
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)	90	支援実績率	180.0%	満足度	62	
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)	参加事業所から、受注したい内容、発注したい内容等を聞き取り、会社概要・自社PR等の情報をまとめたガイドブックを作成し、参加事業所に事前配布することにより、自社PRと取引拡大の機会を提供することができた。 交流会は、3部形式にて開催し、第1部のオープニング基調講演では、(株)初亀 代表取締役 亀岡 育男 氏に講演していただき、第2部の展示会では、大・中ホールいっばいに並んだ90ブースで活発な受発注情報の交換が行われ、第3部の懇親会では、ステージでのインタビューにより企業PRをしていただくことができた。 交流会全体での実際の取引は、当日こそ13社50件であったが、後日の問い合わせは151件となり、活発な情報交換が行われたことが伺える。このような結果が得られたのは、出展者数を90社まで集めることができたこと、104頁にも及ぶガイドブックを作成し配布したこと、竹井 智子氏を起用したことの3点があげられる。							
	参加企業の約2割の商談・取引成立								
	数値目標	18	実績数値	13	目標達成度	72.2%			
成果の代表事例	〇〇店 今となっては数少ない〇〇の1人であるご主人は、技術にかける思いが強く、全て1点モノしか作らないのだが、そのことが昨今の大量生産大量消費の時代の流れに押され以前ほどの売上げはたたなくなってきた。新規顧客の獲得に悩んでおられた。そこで今回の交流会を紹介し、出展していただくこととなった。当初は疑心暗鬼であったが、実際当日ブースには、「ガイドブックをみて〇〇を作ってもらいたいと思ってきた。」というお客様が現れ、高価格の〇〇を2点売ることができた。								

	その他目標値の実績	目標値 (計画)		目標値 (実績)		目標達成度	#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)	出展事業所数が90社となったことから、展示ブースの間隔が狭くなり、場所によっては、人の流れ・滞留状況に差が出てしまった。次年度の「受発注交流・地域内取引促進事業」では効率的な配置について検討する。また、大学等の学術機関の参加が「大阪府立大学工業高等専門学校」のみであったので、産学連携事業という点では課題が残る。					



