

平成24年度  
事業実績報告書

申請者の概要

申請者	団体名	八尾商工会議所		
	代表者職・氏名	会頭 中西 啓詞		
	所在地	〒581-0006 大阪府八尾市清水町1-1-6		
	担当者	職・氏名	桑田 剛宏	
		連絡先	電話番号（直通）：	072-922-1181
Fax：			072-922-8828	
E-mail：	<a href="mailto:kuwata@yaocci.or.jp">kuwata@yaocci.or.jp</a>			
①設立年月日	①昭和24年5月16日			
②職員数 （うち経営指導員数）	②20名（13名）（平成25年3月31日現在）			
③所管地域	③八尾市			
④管内事業所数	④12,807（平成18年事業所統計調査による）			
⑤管内小規模事業者数	⑤9,834（平成18年事業所統計調査による）			
⑥会員数（組織率）	⑥3,032（23.7%）（平成25年3月31日現在）			
※②、④、⑤、⑥については直近の数字を記載のこと				
□主な事業概要（定款記載事項等）				
①商工会議所としての意見の公表、国会、行政庁等に具申・建議、行政庁等の諮問への答申 ②商工業に関する相談・指導、情報収集・提供、調査研究、講習会又は講演会の開催、施設の設置・維持・運用 ③商品の品質又は数量、商工業者の事業の内容その他商工業に係る事項に関する証明、鑑定又は検査 ④輸出品の原産地証明 ⑤商工業に関する技術又は技能の普及又は検定 ⑥博覧会、見本市等の開催・あっせん ⑦商事取引に関する仲介又はあっせん、紛争に関するあっせん、調停又は仲裁 ⑧商工業者の信用調査、観光事業の改善発達 ⑨社会一般の福祉の増進に資する事業 ⑩行政庁から委託を受けた事務 ⑪上記のほか、本商工会議所の目的を達成するために必要な事業				

## 八尾商工会議所

## (1) 事業の目標

八尾市内の小規模事業者が抱える課題の把握と解決、施策のPR・情報提供を継続的に行いながら、企業カルテ作成・サービス提案を進め、付随サービスや施策の活用などを推進する。また大阪東部エリアの他商工会議所・商工会との広域連携による展示商談会の開催により、ものづくり企業のビジネスマッチング促進を図るとともに、ものづくり技術に関するセミナーの開催により、ものづくりの向上を支援する。さらに海外取引に関するセミナーの開催、関係支援機関との橋渡しなど、中小企業の海外展開に向けた取り組みを支援する。

このほか、消費者の購買意欲を高めることで、市内商業の活性化に資する商業イベント「八尾商業まつり」、「100円商店街」の開催支援などを通じて、地域商業のにぎわい創出にも取り組んでいく。地域活性化事業の推進にあたり、経営指導員間の連携、情報共有を図り、巡回・窓口相談とのリンクを強化することで、相談の効果、地域活性化事業の効果を高める。

## (2) 事業を実施した具体的な内容、方法及び工夫した点

巡回、窓口による相談事業を推進し、289社のカルテを作成、サービス提案を行うとともに、207件の簡易相談を実施した。カルテ作成について経営指導員の対応力を高め、また指導員間の情報共有を図るため、月1回を基本として相談業務の推進とカルテ作成に関する意見交換の場を設け、他の経営指導員の意見を聞きながら、適切なサービス提案が行えるよう努めた。

また展示商談会は、大阪東部エリアとの広域的な連携をはじめ、昨年に引き続き、兵庫、京都エリアの支援機関との連携により、関西三都ビジネスフェア2012として開催した。来場者数こそ前年比で微増に留まったものの、広域連携のネットワークの強みを生かした効果的な情報波及効果をはじめ、出展者サイドによる積極的な営業活動、そして併催イベント会場から展示会場へ誘導するための仕組みやオペレーションを検討・遂行することで、名刺交換等を含む引き合い件数は16,883件（全体）と、前年比で62.9%の増加（全体）に繋がり、非常に活発で実りのある充実した展示商談会となった。

会期1日目には出展者交流会も開催し、幅広い出展者との交流を促進させるための仕組みについて協議・検討を重ねて実施したことで、出展者相互の活発なビジネスマッチングにも資することができた。

次に、地域商業の賑わい創出を目指し、八尾市内事業者（個店及び商業団体）が参画して【八尾商業まつり】を開催し、本事業のイメージキャラクター【やおっち】を通じて、消費者に対して幅広く周知活動をおこなった。

参加店において買い物をした消費者に対して抽選券の配布をおこなうことで、本事業のコンセプトである消費者とのコミュニケーションを図る機会の創出や、消費者の購買意欲の向上へと波及させることに寄与することができた。

また、同イベントとの同時開催として、今年度は一部商店街において100円商店街事業を実施。特別イベントであるとのイメージ性を持たせて広報媒体を通じて八尾市内全域に情報発信をおこなったことから、遠方からも一般消費者が詰めかけられ、賑わいの創出に繋げることができた。

また、これらのイベント開催にあたり、経営指導員による支援を通じて、消費者を上手く店舗へ誘導させていく仕組みをつくることで、入店による客単価の上乗せにも寄与することができている。

100円商店街の実施にあたっては、基本的に商店街の主体性を優先に考え、商品構成や課題解決に向けてアドバイス・支援をおこなった。

八尾の地域資源を活かした商品の創出ならびに八尾ブランド化構築を目的に【YAO COLLECTION 2012（愛称：八尾コレ2012）】を開催。テーマを「八尾らしいスイーツ」とし、飲食店・小売店を中心に参加募集を行い、八尾の地域資源を活用した各店舗の既存商品もしくは販売予定商品を出品。審査にあたって著名人をはじめ一般消費者を招聘して試食審査をおこない、広報媒体を通じて八尾ブランドを八尾市内外に向け幅広く情報発信をおこなった。

## (3) 事業を実施した効果、所管地域の活性化の状況

展示商談会においては、昨年に引き続き、関西三都ビジネスフェアとして他府県にまたがる広域連携事業を、当所を中心として開催することができた。

製造品出荷額が府内第3位である八尾市の工業力や、全国シェア1位の歯ブラシ産業など、当市ものづくり産業の認知度を向上させることができたことに加え、昨年を上回る名刺交換や商談などを通じて、効果的に自社製品力・技術力・サービス力などのPRや、新たなビジネスマッチングの創出に繋げることができたと考えられる。

次に、商業まつり・100円商店街イベントなどの開催を通じて、一般消費者の購買意欲の向上による客単価の上乗せや、市内商業イベントの一体感の創出による賑わいの演出にも資することができた。

マル経融資など資金繰りに関連する相談では、決算分析やヒアリングを通じて現状の問題点を把握していただき、計画的な資金繰りの重要性を認識いただくとともに、資金調達以外に取り組むべき課題を認識していただくことができた。販路拡大については、ものづくり企業に対する展示商談会への出展支援や小売業者を中心としたチラシ、WEB等によるPR支援などを行うことで、商業店舗の認知度向上や売上確保等に一定の成果を得ることができた。

相談事業においては、適切な課題の把握に努め、融資の活用など資金繰りの支援や、適正な経営状況の把握のための記帳支援、売上確保に向けた販路支援などを中心に進めた。

#### (4) 事業を実施した結果浮かび上がった課題

まず、商業イベントの実施にあたっては、どうしても商店事業者の主体性に欠けてしまい、事務局主導で作業を進める傾向が拭い去ることができない。主体性を持った商業事業者へ変化できるよう、意識改革に繋がる支援を検討していく必要があると考える。

商業者支援においては、店舗の老朽化や顧客の高齢化、大型店出店の影響、ライフスタイルの多様化など、集客低迷・売上減少につながる要因も数多く、店主自体も高齢化し、商店街などの活力低下も問題となっている。地域の小規模商業者がとるべき戦略として、対象顧客を絞り込み、ターゲットに合わせた専門性、特徴などを構築することで量販店などとの差別化を図り、強みや魅力を消費者へアナウンスしていく必要がある。

あまりコストをかけられない小規模商業者の支援については、店舗改装や設備導入にあたっての資金調達支援、店舗PRの支援や店舗改善アドバイスなど公的支援サービスの活用を提案していく必要がある。

また、小規模製造業においては、下請け構造の末端を担っている現状があり、親企業の生産シフト、海外製品との競争にさらされるなど、取引条件の交渉においても不利な状況がなお続き、外部要因に大きく左右されている。

これからは、小規模事業者自身も下請けからの脱却や、自力で販路を求めていく営業力、提案力を持つことが必要であるが、販路開拓や資金繰りなどの実現に向けたサポートとして、相談事業、地域活性化事業など公的な支援策の実施は不可欠であると考えられる。

#### (5) 来年度への取り組み

25年度は、上記事業者が抱える課題の把握と解決、施策のPR・情報提供を継続的に行いながら、約300社に対して企業カルテ・サービス提案書の作成を行い、付随したサービスや施策の活用などを推進する。また、広域連携による総合展示商談会の開催や、東京で開催される専門展示会への共同出展などにより、八尾市産業のブランド力向上と、ものづくり企業のビジネスマッチング促進を図るとともに、ものづくり技術の向上や知的財産権に関する知識向上をめざしたセミナー等の開催を通じ、さらなるものづくりの向上を支援する。さらに、海外取引に関するセミナーの開催、関係支援機関との橋渡しなど、中小企業の海外展開に向けた取り組みも支援する。

このほか、商店街や個店の参加によるイベントの開催や、集客力向上に向けたセミナーの開催、さらには、地域資源を活用した新商品の開発支援などを通じ、地域の魅力向上を図るとともに、地域での購買促進、地域商業の活性化を図っていく。

各地域活性化事業の推進にあたっては、経営指導員間の連携、情報共有を図り、日頃の巡回・窓口相談とのリンクを強化することで、相談の効果、また地域活性化事業の効果を高める。

## 八尾商工会議所

## Ⅰ 経営相談支援事業

## 支援のポイント・成果

月に1回を原則として、随時、経営指導員による相談業務の推進、カルテの作成についての意見交換の場を設け、今後の支援方法などについてお互いに意見やノウハウを出し合いながら進めてきた。これにより、担当指導員が気付かなかった支援の方向性について見出すことができ、更なる手厚い支援に繋げることができている。

相談内容としては、受注の低迷や、それにもなう資金繰りに関するものが多く寄せられ、マル経融資については、前年を約1.4%上回る59件を推薦、その他公庫融資についても25件の斡旋をおこなうことができた。リーマンショック以降、借入依存度が高くなっている企業も増えており、追加融資が難しいケースも少なくないが、そうした事業者には、資金繰り計画の重要性を認識していただけるよう、決算分析などを通じ、融資利用による返済負担の増加など今後の資金繰りに与える影響をふまえ、資金繰り計画の策定などについてもあわせて支援を進めた。また24年度より創設された大阪府開業サポート資金（地域支援ネットワーク型）についても、4件の開業計画書策定支援を行い、うち3件の融資が実現するに至った。

販路支援については、展示会への出展支援、商店街イベントの開催支援など、地域活性化事業との連携を意識して進めるとともに、チャリやインターネットを活用した小規模小売店のPR支援も積極的におこなった。

創業相談については、事業を計画的に進めることの重要性、特に損益管理と資金管理の重要性や自己資金の考え方、販売計画の実現性について十分に検討していただくようアドバイスを心がけた。

海外ビジネス支援については、当所と大阪東信用金庫との間に、支援機関としての枠組みを構築し、機械・物流・貿易等の各商社、国内外金融機関、公的支援機関等と連携を図りながら、海外ビジネスに関する様々な相談に対応する支援事業を進めてきた。中国・東南アジアの投資環境に関するセミナーの開催や個別面談の実施なども行い、各企業が抱える課題の解決に向けて支援を進めた。

