

# 平成24年度 事業実績報告書

## 申請者の概要

申請者	団体名	堺商工会議所		
	代表者職・氏名	会頭 前田寛司		
	所在地	〒591-8502 堺市北区長曾根町130番地23		
	担当者	職・氏名	課長代理 加藤仁則	
		連絡先	電話番号（直通）：	072-258-5581
Fax:			072-258-5580	
E-mail:	<a href="mailto:scci2702@sakaicci.or.jp">scci2702@sakaicci.or.jp</a>			
①設立年月日		明治12年9月13日		
②職員数 (うち経営指導員数)		38名(24名)(平成25年4月1日現在)		
③所管地域		堺市		
④管内事業所数		31,953社(平成21年事業所統計調査による)		
⑤管内小規模事業者数		25,078社(平成21年事業所統計調査による)		
⑥会員数(組織率)		5,112社(16.0%)(平成25年4月1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)				
<p>当商工会議所は、地区内における商工業者の共同社会を基盤とし、商工業の総合的な改善発達を図り、兼ねて社会一般の福祉の増進に資し、もってわが国商工業の発展に寄与することを目的とする。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・商工会議所としての意見を公表し、これを国会、行政庁等に具申し、又は建議する。</li> <li>・行政庁等の諮問に応じて答申する。</li> <li>・商工業に関する調査研究を行う。</li> <li>・商工業に関する情報及び資料の収集又は刊行を行う。</li> <li>・商品の品質又は数量、商工業者の事業の内容その他商工業に係る事項に関する証明、鑑定又は検査を行う。</li> <li>・輸出品の原産地証明を行う。</li> <li>・商工業に関する施設を設置し、維持し、又は運用する。</li> <li>・商工業に関する講演会又は講習会を開催する。</li> <li>・商工業に関する技術及び技能の普及は又は検定を行う。</li> <li>・博覧会、見本市等を開催し、又はこれらの開催のあっせんを行う。</li> <li>・商事取引に関する仲介又はあっせんを行う。</li> <li>・商事取引の紛争に関するあっせん、調停又は仲裁を行う。</li> <li>・商工業に関して、相談に応じ、又は指導を行う。</li> <li>・商工業に関して、商工業者の信用調査を行う。</li> <li>・商工業に関して、観光事業の改善発達を図る。</li> <li>・社会一般の福祉の増進に資する事業を行う。</li> <li>・行政庁から委託を受けた事務を行う。</li> <li>・その他本商工会議所の目的を達成するために必要な事業を行う。</li> </ul>				

## 堺商工会議所

## (1) 事業の目標

高い技術力を有する製造業者や地域密着型の商業者に対する継続的な支援を行うだけでなく、事業を新たに展開しようとする事業者のニーズに応じて、大学や産業支援機関、その他の専門機関等を紹介したり、国、大阪府、堺市などの支援制度活用のための支援を行う等、地域産業振興の総合機関として高度なコーディネート機能とコンサルタント機能を発揮し、事業者支援を積極的に行っており、地域の活性化に寄与する。

地域の活性化には、地域企業の売上拡大が不可欠となるため、ビジネスチャンスの創出のために、商談会や地域地場産業の振興策を実施する。また、堺市内だけでなく、阪南の商工会議所などと広域連携をおこなうとともに、海外も視野に入れた事業を展開していき、地域の活性化につなげていく。

## (2) 事業を実施した具体的な内容、方法及び工夫した点

一般経営相談事業では、積極的に各種支援施策の普及や利用促進を図ることで、小規模事業者が抱える経営課題の把握や解決に向けた支援を行った。また、当所の他の事業（専門人材等連携促進事業・地域活性化事業等）の活用を促し多面的な支援を行った結果、「企業の自立」の加速化を図った。

地域活性化事業では、販路開拓支援事業・人材確保支援事業に特に力を入れた。「ものづくり企業商談会」「自社商品売込み商談会」の逆マッチング商談会では、多くの企業が気軽に参加しやすい形式であることもあり、これまでに当所の事業に参加したことのない事業所に数多くご利用いただいた。「就職フォーラム」「求人ネットワーク」では、参加企業が抱える課題や求める情報を把握できていることから、事業終了後も継続的に当所から関連する情報の提供を行なっている。

## (3) 事業を実施した効果、所管地域の活性化の状況

経営相談支援事業では、経営指導員間で相談者に関する緊密な情報交換を行なうとともに、経営指導員の支援能力・支援精度の向上のための勉強会を定期的開催することで多様化する相談ニーズに対応できるよう心がけた。また、地域活性化事業を実施するにあたっては、参加企業が抱える課題やニーズを抽出し、経営相談支援事業と連動させることを意識した。その結果、年度当初の計画を大きく上回る相談実績となった。

## (4) 事業を実施した結果浮かび上がった課題

経営相談支援事業では、経営指導員間で相談者に関する緊密な情報交換を行なうとともに、経営指導員の支援能力・支援精度の向上のための勉強会を定期的開催することで多様化する相談ニーズに対応できるよう心がけた。また、地域活性化事業を実施するにあたっては、参加企業が抱える課題やニーズを抽出し、経営相談支援事業と連動させることを意識した。その結果、年度当初の計画を大きく上回る相談実績となった。

## (5) 来年度への取り組み

経営相談支援事業では、年々相談内容が多様化してきていることもあり、引き続き経営指導員のスキルアップに努めて事業者が抱える経営課題等に対応していかなければならない。

次年度は継続事業が中心となるが、マンネリ化を未然に防ぐため改善点を積極的に洗い出し事業を推進していく。

堺商工会議所

I 経営相談支援事業

支援のポイント・成果

事業者が気軽に相談出来る身近な支援拠点としての役割を果たし、地域経済の活性化等を図ることを目的に経営相談支援事業を展開した。より大きな成果を上げるための取り組みとして、経営指導員間で相談者に関する緊密な情報交換を行なうとともに、経営指導員の支援能力・支援精度の向上のための勉強会を定期的に行い、多様化する相談ニーズに対応できるよう心掛けた。また、地域活性化事業を実施するにあたっては、参加企業が抱える課題やニーズを拾い出して経営相談支援事業と連動させることを意識した。その結果、当初計画の600社を大きく上回る806社からのカルテ相談となった。

また、PDCAサイクルを強く意識することで、相談者の課題を十分に把握することができ、次年度地域活性化事業の充実につながっている。

【代表事例】

A社は、数年前から自社オリジナルの調味料を開発していた。試食した人からはおいしいと高評価を得るが、手売り以外に販路を持っていなかったために、クチコミ以外には結びついていなかった。この状況の中、当所主催の自社商品売込み商談会に参加し、直接GMSのバイヤーと面談することでアドバイスを受けて商品を改良した。これをきっかけに、百貨店をはじめとする各種催事（物産展）、経営指導員が斡旋したフェイスブックの活用をすることで認知度が急速に高まった。結果として売上は前年比2倍、黒字転換を達成。今後の課題としては、商品の生産が必要に追いついていないことである。

支援メニュー	指標	目標数値	実績数値	達成率	事業評価
事業所カルテ・サービス提案	事業所	803	806	100.4%	4
支援機関等へのつなぎ	支援数	93	93	100.0%	4
金融支援（紹介型）	支援数	105	105	100.0%	4
金融支援（経営指導型）	支援数	119	122	102.5%	4
マル経融資等の返済条件緩和支援	事業所	4	4	100.0%	4
資金繰り計画作成支援	事業所	35	35	100.0%	4
記帳支援	支援数	63	63	100.0%	4
労務支援	支援数	173	173	100.0%	4
人材育成計画作成支援	事業所	25	25	100.0%	4
マーケティング力向上支援	事業所	29	29	100.0%	4
販路開拓支援	事業所	344	344	100.0%	4
事業計画作成支援	事業所	64	64	100.0%	4
創業支援	事業所	28	28	100.0%	4
事業継続計画（BCP）作成支援	事業所	0	0	#DIV/0!	-
コスト削減計画作成支援	事業所	2	2	100.0%	4
財務分析支援	事業所	21	21	100.0%	4
5S支援	事業所	1	1	100.0%	4
IT化支援	事業所	34	34	100.0%	4
債権保全計画作成支援	事業所	14	14	100.0%	4
結果報告	事業所	798	798	100.0%	4

II 専門相談支援事業

支援のポイント・成果

経営難に直面している中小企業に対しては、経営安定特別相談室（倒産防止）の専門相談員との連携により簡易診断・助言を行った結果、経営の改善に繋がった。

記帳支援事業・税務支援事業においては、市内小規模事業者を対象に、最終的に確定申告書が作成できるよう日々の記帳指導を実施した。

事業名	新規/継続	指標	目標数値	実績数値	達成率	事業評価
倒産防止	継続	日数	18	18	100.0%	5
記帳支援	継続	事業所	60	60	100.0%	5
税務支援	継続	日数	55	55	100.0%	5

堺商工会議所

Ⅲ 地域活性化事業

支援のポイント・成果

当所が主体となった下記の全16事業において、計画支援対象企業数を概ね高い水準で達成している。  
 今年度、当所では「販路開拓支援」「人材確保支援」「IT化支援」を大きなテーマに掲げ、単に事業の参加企業数を追いかけるのではなく、実際にどのように売上に結び付いたのか、良い人材が確保できたのか、事業の効率化に貢献できたのかという結果にこだわって事業を展開した。特に自社商品売込み商談会、ものづくり企業商談会に関しては、昨年度以上の商談成約件数を確保できた。これは、前年度事後フォロー調査で得た参加企業の声を反映させて、事業にカイゼンを加えた結果であると考えている。  
 また、予め設定した目標指標に関しても全般的に高い達成率を誇っていることから、全般的に自己採点の評価を高くした。  
 次年度以降は、これまでに蓄積したノウハウを活かした継続事業、対象企業の声を積極的に取り入れた新規事業を展開することで、さらなる成果をめざしたい。