北大阪商工会議所

事業名	WEBサイト構築支援事業
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  実施時期・具体的な内容及び事業手法	これまでのWEBサイト構築支援事業の取り組みを通して、小規模事業者においても販路開拓を目的としてWEBサイトを持つことが一般的になってきた。しかし、販路として活用できている事業者は少ないのが現実である。 その原因としては、小規模事業者ゆえの人材やスキルの問題、経営層のインターネットに対する理解度がいまだに低いこと、さらには最近のSNS登場や検索エンジンの変化などインターネットプロモーションの多様化にも起因すると考えられる。 当事業では、インターネットの最新動向を提供し、WEBサイト活用手法の体験を通して習得していただくとともに、WEBサイトにおいても自社の強み分析が販路開拓の要因として今後ますます重要になることを経営層に認識していただく。 販路開拓には段階に応じ継続した支援と活用が必要であることから、マーケティング・戦略策定・サイト構築・プロモーションの各種支援を定期的に行うとともに、交流会等の場を設ける。
	支援する対象 (業種・事業所数等) 業種にかかわらず、あらゆる小規模事業者を対象とする。
	※会場はすべて北大阪商工会議所・枚方本所  ◆1◆独自提案型 ・「集客活用編」セミナー (2日間・6コース) マーケティングの基礎を学び、ワークやディスカッションを通して戦略策定を行う。SNSや検索エンジンの地域情報サービスなど最新のプロモーション手法をハンズオンにより学ぶ。  ①7/5,7/12 18:00～21:00 講師：イクスブレイン大澤氏 ②7/19,7/26 18:00～21:00 講師：イクスブレイン大澤氏 ③8/2,8/23 18:00～21:00 講師：イクスブレイン大澤氏 ④9/6,9/20 18:00～21:00 講師：イクスブレイン大澤氏 ⑤10/23,11/6 18:00～21:00 講師：イクスブレイン大澤氏 ⑥11/20,12/4 18:00～21:00 講師：イクスブレイン大澤氏  ・Facebookグループ「北大阪商工会議所 情報センター ネットプロモーション研究会」にて継続した支援を提供 グループでは、段階に応じてセミナー講師より個々に継続して助言を行う。また参加者どうしの交流の場ともなるため、継続してディスカッションを行い戦略やスキルをブラッシュアップする研究会として、さらには互いの事業を知り連携や引合の可能性を探る場として活用する。  ◆2◆人材交流型 ・上記Facebookグループの事業者を中心とする交流会を開催 (2回) WEB上のコミュニケーションに加えて、より密な情報交換を行うことで、新たな連携やビジネスチャンスが創出される機会とする。同時にWEB最新情報の講演会を開催する。  ①10/2 13:00～17:00 コーディネーター：イクスブレイン大澤氏、ゆうきカンパニー坪内氏 ②1/23 13:30～17:00 コーディネーター：イクスブレイン大澤氏、ゆうきカンパニー坪内氏  ◆3◆人材育成型 ・「構築編」セミナー (5日間・3コース) WEBサイトの基礎を学び、受講者自ら戦略策定を行い、販路のベースとなるWEBサイトを構築または改善する。WEBサイト更新には専門家でなくても使えるツール(CMS)を使う。  ①6/27,7/4,7/11,7/18,7/25 13:00～16:00 講師：ゆうきカンパニー坪内氏 ②10/18,10/25,11/1,11/8,11/15,13:00～16:00 講師：ゆうきカンパニー坪内氏 <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 ②広域 ③市町 ④相談相乗 セミナー後の個別フォローにおいて相談事業と連携し、セミナー参加企業122社の内22社(18%)のカルテ化を行った。