各支援の実施にあたっては、専門相談事業や、国の中小企業支援ネットワーク強化事業との連携を通じて、経営指導員の知識強化、意識強化も図ることができた。

支援メニュー	指標	目標数値	実績数値	達成率	事業評価
事業所カルテ・サービス提案	事業所	285	289	101.4%	5
支援機関等へのつなぎ	支援数	36	34	94.4%	5
金融支援（紹介型）	支援数	27	25	92.6%	5
金融支援（経営指導型）	支援数	58	60	103.4%	5
マル経融資等の返済条件緩和支援	事業所	1	1	100.0%	5
資金繰り計画作成支援	事業所	27	26	96.3%	5
記帳支援	支援数	41	41	100.0%	5
労務支援	支援数	24	24	100.0%	5
人材育成計画作成支援	事業所	2	2	100.0%	5
マーケティング力向上支援	事業所	21	21	100.0%	5
販路開拓支援	事業所	57	58	101.8%	5
事業計画作成支援	事業所	6	6	100.0%	5
創業支援	事業所	18	18	100.0%	5
事業継続計画（BCP）作成支援	事業所	0	0	#DIV/O!	3
コスト削減計画作成支援	事業所	11	12	109.1%	5
財務分析支援	事業所	1	1	100.0%	5
5S支援	事業所	0	0	#DIV/O!	3
IT化支援	事業所	3	3	100.0%	5
債権保全計画作成支援	事業所	0	0	#DIV/O!	3
結果報告	事業所	226	223	98.7%	5

## Ⅱ 専門相談支援事業

## 支援のポイント・成果

経営指導員による日頃の巡回、窓口相談のなかで、専門的な知識が必要な高度な課題・問題について、専門家による適切なアドバイスを実施することで、事業者の課題解決を支援する。

法律問題については、債権回収や取引にかかるトラブルなど、企業運営に大きな影響を与える問題であり、高度な知識を必要とする分野であり、また税務手続き等についても零細企業にとって重要なウエイトを占め、かつ難しい手続きであることから、各分野のスペシャリストである専門家による相談支援体制は不可欠であると考えられる。

さらに、中小企業が経営革新に取り組むにあたり、ビジネスプラン策定などについて、専門家によるアドバイスを行うことで、計画の実現性を高めることができる。

このほか、労務問題、知的財産の問題、IT・パソコン活用など、高度な課題に適切に対応するため、専門家によるサポートは必要がある。なお、専門家への相談へ繋ぐまでの前捌きとして、経営指導員が状況についてヒアリングをおこない、問題の切り分けを行うことで、相談支援の効果を高める。専門家への相談について敷居が高いと感じている事業者が多いが、専門家活用の大きなキッカケとなる。

税務相談については、年末調整や確定申告など、事業者の義務である諸手続きをサポートし、数値の確認を通じた経営状況の把握や適切な各種諸手続きを実施支援するとともに、納税意識の向上にも役立った。

事業名	新規/継続	指標	目標数値	実績数値	達成率	事業評価
法律	継続	相談件数	12	13	108.3%	5
税務	継続	相談件数	150	220	146.7%	5
労務	継続	相談件数	3	8	266.7%	5
特許	継続	相談件数	3	7	233.3%	5
登記	継続	相談件数	3	3	100.0%	5
経営	継続	相談件数	25	8	32.0%	3
パソコン・IT	継続	相談件数	48	31	64.6%	4

## 八尾商工会議所

## Ⅲ 地域活性化事業

## 支援のポイント・成果

当地域の特徴である高度な技術力を有するものづくり企業のPRと販路拡大支援、新たな取り組みの促進と、地域密着型小売店舗の支援を中心として進めた。

八尾市産業を広くPRし、市内企業のビジネスマッチング促進を目指して開催した展示商談会は、大阪東部地区の商工会議所・商工会のほか、兵庫県の商工会議所・商工会、京丹後市商工会、〇〇(株)との連携が実現し、「関西三都ビジネスフェア2012」として、前回より参画エリアを拡大して開催することができた。

広域連携による相乗効果により、会期中は9,718名と前年比で微増に留まったものの、名刺交換等を含む引き合い件数は16,883件(全体)に達し、前年比で62.9%の増加(全体)となったことで、非常に活発で実りのある充実した展示商談会となったと考える。これは、各種広報媒体を活用した周知活動をはじめ、各主催団体のネットワークを活用した効果的な情報発信や出展者サイドの積極的な営業活動により、イベント情報を効果的に波及させることに繋がったことが要因として考えられる。

また、展示商談会の開催に先駆け、府内5箇所で開催者説明会・出展者セミナーを開催。出展者セミナーを通じて展示方法や商談成約率向上に向けた営業手法のスキル習得に向けたアドバイスをおこなうなど、1件でも多くのビジネスのキッカケができるようサポートをおこなった。

会期中の併催事業として、著名講師によるビジネスセミナーを開催。来場者の集客による販わいの創出とビジネスマッチングの促進に寄与することができ、初日終了後に開催した出展者交流会についても、出展者同士の交流機会を設けることで、人的交流の促進を通じてビジネスマッチングに繋げることもできた。

商業店舗販売促進事業では、活力低下が懸念される商店街のにぎわい創出を目的として、集客効果のあるイベントの開催を支援するべく、一般商店184店舗、商店街12団体、小売市場5団体、大型店2店舗から計763店舗が参画し、7月14日から約2週間にかけて【八尾商業まつり】を開催し、そのうち一部の商店街において【100円商店街事業】も同時開催した。そのうち【100円商店街事業】を進めるにあたり、商店会等を対象としたセミナーを開催。開催した商店街より、実施にあたっての手法や留意点などに関するレクチャーや協議をおこなったことで、課題は残るものの、上手く立ち回ることができた。

開催期間中は新規来店者の獲得や集客の向上に繋がりを、2割程度売上高が向上したという店舗もあるなど一定の効果が得られている。

また、11月下旬～12月上旬の2日間において、市内商店街、小売市場にて【あきんどまつり】を開催。開催日限定の特価品販売や抽選会など購買意欲の向上に繋がるイベントを実施し、販わいの創出に繋がった。

また、八尾の地域資源を活かした商品の創出ならびに八尾ブランド化構築を目的に【YAO COLLECTION 2012(愛称:八尾コレ2012)】を開催。テーマを「八尾らしいスイーツ」とし、飲食店・小売店を中心に参加募集を行い、八尾の地域資源を活用した各店舗の既存商品もしくは販売予定商品を出品。審査にあたって著名人をはじめ一般消費者を招聘して試食審査をおこない、八尾ブランドとして八尾市内外に向け情報発信をおこなった。

ものづくり技術向上支援事業では、府立産業技術総合研究所やデザインセンターなど支援機関と連携し、新エネルギー環境セミナー、プレス加工技術セミナー、デザインセミナー、プラスチック成形加工セミナー、金属熱処理法セミナーなどの技術セミナーを開催した。

基礎知識を習得していただくことで、技術的知識の向上や、今後の製品開発への発想方法などについて理解していただき、新たな取り組みへの意欲向上をはじめ、自社としての環境問題への配慮や今後の製品開発への意欲を高めていただくことができた。参加者からは専門的・具体的なテーマ設定により、現場で活用したい、教育にも活かせるといった声も多く寄せられている。

海外取引支援事業は、中国、東南アジア地域の投資環境等をテーマにしたセミナーを開催し、それぞれ一定の参加者を得ることができたことから、自社の今後の経営判断の参考となつたとの意見も多数いただくなど、海外ビジネスへの関心の高さが伺えた。

また、個別支援については、各方面の支援機関との連携を図りながら、海外ビジネスに関連した参考情報の提供やコーディネートなどをおこなうことで、課題解決に向けて現状から一歩前進させることに寄与できていると考える。

## (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
	商業店舗販売促進事業 (100円商店街勉強参加店舗数)	30	24	80.0%	73	販売促進への取り組み意欲向上割合	70%	73.6%	105.1%	4
	商業店舗販売促進事業 (八尾商業まつり参加店舗数)	100	115	115.0%						
	商業店舗販売促進事業 (八尾商業まつり等参加団体数)	15	17	113.3%						
	地域商業情報発信事業 (商業PRサイト新規登録件数)	70	68	97.1%	78.5	チラシ掲載により新規客を獲得した店舗の割合	70%	58%	82.9%	4
	地域商業情報発信事業 (フリーペーパー掲載店舗数)	65	67	103.1%						
	ブランド化推進事業 (出展支援をおこなう支援企業数)	8	9	112.5%	68.8	出展目的の達成度	80%	83.3%	104.1%	5
	ブランド化推進事業 (名刺交換・引合等による波及効果の件数)	1,600	1,530	95.6%						
	情報化支援事業 (セミナー参加企業数)	26	28	107.7%	91.6	【人材交流型】アンケートでの導入予定割合	70%	85%	121.4%	5
	情報化支援事業 (セミナー参加企業数)	78	93	119.2%	85.8	【人材育成型A~C】アンケートでの導入予定割合	70%	86%	122.9%	
	集客UPセミナー	20	19	95.0%	89.5	販売促進への取り組み意欲の向上割合	80%	100%	125.0%	5
	地域資源活用促進事業 (参加店舗数)	20	15	75.0%	88	商品販売意欲の向上割合	80%	80%	100.0%	4
	地域資源活用促進事業 (八尾ブランド見世物市来店客数)	1000	1,399	139.9%						
○	経営革新セミナー	15	21	140.0%	90	経営革新への取り組み意欲の向上割合	80%	83.3%	104.1%	4

○	モノづくり技術向上支援事業	100	93	93.0%	95	事業に活用したいと回答した企業の割合	80%	88.6%	110.8%	4
○	創業セミナー	10	16	160.0%	78.7	創業意欲が向上した参加者の割合	70%	90%	128.6%	4
○	薬事申請・医療機器セミナー	10	15	150.0%	77	薬事法などに対する理解度の向上割合	80%	88%	110.0%	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
	大阪東部ビジネスフェア（出展支援）	146	153	104.8%	68.46	商談・引合等による波及効果数	10000	12349	123.5%	5
	大阪東部ビジネスフェア（ビジネスセミナー）	200	277	138.5%	92.5					
○	海外展開支援事業（個別支援）	20	15	75.0%	75	セミナー参加者についての海外ビジネスに関する理解度向上割合	80%	86.1%	107.6%	4
	海外展開支援事業（セミナー）	75	65	86.7%	85.5					

