

平成24年度  
事業実績報告書

申請者の概要

|  |                           |                         |                        |
|--|---------------------------|-------------------------|------------------------|
| 申請者  | 団体名                       | 東大阪商工会議所                |                        |
|  | 代表者職・氏名                   | 会頭 嶋田 亘                 |                        |
|  | 所在地                       | 〒577-0809 東大阪市永和1-11-10 |                        |
|  | 担当者                       | 職・氏名                    | 中小企業相談所長 神戸 直樹         |
|  |                           | 連絡先                     | 電話番号（直通）： 06-6722-1151 |
| Fax: 06-6725-3611  |                           |                         |                        |
| E-mail: <a href="mailto:kanbe@hocci.or.jp">kanbe@hocci.or.jp</a>   |                           |                         |                        |
| ①設立年月日   | ①昭和12年12月28日              |                         |                        |
| ②職員数<br>(うち経営指導員数)   | ②39人(21人) (平成25年3月31日)    |                         |                        |
| ③所管地域  | ③東大阪市                     |                         |                        |
| ④管内事業所数  | ④28,052 (平成18年事業所統計調査による) |                         |                        |
| ⑤管内小規模事業者数   | ⑤21,245 (平成18年事業所統計調査による) |                         |                        |
| ⑥会員数(組織率)  | ⑥6,305社(22.5%)            |                         |                        |
| ※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<br>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・運用<br>③地域新産業創出事業の推進<br>④ビジネスチャンスの拡大と販路開拓事業の推進<br>⑤創業支援と産学官交流事業の促進<br>⑥人材確保と雇用対策事業の推進強化<br>⑦街づくり推進への支援<br>⑧商工業者との情報交換の促進事業 |                           |                         |                        |

## 東大阪商工会議所

### (1) 事業の目標

本市経済が抱える課題や活性化に向けた取り組みを具体化する手法として、製造業では、販路拡大を図る為、大阪、東京での展示商談会事業を開催する他、企業間の取引を積極的にマッチングさせる事や“おおさか地域創造ファンド”や産官学連携事業、新エネルギー振興推進事業等で企業の付加価値の創造を図り、個々の企業の売上増進を図る。また、卸、小売業等商業者向けには、個店の魅力を発揮させる各種顕彰事業の実施や、衰退する商店街の活性化を図る為、“ワンコイン祭り事業”を開催する等し、売上げ増進を図っていく。また、雇用促進事業も引き続き実施し、管内の就労支援に当たる。管内の事業所数が、長引く不況の影響や産業のグローバル化により減少の一途を辿っている状況から、創業者支援にも注力し、歯止めを掛けていく。最後に、本所経営指導員がマンパワーを発揮し、個々の企業が抱える様々な経営課題に対し、臨機応変に、また、きめ細やかに対応し、管内中小零細企業の課題解決を図っていく。

### (2) 事業を実施した具体的な内容、方法及び工夫した点

上記事業の目標を見据えて、製造業では、販路拡大を図る為、過去から実績のある大阪での展示会“テクノ Messe 東大阪”の継続実施、また、首都圏での販路拡大を目的に“もうかり Messe 東大阪”を開催する他、産業集積の高い都市の企業と個別に商談を行う“都市間交流支援事業”等を開催し、販路拡大を図った。工夫した点としては、特に東京の展示会や各地域で開催する都市間交流では、本所のネットワークを活用し、各種地場の支援機関から地元企業の参加促進を図って頂くなど相互で協力しあった。また、新たな事業展開を創造させる為“おおさか地域創造ファンド”や“産官学連携事業”等を実施し、新製品開発支援や技術課題解決に向けた支援を行った。事業実施に当たっては、広域に連携し、相互で情報の共有を行い地元企業への支援を行う他、専門家集団との連携による課題解決を行った。商業者支援においては、個店や商店街への来客数の増進を図る為、個店の顕彰制度や“ワンコイン祭り事業”を実施し、促進を図る他、“求人・求職マッチング事業”“東大阪・八尾就職フェスタ事業”を通じて、雇用支援にも当たった。これら事業の実施に当たっては、周辺商工会議所、大阪府担当窓口との連携により相乗効果を図った。最後に、経営指導員による経営相談支援事業では、資金繰りに課題を持つ小規模事業者へは、関係する金融機関との連携により金融支援を行った他、販路支援では、個別に問題点を洗い出し、それに合わせた支援を実施した。

### (3) 事業を実施した効果、所管地域の活性化の状況

販路面に於いて、上述の事業を各種実施した結果、製造業では、具体的に商談が成立した企業も一定あり、商談に至らなかった企業に於いても、商品、企業のPRができ、半数以上の企業が満足した結果を得た。また、今後の企業間ネットワークにも役立った。商業者については、事業指標であった来店者の増加が、事業を実施したことにより達成でき、満足度も比較的高かった。また、雇用関係の事業でも、求人・求職マッチング、就職フェスタ事業により、参加企業の人材確保にも具体的に繋がった。最後に、経営指導員が個々に小規模事業者に対して行った経営相談支援事業では、資金繰り対策として、融資支援や金融円滑化による借入金の返済支援を両面でバックアップし、個々の事業者の経営安定に寄与できた。販路支援についても、個々の課題に対応した支援が実現でき、結果として、利用者満足度調査から伺えるように満足度が高かった。

### (4) 事業を実施した結果浮かび上がった課題

地域活性化事業を実施した効果の中で記述したように、例えば製造業では、関連事業を実施した事により、具体的に商談が成立した企業やその他の目的を達成できた企業があったが、その反面、必ずしも満足出来ていない企業が存在するのも事実である。そうした企業のニーズを少しでも汲み上げ、事業に反映させる事が肝要である。商業者支援においても、同様に、満足度を少しでも高める取組みを行わないと、事業自体の参加者の減少にも繋がりがかねない。また、大阪府施策連携事業の継続実施として“下請取引適正化セミナー事業”今年度から新たに取組んだ“技術支援ネットワーク事業”“大阪ものづくりブランド連携推進事業”“ものづくり優良企業賞応募企業の発掘”では、参加者が予定より少ない状況で、参加した企業の満足度が比較的高かっただけに、事業への呼び込みに課題が残った。経営相談支援事業については、平成25年3月末で中小企業金融円滑化法が期限切れとなり、借入金の返済を猶予している企業への資金繰り対策が重要となってくる。

### (5) 来年度への取り組み

平成25年に入り、株価が堅調な動きを見せ始め、政府の緊急経済対策では、相当な予算措置を施し、各種補助金制度が始まる等、今後の期待が寄せられる中、本市においても、長引く不況から脱却するタイミングとして分岐点にたっている時期なのかもしれない。そのような大事な時期だからこそ、所管地域の経済を活性化させる為に、平成25年度小規模事業経営支援事業を実施し、所管地域の経済活性化に取り組んでいく。具体的な取り組み手法については、特に前述の課題を踏まえて、事業を実施し、参加企業の満足度を高め、経営改善に繋げていく。最後に、中小企業金融円滑化法終了に関連し、経営資源の乏しい小規模事業者については、資金繰り支援を強化し、経営の安定化に努めていく。

東大阪商工会議所

I 経営相談支援事業

支援のポイント・成果

経営指導員21名が管内小規模事業者へ、個々が持つ経営課題に対して支援を行った。カルテ全体では870件にのぼり、販路開拓支援が440件あり、長引く景気低迷に伴い慢性的に売上げが低迷する小規模事業者へ販路拡大の為の支援を行った。また、売上げ回復がなかなか進まない事業者にとっては、資金繰り面をサポートする為に金融支援を徹底し、経営指導型、紹介型を合わせてカルテした事業者は278件にのぼった。一方、中小企業金融円滑化法施行中のもと、マルケイ融資の返済に関する改善計画書の策定支援を行い、資金繰りの円滑化に努めた。

【販路開拓支援にて成果が上がった事例】

〇社は、〇〇の販売を行っており、ネット販売ではオリジナル商品なども扱い、積極的な営業を行っている。販売ルートにおいてはネット販売が主で大手量販店等との取引については少ないということで、今回相談を受け、本所で実施した「売りメッセ東大阪取引商談会」への参加をプロモーションした。その結果、通販会社である“フェリシモ”と百貨店である“近鉄百貨店東大阪店”との商談が成立した。

【金融支援】

〇〇業を営む法人N社は、老舗企業である。先代の父から叔父へ叔父から本人へと3代続く中で、先代の時代は、比較的景気も良く、規制緩和前でもあり、業歴は好調で財務内容も良かった。時代の変遷と共に、小泉内閣の折に、規制緩和が一斉に行われ、運送業界も新規参入が一気に増え、競争が激化し、受注単価が下落、景気低迷と重なり、受注量も減少し、経営難となった。そこで同社は、経営力向上緊急支援事業を利用し、中小企業診断士の指導のもと、経営の立て直しを図るべく、経営改善計画書の策定を行い、その後、診断士より本所経営指導員が引き継ぐ事となった。経営改善計画書のもと、同社では、合理化、コスト削減を行い、本所では、金融支援を中心に支援を行った。今年度については、マルケイ融資において、平成24年5月から6月にかけて運転資金を1,000万円支援し、平成25年1月には、日本公庫普通貸付1,100万円のコーディネートを行い、資金繰りの円滑化を支援した。社内による経営の合理化と資金注入とで、一時期の倒産の危機を脱し、徐々にではあるが、経営の改善が図られている。

| 支援メニュー          | 指標  | 目標数値 | 実績数値 | 達成率     | 事業評価 |
|-----------------|-----|------|------|---------|------|
| 事業所カルテ・サービス提案   | 事業所 | 880  | 882  | 100.2%  | 5    |
| 支援機関等へのつなぎ      | 支援数 | 67   | 68   | 101.5%  | 5    |
| 金融支援（紹介型）       | 支援数 | 45   | 45   | 100.0%  | 5    |
| 金融支援（経営指導型）     | 支援数 | 233  | 233  | 100.0%  | 5    |
| マル経融資等の返済条件緩和支援 | 事業所 | 18   | 18   | 100.0%  | 5    |
| 資金繰り計画作成支援      | 事業所 | 29   | 29   | 100.0%  | 5    |
| 記帳支援            | 支援数 | 35   | 35   | 100.0%  | 5    |
| 労務支援            | 支援数 | 11   | 10   | 90.9%   | 5    |
| 人材育成計画作成支援      | 事業所 | 11   | 11   | 100.0%  | 5    |
| マーケティング力向上支援    | 事業所 | 1    | 1    | 100.0%  | 5    |
| 販路開拓支援          | 事業所 | 440  | 442  | 100.5%  | 5    |
| 事業計画作成支援        | 事業所 | 0    | 0    | #DIV/O! | -    |
| 創業支援            | 事業所 | 4    | 4    | 100.0%  | 5    |
| 事業継続計画（BCP）作成支援 | 事業所 | 0    | 0    | #DIV/O! | -    |
| コスト削減計画作成支援     | 事業所 | 0    | 0    | #DIV/O! | -    |
| 財務分析支援          | 事業所 | 22   | 22   | 100.0%  | 5    |
| 5S支援            | 事業所 | 0    | 0    | #DIV/O! | -    |
| IT化支援           | 事業所 | 0    | 0    | #DIV/O! | -    |
| 債権保全計画作成支援      | 事業所 | 0    | 0    | #DIV/O! | -    |
| 結果報告            | 事業所 | 854  | 858  | 100.5%  | 5    |

II 専門相談支援事業

支援のポイント・成果

本年度については、税務相談、法律相談、特許関連相談が多く、目立ったところでは、法律相談について、景気低迷を受けて、取引先とのトラブルに伴う売掛債権の回収が困難になり相談、支援に至った事例が多かった。特許関連相談としては、新製品に対する特許申請に係る支援が多く、また、倒産防止支援については、法律相談の背景と同様、長引く景気低迷による受注販売不振で資金繰りが悪化し、会社の再建計画、資金面の良策を検討し、併せて経費や経営計画について専門家による支援を行った。結果、倒産回避ができ、現在も経営を行っている。

専門家による高度な相談支援については、相談に対する明確な対処方法や指導を実施し、相談者が、その対応を図る事で、課題解決が図れている。

| 事業名    | 新規/継続 | 指標   | 目標数値 | 実績数値 | 達成率     | 事業評価 |
|--------|-------|------|------|------|---------|------|
| 法務支援   | 継続    | 相談件数 | 18   | 18   | 100.0%  | 5    |
| 税務支援   | 継続    | 相談件数 | 34   | 34   | 100.0%  | 5    |
| 労務支援   | 継続    | 相談件数 | 15   | 15   | 100.0%  | 5    |
| その他の支援 | 継続    | 相談件数 | 20   | 20   | 100.0%  | 5    |
| 倒産防止支援 | 継続    | 相談件数 | 2    | 2    | 100.0%  | 5    |
|        |       |      |      |      | #DIV/O! |      |
|        |       |      |      |      | #DIV/O! |      |

## 東大阪商工会議所

## Ⅲ 地域活性化事業

## 支援のポイント・成果

製造業では、販路拡大を図る為に、過去から実績のある大阪での展示会“テクノメッセ東大阪”の継続実施、また、首都圏での販路拡大を目的に“もうかりメッセ東大阪”を開催する他、産業集積の高い都市の企業と個別に商談を行う“都市間交流支援事業”等を実施し、販路拡大を図った。これについては、具体的に商談が成立した企業も一定あり、商談に至らなかった企業に於いても、商品、企業のPRができ、半数以上の企業が満足した結果がでた。また、新たな事業展開を創出させる為“おおさか地域創造ファンド”や“ものづくり創業・経営革新支援事業、新製品開発サポートセンター事業”を実施し、積極的な事業運営として新製品開発のサポートができた。更に“産官学連携事業”では、企業が取り組むEV関連のシステム開発に、大阪府立大学の研究シーズをマッチングさせる事ができ、研究開発を飛躍させることにも繋がった。また、技術課題を抱える企業に対して、課題解決に向けた支援もできた。一方、商業者支援については、個店や商店街への来客数の増加を図る為に個店の顕彰制度や“ワンコイン祭り事業”を実施し、促進を図った。これも、事業を実施したことで、来店者の増加があり、満足度も比較的高かった。また、雇用関連の事業でも“求人・求職マッチング”“就職フェスタ事業”により、参加企業の人材確保に繋がった。大阪府施策連携事業の中では、今年度より始まった“大阪ものづくりブランド連携事業”“ものづくり優良企業賞応募企業の発掘”事業に於いて、認定された企業こそ少なかったが、所管地域から選定された企業も一定あり、モチベーションアップに繋がりと、今後の販路面での期待もてた。

