

平成24年度  
事業実績報告書

申請者の概要

申請者	団体名	守口門真商工会議所		
	代表者職・氏名	会頭 大本 郁夫		
	所在地	〒571-0045 大阪府門真市殿島町6番4号		
	担当者	職・氏名	中小企業相談所 所長 若林 誠	
		連絡先	電話番号（直通）：	06-6909-3303
Fax：			06-6909-3409	
	E-mail：	soudan@mk-cci.jp		
①設立年月日	昭和45年 4月			
②職員数 (うち経営指導員数)	21名(12名)パート除く (平成25年 3月 1日現在)			
③所管地域	守口市・門真市			
④管内事業所数	守口市・門真市 合計13,786			
⑤管内小規模事業者数	守口市・門真市 合計10,681			
⑥会員数(組織率)	2,863件(組織率 20.7%)			
※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)				
<p>(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こと (3) 商工業に関する調査研究をおこなうこと (4) 商工業に関する情報及び資料の収集又は刊行をおこなうこと (5) 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、鑑定又は検査をおこなうこと (6) 輸出品の原産地証明を行なうこと (7) 商工業に関する施設を設置し、維持し、又は運用すること (8) 商工業に関する講習会又は講演会を実施すること (9) 商工業に関する技術及び技能の普及又は検定を行なうこと (10) 博覧会、見本市等を開催し、又はこれらの開催のあっせんを行なうこと (11) 商事取引に関する仲介又はあっせんを行なうこと (12) 商事取引の紛争に関するあっせん、調停又は仲裁を行なうこと (13) 商工業に関して、相談に応じ、又は指導を行なうこと (14) 商工業に関して、商工業者の信用調査を行なうこと (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なうこと (17) 行政庁から委託を受けた事務を行なうこと (18) 商工業に関する図書を集積し、一般の閲覧に供すること (19) 前各号に掲げるもののほか、本商工会議所の目的を達成するために必要な事業を行なうこと</p>				

## 守口門真商工会議所

### (1) 事業の目標

当地域の事業者が抱える課題の解決策、及び支援機関等へのコーディネートを行うことを主たる目標とし、引き続き巡回による企業の情報の収集と相談の徹底を行うこととする。

#### 【テーマ・ポイント】

巡回により事業者が抱える問題を抽出し、適切な支援を選択する。合わせて、企業のPRにつながる情報の収集をおこない、販路拡大につなげることで地域全体のPR力を高めていく。

#### 【事業体系】

- 工業関係：①低炭素社会構築交流事業 ②展示会事業 ③リサイクル技術委員会  
④守口門真ものづくり元気企業 ⑤海外取引支援事業
- 商業関係：①商業活性化促進事業 ②MORI-KADOあきないフェスタ
- 全般：①後継者育成セミナー ②インターネット販売促進セミナー  
③その他小規模セミナー ④出前講座
- 税務・法務・労務・経営・創業・販路開拓等に関する専門家による支援

### (2) 事業を実施した具体的な内容、方法及び工夫した点

上記目標のもと、当地域を6つのブロックに分け、地域の事業所を積極的に訪問している。訪問により、事業所の経営課題の把握やニーズの掘り起こしに努めている。工業関係においては、大阪府が実施する大阪中小企業顕彰事業を視野に入れた当所独自の守口門真ものづくり元気企業認定事業、そして展示会事業について積極的に取り組むことで情報発信をおこない、販路開拓につながるよう支援をすすめた。商業関係においては、大商業祭やあきないフェスタを開催し、地域の消費者へ店舗・商品・サービスのPRをおこない来店につながるようすすめた。各種セミナーについては、経営者・従業員等に向けて、ニーズに合わせたセミナー開催をおこない、独立開業志向の方には創業塾を広域での案内をおこなうことで参加者の拡大に努めた。また、それぞれの事業において、会議所の広報だけでなくFMやフリーペーパー等でもPRをおこなうことで地域へ情報発信に努めた。

### (3) 事業を実施した効果、所管地域の活性化の状況

積極的な訪問活動により、事業所からの経営課題の発掘に限らず、こちらから様々な施策の提案もおこなえた。工業関係においては、守口門真ものづくり元気企業に申請したことで社内で5S運動が開始されたり、認定をきっかけとして受注し取引先が増えた企業もある。ここから大阪中小企業顕彰事業まで申し込む意欲のある企業が出てくるなど活性化の動きが加速している。商業関係においては、出店後に業務用卸から引き合いが来たり、卸売から小売業へ事業展開する事業所もあり、活性化に向けた意欲が感じられるようになった。

### (4) 事業を実施した結果浮かび上がった課題

経営課題の把握やニーズの掘り起こしについては、訪問活動の推進により、これまで以上に質問力やヒヤリング力を高めることで、本当の課題・要望を把握し経営力向上につながるよう努めていくことが必要。事業者からのニーズを汲み取るには、よく聴き取りをおこない、整理した上で展開していくことが重要である。事業については、多面的な視野と独創的な発想力に努めて、地域コミュニティとのネットワークを強化し、単発的ではなく継続的な活性化へと繋げていくことが必要である。

### (5) 来年度への取り組み

来年度も積極的な事業所訪問活動を通して、情報収集と相談の徹底をおこない、地域の事業者が抱える課題解決と支援機関等へのコーディネートをおこなうことを主たる目標とする。