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

八尾商工会議所

事業名	商業店舗販売促進事業	
想定する実施期間	24 年度～ 年度まで ※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること	
事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	一般消費者の購買スタイルが変化している現代において、大型商業施設へ足が向かう消費者が増加の一途を辿っており、八尾市内小規模商業店舗においての消費は減少傾向にある。そこで一般消費者が八尾市内小規模商業店舗においてイベントを実施することで消費意欲を掻き立て、商業活性化を目指した。	
支援する対象 (業種・事業所数等)	八尾市内小規模事業者(小売業・飲食業・サービス業 計約5,100社) 商店街13団体・小売市場5団体	
事業の概要  実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>【100円商店街勉強会】</p> <p>昨年度八尾市内において100円商店街を実施した店主を招き、100円商店街の実施手法について説明を行っていただいた。100円商店街については商店街の活性化だけでなく、個店としての販促事業として考えることができ、日常の販売活動にも繋げてもらうことができた。</p> <p>【商業まつり・100円商店街の実施】</p> <p>市内事業者の参加によるセールイベント「八尾商業まつり」を開催。参加店(個店及び商業団体)にて買い物をした消費者に抽選券を配布した。消費者とのコミュニケーションをとる一助となり、一般顧客にも店舗を認知してもらうことができ、店舗の良さを実感してもらうきっかけとなった。同イベントの開催にあわせ、数箇所にて100円商店街を実施し、消費意欲の向上につなげることができた。100円商店街の実施にあたっては、基本的に商店街の主体性を優先し、実施にあたっての不安や商品構成についてアドバイス・支援を行った。</p> <p>今年度については昨年作成したイメージキャラクターなども使用しながら消費者に対し、幅広く事業PRを行った。</p> <p>【第14回八尾商業まつり実績】</p> <p>実施期間：平成24年7月14日(土)～7月31日(火)</p> <p>実施方法：八尾商業まつり参加店でのお買い上げ金額に応じて、抽選券(スクラッチカード)を進呈。尚、抽選券は、お買い上げ金額、千円につき1枚を原則とするが、各店舗の事情によって独自の進呈方法も可能とした。抽選券は1枚10円で販売。抽選券による当選は、八尾商業まつり参加店で使用できる金券を用意した。</p> <p>参加事業所数：一般商店184店舗、商店街12団体、小売市場5団体、大型店2店舗。 ※184店舗+371店舗(商店街)+58店舗(小売市場)+150店舗(大型店)=763店舗</p> <p>抽選券販売枚数：452,800枚</p> <p>【100円商店街】</p> <p>実施団体：北本町中央通商店会、北本町がんばる商店街</p> <p>実施時期：平成24年7月14日(土)</p> <p>【あきんどまつり】</p> <p>八尾市内の商店街および小売市場において開催するイベントの支援を行った。</p> <p>実施時期：平成24年11月29日(金)</p> <p>実施内容：八尾商店会連合会加盟の商店街においてボックスティッシュの販売を行い、各商店街の数店舗において特価品を設け、来街者の増加を図った。</p> <p>実施時期：平成24年12月6日(木)</p> <p>八尾小売市場連合会加盟の小売市場において、スクラッチカード方式抽選会を実施し、売</p>	
	①府施策連携	
	②広域連携	
	③市町村連携	八尾市から180万円の負担をいただいている。また公共施設へのポスター掲示や商業まつりのオープニングイベント時には人的支援をいただいた。
	④相談相乗	商業まつり参加店からは29事業所の個別支援を行っている。

	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)	24	支援実績率	80.0%	満足度	90.0%	
事業の実績／目標達成度	目標の達成度  (支援企業をどう変化させることができたか)	<p>【100円商店街勉強会】 昨年度100円商店街を実施した店主により、商店街加盟店へ100円商店街の実施手法について説明をいただき、100円商店街を実施された商店街もある。</p> <p>【商業まつり・100円商店街の実施】 本事業を活用され、売り上げが約20%増加した事業所もある。また多くの事業所が消費者とのコミュニケーションをとる一助とされ、リピーター確保の可能性を高めることができた。</p> <p>100円商店街の実施により、来街者の増加ならびに新規顧客を獲得された店舗もある。</p> <p>【あきんどまつり】 商店街に関しては来街者の増加に繋げることができた。また商店街によっては特価品の販売時に商店マップを配布し、商店街PRにも繋げることができた。小売市場ではリピーターの獲得に繋げることができた。</p>								
		指標	販売促進への取組み意欲向上割合							
		数値目標	70%	実績数値	73.6%	目標達成度	105.1%			
	成果の代表事例	商業まつり参加店においては、消費者とのコミュニケーションをとる一助となり、今後リピーターになる可能性を高めることができた。また追加商品の購入などにより、売上が20%程度向上した事業所もある。								
	その他目標値の実績	目標値(計画)	15	目標値(実績)	17	目標達成度	113.3%			
	商業まつり参加団体が17団体であり、うち2団体が100円商店街を実施した。あきんどまつりに関しては、12商店街、5小売市場にて実施を行った。									
その他目標値の実績	目標値(計画)	100	目標値(実績)	115	目標達成度	115.0%				
	商業まつり参加事業所数の中でアンケートに協力いただいた事業所数。									
実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	八尾商業まつりに関しては、どこかの店舗で実施されているのかのPRが不足していたので、次回以降については、八尾商業まつり参加店をいかに打ち出していくかを検討していく。								



八尾商工会議所

事業名		地域商業情報発信事業																																					
想定する実施期間		16 年度～ 年度まで ※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること																																					
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	大型商業施設の台頭や消費者の都市部への流出などをはじめ、長引く消費低迷などを要因に、市内商業の活力が依然低迷している。消費者を呼び込むには、各商業店舗の持つ個性・強み・魅力を幅広い消費者に情報発信し、「八尾のまち」は元気で魅力ある街との印象を押し出す必要があると考える。そこで、個々の店舗が持つ優れた魅力の継続的な情報発信は重要と考え、フリーペーパーへの掲載、HP作成支援ツールの活用提案を進め、ネット等による情報発信を通じ、個々の活力が市内商業全体の活性化へとつながることを目指した。																																					
	支援する対象	消費者に対してサービスの提供をおこなう小規模事業者（飲食業、小売業、卸売業、サービス業等）事業所数は約1,000社																																					
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>【商業PRサイト】</p> インターネット・携帯端末を利用し、事業所PRを行うことができる媒体の作成を支援した。 また、この事業を通じて小規模事業者同士の競争意欲をかきたて、自己をブラッシュアップしてもらうことにより、集客向上に繋がる魅力ある店舗づくりを促進させることができた。 <b>カルテ化 23件</b>																																					
		<p>【得得チケット】</p> 年に3回フリーペーパーを発行し、新聞折込等により市内全戸配布を行う。地域商業の活性化として実施する。販売促進・PR活動を支援する一助とする。地域店の良いところを知っていただき、地域での消費拡大へと繋げることができた。 発行時期 平成24年6月27日・平成24年10月31日・平成25年2月27日 発行部数 各期104,000部（のべ312,000部） <b>カルテ化 22件</b>																																					
		<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> <table border="1" style="width:100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width:10%;">①府施策連携</td> <td colspan="7"></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相談事業相乗</td> <td colspan="7">掲載内容について、どのように記載していけばPR効果が高まるかなど、実際の内容に関する相談対応を行った。</td> </tr> </table>								①府施策連携								②広域連携								③市町村連携								④相談事業相乗	掲載内容について、どのように記載していけばPR効果が高まるかなど、実際の内容に関する相談対応を行った。				
①府施策連携																																							
②広域連携																																							
③市町村連携																																							
④相談事業相乗	掲載内容について、どのように記載していけばPR効果が高まるかなど、実際の内容に関する相談対応を行った。																																						
計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	70	支援企業数(実績)	67	支援実績率	95.7%	満足度	69.5%																															
事業の実績／目標達成度	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	<p>【商業PRサイト】／【得得チケット】</p> インターネット・携帯端末を利用し、事業所PRを行うことができる媒体の作成を支援した。 また、この事業を通じて小規模事業者同士の競争意欲をかきたて、自己をブラッシュアップしてもらうことにより、集客向上に繋がる魅力ある店舗づくりを促進させることができた。 またフリーペーパー発行掲載という限られた紙面ではありながらも、商品・サービスのPRを発信することができた。また、同時掲載事業所同士を参考にして掲載内容を検討されるきっかけともなった。 また単一事業所で行うと、相当な費用負担が生じる事業所PR方法である両支援を通じて、事業所自身や営業内容、商品・サービスのPR方法、優待内容といった簡潔かつアピール力のある広告内容について考えるきっかけを事業所が得ることとなった。 また、実際にPR手法として取り入れることで、実際の効果があったり、効果を実感できなかった事業所にとっても、PR方法を再度見直すきっかけとなった。 <table border="1" style="width:100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td>指標</td> <td colspan="7">チラシ掲載により新規客を獲得した店舗割合</td> </tr> <tr> <td>数値目標</td> <td>70%</td> <td>実績数値</td> <td>58%</td> <td>目標達成度</td> <td colspan="3">82.9%</td> </tr> </table>								指標	チラシ掲載により新規客を獲得した店舗割合							数値目標	70%	実績数値	58%	目標達成度	82.9%																
	指標	チラシ掲載により新規客を獲得した店舗割合																																					
	数値目標	70%	実績数値	58%	目標達成度	82.9%																																	
成果の代表事例	<p>【商業PRサイト】</p> 新規オープンしたがホームページを持っていなかったため、PR用のページが出来て良かった（飲食店・雑貨小売店ほか複数件）など <p>【得得チケット】</p> 多数の新規顧客の獲得につながった（飲食物小売業）、新規開店による新規顧客の獲得ができ、店舗として良好な滑り出しができた（飲食物小売業）、新規客からの口コミでさらに新規のお客様に来て頂くことができた（服飾小売業）など																																						
その他目標値の実績	目標値(計画)	65社	目標値(実績)	67社	目標達成度	103.1%																																	
		平成24年6月および10月分得得チケット有効期間終了後に実施したアンケート回答事業所数																																					

実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	【商業PRサイト】 PR効果は長期的なものとなるため、満足度が低い。また事業所自身が掲載についてPRできる媒体を完成させることが遅かった。今年度以降はPR媒体としてPRカードを作成しているため、事業所からのPR方法を確立させていきたい。 【得得チケット】 掲載については概ね好評であったが、申込が殺到したため、締切を待たずにキャンセル待ちが発生してしまった。掲載枠の増加を行い、多くの支援事業所数の確保に努めたい。
------	--	--

八尾商工会議所

事業名		ブランド化推進事業							
想定する実施期間		24 年度～ 年度まで ※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること							
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	現在、八尾市の産業及び八尾の事業所PR及び販路拡大のため、毎年1回、総合展示商談会「ビジネスマッチング博」をマイドームおおさかで開催している。しかし、八尾市の産業及び八尾のものづくり事業所は、大阪では一定の認知はされているものの、その他の地方での認知度は低く、八尾市産業の発展には、八尾のものづくり技術を広くPRする必要があり、平成24年度は、東京に絞り込みPRを実施する。							
	支援する対象	八尾市内のものづくり企業8社							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>◇専門展示会「機械要素技術展」の出展小間を買い上げ、八尾市、八尾商工会議所及び事業所ブースを設け、八尾市産業並びに事業所PRを実施する。</p> <p>■展示会名称 機械要素技術展・・・東京ビッグサイト（6月開催、3日間）                  ■来場者数 75,015名（機械要素技術展全体）                  ■日時 平成24年6月20日（水）～22日（木）3日間                  ■小間数 4小間（6m×2.7m/小間）を確保し、10小間に分割。                  ※事業所ブース・・・9小間/産業PRブース・・・1小間/                  ■事業所ブース 市内ものづくり企業9社各企業の商品・製品の展示・実演等を実施。                  ■地域産業PR 地場産業などのPRを実施。約2,000名に対しPRパンフ等を配布                  また、八尾を代表するものづくり企業（国の表彰を受けた企業など）を紹介する映像を放映し、八尾のものづくりをPR</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	八尾市が150万円を負担。市内ものづくり産業のPRを図るべく、八尾市産業政策課と協議しながら企画・運営を実施。当日は、八尾市担当者とともに、八尾市産業PRブースを運						
	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)	8	支援企業数(実績)	9	支援実績率	112.5%	満足度	68.8%
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・はじめての試みであったが、当初計画を上回る9社の出展を得ることができた。</li> <li>・少人数で対応していた出展者もあり、来場者に対して十分な対応ができなかったとの声もあったが、それだけ来場者からの反応が多かったといえる。</li> <li>・次年度も参加したいとの声も多くよせられており、一定の成果を感じておられる企業が多い。</li> <li>・次年度は人員を増やして対応したいとの声や、東京営業所の開設を検討したいとの声もあり、取引先獲得に対する意欲向上につながっている。</li> </ul>							
		指標	出展目的の達成度						
		数値目標	80	実績数値	83.3%	目標達成度	104.1%		
	成果の代表事例	<ul style="list-style-type: none"> <li>・大手企業からの引き合いなども多数寄せられている。また、テレビ局からの取材依頼があった出展者もあり、メディアからの注目も高い。</li> <li>・東京営業所の開設を検討したいとの声も出ている。</li> </ul>							
その他目標値の実績	目標値(計画)	1,600	目標値(実績)	1,530	目標達成度	95.6%			
	名刺交換・引合等による波及効果の件数								
実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするか)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・応募が定員を超えた場合の対応方法について検討（応募定員を増やすための小間配置の検討、出展基準の明確化・整備）</li> <li>・良い出展位置の確保（主催者であるリードジャパンとの交渉）</li> <li>・今年度の結果をふまえた出展者への情報提供（八尾ブースへ人を引き込んでいくためのブース装飾、当日の人員体制・展示方法など）</li> <li>・ブランド力向上のための、コンセプトの検討</li> </ul>							