## (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 |
|-------|---------------------------|--------|-------|---------|-----------|---------------------------|-------|-------|--------|------|
|       | 創業塾研修事業                   | 50     | 44    | 88.0%   | 79        | 参加者への創業意欲を高め創業計画書の作成まで至る  | 70%   | 64%   | 91.4%  | 5    |
|       | テクノメッセ東大阪                 | 100    | 83    | 83.0%   | 74        | 引合い件数                     | 7,200 | 7,784 | 108.1% | 5    |
|       | テクノメッセ東大阪                 | 7200   | 7,784 | 108.1%  | -         |                           |       |       |        |      |
|       | テクノメッセ東大阪                 | 30     | 31    | 103.3%  | 88        |                           |       |       |        |      |
|       | もうかりメッセ東大阪展示事業            | 80     | 114   | 142.5%  | 56        | 引合い件数                     | 4,000 | 4,306 | 107.7% | 5    |
|       | もうかりメッセ東大阪展示事業            | 4000   | 4,306 | 107.7%  | -         |                           |       |       |        |      |
|       | もうかりメッセ東大阪展示事業            | 80     | 91    | 113.8%  | -         |                           |       |       |        |      |
|       | 商業活性化促進事業                 | 50     | 57    | 114.0%  | 74        | 来店者増加率                    | 30%   | 37%   | 123.3% | 5    |
|       | 東大阪ワンコイン祭り事業              | 30     | 32    | 106.7%  | 59        | 参加商店街加盟各店舗の魅力アップ・来店者数の増加率 | 30%   | 58.7% | 195.7% | 5    |
|       | 売りメッセ東大阪取引商談会・モニター会事業     | 120    | 121   | 100.8%  | 85        | 新規契約や販路拡大の成約率             | 20%   | 3%    | 15.0%  | 1    |
|       | 売りメッセ東大阪取引商談会・モニター会事業     | 200    | 200   | 100.0%  | 80        |                           |       |       |        |      |
|       | ものづくり創業支援事業・新製品開発実践センター事業 | 10     | 10    | 100.0%  | 59        | 引合い件数                     | 90    | 348   | 386.7% | 5    |
|       | ものづくり創業支援事業・新製品開発実践センター事業 | 20     | 23    | 115.0%  | 59        | プレゼン参加企業数                 | 10    | 23    | 230.0% | 5    |
|       | 産官学連携支援事業                 | 20     | 16    | 80.0%   | 64        | ニーズ・シーズのマッチング企業           | 2     | 2     | 100.0% | 5    |
|       | 産官学連携支援事業                 | 30     | 21    | 70.0%   | 88        | インターンシップ受け入れ企業            | 25    | 21    | 84.0%  | 5    |
|       | 都市間交流支援事業                 | 45     | 33    | 73.3%   | 75        | 商談件数                      | 210   | 148   | 70.5%  | 3.5  |
| ○     | 講演・講習会(経営革新セミナー)          | 40     | 33    | 82.5%   | 89        | 参加者における習熟度の向上割合           | 70%   | 80%   | 114.3% | 5    |
| ○     | 講演・講習会(CADセミナー)           | 15     | 10    | 66.7%   | 92        |                           |       |       |        |      |
| ○     | BCP普及促進セミナー事業             | 40     | 20    | 50.0%   | 80        | 参加者における習熟度の向上割合           | 70%   | 82.7% | 118.1% | 5    |
| ○     | 下請取引適正化セミナー事業             | 35     | 11    | 31.4%   | 77        | 参加者における習熟度の向上割合           | 70%   | 72.2% | 103.1% | 5    |
| ○     | デザイン実地研修事業                | 30     | 41    | 136.7%  | 87        | 参加者における習熟度の向上割合           | 70%   | 84%   | 120.0% | 5    |
| ○     | 求人・求職マッチング事業              | 10     | 108   | 1080.0% | 76        | 面談実施数                     | 200   | 917   | 458.5% | 5    |
| ○     | 求人・求職マッチング事業              | 40     | 38    | 95.0%   | 83        |                           |       |       |        |      |
| ○     | 求人・求職マッチング事業              | 30     | 35    | 116.7%  | 64        |                           |       |       |        |      |
| ○     | 求人・求職マッチング事業              | 20     | 21    | 105.0%  | 77        |                           |       |       |        |      |
| ○     | 求人・求職マッチング事業              | 400    | 407   | 101.8%  | -         |                           |       |       |        |      |
| ○     | 東大阪・八尾就職フェスタ事業            | 25     | 25    | 100.0%  | 73        | 面談実施数                     | 200   | 229   | 114.5% | 5    |
| ○     | 東大阪・八尾就職フェスタ事業            | 400    | 293   | 73.3%   | -         |                           |       |       |        |      |
| ○     | ものづくり支援拠点連携推進事業           | 300    | 1,119 | 373.0%  | 84        | 引き合い斡旋件数                  | 300   | 1,119 | 373.0% | 5    |

|   |                          |    |    |        |    |                       |     |       |        |   |
|---|--------------------------|----|----|--------|----|-----------------------|-----|-------|--------|---|
| ○ | 環境関連ビジネス参入促進事業           | 25 | 17 | 68.0%  | 82 | 参加者における習熟度の向上割合       | 70% | 83.3% | 119.0% | 5 |
| ○ | 環境関連ビジネス参入促進事業           | 25 | 33 | 132.0% | 84 |                       |     |       |        |   |
| ○ | 新エネルギー振興推進事業             | 20 | 16 | 80.0%  | 84 | 参加者における習熟度の向上割合       | 70% | 84%   | 120.0% | 5 |
| ○ | 技術支援ネットワーク（技術巡回アドバイザー）事業 | 30 | 10 | 33.3%  | 80 | 技術巡回アドバイザーへのコーディネート件数 | 10  | 10    | 100.0% | 5 |
| ○ | 大阪ものづくりブランド連携推進事業        | 50 | 15 | 30.0%  | 44 | ブランド認証申請数             | 35  | 15    | 42.9%  | 2 |
| ○ | 知財活動支援                   | 30 | 17 | 56.7%  | 81 | 参加者における習熟度の向上割合       | 70% | 78.8% | 112.6% | 5 |
| ○ | ものづくり優良企業賞応募企業の発掘        | 30 | 12 | 40.0%  | 76 | 応募企業数                 | 10  | 12    | 120.0% | 5 |
| ○ | 海外ビジネス展開希望企業の発掘・支援事業     | 35 | 25 | 71.4%  | 82 | 参加者における習熟度の向上割合       | 70% | 82%   | 117.1% | 5 |

(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 |
|-------|--------------|--------|------|---------|-----------|--------|-----|----|---------|------|
| ○     | おおさか地域創造ファンド | 36     | 28   | 77.8%   | 87        | 採択事業者数 | 6   | 6  | 100.0%  | 5    |
| ○     | おおさか地域創造ファンド | 30     | 15   | 50.0%   | 90        |        |     |    | 0.0%    |      |
| ○     | おおさか地域創造ファンド | 16     | 16   | 100.0%  | 100       |        |     |    | 0.0%    |      |
| ○     | おおさか地域創造ファンド | 24     | 12   | 50.0%   | 90        |        |     |    | 0.0%    |      |
|       |              |        |      | #DIV/0! |           |        |     |    | #DIV/0! |      |
|       |              |        |      | #DIV/0! |           |        |     |    | #DIV/0! |      |
|       |              |        |      | #DIV/0! |           |        |     |    | #DIV/0! |      |

※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。

東大阪商工会議所

|             |  |  |                               |           |     |       |       |         |       |
|-------------|--|--|-------------------------------|-----------|-----|-------|-------|---------|-------|
| 事業名         |  | 創業塾  |                               |           |     |       |       |         |       |
| 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<br>(現状や課題をどのような状態にしたいか)                            | 廃業や倒産が増加している現状を打破する為、創業予定者や創業間もない方等を対象に経営者として必要な税務・労務・資金・ビジネスプランなどのノウハウを学ぶセミナーを開催する。その事により経営者として最低限必要な知識の習得ができ堅実な創業経営が可能となる。また、事業を行う事により参加者同士の交流が行え新たなビジネスチャンスとなり地域の活性化に繋がる。   |                               |           |     |       |       |         |       |
|             | 支援する対象   | 創業予定、創業間もない方等を対象(全業種)  |                               |           |     |       |       |         |       |
|             | 実施時期・具体的な内容及び事業手法  | 開催日時：平成25年2月2日・9日・16日(土) 各日午前10時～午後3時<br>開催場所：東大阪商工会議所 本所 別館2階大ホール<br>内 容：1日目<br>1) 創業に向けた心構え<br>2) 先輩起業家の声(㈱エイトジー 代表取締役 兼子栄治氏より講話)<br>3) 事業の具体化とSWOT分析<br>4) マーケット調査<br>2日目<br>1) 決算書の読み方<br>2) ローコスト創業<br>3) 創業融資制度の紹介<br>(大阪東信用金庫・㈱日本政策金融公庫・大阪府信用保証協会担当者より説明)<br>4) 利益計画の立て方<br>3日目<br>1) 創業の基礎知識(事業形態・税金・社会保険について)<br>2) ビジネスプラン相談会<br>3) ビジネスプラン発表会 |                               |           |     |       |       |         |       |
|             |  | <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   |                               |           |     |       |       |         |       |
|             |  | ②広域連携  |                               |           |     |       |       |         |       |
| ③市町村連携      | 東大阪市と開催告知PRについて連携を行った。(市政だより掲載、各リージョンセンターへのチラシ・ポスターの設置)  |  |                               |           |     |       |       |         |       |
| ④相談相乗       |  |  |                               |           |     |       |       |         |       |
| 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) | 44  | 支援実績率 | 88.0% | 満足度     | 79.2% |
|             | 目標の達成度<br>(支援企業をどう変化させることができたか)                          | 44名(延べ109名)の参加者があった。支援者数の計画に対して88%の実績であり、各日終了後に「満足度」のアンケートを取ったところ81.7%の参加者から「満足」との回答を得たことから目標としていた数値を大幅に上回り、参加者の本事業に対する評価は高かったことが伺える。<br>なお、その他フリーアンサーでは総じて「モチベーションが上がった」、「創業に対する考え方が甘く、創業塾に参加して具体的な創業計画が立てられた」に関係する回答が多く、参加者の創業に対する機運を高めることや堅実な創業計画を立てることに役立ったと考える。   |                               |           |     |       |       |         |       |
|             |  | 指標   | 参加者への創業意欲を高め、創業計画書の作成まで至るよう実施 |           |     |       |       |         |       |
|             |  | 数値目標   | 70%                           | 実績数値      | 64% | 目標達成度 | 91.4% |         |       |
|             | 成果の代表事例  | 創業塾開催中に訪問介護事業の開業を検討されていた受講者が創業塾終了後に本格的に開業に向けて動き出した。現在、ケアマネジャーの資格を取得し、4月18日に開業することが決定しており、創業融資を受けるために経営指導員の支援を受けながら資金調達を目指している。   |                               |           |     |       |       |         |       |
|             | その他目標値の実績  | 目標値(計画)  |                               |           |     |       | 目標達成度 | #DIV/0! |       |
|             |  |  |                               |           |     |       |       |         |       |
| 実施結果        | 課題及び次期以降への取組み<br>(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) | 支援者数の計画に対して実績は88%と目標としていた70%を超えた。PRに関しては本所HPでの開催告知と市内全域にチラシの新聞折込を行ったが、申込の9割は新聞折込チラシからの申込であり、本所HPからの申込は極少数であり、インターネット上でのPR不足であると考えている。<br>次期開催においては早期の開催告知と本所HP以外にも関係機関と連携してインターネット上でのPRを強化することで参加者の増加を図ることができる。<br>また、事業内容については参加者アンケートより「進行が早い」との回答が多くあり、次期開催においては今回の参加者アンケートにて参考度の低い項目を削除して参考度の高い項目を充実させて更なる参加者の満足度の向上を図る。                             |                               |           |     |       |       |         |       |

東大阪商工会議所

|               |  |  |           |      |       |        |        |       |
|---------------|--|--|-----------|------|-------|--------|--------|-------|
| 事業名           |  | テクノ Messe 東大阪事業  |           |      |       |        |        |       |
| 想定する実施期間      |  | S62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<br>(現状や課題をどのような状態にしたいか)  | 大阪の会場において府下事業所の新たな販路拡大等を目的に合同展示商談会を開催しビジネスチャンスの創出を図る。  |           |      |       |        |        |       |
|               | 支援する対象<br>(業種・事業所数等)   | 市内製造業者 7,388社 (平成18年事業所・企業統計調査)  |           |      |       |        |        |       |
|               | 実施時期・具体的な内容及び事業手法  | 日時 平成24年11月7日・8日の2日間<br>会場 マイドームおおさか東大阪にて開催。<br>出展者数 83社・団体 103小間<br>来場者数 延べ10,030人<br>引合い件数 7,784件<br><br>交流会<br>日時 平成24年11月7日午後6時～7時30分<br>会場 レストランマイドーム (マイドームおおさか1階)<br>内容 船場経済倶楽部主催「2012まいどおおきに博」、大阪府異業種交流促進協議会主催「モノ作り中小企業関西フォーラム」それぞれの出展者との交流会 (名刺交換及び情報交換)<br>参加企業数 31社 |           |      |       |        |        |       |
|               |  | <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        | 東大阪市が補助金を交付。また、東大阪市の記者クラブを介して、プレスリリースした他、市政だより等で事業を告知する等、PR活動につき連携した。  |  |           |      |       |        |        |       |
| ④相談相乗         |  |  |           |      |       |        |        |       |
| 計画に対する実績 (数値) | 支援企業数(計画)  | 100  | 参加企業数(実績) | 83   | 企業支援率 | 83.0%  | 満足度    | 73.7% |
| 事業の実績 / 目標達成度 | 目標の達成度<br>(支援企業をどう変化させることができたか)  | モノづくりの街東大阪の企業が誇る製品・技術を広くPRすることによって、多くの来場者があり、目標を上回る引合い件数を上げる事が出来た。出展者のアンケートでは、出展の目的の達成度について「できた」「一部できた」との回答が8割強を占めた。また、来場者アンケートについても、「また来場したい」との回答が6割強を占めた。  |           |      |       |        |        |       |
|               |  | 指標   | 引合い件数     |      |       |        |        |       |
|               |  | 数値目標   | 7,200     | 実績数値 | 7,784 | 目標達成度  | 108.1% |       |
| 成果の代表事例       | 〇〇製造メーカーでは、出展した事で開催期間中に取引が2件成立できた。(取引額400万円)   |  |           |      |       |        |        |       |
| その他目標値の実績     | 目標値(計画)  | 30   | 目標値(実績)   | 31   | 目標達成度 | 103.3% |        |       |
|               | 交流会では延べ328社の名刺交換が出来た。参加者からは「交流会は3団体合同で多くの方が参加されており活気が有りまた立場の違った方と多少の飲食を取っての話でいろんなことが活発に自由に話が出来て良かった。また、次回もぜひ開催してほしい。」との意見が多くあった。 |  |           |      |       |        |        |       |
| 実施結果          | 課題及び次期以降への取組み<br>(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)   | 従来、2階、3階の他団体開催の展示会との相乗効果を図っていたが、今回は2階に展示会が無く来場者はやや減少したが、引き合い件数は大幅に増加した。また他団体と合同で出展者交流会を開催した事で相互の交流が図れた。今後は、来場者の新規開拓に努め、新たなビジネスチャンス創出に努める。  |           |      |       |        |        |       |