工業については、ものづくり企業のさらなる発掘ならびに情報発信を行う取組みをすすめていくため、自治体等との協力体制を推進していく。

商業については、飲食店を中心とした事業展開を含めてPRをおこなうとともに、地域内外の消費者に向けたマップ作り等、イベントだけではない事業展開に取り組んでいく。

守口門真商工会議所

I 経営相談支援事業

支援のポイント・成果

事業所カルテにおいて、事業計画目標を上回る結果を残すことが出来た。支援のポイントとしては、窓口対応だけでなく巡回活動を指導員が積極的に行い、地域全域にヒアリングを行う事を心掛けた。支援の成果としては、創業支援において、積極的な事業計画の策定と、財務分析の支援を連携して行い、地域で長期的な事業の発展を目指した、企業の創業と育成に重点を置いて支援している。金融支援においては、企業の運転・設備資金が枯渇しないよう丹念なヒアリングを行い、金融機関との連携を密にしている。販路開拓支援については商工業者双方の施策等を活用し、異業種間の交流を図り、商品・技術・サービス等のPRにより、新規顧客開拓や新商品の開発に繋がるよう支援を進めている。今後も上記支援の強化を行うと共に、積極的な巡回等により幅広い地域の課題解決に努め、指導員の能力向上でより高度な課題への解決を目指し、さらに満足のいく支援活動を行っていく。

成果の代表事例

製造業 守口市内に土地を購入し、新社屋を建設する事業所については、メインバンクの地方銀行と協力して円滑に金融支援を図ることができた。これにより優良企業の市外流出を防ぐとともに地域住民の雇用も確保された。また積極的に大阪府認定事業を進める中で、まずハードルを下げて取得し易くしてもらう当所独自の認定事業への参加を促すことで、自社分析と財務分析、人材育成計画などを客観的に経営陣が把握することができ非常に感謝されているとともに認定企業等のロゴ使用など販路開拓支援にも効果的で、一層のモチベーションアップにつながった。

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	440	452	102.7%	5
支援機関等へのつなぎ	支援数	31	31	100.0%	5
金融支援（紹介型）	支援数	71	76	107.0%	5
金融支援（経営指導型）	支援数	70	70	100.0%	5
マル経融資等の返済条件緩和支援	事業所	0	0	#DIV/O!	—
資金繰り計画作成支援	事業所	4	4	100.0%	5
記帳支援	支援数	140	118	84.3%	4
労務支援	支援数	8	9	112.5%	5
人材育成計画作成支援	事業所	0	0	#DIV/O!	—
マーケティング力向上支援	事業所	28	28	100.0%	5
販路開拓支援	事業所	133	138	103.8%	5
事業計画作成支援	事業所	36	36	100.0%	5
創業支援	事業所	19	20	105.3%	5
事業継続計画（BCP）作成支援	事業所	0	0	#DIV/O!	—
財務分析支援	事業所	17	17	100.0%	5
5S支援	事業所	0	0	#DIV/O!	—
IT化支援	事業所	2	2	100.0%	5
債権保全計画作成支援	事業所	0	0	#DIV/O!	—
結果報告	事業所	270	503	186.3%	5

II 専門相談支援事業

支援のポイント・成果

事業所が抱える課題の解決を専門的知識を持つ者による相談を行う。税理士による適正な税務を推進する税務支援、弁護士による毎月2回の定期的な法律相談、金融関係者による随時開催の金融相談等、企業の高度な問題の解決に向けて積極的な支援を行っている。また、特許等特殊な産業財産権やISO、労働等についても対応できるよう常時専門指導員と連絡が取れる体制づくりを行い幅広い課題の解決にも対応できるようにしている。

事業名	新規/継続	指標	目標数値	実績数値	達成率	事業評価
税務相談	継続	相談者数	20	20	100.0%	5
法律相談	継続	相談者数	24	30	125.0%	5
労務相談	継続	相談者数	5	6	120.0%	5
その他（特許等）	継続	相談者数	18	20	111.1%	5