八尾商工会議所

事業名		情報化支援事業													
想定する実施期間		24 年度～ 年度まで ※複数年段階の実施事業は別紙にて計画を提出すること													
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	小売・サービス事業者対象に、近年注目されている無料で利用できるFacebook等のSNS、メールマガジンやブログを利用した広報・販促活動や自社PRのために増加の一途をたどるホームページ開設およびEC(ネットショップ)での出店を目指す。ホームページ・ECについてはホームページ制作支援ツール付きで1年目の使用料が無料のGoogle、KDDI、中小企業基盤整備機構の連携サービス「みんなのビジネスオンライン」を活用していく。現状として情報化する市場に対し、資金・技術・人的資源で優位な大企業と戦力格差ができてつつある小規模事業者の現状がある。そこで費用をかけずに現状の事業主・従業員をもって今の情報化した市場に対応できるレベルに到達する支援を行う。													
	支援する対象 (業種・事業所数等)	これからSNSやホームページ等を運営により広報・販促などを行っていききたい小売・サービス業(飲食業等を含む)の7,000件を主な支援対象とする。													
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>【日程】8月、9月、10月、11月(各月1テーマでセミナー開催)                      【時間】18:30~20:30&lt;2時間&gt;(サービス業・小売業の参加しやすい時間帯)                      【受講費】各セミナー 3,000円                      【内容】</p> <p>&lt;8月&gt;7日、21日、28日(全て火曜日)                      顧客とのコミュニケーションセミナー(Facebook活用)&lt;全3回&gt;                      【人材交流】①無料で始める超簡単「Facebook」活用の魅力                      ②「Facebook」活用でお客の心をつかむツボ                      ③やってみよう!心をつかむ「Facebook」(参加者同士の交流研究回)                      講師:株中嶋商店 中嶋 茂夫 氏                      ※ カルテ化 8件</p> <p>&lt;9月&gt;11日、18日(全て火曜日)                      顧客へのアプローチセミナー(ブログ・メールマガジン活用)&lt;全2回&gt;                      【人材育成A】①アクセスが伸びる!集客できる!アメブロ講義                      ②読んで楽しいメールマガジン講義                      講師:①中嶋商店 中嶋 茂夫氏                      ②集客支援(株) 講師 岡本 士郎氏                      ※ カルテ化 1件</p> <p>&lt;10月&gt;9日、16日(全て火曜日)                      ホームページ&amp;ネットショップチャレンジセミナー&lt;全2回&gt;                      【人材育成B】①こんなに簡単にできる「みんなの」活用(ホームページ作成編)                      ②こんなに簡単にできる「みんなの」活用(ネット店舗開店編)                      講師:ITコーディネーター 生田 勝氏                      ※ カルテ化 1件</p> <p>&lt;11月&gt;                      目を引くホームページデザインセミナー&lt;全2回&gt;                      【人材育成C】①こんなデザインがお客の目をひく!ホームページ(基本編)                      ②こんなデザインがお客の目をひく!ホームページ(応用編)                      講師:AISHA 伊東 美沙貴氏                      ※ カルテ化 1件</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</td> <td></td> </tr> <tr> <td>②広域</td> <td></td> </tr> <tr> <td>③市町</td> <td></td> </tr> <tr> <td>④相談相乗</td> <td>販促効果等に影響する情報コンテンツについて、実際の活用を行っていくことや、自社での活用方法などについての相談があった。</td> </tr> </table>							①府施		②広域		③市町		④相談相乗
①府施															
②広域															
③市町															
④相談相乗	販促効果等に影響する情報コンテンツについて、実際の活用を行っていくことや、自社での活用方法などについての相談があった。														
計画に対する実績(数値)	支援企業数(計画)	26	支援企業数(実績)	28	支援実績率	107.7%	満足度	85.8%							
事業の実績/目標達成度	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	<p>【8月:顧客とのコミュニケーションセミナー(Facebookの活用)】                      Facebookについて、個人アカウントの登録を74%の参加者が行っていたが、その他のコンテンツについては50%以上が利用したことがない状況であった。しかし、セミナーを経験していく上で、新たなコンテンツについて利用ないし関心を持ったと回答。また、公式コンテンツの利用方法の説明が充実していないこともあり、改めて適切な使用方法や利用ルールやマナーに従った活用方法について初めて意識を持ったと回答する事業所もあった。</p> <p>メインとなるFacebookを活用した交流については、代表者・従業員としての個人の魅力発信(事業所のマンパワーの発信)やFacebookページのコンテンツを利用した店舗のPR方法を学びながら、事業所同士お互いにPRを行った。参加者同士、別業種の事業者からのヒントを得ながら、発信内容となる個人の魅力や事業所のウリについて、ブラッシュアップを行った。</p> <p>自己認識している部分とは違う魅力やウリとなる点について、認識が出来るようになった。</p>													
	指標	セミナーの内容についての導入予定率													
	数値目標	85%	実績数値	70%	目標達成度	121%									

	成果の代表事例	<ul style="list-style-type: none"> <li>●今回のセミナーを通じて、事業PR内容に魅力を感じてくれた参加事業所と、実際に商談が始まった。</li> <li>●Facebookに限らず、発信する情報のセルフブランディングについて意見をもらえたことが今後のアピールポイントとして役立った。</li> <li>●ターゲットに応じたマーケティング・PR方法が無料で出来るようになった。</li> </ul>							
	その他目標値の実績	目標値(計画)		目標値(実績)		目標達成度			
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)	26	支援企業数(実績)	25	支援実績率	96.2%	満足度	80.7%
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	<p>【9月：顧客へのアプローチセミナー（アメブロ・メルマガの活用）】  個人利用を含め46%の参加者がブログを利用したことがなかったが、ブログの活用方法について学ぶことが出来た。ブログを利用していなかった事業所について導入を検討した事業所は、100%となった。また、活用方法については導入済みの事業所を含めて、ブログの活用をしないと回答した事業所は96%となった。  メールマガジンについても42%の参加者が活用していないと回答。DM郵送と比較しても、手軽で、コストをかけずにPRできること、リピートユーザーを自事業所のファンにしていく方法が分かった。Facebookやアメブロからの運用展開についても学んだ。  メールマガジンの導入やメールマガジンの見直しといった、本セミナーの内容を受けて、メールマガジンについてアクションを起こした事業所は76%となった。</p>							
		指標	セミナーの内容についての導入予定率						
		数値目標	85%	実績数値	70%	目標達成度	121%		
	成果の代表事例	<p>ブログの活用＝宣伝記事を書くだけとの認識をしていたが、キーワードやアクセス数、ホームページへの誘導など様々な手法をPDCAサイクルに沿って、活用することが出来るようになった。  メルマガについて漠然と最新情報を送っていたが、自分の中でターゲットを定めた作り方や内容構成についての手法などが分かり、読みやすいメルマガがどういうものかが分かった。</p>							
その他目標値の実績	目標値(計画)		目標値(実績)		目標達成度				
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)	26	支援企業数(実績)	20	支援実績率	76.9%	満足度	83.1%
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	<p>【10月：ホームページ&amp;ネットショップチャレンジセミナー  (みんなのビジネスオンラインの活用)】  中小企業のホームページ保有率向上のために公開されたサービスである「みんなのビジネスオンライン」について、サービス内容を理解し、実際にホームページを持っていない、またはホームページを自作したいが技量が足りないといった事業所にホームページの作成に着手してもらう。  参加者の95%がサービスの利用をしていなかったが、そのうち95%の参加者がセミナー後に利用したいとの回答をした。実際に、1日目のセミナー後には、すでに参加者の24%がサービスの利用登録をしている。また2日目のネットショップについては現在ホームページを持っているが、自主更新作業ができず、うまく活用できないと感じている事業所も、簡単にネットショップを運営できる点について関心があり、是非活用したいと感じている。</p>							
		指標	セミナーの内容についての導入予定率						
		数値目標	70%	実績数値	74%	目標達成度	105.7%		
	成果の代表事例	<p>簡単にホームページの作成が行えるものがあると知り、今後編集や新規立ち上げに活用することが見込める。  今までのレンタルサーバ費用とホームページ管理費が1ヶ月に相当費用がかかっていたが、今後自分で編集を行うことで、タイムリーな更新が出来るほかコスト削減にも繋がれると思う。  今までネットショップを立ち上げるのは難しそうであったが、みんななら簡単に作る事ができるのを学ぶことができた。</p>							
その他目標値の実績	目標値(計画)		目標値(実績)		目標達成度				

	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	26	支援企業数(実績)	20	支援実績率	76.9%	満足度	85.0%
事業の実績／目標達成度	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	<p>【11月：目を引く！ホームページデザインセミナー】</p> <p>ホームページを作成する上で、継続的にホームページを見てもらうことが重要である。そのためにも、中小企業・個人事業のホームページはもともと保有率が低いことに起因するが、ホームページのデザインについて学んでいないことが多い。現在のホームページの有無に関わらず、どのようなホームページが魅力に感じられるかを学び、実際の制作に活かせるように学んだ。</p> <p>ホームページ保有事業所の70%が自社制作のホームページであったが、ホームページを作るにあたっての基本となる考え方やレイアウトデザインについての知識を得られたと55%の事業所が回答。</p> <p>今回のセミナーの応用編では女性にとって魅力あるデザイン構成・デザイン手法について知識が得られたと50%が回答。現状のホームページの魅力アップ（45%）や魅力の高いホームページの基本（35%）について学びたいとして参加された方が必要な情報を得られたと感じる。</p>							
	指標	セミナーの内容についての導入予定率							
	数値目標	70%	実績数値	98%	目標達成度	140.0%			
事業の実績／目標達成度	成果の代表事例	<p>まずホームページを作る上で心構えをすることが出来た。問合せをしてもらうことができるホームページ作りは、まず情報提供の内容も工夫して、その内容を理念を持って作らなければならないことが理解できた。</p> <p>”魅せ方”について、たくさんのヒントが得られた。特に写真についての工夫はしっかり行いたいし、サイト構成も良いヒントが得られたので実践していきたい。</p>							
	その他目標値の実績	目標値(計画)		目標値(実績)		目標達成度			
実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	<p>各セミナーについては受講者は高い満足度となっている。要因としてはタイムリーなテーマも多く、導入の検討をしたいが導入の仕方が分からない、導入したものの知識が無いため活用してこなかったなど、情報端末による広告・コミュニケーション用の情報ツールが活用できるようになったことは成果として挙げられる。</p> <p>ただ、同一テーマでの内容が事業所にとって欲しい情報とは限らないため、テーマの変更は常に念頭においておく必要がある。</p> <p>また、連続受講形式であったため、セミナーへの参加をためらう事業所もあった模様。セミナーの内容は興味があるが、受講したいテーマの日が受講できないかもしれないということもあり、受講申し込みしていない事業所もあった。テーマ毎の単発化を進めて行く必要がある。</p>							