(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
	ものづくり企業商談会	160	158	98.8%	74	商談件数	480	448	93.3%	5
	堺ブランド「堺技衆」(企業認証事業)	96	92	95.8%	84	新規顧客獲得数	20	17	85.0%	4
	堺ブランド「堺技衆」(企業交流支援事業)	45	46	102.2%	77	アンケート満足調査	70	77	110.0%	4
	溶接技術講習会	30	27	90.0%	90	JIS評価試験合格者数	10	14	140.0%	4
	飲食店紹介ガイド発行事業	40	36	90.0%	94	来店数増加割合	10	7.4	74.0%	4

(2) 広域事業(幹事事業のみ)

府施策連携	事業名	支援対象企業	支援企業	支援実績率	利用者満足度(点)	目標の指標	目標値	実績	達成率	事業評価
	飲食店・地場製品等域内資源の活性化支援事業	80	78	97.5%	80	アンケート満足調査	80	80	100.0%	5
	自社商品売込み商談会	280	318	113.6%	73	商談件数	640	705	110.2%	5
○	中小企業人材確保支援事業①	35	35	100.0%	84	アンケート満足調査	80	84	105.0%	5
○	中小企業人材確保支援事業②	40	30	75.0%	90	アンケート満足調査	80	90	112.5%	3
○	中小企業人材確保支援事業③	30	48	160.0%	80	内定者数	30	24	80.0%	5
○	中小企業人材確保支援事業④	20	13	65.0%	85	アンケート満足調査	80	85	106.3%	3
○	中小企業人材確保支援事業⑤	6	6	100.0%	80	アンケート満足調査	80	80	100.0%	5
○	中小企業人材確保支援事業⑥	30	34	113.3%	84	ネットワーク構築数	20	34	170.0%	5
○	おおさか地域創造ファンド	125	116	92.8%	100	新規採択支援企業数	4	5	125.0%	5
	フェイスブック活用セミナー・ビジネス交流会①	100	70	70.0%	83	フェイスブックビジネス活用件数	10	12	120.0%	5
	フェイスブック活用セミナー・ビジネス交流会②	40	84	210.0%	81	フェイスブックとネットショップ連携件数	50	65	130.0%	5
	フェイスブック活用セミナー・ビジネス交流会③	40	37	92.5%	85	アンケート満足調査	80	85	106.3%	5
	フェイスブック活用セミナー・ビジネス交流会④	50	86	172.0%	82	アンケート満足調査	80	82	102.5%	5
○	創業ゼミ	30	35	116.7%	94	創業計画書作成	15	17	113.3%	5
	事業承継支援事業	50	50	100.0%	100	事業承継計画書・助言	10	10	100.0%	5
○	創業支援セミナー	60	88	146.7%	95	アンケート満足調査	80	95	118.8%	5
○	補助金助成金活用セミナー	50	42	84.0%	80	アンケート満足調査	80	80	100.0%	4
	大阪勧業展	-	-	#VALUE!					#DIV/O!	
	農商工連携フォーラム	-	-	#VALUE!					#DIV/O!	
	高石の魅力発見ツアー・ドラゴン物産展	-	-	#VALUE!					#DIV/O!	

※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。



堺商工会議所

事業名		ものづくり企業商談会						
想定する実施期間		20 年度～ 未定 年度まで ※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること						
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	堺市においては、臨海部は素材型産業、新エネルギー・環境関連産業等の企業集積となっており、また内陸部では機械や金属加工等、多くの『ものづくり企業』が存在し、製造分野で大きなポテンシャルを有している。 しかしながら、厳しい経済環境のもと、独自の技術開発と市場開拓に取り組む小規模事業者等を取り巻く経営は予断を許さない状況にある。この状況を鑑み、中小製造業者等を対象として、実効性の高い取引機会の創出のため、大手・中堅企業を発注側企業として出展させた商談会を開催する。 なお、昨年度に引き続き、今年度も7月と12月の計2回商談会を実施した(詳細は下記<内容>の通り)。						
	支援する対象	域内の中小・小規模ものづくり企業						
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>【7月実施商談会】</p> <p>&lt;開催日時&gt;平成24年7月25日(水)午前10時～午後4時</p> <p>&lt;開催場所&gt;堺商工会議所 大会議室</p> <p>&lt;内容&gt;</p> <p>金属加工・一般機械器具・樹脂加工部品およびそれらの複合加工部品等のVE、VA提案を調達目的とする大手・中堅企業(発注側企業)が、堺市を中心とするものづくり企業(受注側企業)に対して調達品目を事前に提示した上で商談会に出展させ、来場企業と商談を行う「逆見本市形式」の商談会を実施。来場企業からは事前にアプローチシート(企業概要、PR、設備など)を受け付け、出展企業に商談希望企業の会社概要などが事前に分かる方法を採用した。</p> <p>【12月実施商談会】</p> <p>&lt;開催日時&gt;平成24年12月11日(火)午後1時～午後5時</p> <p>&lt;開催場所&gt;堺商工会議所 会議室</p> <p>&lt;内容&gt;</p> <p>金属加工・一般機械器具・樹脂加工部品およびそれらの複合加工部品等のVE、VA提案を調達目的とする大手・中堅企業(発注側企業)に、堺市内ものづくり企業(受注側企業)のデータを送付し、データの中から商談を希望する企業を選定させる。選定された企業に事務局(堺商工会議所)がアプローチし、時間割の調整などを行う。その上で、大手・中堅企業を出展させ、来場企業と商談を行う「逆見本市形式」の商談会を実施した。</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							
	②広域連携							
③市町村連携	堺市から得た情報を出展企業募集に活用することができた。また、堺市の広報誌を利用することによって効果的な来場企業募集を行うことができた。							
④相談相乗	受付段階で技術等の情報を盛り込んだ申込用紙を受領していたため、事後の経営相談や企業マッチングの際に参考とすることができた。							
計画に対する実績(数値)	支援企業数(計画)	160	支援企業数(実績)	158	支援実績率	98.8%	満足度	74

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>7月に実施した商談会に関して、商談会の約3ヶ月後にフォロー調査を実施したところ、8社の企業で商談が成立し(案件数10件、総額139万円)、15社の企業で現在商談中であるとの回答を得た(案件数28件、総額448万円)。</p> <p>他方、見積り依頼や商談会後の打ち合わせにまで商談が進展しなかった場合でも、「新たな情報やつながりが得られたので良かった」などの意見が寄せられ、来場企業にとっては商談成立以外のメリットもあることが分かった。フォロー調査でも本商談会を「良くなかった」・「あまり良くなかった」と回答した企業は全体のわずか5%に留まり、多くの企業にとって本商談会が販路拡大のための良い機会となったことが伺える。</p> <p>12月に実施した商談会に関して、商談会の約2ヶ月後に行ったフォロー調査によると、2社の企業で商談が成立し(案件数2件、金額はヒアリングできず)、5社の企業で現在商談中(案件数27件、総額140万円)との回答を得ることができた。</p> <p>他方、商談会以後に商談が進まなかった企業に対してその理由を尋ねたところ、7月実施の商談会では約半数の企業が理由としてあげた「調達品目が合わなかった」という回答が全くみられなかった。これは出展企業のニーズと来場企業の得意分野が合致しやすい事前予約型の長所であり、昨年度よりも2~3週間早く双方に商談企業の情報を告知し、商談相手に関する質問も受け付けたためと考えられる。このような取り組みから本商談会を「あまり良くなかった」あるいは「良くなかった」と回答した企業は約10%に留まり多くの企業にとって本商談会が販路拡大のための良い機会となったことが伺える。</p> <p>また、どちらの商談会でも発注を受けた企業が他の企業に発注を出すというケースも見られ、実質的な経済効果はフォロー調査結果よりも大きなものになると考えられる。</p>					
		指標	商談件数				
		数値目標	480	実績数値	448	目標達成度	93.3%
	成果の代表事例	<p>2回の商談会のフォロー調査の実績を合計すると、10社で商談が成立し(案件数12件、総額139万円以上)、20社から商談中(案件数56件、総額588万円)であるとの結果が得られた。また、7月実施の商談会にてつながりができた出展企業から、半年以上経過した後に受注できたケースもあり、実際には上記以上の経済効果が期待できる。さらに、7月商談会では来場企業同士の技術連携及び交流を目的とした「来場企業PR交流コーナー」が契機となって、新たな取引関係を構築するケースもあった。</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	
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>支援企業数が目標値よりも下回ったことに関しては、過去4年間実施してきた商談会に来場し、商談に結び付かなかった企業が来場をやめていることが原因と考えられる。そのため、来年度以降は来場経験のある企業への案内はもちろんのこと、今まではとは異なる媒体での広報や案内を行う企業の拡大等で、新規の来場企業の掘り起こしを行っていきたい。</p> <p>商談件数に関しては、募集段階で出展を希望する企業が減少傾向にあることや、出展予定であった企業が急遽出展をとりやめる等、例年より出展企業の数自体が少なかつたため、自然と例年よりも商談件数が減少したと考えられる。</p> <p>また、商談会後に商談が進んでいない理由として「出展企業からの連絡を待っている」と回答した企業が大きく増加していた。そのため、来場企業に対しては商談会を案内する段階で、商談会後のフォローについてアドバイスを行うなどが必要であると考えられる。</p>					