	計画に対する実績(数値)	支援企業数(計画)	170	支援企業数(実績)	197	支援実績率	115.9%	満足度	89	
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><b>企業数の内訳</b></p> <p>◆1◆「集客活用編」セミナー 目標：90社／実績：86社 (・Facebookグループ参加人数：105人)</p> <p>◆2◆「交流会」 目標：50社／実績：75社</p> <p>◆3◆「構築編」セミナー 目標：30社／実績：36社</p> <p><b>企業の変化</b></p> <p>◆1◆「集客活用編+Facebookグループ」 支援事業者の多くが3C(ターゲット顧客、競合、自社の強み)分析の重要性を認識し、マーケティングや販促チャネルの拡大を目的にFacebook等の各種WEBツールを使い始めた。使い方が比較的簡単なため気軽に始めてみたものの効果を感じられず悩む事業者が多い中、効果を上げ始める、あるいは効果への期待が持てる事業者が現れたことは大きい。</p> <p>◆2◆「交流会」 Facebookグループでのコミュニケーションに加え実際に会い交流することにより、互いの事業の理解や人脈拡大に活用された。売上に結びついた事業者もある。</p> <p>◆3◆「構築編」 引き合いに結びつける事を目的としたWEBサイト構築の考え方を理解していただい、自社サイトの改善または新規WEBサイトの制作等、即座に多くの参加者にアクションを起こしていただくことができた。</p>								
		指標	◆1◆「集客活用編+Facebookグループ」と◆3◆「構築編」 販路開拓に向けてのWEB活用に対するアクション率							
		数値目標	30%	実績数値	40%	目標達成度	133.3%			
		指標	◆2◆「交流会」 売上に繋がった件数							
		数値目標	10件	実績数値	11件	目標達成度	110.0%			
成果の代表事例	<p>◆1◆「集客活用編+Facebookグループ」と◆2◆「交流会」 食品加工会社 A社：新商品に関する消費者ニーズの把握とクチコミ拡散による販売促進を目的にFacebookの利用を開始、交流会に参加。得られた消費者の声を自社直売店やWEBサイトの改善、卸業者への営業に活かしている。自社直売店での売上は伸び傾向であり、今後、卸業者を通しての全国販売が期待される。</p> <p>◆「構築編」 サービス業 B社：既存のWEBサイトからの問い合わせがなかったことから、セミナーをきっかけに、本気で引き合いが来るWEBサイトを作る努力された。キーワードの選定からコンテンツの作成等をはじめ、閲覧者が問い合わせや入会に流れやすいような工夫も取り入れた事等により、WEBサイトリニューアル後、3ヶ月で3件の成約があったと報告を受けている。</p>									
	その他目標値の実績	目標値(計画)		目標値(実績)		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)	<p>◆「集客活用編+Facebookグループ」「交流会」 WEB販路の効果を把握するためには一定の時間が必要であり、さらに試行錯誤が伴うため、定期的な長期フォローを希望する声が多い。フォローの形式としてはワークショップを希望する声が多い。異業種のアイデアや悩みを聞くことで、自社のWEB活用に気づきを得られるとのことである。今後もセミナー、ワークショップ、個別相談を組み合わせ、事業者の課題解決につながる支援を行っていきたい。</p> <p>◆「構築編」 引き合いに結びつける事を目的としたWEBサイト構築の知識を習得したいと考える企業は多く、需要はあるのにセミナー開催数が少ないことから、もっと多く開催してほしいという声があった。</p>								