守口門真商工会議所

事業名		後継者育成セミナー								
想定する実施期間		18 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)	廃業が増え開業が低下し、地域産業が衰退化しつつある中、次世代を担う若手経営者・後継者に対し、これから進むべき方向性を学んで頂き、将来において地域のリーダーを育成することを目的とする。								
	支援する対象	次世代を担う若手経営者・後継者および幹部社員のいる中小企業。								
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>【第7期】日時：8月21日(火)～1月17日(木) 午後6時30分～8時30分 8日間 地元経営者による経験談や考え方についての講義、担当コンサルタントによる経営に繋がるポイントや知恵の活用策についてのグループワーク形式での意見交換を通して、リーダーとしての考え方や方向性を身に付ける。また、企業を視察し自社改善に繋がるポイントを探っていく。(講義形式3回、グループワーク5回)</p> <p>【フォロー研修会】日時：5月29日(火) 研修会 午後5時～、交流会 午後6時30分～ 第1期～第6期生の卒業生や経営者・後継者等を対象に開催。「ビジョンとミッション」をテーマに講師のアドバイスを得ながら自社の課題について考え、経営者同士で意見交換を行い、さらなるブラッシュアップを図る。</p> <p>(具体的な事業手法) 受講していく中で、他社の事例の導入や各種制度の活用、人的ネットワークの拡大による新たな販路開拓等が見込まれ、相談事業(カルテ化)へとつながるものとする。</p> <p>案内場所：【第7期】会報5月号記事、相談所だより5月号(会報同封)、ホームページ、メールマガジン、守口市・門真市広報7月号、会員企業へFAXにて案内(8月10日)【フォロー研修会】卒業生へメールにて案内送付、ホームページ</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								
		②広域								
③市町										
④相談相乗	受講していく中で、他社の事例の導入や各種制度の活用、人的ネットワークの拡大による新たな販路開拓等が見込まれ、相談事業(カルテ化)へとつながるものとする。(本事業による直接的な相談件数は0件であったが、間接的であるが他相談に繋がっている)									
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)	20	支援企業数(実績)	15	支援実績率	75.0%	満足度	95	
	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)	12	支援実績率	80.0%	満足度	89	
	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)	12	支援実績率	80.0%	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)	<p>活発な意見交換や交流をおこなうことで、人的ネットワークの構築がすすみ、また、後継者としての認識が出てくることで、経営課題の改善に取り組むようになる。</p> <p>【第7期】塾生同士交流を重ねていく中で、お互いを信頼し合い、取引が始まったり、それぞれが経営者・後継者としてリーダーとしての意識が高まり、前向きに取り組んでいる。そして、部下の育成に悩んでいたが、塾で学んだことを取り入れて、うまくコミュニケーションを図っていけるようになっていく。</p> <p>【フォロー研修会】異業種の経営者と初めて交流を取る方もおり、経営に対する考え方について他社の経営者から直接意見を聞くことができ、とても刺激になったよう。</p>								
		指標	各講義の理解度及び活用度(5段階)							
		数値目標	4以上	実績数値	4.5	目標達成度	112.5%			
	成果の代表事例	第7期においては、受講生同士の繋がりが特に強く、卒業してから定期的にも同窓会を開催し、自らの事業の報告や悩みを共有し、若手後継者として様々な意見交換する場を自主的に進めている模様。メンバーで海外に赴任した方もおり、視察研修も計画中的のこと。								
その他目標値の実績	目標値(計画)		目標値(実績)		目標達成度					

守口門真商工会議所

事業名		小規模セミナー（金融セミナー）							
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)	経営環境が大きな変化を迎えている現在、事業を継続させるために必要な資金調達を受けることが課題となっている。 ・銀行から融資を受けたくても、なかなかスムーズに話が進まない ・新事業を立ち上げるために融資を受けたいが、何をしたらよいかわからない といった経営者に対し、的確なアドバイス・支援をする。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	管内零細中小企業者（金融機関とのネットワーク構築や金融に関する知識の向上により経営の安定を目指す事業所）							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	開催日時：平成24年6月14日（木）3時間 会場：守口門真商工会館 講師：(株)ネクストフェイズ 東川 仁氏 参加者：25社25名 (内容)巡回・窓口相談から資金繰り悪化による資金調達のアドバイスを求める声が多い。悪化の理由は外部、内部のさまざまな要因がある。金融機関との良好なネットワーク構築及び上手な利用方法を学ぶことで経営の改善・安定につなげていく。							
		<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カフェおおさか 企業コンシェルジュに掲載。						
②広域連携									
③市町村連携	門真市広報に開催案内を掲載。								
④相談相乗	日本政策金融公庫へのつなぎ（1件）								
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)	25	支援実績率	83.3%	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)	事業継続のための資金調達や既存・新規金融機関との付き合い方等、金融機関に勤めていた講師ならではの目線で金融機関側の視点に立った講義となり、受講者にとっては、金融機関の現状、付き合い方、事業計画書の作成方法を学ぶよい機会となった。金融円滑化法の期限切れを前に、資金繰り・資金調達はもちろんのこと、金融機関との付き合い方にシビアになっている社長が多かったのでタイムリーかつ今後の対応策を示すことができた。相談内容は各事業所により異なりプライバシーが必要となるものなので、講師に個別に相談する事業所、後日融資相談に来られる事業所等さまざまであった。セミナー後、融資を検討実施に至った事業所は2社聞いている。							
		指標	金融に対する課題解決数						
		数値目標	5	実績数値	18	目標達成度	360%		
	成果の代表事例	資金調達に関する知識の増加、金融機関に対する考え方についてこの講義を受けて理解を深めた事業所が多い。							
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のか)	質問タイムを多くとる講師であったが、相談内容は各事業所により異なりプライバシーが必要となるもので、質問しづかった人もいたようである。 次年度は個別相談会場やパーテーションで区切った相談場所などを設置し、これらに配慮した実施方法をとる。							