八尾商工会議所

事業名		集客UPセミナー（小売店舗・飲食店・サービス業対象）																	
想定する実施期間		24 年度～ 年度まで ※複数年段階の実施事業は別紙にて計画を提出すること																	
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	長引く不況により、消費が低迷するなか、地域の小売店、飲食店などにおいては、客数、客単価の低迷により、厳しい経営状況が続いている。今後の安定した事業運営を考える上で、地域密着型店舗として、地域住民に対して効果的なPRを行っていくことが重要であり、具体的な取り組み方のアドバイス等、支援を行っていく必要がある。 店舗の地力を生かした、安売りに頼らない戦略的集客の基礎について習得する。																	
	支援する対象	集客向上を目指す小売、飲食、サービス業20店舗																	
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>●集客力UPセミナー</p> <p>【日程】 11月19日（月）、12月3日（月） 各2時間×2日間</p> <p>【講師】 促進堂 代表 酒井 吉貴氏</p> <p>【内容】 安売りや割引による販売促進に頼らず、「儲け」に繋がるように、安売りではなく、お店の商品やサービスの魅力、価値で勝負するためにはどのような考え方やどのような手法をとればよいかについて自店のことを実際に考えながら習得するセミナー。</p> <p>開催手法：1度目のセミナーにて各事業所に課題を提供。自由提出ではあるが、キャッチコピーや集客対策についての計画を実際に記入してもらい、2週間後の2日目のセミナー時にそれぞれのアドバイスを講師から行った。</p> <p style="color: red;">カルテ化 6件</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" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 20%;">①府施策連携</td> <td></td> </tr> <tr> <td>②広域連携</td> <td></td> </tr> <tr> <td>③市町村連携</td> <td></td> </tr> <tr> <td>④相談相乗</td> <td>セミナーの途中で出された課題に対して、真剣に取り組み、実際に自社へ取り入れることができた。また、実際に専門相談先を紹介した事業所もある。</td> </tr> </table>								①府施策連携		②広域連携		③市町村連携		④相談相乗	セミナーの途中で出された課題に対して、真剣に取り組み、実際に自社へ取り入れることができた。また、実際に専門相談先を紹介した事業所もある。		
	①府施策連携																		
	②広域連携																		
③市町村連携																			
④相談相乗	セミナーの途中で出された課題に対して、真剣に取り組み、実際に自社へ取り入れることができた。また、実際に専門相談先を紹介した事業所もある。																		
計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	20	支援企業数(実績)	20	支援実績率	100.0%	満足度	89.5%											
目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	<p>セミナー参加の目的としては販促・集客の考え方を得たい（65%）、実践的な販促・集客戦略の手法を知りたい（54%）、自店の魅力やウリの考え方を得たい（46%）との回答結果であったが、実際にセミナーを受講して、「安売りをしたくないと考えていたが、どのように自店の商品・サービスについてその値打ちをアピールしなければならないかが分かった」といった声や、「集客について考える上で、自店の掘り下げや継続の重要性、数値化の再検討を行っていかなければならない」と感じている事業所、「集客のターゲットを絞り、目的等の予定が立てやすくなる」と感じている事業所などがあつた。</p> <p>参加者のほとんどは「どのように集客について工夫すればいいかわからない」と考えている事業所であったが、1日目のセミナー受講後から「集客について取り組んだ～取り組むつもりである」と回答した事業所は100%であった。</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td>指標</td> <td colspan="4">販売促進への取り組み意欲の向上割合</td> </tr> <tr> <td>数値目標</td> <td>80%</td> <td>実績数値</td> <td>100%</td> <td>目標達成度</td> <td>125%</td> </tr> </table>								指標	販売促進への取り組み意欲の向上割合				数値目標	80%	実績数値	100%	目標達成度	125%
指標	販売促進への取り組み意欲の向上割合																		
数値目標	80%	実績数値	100%	目標達成度	125%														
成果の代表事例	申込事業所について：実際にもっと「ウリ」や「魅力」について深堀りしたいと感じたので、専門家相談事業を活用して、さらに講師に相談をしたいとの申込を行った。お客様に来て頂くためのあらゆる販促ツールについて、今までのキャッチコピーや表現方法などを見直すことが必要であると感じ、すぐに取り掛かった。今は集客計画を立てようと考えている。																		
その他目標値の実績	目標値(計画)		目標値(実績)		目標達成度														
実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	もっと同じ悩みを持った事業所同士の交流があつたほうがよいのではないかと感じた。実際、セミナー中に考えたコピーなどを講師以外にも見てもらったほうが、専門家以外の意見も得られるので、参加者同士のディスカッションがあつてもよかったと感じた。次回は参加者同士の意見交換が出来る場も考えたい。																	

八尾商工会議所

事業名	地域資源活用促進事業（八尾コレクション2012）							
想定する実施期間	24 年度～ 年度まで ※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること							
事業の目的 （現状や課題を どのような状態 にしたいか）	八尾市には八尾市固有の歴史資源、生産物や農産物といった地域資源は多いが、地域資源を活用した商品は決して多くない。そこで八尾市内の地域資源を活用した商品（既存商品も含む）をブランド化し、それを八尾商工会議所、八尾市が市内はもとより全国、更には海外に向けて発信し、地域振興、また商業の活性化に繋げていくことを目的とした。							
支援する対象	八尾市内菓子製造小売業 約130社・飲食業 約1,200社							
事業の概要 実施時期・具体的内容及び事業手法	<p>【YAO COLLECTION 2012（愛称：八尾コレ2012）】 八尾の地域資源を活かした商品の創出ならびに八尾ブランド化構築のため開催した。募集テーマを「八尾らしいスイーツ」とし、飲食店・小売店を中心に参加募集を行い、八尾の地域資源を活用した各店舗の既存商品もしくは販売予定商品を出品。選考方法はファーストセレクトとして書類選考、セカンドセレクトとして一般消費者を含めた試食審査を行い、人気の最も高い商品を選定した。出品された商品については八尾ブランドとして八尾市内外に向け発信した。</p> <p>商品応募期間 平成25年1月7日（月）～平成25年1月23日（水）八尾コレクション2012応募期間 平成25年1月18日（金）～平成25年2月8日（金）一般セクター公募期間</p> <p>平成25年2月6日（水）～平成25年2月13日（水）ファーストセレクト【書類審査】 審査項目に応じ、加点方式にて実施。 【審査員】 あまから手帖 編集顧問 門上 武司 氏、関西ウォーカー 編集長 玉置 泰紀 氏 八尾市消費問題研究会 会長 角田 禮子 氏、(株)そごう・西武 西武八尾店 店長 内川 久生 氏 【審査項目】 ネーミングセンス（0点～1点）、商品アピール・エピソード（0点～2点）、 地域資源活用のポイント（0点～3点）、出品者の熱意（0点～2点）、 ビジュアル（0点～2点）、普及性（0点～2点）、直感イメージ（0点～2点）</p> <p>平成25年3月9日（土）午後2時～午後3時 セカンドセレクト【試食審査】 審査項目に応じ、加点方式にて実施。 【審査員】 あまから手帖 編集顧問 門上 武司 氏、関西ウォーカー 編集長 玉置 泰紀 氏 八尾市消費問題研究会 会長 角田 禮子 氏、(株)そごう・西武 西武八尾店 店長 内川 久生 氏、八尾市長 田中 誠太 氏、八尾商工会議所 会頭 中西 啓詞 氏、他一般セクター18名 【審査項目】 ネーミング（0点～1点）、ビジュアル（0点～3点）、地域ブランド性（0点～3点） 普及性（0点～3点）</p> <p>平成25年3月9日（土）午後2時30分～午後3時 出品者試食交流会 平成25年3月9日（土）午後3時～午後3時30分 表彰式</p> <p>【「八尾バル」での枝豆メニュー提供企画】 地域での食べ歩きイベント「八尾バル」と連携し、市内飲食店31店舗（7月開催）、32店舗（3月開催）で、「枝豆」、「若ごぼう」をテーマとしたメニューの提供を実施。各店舗でバラエティに富んだメニューが考案され、合計1,399品（7月開催分）の販売・提供が行われた。</p> <p>実施時期：平成24年7月28日（土） 平成25年3月9日（土）</p>							
	<p>&lt;事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載&gt;</p> <table border="1"> <tr> <td>①府施策連携</td> <td></td> </tr> <tr> <td>②広域連携</td> <td></td> </tr> <tr> <td>③市町村連携</td> <td>八尾市産業政策課魅力創造室と連携し、一般セクターの募集や事業実施についてホームページや市政だよりを通じて広報支援をいただいた。</td> </tr> <tr> <td>④相談相乗</td> <td></td> </tr> </table>	①府施策連携		②広域連携		③市町村連携	八尾市産業政策課魅力創造室と連携し、一般セクターの募集や事業実施についてホームページや市政だよりを通じて広報支援をいただいた。	④相談相乗
①府施策連携								
②広域連携								
③市町村連携	八尾市産業政策課魅力創造室と連携し、一般セクターの募集や事業実施についてホームページや市政だよりを通じて広報支援をいただいた。							
④相談相乗								



	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	20	支援企業数(実績)	15	支援実績率	75.0%	満足度	88.0%
事業の実績／目標達成度	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・応募は33事業所53商品もの応募があった。</li> <li>・八尾ブランドの発信意欲の強い事業所が多く、八尾市内はもとより全国に対し販売をしたいと更に感じている事業所が多い。</li> <li>・自店で作った商品が八尾ブランドとして取り扱われることに喜びを感じ、更なる販売意欲の向上に結び付けることができた。</li> </ul>							
	指標	商品販売意欲の向上割合							
	数値目標	80%	実績数値	80.0%	目標達成度	100.0%			
	成果の代表事例	一般セクターが数名購入のため来店され、受賞商品以外についても購入された。また八尾コレの受賞に興味を持たれた消費者が、個人のウェブページで広めて頂いた方がいるなど波及効果があった。							
	その他目標値の実績	目標値(計画)	1,000	目標値(実績)	213	目標達成度	21.3%		
		積算根拠は八尾コレに参加し、八尾バルにも参加した企業数 4社 参加全店舗において八尾特産である「八尾枝豆」を使用した一品を消費者に対し提供した。							
実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	<p>八尾コレ出品商品の更なる幅広い周知活動が必要である。全国に対し、八尾ブランドをいかにPRしていき、八尾ブランド品を広げていくかが課題。</p> <p>消費者に対し、販売を行った数値が目標から下回った。理由として、八尾コレ参加店が八尾バルにも参加する割合が低かったため。今後、八尾コレ・八尾バル両事業への参加により販売促進の一環として、来店客の増加にも繋がるため、巡回等により継続的に参加促進を行っていく。</p>							

八尾商工会議所

事業名		経営革新セミナー							
想定する実施期間		22 年度～ 年度まで ※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること							
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	長引く不況により、経営資源が十分とはいえない小規模企業においては、受注減少、それにとともなう資金繰りの悪化など、厳しい状況が続いている。小規模企業の武器は、その獨創性であり、新製品や新サービスの開発など、新たな取り組みが、今後の成長の大きな鍵といえるが、それらの取り組みについて「経営革新計画の策定」という枠組みを活用して支援することにより、より実現可能なものとするを目的とする。							
	支援する対象	新たな事業展開への取り組みを検討している企業15社(全業種)							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	経営革新セミナー 八尾経営塾 3日間コース 【開催日時】平成24年8月22日(水)・24日(金)・30日(木) 18時30分～20時30分 【開催場所】八尾商工会議所 3階 中会議室 【講師】ケイ・コンサルティングサービス 代表 中小企業診断士 小西 正伸氏 <事業手法(①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果)の具体的な連携・効果を記載>							
	①府施策連携	大阪府経営支援課との連携により、参加者に対して経営革新計画の承認制度について周知を実施。経営革新に対する意欲向上を図るとともにそのツールとしての承認制度の概要について理解いただいた。							
	④相談相乗	今回のセミナーによってカルテ化した4件のうちの1件については、経営革新計画の策定は行わなかったものの、経営において新たな販促活動につながる情報提供などができた。またそれ以外についても事業計画や販路開拓の面での支援を行えた。							
事業の実績/目標達成度	計画に対する実績(数値)	支援企業数(計画)	15	支援企業数(実績)	21	支援実績率	140.0%	満足度	90
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	平成24年8月22日(水)参加者数22社26名 24日(金)参加者数23社27名 30日(木)参加者数20社23名 セミナー参加者のうち87%が「経営革新への意欲が高まった」と回答、また80%が「今後の経営判断の参考としての情報が収集できた」、65%が「自社の課題を把握することができた」と回答し、今回のセミナーが事業運営参考になったと回答している。また受講者の35%が「経営革新計画を策定してみたい」・「経営革新計画に関心がある」と回答しており、経営革新への意欲は一定高まったと考えている。							
		指標	経営革新への取り組み意欲の向上割合						
		数値目標	80%	実績数値	87%	目標達成度	108.8%		
	成果の代表事例	経営革新に興味を持たれた企業にアプローチを行ったところカルテ化できた企業に4社について経営革新計画の策定にまでは至らなかったものの事業計画や新たな販促活動といった内容の支援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 (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)	24年度は幅広く参加者を募り、経営革新への意欲向上をめざし比較的参加しやすい時間帯・3日間コースで開催し、一定の意欲向上を図ることができた。25年度は計画書作成にも取り組んでいただけるようなカリキュラム設定をし、今後の具体的な取り組み支援につなげていきたい。							