堺商工会議所

事業名		堺ブランド「堺技衆」(企業認証事業)								
想定する実施期間		18 年度～ 未定 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)	堺市内には、優秀な技術を有しているにもかかわらず、知名度の低さから市場において優位性を保つことができない企業が多い。当事業では、そうした優秀な技術を有している企業を発掘し、堺商工会議所がブランド企業として認証することにより、対象企業の知名度向上と、高い技術を有する産業集積地としての堺地域のイメージアップという相乗効果を図る。2006年以来企業認証を続けており、今後も優秀な企業の発掘を続けていく。								
	支援する対象 (業種・事業所数等)	優れた技やサービスを有する域内の企業。								
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>【4月～10月】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>堺技衆の申請に関する問い合わせに対して、実際に事業所へ伺って事業概要や申請手続き等について案内を行う。</li> </ul> <p>【11月12日～12月7日】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>公募期間、申請企業に対しては申請書の書き方等についても随時アドバイスを行う。</li> </ul> <p>【12月下旬～1月中旬】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>申請書類と信用調査結果に関する書類をとりまとめ、堺技衆審査委員へ送付する。</li> </ul> <p>【1月22日(火)】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>堺技衆審査会を開催。審査の結果、今年度は新規申請の4社、更新認証の32社、の計36社を認証した。</li> </ul> <p>【3月26日(火)】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>堺技衆認証状交付式を開催。</li> </ul>								
		<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	協議会及び審査会に堺市の職員に参加してもらうことによって、より多角的な視点からの審査が可能となる。	④相談相乗	新規・更新の審査にあたっては、事業内容はもちろんのこと、財務状況等の確認も行う。そのため、認証の際に得た情報をその後の経営指導に活かすことができた。	
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)	96	支援企業数(実績)	92	支援実績率	95.8%	満足度	83.5	
	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>堺技衆の認証を得た企業に対しては、当所の主催する商談会や産業イベントでの広報はもちろんのこと、大阪勤業展にて堺技衆として出展し、アピールを行った。特に今年度からは単に堺技衆企業のガイドブックを配布するだけではなく、あらかじめ認証企業から回収した会社案内(パンフレット)の展示・配布を行い、興味がある来場者には会社の概要も説明するなど、より積極的なアピールを行った。</p> <p>また、ある大手企業からの下請けをしている企業からは、「堺技衆の取得が査定の際にプラスに評価された」との意見も寄せられた。</p> <p>さらに、企業の内部では堺技衆を取得することによって、従業員のモチベーションが上がったなどの意見もあげられた。</p> <p>このように、認証の取得は堺技衆企業の認知度やブランド力の向上、社員のモチベーション向上につながったと言える。</p>								
		指標	ブランド認証取得による新規顧客獲得数							
		数値目標	20	実績数値	17	目標達成度	85.0%			
	成果の代表事例	<p>大手百貨店から堺技衆企業とコラボレーションして新商品を開発した上で、催事出店を行いたいという打診があった。この企画に関して堺技衆企業で和菓子の製造を行っているA社が、百貨店の消費者等の意見を取り入れながら新商品を開発し、11月に行われた催事で販売することができた。また、織物の染色加工を行っているB社は堺伝統の技術を有する企業として、全国ネットのテレビ番組で特集が組まれた。</p>								
実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	<p>支援企業数が実績値が計画値を下回ったことに関しては、新規申請を行う企業数が例年よりも少なかったことが原因と考えられる。特に、関心はあるものの申請には至らなかった企業があり、後日ヒアリングを行うと「堺技衆取得に関心はあるが、『独自技術』と言えるものがまだないため」と回答する企業が何社も見られた。このような企業に対しては堺技衆以外の事業についても適宜案内を行うなどのフォローを行っていきたい。</p> <p>今年度は募集期間以外の時期も堺技衆取得に関する問い合わせを受け付け、会社へ伺って説明するなどの対応をしていたため、募集期間になってスムーズに申請書を提出できた企業があった。そのため、来年度に関しても募集期間にだけ周知や対応を行うのではなく、募集期間以前にも、候補となり得る企業の掘り出し等の準備や申請を希望する企業への訪問等を行っていきたい。</p>								



堺商工会議所

事業名		堺技衆交流支援事業							
想定する実施期間		24年度～未定年度まで ※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 (現状や課題をどのような状態にしていくか)	堺商工会議所が認証する堺ブランド「堺技衆」企業間の交流の場を提供することにより、相互の連携を深め、新たなビジネスチャンスの創出と地域中小企業の活性化を支援する。							
	支援する対象	堺ブランド「堺技衆」認証企業86社							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>第1回堺技衆交流会 5月8日(火) 場所:A社 堺市内でも老舗の醤油製造会社であるA社にて、工場見学、B社長の講演の後、意見交換会を開催した。この中で堺技衆のロゴマークを商品に使用したいという意見があげられ、堺ブランド推進協議会にて審議することとなり、後日協議した結果「堺技衆企業同士がコラボレーションして開発した商品」という条件のもと、商品にも使用を認めることとなった。</p> <p>第2回堺技衆交流会 8月21日(火) 場所:C社 古くから倉庫業を営むC社の流通センターにて工場見学、専務の講演の後、意見交換会を開催した。この際に前回の交流会にて提案のあったロゴマークの商品使用について、上記の条件のもと認めることとなった旨を報告した。</p> <p>第3回堺技衆交流会 12月18日(火) 場所:D社 厳選した豆の製造を行っているC社にて、参加者が実際に豆を引きながら、E社長の講演が行われた。その後、堺技衆企業のF社のあなご弁当とD社のコーヒー、さらにはG社の和菓子をセットにしたランチを食べながら懇親会を行った。この中で、E社長より堺技衆企業でカタログの特集ページを作成してみたいという提案や、D社の運営する喫茶店で堺技衆企業の商品を販売する特設コーナーを設けてみてはどうかという提案があった。</p> <p>第4回堺技衆交流会 3月26日(火) 場所:堺商工会議所 2013年堺技衆認証状交付式の後、新規認証企業も交えて開催。H社の社長の講演の後に、業種ごとのグループに分かれて「今後の堺技衆企業の交流」についてディスカッションを行った。ディスカッションの中では今年度の交流会の感想や、来年度に取り組んで欲しい取り組み等について活発な意見交換が行われた。</p>							
		①府施策連携							
		②広域連携							
		③市町村連携	交流会の際に堺市が堺技衆企業を対象とした助成制度を案内することによって、当該制度を認証企業が積極的に利用することができた。						
④相談相乗	交流会の意見交換であげられた認証企業の課題や問題意識をその後の経営指導に役立てることができた。								
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)	45	支援企業数(実績)	46	支援実績率	102.2%	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)	交流会終了後に行ったアンケートやヒアリングによると満足度は80以上となったため、参加企業にとっては概ね良い人材交流の場になったと言える。具体的な成果としては、コラボ商品の開発や大手企業からの案件を共同受注できたことがあげられる。もっとも、「交流会で他の企業と意見交換をするだけでも有意義な情報を得られたり、モチベーションの向上につながる。」という意見が多くあるため、目に見える成果以外にも参加企業にとっては役立っている面もあると言える。また、交流会を受け入れた企業からは、企業アピールにつながり、実際に交流会終了後に自社の商品を買ってもらえたという声も聞かれた。							
		指標	アンケートによる満足調査						
		数値目標	70	実績数値	77	目標達成度	110.0%		
成果の代表事例	交流会がきっかけとなって、A社、B社、C社がコラボレーション商品の開発を行った。結局のところ、価格等の面からA社とB社の2社のみでギフトセットを作成し、販売することができた。また、ものづくり企業では、堺技衆企業が連携して大手企業からの案件を共同受注する例もみられた。								
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)	今年度の交流会は主に全ての堺技衆企業を対象に開催したが、一部の企業からは「業種が近い企業ごとに開催した方が、より連携・提案しやすいのではないか」という意見もみられたため、来年度は「分科会」のような形式も検討していきたい。また、参加者の多くは企業の経営幹部であることが多いが、一般の社員が参加できればモチベーションが向上するのではないかという意見もみられたため、参加対象者についても検討していきたい。							