守口門真商工会議所

事業名		小規模セミナー（販売力強化セミナー）							
想定する実施期間		20 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)	中小企業の経営者・営業担当者を対象に、リーマンショック以降低迷している売上の回復並びに各企業の販売促進策についての新たなヒントを見つける為に、「コミュニケーション」並びに「販売促進方法」についてのセミナーを開催する。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	顧客の集客や販路拡大等の販売促進方法に悩む中小企業。							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	【コミュニケーション】 平成24年9月13日(木)・27日(木)の2日間(計5時間) テーマ:「営業・提案がスルスル上手くいく!コミュニケーションカアップセミナー」 講師:福満 ヒロユキ氏 参加者:27社30名							
		【販売促進】 平成24年11月6日(火)・12日(月)の2日間(計5時間) テーマ:「みるみるモノが売れてゆく!販売力強化セミナー」 講師:福満 ヒロユキ氏 参加者:22社24名 ※8事業所重複							
		<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カフェおおさか 企業コンシェルジュに掲載。							
②広域連携									
③市町村連携	門真市広報に開催案内を掲載。								
④相談相乗	中小企業支援ネットワークへの繋ぎ等(12件)								
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)	25	支援企業数(実績)	41	支援実績率	164.0%	満足度	83
	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)	受講前にヒアリングした結果では、人前で緊張せずに話したい、思いを上手く伝えられないなどコミュニケーション力について苦手意識のある人が多かったが、2日間のセミナーを通じ、そんなに難しく考える必要はなかった、早速実践してみよう、と感じた人が多かった。引き続き販売促進セミナーに参加される方も多く、販売力とコミュニケーションの重要性を感じての受講となった模様。セミナーで学んだコミュニケーションや販売促進方法を元に、自社での策を練る方が多く、受講後個別経営相談を申し込んだ事業所が4か所あった。 コミュニケーション力は数値にすることは難しいが、受講された多くの方が仕事だけでなく日常でも実践しようと思うといった前向きな気持ちの変化が表れており、目標を十分達成できた。							
		指標	テレビ・新聞・雑誌等への掲載数						
		数値目標	5	実績数値	4 (今後メディアに取上げられる可能性が高い企業)	目標達成度	80%		
	成果の代表事例	指標のマスメディアへの掲載はなかったものの、個別相談により自社ホームページ、facebook、チラシ等の作成や変更を行った。また周知や集客増加を見込みイベントを企画した事業所もある。							
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か)	1日目で名刺交換をし、交流を深め、2日目に繋げるというスタイルの講師であるため、どうしても実施期間は2日間となる。2日間の拘束となるため賛否両論はあったが、人気のある講師であるため例年開講希望の声が多く実施に至った。							

守口門真商工会議所

事業名		商業活性化促進事業								
想定する実施期間		22 年度～ 未定 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)	地域商業者の集結するイベントの開催により、個店の活性化を図る。大型店、スーパーとの差別化を図り、ニッチな個店を目指していく。現状は景気低迷の中、経営難に陥っている個店が多い。その理由は①自社の経営革新がなされていない、②少子高齢化による客足の減少、③モータリゼーションがまねく顧客の大型店へのシフト、④商品の品揃えが少ない、⑤商品単価が大型店に比して高いなどがあげられる。								
	支援する対象 (業種・事業所数等)	地域商業の活性化に向けて積極的に取り組む姿勢を持つ、前向きな事業所、及び、自慢の逸品を持つ事業所を対象とする。								
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	H24.5.18 第1回商業振興委員会 H24.9.7 第2回商業振興委員会 H24.10.5 第3回商業振興委員会 H24.10.31 第4回商業振興委員会 商工会議所報にて事業者への出店案内(11・12月合併号) H.24.12.20 第5回商業振興委員会 H.25.1.11 出店者説明会 H.25.1.20 第3回大商業祭開催 H25.3.26 大商業祭意見交換会(出展企業24社参加)								
		<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	守口市及び門真市の担当課に委員会へ出席いただき、大商業祭の実施方法や運営についてのアドバイスを頂いた。併せて実施の告知について両市の広報に掲載するなど全面的な協力を頂いた。									
④相談相乗	出店に関連する経営課題も生まれてくることから、販売促進の支援等をおこなう必要がある。また、特に物販小売店は集客等で課題を抱えており、事業を勧めるにあたり、明確化され、解決策を提案できる状況を提供。担当した指導員が訪問を重ねPR手法などについての相談に応じ45件のカルテ化につながった。									
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)	50	支援企業数(実績)	49	支援実績率	98.0%	満足度	77	
	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)	アンケートでは「消費者への製品アピールが行なえた」、「初めてのお客様にもご購入して頂けたり、お声を掛けて頂けたり良かったです」、「今度、お店へ行きますと言って頂きました」など、製品・商品のPR、消費者とのコミュニケーション、直接に売上アップにつながる内容の回答が多く見受けられた模様。また、それ以外として「出店者間での交流をはかることができた」などの回答も多く、事業者間でのネットワーク・絆の構築が図られた。今回のイベント出店により、多くの消費者と直接に接することで自店・商品のPRを図れたが、集客に関してはまだまだ検討の余地があると考え。								
		指標	月商の変化(出店後3ヵ月間)							
		数値目標	売上高110%	実績数値	売上高105.3%	目標達成度	95.7%			
	成果の代表事例	菓子類製造業：業務用卸売が主体の出店事業所は、大商業祭に出店した時の来場者の中にホテル関係者がおり、出張販売店舗を出店しないかといった問い合わせが相次いで実際に小売のほうも検討のうえ、販売していく予定。このイベントをきっかけに事業が大きく前進した。								
その他目標値の実績	目標値(計画)				目標値(実績)				目標達成度	
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)	実績数値の満足度77点。意見の中には集客数(特に昼から)が少なかったことが寄せられた。今後は当日のイベント取組み内容、告知の方法についても検討を重ねていくことが必要であると考え。また、一番懸念していた出店者が独自で来場客を実店舗へ誘引する方策について、積極的に行ったところ、行わなかったところをはっきりと分かれており、その点については出店者の中から「より積極的に自分たちで顧客にアピールすべき」との意見も出た。以降は出店者が更に熱心に取組むよう仕掛けていきたい。								