北大阪商工会議所

事業名		BCP策定支援事業																			
想定する実施期間		24年度～24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)	東日本大震災では事業継続計画(BCP)策定し、日頃から災害に備えて訓練を積んでいた企業が、いち早く事業を再開することができた。関西においても、大地震の発生する確率が高まる中、企業におけるBCPの策定が急がれている。しかしながら、中小企業においては、BCP策定に必要な人材や時間、策定するノウハウが不足していることから普及が進んでいないのが実情である。そこで、まずはBCP策定の前段階として、セミナー形式でBCPとは何か、必要性と、その背景、事例紹介を行い、次にワークショップ形式でBCP策定の演習(疑似体験)を行った。集合研修によりBCP策定の普及啓発をすると同時に、BCPの策定支援を希望する企業に個別研修を行った。BCPを策定した企業を当所の所報や、ホームページにも紹介し、BCP策定の必要性を広報した。																			
	支援する対象 (業種・事業所数等)	BCPが未策定である中小企業・小規模事業者																			
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>◆内容</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>BCP(事業継続計画)セミナー 第1クール:2012/11/21(水) 14:00~16:30 第2クール:2013/1/22(火) 14:00~16:30</li> <li>【テーマ】 防災・危機管理の再点検 「想定外」に強い事業継続計画(BCP)とは ～中小企業のためのリスク・危機管理～</li> </ul> <p>セミナー形式でBCPとは何か、必要性と、その背景、事例紹介を行い、BCP策定の必要性を普及啓発した。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>BCP(事業継続計画)策定ワークショップ 第1クール:2012/12/3(月) 13:30~17:00 第2クール:2013/2/1(金) 13:30~17:00</li> <li>【テーマ】 社員を守るBCPについて</li> </ul> <p>ワークショップ形式でBCP策定の演習・疑似体験を行った。</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> <p>①府施策連携 大阪府経営支援課と事前に協議し、事業内容や専門家、策定事例などに関する情報交換を行った。また、セミナー内で府施策連携の紹介をするといった、相互連携を図った。</p> <p>②広域連携</p> <p>③市町村連携</p> <p>④相談事業相乗 策定支援事業に参加社のうち、2割のカルテ化を目標していたが達成できなかった。</p>																			
	事業の概要	<table border="1"> <tr> <td>計画に対する実績(数値)</td> <td>支援企業数(計画)</td> <td>60</td> <td>支援企業数(実績)</td> <td>48</td> <td>支援実績率</td> <td>80.0%</td> <td>満足度</td> <td>94</td> </tr> </table>						計画に対する実績(数値)	支援企業数(計画)	60	支援企業数(実績)	48	支援実績率	80.0%	満足度	94					
計画に対する実績(数値)	支援企業数(計画)	60	支援企業数(実績)	48	支援実績率	80.0%	満足度	94													
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>◆企業数の内訳</p> <p>「BCP(事業継続計画)セミナー」 目標:40社/実績:39社 「BCP(事業継続計画)策定ワークショップ」 目標:20社/実績:9社</p> <p>■企業の変化</p> <p>「BCP(事業継続計画)セミナー」 下記のいずれかの変化が見られた。 【自社で未策定の企業】 セミナー内容により、BCPの必要性をより強く感じ、策定を意識するようになった。 【自社で策定済み企業】 セミナー内容と自社のBCPを照合することで、自社のBCPの見直しが必要だと気付いた。</p> <p>「BCP(事業継続計画)策定ワークショップ」 BCP策定のポイント(何が必要か、どこから始めるべきか)を理解することで、自社のBCP策定に対してイメージが明確になり、意識と意欲が上昇した。 そのため、「時間が足りない」「より詳細なセミナーを希望」という意見もいくつも頂戴した。</p> <table border="1"> <tr> <td>指標</td> <td colspan="6">「セミナー」(「ワークショップ」)を受けて、BCPを策定する企業数</td> </tr> <tr> <td>数値目標</td> <td>8</td> <td>実績数値</td> <td>2</td> <td>目標達成度</td> <td colspan="2">25.0%</td> </tr> </table>						指標	「セミナー」(「ワークショップ」)を受けて、BCPを策定する企業数						数値目標	8	実績数値	2	目標達成度	25.0%	
指標	「セミナー」(「ワークショップ」)を受けて、BCPを策定する企業数																				
数値目標	8	実績数値	2	目標達成度	25.0%																
成果の代表事例	成果の代表事例	建設業A社 BCPセミナーでは、BCPの基本的な考え方を学ぶため、また、BCP策定ワークショップでは、BCPの作成方法について知りたくて受講。豊富な事例と明解な解説でBCP策定の元になる資料の参考方法を学習された。ワークショップ終了段階でBCP策定完了には至っていないが、BCP策定を検討されるようになり、商工会議所へ支援の相談を行った。																			
その他目標値の実績	目標値(計画)		目標値(実績)		目標達成度																
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>【実績数値が数値目標に達していない理由】 セミナーを開催した時期が遅く、BCP策定に時間が不足したため。</p> <p>【今後のフォロー・次期への取組み】 カルテ化・BCP策定の企業支援について、本事業と商工会議所の通常業務とがうまく連携せず、実績に課題を残す結果になった。次期でも引き続き、「1.BCPセミナーでBCP策定必要性の意識付け」、「2.BCP策定ワークショップで自社のBCP策定」を行うが改善を予定している。また、今期の反省から、策定そのものの支援と、実際の策定、その後のフォローまでを含んだ支援を行う。具体的には、ワークショップでは複数回構成とし、自社のBCPを策定することを目標とする。今回、参加したが策定まで至らなかった企業に対するフォローとして、引き続き次期セミナーへ参加頂くことでBCP策定を目指す。</p>																			