東大阪商工会議所

|             |  |   |         |           |       |         |                            |     |       |
|-------------|--|---|---------|-----------|-------|---------|----------------------------|-----|-------|
| 事業名         |  | もうかりメッセ東大阪事業  |         |           |       |         |                            |     |       |
| 想定する実施期間    |  | 15 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<br>(現状や課題をどのような状態にしたいか)                            | 市域には独自の製品・技術を有する中小企業があるが、販路開拓に課題がある。よって、経済の中心地である東京において、販路開拓等を目的に展示商談会を開催し、ビジネスチャンスの創出を図る。  |         |           |       |         |                            |     |       |
|             | 支援する対象<br>(業種・事業所数等)                                     | 市内製造業者 7,388社 (平成18年事業所・企業統計調査)   |         |           |       |         |                            |     |       |
|             | 実施時期・具体的な内容及び事業手法  | 平成24年6月27日・28日の2日間 東京ビッグサイトにて開催。<br>出展者数 114社・団体 126小間<br>来場者数 延べ5,537人<br>引合い件数 4,306件   |         |           |       |         |                            |     |       |
|             |  | <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  | 東大阪市と連携し実行委員会を組織し、事業を運営した。 |     |       |
|             | ④相談相乗  |   |         |           |       |         |                            |     |       |
| 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)   | 80      | 参加企業数(実績) | 114   | 企業支援率   | 142.5%                     | 満足度 | 55.8% |
|             | 目標の達成度<br>(支援企業をどう変化させることができたか)                          | 本展示会では、「技」をテーマとして市域企業が誇る製品・技術力を紹介し、“モノづくりの街東大阪”を全国に向けてアピールした。この事により、新たな顧客開拓、新技術や最新情報の入手、技術提携のパートナー開拓の場を創出する事が出来、目標を上回る引合い件数を上げる事が出来た。<br>出展者のアンケートでは、希望する業種の来場者については、「あった」と、「少しあった」を併せて、7割以上の出展者が希望する業種の来場者との商談を行う事が出来たとの回答を得た。<br>来場者の約6割がメーカー及び商社で、これら来場者を対象としたアンケートの結果では、来場者の成果として、「参考情報の入手」が51.5%、「注目製品・技術があった」が28%等となっている。 |         |           |       |         |                            |     |       |
|             |  | 指標  | 引合い件数   |           |       |         |                            |     |       |
|             |  | 数値目標  | 4,000   | 実績数値      | 4,306 | 目標達成度   | 107.7%                     |     |       |
|             | 成果の代表事例  | 本展示会に出展した〇〇メーカーは、開催期間中に2件の商談が成立した。(取引額1,800万円)  |         |           |       |         |                            |     |       |
| 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<br>(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、東京ビッグサイトというブランド力のある会場を利用した事や、同時開催の展示会と相乗効果を図った事で、目標を上回る引き合い件数を得る事が出来た。<br>また、併催イベントとして、東北支援コーナー、産学連携支援、ものづくり観光と各種企画を行った他、関東圏大学等との交流会を行った事で、展示会そのものの魅力向上を図った。<br>次回は、より効果的な広報活動や集客に繋がる企画を検討し、来場者の増加に努め、新たなビジネスチャンス創出を図る。  |         |           |       |         |                            |     |       |



東大阪商工会議所

|              |   |  |           |    |       |         |     |       |
|--------------|---|--|-----------|----|-------|---------|-----|-------|
| 事業名          |   | 商業活性化推進事業  |           |    |       |         |     |       |
| 想定する実施期間     |   | 21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<br>(現状や課題を)   | 地域商業活性化を目的に事業を開催   |           |    |       |         |     |       |
|              | 支援する対象<br>(業種・事業所数等)  | 市内個店、商店街、市場等の商業関係を対象(小売、飲食業 約9,899社)<br>※平成18年事業所・企業統計調査の特別集計結果より  |           |    |       |         |     |       |
|              | 実施時期・具体的な内容及び事業手法   | 【東大阪お好み焼きグランプリ】<br>開催期間：平成24年12月21日～平成25年1月31日<br>実施方法：東大阪市内でお好み焼きを扱う店舗の個性的な商品で、来店客の投票と審査委員の評価によってグランプリを競った。<br>参加店舗：39店舗<br>総投票数：3,445票(有効票数：3,341票)  |           |    |       |         |     |       |
|              |   | 【特長ある店表彰】<br>開催期間：平成24年4月1日～平成25年3月31日<br>実施方法：東大阪市内の小売店・飲食店等で、商品やサービス等に特長ある店舗を、審査委員会に推薦し表彰した。<br>表彰店舗数：18店舗(3回表彰)   |           |    |       |         |     |       |
|              |   | <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>   |           |    |       |         |     |       |
| ④相談相乗        |   | 既カルテ化事業所の地域活性化事業への参加促進   |           |    |       |         |     |       |
| 計画に対する実績(数値) | 支援企業数(計画)   | 50   | 参加企業数(実績) | 57 | 企業支援率 | 114.0%  | 満足度 | 74.3% |
| 事業の実績／目標達成度  | 目標の達成度<br>(支援企業をどう変化させることができたか)   | 【東大阪お好み焼きグランプリ事業】<br>東大阪市内のお好み焼き店が特長あるお好み焼きでグランプリを競うイベントを通じて、店舗PR、商品開発及びPRを図り、集客増、新商品開発等に繋げる事が出来た。参加店舗へのアンケートによると、今回参加した成果としては、「店舗PR」(73%)、「商品PR」(10.8%)、「店舗のイメージ向上」(8.1%)等が挙げられた。また、今回参加した効果を尋ねたところ、「集客増」(29.7%)、「新商品開発」(5.4%)、「新たな顧客獲得」(37.8%)等が挙げられた。<br><br>【特長ある店表彰】<br>東大阪市内の特長ある小売店、飲食店、サービス店を表彰したところ、店舗PR、商品PRの促進に繋がり、店舗の知名度や信用度の向上に繋げる事が出来た。参加店舗のアンケートによると、表彰の成果としては「店舗PR」(61.1%)、「商品PR」(11.1%)、「店舗のイメージ向上」(11.1%)等が挙げられた。また、その効果を尋ねたところ、「店舗の知名度向上」(38.9%)、「店舗の信用度が増した」(27.8%)、「新たな顧客獲得」(16.7%)等が挙げられた。なお、表彰後の来店者数については44.4%がやや増加したとの回答を得た。 |           |    |       |         |     |       |
|              | 指標  | 来店者増加率   |           |    |       |         |     |       |
|              | 数値目標  | 30   | 実績数値      | 37 | 目標達成度 | 123.3%  |     |       |
| 成果の代表事例      | 「お好み焼き〇〇」は東大阪お好み焼きグランプリで金賞を受賞する事により、市内お好み焼き店での地位を確立する事が出来た。<br>同店の代表者は「昨年度に引き続き金賞を得た事で、店舗PRに対する効果が期待でき、来店者の増加に繋がる」と述べている。 |  |           |    |       |         |     |       |
| 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<br>(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)  | 【お好み焼きグランプリ】<br>一般市民に複数のお好み焼き店舗を回っていただく為の仕掛けを施したが、広報手段はポスター掲出やチラシの新聞折込等にとどまった。今後は様々な媒体の利用を検討して来店客の増加に繋げる。<br><br>【特長ある店表彰】<br>表彰店舗をより広く継続的に周知し集客に繋げるため、過去の表彰店舗を含め当所ホームページでのPR等を検討していく。   |           |    |       |         |     |       |

東大阪商工会議所

|  |  |  |                                |           |       |         |        |     |       |
|--|--|--|--------------------------------|-----------|-------|---------|--------|-----|-------|
| 事業名  |  | 東大阪ワンコイン祭り事業   |                                |           |       |         |        |     |       |
| 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<br>(現状や課題をどのような状態にしたいか)                            | 地域商業活性化を目的に事業を開催   |                                |           |       |         |        |     |       |
|  | 支援する対象<br>(業種・事業所数等)                                     | 市内個店、商店街、市場等の商業関係を対象(小売、飲食業 約9,899社)<br>※平成18年事業所・企業統計調査の特別集計結果より  |                                |           |       |         |        |     |       |
|  | 実施時期・具体的な内容及び事業手法  | 開催期間：平成24年7月28日～8月11日  |                                |           |       |         |        |     |       |
|  |  | 実施内容：商店街、市場や個店に対して、ワンコイン(100円や500円など)で商品やサービスを提供出来る店舗等を募集。本事業に参加した商店街や店舗で利用できる商品等を掲載したチラシを作成。新聞折込等により東大阪市内を中心にPRし参加店の販売促進に繋げた。   |                                |           |       |         |        |     |       |
|  |  | 参加商店街：32商店街・247店舗  |                                |           |       |         |        |     |       |
| <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  | 既カルテ化事業所の地域活性化事業への参加促進   |                                |           |       |         |        |     |       |
| 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                             | 参加企業数(実績) | 32    | 企業支援率   | 106.7% | 満足度 | 59.3% |
|  | 目標の達成度<br>(支援企業をどう変化させることができたか)                          | 本事業参加店への集客を図る為、本事業に参加した商店街や個店を掲載したチラシを作成。市内全域の一般4誌に新聞折込し、商店街の魅力伝え、集客に繋げる事が出来た。参加商店街のアンケートによると、「商店街の魅力UP」については満足度は59.35%、「お客様の増加」については満足度58.06%との回答を得た。   |                                |           |       |         |        |     |       |
|  |  | 指標   | 参加商店街加盟各店舗の魅力アップ、参加者数の増加率(満足度) |           |       |         |        |     |       |
|  |  | 数値目標   | 30                             | 実績数値      | 58.7  | 目標達成度   | 195.7% |     |       |
|  | 成果の代表事例  | 徳庵商連会並びに花園本町商店会では、本事業で実施したワンコインイベントが好評であった為、期間を延長した事により商店街への来街者が増加した。  |                                |           |       |         |        |     |       |
| 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<br>(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) | ワンコイン(100円、500円)商店街事業を実施し、商店街や個店の集客イベントを実施した事で、目標を上回る「魅力アップ率」「参加者数の増加率」を得る事が出来たが、より大きな効果を生む為に、本事業の開催期間中に、各商店街が集客イベントを開催する様に促す等、魅力UPの仕掛けを施す。<br><br>また、商工会議所に対して、開催を希望する事業を尋ねたところ、「本事業を定期的に何度か行なって欲しい」、「今後も地域振興の為に様々な事業を企画して欲しい」、「商店街のイベント情報を紹介して欲しい」等のコメントを頂いたので、今後の事業運営の参考にしたい。 |                                |           |       |         |        |     |       |

東大阪商工会議所

|             |  |   |               |           |       |         |        |     |       |  |
|-------------|--|---|---------------|-----------|-------|---------|--------|-----|-------|--|
| 事業名         |  | 売りメッセ東大阪取引商談会・モニター会事業   |               |           |       |         |        |     |       |  |
| 想定する実施期間    |  | 24 年度～ 24 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<br>(現状や課題をどのような状態にしたいか)                            | 市内事業所で製造されている商品の新規取引のチャンスの場を提供するための商談会を開催することにより、市内事業所の継続的な販路開拓の強化・支援を行うことを目的とする。また、新商品やまだ世間に公開されていない商品、以前から販売しているがPR不足などの理由により今ひとつ売上が上がらない商品などを一堂に集め、専門家(仕入担当者、製造業者)や一般消費者へ説明PRし、商品に対する評価(アンケート等による)を頂き、購入する側の仕入担当者や製造業者、一般消費者の声などにより販売力の向上を図り、今後ヒット商品の発掘や商品PRの方向性の一助とする。  |               |           |       |         |        |     |       |  |
|             | 支援する対象<br>(業種・事業所数等)                                     | 管内事業所(製造業、卸売業 他・約10,000社) ※平成18年事業所・企業統計調査の特別集計結果より   |               |           |       |         |        |     |       |  |
|             | 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8月2日 午前10時～午後4時30分<br/>                 開催場所：クリエイション・コア東大阪 南館3階 クリエイターズプラザ<br/>                 内 容：(売りメッセ東大阪取引商談会)<br/>                 買い手側企業である百貨店・スーパー・コンビニ・ホームセンター・通販会社に加え卸売企業などの仕入担当者がブース出展し、そこに販路開拓を目指す市内製造業が完全予約制で20分間の商談を行い、商談成立を目指す。<br/>                 (モニター会)<br/>                 売りメッセ東大阪取引商談会と同会場にて市内製造業の製品を一堂に展示し、参加仕入担当者や一般消費者などに製品をアンケート形式で評価して頂き、製品の改善点やPR方法を見直し、商品力の向上を目指す。</p> <p>&lt;事業手法(①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果)の具体的な連携・効果を記載&gt;</p>  |               |           |       |         |        |     |       |  |
|             |  | ①府施策連携  |               |           |       |         |        |     |       |  |
|             |  | ②広域連携   |               |           |       |         |        |     |       |  |
|             | ③市町村連携   | 東大阪市と開催告知PRについて連携を行った。(市政だより掲載)   |               |           |       |         |        |     |       |  |
|             | ④相談相乗  |   |               |           |       |         |        |     |       |  |
| 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) | 121   | 支援実績率   | 100.8% | 満足度 | 84.9% |  |
|             | 目標の達成度<br>(支援企業をどう変化させることができたか)                          | 支援企業数については計画を上回る実績となった。また、商談の成約率から見ると指標としていた20%を大きく下回る3%という結果となり、今後の改善が求められる。<br>(売りメッセ東大阪取引商談会)<br>・買い手側企業・・・23社<br>・売り手側企業・・・80社<br>・商談件数・・・367件(内商談成約件数12件 ※事後アンケート集計結果)<br>アンケートには買い手企業の58%と売り手企業の76%が本事業に参加して「満足であった」との回答であり、買い手企業からは「興味深い商品があった・情報収集ができた」との回答が多く、売り手企業からは「商談は成立しなかったが得るものはあった」との回答が圧倒的に多く、今後の本事業でのマッチングによる販路開拓が期待される。<br>(モニター会)<br>参加企業・・・18社<br>参加者数・・・200名(アンケート回収数に基づく)<br>アンケートにおいて参加企業の63%が本事業に参加して「満足であった」との回答であり、本事業に参加して製品の改善を行った企業は25%に上った。その他においても「消費者の生の声が聞けた」などの肯定的な意見も多く、本事業が参加企業の今後の商品力向上に繋がることが期待できる。 |               |           |       |         |        |     |       |  |
|             |  | 指標  | 新規契約や販路拡大の成約率 |           |       |         |        |     |       |  |
|             |  | 数値目標  | 20%           | 実績数値      | 3%    | 目標達成度   | 15.0%  |     |       |  |
|             | 成果の代表事例  | (売りメッセ東大阪取引商談会)<br>市内雑貨製造メーカーであるP社とF社との間で〇〇と〇〇の商談が成立した。<br>(モニター会)<br>参加企業が仕入担当者・消費者の意見を反映してパッケージの変更、価格帯の変更、ネーミングの変更、仕様書の変更等を行った。   |               |           |       |         |        |     |       |  |
| その他目標値の実績   | 目標値(計画)  |   | 目標値(実績)       |           | 目標達成度 | #DIV/0! |        |     |       |  |
| 実施結果        | 課題及び次期以降への取組み<br>(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) | 支援社数の計画に対して実績は100.8%と上回ったが、指標である新規契約や販路拡大の成約率では数値目標を大幅に下回った。20分間という限られた時間の中で商談成立となるケースは少なく、売り手買い手双方の事前情報が充実することで限られた商談時間で商談成立となる可能性も増加する。次期開催においては売り手買い手双方における情報を充実させて新規契約や販路拡大の成約率増加を目指したい。  |               |           |       |         |        |     |       |  |