守口門真商工会議所

事業名		インターネット販売促進セミナー							
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)	中小零細企業においてITの普及は未だ遅れており、アンケートにおいても、チャレンジしたい気持ちはあるもののできない企業が多くある。一方、二代目社長や若手事業主によりインターネットに精通している事業所はパソコンや携帯サイト(メール配信)による販促活動の具体的手法を模索している。そこで、商店街や個店を中心に、製造業も含め、インターネットを利用した活用支援を行い、経営基盤の強化や販売促進へ活用できるよう支援する。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	ITを活用する企業の活用度合いは幅がある。秒針分歩のITインフラの進化に伴い、ITを活用、非活用を問わず、効果的なITインフラを希望する事業所を対象とする。							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	①日時：平成24年7月11日(水)2時間 場所：守口門真商工会館 テーマ：「1分動画で販路開拓 まだ見ぬ「見込み客」を惹きつける！」 講師：(有)Gyo Lighthouse 笠原 暁氏 参加者：20社22名 ②日時：平成24年10月4日(水)2時間 場所：守口門真商工会館 テーマ：「Webページは集客しない!?Facebookで販売促進」 講師：Wise One 大西 美子氏 参加者：35社37名 ※4事業所重複 <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カフェおおさか 企業コンサルジュに掲載。							
	②広域連携								
③市町村連携									
④相談相乗	セミナー終了後、必要であれば専門相談に繋ぐ体制と整えていたが、実際に専門家相談への依頼は無かった。								
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)	51	支援実績率	170.0%	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)	IT活用の度合いは各企業によって幅があり一定の目標を立てるには無理があるが、本セミナーを受けたことにより、ITに対する苦手意識が薄れた、興味を持ったといった前向きな意見が多かった。ITを販売促進につなげた具体的事例をたくさん見ることでより身近に感じ、講師に個別相談をする企業も多くあった。動画は費用面との兼ね合いで実際に導入に至る事業所は少なかったものの、Facebookは手軽に利用できることから実際に利用してみようという事業所が多かった。							
		指標	ネットを利用した販路開拓事業所数						
		数値目標	6	実績数値	9	目標達成度	150		
	成果の代表事例	インターネット活用についての考え方に変化があった事業所数が多かった。動画を販促の戦略として動きだした事業所も2件あり。							
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)	参加者のIT利用度合い、理解具合に幅があったため、今後は対象を細分化して開催するほうがよいと感じた。							

守口門真商工会議所

事業名		守口門真ものづくり元気企業							
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)	現状は中小企業、特に工業系企業を取り巻く環境は変化し、内需の縮小、グローバル化により売上減少、利益確保が困難な状況である。工業の活性化を図るべく、「守口門真ものづくり元気企業」の選定・ホームページでの公開による選定企業の技術力の見える化を図り、収益力向上を目指す。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	製造業事業所(主たる部会:電器器具工業部会 96、機械金属工業部会358 化学一般工業部会 247 の計701社)							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	【準備委員会① 平成24年 9月20日(木)午後1時30分～】 ・守口門真商工会館にて実施。守口門真ものづくり元気企業の概要について。 【ロゴマーク公募期間 平成24年10月1日(月)～10月31日(水)】 ・HPにて周知、郵送申込受付、申込件数25件 【準備委員会② 平成24年11月 8日(木)午後1時30分～】 ・ロゴマーク選定、募集要領、応募申請書、申立書、募集案内、選定委員、選定基準今後のスケジュールを確定。 【元気企業応募期間 平成24年11月15日(木)～平成25年12月15日(土)】 ・申込42件、受付40件 ※応募企業については経営指導員により、認定事業の効果的な活用方法と魅力的な申請書作成方法について支援を行い、さらに財務分析による経営診断を各事業所ごとに実施した。 【選定委員会 平成25年2月22日(金)午後2時～】 ・守口門真商工会館にて実施。受付企業40社について審査を実施。 【認定式・交流会 平成25年3月25(月)午後4時～(交流会:午後5時～)】 ・守口門真商工会館にて実施。認定式38社出席。交流会34社参加。 <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	認定企業を「大阪ものづくり優良企業賞」への推薦に繋げる。<商工振興室経済交流促進課>(平成24年度2社、平成25年度申込希望19社)						
		②広域							
③市町									
④相談相乗	販路拡大に認定事業の活用を含めた個別支援(販路開拓25件)申請書作成について個別支援(事業計画26件)財務分析を行い経営判断に活用(財務分析15件)								
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)	60	支援企業数(実績)	74	支援実績率	123.3%	満足度	77
	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)	守口市・門真市内のものづくり企業の技術力、製品力等を認定することで、認定事業所は地域を代表する企業として信用力が高まった。また、当所より積極的な情報発信や販路開拓支援などを通じ、ビジネスの拡大を支援した。 ○自社の技術的な強みやQCDレベルの再確認 ○情報発信による企業知名度・技術力・製品力PR(日刊工業新聞、日刊経済新聞、当所ホームページ、会議所会報、各認定事業所ホームページ等) ○積極的な認定事業経営者同士の情報交換・交流によるモチベーションの向上 ○大阪ものづくり優良企業賞を始めとする支援施策の活用推進							
		指標	引合件数						
		数値目標	110%	実績数値	114%	目標達成度	103.6%		
	成果の代表事例	門真市内の製造業A社 公的な認定事業に応募したのは初めてであり、経営指導員の支援の下、申請書の作成支援を受けられるため取り組み易いと考え申込を行った。無事認定事業所となり、自社の強み・QCDを整理することができた。これを活かして大阪府の認定事業や補助施策の積極的活用の方針を切り替えた。							
その他目標値の実績	目標値		目標値		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)	実施時期が年度末に遅れてしまったため、認定による効果測定が年度内に行えるように、実施時期を早めることが必要となる。また、展示会等で「守口門真ものづくり元気企業」ブランドを積極的にPRする。 次期以降への取組みとしては、元気企業認定事業所を中心に、大阪ものづくり優良企業賞への申込支援を行っていく。							