北大阪商工会議所

事業名		大阪東部地区商工会議所リサイクル技術委員会						
想定する実施期間		S 57 年度～ 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)	大阪東部地区商工会議所の合同により、廃棄物・排水等の減量化・再利用等をはじめ、企業のあらゆる環境問題に対しての相談事業を実施することにより、資源の有効利用・環境保全を支援し、企業の業務改善、経費削減につなげる。						
	支援する対象 (業種・事業所数等)	大阪府東部地区商工会議所管内（枚方市、寝屋川市、交野市、守口市、門真市、大東市、東大阪市、八尾市、松原市）における、製造業・建築業・サービス業者等の中小企業。						
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>●リサイクル技術委員会 環境に関する専門家により構成されたリサイクル技術委員による事業所指導を実施。年間9社を対象に開催した。</p> <p>●環境保全優良企業視察 循環型社会を推進するため、環境問題に先進的に取り組む企業への視察・セミナーを開催。</p> <p>1月16日（水）リマテック(株)・(株)朝日プリンテック 堺工場を視察、環境保全の取り組みに関する事例紹介を受ける。参加企業数32社、44名</p> <p>大阪府東部地区商工会議所（北大阪、守口門真、大東、東大阪、八尾、松原）の合同により開催。近隣地域で連携することにより、地域・業種に共通する環境問題を共有し、ある事業所にとっては廃棄物であっても別の事業所では資源として活用できるなど、各企業の排出廃棄物情報を集め、環境保全活動を促進する。リサイクル技術委員複数名の事業所訪問による技術指導を各月1回を予定し、環境保全に先進的に取り組む企業への視察研修会を開催。</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> <p>②広域連携 大阪府東部地区商工会議所の合同で実施し、近隣地域で連携することにより、事業所の環境問題を共有し、支援効果の促進をはかる。</p> <p>③市町村連携</p>						
	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	12	支援企業数(実績)	9	支援実績率	75.0%	満足度
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>環境・リサイクルに関する課題（生産行程の合理化、廃棄物・排水のリサイクル、廃製品のリサイクル、処理費用の削減等）を望む事業者に対して、下記の支援を行い、環境負荷低減の取り組みを支援する。</p> <p>○製造工程・排出廃棄物と処理処分方法・問題点を事前に調査し、課題を把握。</p> <p>○技術相談員と商工会議所職員による現地視察を実施、企業からの聞き取りにより、行程の改善、廃棄物のリサイクルによる有効活用が可能かどうか、経費削減策、環境法規等に関する指導を行う。</p> <p>○検討結果を報告書にまとめ、事業所に情報提供。</p> <p>廃棄物の減量化、再生利用の有効策について指導を行い、廃棄物のリサイクル受入先に関する情報を提供し、効果的な環境対策の実施を支援する。</p>						
	成果の代表事例	<p>輪転機による損紙を業者に委託し、再生紙化している事業所より、紙の固形燃料化やバイオエネルギー抽出の検討をしている相談事業所に対して、燃料化を行う府内業者の紹介を行い、バイオエタノール化に関しては、同社の使用する紙に炭酸カルシウムが塗布されいることから、予想に反し、実現が困難であるとの認識を得ることができた。</p>						
	その他目標値の実績	目標値(計画)	60	目標値(実績)	32	目標達成度	53.3%	
	実施結果 (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>環境問題への取り組みは、多くの企業において実施されているが、ある程度規模の大きい事業所においてさえ、担当者だけで試行錯誤し、改善策について日々検討しているという現状もある。事業所に対する豊富な現地指導経験を持つ専門家による実地指導は、事業所の環境負荷低減の意識向上のために効果的であり、引き続き、事業の推進に努めていきたい。類似の課題を抱える事業所も見受けられるため、小規模事業者のリサイクル課題に関するQ&amp;A資料をまとめていくことも検討していく。</p>						