東大阪商工会議所

|              |   |  |                 |      |       |        |        |       |
|--------------|---|--|-----------------|------|-------|--------|--------|-------|
| 事業名          |   | ものづくり創業・経営支援事業、新製品開発サポートセンター事業   |                 |      |       |        |        |       |
| 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<br>(現状や課題をどのような状態にしたいか)   | 新製品、新技術の発掘と販路開拓により地域の活性化を図る  |                 |      |       |        |        |       |
|              | 支援する対象<br>(業種・事業所数等)  | 製造業7, 388社 ※平成18年事業所・企業統計調査の特別集計結果より   |                 |      |       |        |        |       |
|              | 実施時期・具体的な内容及び事業手法   | (ものづくり創業・経営支援事業)<br>企業の新規事業・新技術・新製品の開発への取り組み状況や今後の予定、また、取り組むにあたっての課題や相談内容について調査する「新規事業・新製品・新技術等に関するアンケート」を実施した(3月)。回答企業136社の製品・技術を検討し、革新的な企業10社に対して、国際フロンティア産業メッセ2012で東大阪商工会議所経営革新コーナーの出展ブースを提供し来場者に向けてPRし、引合件数は348件あった。<br><br>(新製品開発サポートセンター事業)<br>インターネットやチラシを活用し、日本全国から新製品のアイデアを通年にわたり募集。また、これらの外部アイデアの製品化を希望する企業を募集・登録し、年に2回(8月と3月)アイデアプレゼンテーションを実施した。事前審査を通過したアイデアをその発案者が説明、外部アイデアを希望する企業が説明を聞いた上で、希望する案件について製品化を検討した。<br><br><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       |   | 東大阪市内から補助金を受け事業を実施。また、東大阪市の広報媒体を活用して広くPRした。  |                 |      |       |        |        |       |
| ④相談相乗        |   |  |                 |      |       |        |        |       |
| 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)       | 33   | 支援実績率 | 110.0% | 満足度    | 58.8% |
| 事業の実績/目標達成度  | 目標の達成度<br>(支援企業をどう変化させることができたか)   | (ものづくり創業・経営支援事業)<br>今回は、国際フロンティア産業メッセ東大阪商工会議所経営革新コーナーにおいて、より革新的な新製品・新技術を有する10社が出展した。出展企業10社に対する広域な地域への販路拡大の支援をサポートした。次年度以降も上記展示会のような広域な地域の企業が来場又は出展する展示会に小間を設け新製品や新技術などを積極的にPRする事業を行う。<br><br>(新製品開発サポートセンター事業)<br>今年度はアイデア135件に対して、引合件数は6件であった。プレゼン前に一般社団法人 大阪発明協会 知財支援アドバイザーの大野健造氏より製品化の際の注意事項を説明。今後はその注意事項を踏まえ、企業と発案者の双方で製品化を目指す。<br><第18回>プレゼンテーション<br>開催日：平成24年8月29日<br>内 容：新製品開発等を目的としたアイデアのプレゼンテーション<br><第19回>プレゼンテーション<br>開催日：平成25年3月14日<br>内 容：新製品開発等を目的としたアイデアのプレゼンテーション     |                 |      |       |        |        |       |
|              |   | 指標   | 展示会出展企業における引合件数 |      |       |        |        |       |
|              |   | 数値目標   | 90              | 実績数値 | 348   | 目標到達度  | 386.7% |       |
|              |   | 指標   | プレゼン参加企業        |      |       |        |        |       |
|              |   | 数値目標   | 10              | 実績数値 | 23    | 目標到達度  | 230.0% |       |
| 成果の代表事例      | (ものづくり創業・経営支援事業)<br>出展企業10社の引合件数が348件と当初の目標(90件)の約4倍あり、新たな販路開拓に繋がったと考える。<br>(新製品開発サポート事業)<br>今年度は、アイデア135件に対して、製品化を検討する引合件数は6件であった。 |  |                 |      |       |        |        |       |
| 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<br>(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)  | (ものづくり創業・経営支援事業)<br>国際フロンティア産業メッセへの出展方法として、今回は間口6mのブースに10社(1社60cm程度)を展示したため、商談するにはやや手狭であったので、次年度は1社あたり、1m程度の間口を確保し、より商談を行いやすくする。<br>(新製品開発サポートセンター事業)<br>製品化実現に向け、より多くの斬新なアイデアを集めるだけでなく、登録企業を増やし、より発案者と企業のマッチングを促す。  |                 |      |       |        |        |       |

東大阪商工会議所

|             |  |   |                  |           |       |        |        |     |     |
|-------------|--|---|------------------|-----------|-------|--------|--------|-----|-----|
| 事業名         |  | 産官学連携支援事業   |                  |           |       |        |        |     |     |
| 想定する実施期間    |  | 22 年度～ 24 年度まで ※複数年段階的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<br>(現状や課題をどのような状態にしたいか)  | 市域の事業所と地元大学並びに行政との連携を促進し地域の活性化を促進する。インターンシップ生がものづくりの企業で職場体験を積むことで、将来の産業界を支える人材育成に寄与するとともに、地域モノづくり企業への理解を深め、牽いては地域製造業への就業の動機付けとする。   |                  |           |       |        |        |     |     |
|             | 支援する対象<br>(業種・事業所数等)   | 製造業7, 388社 ※平成18年事業所・企業統計調査の特別集計結果より  |                  |           |       |        |        |     |     |
|             | 実施時期・具体的な内容及び事業手法  | ①6月に市域製造業を対象に「産学協同研究開発に関するニーズ調査」を実施し、大学や公的研究機関との連携による研究開発を希望するとの回答が得られた企業に対して、平成24年7～平成25年3月に技術士の資格を有する産学コーディネーターを派遣。事業所のニーズを把握し、最適な機関との製品・技術開発をはじめとする技術的な課題の解消に向けたマッチングを行う。②産官学連携をより円滑に推進するため、管内の大学・短大と定期的に情報交換を行う事務局会議を開催する。③インターンシップ受入企業を発掘。受入条件やカリキュラム等を取りまとめインターンシップ生派遣を希望する大学、高等専門学校のキャリアセンター等に情報提供し、学生の職業体験の機会を創出する。<br>24年4月…事業実施(大学・企業間でインターンシップ実施につき情報交換)、随時受入実施<br>25年1月…受入企業募集(アンケート)、2月…受入企業ガイド作成、3月…受入企業ガイド各大学へ発送 |                  |           |       |        |        |     |     |
|             |  | <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      | 本所は事業の企画・運営を担い、市は事業への補助金交付による金銭的支援を行う。   |   |                  |           |       |        |        |     |     |
| ④相談相乗       |  |   |                  |           |       |        |        |     |     |
| 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) | 60    | 支援実績率  | 120.0% | 満足度 | 64% |
|             | 目標の達成度<br>(支援企業をどう変化させることができたか)  | ①新製品・新技術開発に関する情報提供や課題解決に必要な情報収集を産学コーディネーター希望16社は求めている。支援企業の技術課題等の解決について、積極的に企業が取り組んでいる。16社全てにコーディネーターを派遣し、課題を把握し解決を図り、継続すべきものは企業と連絡をとり、解決に向けて現在も注力している。②インターンシップ受入企業の目標件数の25社に対して44社となった。今後も職場体験の機会を促進するため、受入企業の増強を図る。  |                  |           |       |        |        |     |     |
|             |  | 指標  | 産学のニーズ・シーズのマッチング |           |       |        |        |     |     |
|             |  | 数値目標  | 2                | 実績数値      | 2     | 目標達成度  | 100.0% |     |     |
|             | 成果の代表事例  | (株)○○○○出荷前において表面の仕上がりが悪い。表面処理の技術指導が欲しい。<br>(株)○○○○電気自動車の走行に係る使用電力の数値化ができるシステムの開発  |                  |           |       |        |        |     |     |
| その他目標値の実績   | 目標値(計画)  | 25  | 目標値(実績)          | 44        | 目標達成度 | 176.0% |        |     |     |
| 実施結果        | 参加学生については、地域モノづくり企業で就業体験をすることによって、実践的能力を身に付け、モノづくり企業への理解を深めることで地域製造業への就業の動機付けとなった。 |   |                  |           |       |        |        |     |     |
|             | 課題及び次期以降への取組み<br>(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)                           | 産学コーディネーター派遣の窓口受付体制がリアルタイムでは無く、申込期限を設けて進めていたので、その場での対応が出来なかった。今後は、期間外での相談の対応を迅速にすべく体制を整えたい。   |                  |           |       |        |        |     |     |

東大阪商工会議所

|             |   |   |      |           |         |       |       |       |         |
|-------------|---|---|------|-----------|---------|-------|-------|-------|---------|
| 事業名         |   | 都市間交流支援事業   |      |           |         |       |       |       |         |
| 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<br>(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・震災の影響等により本市内製造加工業の受注が減少しており、都市間交流支援事業で受注の販路開拓や共同開発に繋げ活性化を図る。  |      |           |         |       |       |       |         |
|             | 支援する対象<br>(業種・事業所数等)  | 管内事業所(製造業及び加工業約7,388社)平成18年事業所・企業統計調査の特別集計結果より  |      |           |         |       |       |       |         |
|             | 実施時期・具体的な内容及び事業手法   | 平成24年8月29日 石川県企業とのものづくり商談会を金沢都ホテルにて開催<br>東大阪企業10社と石川県企業10社1組合とが事前商談希望を事務局にて聞き取り個別商談を行なう。商談件数は57件であった。成果:2社3件(共同開発・事業提携)<br>平成25年2月6日 ビジネス交流フェアin福山を福山ニューキャッスルホテルにて開催。今回は昨年に引き続き、東広島企業の集う場所にて、当事業を開催。多数の参加企業の中から東大阪企業の商談希望先を聞き取り、東大阪企業13社・東広島企業12社で商談件数38件であった。<br>成果:1社1件(共同開発・事業提携)1社1件(商談成立)<br>平成25年2月18日 岡山県(津山・美作地域)企業との商談・交流会をセラトロン都ホテル大阪にて開催。東大阪企業10社と岡山企業8社とが事前商談希望を事務局にて聞き取り個別商談を行なう。商談件数は53件であった。成果:1社1件(共同開発・事業提携)2社2件(商談成立) |      |           |         |       |       |       |         |
|             |   | <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      | (財)東大阪市中企業振興勤労者福祉機構の技術コーディネーターに同行してもらい、参加企業の技術・モノづくり相談の対応を図る。 |   |      |           |         |       |       |       |         |
| ④相談相乗       |   |   |      |           |         |       |       |       |         |
| 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)   | 45   | 支援企業数(実績) | 33      | 支援実績率 | 73.3% | 満足度   | 75.1%   |
|             | 目標の達成度<br>(支援企業をどう変化させることができたか)                               | 今年度より、新規で参加される事業所が多く、商談を重ねて行く中で、自社サンプル製品をうまく活用され取り組んでおられる事業所が多く見受けられた。また、商談件数には入っていないが、東広島地域との交流会では、商談企業以外の交流会参加者に対しても積極的に名刺交換を行っていた。   |      |           |         |       |       |       |         |
|             |   | 指標  | 商談件数 |           |         |       |       |       |         |
|             |   | 数値目標  | 210  | 実績数値      | 148     | 目標達成度 | 70.5% |       |         |
|             | 成果の代表事例   | 参加者企業で、当地域(株)〇〇が(株)〇〇と商談成立。当地域(株)〇〇が〇〇(株)・(株)〇〇と商談成立となる。  |      |           |         |       |       |       |         |
| 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<br>(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、年間3回の開催を実施し、その内2回は単独開催で1回は福山商工会議所主催の「ビジネス交流フェア」へ参加する形で開催した。参加企業数と商談件数については比例しているものであるため、次年度以降はアンケートを基に参加企業のニーズを整理し他地域との情報を集めていき対応を図りたい。  |      |           |         |       |       |       |         |

東大阪商工会議所

|             |   |  |  |           |       |         |       |     |       |
|-------------|---|--|--|-----------|-------|---------|-------|-----|-------|
| 事業名         |   | 講演・講習会（経営革新・CADセミナー）   |  |           |       |         |       |     |       |
| 想定する実施期間    |   | — 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<br>(現状や課題をどのような状態)  | 各種テーマによる人材育成・経営に関する問題解決を目的としたセミナーを開催し、安定的な経営が望める事業の創出を図る。  |  |           |       |         |       |     |       |
|             | 支援する対象<br>(業種・事業所数等)  | 府下全業種の事業所を対象<br>事業所数20万社越<br>※平成18年事業所・企業統計調査の特別集計結果より   |  |           |       |         |       |     |       |
|             | 実施時期・具体的な内容及び事業手法   | 経営革新セミナー<br>実施日：平成24年7月20日（金）・平成25年2月20日（水）<br>開催内容：どちらの内容も経営革新の計画立案から申請までを、実際に経営革新認定企業の例を挙げて説明がなされた。終了後に大阪府担当職員より、経営革新計画の立案から申請の方法までの解説セミナーを行った。  |  |           |       |         |       |     |       |
|             |   | 機械CADシステム入門講座<br>実施日：平成25年2月25日(月)・26日(火)・3月4日(月)・5日(火)・11日(月)・12日(火)<br>開催内容：設備の関係上、大阪府立東大阪高等職業技術専門学校と連携し事業所の生産現場を担っている人材の育成指導を行なった。主に大阪府立東大阪高等職業技術専門学校講師2名がパソコンの基本使用方法から本題のAutoCADの使用法までを解説した。 |  |           |       |         |       |     |       |
|             |   | <事業手法(①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果)の具体的な連携・効果を記載>   |  |           |       |         |       |     |       |
|             |   | ①府施策連携   | 経営革新セミナー：大阪府経営支援課経営革新グループと連携を図り、セミナー終了後に経営革新グループの府担当職員より、経営革新計画の立案から申請の方法までの解説セミナーを行なった。 |           |       |         |       |     |       |
| ②広域連携       | 機械CADシステム入門講座：大阪府立東大阪高等職業技術専門学校から講師の派遣と施設の利用を受け中小企業在職者の技術向上を目指した。 |  |  |           |       |         |       |     |       |
| ③市町村連携      |   |  |  |           |       |         |       |     |       |
| ④相談事業相乗     |   |  |  |           |       |         |       |     |       |
| 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)  | 55   | 支援企業数(実績) | 43    | 支援実績率   | 78.2% | 満足度 | 82.2% |
|             | 目標の達成度<br>(支援企業をどう変化させることができたか)                                   | 経営革新セミナー：平成24年7月20日の参加企業7社、平成25年2月20日の参加企業26社と目標には達しなかったものの習熟度は80%を超える結果となった。  |  |           |       |         |       |     |       |
|             |   | 機械CADシステム入門講座：本講座は6日間構成でCADシステムの機能説明から図面の作成までの知識を実技形式で修得する講座である。参加者は10社・15名を数え最終日にアンケートを行なった結果、本講座に対する習熟度は80%（満足・やや満足と回答された参加者）となった。   |  |           |       |         |       |     |       |
|             |   | 指標   | 参加者における習熟度の向上割合  |           |       |         |       |     |       |
|             | 数値目標  | 70%  | 実績数値   | 80%       | 目標達成度 | 114.3%  |       |     |       |
|             | 成果の代表事例   | 経営革新セミナーにおいて、受講者より株〇〇がセミナー終了後、経営革新計画の申請を進めたいとの相談を受け、中小企業診断士と経営指導員で指導を行い、経営革新計画の承認に結び付いた。   |  |           |       |         |       |     |       |
| その他目標値の実績   | 目標値(計画)   |  | 目標値(実績)  |           | 目標達成度 | #DIV/0! |       |     |       |
| 実施結果        | 課題及び次期以降への取組み<br>(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)          | 経営革新セミナー：参加企業数は目標には達しなかったものの、全体の習熟度は高い結果となったので、次年度以降は1社でも多くの経営革新承認企業を創出する為に、参加企業のフォローアップを図りたいと考える。   |  |           |       |         |       |     |       |
|             |   | 機械CADシステム入門講座：参加企業数は目標には達成しなかったが1社複数名での参加があり参加者数としては15名を数えた。参加者には役員の方や製造現場作業員の方事務職の方等、様々な立場の方が参加して頂いた。基本夜間(6時)からの開催ではあるが、業務の都合上参加しづらい時間帯の時もあるとの事。全ての参加者をカバーする事は難しいが、参加者の要望に沿える様、調整を行なっていく。       |  |           |       |         |       |     |       |