八尾商工会議所

事業名		ものづくり技術向上支援事業						
想定する実施期間		20 年度～ 年度まで ※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること						
事業の概要  実施時期・具体的な内容及び事業手法	事業の目的  (現状や課題をどのような状態にしたいか)	八尾市の製造業が発展してきたのは、小規模事業者が有する高度な技術力によるところが大きい。それを維持し、さらに高度化していくことが、今後のものづくり産業発展にとって重要である。そのため、技術人材の育成にかかる基礎技術、最新技術にかかる情報提供を継続的に行うとともに、個別の技術課題について、専門支援機関などと連携しながら、支援を行っていく。						
	支援する対象	市内製造業約3000社						
	<p>■新エネルギー環境セミナー (21社) ※ カルテ化 2件</p> <p>【日時】平成24年9月4日(火)</p> <p>【講師】山田 修 教授(大阪産業大学 専門:新素材合成、次世代ピークル燃料電池ピークルプロジェクト代表 )</p> <p>才原 篤 講師(大阪産業大学 専門:エコピークル概論 燃料電池ピークルプロジェクトアドバイザー)</p> <p>【内容】バイオマスガスからの水素の製造と燃料電池に活用するまでの流れや、公道走行が可能な燃料電池自動車の開発・設計や電気自動車と燃料電池車の共通点や違い、日本で3番目(自動車製造業以外では初めて)に公道走行を可能とした燃料電池車両「OSU T4」についての開発までの話をして頂いた。</p>							
	<p>■プレス加工技術セミナー (23社) ※ カルテ化 0件</p> <p>【日時】平成24年9月19日(水)午後6時～8時</p> <p>【講師】大阪府立産業総合研究所 加工成形科 リーダー主任研究員 白川 信彦 氏</p> <p>【会場】当所 3階 中会議室</p> <p>【内容】基本となるせん断・曲げ・絞り加工を中心に、トラブル対策などを交え、加工の原理や特徴をわかりやすく解説します。</p>							
	<p>■デザインセミナー (12社) ※ カルテ化 0件</p> <p>【日時】平成24年10月3日(水)午後6時～8時</p> <p>【講師】(有)アイ・シー・アイデザイン研究所 代表取締役 飯田 吉秋 氏</p> <p>錦城護謨(株) 代表取締役社長 太田 泰造 氏</p> <p>【会場】当所 3階 中会議室</p> <p>【内容】自社商品開発や自社ブランドの構築を目指すものづくり企業に新たな連携協力による商品開発について解説いただいた。</p>							
<p>■プラスチック成形加工セミナー (25社) ※ カルテ化 0件</p> <p>【日時】平成24年10月22日(月)午後6時～8時</p> <p>【講師】大阪府立産業総合研究所 加工成形科 主任研究員 吉川 忠作 氏</p> <p>【会場】当所 3階 中会議室</p> <p>【内容】プラスチック製品化にもっとも利用されることが多い「射出成型」のメカニズム、材料・金型・製品のポイントを解説していただきました。</p>								
<p>■金属熱処理法セミナー (12社) ※ カルテ化 0件</p> <p>【日時】平成25年1月31日(木)午後6時～8時</p> <p>【講師】大阪府立産業総合研究所 金属材料課 主任研究員 道山 泰宏 氏</p> <p>総括研究員 水越 朋之 氏</p> <p>【会場】当所 3階 中会議室</p> <p>【内容】厚い表面硬化層形成を実現するチタン合金の新しい熱処理法及び、ガス消費の著しい削減が可能な鋼の新しいCOガス浸炭熱処理法について解説をいただきました。</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>								
①府施策連携	大阪府ものづくり支援課、商工労働部新エネルギー産業課、産業技術総合研究所、産業デザインセンターと連携し、テーマ設定・講師派遣をしていただいた。							
②広域連携								
③市町村連携								
④相談相乗	昨今関心が高いテーマであるため、EV(電気自動車)やFCV(燃料電池車)に関わる部品製造業やガソリンスタンド、サービス業などの多岐にわたる事業者への情報提供ができた。							
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)	93	支援実績率	93.0%	満足度	93%

事業の実績／目標達成度	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・支援企業については、再生エネルギーとしての関心がある事業所は45%であり、廃材や食材廃棄分などもバイオマス化し、水素エネルギーに転用できることについての関心が大きく、特に水素エネルギーの1種の方法として廃棄物のエネルギー化ができることを学んだ事業所が多かった。</li> <li>・研究段階の製品分野になるため、構造や部品については情報が乏しく、新たなビジネスチャンスを事業所として得られた。</li> <li>・今回テーマとなっている燃料電池車は、実際に一般流通する製品になっていない点もあり、事業所にとっても現実味を感じられていなかった。しかし、実車を前にし、一般商品化の実現やインフラ整備の現実味について体感できた。</li> </ul> <p>プレス加工技術・プラスチック成形加工・金属熱処理セミナーなどの技術セミナーについては、基礎知識を習得していただくことで、不良品対策など、自社の製品トラブルを迅速に対応ができるようになり、また技術的知識の向上により新製品開発に活かしていきたいなど、今後の取り組みへの意欲も感じられた。またデザインセミナーについては、今後の製品開発への発想方法などについて理解していただき、新たな取り組みへの意欲が向上した。新エネルギーセミナーについては、燃料電池車の特徴や、関連製品の製造等に関する知識を習得していただくことができ、自社としての環境問題への配慮や、今後の製品開発への意欲を高めていただくことができた。</p>					
		指標	事業に活用したいと回答した企業の割合				
		数値目標	80%	実績数値	88.60%	目標達成度	110.8%
	成果の代表事例	<ul style="list-style-type: none"> <li>・現在、小型EVの製造に着手しているが、EVの構造・システムを一部に含む燃料電池車の製造も将来的には視野にいれるための知識を得ることが出来た。</li> <li>・廃材や廃棄物がエネルギーに変わるバイオマス化からの水素製造は今後地球環境を守るためにも、ビジネスを行うにあたって、絶対必要なエネルギーであると感じ、今後の事業方針を検討する機会を得られた。</li> <li>・「作業中において発生するトラブルなどを迅速に対応ができるようになり、自社製品の向上、効率化につながる」など、現場で実践的に活用できるとの声も多く聞かれたほか、取引先との相談、交渉や、アドバイスなどにも活用できるとの声もあった。</li> </ul>					
	その他目標値の実績	目標値(計画)		目標値(実績)		目標達成度	#DIV/O!
実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	<p>各事業所にとって、環境分野は関心の有無の差が非常に大きい。そのためにも事業所として、いかにビジネスチャンスになる分野か、コスト削減につながる分野になるかを喚起していく必要がある。</p> <p>セミナーは情報提供のための、核となる事業ではある。事業所の関心を向け、セミナー参加者を増やすことで効果的な情報提供が行えるため、実用化が目前ないし既に行われている分野を取り上げたテーマをセミナーのテーマにおくことで、参加者の拡大が出来る。</p> <p>金属熱処理・デザインセミナーについて、参加者の満足度は高かったが、想定した人数を下回った。次回開催では事業所のニーズ、また、今後必要と考えられる技術などの内容について検討を行い、テーマ設定を行っていきたい。今回受講いただいた企業に対しては、経営指導員が中心となって受講者フォローを行い、内容によっては、専門支援機関や専門相談なども活用しながら支援します。</p>					

八尾商工会議所

事業名		創業セミナー								
想定する実施期間		24 年度～ 年度まで ※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること								
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	不況による事業所数の減少は、地域経済の発展にとって大きな懸念材料であり、既存企業の経営改善を支援するとともに、創業にチャレンジする起業家を育てていくことが極めて重要な課題である。								
	支援する対象	八尾市内及び府内近隣地域での創業を目指す方（または創業後間もない方）								
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	八尾市内及び府内近隣地域での創業を目指す方（または創業後間もない方）を対象としたセミナーを開催し、創業意欲の向上、創業時の事業安定支援を図る。 日 時 平成24年9月5日（水）・10日（月）・13日（木）18:30～20:30 内 容 創業に必要な考え方、創業の手続き、事業計画の立て方 など 講 師 横山経営研究所 代表 中小企業診断士 横山 昌司 氏								
		<事業手法(①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果)の具体的な連携・効果を記載>								
		①府施策連携	大阪府商業・サービス産業課新事業創造グループと連携し、当日参加者へ大阪府が開催する起業家ナイトビューミーティングの参加者募集の説明を行った。また保証協会や政策公庫に周知を依頼するとともに、創業時の融資制度についても説明を行った。							
	②広域連携									
	③市町村連携									
	④相談相乗	カルテ化1件 セミナー後、創業に関する支援を行い創業に至った。								
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)	10	支援企業数(実績)	16	支援実績率	160.0%	満足度	78.75	
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	1日目 9月 5日 参加者16名 2日目 9月10日 参加者12名 3日目 9月13日 参加者11名  セミナー参加者の90%が「創業への理解度、創業への意欲が高まった」・「創業についてさらに詳しく知りたい」・「実際に創業計画を作成してみたい」といった回答があり、創業意欲が高まったと考える。								
		指標	創業意欲が向上した参加者の割合							
		数値目標	70%	実績数値	90%	目標達成度	128.6%			
	成果の代表事例	4名の受講者が「実際に事業計画書を作成してみたい」、3名が「すでに作成した創業計画をブラッシュアップしたい」との回答があったため、セミナー後アプローチを行ったが、実際には本業が忙しく時間的余裕がないとのことで支援までは至らなかった。但し前述のカルテ化企業については創業までの支援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 (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)	24年度は内容的に、グループワークを行うことで活発な意見交換がなされ参加者全体の理解度が深まった。しかし参加者募集の面では、当所の会報紙や、八尾市の市政だより、フリーペーパーへの広告掲載などを行ったものの、なかなか効果的な成果をえることができなかった。次年度はより効果的な参加者募集の方法を取っていきたい。								