守口門真商工会議所

事業名		MOR I-KADOあきないフェスタ								
想定する実施期間		22 年度～ 未定 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)	地域住民への情報発信（PR）の機会を設けることにより、管内の小規模事業者が抱えているPR不足の解消を図る。また、活力ある事業所を紹介することにより、地域ブランドの創造を図り、地域の活性化につなげる。								
	支援する対象 (業種・事業所数等)	守口門真地域内で行う事業として、商業系として、グルメグランプリへの参加企業、工業系は、地域でものづくり等をおこなう特徴のある企業を対象とする。製品を全業種を対象とし、主に小規模事業所を対象とする。								
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	『出展者向けセミナー』 12社 期 間：平成24年9月5日（水） 場 所：守口門真商工会議所 研修室 内 容：MOR I-KADOあきないフェスタでの販促効果を高めるためのセミナーを行う。								
		『MOR I-KADOあきないフェスタ』 16社 期 間：平成24年9月22日（土） 場 所：トークティ守口・人の広場（京阪百貨店前・カナディアンスクウェア） 内 容：中心市街地である京阪守口市駅前にて、飲食および工業の展示会を行う。								
		<事業手法（府施策連携・広域連携・市町村連携・相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載> ①出店者向けセミナー 対象：グルメグランプリ及び展示会への出店をおこなう企業。②グルメグランプリ地域の飲食店等を対象に出展を募り、コンテスト形式で開催。③展示会 地域内工業者の出展を募り、元気なものづくり企業等のPRをおこなう。門真市・守口市と連携し、広報を行った。また、地域住民へのPRを行うことにより、新規顧客の創造につながった。								
		<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									
	②広域									
	③市町村連携	市町村と連携して地域に広く周知活動を行うことにより、より多くの来場者が見込め、合わせて地域ブランド創造への協力体制を強化できる。								
	④相談相乗	出展に関連する経営課題も生まれてくることから、販売促進の支援等をおこなう必要がある。また、飲食店等は個別で課題を抱えており、事業を勧めるにあたり、明確化され、解決策を提案できる状況を提供。（16件）								
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)	12	支援実績率	80.0%	満足度	83	
	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)	16	支援実績率	106.7%	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)	出展者向けセミナーを行うことにより、当日のPR方法について学んでいただいた。参加者からは、具体的で参考になったと好評であった。 なお、支援対象企業にとって、今回の最重要テーマである新規顧客の獲得という点では、予想を上回る数の来場者があったことで、高い効果が得られた。また、出展者同士の交流が生まれ、大変喜ばれている。 なお、売上に関しては、実施した翌月の売上が開催した月と比べて100%以上の出展者がほとんどであった。								
		指標	月間売上高（実施後3ヶ月分）							
		数値目標	110%	実績数値	106%	目標達成度	96.4%			
	成果の代表事例	大手デパートからの出店依頼（2店舗）があった。また、グランプリを受賞した事業所については平成25年3月に開催された日本商工会議所青年部おきなわ那覇大会（登録者数：約5,000人）の全国物産展に出展。								
その他目標値の実績	目標値	1,500	目標値	2,200	目標達成度	146.7%				
	当日は、守口市・門真市を中心に2,200人を超える方々にお集まりいただき、展示会やグルメグランプリに出店している企業との商談を行った。来場者が計画を大きく上回った為、出店企業にとっては、販売促進の機会が広がった。									
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か)	<<課題>> 出展者の満足度が芳しくなかった点については出展料負担が予定していたより、高額になったことにより（露天許可申請代が必要となったこと）、出展者への負担が多くなったことが原因と考えられる。今後の対応として、出展申込みの段階で、露店許可申請を取得して頂くことなど、事前に知らせておくなどが必要である。また、出展者向けセミナーについても①PRの仕方の変更、②陳列方法、③視覚、聴覚に訴える方法など詳細に説明していくこととする。								

守口門真商工会議所

事業名		出前講座 2回							
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)	各商業団体、工業団体等が抱える様々な経営に関する問題課題等に対し、各団体のニーズにマッチした講座を開催し、その課題等に対し、ピンポイントサポートが可能となり、問題、課題解決並びに活性化策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)	各商業団体及び工業団体、各種団体等、1講座あたり15企業以上を対象とする。							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	①日時：平成24年10月17日(水)2時間 場所：守口門真商工会館 テーマ：「感謝はがきのススメ」 講師：感謝はがきアドバイザー 松本良彦氏 参加者数：女性会メンバー含む20社21名。 ②日時：平成25年1月30日(水)2時間 場所：守口門真商工会館 テーマ：「組織存続の3要件を理解して強い組織を作り上げよう！」 講師：税理士法人小笠原事務所 才木正之氏 参加者数：青年部有志メンバー含む12社18名。 ※1事業所重複 <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カフェおおさか 企業コンサルジュに掲載。						
		②広域連携							
④相談相乗		感謝はがきの活用方法を含めた販路開拓・紹介実績等(7件)							
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)	31	支援実績率	103.3%	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)	2つのセミナーを通じて学んだことは、手法は違えどコミュニケーションの大切さであった。それぞれの団体が抱える経営課題はなく、こういうセミナーを受けてみたいといった声を受けての実施となった。セミナーを受ける前と後とでそれほど難しく考える必要はなかった、早速実践してみようといった気持の変化が見受けられる事業所が多数あった。							
		指標	課題解決に対する対応度合い(3段階)						
		数値目標	2以上	実績数値	3	目標達成度	150%		
	成果の代表事例	セミナー後に学んだことを実践した事業所が多かった。							
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)	出前講座の要望がなく、こちらがお願いして開催してもらった形となった。出前講座を実施する必要性は見当たらない。来年度は出前講座に限定せず、セミナーを企画する。							