東大阪商工会議所

|             |  |  |  |           |      |       |        |     |     |
|-------------|--|--|--|-----------|------|-------|--------|-----|-----|
| 事業名         |  | BCP普及促進セミナー事業  |  |           |      |       |        |     |     |
| 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<br>(現状や課題をどのような状態にしたいか)                            | 東日本大震災後、BCPに企業の関心が高まりつつある。大阪府内企業においても東南海・南海地震などの大規模災害が懸念される中、BCPは大企業に比べ、中小企業には普及していない。本セミナーを開催することでBCPを普及させ、中小企業危機的対応力の向上を目指す。   |  |           |      |       |        |     |     |
|             | 支援する対象<br>(業種・事業所数等)                                     | 管内事業所(製造業及び加工業約7,000社超) 平成18年事業所・企業統計調査の特別集計結果より   |  |           |      |       |        |     |     |
|             | 実施時期・具体的な内容及び事業手法  | 専門家を招聘し、本所において、BCP普及を目的とするセミナーを開催した。<br>日時：平成24年10月2日 午後2時～4時<br>場所：東大阪商工会議所 本所5階501<br>講師：ミネルヴァベリタス(株) 代表取締役 松井 裕一朗 氏<br>テーマ：「企業防災と事業継続」～脅威に負けない組織作り～<br>セミナーの内容<br>1.企業防災の理解<br>2.事業計画の策定<br>3.BCP発動事例のご紹介<br>4.事業継続分野の今後の展望<br>1～4の説明の後、大阪府担当者よりBCP関連施策について説明していただいた。その後、個別相談会を行った。   |  |           |      |       |        |     |     |
|             |  | <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   | No.5BCP普及促進：大阪経営支援課総務企画グループと連携しセミナーの内容を調整しながらBCPの普及促進を行った。 |           |      |       |        |     |     |
|             |  | ②広域連携  |  |           |      |       |        |     |     |
| ③市町村連携      |  |  |  |           |      |       |        |     |     |
| ④相談相乗       |  |  |  |           |      |       |        |     |     |
| 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)  | 40   | 支援企業数(実績) | 20   | 支援実績率 | 50.0%  | 満足度 | 80% |
|             | 目標の達成度<br>(支援企業をどう変化させることができたか)                          | 講師は配布資料とプロジェクターを活用し丁寧に説明したため、参加者の講習内容の理解度は全体的に高かった。参加者からは「BCPがどのようなものか把握できた」、「BCPの必要性を感じた」という意見があり、BCPに対する関心を高めることができた。また大阪府のBCP関連の施策の紹介も行ったため、企業がBCP作成に取り組みやすくなった。今回のセミナーに参加したA社は、大阪府のBCP策定支援サービスを活用して作成を行った。計画数達成のため、本所会員を中心に毎月6,700部発送している「東大阪商工月報」やWEBを活用してセミナーの案内を行った。また、過去に本所で開催されたセミナーの参加者に対して電話やFAXで直接案内をかけた。その他、各種団体でもセミナーについて紹介してもらい会員に参加を促した。 |  |           |      |       |        |     |     |
|             |  | 指標   | 参加者における習熟度の向上割合  |           |      |       |        |     |     |
|             |  | 数値目標   | 70   | 実績数値      | 82.7 | 目標達成度 | 118.1% |     |     |
|             | 成果の代表事例  | A社は大阪府のBCP策定支援サービスを活用して作成を行い、今年1月に完成させた。今後も実行性を考慮しながら修正を行っていき、完成度を高めていきたいとのこと。   |  |           |      |       |        |     |     |
|             | その他目標値の実績  | 目標値(計画)  |  | 目標値(実績)   |      | 目標達成度 |        |     |     |
|             |  |  |  |           |      |       |        |     |     |
| 実施結果        | 課題及び次期以降への取組み<br>(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) | BCPの重要性を認識しながら、まだ作成を検討している段階の企業が多い。「今回と同じようなBCPに関するセミナーがあれば再度参加したい」、「BCPの作成について、より詳しい説明を受けたい」という意見も見受けられた。今回のセミナーでBCPの内容について把握してもらうことはできたので、今後は作成を行ってもらえるように、引き続きセミナーの開催、大阪府の施策やコンサルタントの紹介を行っていく。  |  |           |      |       |        |     |     |



東大阪商工会議所

|             |  |  |  |           |        |         |        |     |       |
|-------------|--|--|--|-----------|--------|---------|--------|-----|-------|
| 事業名         |  | 下請取引適正化セミナー事業  |  |           |        |         |        |     |       |
| 想定する実施期間    |  | 23 年度～ 24 年度まで ※複数年段階的実施事業は別紙にて計画を提出すること   |  |           |        |         |        |     |       |
| 事業の概要       | 事業の目的<br>(現状や課題をどのような状態にしたいか)                            | 管内に多くある下請企業は、先行きが見えない景況の中、親企業からの厳しい要求に応じている現状がある。この状況下、財政基盤の比較的脆弱な下請け企業の取引改善に当たる事で適正な取引活動を促進する。  |  |           |        |         |        |     |       |
|             | 支援する対象<br>(業種・事業所数等)                                     | 管内事業所（製造業及び加工業約7,000社超）平成18年事業所・企業統計調査の特別集計結果より  |  |           |        |         |        |     |       |
|             | 実施時期・具体的な内容及び事業手法  | 平成25年3月22日（金）午後1時30分～4時<br>内容<br>①金融円滑化法終了に伴う金融対策<br>平成24年3月末で中小企業金融円滑化法が終了するが、その後の金融機関との係わり方や資金繰り対策について講義。<br>②下請取引のあり方とは<br>下請代金支払遅延等防止法に基づく親企業と下請け企業との関係。下請け企業の今後の戦略等を講義。<br>＜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   | MOBIOにある大阪府ものづくり支援課と連携し、当日は、下請かけこみ寺の案内を行う他、（財）大阪産業振興機構取引適正化相談員にも参加頂き、個別相談に対応頂いた。 |           |        |         |        |     |       |
|             |  | ②広域連携  |  |           |        |         |        |     |       |
| ③市町村連携      |  |  |  |           |        |         |        |     |       |
| ④相談相乗       | 同事業参加企業の内、5社について、金融や販路、記帳等の経営相談支援を実施した。                  |  |  |           |        |         |        |     |       |
| 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) | 11     | 支援実績率   | 31.4%  | 満足度 | 76.9% |
|             | 目標の達成度<br>(支援企業をどう変化させることができたか)                          | 特に管内の下請け形態である中小零細企業においては、従前から親企業との取引に関して、関係法令に基づく、契約を認識しておらず、日々取引している事が現状である。今回実施した当事業で、改めて法令遵守の重要性が認識出来たようである。  |  |           |        |         |        |     |       |
|             |  | 指標   | 参加者における習熟度の向上割合  |           |        |         |        |     |       |
|             |  | 数値目標   | 70%  | 実績数値      | 72.20% | 目標達成度   | 103.1% |     |       |
|             | 成果の代表事例  | 受講者アンケートの中から特に、「下請関係の認識の確認が出来た」「今回のセミナーを受講して法令が良く理解出来た」とする回答があった。  |  |           |        |         |        |     |       |
| 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<br>(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) | 前年度の課題を活かして、下請取引に関する関係法令を案内の段階で全面に出さず、募集を行ったが、定員には達しなかった。この原因として実際に行われている取引の実情と関係法令を遵守した取引形態との乖離があり、特に小規模零細企業においては、認識が薄いように思われる。今後は、法令遵守の重要性を更に説いていきたい。  |  |           |        |         |        |     |       |

東大阪商工会議所

|             |  |  |   |           |        |       |         |     |       |
|-------------|--|--|---|-----------|--------|-------|---------|-----|-------|
| 事業名         |  | デザイン実地研修事業   |   |           |        |       |         |     |       |
| 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<br>(現状や課題をどのような状態にしたいか)                            | 企業における製品、商品化におけるデザインの役割は大きな要素となっている。そのデザイン性能をアップさせる事でブランド化の促進や付加価値の向上が図れ、経済の活性化にも繋がる。  |   |           |        |       |         |     |       |
|             | 支援する対象<br>(業種・事業所数等)                                     | 府下全業種の事業所を対象 事業者数20万社超 ※平成18年事業所・企業統計調査の特別集計結果より   |   |           |        |       |         |     |       |
|             | 実施時期・具体的な内容及び事業手法  | 【デザインセミナー】<br>平成24年9月20日(木)午後2時～4時<br>内容<br>①企業が継続して行っている製品開発におけるデザインとは<br>②次の世代価値を生み出す方法とは<br>新商品が世に出た際に消費者がどのように使用するかを想定し、企画段階からストーリーを描き、コンセプトを決める。既成概念に捉われず柔軟に商品開発する事が重要である旨開設した。 |   |           |        |       |         |     |       |
|             |  | 【デザイン探訪】<br>平成25年3月1日(金)午後1時30分～4時30分<br>内容<br>商品デザインの企画、マーケティングの手法を学ぶ為、量販店での実地体験(雑貨フロアで商品を実際手にとって特性を見聞する)を通じて、新商品のイメージスケッチを作成、講師、参加者全員で講評した。  |   |           |        |       |         |     |       |
|             |  | <事業手法(①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果)の具体的な連携・効果を記載>   |   |           |        |       |         |     |       |
|             |  | ①府施策連携   | 大阪府産業デザインセンターと連携し、センターの活用法の紹介や事業実施後の個別相談に対応頂いた。 |           |        |       |         |     |       |
| ②広域連携       |  |  |   |           |        |       |         |     |       |
| ③市町村連携      |  |  |   |           |        |       |         |     |       |
| ④相談相乗       | N社について、販路支援としてザ・ビジネスモールに掲載し、支援に当たった。                     |  |   |           |        |       |         |     |       |
| 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) | 41     | 支援実績率 | 136.7%  | 満足度 | 86.5% |
|             | 目標の達成度<br>(支援企業をどう変化させることができたか)                          | 【デザインセミナー】<br>デザインについての考え方、役割がセミナーを通じて良く理解出来たようで、今後の社内での開発に役立てたいとの意見が多かった。また、独自のブランド戦略にも参考になったようである。<br>【デザイン探訪】<br>デザイン、アイデアの出し方が実習を通じて大変良く理解できたようで、支援企業の殆どが満足されていた。                |   |           |        |       |         |     |       |
|             |  | 指標   | 参加者における習熟度の向上割合                                 |           |        |       |         |     |       |
|             |  | 数値目標   | 70%   | 実績数値      | 84.00% | 目標達成度 | 120.0%  |     |       |
|             | 成果の代表事例  | 特に【デザイン探訪】での習熟度、満足度が高く、再度同様の事業を実施して欲しいという支援企業が複数あった。また、同事業終了後に1社が、講師に個別指導を仰ぎ、関連する課題解決ができた。更に3社がデザインセンターの相談を希望され、同センターへ繋ぎ、個別対応を図って頂いた。  |   |           |        |       |         |     |       |
|             | その他目標値の実績  | 目標値(計画)  |   | 目標値(実績)   |        | 目標達成度 | #DIV/0! |     |       |
|             |  |  |   |           |        |       |         |     |       |
| 実施結果        | 課題及び次期以降への取組み<br>(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) | 同事業に関しては、支援対象企業数も目標を上回り、参加した企業の習熟度、満足度共に数値が高かった。特にデザイン探訪事業においては、次年度以降も希望されている企業があり、考慮する必要があると感じた。  |   |           |        |       |         |     |       |

東大阪商工会議所

|             |  |   |   |           |       |       |        |     |       |  |
|-------------|--|---|---|-----------|-------|-------|--------|-----|-------|--|
| 事業名         |  | おおさか地域創造ファンド  |   |           |       |       |        |     |       |  |
| 想定する実施期間    |  | 19 年度～ 29 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<br>(現状や課題をどのような状態にしたいか)                            | 大阪中河内地域にある「地域資源」を活用した新たな取組みを行う中小企業者等に対し、同開発費用の一部助成を行なう「おおさか地域創造ファンド」事業への広報及び支援を行う。  |   |           |       |       |        |     |       |  |
|             | 支援する対象<br>(業種・事業所数等)                                     | 府下（東大阪、八尾、松原市）全業種の事業所を対象 事業所数24,000社以上<br>※平成18年 事業所・企業統計調査の特別集計結果より  |   |           |       |       |        |     |       |  |
|             | 実施時期・具体的な内容及び事業手法  | <ul style="list-style-type: none"> <li>・助成金事業の周知を管内事業に行う為、おおさか地域創造ファンド事業助成金説明会を開催。（平成24年4月26日）</li> <li>・ファンド事業応募申請事業15事業に対し、応募に向けた書類作成等の支援を行った。（平成24年5月10～5月21日）</li> <li>・平成24年度新規採択事業者6社と平成24年度継続認定企業10社に対してハンズオン支援を行う。（平成24年4月1日～平成25年3月31日）</li> <li>・採択企業29社を対象にした事業者交流会を実施（平成24年12月19日）上記内容を東大阪商工会議所にて実施した。</li> </ul> |   |           |       |       |        |     |       |  |
|             |  | <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  | 大阪府経営支援課と連携し、地域の自主的・主体的な取組により、チャレンジ企業を発掘し事業化の支援を行なった。 |           |       |       |        |     |       |  |
|             | ②広域連携  | 東大阪・八尾・松原市域において各所で発行する商工月報でのPR、経営指導員による巡回相談時のチラシ配布等行なった。  |   |           |       |       |        |     |       |  |
|             | ③市町村連携   |   |   |           |       |       |        |     |       |  |
|             | ④相談相乗  |   |   |           |       |       |        |     |       |  |
| 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)   | 36  | 支援企業数(実績) | 28    | 支援実績率 | 77.8%  | 満足度 | 87.1% |  |
|             | 目標の達成度<br>(支援企業をどう変化させることができたか)                          | 『公募説明会』<br>助成金事業の周知を管内事業に行う為、おおさか地域創造ファンド事業の事業助成金説明会を平成24年4月26日に東大阪商工会議所にて開催。当初計画していた支援企業数36社に対し、28社の参加を頂いたが、当初の計画より参加申し込みが少なかった。掘り起しや周知の方法等について、今後の課題となった。おおさか地域創造ファンドの概要、応募申請書の記入方法等、コーディネーターより説明が行われ、参加企業へのファンド事業の内容理解に繋がり、正式に申請に繋がった企業も多くあった。   |   |           |       |       |        |     |       |  |
|             |  | 指標  | 採択事業者数  |           |       |       |        |     |       |  |
|             |  | 数値目標  | 6   | 実績数値      | 6     | 目標達成度 | 100.0% |     |       |  |
|             | 成果の代表事例  | (有)〇〇＝補助金の申請については今回が初めてであったが、本説明会に参加し補助金について理解ができ、新製品開発についての意欲が芽生え、正式に申請までの手続きに繋げることができた。   |   |           |       |       |        |     |       |  |
| 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<br>(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) | 今回の説明会については全体的な満足度も高く、順調に行われたと思う。目標としていた数値に届かなかったため、次年度については、掘り起しや周知を積極的に行い、公募説明会への参加を促したい。また参加者の中で今年度申請に至らなかった企業への再度周知を行い、フォローアップを図り、応募件数に結び付けたいと考える。  |   |           |       |       |        |     |       |  |