八尾商工会議所

事業名		医療機器・薬事セミナー							
想定する実施期間		24 年度～ 年度まで ※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること							
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	八尾は、歯ブラシの生産高が全国第一位であり、多数の製造メーカーがあるが、関連産業として歯科技術所なども多数ある。また高度な技術力で、医療機器関連製品を製造する企業や、化学品メーカー、食品メーカーなども多数存在する。付加価値の高い新製品の開発に取り組むにあたり、薬事法への対応が必要となるケースなどもあり、基本的な知識習得のためのセミナーを開催した。							
	支援する対象	医療機器や関連製品、薬品、化学製品、食品などを取り扱う中小企業							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	医療機器や、薬品、関連製品などを取り扱うために必要な、薬事法にかかわる基礎知識を習得していただくためのセミナーを開催した。 ●日時 平成24年8月2日(木) 18時30分～20時30分 ●内容 薬事申請のポイント、大阪府の医薬品、医療機器相談事業 など ●会場 八尾商工会議所 3階 会議室 ●講師 大阪府バイオ振興課 湯澤 真 氏  またセミナー開催後、医薬品・医療機器に関する無料特別相談を開催し、バイオ振興課職員及び専門相談員に対応いただいた。 ＜事業手法(①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果)の具体的な連携・効果を記載＞							
		①府施策連携	大阪府のバイオ振興課と連携し、テーマ設定・企画・運営を行うとともにセミナー講師としてバイオ振興課湯澤氏をお招きした。またセミナー開催後、当所での無料個別相談を開催し、医薬品・医療機器に関する相談事業も行った。						
		②広域連携							
③市町村連携									
④相談相乗	セミナー後の無料相談会を行ったことにより6件がカルテ化につながった。								
事業の実績／目標達成度	計画に対する実績(数値)	支援企業数(計画)	10	支援企業数(実績)	15	支援実績率	150.0%	満足度	77
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	8月2日 参加者15社16名 初めてのセミナーであったが、当初の計画を大きく上回る16名の出席を得ることができた。 参加者の88%が「医療機器分野への関心が高まった」「医療機器分野参入への課題把握ができた」「今後の医療機器分野参入に向けた情報収集ができた」と答え、今回のセミナーにより薬事法などに対する理解度が向上したと考える。  9月20日 参加者6社7名 セミナー後に個別無料相談として開催。セミナー参加者だけでなく、新規相談者1件の獲得にもつながった。セミナーとは違い個別相談としたことでより、医療機器などに関する理解度が向上したと考える。							
		指標	薬事法などに対する理解度の向上割合						
		数値目標	80%	実績数値	88%	目標達成度	110.0%		
	成果の代表事例	相談申込企業：最近取得した業許可でどこまでの事業活動ができるのかが明確になった。 自社の製造技術が医療機器分野で通じることが分かった。との感想があった。							
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/O!			
実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	今回初めての試みで医療機器関連のセミナーを開催したが、想定していたよりも多くの参加者を得た。今回のセミナーの内容は基礎的な内容であったので、次年度については実際の相談事例などを交えたカリキュラム設定を行い、今後の具体的な取り組み支援につなげていきたい。							

八尾商工会議所

事業名	大阪東部ビジネスフェア
想定する実施期間	23 年度～ 年度まで ※複数年度段階の実施事業は別紙にて計画を提出すること
事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	高度な技術力、優れた製品を有しながら、小規模であるがゆえに知名度が低く、販売拡大になかなかつながらない企業が多い。そうした企業に対して、販路拡大の機会を提供するとともに、全国でも有数の工業集積を誇る大阪東部地区の産業を広くPRするため合同展示商談会を開催する。
支援する対象 (業種・事業所数等)	八尾市のほか、松原市、柏原市、守口市、門真市、大東市、四條畷市、寝屋川市、枚方市、交野市、藤井寺市、大阪狭山市、富田林市、河内長野市など東部大阪地域の企業を主な支援対象とする。 出展企業約146社に対して販路拡大の機会を提供するとともに、地域産業を広くPRすることで、小規模事業者を中心に、地域企業全体の取引促進につなげる。兵庫県内の商工会議所・商工会などとも連携し、相乗効果を高める。
事業の概要  実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>平成24年度については、前年度開催した主催構成であった大阪東部地域の各支援機関および兵庫県下の商工会議所等支援機関の他に、新たに京都エリアから京丹後市商工会、〇〇(株)が参画され、広域連携を通じた合同開催について協議を進めてきた。</p> <p>協議の末、【関西三都ビジネスフェア2012】と銘打ち、大阪・兵庫・京都の3地域による合同展示商談会の開催を実現させることができた。</p> <p>出展者の業種区分を、金属製品・部品、産業機械・電機機械・器具、化学・合成樹脂・紙・印刷、建設、生活関連・情報通信・サービス、産業支援・団体の6区分に分類。</p> <p>来場者に配慮した展示方法として、各地域別ではなく各業種ごとに纏めることで、広域連携による合同展示会事業の一体感を演出した。</p> <p>また、ビジネスセミナーの開催や広域的な広報活動により来場者招致にも努め、多数の来場者が詰めかけられ、展示会場内の賑わい創出や名刺交換を通じた商談機会の創出に繋げることができた。</p> <p><b>【展示商談会】</b>  <b>【会 期】</b> 平成24年11月28日(水)、29日(木)  <b>【会 場】</b> マイドームおおさか2階・3階  <b>【出展規模】</b> 154社・団体(全体で232社・団体)</p> <p><b>【出展者説明会および出展者セミナー】</b>  <b>【開催日】</b> 平成24年9月14日(金)～ 計4日間  <b>【場 所】</b> 八尾商工会議所他 計7会場  <b>【説明会】</b> 開催概要、搬入・搬出、展示・運営に関する説明をおこなう  <b>【セミナー】</b> 「展示会をもっと生かすために」をテーマに、八尾市中小企業サポートセンターの販路コーディネーターよりご講演をいただいた。</p> <p><b>【参加数】</b> 合計131社  <b>【他会場】</b> ※【9/14(金) 5社・団体】 京丹後市商工会  【9/19(水) 36社・団体】 姫路商工会議所  【9/21(金) 61社・団体】 八尾商工会議所50社(柏原と合同)、大東商工会議所8社(四條畷3社)  【9/24(月) 29社・団体】 守口門真商工会議所14社、北大阪商工会議所10社、松原商工会議所5社</p> <p><b>【出展者交流会】</b>  <b>【開催日】</b> 11月28日(水) 18時00分(※シティプラザ大阪にて)  <b>【参加数】</b> 97社・団体176名  <b>【内 容】</b> 出展者同士の交流機会を設け、人的交流の促進を通じてビジネスマッチングに繋げる。  兵庫県、京都府等の出展者との交流を含む。</p> <p><b>【ビジネスセミナー】</b>  <b>【内 容】</b> 来場者を対象に、経済・環境問題等の専門家による講演をおこなった。  ■11月28日(水) 13時30分～15時00分  <b>【テ ー マ】</b> どうなる日本経済～震災復興に向けた経済・エネルギー問題を考える～  <b>【講 師】</b> 中部大学 工学博士 教授 武田 邦彦 氏  ■11月29日(木) 13時00分～14時30分  <b>【テ ー マ】</b> 環境・エネルギー問題と日本経済  <b>【講 師】</b> 経済ジャーナリスト 財部 誠一 氏</p> <p>※会期中におけるその他の併催事業  <b>【海外販路開拓支援コーナー】</b>  <b>【対応者】</b> (独)中小企業基盤整備機構 近畿本部 森氏他  <b>【相談実績】</b> 46件(資料提供など40件、相談6件)  <b>【相談内容】</b> 海外への販路開拓、公的サービスの説明、海外への委託生産、海外進出に向けての許認可関連  <b>【地 域】</b> ASEAN中心であった(東南アジア、台湾、タイなど)</p>

	①府施策連携									
	②広域連携	<ul style="list-style-type: none"> <li>・対外的なものとしては、単独開催時と比較して、展示商談会の規模拡大に繋げることができ、各地域から様々な出展者が集まることで、出展者同士での交流促進を通じた商談機会の創出にも繋げることができている。</li> <li>・合同開催により、各主催団体のネットワークを活用した幅広い情報発信が可能となり、各</li> </ul>								
	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)	146	支援企業数(実績)	154	支援実績率	105.5%	満足度	68.46%	
事業の実績／目標達成度	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	<p><b>【出展者交流会】</b> 出展者同士の交流促進を目的に、出展者交流会を初日終了後に開催。97社・団体、176名のご参加をいただき、幅広い地域の出展者同士の人的交流をおこなうことができた。同業種・異業種間の名刺交換タイムなどの仕組みを設けたことで、幅広い繋がりを構築していただけたと考える。 また、他社の模範となり得る優秀な出展者に対して表彰を実施。表彰対象ブースの取り組みを参考にすることで、今後の立ち回り方などに対して良い影響を与えることができていますと考える。</p> <p><b>【ビジネスセミナー】</b> 会期中の2日間において、上記著名人を招聘し、環境やエネルギー問題に関連したテーマでビジネスセミナーを開催。 テレビ等への露出機会の多い著名人であったため、各200名の定員に対して多数の問い合わせを受け、受け入れ態勢を増強。2日間で約800名の事前聴講登録申し込みを受け、当日は640名の参加となり、23年比で約2倍の聴講者の動員に繋ぐことができた。 聴講者に対して実施したセミナーアンケートの集計によると、経営判断の参考としての情報収集をおこなうことができた等のご感想を多数いただき、展示会会場への誘導にも繋げることができ、商談機会の向上に寄与することができたかと考える。</p> <p><b>【全体として】</b> 各企業毎の個別ブースを設置し、自社製品の展示や技術を紹介するパネル・資料等の展示を行い、来場した企業関係者との商談機会を提供。また、大阪府のものづくりに関連した支援ブースの設置をおこない、大阪府がおこなう各施策の周知・活用の促進を図ることができた。 来場者数は9,718名に達した。引き合い件数についても名刺交換を含めて2日間で16,883件（全体）にのぼるなど、各種広報媒体を活用した周知活動をはじめ、各主催団体のネットワークを活用した効果的な情報発信や出展者サイドの積極的な営業活動により、イベント情報を効果的に波及させていくことに繋がったと考える。 来場者数は微増に留まったが、名刺交換等を含む引き合い件数は前年比で62.9%の増加（全体）となったことで、非常に活発で実りのある充実した展示商談会となったと考える。 これは、9月に開催した出展者説明会時において、展示商談会出展を通じた販路開拓手法をテーマとしたセミナーを実施し、展示商談会を販路開拓のツールの一つとして有効に活用するためのノウハウを習得し実践されたことや、広域連携を通じた合同開催による広報活動の相乗効果の双方を併せたことで、一定の成果を挙げることができたものと考え。 また、出展者アンケートを通じて、合同開催の効果として、会場全体が大きな活気に包まれたことで賑やかさの創出にもつながり、各出展ブースにおいても、数多くの来場者や出展者と接触する機会が多く生まれていたことが分かり、自社製品や技術サービスの効果的なPRをはじめ、他の出展者の製品力・技術力についても情報収集できるなど、各社の当初目標に対して所定の成果を得ることができていると窺い知ることができる。 また、会期中・会期後を含め数多くの商談実績の報告も受けており、名刺交換先企業へのアフターフォローを通じて、成約に結びつく可能性のある案件を持つ出展者も見受けられ、営業活動を引き続きおこなっているとの報告も受けている。 来場者にとっても、出展者との商談や交流を通じて、新たなビジネスの可能性の向上に繋ぐことができていますと考えられる。</p>								
		指標	商談・引合等による波及効果数							
		数値目標	10,000	実績数値	12,349	目標達成度	123.5%			
	成果の代表事例	<p>今回で出展経験が2度目となる出展者において、事前準備として既存取引先等へのDM送付や電子メールを活用した幅広い広報活動を実施された。その結果、同社ブースへの来場者数の向上に繋がり、昨年を上回る引合実績を獲得することができた。 出展者自身も、来場者に対して効果的な立ち回りをおこなうことができ、一部の企業とは中身の濃い商談へと繋がっており、商談成約にも繋ぐことができています。 初出展であった昨年の成約数はゼロであったことを勘案すると、前回の反省や出展者を対象とした販路セミナーを通じて習得したノウハウを上手く活かすことができ、展示商談会は単なる製品の見本市ではなく、事前準備から事後フォローまでのスキームが非常に重要であることをご理解いただくなど、大きな進歩を遂げられていると考えられる。</p>								