堺商工会議所

事業名		溶接技術講習会							
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 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	堺市は臨海部に素材系産業が集積する一方、内陸部には機械・金属加工といった中小製造業が数多い。これら「ものづくり技術の基盤」となる溶接技術の向上が市内製造業の底上げには欠かせないと共に、技術の継承も必須の課題である。そこで、溶接従事者の技術・技能の向上と啓発を目的として、当講習会を開催した。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	堺市内を中心とした溶接技術を要する中小企業・小規模事業者							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>J I S溶接技術評価試験(9月16日)の試験内容に沿って、学科・実技の講習を堺溶接工業協会と共催した。同協会には学科・実技共に講師を依頼している。</p> <p>≪時期≫平成24年9月1日(土)2日(日)</p> <p>≪場所≫堺市立堺高等学校</p> <p>≪講師≫学科：堺溶接工業協会技術部会長、黒木工業(株)堺工場長 佐々木三良 氏 実技：堺溶接工業協会技術部会より派遣(延べ27名)</p> <p>&lt;事業手法(①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果)の具体的な連携・効果を記載&gt;</p>							
	①府施策連携								
	②広域連携								
③市町村連携	受講者の中には、当所が堺市と堺溶接工業協会と実行委員会を構成し運営する「堺市溶接技術コンクール」に応募するなど、引き続き技術の研鑽を図っている。								
④相談相乗	溶接技術の基礎を本講習会で習得した後、中には更にレベルアップを図る者もあり、人材育成等を中心とした支援対象になる。								
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	支援企業数(実績)	27	支援実績率	90.0%	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)	<p>受講者の溶接技術の底上げと、現場で通用する技術力の強化に重点を置いて実施した。受講者アンケートでも相応の結果がでている。</p> <p>具体的には、現場で活かせる技術が学べた、溶接技術の基礎が身に付いた、などである。当講習会事業は、他のスクール形式の講習会とは性質が異なり、府下でも数少ない「技術」講習会であることから、受講者のレベル差はあるものの、講師陣の親身な指導により、特に実技面での講習では高い満足度を得ている。</p>							
		指標	J I S溶接技術評価試験合格者数						
		数値目標	10	実績数値	14	目標達成度	140.0%		
	成果の代表事例	<p>受講者が自社に戻ってからの作業効率が上がったという経営者の声が多数あった。合わせて、他社の熟練者の技術(ノウハウ)を学ぶ貴重な機会となっており、地域中小企業の技術継承に役立っている。また、当講習会受講者が社内において技術上でのリーダーシップを取るなど、企業の人材育成面につながっている。</p>							
その他目標値の実績	目標値(計画)				目標値(実績)				
					目標達成度				
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>技術専門の講習会は府下でも余り例が無く、当講習会は一貫して、ものづくりの基盤となる溶接技術の向上・継承に寄与している。しかし昨今では、技能伝承の成果が、すぐに売上高等の業績への反映に結び付くことが多いとは言えない。一方で、長引く不況で業界の雇用力は低下し、技術を新たに教育すべき人材が採用できないため、ものづくりのノウハウが消失する可能性がある。そこで、更なる技術の向上と技能の伝承の場として、当講習会を継続して開催する。</p>							

堺商工会議所

事業名		地域飲食店紹介ガイド発行事業																																	
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 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	地域には、「こだわりのメニュー」を持つ特徴ある飲食店が多数存在するものの、これら事業者を一括して紹介するツールは極めて少なく、通常各店は民間飲食店紹介サイトのクーポンを発行するなど、独自のPRを行っているケースが多い。それゆえ、これら事業者の認知度は既存顧客や出店地域近隣に限定され、十分な周知が図れていないものと思われる。そこで、これら意欲ある飲食店事業者を紹介する媒体を発行するほか、発行された媒体のPRに資する支援を行い、地域全体の誘客・活性化を推進していくことを目的として下記事業を実施した。																																	
	支援する対象 (業種・事業所数等)	堺市内で、魅力と特徴あるメニューを提供する飲食店。																																	
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>地域飲食店の集積が多く、独自にPR事業を展開しているものの、その拡がりに課題を抱えていた中百舌鳥地域飲食店の地域グルメガイド「ナカモズグレイト！」の発行に対し、制作実行委員会を通じて支援を行ったほか、発行された媒体「ナカモズグレイト! Vol. 4」のPRにあたっては、中百舌鳥駅前での発刊前事前PRや、当所主催の展示即売会「メイドインさかいフェア」会場での配布、当所会報誌や会議、ネット等でのPR等、支援対象事業者単独では実現できなかったチャンネルを駆使し支援を行ったことで、非常に高い効果が得られた。</p> <p>発行物 : ナカモズグレイト! Vol. 4                  発行日 : 平成24年10月27日(土)                  発行部数 : 25,000部                  掲載店 : 36店(支援対象事業者)</p> <p>&lt;事業手法(①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果)の具体的な連携・効果を記載&gt;</p> <table border="1"> <tr> <td>①府施策連携</td> <td></td> </tr> <tr> <td>②広域連携</td> <td></td> </tr> <tr> <td>③市町村連携</td> <td></td> </tr> <tr> <td>④相談相乗</td> <td>ガイドマップ発行に向けては、掲載アイテムや店舗概要のチェックなどに関して支援対象業者と頻りにやり取りを行い、期中においても金融支援や販路開拓支援、労務支援系相談事業の活用も促進された。</td> </tr> </table>						①府施策連携		②広域連携		③市町村連携		④相談相乗	ガイドマップ発行に向けては、掲載アイテムや店舗概要のチェックなどに関して支援対象業者と頻りにやり取りを行い、期中においても金融支援や販路開拓支援、労務支援系相談事業の活用も促進された。																				
	①府施策連携																																		
②広域連携																																			
③市町村連携																																			
④相談相乗	ガイドマップ発行に向けては、掲載アイテムや店舗概要のチェックなどに関して支援対象業者と頻りにやり取りを行い、期中においても金融支援や販路開拓支援、労務支援系相談事業の活用も促進された。																																		
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)	40	支援企業数(実績)	36	支援実績率	90.0%	満足度	94.4%																										
	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>掲載店アンケートからも、当該事業を通じて当所が行った多様なPR手段に高い支持が得られた。新規顧客獲得や地域事業者連携強化、当所相談事業の活用等、様々な相乗効果が得られたと考える。</p> <p><b>【掲載店へのアンケート調査結果より】</b></p> <table border="1"> <tr> <td>●掲載によるPR効果について</td> <td>●来客者数の増加割合(36店舗中21店舗が増加率回答)</td> </tr> <tr> <td>1. 非常に効果があった 28%</td> <td>全36店舗による増加割合平均</td> </tr> <tr> <td>7. 4%</td> <td>集客効果ありと回答した23店舗の平均 1</td> </tr> <tr> <td>2. ある程度効果があった 67%</td> <td>集客効果があり、かつ増加率を回答した21店舗の平均 1</td> </tr> <tr> <td>1. 5%</td> <td></td> </tr> <tr> <td>3. 効果が感じられなかった 5%</td> <td></td> </tr> <tr> <td>2. 6%</td> <td></td> </tr> <tr> <td>●PRについて効果的だったもの</td> <td></td> </tr> <tr> <td>1. 来店客に対するPR 4.4%</td> <td></td> </tr> <tr> <td>2. メイドインさかいフェア会場内PRコーナーでのPR 2.4%</td> <td></td> </tr> <tr> <td>3. 所報同封による会議所会員企業へのPR 1.4%</td> <td></td> </tr> <tr> <td>4. なかもず駅前での発告知チラシ配布によるPR 1.2%</td> <td></td> </tr> <tr> <td>5. ブログ・ツイッター・フェイスブック等によるPR 6%</td> <td></td> </tr> </table>								●掲載によるPR効果について	●来客者数の増加割合(36店舗中21店舗が増加率回答)	1. 非常に効果があった 28%	全36店舗による増加割合平均	7. 4%	集客効果ありと回答した23店舗の平均 1	2. ある程度効果があった 67%	集客効果があり、かつ増加率を回答した21店舗の平均 1	1. 5%		3. 効果が感じられなかった 5%		2. 6%		●PRについて効果的だったもの		1. 来店客に対するPR 4.4%		2. メイドインさかいフェア会場内PRコーナーでのPR 2.4%		3. 所報同封による会議所会員企業へのPR 1.4%		4. なかもず駅前での発告知チラシ配布によるPR 1.2%		5. ブログ・ツイッター・フェイスブック等によるPR 6%	
●掲載によるPR効果について	●来客者数の増加割合(36店舗中21店舗が増加率回答)																																		
1. 非常に効果があった 28%	全36店舗による増加割合平均																																		
7. 4%	集客効果ありと回答した23店舗の平均 1																																		
2. ある程度効果があった 67%	集客効果があり、かつ増加率を回答した21店舗の平均 1																																		
1. 5%																																			
3. 効果が感じられなかった 5%																																			
2. 6%																																			
●PRについて効果的だったもの																																			
1. 来店客に対するPR 4.4%																																			
2. メイドインさかいフェア会場内PRコーナーでのPR 2.4%																																			
3. 所報同封による会議所会員企業へのPR 1.4%																																			
4. なかもず駅前での発告知チラシ配布によるPR 1.2%																																			
5. ブログ・ツイッター・フェイスブック等によるPR 6%																																			
	成果の代表事例	<p>掲載店へのアンケート調査によると、「新規の方にも気軽に入店してもらえるようになった」との回答より新規客誘客効果や、「ナカモズグレイトを片手に、順に店を制覇しているお客様がいた」「ナカモズグレイトを手元にリレー式にお店を訪れているお客様がいた」等、地域回遊効果も見られた。さらに、「今後は資金面などの相談をしたい」との回答もあり、相談事業との連携効果も見られた。加えて、「ガイドブックを会議所でもらったというお客様が特に多かった」「メイドインさかいフェアで配っていたガイドブックを見て来たというお客様が多かった」等、ガイドブックのPR効果や、「飲食店同士の繋がりに加え、会議所が連携してくれたことでより一層地域性が増した」といった地域連携効果等、多様な成果が得られた。</p>																																	
実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	<p>上記の通り、当該事業に対して支援対象事業者からは、高い満足度と多様な事業成果が報告された。目標達成度については70%強にとどまったものの、掲載店の中には「当該事業による来店客増加効果は感じるものの、それが当該媒体を見ての顧客か定かではないため、具体的な来店客数は明言できない」との回答も多数あったことから、実態としては目標達成に近い集客を図れていたものと推測される。支援対象事業者から高い評価を得られた当該事業については、今後、エリアを絞ったプロモーションツールとしての魅力は残しつつ、同地区に限定せず他地域にも拡げていく必要があると考える。</p>																																	