守口門真商工会議所

事業名		異業種交流事業（旧 低炭素社会構築交流事業）							
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 <small>（現状や課題をどのような状態にしたいか）</small>	産官学連携による新事業の創出に向け、管内を中心とする事業所と守口市・門真市、大学等専門家が会して、商品開発をすすめる。単独開発が難しい製品の商品化やノウハウの移転、また関係機関との連携を提供し、EV（電気自動車）の開発等、環境にやさしい街づくりにつながるような事業を支援することを目的とする。24年度も引き続き、移動手段の中心となり産業の中心となり得るEVの開発に取り組む。特に昨年製作したノウハウを基に、2台目のEV開発に取り組む。様々なEVの製作をすすめることで、「EVの街、守口門真」のイメージをさらに発展させることができるよう、事業を推進していく。							
	支援する対象 <small>（業種・事業所数等）</small>	製造業関係だけでなく、あらゆる分野からの意見や提案を出していただくことで事業の幅を広げ、検討していく必要があるため、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	<p>【異業種交流組織による、開発に向けての研究会】                  新もりかど号の製造開発を行う。参加企業17社で守口市・門真市・大阪府立大学工業高等専門学校とも連携。例会・会議は展示PRを含めて年間12回実施。                  4月 8日 もりかど号展示PR（弁天池公園スプリングカーニバル）                  4月23日 4月例会 平成24年度 活動方向性検討                  5月28日 5月例会 EV製作改良について検討                  6月26日 6月例会 各チームによる検討                  7月22日 もりかど号展示PR（2012門真象鼻杯&amp;真夏のカーニバル）                  8月28日 8月例会 走行データ解析報告（大阪府立大学工業高等専門学校協力）                  9月22日 もりかど号展示PR（MORI-KADOあきないフェスタ2012）                  10月26日 リーダー会議 製作改造内容の具体的検討                  11月 5日 製作改造作業                  1月28日 1月例会 改造について進捗状況報告                  3月21日 製作改造作業                  3月28日 3月例会 もりかど号フルモデルチェンジ完了                  ※個別作業については随時実施。</p> <p>【EVセミナー・展示会・試乗会・マッチング会・交流会へ参加】                  日 時：平成24年9月26日15：30～18：00                  場 所：大阪府立大学 中百舌鳥キャンパス                  参 加：7社                  主 催：大阪府、大阪府立大学、21世紀科学研究機構EV開発研究センター                  備 考：メンバー企業である榊淀川製作所のEV展示あり</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	大阪府や大阪府立大学EV開発コンソーシアムと連携し、EV関連施策の周知。また、大阪府立大学でのマッチング展示会、講演会に参加し、コンソーシアム会員との連携強化。						
	②広域連携								
	③市町村連携	守口市、門真市の産業振興担当者にプラザ運営に参画いただき、会議や例会時に行政側からのアドバイスや情報を頂くなどの連携を実施。							
	④相談相乗	異業種交流による販路開拓の推進。（本事業による直接的な相談件数は0件であったが、間接的であるが他相談に繋がっている）							
事業の実	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)	17	支援実績率	68.0%	満足度	74
	目標の達成度 <small>（支援企業をどう変化させることができたか）</small>	産官学（EVに興味のある中小企業、守口市、門真市、大阪府立大学工業高等専門学校、技術士）の様々な組織が一堂に会し事業を実施。大阪産EV開発コンソーシアムの情報やセミナーを積極的に活用した中で、EV「新もりかど号」開発に取り組み、自社のものづくり技術力の向上を図ると共に、展示イベントでEVをPRすることで、地域にEVのイメージ（電気自動車の街、守口門真）を定着させることができた。							
		指標	製品開発数						
		数値目標	1	実績数値	1	目標達成度	100.0%		

績／目標達成度	成果の代表事例	<p>新もりかど号の開発（もりかど号1台目を基礎としたフルモデルチェンジ）  ※走行データ解析を基に、下記部分の大幅改善に取り組む</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・シャシ構造（後部スプリング接続部分の見直しと再溶接による構造歪みの改善、ハンドルスッパ見直しによる旋回半径の左右均等化）</li> <li>・電装系（配線図作成、DCDCインバーター導入、各種リレー・コンダクター導入、バッテリーケーブル導入、適正な電圧電流に耐えうる配線に変更、最短配線となるよう設計を変更）</li> <li>・バッテリー（GSユアサ産鉛バッテリーに変更、バッテリー切替システム導入、充電器の見直し）</li> </ul> <p>以上により、安心安全性の向上、最大速度、バッテリー消耗具合向上が図れた。走行スピードが約20キロから約35キロに伸びた要因として電気系統の大幅改良や国産バッテリーへ取り換えた結果、配線抵抗が大きく減少し、効率よく電流が流れているためである。</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	<p>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>	<p>1年目（H22）と2年目（H23）にEVに関する基礎知識、3年目（H24）に応用知識を活用し、事業を実施した形である。次年度以降はコンバージョンEVや、輸入EVを基礎としないゼロからのEV製作となる可能性もあり違った形での開発・普及も視野に入れていく必要がある。地域のEVイメージの定着は一朝一夕に作れるものではなく、今後も継続的なPRを行っていく。</p>		