|             |                                 |  |   |           |    |          |        |          |        |
|-------------|---------------------------------|--|---|-----------|----|----------|--------|----------|--------|
| 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)  | 30  | 参加企業数(実績) | 15 | 企業支援率    | 50.0%  | 満足度      | 90.0%  |
|             | 目標の達成度<br>(支援企業をどう変化させることができたか) | 『応募書類等作成支援』<br>助成金への申請書類は複雑であり、書類作成のフォローを事務局とコーディネーターと共に行った事が、当初計画していた支援企業数30社に対し、書類応募申請があったのは14社15事業と低調であった。実際に応募を希望する企業はあったが、本業が多忙で書類作成が応募期日に間に合わなかった企業や、問い合わせが締切前日であったりと、断念せざるを得ない企業もあった。次年度はこのようなことがないように早い段階での周知を徹底したい。応募企業については、本事業の申請書類を作成する事により、新製品開発に伴う必要資金や開発工程等の計画を具体的に立てることが出来た。 |   |           |    |          |        |          |        |
|             | 成果の代表事例                         | 〇〇(株)＝昨年度も応募申請を頂いたが、その時は残念ながら採択に繋がらなかった。今年度コーディネーターと事務局にてフォローアップを行い、再度チャレンジした結果、無事申請・採択に繋げることができた。   |   |           |    |          |        |          |        |
|             | その他目標値の実績                       | 目標値1(計画)   |   | 目標値1(実績)  |    | 目標値2(計画) |        | 目標値2(実績) |        |
|             | 実施結果                            | 課題及び次期以降への取組み(実績が目標値に達していない場合は、どのようにフォローするのか)  | 今回、申請を頂いた事業所の中で補助金事業を過去に受けられた事業所が少なかったこともあり、申請書類の作成に不慣れな方が多くあった。その中でコーディネーターとともに資料作成支援・アドバイスを行ったが、当初計画の申請件数に結び付ける事ができなかった。景気の低迷により新規開発に躊躇する企業も多いのかもしれないが、次年度は、応募を希望するすべての企業に申請していただけるよう、支援を行いたい。        |           |    |          |        |          |        |
| 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)  | 16  | 参加企業数(実績) | 16 | 企業支援率    | 100.0% | 満足度      | 100.0% |
|             | 目標の達成度<br>(支援企業をどう変化させることができたか) | 『ハンズオン』<br>平成23年度継続事業所10社と平成24年度新規採択事業所6社に対し、コーディネーターと共に本事業の経費項目の執行状況と製品開発の進捗状況について指導を行った。本事業の助成金を受ける事により、新たな製品開発と販路開拓に取り組むことができ、新製品のPRだけでなく自社のPRにも繋がり、取引先からの信用度向上にも繋がった。  |   |           |    |          |        |          |        |
|             | 成果の代表事例                         | 〇〇(株)＝「エコな強化段ボールを活かした新製品の開発及び販路開拓」については多種類の製品を開発し、販路開拓にも力を入れ、一部試験販売も行うことができた。  |   |           |    |          |        |          |        |
|             | その他目標値の実績                       | 目標値1(計画)   |   | 目標値1(実績)  |    | 目標値2(計画) |        | 目標値2(実績) |        |
|             | 実施結果                            | 課題及び次期以降への取組み(実績が目標値に達していない場合は、どのようにフォローするのか)  | 継続案件事業が10社、今年度新規採択企業は6社であり、当初計画していた16社のハンズオン支援ができた。今年度ハンズオン支援をした16社については、各事業とも概ね順調に推移しているが、若干の遅れが生じている事業もあるので、今後も引き続き支援を行っていく。また、製品開発後の販路については当地域は弱い部分でもあるので、製品開発後も売上に繋がるような展示会の出展等、販路支援を行っていきたいと考えている。 |           |    |          |        |          |        |

|             |   |   |              |           |              |       |              |     |       |  |
|-------------|---|---|--------------|-----------|--------------|-------|--------------|-----|-------|--|
|             | 計画に対する実績（数値）                                      | 支援企業数(計画)   | 24           | 参加企業数(実績) | 12           | 企業支援率 | 50.0%        | 満足度 | 90.0% |  |
| 事業の実績／目標達成度 | 目標の達成度<br>(支援企業をどう変化させることができたか)                   | 『採択企業交流会』<br>本年度は、東大阪市業種グループ連絡協議会が主催する「異業種グループ交流大会」へ参加し、ファンド採択企業2社がプレゼンを行った。過去に採択された企業と今年度新規で採択された企業の計14名、他の異業種グループの参加者47名、計61名の交流会となった。多くの交流が図れ、今後の製品開発についての悩みやアドバイス、問題の解決に繋がった企業も多かった。                    |              |           |              |       |              |     |       |  |
|             |   | 指標  | 採択事業者数       |           |              |       |              |     |       |  |
|             |   | 数値目標  | 6            | 実績数値      | 6            | 目標到達度 | 100%         |     |       |  |
|             | 成果の代表事例   | 交流会の冒頭、ファンド採択事業者の〇〇と〇〇の2社にプレゼンを行っていただいた。ファンド事業の概要や開発事業について周知ができ成果が得られた。また、交流会では活発な意見交換が行われ、今後に繋がる実りあるものとなった。  |              |           |              |       |              |     |       |  |
| その他目標値の実績   | 目標値1<br>(計画)                                      |   | 目標値1<br>(実績) |           | 目標値2<br>(計画) |       | 目標値2<br>(実績) |     |       |  |
|             |   |   |              |           |              |       |              |     |       |  |
| 実施結果        | 課題及び次期以降への取組み<br>(実績が目標値に達していない場合は、どのようにフォローするのか) | 製品開発についてのアドバイスや問題の解決に繋がった。今後も事業所同士の交流会を図り、製品化への一助とする。今回、初めて他団体との交流会を実施したが、複数団体との日程調整のため、開催が12月中旬になった事や、開催日決定から案内周知までの日数が少なかったこともあり、当初24社の支援計画には届かなかったが、交流会は実りのあるものとなり、次年度開催する際には、十分な準備期間を取り、開催周知や参加の促進に努める。 |              |           |              |       |              |     |       |  |

東大阪商工会議所

|              |   |  |  |     |       |        |     |       |  |
|--------------|---|--|--|-----|-------|--------|-----|-------|--|
| 事業名          |   | 求人・求職マッチング事業   |  |     |       |        |     |       |  |
| 想定する実施期間     |   | 9 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<br>(現状や課題をどのような状態)  | 合同企業説明会開催と就職プラザの開設、情報交換会や新規学卒求人説明会の開催により雇用創出を目的に就労支援事業を実施する。   |  |     |       |        |     |       |  |
|              | 支援する対象<br>(業種・事業所数等)  | 東大阪管内の事業所 28,053社 (平成18年事業所・企業統計調査)  |  |     |       |        |     |       |  |
|              | 実施時期・具体的な内容及び事業手法   | 東大阪合同企業説明会<br>平成24年5月30日(水) 午前10時～午後4時30分<br>会 場 近畿大学 11月ホール<br>参加企業 21社・団体<br>来 場 者 407人<br>内 容 市域企業の新卒者採用を円滑に進める事を目的に、平成25年3月卒業予定の大学・短期大学生、専門学校生及び第2新卒者を対象に合同就職面談会を開催すると共に、参加企業の採用情報を掲載したホームページを開設した。<br>大学就職部と企業採用担当者との情報交換会<br>平成25年2月22日(金) 午後2時～4時<br>会 場 東大阪商工会議所別館2階ホール<br>参加者 大学・短期大学 就職担当者 18校<br>企業 採用担当者 38社 44名<br>内 容 第1部 大学・短期大学からの情報提供及び参加大学紹介近畿大学が代表して、昨今の学生の採用状況について説明。<br>第2部 グループ別名刺交換会<br>参加企業を5グループに分け、名刺交換および求人票等の資料提出の他、大学、企業双方により情報交換を実施。<br>就職プラザ<br>開催期間 平成24年4月～25年3月<br>参加企業 35社、アクセス数 36,098件<br>内 容 インターネットを通じた新規学卒者の就職マッチング。市内企業の新規大学卒の求職情報をHP上で情報発信<br><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   | 大阪総合労働事務所には、事業PRを依頼した。合同企業説明会当日、府職員もスタッフとしての従事を依頼した。   |     |       |        |     |       |  |
|              |   | ②広域連携  |  |     |       |        |     |       |  |
|              |   | ③市町村連携   | 東大阪市が補助金を交付、東大阪市の記者クラブを介して、プレスリリースした他、市政だより等で事業を告知する等PR活動につき連携。また、合同企業説明会当日、市役所職員もスタッフとして従事した。 |     |       |        |     |       |  |
|              |   | ④相談相乗  |  |     |       |        |     |       |  |
| 計画に対する実績(数値) | 支援企業数(計画)   | 100  | 支援企業数(実績)  | 108 | 支援実績率 | 108.0% | 満足度 | 75.6% |  |
| 事業の実績/目標達成度  | 目標の達成度<br>(支援企業をどう変化させることができたか)   | 東大阪合同企業説明会、大学就職部と企業採用担当者との情報交換会、就職プラザの開設等によって、市域企業の主に大学新卒者(人材確保)の採用の一助とした。また、新規学卒者求人説明会においては、中・高卒者採用の際の留意点について理解頂いた。これらにより参加企業の人材確保の一助となった。  |  |     |       |        |     |       |  |
|              | 指標  | 面談実施数  |  |     |       |        |     |       |  |
|              | 数値目標  | 200  | 実績数値   | 917 | 目標達成度 | 458.5% |     |       |  |
| 成果の代表事例      | 合同企業説明会においては、延407名の来場があり、企業からは多くの学生に自社の説明と面談ができ「熱心な学生が多かった」との声があった。また、フォローアンケートの結果では、8社の企業が合計14名の内定を決定し人材確保に繋がった。<br>大学就職部との情報交換会においては、「大学就職部とのパイプづくりとして貴重な場である」との声もあった。<br>就職プラザについては、採用情報を本所ホームページを活用し公開した事で4社が人材確保に繋がって合計7名が雇用採用された。 |  |  |     |       |        |     |       |  |
| その他目標値の実績    | 目標値(計画)   | 400  | 目標値(実績)  | 421 | 目標達成度 | 105.3% |     |       |  |
|              | 合同企業説明会において、参加者(求職者)、求人件数とも目標値を上回った。  |  |  |     |       |        |     |       |  |
| 実施結果         | 課題及び次期以降への取組み<br>(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)  | 基本的には現在の手法を継続するが、参加企業の増加に努め、より効果的な採用活動が行える様、企業に対して情報提供に努める。尚、就職プラザについては、情報発信力を高めて、より多く採用につなげるよう取り組む。また、大学就職部と企業採用担当者との情報交換会については、情報交換の時間の延長などの要望がある事から適宜対応し、より充実した情報交換の場とする。   |  |     |       |        |     |       |  |

東大阪商工会議所

|              |  |  |  |     |       |        |     |       |
|--------------|--|--|--|-----|-------|--------|-----|-------|
| 事業名          |  | 東大阪・八尾就職フェスタ事業   |  |     |       |        |     |       |
| 想定する実施期間     |  | 9 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<br>(現状や課題をどのような状態にしたいか)  | 即戦力となる人材を確保する機会となる合同面接会(名称:就職フェスタ)の開催により雇用創出を目的に就労支援事業を実施する。   |  |     |       |        |     |       |
|              | 支援する対象<br>(業種・事業所数等)   | 東大阪、八尾管内の事業所 約40,000社(平成18年事業所・企業統計調査)   |  |     |       |        |     |       |
|              | 実施時期・具体的な内容及び事業手法  | 日時 平成24年10月5日 午後1時～4時<br>会場 布施駅前市民プラザ「夢広場」<br>内容 即戦力となる人材を確保する機会を提供するため合同面接会を開催<br>求人企業数 32社<br>来場者数 293名<br>面接者数 229名<br>布施公共職業安定所と大阪府総合労働事務所の協力で、求職者への告知を行った |  |     |       |        |     |       |
|              |  | <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   | 大阪府総合労働事務所に同合同面接会の開催PRを依頼した他、当日は職業適性診断・職業相談コーナーを設置。また、府職員もスタッフとしての従事を依頼した。 |     |       |        |     |       |
| ②広域連携        |  | 参加企業の募集は八尾商工会議所と連携し行った。また、協力機関すべての職員もスタッフとして従事した。  |  |     |       |        |     |       |
| ③市町村連携       | 東大阪市が補助金を交付。また、東大阪市・八尾市の記者クラブを介してプレスリリースした他、市政だより等で事業を告知する等PR活動につき連携。また、当日市職員もスタッフとして従事した。 |  |  |     |       |        |     |       |
| ④相談相乗        |  |  |  |     |       |        |     |       |
| 計画に対する実績(数値) | 支援企業数(計画)  | 25   | 参加企業数(実績)  | 25  | 支援実績率 | 100.0% | 満足度 | 73.6% |
| 事業の実績/目標達成度  | 目標の達成度<br>(支援企業をどう変化させることができたか)  | 本事業を通じて採用に至った企業は12社、21人(東大阪のみ)であった。参加企業の内、採用に至った企業は約半数であったが、70%を超える満足度を得、参加企業の人材確保に貢献する事ができた。  |  |     |       |        |     |       |
|              | 指標   | 面談実施数  |  |     |       |        |     |       |
|              | 数値目標   | 200  | 実績数値   | 229 | 目標到達度 | 114.5% |     |       |
| 成果の代表事例      | 参加した印刷業者では、30歳以下のトムソンオペレータの求人(1名)を行い、7名と面接し、計画通り1名を採用、人材の確保に繋がった。                          |  |  |     |       |        |     |       |
| その他目標値の実績    | 目標値(計画)  | 400  | 目標値(実績)  | 293 | 目標達成度 | 73%    |     |       |
|              | その他目標値である求職者の来場者数は目標の73%であったが、面談数は目標を上回った事から面談会として充実したものとなった。                              |  |  |     |       |        |     |       |
| 実施結果         | 課題及び次期以降への取組み<br>(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)                                   | 来場者の増加及び採用人数の増加が引き続き課題として挙げられる。本事業により求人需要を充足した企業もあるが、面接に至らなかった企業もあり、事前に採用条件の緩和を促す事や、継続的に求人に対する支援を行うなど、事後のフォローを行う。今後も大阪府やハローワークとの連携を密にして課題解決につなげて行く。            |  |     |       |        |     |       |

東大阪商工会議所

|             |  |   |   |           |       |       |        |     |       |
|-------------|--|---|---|-----------|-------|-------|--------|-----|-------|
| 事業名         |  | ものづくり支援拠点連携推進事業   |   |           |       |       |        |     |       |
| 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<br>(現状や課題をどのような状態にしたいか)                            | 府内各地域のものづくり企業が府のものづくり支援拠点(MOBIO)を活用することによって、新製品・技術の開発や経営力の強化などを図ることを推進し、モノづくり拠点地域としての強みを活かし全国からの下請相談を管内と府下の事業所へコーディネートする事により地域の活性化を目的に事業を開催する。  |   |           |       |       |        |     |       |
|             | 支援する対象<br>(業種・事業所数等)                                     | 製造業を対象に下請支援(約7,400社)<br>※平成18年事業所・企業統計調査の特別集計結果より   |   |           |       |       |        |     |       |
|             | 実施時期・具体的な内容及び事業手法  | 大阪東部地域のモノづくり拠点として認知されてきたMOBIO(クリエイション・コア東大阪北館)において経営指導員が常駐、全国から寄せられるモノづくり相談に対応し、以って地域産業の活性化に繋げる。また、同拠点の魅力を更に発揮させる為、以下の取り組みにも積極的に関与し、府内外企業へのアピールを行う事で、ものづくり支援拠点の利用促進を図った。<br>・MOBIO常設展示場への出展促進→プラスチック成型加工のS社の展示、また来年度よりK社が展示を行なう予定。<br>・府内外各種団体、企業への見学受け入れサポート→大阪商工会議所会頭(8/31)をはじめ、小松商工会議所10/16)、岡山県美作地域企業(2/19)長野経済研究所(3/4)等からの見学幹旋を行い同施設の機能を広くアピールした。<br>・毎月皆済されるMOBIOコーディネータ会議に出席し、支援機関同士の情報交換を行った。 |   |           |       |       |        |     |       |
|             |  | ＜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  | 大阪府ものづくり支援課を始め、MOBIOに入居の各支援と連携し、定期的な会議(毎月第3金曜日実施の「コーディネータ会議」)での情報共有、常設展示場出展への誘導(実績有り)、管外からの見学受け入れ(実績有り)、ものづくり相談での事業所紹介等でものづくり支援拠点の利用促進を図った。 |           |       |       |        |     |       |
|             |  | ②広域連携   |   |           |       |       |        |     |       |
| ③市町村連携      |  |   |   |           |       |       |        |     |       |
| ④相談相乗       |  |   |   |           |       |       |        |     |       |
| 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)   | 300   | 支援企業数(実績) | 1,119 | 支援実績率 | 373.0% | 満足度 | 84.0% |
|             | 目標の達成度<br>(支援企業をどう変化させることができたか)                          | 受・発注先の紹介支援については、管内、管外から寄せられた様々なモノづくりに関する相談に対応し、特にマーケティング(販売方法)に関する相談、支援が全体の約63%と多く、相談者から寄せられた細かな仕様について、ヒアリングを行い、適切な事業者を紹介し、課題解決に向けた支援を行った。結果、支援を受けた事業者については、必然的に製造工程の課題解決が出来た。  |   |           |       |       |        |     |       |
|             |  | 指標  | 引合い幹旋件数   |           |       |       |        |     |       |
|             |  | 数値目標  | 300   | 実績数値      | 1119  | 目標達成度 | 373.0% |     |       |
|             | 成果の代表事例  | 受・発注先の紹介<br>・電気通信機器会社O社からソケットの特殊加工企業を紹介して欲しいとの相談に対し、細かな仕様をヒアリング、適格な企業を紹介し、相談者の課題解決が出来た。<br>・ギアの開発を行なっているO社より、ギアの製造を行なっている企業を紹介してほしいとの相談に対し、市内会員企業を2社紹介し課題の解決ができた。<br>・O社より、コンベア製品の製造販売会社と蛍光灯等の金物カバーの製造販売業者を紹介して欲しいと相談に対し、3社の該当企業を紹介し課題解決ができた。   |   |           |       |       |        |     |       |
| 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<br>(実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか) | 事業を終了し支援対象企業数が目標数値を大幅に超えたが次年度以降各関係機関ともより、一層の連携強化を図り景気の低迷により下請の受注を望む企業の支援に取組み、販路支援についても継続的な支援を行なっていきたい。  |   |           |       |       |        |     |       |