堺商工会議所

事業名		飲食店・地場製品等域内資源の活性化支援事業							
想定する実施期間		21 年度～ 未定 年度まで ※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること							
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	域内には「こだわりのメニューを提供する飲食店」や、「特徴ある自社製品(商品)を取扱う中小・小規模事業者」が多数存在し、域外から集客できる地域資源として期待される場所であるが、自社・店単独では広域的PRを展開する場やノウハウを有していないため、販路拡大の機会を逸しているケースが多い。ついては、これら事業者の販路開拓を支援し地域資源の活性化を図るため、展示即売会「メイドインさかいフェア」を開催した。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	下記域内企業 ・伝統産品や自社製品(商品)を取扱う中小・小規模事業者(48社・店) ・こだわりのスイーツを取扱う中小・小規模事業者(17社・店) ・こだわりのメニューを提供する中小・小規模事業者(16社・店) ・堺の地場野菜を取扱う中小・小規模事業者(1社)							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	《開催時期》平成24年10月27日(土)・28日(日)10:00~17:00 ※28日(日)は16:00まで。 《開催場所》堺商工会議所会館及び堺市産業振興センターイベントホール等 《実施内容》市域内外から広く来場者を集め開催する展示即売会 <事業手法 ②広域連携 ④相談事業相乗効果>							
		②広域連携	支援対象事業者が消費者に対し、自社商材をPR販売できる展示即売会(BtoC)として開催した。出展募集、広報にあたっては高石商工会議所と連携のもと行い、双方会報誌への掲載や自治会、新聞折込み、各種情報配信サービスを活用するなど、市域内外からの集客に努め、出展企業の認知度向上と誘客を図った。						
	④相談相乗	イベント当日までには、取扱商品のチェックなど出展企業とは頻りにやり取りを行い、出展企業の経営課題を十分に把握することが出来たため、販路開拓支援以外にも金融相談や労務相談など、多面的に支援することが出来た。							
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)	80	支援企業数(実績)	78	支援実績率	97.5%	満足度	80.4%
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	【出展による効果についての回答から】 ①自社独自の販促活動とは異なる販路開拓の機会を得ることができた。(37店:45%) ②自社ブランドや商品に対する消費者の意見が収集できた。(30店:37%) ③多数の企業が出展するイベントなので企業間交流ができた。(15店:18%) 【出展による満足度についての回答から】 ①「満足」、「ほぼ満足」と回答した企業が全体の約80%を占めた。 ②「普通」と回答した企業が約17%となった。 ③「やや不満」と回答した企業が3%となった。 ⇒これら結果により、「販路開拓」や「自社ブランドに対する消費者意見の収集」、「企業間交流」といった出展効果を得て、支援対象事業所の約80%が「満足した」と評価したことが分かった。							
		指標	出展企業アンケート調査による満足度						
		数値目標	80%	実績数値	80.4%	目標達成度	100.5%		
成果の代表事例	成果の代表事例	・出展企業からは、「催事来場者から商品製作のリクエストがあった」や、「催事で出した商品の問い合わせが多く、関心を持ってもらえた。」、「催事に考案した商品を実店舗でメニュー化して欲しいとの要望を受けた。」、「実店舗の場所をよく聞かれた。」、「自社ブランド商品に対する消費者意見を収集することができた」など、催事後の実店舗への誘客効果に関する回答も多数得られた。							
	その他目標値の実績	目標値(計画)	24,000	目標値(実績)	38,664	目標達成度	161.1%		
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)	各出展企業(支援対象企業)のアンケート調査結果からは「販路開拓の機会を得ることができた」等の評価が得られるなど、約80%の出展企業から満足・ほぼ満足との回答を得た。一方、会場には流通バイヤー等多くのビジネスパーソンも来場されていたことから、出展企業との個別相談の必要性も感じられた。 ついては、今後も引き続き当該事業を推進するとともに、BtoBの商談創出や支援対象企業の相談事業への誘導等も検討のうえ事業を推進していきたい。							



堺商工会議所

事業名		自社商品売込み商談会																																					
想定する実施期間		21 年度～ 未定 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  （現状や課題をどのような状態にしたいか）  支援する対象 （業種・事業所数等）	事業の目的	魅力的な商品を取扱っているが、営業力や販売ルートが不足しているため、新たな取引先を開拓できない中小・小規模事業者が多数存在する。これら事業者を対象に、大手小売店等をブース出展させた商談会を開催し、新規販売ルートの確保などの支援を行うとともに、域内経済の活性化を図る。 今年度は事前登録型の商談会を1回（11月）開催した他、事前予約型の面談会を計3回（5月・8月・1月）開催した。																																					
	支援する対象 （業種・事業所数等）	域内中小・小規模事業者																																					
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>①自社商品販路開拓セミナー～バイヤーが求める商品、取引先とは！～ 《開催時期》平成24年11月8日（木）15：00～16：30 《開催場所》堺商工会議所 大会議室 《内 容》来場企業の提案力を高めるため、現役バイヤーを講師に招き、提案営業のポイント等を説明するセミナーを開催した。</p> <p>②第4回自社商品売込み商談会 in 堺（事前登録型） 《開催時期》平成24年11月27日（火）11：00～15：30 《開催場所》堺市産業振興センターイベントホール 《内 容》大型および中堅の小売店（百貨店、スーパー等）や通販会社、卸売会社等の仕入れ担当者（バイヤー）が出展者となり、そこへ販路開拓をめざす最終消費財（住居・生活用品・雑貨、文具、食料品、衣料品等）を取り扱う市内企業の製造業者、卸売業者が自社商品を売り込む「逆見本市形式」の商談会を実施。来場企業からは事前に来場申込書（会社概要・売込みたい商品概要を記載）の提出を受け、出展企業に商談希望企業の情報が事前に分かる方式を採用した。</p> <p>③自社商品販路開拓面談会（事前予約型） 《第1回開催時期・場所》平成24年5月25日（金）14：30～17：30 堺商工会議所 小会議室 《第2回開催時期・場所》平成24年8月9日（木）14：00～17：30 堺商工会議所 小会議室 《第3回開催時期・場所》平成25年1月29日（火）14：00～15：00 （株）ショッピングセンター池忠 三国ヶ丘店 《内 容》中堅小売店（スーパー）・卸売会社の仕入れ担当者（バイヤー）が出展者となり、出展者が最終消費財などを取り扱う市内企業等の製造業者・卸売業者の中から面談を行いたい来場者を事前に選定する。選定された企業に当所がアプローチし、時間割の調整等を行う。その上で、中堅小売店・卸売会社を出展させ、来場企業と商談を行う「逆見本市形式」の商談会を実施した。</p> <p>④自社商品PRシートの作成支援 《実施概要》商談会会場内で、来場した支援対象事業者同士が各社商品情報を交換できるシートを作成・掲出する際の支援を行う。</p>																																					
	事業の概要	<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"></td> </tr> <tr> <td>②広域連携</td> <td colspan="7">高石商工会議所と連携して事業を行った。同所機関紙への掲載により、過去商談会来場歴のなかった事業所が一定数来場しており、新規の来場企業募集を効果的に行うことができた。</td> </tr> <tr> <td>③市町村連携</td> <td colspan="7">堺市役所の機関紙への掲載・同市及び区役所でのポスター・チラシの設置により、広く事業者に対して周知を行うことができ、効果的な来場企業募集を行うことができた。</td> </tr> <tr> <td>④相談相乗</td> <td colspan="7">商談会の受付段階で商品・サービス等の情報を盛り込んだ申込用紙を受領しており、事後の経営相談や自社商品販路開拓面談会の来場企業の選定に活用した。また、メイドインさかいフェアの出展企業に商談会の来場を促し、一定数の来場を得た。</td> </tr> </table>							①府施策連携								②広域連携	高石商工会議所と連携して事業を行った。同所機関紙への掲載により、過去商談会来場歴のなかった事業所が一定数来場しており、新規の来場企業募集を効果的に行うことができた。							③市町村連携	堺市役所の機関紙への掲載・同市及び区役所でのポスター・チラシの設置により、広く事業者に対して周知を行うことができ、効果的な来場企業募集を行うことができた。							④相談相乗	商談会の受付段階で商品・サービス等の情報を盛り込んだ申込用紙を受領しており、事後の経営相談や自社商品販路開拓面談会の来場企業の選定に活用した。また、メイドインさかいフェアの出展企業に商談会の来場を促し、一定数の来場を得た。					
①府施策連携																																							
②広域連携	高石商工会議所と連携して事業を行った。同所機関紙への掲載により、過去商談会来場歴のなかった事業所が一定数来場しており、新規の来場企業募集を効果的に行うことができた。																																						
③市町村連携	堺市役所の機関紙への掲載・同市及び区役所でのポスター・チラシの設置により、広く事業者に対して周知を行うことができ、効果的な来場企業募集を行うことができた。																																						
④相談相乗	商談会の受付段階で商品・サービス等の情報を盛り込んだ申込用紙を受領しており、事後の経営相談や自社商品販路開拓面談会の来場企業の選定に活用した。また、メイドインさかいフェアの出展企業に商談会の来場を促し、一定数の来場を得た。																																						
計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	160社	支援企業数(実績)	171社	支援実績率	107%	満足度	73%																															
	<p>《第4回自社商品売込み商談会in堺》 当商談会を11月に開催し、来場企業数158社・商談件数は692件を数えた。来場企業の提案力を高めるため、前年度に引続いて現役バイヤーを講師に招き、提案営業のポイント等を説明するプレセミナーを会期前に開催した結果、商談会では内容の濃い商談が多数行われ、想定以上の商談成立企業数19社・成立案件数21件の実績を得た。また、左記商談成立の他、新たな取引先への発展が期待できる商談中の企業数48社・商談中案件数68件も報告されており、今後さらに商談成立となる企業が複数出てくると想定される。他方、見積り依頼や商談成立にまで商談が進展しなかった場合でも、「新たな情報や刺激を得ることができて良かった」等の意見が寄せられ、来場企業にとっては商談成立以外のメリットもあることが分かった。</p>																																						