北大阪商工会議所・守口門真商工会議所

事業名	創業塾（北大阪・守口門真版）	
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)  支援する対象 (業種・事業所数等)  実施時期・具体的な内容及び事業手法	創業を志す方々に対して、創業に対する心構え、必要とされる手続きや知識を身につけていただき、具体的なビジネスプランの作成を支援することで、事業化を実現させ、管内の産業活性化を図る。	
	枚方市・寝屋川市・交野市・門真市・守口市内で創業を考えている方、創業に向けて準備中の方、創業間もない方。	
	<p>【北大阪開催分】</p> <p>日時：平成24年9月1日（土）・8日（土）・16日（日）いずれも13時～18時</p> <p>場所：北大阪商工会議所 4階 中ホール</p> <p>講師：若松経営情報研究所 中小企業診断士 若松 敏幸 氏</p> <p>申込状況：申込人数名 29名 受講者数 27名</p> <p>内容：講師による講義・演習作業及びグループワーク・ビジネスプランの発表を実施。 ※SWOT分析・ターゲットティング・知覚マップ・収支計画 他 業種・年齢を基にしてグループ分けを行い、メンバー相互のビジネスプランについてディスカッションを実施。 受講終了後、有志によるグループメールを作成し、情報交換の場が設けられる。</p> <p>【守口門真開催分】</p> <p>日時：平成24年7月8日・15日・29日 13時～17時（3日間・合計12時間）</p> <p>場所：守口門真商工会館 3階 特別会議室CD</p> <p>講師：中小企業診断士 加藤 秀勲 氏</p> <p>申込状況：申込人数 40名 受講者数 33名</p> <p>内容：1日目 ①創業する意味を考える ②ビジネスプランを描いてみる 2日目 ①売上を上げる仕組み・仕掛けを作る②利益を上げる仕組み・仕掛けを作る 3日目 ①ビジネスプランを具現化する ②ビジネスプランを実行する ※1日目に大阪府事業説明、3日目に日本政策金融公庫による制度説明とビジネスプランの評価を実施。</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>	
	①府施策連携	事業内のカリキュラムとして、大阪府新事業創造グループより「Osaka起業家応援事業」についての、周知を行っていただいた。受講者募集にあたり大阪産業振興機構に広報活動を依頼。
②広域連携	守口門真商工会議所（北大阪商工会議所）より、守口門真（北大阪）管内に居住する創業希望者の受入について打診。募集活動に効果があった。	
③市町村連携		
④相談相乗	相談事業者を本事業へ誘導した他、事業終了後、希望者に対して個別支援を実施した。 北大阪 11件 守口門真 2件 支援企業数の約2割をカルテ化した。	

	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	85	支援企業数(実績)	60	支援実績率	70.6%	満足度	87
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>下記の事業実施効果により、受講者に対して、開業までのハードル・必要とされる取組を認識いただいた。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○創業に必要とされる知識の習得（SWOT・ターゲティング・ポジショニング・収支計画・資金繰り）</li> <li>○事業計画書の作成手法の理解</li> <li>○創業動機の再考・創業によるリスクの理解</li> <li>○同じ志を持った受講者同士の情報交換・交流によるモチベーションの向上</li> <li>○支援機関の周知</li> </ul>							
	指標	創業・創業予定者数							
	数値目標	17	実績数値	24	目標達成度	141.2%			
成果の代表事例	<p>【北大阪商工会議所開催分】 洋菓子店の開業を目指すAさん 寝屋川市内で洋菓子店の開店を目指され、本事業へ参加。本事業により・他店との差別化・プロモーション・収支計画他を学んでいただく。事業終了後、専門相談事業の活用や融資制度の説明を行うなどの個別支援を実施。その後、日本政策金融公庫から資金調達され、平成25年3月に寝屋川市内で店舗をオープン。また受講者内のグループメールでオープンされたことを周知。</p> <p>【守口門真商工会議所開催分】 餃子専門店の開業を目指すBさん 寝屋川市内で餃子専門店の開店を目指され、本事業へ参加。本事業によりビジネスプランの具体化について学んでいただく。事業終了後、講師である中小企業診断士加藤氏と経営指導員の支援を継続的に受ける。その後、日本政策金融公庫から資金調達され、平成25年10月に店舗をオープン。記帳支援も同時に実施。</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	#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)	<p>例年並みに受講者数を設定したものの、目標値に及ばなかったため、受講者確保のために下記取組について検討・改善させる。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○事業実施時期の見直し</li> <li>○チラシ配布日の見直し</li> <li>○案内チラシの訴求力の向上</li> </ul>							