東大阪商工会議所

|             |  |   |                 |           |       |       |        |     |       |  |
|-------------|--|---|-----------------|-----------|-------|-------|--------|-----|-------|--|
| 事業名         |  | 環境関連ビジネス参入支援事業  |                 |           |       |       |        |     |       |  |
| 想定する実施期間    |  | 22年度～24年度まで ※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること   |                 |           |       |       |        |     |       |  |
| 事業の概要       | 事業の目的<br>(現状や課題をどのような状態にしたいか)                            | 地球温暖化対策は喫緊の課題であり、環境に配慮した低炭素化社会への移行が進んでいる。最近では、ハイブリッドカーや太陽光発電、家庭用燃料電池、LED電球などが急速に普及しており、このような動きは今後ますます加速し、市場がさらに拡大していくと思われる。そこで、セミナーや視察会などを通じ、市域内製造業が円滑に環境関連ビジネスに対応・参入できる体制を整える。   |                 |           |       |       |        |     |       |  |
|             | 支援する対象<br>(業種・事業所数等)                                     | 市内製造業   |                 |           |       |       |        |     |       |  |
|             | 実施時期・具体的な内容及び事業手法  | ①視察会…平成24年9月24日に関西電力堺太陽光発電所の視察し、大阪府立大学EV開発研究センターで「EV車の現状と課題」について説明頂いた。<br>②セミナー…平成25年3月21日に近畿経済産業局資源エネルギー環境部長伊藤哲郎氏に「エネルギー政策の現状と新エネ・省エネ等を巡る動向について」と大阪府商工労働部新エネルギー産業課課長補佐柳原和浩氏に「バッテリーを中心とした新エネルギー産業振興」を解説頂いた。<br><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   | 大阪府が取り組む新エネルギー分野参入への支援策について、大阪府商工労働部新エネルギー産業課から講演いただいた。   |                 |           |       |       |        |     |       |  |
|             | ②広域連携  |   |                 |           |       |       |        |     |       |  |
| ③市町村連携      |  |   |                 |           |       |       |        |     |       |  |
| ④相談相乗       |  |   |                 |           |       |       |        |     |       |  |
| 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) | 50    | 支援実績率 | 100.0% | 満足度 | 83.0% |  |
|             | 目標の達成度<br>(支援企業をどう変化させることができたか)                          | 太陽光発電事業を視察し、エネルギーに関する事と設備投資について多くを学ばれた方が多かった。それをもとに今後事業化へ進めるか検討するヒントとなった。また、国のエネルギー政策の現状や新エネ・省エネの動向と府のバッテリーを中心とした新エネルギー産業振興が企業の環境関連ビジネス参入のヒントになった。  |                 |           |       |       |        |     |       |  |
|             |  | 指標  | 参加者における習熟度の向上割合 |           |       |       |        |     |       |  |
|             |  | 数値目標  | 70              | 実績数値      | 83    | 目標達成度 | 118.6% |     |       |  |
|             | 成果の代表事例  | 関西電力堺太陽光発電所の視察が参考となった。太陽光発電ビジネス(産業投資用)への投資判定に役立った。(見学した発電所より小規模であるが、現在も発電事業について検討中であり、電力買い取り金額など採算について課題が残る。)   |                 |           |       |       |        |     |       |  |
| 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<br>(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) | 企業に環境ビジネス事業への参入支援する本所の取組は、堺太陽光発電所の視察とEV開発についての講話や国のエネルギー政策・府のバッテリーを中心とした新エネルギー産業振興の解説を頂いたことにより、事業所にとっては環境関連ビジネス参入に対する現状が把握できた。引き続き、新分野への取組む企業が増えるよう、セミナーや視察会を開催し、情報提供を行う。   |                 |           |       |       |        |     |       |  |

東大阪商工会議所

|             |  |  |  |           |         |       |        |     |       |
|-------------|--|--|--|-----------|---------|-------|--------|-----|-------|
| 事業名         |  | 新エネルギー振興推進事業   |  |           |         |       |        |     |       |
| 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<br>(現状や課題をどのような状態にしたいか)                            | 新エネルギー産業分野への参入は、中小企業にとって大きなビジネスチャンスである。どの分野にどのように参入すればいいのか?について計画を作成するにも困難である。そのような事から府内各地域のものづくり企業を本所が大阪府立産業技術総合研究所と連携活用することによって、新エネルギー産業の参画を促進することを目的に施設見学を行ない「大阪スマートエネルギーパートナーズ」制度等情報提供を行ない関連技術の研究開発を促進し、地域の活性化を目的に事業を実施する。 |  |           |         |       |        |     |       |
|             | 支援する対象<br>(業種・事業所数等)                                     | 製造業を対象に下請支援(約7,400社)<br>※平成18年 事業所・企業統計調査の特別集計結果より   |  |           |         |       |        |     |       |
|             | 実施時期・具体的な内容及び事業手法  | 開催日：平成24年7月19日 午後1時～17時<br>大阪府立産業技術総合研究所に導入された、新エネルギー関連試験機器を中心に産技研の試験機器等について、担当者に活用方法を説明頂くと共に施設の見学を行った。また、新エネルギー産業課環境技術産業グループの担当者に「大阪スマートエネルギーパートナーズ」制度の概要等を説明頂いた。尚、当初予定していた「大阪新エネルギーフォーラム2013」への参加は、フォーラムの開催が中止となったため実施なし。    |  |           |         |       |        |     |       |
|             |  | <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   | 大阪府新エネルギー産業課環境技術産業グループと連携を取り、産技研への見学と「大阪スマートエネルギーパートナーズ」制度について周知を行なった。 |           |         |       |        |     |       |
| ②広域連携       |  |  |  |           |         |       |        |     |       |
| ③市町村連携      |  |  |  |           |         |       |        |     |       |
| ④相談相乗       |  |  |  |           |         |       |        |     |       |
| 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) | 16      | 支援実績率 | 80.0%  | 満足度 | 84.0% |
|             | 目標の達成度<br>(支援企業をどう変化させることができたか)                          | 産技研が種々の分析・試験等を行なっている機関であること、あらゆる分野の機械が設置されていること、簡単にまた安価で利用できることを参加企業に周知できた。新エネルギー分野への参入に際しても産技研の協力を得ることができ、企業においても今後の事業展開に意欲的になった。「大阪スマートエネルギーパートナーズ」制度については、認知度が低く制度の周知と登録促進ができ、新エネルギー分野への取組への関心が高まった。                        |  |           |         |       |        |     |       |
|             |  | 指標   | 参加者における習熟度の向上割合  |           |         |       |        |     |       |
|             |  | 数値目標   | 70%  | 実績数値      | 84%     | 目標達成度 | 120.0% |     |       |
|             | 成果の代表事例  | 分析・試験・加工などに関する種々の設備を見る事ができ、日常業務でテストを必要とした際の手段として、産技研を利用できる事がわかり大変役に立った。  |  |           |         |       |        |     |       |
| 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<br>(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) | 大阪府立産業技術総合研究所内にある試験・分析装置の概要や使用料が安価であることがわかり、今後に活かしたいとの声があった。今回初めて産技研を訪れた方もあり、施設の周知や利用の促進を図ることができた一方で、見学時間が短かった、サンプルなどを使い操作例も見なかったとの意見もあった。今後の開催に当たっては、見学時間を十分に取、より詳しい内容を見学していただき、技術の向上に繋げるようにする。                               |  |           |         |       |        |     |       |

東大阪商工会議所

|             |  |   |  |           |       |         |        |     |       |
|-------------|--|---|--|-----------|-------|---------|--------|-----|-------|
| 事業名         |  | 技術支援ネットワーク事業  |  |           |       |         |        |     |       |
| 想定する実施期間    |  | 24 年度～ 24 年度まで ※複数年段階的実施事業は別紙にて計画を提出すること  |  |           |       |         |        |     |       |
| 事業の概要       | 事業の目的<br>(現状や課題をどのような状態にしたいか)                            | ものづくり企業は技術的な課題があっても、日常業務に追われ支援機関等へ相談できないケースが多くあり大きな課題となっている。そのような事から地域のものづくり企業の相談に対し技術支援ネットワーク事業を活用する事でものづくり企業の技術面をサポートする。  |  |           |       |         |        |     |       |
|             | 支援する対象<br>(業種・事業所数等)                                     | 製造業を対象に下請支援(約7,400社) ※平成18年事業所・企業統計調査の特別集計結果  |  |           |       |         |        |     |       |
|             | 実施時期・具体的な内容及び事業手法  | 大阪府立産業技術総合研究所と連携し、地域のモノづくりに関する技術相談を解決する為、大阪府立産業技術総合研究所の利用促進及び技術巡回アドバイザー制度の周知、アドバイザー派遣のコーディネート等を図った。   |  |           |       |         |        |     |       |
|             |  | <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  | (a)府施策連携：商工関係No.14 技術支援ネットワーク(技術巡回アドバイザー)事業：大阪府立産業技術総合研究所と連携し同施策の利用促進を図る為、技術巡回アドバイザー制度の利用促進を図りものづくり企業の支援にあたった。 |           |       |         |        |     |       |
| ②広域連携       |  |   |  |           |       |         |        |     |       |
|             | ③市町村連携   |   |  |           |       |         |        |     |       |
|             | ④相談相乗  |   |  |           |       |         |        |     |       |
| 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) | 10    | 支援実績率   | 33.3%  | 満足度 | 80.0% |
|             | 目標の達成度<br>(支援企業をどう変化させることができたか)                          | セミナーや講演会、部会等でPRを行うため、過去の参加実績にもとづき、支援企業数を30社として算出した。中小製造業者は技術課題がないわけではなく、相談先や相談する術がないように思われる。直接、代表者や担当者に課題について尋ねると話し出す傾向にある。<br>そこで、指導員が本市域企業を巡回した際に本事業の内容を説明したところ、技術課題を解決したいと10社の企業が本事業に申込みを行った。<br>その10社より、技術課題について簡単なヒヤリングを行い、大阪府立産業技術総合研究所の技術アドバイザーを紹介し、技術課題解決の指導を行った。事業所からは、新技術・新製品開発のヒントとなり、前進したとの回答を得ている。また、技術アドバイザーが解決できない技術課題については、専門家より継続した指導を行うこととなった。<br>さらに、大阪府立産業技術総合研究所の担当者との人的ネットワークを構築することができたと好意的な回答を得た。 |  |           |       |         |        |     |       |
|             |  | 指標  | 技術巡回アドバイザーへのコーディネート件数  |           |       |         |        |     |       |
|             |  | 数値目標  | 10   | 実績数値      | 10    | 目標達成度   | 100.0% |     |       |
|             | 成果の代表事例  | ある板金加工業者は、技術支援ネットワーク制度を利用することで、大阪府立大学との共同研究を行う可能性があり、今後、新商品や新技術が育つ可能性がある。   |  |           |       |         |        |     |       |
| その他目標値の実績   | 目標値(計画)  |   | 目標値(実績)  |           | 目標達成度 | #DIV/0! |        |     |       |
|             |  |   |  |           |       |         |        |     |       |
| 実施結果        | 課題及び次期以降への取組み<br>(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) | 中小製造業が抱える技術開発に関する課題をいかに聞き出すかが今後の課題である。平成24年度については、中小製造業の代表者や担当者に本事業の内容を説明すると、自社の技術課題を話し出す傾向にあった。そこで、製造向けのセミナーや講習会等で、今年度以上にPRを行い、さらに、巡回時や来所時に、「御用聞き」のように個別に説明し、中小企業では解決できない課題解決に向け支援していく。  |  |           |       |         |        |     |       |