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>た。フォロー調査でも本商談会を「良くなかった」・「あまり良くなかった」と回答した企業は14%に留まり、多くの企業にとって本商談会が販路開拓のための良い機会となったことが伺える。</p> <p>《自社商品販路開拓面談会》  当面談会を計3回開催し、来場企業数13社・商談件数は計13件を数えた。各々、面談会後に行ったフォロー調査の集計を取りまとめると、計3回の実績は商談成立企業数1社・成立案件数1件・商談中案件なしという結果になった。「出展企業が来場企業を選定する」という形式を考慮すると想定していたよりも確度は上がらなかったと言える。</p> <p>商談会後に商談が進まなかった企業でも「(従来の商談会と比べて)30分という比較的長い時間で面談を行えたため、当初商談予定であった商材以外の商談も行うことができた」・「出展企業が来場企業を選定の上、30分という比較的長い時間で商談を行えるため、ミスマッチがなく、取引条件の詳細を確認できて良かった」など「事前予約型」ならではの肯定的な意見が見られ、本商談会を「良くなかった」・「あまり良くなかった」と回答した企業はわずか7%に留まった。このように、多くの企業にとって本面談会が販路開拓のための良い機会となったことが伺える。</p>					
		指標	商談件数				
		数値目標	640件	実績数値	705件	目標達成度	110%
	成果の代表事例	<ul style="list-style-type: none"> <li>・第4回自社商品売込み商談会in堺の後、後日打合せとなっていたA社については、出展企業への売込みの結果、口座を開設し、正式に取引を行うこととなった。</li> <li>・同じく商談会後、後日打合せとなっていたB社については、出展企業への売込みの結果、催事出展が決定した。</li> <li>・出展企業以外にも他の来場企業と商談を行ったC社については、来場企業と商談が成約し、取引を行うこととなった。</li> <li>・第2回自社商品販路開拓面談会に来場したD社については、後日、E社と商談が成約し、既に正式に取引を行っている。</li> </ul>					
その他目標値の実績	目標値(計画)	40社	目標値(実績)	48社	目標達成度	120%	
	<p>第4回自社商品売込み商談会in堺の会期前となる11月8日(木)に、来場企業の提案力向上、及び商談会新規来場企業募集促進のため、商談会プレ講座「自社商品販路開拓セミナー～バイヤーが求める商品、取引先とは!～」を開催した。当日は域内企業48社の参加を得た。セミナーアンケートからは満足度について、「満足」、「やや満足」とする回答が85%を占めた他、「自社商品の提案力に自信が付いた」、「目標の変え方次第で商品が売ることが可能になると感じた」等の感想が述べられ、好評を得たことがわかる。また、セミナー参加企業の内、31社が商談会に来場したことから商談会複合企画として成果が得られたと思われる。</p>						
その他目標値の実績	目標値(計画)	80社	目標値(実績)	99社	目標達成度	124%	
	<p>会期当日は会場内にて来場企業同士のマッチング機会を創出することを目的に、「自社商品PRコーナー」を設置し、多様な商談機会の創出に努めた。実績として、同コーナーの利用企業は99社に上り、目標を上回る実績を得た。商談会来場企業アンケートからは、「様々な企業・製品情報が提示されており、効果的だった」とする回答が50%超を占めた他、「来場企業間でも商談を行ったところ、成約にまで至ることができ、満足である」等の感想が寄せられるなど、当該コーナーが「出展企業との商談以外の幅広い商談機会創出」に効果を上げたことが伺える。</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>【自社商品売込み商談会in堺】  今年度は当商談会の過去来場企業に対して案内を行うことに加え、新規来場企業の募集についても以前に増して注力した。商談会の性質上、来場企業数は年々減少傾向にある中で、域内の来場企業数は前回開催時と同数の158社、商談件数は前回開催時よりも31件多い692件を数える等、数多くの企業に対して商談機会の創出を行うことができた。</p> <p>また、商談会の3ヵ月後に来場企業を対象に行ったフォロー調査では商談成立企業数19社・商談成立案件21件、商談中企業数41社・商談中案件数68件と数多くの商談成立等の実績を計上した。商談中の来場企業については経営指導等を通じて引続き商談成立状況の確認を行い、会期後の商談実績の把握に努めた。</p> <p>さらに、プレセミナーは支援企業の提案力を向上させることにより、商談会の成約実績に直結することが期待できる他、参加者からも好評を得たため、次年度も引き続き開催したい。</p> <p>さらに、商談会複合企画である自社商品PRコーナーにおいては、来場企業間の商談も活発に行われた様が当日来場企業アンケートやフォロー調査の結果から読み取れ、多様な商談機会の創出を実現できた他、来場企業からも好評を得たことから、当該企画についても次年度継続して実施し、幅広い販路開拓機会の創出に努めたい。</p> <p>【自社商品販路開拓面談会】  当面談会では予め出展企業に過去自社商品売込み商談会in堺の来場企業の情報を提供し、来場企業を選定させるという方法を初めて試みた。面談会は計3回開催し、商談件数は計13件を数えたが、フォロー調査の結果によると商談成立企業は1社・商談成立案件数1件、商談中企業はなしという結果であり、想定していたよりも商談成立状況は芳しくなかった。</p> <p>今後は成約率を高める工夫を行う他、当該事業を推進するにあたり、相談事業を通じて域内企業の商談ニーズの把握に努める等、より支援企業の販路支援に繋がるよう工夫を行っていきたい。</p>					

堺商工会議所

事業名		中小企業人材確保支援事業							
想定する実施期間		24 年度～ 24 年度まで ※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること							
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	厳しい雇用情勢が続いているなか、学生・生徒の大企業志向が強く、中小企業の採用枠が満たされないミスマッチが、就職内定率の減少の原因の一つとされている。そこで、中小企業の採用スキルの向上から、雇用機会の創出、内定者や新入社員の人材育成等、中小企業の採用活動をトータル的にサポートし、地元中小企業と若年層の雇用のミスマッチの解消を図ることを目的に、合同就職説明会をはじめ、若年層の人材確保・育成を含めた6事業を一貫して実施する。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	若年層の人材を求める地元中小企業							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>①新入社員教育基礎講座 開催月日：平成24年4月3日・4日 開催場所：堺商工会議所 内 容：「考動する新入社員に必要な3つの武器を体得する」をテーマにビジネスマナー、社会人としての心構えなど、グループワーク形式を多く取り入れ実施。</p> <p>②人材採用ノウハウセミナー 開催月日：平成24年4月27日 開催場所：堺商工会議所 内 容：採用状況の変化と学生の動向、学生が見る企業の魅力ポイントなどについて講演やパネルディスカッションを実施。 第1部【講演】「2013年春 大学等卒業予定者の採用状況について」 第2部【パネルディスカッション】「必要な人材確保について語る！」</p> <p>③就職フォーラムin堺 開催月日：平成24年6月12日 開催場所：(公財)堺市産業振興センターイベントホール 内 容：・求職者に参加企業の説明ができるブースを提供し、2013年春 大学等卒業予定者・若年求職者等に、採用に向けた会社説明会を実施。 ・求職者が地域の中小企業への理解を深め、より関心を持つよう、会場内で「地元企業で働く『魅力』と『強み』」セミナーを同時開催。 ・会場内に「企業PRコーナー」を設け、求職者に対し、企業のPRを図った。 ・会場内にイベントスペースを配して、就職支援機関等によるアドバイスコーナーを設置した。</p> <p>④内定者育成セミナー 開催月日：平成24年12月7日 開催場所：堺商工会議所 内 容：即戦力となるための社会人としての心構えや、組織で仕事をしていく上での基本知識等を解説する。</p> <p>⑤大学等就職担当者向け地元企業見学バスツアー 開催月日：平成24年11月21日・28日 開催場所：地元企業見学先 内 容：大学等就職担当者に対し、地元中小企業の魅力を伝えることを目的に、地元企業の見学ツアーを開催。</p> <p>⑥求人ネットワーク事業 開催月日：平成24年12月6日(大阪府立大学工業高等専門学校) 平成25年2月8日(堺市立堺高等学校) 平成25年3月6日(大阪府立堺工科高等学校) 開催場所：大阪府立堺工科高等学校、堺市立堺高等学校、大阪府立大学工業高等専門学校 内 容：高校生等の若年層の人材を求める中小企業が各校を訪問し、中小企業の魅力を説明するとともに、参加企業には学校教育の現場を知る機会を提供し、就職担当教員とのネットワークを構築した。</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	大阪府雇用推進室や大阪府総合労働事務所と積極的に連携し、大阪府総合労働事務所作成の企業向けハンドブック、求職者向けハンドブックなどを当該事業実施時などで配布PRした。							
	②広域連携	高石商工会議所と連携して事業を行った。同所機関紙への掲載等により、高石市内の企業にも参加いただき、相乗効果を図ることができた。							
	③市町村連携								
	④相談相乗								
	計画に対する実績(数値)①	支援企業数(計画)	35	支援企業数(実績)	35	支援実績率	100.0%	満足度	84.0%
	計画に対する実績(数値)②	支援企業数(計画)	40	支援企業数(実績)	30	支援実績率	75.0%	満足度	90.0%
計画に対する実績(数値)③	支援企業数(計画)	30	支援企業数(実績)	48	支援実績率	160.0%	満足度	80.0%	
計画に対する実績(数値)④	支援企業数(計画)	20	支援企業数(実績)	13	支援実績率	65.0%	満足度	85.0%	
計画に対する実績(数値)⑤	支援企業数(計画)	6	支援企業数(実績)	6	支援実績率	100.0%	満足度	80.0%	
計画に対する実績(数値)⑥	支援企業数(計画)	30	支援企業数(実績)	34	支援実績率	113.3%	満足度	84.0%	