北大阪商工会議所

事業名		おおさか地域創造ファンド事業								
想定する実施期間		H24 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)	技術や人材、歴史・伝統など地域資源を活かした新しい事業を創出する中小企業者等を支援することを目的とする。								
	支援する対象 (業種・事業所数等)	地場産業の技術や製品、観光文化資源、農林水産資源、地域人材を活用した事業、地域の産学官連携による事業を行う商工業者等。								
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	(セミナー) 25社 ファンド事業説明会 参加企業数 (北大阪 11 : 守門 10 : 大東 2 : 四條畷 2) (事業計画作成支援) 13社 (北大阪 8 : 守門 4 : 大東 1 : 四條畷 0) (ハンズオン) 15社 採択企業 6社 (北大阪 4 : 守門 1 : 大東 1 : 四條畷 0) 既認定企業 9社 (北大阪 3 : 守門 1 : 大東 4 : 四條畷 1) (交流会) 19社 (北大阪 9 : 守門 6 : 大東 2 : 四條畷 2)								
	<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 府・産業振興機構との連携により、「まち楽」等、採択事業者の販路開拓とビジネスマッチングを促進する。 ②広域連携 北大阪・守口門真・大東商工会議所、四條畷市商工会の連携により広域で募集を行い、北河内地域内の地域資源を活用した新規事業13社の応募があり、6社の採択につながった。 ③市町村連携 ④相談事業相乗効果									
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)	19	支援企業数(実績)	15	支援実績率	78.9%	満足度	98	
	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)	地場産業の技術や製品、観光文化資源、農林水産資源、地域人材を活用した事業、地域の産学官連携による新規事業を計画する事業所に対して、下記の支援を行い、おおさか地域創造ファンドへの申請、及び、採択後の支援を行う。  ○おおさか地域創造ファンド事業の広報、及び、説明会を開催し、事業を周知。 ○応募申請にあたり、事業プランの計画、申請書作成をコーディネーターとともに支援。 ○採択後の事業推進にあたり、進捗状況をコーディネーターと支援。事業を進める上での課題に対して、改善策を提案。  採択事業者同士の交流会を開催し、マッチングを支援。採択事業者やおおさか地域創造ファンド説明会参加者へのメーリングリストを活用し、国・府の助成金、セミナー等の情報を提供。								
	成果の代表事例	指標	最終審査承認企業数							
		数値目標	19	実績数値	15	目標達成度	78.9%			
	その他目標値の実績	目標値(計画)	26	目標値(実績)	25	目標達成度	96.2%			
		北河内地域内において、参加者の便宜を図るため、北大阪・守口門真の2か所で開催、北大阪管内11社、守口門真管内10社の事業所からの参加があったが、目標値を下回った。								
目標値(計画)		19	目標値(実績)	13	目標達成度	68.4%				
北河内地域内において、説明会を2回開催、案内ちらし、当所HP、巡回等で広く周知に努めるものの、目標募集企業数に達していない団体もあり、応募申請は、13社と目標値を下回った。										
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)	目標値(計画)	27	目標値(実績)	19	目標達成度	70.4%			
		北河内地域内のH24年度新規採択事業者と過去採択事業者との交流会、また、北部地域合同での採択事業者交流会を、年2回開催し、事業者同士の交流と情報交換を支援する。参加企業数は19社と、目標値を下回った。								
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)		事業開始より6年目となり、認知度の高まりに伴い、レベルの高い事業が集まってきている。年間を通じ、革新的な新規事業のアイデアを持つ事業所の発掘にも力を入れており、次年度においても、有望な事業所からの申請事業所数の増加が見込める。助成金額の削減に伴い、残念ながら不採択となる件数も多くなっていることから、おおさか地域創造ファンドのみならず、国のものづくり補助金等、他の助成金への支援も行う。採択事業者同士の交流により、新たな事業も生まれてきており、事業所間の交流の機会を増やしていきたい。								