守口門真商工会議所

事業名		海外取引支援事業																																		
想定する実施期間		24 年度～ 24 年度まで ※複数年度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)	守口門真管内は大手企業の下請けが多く、大手企業の海外進出にともない、中小事業者も海外に進出しなければならない、または進出の検討を行わなければならない現状がある。これら中小事業者が海外進出における適正な判断が下せることを目的に「①海外展開専門家の活用」「②外国語販促ツールの作成とその反応」「③外国人や海外進出済み経営者との情報交換会」を実施し支援を行う。																																		
	又援げる対象 (業種・事業所数等)	海外展開を検討している事業所だけでなく、既に海外進出済みの事業所も対象とする。業種は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	<p>●アンケート(電機器具工業、機械金属工業、化学・一般工業部会) (回収期間:平成24年9月25日～10月5日) 送信数1124返信数81返信率7.2% 市場ニーズの把握が一番多かった。</p> <p>●2月13日(水)、株式会社サンコー 代表取締役 向井 正明氏を講師として海外取引セミナーと交流会を開催。 同社は堺市東区にて、温度センサー・電気ヒーター等を製造販売。向井社長はタイ、中国、ベトナムで工場を設立された経験から、リアルタイムな現地情報を中心に説明された。質疑応答では、各事業者が抱える課題について、具体策も提案頂き、活動の参考となった。大阪府経済交流促進課国際ビジネス交流グループの副主査 濱野将一氏より大阪ビジネスサポートデスク(取引引合情報提供、現地出張支援他)の利用状況について説明が行われ、新たな施策活用の機会が得られました。第2部ではインド、トルコ、ネパール出身の外国人経営者を交えての情報交換会を開催。現地と日本の習慣の違いを、名刺交換、飲食によりリラックスした中で交流ができました。事業者:7社 11名、外国人経営者:3名</p> <p>●無料で始める海外向けに英語WEBサイトを通して、潜在顧客・パートナー・取引先を探す。登録することで、ターゲット国や地域における会社・製品・サービスの反応をあらかじめ確かめられるため、マーケティングの一環として市場を知る。OSAKA EXPORTERS GUIDEを活用し、このシステムは公益財団法人大阪産業振興機構 国際経済支援課 ビジネスサポートセンターが実施している。登録事業所14社。</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">アンケート調査により個別ヒアリングを実施し、海外取引支援を希望する企業を発掘する。(経済交流促進課 国際ビジネス支援グループ 田中氏) 大阪府経済交流促進課国際ビジネス交流グループの副主査 濱野将一氏より大阪ビジネスサポートデスク(取引引合情報提供、現地出張支援他)の説明による施策普及</td> </tr> <tr> <td>②広域</td> <td colspan="6"></td> </tr> <tr> <td>③市町</td> <td colspan="6"></td> </tr> <tr> <td>④相談相乗</td> <td colspan="6">OSAKA EXPORTERS GUIDEの活用を含めた販路開拓支援を実施(1件)</td> </tr> </table>							①府施策連携	アンケート調査により個別ヒアリングを実施し、海外取引支援を希望する企業を発掘する。(経済交流促進課 国際ビジネス支援グループ 田中氏) 大阪府経済交流促進課国際ビジネス交流グループの副主査 濱野将一氏より大阪ビジネスサポートデスク(取引引合情報提供、現地出張支援他)の説明による施策普及						②広域							③市町							④相談相乗	OSAKA EXPORTERS GUIDEの活用を含めた販路開拓支援を実施(1件)					
		①府施策連携	アンケート調査により個別ヒアリングを実施し、海外取引支援を希望する企業を発掘する。(経済交流促進課 国際ビジネス支援グループ 田中氏) 大阪府経済交流促進課国際ビジネス交流グループの副主査 濱野将一氏より大阪ビジネスサポートデスク(取引引合情報提供、現地出張支援他)の説明による施策普及																																	
②広域																																				
③市町																																				
④相談相乗	OSAKA EXPORTERS GUIDEの活用を含めた販路開拓支援を実施(1件)																																			
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)	21	支援実績率	70.0%	満足度	83																												
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)	アンケート実施により市場ニーズの把握が求められていることが確認され、タイ、中国、ベトナムで工場を設立された経験をもつ向井氏を講師迎え、リアルタイムな現地市場情報を中心に説明いただき、理解頂くことができた。質疑応答では、各事業者が抱える課題について、具体策も提案頂いた。また、交流会では実際に外国人経営者と接点を持つことで、各国の市場ニーズを知って頂いた。 また、OSAKA EXPORTERS GUIDEの活用により、直接海外の市場と継続的に接点を持つことができる。これにより今後の自社技術や製品の海外ニーズ調査に役立てる事ができるため、経営方針の決定における重要な指標とすることができる。																																		
	指標	海外企業との取引成立件数																																		
	数値目標	3	実績数値	3	目標達成度	100.0%																														
成果の代表事例	セミナー、交流会に参加したA社 既にフィリピンに進出していた経験をもつが、現在の新しい情報を求めて参加。ASEANを中心に情報収集を行い、アジア各国の経営者との意見交換もあり、カンボジア進出に向け調整中。																																			
その他目標値の実績	目標値		目標値		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)	今回のセミナーはASEANを中心としたものであり、参加者の中には、国を絞ったセミナーの開催を希望されており、検討の余地がある。 交流会についても参加人数が予想より少ない状況であった為、HPやFAXだけでなく、巡回により直接的な周知活動が必要となってくる。																																		