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)

**①新入社員教育基礎講座**  
定員に達し、アンケート調査結果では84%が満足しているという結果となった。

**②人材採用ノウハウセミナー**  
定員40社の参加企業数は無かったものの、アンケート調査結果から、内容に満足している企業が多数となった。

**③就職フォーラムin堺**  
定員30社を大きく上回る出展数となったが、目標としていた30人の内定者人数に対し、結果として、12社24人の人数にとどまった。しかし、内定に結び付かなかった参加企業から、「来場の学生に、自社をアピールでき参加して良かった」などの声をいただいております、一定の評価を得られた。

**④内定者育成セミナー**  
定員20社には達しなかったものの、アンケート調査によると受講者の満足度は85%と高く、内定者のモチベーションアップにつながった。

**⑤大学等就職担当者向け地元企業見学バスツアー**  
「企業の魅力を、大学等就職担当者に伝えられた。」、「多くの大学等就職担当者を知り合うことができた。」との満足した意見を見学先企業からのアンケート調査で伺うことができ、今後の人材確保に向けたネットワークを構築することができた。

**⑥求人ネットワーク事業**  
定員を上回る参加があり、全ての企業から、高専の学生、2校の高卒者を「ぜひ採用したい。」「採用を検討する。」「平成26年4月採用ではないが、採用を検討したい。」との意見をいただいた。

①指標	アンケート調査による満足度【新入社員教育基礎講座】				
数値目標	80%	実績数値	84%	目標達成度	105.0%
②指標	アンケート調査による満足度【人材採用ノウハウセミナー】				
数値目標	80%	実績数値	90%	目標達成度	112.5%
③指標	内定者人数【就職フォーラムin堺】				
数値目標	30人	実績数値	24人	目標達成度	80.0%
④指標	アンケート調査による満足度【内定者育成セミナー】				
数値目標	80%	実績数値	85%	目標達成度	106.3%
⑤指標	アンケート調査による満足度【大学就職担当者向け地元企業見学バスツアー】				
数値目標	80%	実績数値	80%	目標達成度	100.0%
⑥指標	参加企業と各校とのネットワーク構築数【求人ネットワーク事業】				
数値目標	20社	実績数値	34社	目標達成度	170.0%

成果の代表事例

【人材採用ノウハウセミナー・就職フォーラムin堺・内定者育成セミナー】  
上記3つの事業を理想的に活用された企業。  
人材採用ノウハウセミナー受講により、「最新の就職活動状況」や人材を振り向かせるための「アプローチ方法」を学び、これを基に、就職フォーラムin堺に出展。当日には27名の求職者との面談が行われ、後日2名の内定を決定。さらに、2名の内定者のうち、1名は内定者育成セミナーを受講。内定者は、実際に社会人となる前から、仕事に対するモチベーションをアップすることができ、企業の若手人材育成に役立った。

その他目標値の実績

③目標値(計画)	800名	目標値(実績)	628名	目標達成度	78.5%
⑥目標値(計画)	460名	目標値(実績)	607名	目標達成度	132.0%
③就職フォーラムin堺	当日来場者数(628名)				
⑥求人ネットワーク事業	大阪府立大学工業高等専門学校(来場学生数 202名) 堺市立堺高等学校(当日参加学生数 92名) 大阪府立堺工科高等学校(当日参加学生数 313名)				

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)

就職フォーラムを開催し、地元中小企業において一定の内定者の確保に繋がったが、出展企業のうち、採用に結び付かなかった企業もあった。また、来場者数も昨年を下回ったため、次年度は、内定者人数、来場者数にこだわり、事業を展開していきたい。  
また、次年度は、「人材採用ノウハウセミナー」と「内定者育成セミナー」は、一定の成果が上がったため、廃止する一方、地元中小企業の雇用の安定の実現をトータル的にサポートするため、『人材確保から人材(従業員)の定着率の向上』に重点を置き、事業を展開していきたい。



堺商工会議所

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～28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)	おおさか地域創造ファンドにおける地域支援事業「大阪泉北地域支援事業助成金」を活用し、地域活性化に繋がる新事業を展開する中小企業などや、当該助成金の活用を目指す中小企業などの支援により、当該事業の円滑な運営を図り、地域活性化の一助とすることを目的に実施する。						
	支援する対象 (業種・事業所数等)	大阪泉北地域支援事業助成金による支援対象者並びに、当該助成金の活用を目指す中小企業者など						
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	①セミナー開催：「中小企業のための支援制度説明会」平成24年4月18日(水) 堺市などとの共催で、泉北地域の企業を対象に、新規事業の活用に関する助成金説明会を開催し、その中でおおさか地域創造ファンド事業を説明し、申請企業の促進を行った。 ②事業計画作成支援 事前に相談に来られた企業に対して、事業が成功するための事業計画書作成及び審査に向けてのプレゼンテーションに関するアドバイスをを行った。また、落選者に対し、希望者には、今後の事業展開や再応募等に向けてのアドバイスをを行った。 ③ハンズオン支援 9社の企業に対して、大橋CDとともに企業訪問をし、年間を通じて、採択企業の事業の進捗状況を確認し、事業成功に向けた自社ブランドの構築や販路開拓等に関しての具体的なアドバイスをを行った。 ④交流会の開催：「“デザインやブランド”を語り合う会」平成24年12月5日(水) おおさか地域創造ファンドにおける助成対象事業者の助成事業支援を目的に「デザインとブランド」をテーマとした研修会を開催。 <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	おおさか地域創造ファンド事業として、大阪府・(公財)大阪産業振興機構と連携し、泉北地域(堺市、高石市、和泉市、泉大津市)における地域活性化に繋がる新事業を展開する中小企業を支援した。					
		②広域連携	大阪泉北地域活性化推進協議会において、堺市、高石市、和泉市、泉大津市を管轄。平成24年度は、22社(堺市13社、高石市1社、泉大津市5社、和泉市3社)の応募社数があり、9社(堺市4社、高石市1社、和泉市3社、泉大津市1社)のハンズオン支援を行った。					
		③市町村連携						
		④相談相乗	事前広報により、応募申請時より前から、事業計画の作成支援をしている企業について、前年度から相談を受け、新規事業の立案に向けた支援につながった。					
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)	9	支援実績率	90.0%	満足度	100.0%
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)	セミナー開催による応募希望者の掘り起こしを行い、その後、応募希望者に対して、コーディネーターと一緒に事業計画書作成支援を行うことにより、過去最多であった応募申請件数を確保することができた。 当該助成制度の採択企業に対しては、定期的に各企業を訪問するなどし、事業成功に向けたアドバイスをを行い、大部分の企業において、課題はあるが、進捗通り事業を推進させることができた。また、「“デザインやブランド”を語り合う会」では、前おおさか地域創造ファンド事業審査委員の越田氏をゲストに迎え、越田氏の今までの経験の中から、「デザイン・ブランド」について語っていただき、参加企業同士で意見交換などを行った。						
		指標	新規採択支援企業数					
		数値目標	4社	実績数値	5社	目標達成度	125.0%	
	成果の代表事例	A社 助成2年目で、唯一無二のスイーツ「まっ茶アイス」を完成させた。この抹茶アイスは、大阪の「お取り寄せ」グルメにおいて、総合グランプリを獲得し、百貨店などから既に引き合いの話がある。最終年度は、堺本店にブランド発信拠点を開店する予定である。						
その他目標値の実績	目標値(計画)	90	目標値(実績)	75	目標達成度	83.3%		
	目標値(計画)	15	目標値(実績)	22	目標達成度	146.7%		
	目標値(計画)	10	目標値(実績)	10	目標達成度	100.0%		
	●セミナー開催：「中小企業のための支援制度説明会」平成24年4月18日(水) 参加企業数 75社 (別添個票参照) ●事業計画作成支援 【応募申請件数 22件】(別添個票参照) ●“デザインやブランド”を語り合う会の開催：平成24年12月5日(水)【参加企業数：10社】(別添個票参照)							
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)	①セミナー開催については、広報を強化し参加企業数を増加させるとともに、参加企業に対しておおさか地域創造ファンドの積極的な応募を後押しするため、個別面談を実施する。 ②事業計画書作成支援については、事務局とコーディネーターで随時個別相談に対応し、応募希望者の事業計画書のブラッシュアップを図っていく。 ③ハンズオン支援については、事業計画に定めた事業を遂行するための助言や進捗管理などの強化を図っていく。 ④交流会の開催については、ハンズオン支援をしている企業の課題に応じてテーマを設定し、昨年度同様企業にとって実りのある交流会としていきたい。 なお、国の補正予算「ものづくり中小企業・小規模事業者試作開発等支援補助金」によって、当該事業に関する応募件数が減縮する可能性がある。						