	その他目標値の 実績	目標値 (計画)	200	目標値 (実績)	277	目標達成度	138.5%
		ビジネスセミナーについては、関西三都ビジネスフェアのホームページをはじめ、PRチラシの新聞折込による配布、DM、メールマガジンなどで周知活動を進めた。					
		両日とも、予定を大幅に上回る問い合わせを受け、急遽受け入れ態勢を強化。					
		2日間のビジネスセミナーを通じて、今後のビジネスにおける進むべき方向性の参考となる情報提供と、展示会場への誘導を通じた商談機会の向上へ繋ぐことができた。					
実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	今年度で2回目の合同開催とのこともあり、各主催団体との連絡調整は昨年以上に上手く機能し、円滑に事業を運営させることができた。					
		展示商談会へ足を運ばれる企業関係者については、出展企業の情報収集が主たる目的が多いことが、来場者アンケートの集計結果から窺い知ることができる。この理由により、出展者も会期中に多数の名刺交換を通じて接触をおこなうことができているが、会期中の商談成約はなかなか繋がりにくいということが分かる。					
		よって、主催者としての今後の課題として、これら今後の見込み客との成約率を少しでも向上できるよう、展示商談会までの事前準備から当日の立ち回り方、そしてイベント終了後のアフターフォロー等をはじめとする営業手法の習得・スキル向上に向けて、出展者セミナーの実施を通じた情報提供支援を継続させていく必要があると考える。					
		また、平成25年度については、姫路商工会議所を中心とした兵庫地域の各支援機関、京丹后市商工会の参画が見送られることとなったので、全体としては大阪東部地区、南大阪地区を中心とした規模となるが、その中でも優れた技術力や製品力を持つ企業は数多く存在する。出展企業の販路開拓に少しでも寄与できるよう、引き続き、支援・サポートは必要であると考えている。					
		そのためにも、効果的かつ幅広い広報活動を通じて更なる来場者招致に繋げ、商談機会やビジネスマッチングの更なる向上を実現させていく必要がある。					

八尾商工会議所

事業名		海外展開支援事業																																						
想定する実施期間		23 年度～ 年度まで ※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること																																						
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	歴史的な円高株安による国内景気の不透明感により、中小企業の経営環境は不安定さを増している。 このような中、国内市場縮小や取引先の海外移転など、現状を打開すべく海外に活路を見出そうと模索している中小企業は多く見受けられる。 そこで、特に中国・東南アジア諸国への輸出等による販路開拓や、現地法人設立の実現に向けたコーディネート支援をはじめ、海外ビジネスに関するセミナーの開催、取引を希望される場合は商社と連携を図り中国などにおける企業を紹介するなど、課題解決に向けた支援を通じて地元中小製造業の活性化を図っていく。																																						
	支援する対象	海外ビジネスへの取り組みを検討されている中小企業全般																																						
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>■海外取引支援セミナー</p> <p>◇第1回目 【時期】 平成24年8月29日 18時30分～20時30分 2時間 【テーマ】 「中国ビジネスの最新動向と成功へのポイント」 【参加者数】 24社 54名 (実参加者数…25社 55名)</p> <p>◇第2回目 【時期】 平成25年1月22日 18時30分～20時30分 2時間 【テーマ】 「インドネシアの最新動向と、進出時の留意点」 【参加者数】 23社 41名 (実参加者数…24社 42名)</p> <p>◇第3回目 【時期】 平成25年3月11日 18時30分～20時30分 2時間 【テーマ】 「中国ビジネスの現状と知的財産保護の課題・対応策」 【参加者数】 18社 26名 (実参加者数…21社 29名)</p> <p>■東南アジアビジネス支援ネットワークを活用した個別支援 【支援件数】 15件 当所と大阪東信用金庫が連携し、海外ビジネスに関連した様々な課題を抱える中小企業に対し、課題解決に向けた情報提供やコーディネートをおこなった。</p> <p>&lt;事業手法(①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果)の具体的な連携・効果を記載&gt;</p> <table border="1"> <tr> <td>①府施策連携</td> <td colspan="7">セミナー開催時に於いて、大阪府商工労働部経済交流促進課の支援担当者にお越しいただき、セミナー参加企業に対して、大阪ビジネスサポートデスク、海外経済ミッション、貿易投資相談など、大阪府経済交流促進課、大阪産業振興機構(IFO)などの施策に関する情報提供を実施。 また、支援施策への関心度に関するアンケートも実施。集計結果を取り纏めて大阪府経済交流促進課へ情報提供をおこない、参加企業と大阪府を引き合わせることに繋ぐことができた。</td> </tr> <tr> <td>②広域</td> <td colspan="7"></td> </tr> <tr> <td>③市町</td> <td colspan="7"></td> </tr> <tr> <td>④相談</td> <td colspan="7"></td> </tr> </table>							①府施策連携	セミナー開催時に於いて、大阪府商工労働部経済交流促進課の支援担当者にお越しいただき、セミナー参加企業に対して、大阪ビジネスサポートデスク、海外経済ミッション、貿易投資相談など、大阪府経済交流促進課、大阪産業振興機構(IFO)などの施策に関する情報提供を実施。 また、支援施策への関心度に関するアンケートも実施。集計結果を取り纏めて大阪府経済交流促進課へ情報提供をおこない、参加企業と大阪府を引き合わせることに繋ぐことができた。							②広域								③市町								④相談							
	①府施策連携	セミナー開催時に於いて、大阪府商工労働部経済交流促進課の支援担当者にお越しいただき、セミナー参加企業に対して、大阪ビジネスサポートデスク、海外経済ミッション、貿易投資相談など、大阪府経済交流促進課、大阪産業振興機構(IFO)などの施策に関する情報提供を実施。 また、支援施策への関心度に関するアンケートも実施。集計結果を取り纏めて大阪府経済交流促進課へ情報提供をおこない、参加企業と大阪府を引き合わせることに繋ぐことができた。																																						
②広域																																								
③市町																																								
④相談																																								
計画に対する実績(数値)	支援企業数(計画)	20	支援企業数(実績)	15	支援実績率	75.0%	満足度	75%																																
目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	<p>当所と大阪東信用金庫との間に、支援機関としての枠組みを構築し、機械・物流・貿易等の各商社、国内外金融機関、公的支援機関等と連携を図りながら、海外ビジネスに関する様々な相談に対応する支援事業を進めてきた。</p> <p>海外進出や貿易取引など、海外ビジネスに関心・課題などを抱えているが、身近に相談できる支援機関は一体何処なのかかわからない企業も潜在的に多いと考えられるが、24年度においてもあらゆる方法において様々な情報発信をおこなってきたが、相談案件数自身は15件と伸び悩んだ。支援機関サイドとしても、今後の課題として、情報発信を通じた掘り起し手段を再検討していく必要があると考えられる。</p> <p>支援内容については、昨年と同様のスタンスで支援に臨み、枠組みとしての直接支援をはじめ、各方面の支援機関との連携を図りながら、海外ビジネスに関連した参考情報の提供やOEM先の紹介、海外進出に向けたコーディネートなどをおこなってきた。支援後の事後フォローとしてその後の状況について確認をおこなったところ、自社の今後の経営判断の参考となり、抱える様々な疑問・課題に対して、課題解決に向けて現状から一歩前進させることができるとの感想を多数いただくなど、企業の後押しに寄与できていると考える。</p> <p>次に、情報提供事業として、【海外ビジネスインフォメーション】を定期発行し、機関紙への同封により、管内企業へ毎月1日に情報発信をおこなってきた。中小事業者はもとより、情報収集手段の乏しい小規模事業者へも、日々刻々と変化する海外情勢の最新情報をタイムリーに提供することができていると評価できる。</p> <p>さらに、全3回の海外取引支援セミナーの開催を通じて、中国・東南アジアを中心とした投資環境について情報提供をおこない、累計で65社の支援に繋ぐことができた。</p> <p>参加企業からは、セミナーを通じて、各国の文化や商習慣をはじめ、法律や現地の経営環境など、国別の進出メリットやリスク要因など、今後の海外進出・取引における経営判断の参考情報を収集でき、海外ビジネスの知識充実、関心を更に高めることができたとの回答を多数得ることができた。</p> <p>また、本事業は大阪府連携の形態を取り、大阪府経済交流促進課がおこなう海外支援施策の二つの掘り起しに向けた情報発信を実施した。セミナー開催時のアンケートを通じて相談ニーズの掘り起しをおこない、支援施策の普及・利用に寄与することができたと考えられる。</p> <p>最後に、セミナー終了後の別日程において、セミナー講師にアドバイザーとしてご対応いただき、中国ビジネス専門相談会を実施。相談実績は通年で4件であったが、課題解決に繋がるきめ細かな支援をおこなうことができたことと評価することができる。</p> <p>中小企業者が抱える様々な経営課題の解決に対して、本支援事業を通じて前進させることと実現</p>																																							
事業の実績/目標																																								

達成度	指標	セミナー参加企業についての海外ビジネスに関する理解度向上割合				
	数値目標	80%	実績数値	86.1%	目標達成度	107.6%
成果の代表事例	<p>自社の独自ルートでホーチミン（ベトナム）周辺への進出を検討しているが、法制度・税制面の優遇など基礎的資料の提供、および現地法人設立に関するアドバイスを受けたいとの相談に対して、（財）大阪産業振興機構（クリコア内）を通じて、ホーチミン（ベトナム）周辺に精通しているコーディネーターを紹介し引き合わせる事ができ、現地進出に向けた具体的な準備として、現地の法務・税務に関する情報提供をおこなった。</p> <p>その後、同コーディネーターが通訳として現地アテンドをおこない、進出検討地周辺の視察をおこなうことも実現できた。</p> <p>今後は、現地法人設立に向けて段階的に準備を進めていかれることとなる。</p>					
その他目標値の実績	目標値（計画）	75	目標値（実績）	65	目標達成度	86.7%
	<p>支援ネットワークを活用し、中国・東南アジアビジネスに精通されているアドバイザーを講師として招聘し、8月、1月、3月に海外取引支援セミナーを開催した。</p> <p>今年度は、インドネシア、中国に焦点を当て、進出にあたっての現地のマーケット事情や投資環境やリスク、留意点、また、中国ビジネスにおける知的財産保護をテーマにしたセミナーを開催。また、セミナー終了後の別日程において、セミナー講師にアドバイザーとしてご対応いただき、中国ビジネス専門相談会を実施。相談実績は通年で4件となり、アドバイスを通じて課題解決に繋げることができている。</p> <p>終了後のアンケートより、セミナーを通じて、今後の海外進出・取引における経営判断の参考情報を収集でき、海外ビジネスの知識充実、関心を更に高めることができたとの回答を多数得ることができた。</p> <p>大阪府経済交流促進課がおこなう支援施策の紹介とアンケートを実施し、回答者のうち比較的関心が高いと思われる参加企業を大阪府へ情報提供することで、支援施策の普及に寄与することができたと考える。</p>					
実施結果	課題及び次期以降への取組み（実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか）	<p>これら海外ビジネスに関する様々な相談ニーズに対応していくためには、今後更なる連携の強化が必要であることから、円滑な支援の実現に向けて、既存の枠組みをはじめ、大阪府の支援機関とも連携を更に密にしていく必要がある。</p> <p>海外ビジネスに関心のある企業をはじめ、既に海外ビジネスをおこなっている企業からの相談内容は多種多様であり、検討している進出国についても多岐にわたり、関心を持つ潜在的な企業も数多く存在すると思われることから、情報発信を通じた掘り起し手法を再検討していく必要があると考える。</p> <p>また、次年度については、更に海外セミナーを通じた情報発信の機会を増やすことで、日々刻々と変化する海外ビジネスの実情に対応できるよう、幅広いテーマの情報提供をおこなっていく予定であり、今後の展開可能性を拡げられるよう、より一層の支援体制を図っていく必要があると考える。</p>				