東大阪商工会議所

|              |  |  |           |         |       |       |         |       |        |  |  |  |  |  |  |  |       |  |  |  |  |  |  |  |        |  |  |  |  |  |  |  |       |  |  |  |  |  |  |  |
|--------------|--|--|-----------|---------|-------|-------|---------|-------|--------|--|--|--|--|--|--|--|-------|--|--|--|--|--|--|--|--------|--|--|--|--|--|--|--|-------|--|--|--|--|--|--|--|
| 事業名          |  | 大阪ものづくりブランド連携推進事業  |           |         |       |       |         |       |        |  |  |  |  |  |  |  |       |  |  |  |  |  |  |  |        |  |  |  |  |  |  |  |       |  |  |  |  |  |  |  |
| 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<br>(現状や課題をどのような状態にしたいか)                            | 本地域はモノづくりの街として東の大田区、西の東大阪市としてメディア等で度々取り上げられる地域である。中小製造業にとって自社製品をブランド化する事は大きなビジネスチャンスであるが、ブランド化する為のシステム等に課題があった。この事から本所が地域ものづくり企業に対し、「大阪ものづくりブランド構築支援事業」を勧奨・推薦等のコーディネートを行うことで、ブランド力向上を行い地域の活性化を図る。  |           |         |       |       |         |       |        |  |  |  |  |  |  |  |       |  |  |  |  |  |  |  |        |  |  |  |  |  |  |  |       |  |  |  |  |  |  |  |
|              | 支援する対象<br>(業種・事業所数等)                                     | 製造業を対象に下請支援(約7,400社) ※平成18年事業所・企業統計調査の特別集計結果   |           |         |       |       |         |       |        |  |  |  |  |  |  |  |       |  |  |  |  |  |  |  |        |  |  |  |  |  |  |  |       |  |  |  |  |  |  |  |
|              | 実施時期・具体的な内容及び事業手法  | <p>日程：平成24年12月25日～平成25年1月28日<br/>                     内容：平成24年度、大阪府は府内ものづくり中小企業等の優れた技術や創造にあふれた大阪製品(消費財)のブランド認証を行い、大阪のものづくりのブランドイメージを高めるとともに、他の規範・模範とな取組み事例の蓄積・普及を図るため、「大阪製」ブランド認証制度を構築した。<br/>                     今回、この新たな認証制度を本市域内事業所に紹介・斡旋した。</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> <table border="1"> <tr> <td>①府施策連携</td> <td colspan="7">(a)府施策連携：商工関係No.13 大阪ものづくりブランド連携推進事業：大阪府ものづくり支援課製造業振興グループと連携し施策制度の周知PR、普及促進を図り、大阪ものづくりブランドへの申請へ導く。</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"></td> </tr> </table>     |           |         |       |       |         |       | ①府施策連携 | (a)府施策連携：商工関係No.13 大阪ものづくりブランド連携推進事業：大阪府ものづくり支援課製造業振興グループと連携し施策制度の周知PR、普及促進を図り、大阪ものづくりブランドへの申請へ導く。 |  |  |  |  |  |  | ②広域連携 |  |  |  |  |  |  |  | ③市町村連携 |  |  |  |  |  |  |  | ④相談相乗 |  |  |  |  |  |  |  |
|              | ①府施策連携   | (a)府施策連携：商工関係No.13 大阪ものづくりブランド連携推進事業：大阪府ものづくり支援課製造業振興グループと連携し施策制度の周知PR、普及促進を図り、大阪ものづくりブランドへの申請へ導く。   |           |         |       |       |         |       |        |  |  |  |  |  |  |  |       |  |  |  |  |  |  |  |        |  |  |  |  |  |  |  |       |  |  |  |  |  |  |  |
|              | ②広域連携  |  |           |         |       |       |         |       |        |  |  |  |  |  |  |  |       |  |  |  |  |  |  |  |        |  |  |  |  |  |  |  |       |  |  |  |  |  |  |  |
| ③市町村連携       |  |  |           |         |       |       |         |       |        |  |  |  |  |  |  |  |       |  |  |  |  |  |  |  |        |  |  |  |  |  |  |  |       |  |  |  |  |  |  |  |
| ④相談相乗        |  |  |           |         |       |       |         |       |        |  |  |  |  |  |  |  |       |  |  |  |  |  |  |  |        |  |  |  |  |  |  |  |       |  |  |  |  |  |  |  |
| 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) | 15      | 支援実績率 | 30.0% | 満足度     | 44.0% |        |  |  |  |  |  |  |  |       |  |  |  |  |  |  |  |        |  |  |  |  |  |  |  |       |  |  |  |  |  |  |  |
| 事業の実績/目標達成度  | 目標の達成度<br>(支援企業をどう変化させることができたか)                          | <p>東大阪商工会議所は、(財)東大阪中小企業振興会、東大阪市工業協会、東大阪ケーブルテレビ(株)、東大阪市等と共に、東大阪市から誕生した製品の販路開拓や都市イメージの向上を図ることを目的に東大阪ブランド推進機構を設立。東大阪で生まれた優れた製品のうち、オンリーワン、ナンバーワン、プラスアルファのいずれかの基準を満たした最終製品を、評議員の審査を経て「東大阪ブランド」として認定している。現在「東大阪ブランド」として認定された製品を有する企業は67社あり、その内50社が「大阪製」ブランドの対象企業になるものと仮定し支援企業数に計上した。ところが、大阪製ブランドは最終消費財のみを対象としており、東大阪ブランド認定製品のうち「生産財」は対象から外れるため、対象となる企業は35社程度にじぼられた。</p> <p>さらに、年末に「大阪製」ブランド認証制度の募集要項が公開となり、さらに、募集期間も12月25日～1月28日と年末年始が重なっていた。対象企業に広くPRできたのは年明けとなり、事業所の準備期間がかなり短かったということがある。</p> <p>加えて、「対象製品が大阪府内で製造された製品に限る」となっており、本社は大阪府内にあるが、工場が府外にある優秀な企業の多くが対象から外れることとなった。</p> <p>上記の事項により、支援実績率が低くなったが、応募申請企業からは、自社製品の強みや販促方法などを顧みる良い機会になったとの回答もあった。</p> |           |         |       |       |         |       |        |  |  |  |  |  |  |  |       |  |  |  |  |  |  |  |        |  |  |  |  |  |  |  |       |  |  |  |  |  |  |  |
|              |  | 指標   | ブランド認証申請数 |         |       |       |         |       |        |  |  |  |  |  |  |  |       |  |  |  |  |  |  |  |        |  |  |  |  |  |  |  |       |  |  |  |  |  |  |  |
|              |  | 数値目標   | 35        | 実績数値    | 15    | 目標達成度 | 42.9%   |       |        |  |  |  |  |  |  |  |       |  |  |  |  |  |  |  |        |  |  |  |  |  |  |  |       |  |  |  |  |  |  |  |
|              | 成果の代表事例  | 今回、認証された12製品のうち、東大阪市内企業の製品4アイテムが「大阪製ブランド」として認証された。その内1製品は、本商工会議所が当事業の内容を紹介した企業が、「大阪製」ブランド認証制度に応募申請、当該企業の製品が認証された。  |           |         |       |       |         |       |        |  |  |  |  |  |  |  |       |  |  |  |  |  |  |  |        |  |  |  |  |  |  |  |       |  |  |  |  |  |  |  |
|              | 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<br>(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24年度が本事業の開始年度となり、募集要項や内容が分からなかった。次年度は募集開始前から、巡回時やセミナー等開催時に、本事業のPRを行う。また、前回認証されなかった企業についてもフォローを行い、次年度、認証されるよう指導を行う。   |           |         |       |       |         |       |        |  |  |  |  |  |  |  |       |  |  |  |  |  |  |  |        |  |  |  |  |  |  |  |       |  |  |  |  |  |  |  |

東大阪商工会議所

|             |  |  |   |           |        |         |        |     |       |  |
|-------------|--|--|---|-----------|--------|---------|--------|-----|-------|--|
| 事業名         |  | 知財活動支援   |   |           |        |         |        |     |       |  |
| 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<br>(現状や課題をどのような状態にしたいか)                            | 知的財産戦略を实践して、競争力を強化する企業を増やす事で、大阪発ナンバーワン・オンリーワン企業の創出を知的財産面から支援すると共に企業の保有する技術の価値を再発見し、知的財産として活用できる企業に育成するため、知的財産に関するセミナーを実施し、その支援にあたる。  |   |           |        |         |        |     |       |  |
|             | 支援する対象<br>(業種・事業所数等)                                     | 府下全業種の事業所を対象 事業者数20万社超 ※平成18年事業所・企業統計調査の特別集計結果より   |   |           |        |         |        |     |       |  |
|             | 実施時期・具体的な内容及び事業手法  | 平成24年7月27日(金)午後2時～4時<br>内容<br>①知的財産とは何か～知的財産制度の説明(初心者向け)～<br>②事例に学ぶ知的財産の留意点<br>③知的財産を活用し売上げアップに繋げる秘訣<br>①で大阪府技術支援グループ河嶋総括主査より特許権、実用新案権、意匠権、商標権それぞれの性質について解説頂き、②、③では、基調講師より知財活動を通じて売上げ増進を図っている事例を交えて、その活用方法を解説した。 |   |           |        |         |        |     |       |  |
|             |  | <事業手法(①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果)の具体的な連携・効果を記載>   |   |           |        |         |        |     |       |  |
|             |  | ①府施策連携   | 大阪府技術支援グループと連携し、知財活用セミナーを企画。事業当日は、講師も務めて頂き、支援対象企業へ施策普及に努めた。 |           |        |         |        |     |       |  |
| ④相談相乗       |  | 同事業参加企業の内、4社について、技術課題や販路等の経営相談支援を実施した。   |   |           |        |         |        |     |       |  |
| 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)  | 30  | 支援企業数(実績) | 17     | 支援実績率   | 56.7%  | 満足度 | 81.1% |  |
|             | 目標の達成度<br>(支援企業をどう変化させることができたか)                          | 支援対象企業の約8割が当事業を通じて知財活用の有り方が分かったようで、今後の会社経営のヒントを得たようである。特に後半では、実際に知財活動を通じて、売上げ増進を図っている事例を交えて解説され、理解が容易であったようである。  |   |           |        |         |        |     |       |  |
|             |  | 指標   | 参加者における習熟度の向上割合   |           |        |         |        |     |       |  |
|             |  | 数値目標   | 70%   | 実績数値      | 78.80% | 目標達成度   | 112.6% |     |       |  |
|             | 成果の代表事例  | 受講者アンケートから今後の会社経営において、知財活動を実践して行こうとする企業が多く、動機付けが出来た。   |   |           |        |         |        |     |       |  |
| 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<br>(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) | 支援対象数が目標を若干下回り、次年度以降の課題となった。当事業に参加された企業の満足度や習熟度が高かっただけに、参加するメリットは十分にあったと思われる。次年度以降は、関連する事業(MOBIOで開催される特許ビジネス展示会)と関連付けて実施するなど工夫していきたい。  |   |           |        |         |        |     |       |  |

東大阪商工会議所

|             |  |  |   |           |         |       |        |       |         |  |
|-------------|--|--|---|-----------|---------|-------|--------|-------|---------|--|
| 事業名         |  | ものづくり優良企業賞応募企業の発掘  |   |           |         |       |        |       |         |  |
| 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<br>(現状や課題をどのような状態にしたいか)                            | 東大阪市の強みでもある「ものづくり企業の集積」を活かして、技術力や製品、品質管理等に優れ、市場での高い評価が期待できる「ものづくり優良企業賞」へ応募するようコーディネートを実施する。  |   |           |         |       |        |       |         |  |
|             | 支援する対象<br>(業種・事業所数等)                                     | 府下全業種の事業所を対象 事業者数20万社超 ※平成18年事業所・企業統計調査の特別集計結果より   |   |           |         |       |        |       |         |  |
|             | 実施時期・具体的な内容及び事業手法  | 日程：平成24年5月上旬～7月2日<br>内容：大阪府経済交流促進課販路開拓支援グループと連携し同施策普及を図り、ものづくり優良企業賞応募に結び付ける事で、府内企業相互の活性化を図った。<br>具体的には、本市域において、トップシェア企業、オンリーワン企業、独自の高度な技術を有する企業を紹介した冊子「きんぼし東大阪第5版」の掲載企業を中心に、高い技術力や優れた製品を発掘・顕彰する「大阪ものづくり優良企業賞」の概要を説明し、応募促進を図った。   |   |           |         |       |        |       |         |  |
|             |  | <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   | (a)府施策連携：商工関係No.16 ものづくり優良企業賞応募企業の発掘：大阪府経済交流促進課販路開拓支援グループと連携し制度の普及促進PRを行った。 |           |         |       |        |       |         |  |
| ②広域連携       |  |  |   |           |         |       |        |       |         |  |
| ③市町村連携      |  |  |   |           |         |       |        |       |         |  |
| ④相談相乗       |  |  |   |           |         |       |        |       |         |  |
| 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) | 12      | 支援実績率 | 40.0%  | 満足度   | 76.0%   |  |
|             | 目標の達成度<br>(支援企業をどう変化させることができたか)                          | トップシェア企業、オンリーワン企業、独自の高度な技術を有する企業を紹介した冊子「きんぼし東大阪」に掲載された企業のうち、既に本企業賞や元気なモノ作り中小企業300社などに掲載された企業等を除いた優秀な企業30社を選定し、本企業賞の内容説明やPRを行った。<br>本冊子に掲載された企業以外にも、巡回時やセミナー開催時などにチラシを配布し、本企業賞のPRを行ったが、興味を示したのは12社のみであった。その12社に応募申請の記載方法や表現方法の指導を行い、12社が応募申請し、うち9社が優良企業賞を受賞した。<br>受賞した企業からは、販路開拓として受注促進に繋がり、如いては企業の競争力強化にも繋がる。特に、大阪府から優良企業賞をもらうことは、展示会や新規営業をかける際の販売促進ツールとして活用することができたとの回答を得た。 |   |           |         |       |        |       |         |  |
|             |  | 指標   | 応募企業数   |           |         |       |        |       |         |  |
|             |  | 数値目標   | 10  | 実績数値      | 12      | 目標達成度 | 120.0% |       |         |  |
|             | 成果の代表事例  | 受賞企業は、ホームページや展示会で「匠」マークを使用するなど、販促ツールとして大いに活用している。  |   |           |         |       |        |       |         |  |
| 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/O! |  |
|             |  |  |   |           |         |       |        |       |         |  |
| 実施結果        | 課題及び次期以降への取組み<br>(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) | 本顕彰制度に応募申請したにも関わらず、否決となった企業が3社あった。これら企業は今後に期待される事業所で、現在の技術力や製品では市場での高い評価が期待できるものとは言い難い。そこで、次年度は本事業の趣旨にあった優れた企業を発掘し、応募申請のフォローを行う。   |   |           |         |       |        |       |         |  |

東大阪商工会議所

|             |  |   |   |           |       |         |        |     |       |
|-------------|--|---|---|-----------|-------|---------|--------|-----|-------|
| 事業名         |  | 海外ビジネス展開希望企業の発掘・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<br>(現状や課題をどのような状態にしたいか)                            | 海外事業展開の経験・ノウハウに乏しい中小企業に関連セミナーを実施し、正確でタイムリーな現地情報を提供する事でグローバルな事業展開が行なえる事を目的に支援する。   |   |           |       |         |        |     |       |
|             | 支援する対象<br>(業種・事業所数等)                                     | 府下全業種の事業所を対象 事業者数20万社超 ※平成18年事業所・企業統計調査の特別集計結果より  |   |           |       |         |        |     |       |
|             | 実施時期・具体的な内容及び事業手法  | <p>日時：平成24年10月24日 午後2時～4時<br/>                 場所：東大阪商工会議所 本館5階501号室<br/>                 講師：(財)東大阪市中企業振興勤労者福祉機構 販路開拓コーディネーター 小川 秀洋 氏</p> <p>テーマ：(1)日本の強みを海外でどう活かす～ 中小製造業の海外展開の現状と今後～<br/>                 ①中小企業の海外向けビジネス取組の現状<br/>                 ②既に海外に製造拠点を持つ事業者の現状<br/>                 ③東南アジア(アセアン)・ビジネスの可能性<br/>                 ④既に海外進出している企業の成功・失敗例の紹介<br/>                 ⑤海外展開を検討している企業の「今後の進め方」 他</p> <p>(2)大阪府の海外進出支援施策のご案内<br/>                 説明：大阪府商工労働部 商工振興室 経済交流促進課 国際ビジネス交流グループ 総括主査 田中浩美 氏</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  | 大阪府経済交流促進課国際ビジネスグループと連携し大阪府の海外進出支援施策の紹介を行った |           |       |         |        |     |       |
|             | ②広域連携  |   |   |           |       |         |        |     |       |
|             | ③市町村連携   |   |   |           |       |         |        |     |       |
|             | ④相談相乗  | セミナー終了後、個別に相談を受け、各々に的確な指導を行った。  |   |           |       |         |        |     |       |
| 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)   | 35  | 支援企業数(実績) | 25    | 支援実績率   | 71.4%  | 満足度 | 81.6% |
|             | 目標の達成度<br>(支援企業をどう変化させることができたか)                          | セミナーや講演会、部会等でPRを行うため、過去の参加実績にもとづき、支援企業計画数を35社として算出した。本商工会議所会報誌でのPRや巡回時に紹介したが、計画数までには至らなかった。<br>参加した企業からは、中小企業の海外向けビジネス取組や既に海外に製造拠点を持つ事業者の現状を紹介することで、今後、どのように海外展開すべきかの参考となったとの意見が寄せられた。また、東南アジア(アセアン)・ビジネスの可能性や既に海外進出している企業の成功や失敗事例から、各企業が国際展開する際の情報提供を行うことができた。   |   |           |       |         |        |     |       |
|             |  | 指標  | 参加者における習熟度の向上割合                             |           |       |         |        |     |       |
|             |  | 数値目標  | 70%   | 実績数値      | 82%   | 目標達成度   | 116.6% |     |       |
|             | 成果の代表事例  | 既に中国に進出している企業から、今後、チャイナプラスワンとして、アセアン地域での展開を含め危機管理を行う必要があるとの回答やミャンマーやベトナムなど、次の新興国での情報提供を希望する企業があるなど、海外展開する上での意識改革を行うことができた。  |   |           |       |         |        |     |       |
| 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/0! |        |     |       |
| 実施結果        | 課題及び次期以降への取組み<br>(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) | 進出を検討している国や地域が違う場合、事例紹介の内容が各々に当てはまらないケースがあった。今後は、一般的な内容を含みつつ、種々の経済事情を紹介する必要がある。   |   |           |       |         |        |     |       |