堺商工会議所

事業名	Facebook活用セミナーおよび販路拡大ビジネス交流会
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
事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	規模の大小を問わず、企業はインターネットを経由した様々なツールを利用し、売上の拡大や経営の効率化を図っている。とりわけ世界で8億人以上のユーザー数を誇ることとなったSNS（ソーシャル・ネットワーキング・サービス）である『Facebook』の拡大は、企業の営業スタイルや人脈の構築方法を変革するほどの影響力を示している。還元すれば、このツールを使わない企業は、経営上、不利な状況に陥ることとなる。人材の不足しがちな中小企業においては、デジタル・ディバイドが発生し、大企業との格差が生じやすい環境にあると言える。しかし、これらのツールを使いこなせば、中小企業でも大企業と充分渡り合える力を持つことが可能となる。 本事業では、中小企業経営者を対象にFacebookやクラウドコンピューティング等の先進IT技術を学んでいただき競争力のある経営を目指していただくとともに、リアルな交流の場としての「ビジネス交流会」を開催することによって、取引関係の構築・人的ネットワークの拡大にも寄与していくことを目的とする。
支援する対象 (業種・事業所数等)	Facebook設置者および設置予定者で市内外の中小企業経営者、従業員が対象。セミナー参加企業180社、交流会参加企業50社を想定。業種は問わない。
事業の概要  実施時期・具体的な内容及び事業手法	①売れるネット販売の経営戦略セミナー～Facebook活用！～ 《開催時期》平成24年6月15日（金）14：00～15：30 《開催場所》堺商工会議所 大会議室 《内 容》Facebook、ネットショップを駆使し、販路を拡大するための戦略を学ぶセミナーを開催した。 ②初心者のためのFacebook導入・活用セミナー 《開催時期》平成24年8月27日（月）14：00～16：00 《開催場所》堺商工会議所 大会議室 《内 容》Facebookの作り方・使い方に加え、販路拡大等のための活用方法を事例を交えながら学ぶセミナーを開催した。 ③Facebookを徹底活用！ 成功事例に学ぶ集客・売上戦略術セミナー 《開催時期》平成24年9月6日（木）14：00～16：00 《開催場所》堺商工会議所 大会議室 《内 容》個人用および企業用のFacebookを活用し、集客・販路拡大の手法を事例を交えながら学ぶセミナーを開催した。 ④クラウド利用で売上アップセミナー～Facebook等のクラウド活用！～ 《開催時期》平成24年11月28日（水）14：00～16：00 《開催場所》堺商工会議所 大会議室 《内 容》Facebookを含む無料・有料のクラウド（アプリ）を紹介しながら、タブレット端末を使った業務の効率化・経営力の強化方法を学ぶの作り方・使い方に加え、販路拡大等のための活用方法を、事例を交えながら学ぶセミナーを開催した。 ⑤タブレット端末入門セミナー～Facebook・クラウドでビジネス活用～ 《開催時期》平成25年3月14日（木）午前の部10:00～12:00、午後の部14:00～16:00 《開催場所》堺商工会議所 大会議室 《内 容》Facebookの作り方・使い方に加え、Facebookを含む無料・有料のクラウド（アプリ）を紹介しながら、タブレット端末を使った業務の効率化・経営力の強化方法を学ぶの作り方・使い方に加え、販路拡大等のための活用方法を、事例を交えながら学ぶセミナーを開催した。  ⑥ビジネス交流会（6月15日(金) 15:30～16:30） ⑦ビジネス交流会（8月27日(月) 16:00～17:00） ⑧ビジネス交流会（9月6日(木) 16:00～17:00） ⑨ビジネス交流会（11月28日(水) 16:00～17:00） 《開催場所》堺商工会議所 大会議室 《内 容》ネット上での仮想的な結びつきではなく、リアルな交流の場での情報交換を通して、人脈作り、販路拡大を図っていく。また、Facebook等の使用方法・利用方法などについて話し合ってくださいことによって、問題解決を図り、今後の販路拡大に結びつけていく。
<事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載>	
①府施策連携	

		②広域連携	高石商工会議所と連携して事業を行った。高石商工会議所管内から、セミナーで計7社、交流会で計4社の参加があった。また、堺市内外への幅広く広報を行った結果、セミナー191社のうち、42社が堺市外の会社であった。							
		③市町村連携								
		④相談相乗	セミナーまたは交流会に参加した企業のうち、35社(重複除く)がカルテ化に結びついており、IT分野を含めた様々な相談・支援に結びついている。							
事業の実績／目標達成度	計画に対する実績(数値)①	支援企業数(計画)	40	支援企業数(実績)	84	支援実績率	210.0%	満足度(100点満点中)	80.6点	
	計画に対する実績(数値)②・③	支援企業数(計画)	100	支援企業数(実績)	70	支援実績率	70.0%	満足度(100点満点中)	83.1点	
	計画に対する実績(数値)④・⑤	支援企業数(計画)	40	支援企業数(実績)	37	支援実績率	92.5%	満足度(100点満点中)	84.9点	
	計画に対する実績(数値)⑥～⑨	支援企業数(計画)	50	支援企業数(実績)	86	支援実績率	172.0%	満足度(100点満点中)	81.9点	
	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 ⇒ 企業用Facebookページとネットショップとの連携により、顧客の新規開拓とグリップ力の強化、販路拡大に結びつくことを理解いただいた。また、Facebookページとネットショップの連携を図って販路拡大を模索する企業が増えた。 ②・③ ⇒ Facebook開設による、業務効率化・人脈構築・情報発信力の強化を図れることを理解いただき、企業用Facebookページの早期導入を図る企業が相次いだ。 ④・⑤ ⇒ Facebookを含むクラウド利用による業務効率化について理解いただくとともに、有料・無料を問わず、有用なクラウドの導入に積極的になった企業が大半であった。また、基幹業務系のクラウドへの興味を示す企業も多数現れた。 ⑥～⑨ ⇒ Facebook等のSNS上の仮想現実だけではなく、リアルな交流を通じて、情報交換、人脈拡大、商談などに話が及び、ビジネスチャンスの揺籃の場として参加者の満足度は高かった。								
	指標①	実際にFacebookとネットショップの連携を導入した企業数。								
	数値目標	10	実績数値	12	目標達成度	120.0%				
	指標②・③	Facebookをビジネスに活用した企業数								
	数値目標	50	実績数値	65	目標達成度	130.0%				
	指標④・⑤	アンケートによる満足度調査								
数値目標	80	実績数値	84.9	目標達成度	106.1%					
指標⑥～⑨	アンケートによる満足度調査									
数値目標	80	実績数値	81.9	目標達成度	102.4%					
成果の代表事例	<b>【A社】</b> 焼肉店と精肉販売店を展開。企業用Facebookページの開設と、既存ネットショップとの連携により、情報発信力の強化、販路開拓、顧客のグリップ力の強化を図れ、売上増に結びついている。 <b>【B社】</b> ホームページをリニューアルし、ネット販売に特化したシステムを構築するとともに、Facebookを開設し、情報発信力の強化、顧客のグリップ力強化による販路拡大戦略を展開している。									
その他目標値の実績	目標値(計画)		目標値(実績)		目標達成度					
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)	IT分野は絶えず進化と変化を遂げており、中小企業におけるITリテラシーの向上と、業務への応用・展開については、持続的にIT系セミナーを開講していくことが重要である。今後、間違いなく加速していくであろう基幹業務系クラウドの導入について、中小企業が乗り遅れないよう、積極的に支援を行っていくとともに、電子書籍などのクラウドを使った、全く新しいビジネスの形態を模索するといったブルーオーシャン戦略についても取り組んでいく予定である。								

堺商工会議所

事業名		創業ゼミ																																	
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 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	創業するためには創業に対する想いやアイデアを形にする必要があり、具体的な創業計画が必要である。しかし、実際には、創業計画書の作成などの準備作業をどうしたらいいかわからないという問題があるため、創業に至らないケースや、十分な準備のないまま創業するケースもある。そこで、創業するためのステップを踏み、円滑な事業スタートが可能になるよう支援する必要があるため、本事業では創業に必要な基礎知識は当然のこと、創業計画書の作成、特に創業に不可欠なコンセプトを中心とした計画書の作成を目的に開催。また、グループワークなどを通じて他者からの意見も参考に計画書を練り上げ、十分な準備により、円滑な事業スタートが切れる創業者の輩出を促し、これにより地域活力の維持並びに増大を目指す。																																	
	支援する対象 (業種・事業所数等)	堺市内・外の広域の創業希望者。創業に必要な知識と具体的な創業計画の立案方法の修得を希望する者。また、他の受講者や創業先輩者、講師などとのグループワークや交流会を通じて積極的に交流を図り、ネットワークづくり・情報収集を希望する創業希望者。																																	
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>【時期】平成24年9月1日(土)・8日(土)・15日(土) 10時～17時 当所2階大会議室にて開催。</p> <p>【内容】(1日目)創業の心構えとビジネスアイデアの見つけ方、受講者交流会。(2日目)創業者向け融資制度、先輩創業者の体験談&amp;交流会、マーケティング、資金・収支計画作成。(3日目)創業時に必要な届け出、顧客との関係づくり、ビジネスプラン発表。</p> <p>座学のみではなく、受講者同士でのグループワークやビジネスプランシート作成、先輩創業者の体験談、ビジネスプラン発表などの内容も盛り込んだ。</p> <p>※3日間ともに、当所の職員が収集した、カリキュラム内容に沿った補助資料を、創業の情報として提供した。また、最終日には、職員が創業時に必要な手続きを説明する時間を設けた。</p> <p>※欠席した受講生へのフォローとしては、テキストの郵送を行うとともに、当所の専門相談窓口や職員による相談の利用を促した。また、受講生のうち8名が専門相談窓口や職員の相談を利用しており、今後も継続して支援していく。(内カルテ化5名)</p> <p>&lt;事業手法(①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果)の具体的な連携・効果を記載&gt;</p> <table border="1"> <tr> <td>①府施策連携</td> <td colspan="6">府施策連携事業のテーマでもある「起業家の育成、創業の促進」において、産業構造の転換、競争力強化を図るためにも、経済活動の新陳代謝は不可欠であり、十分な準備のある創業に必要な創業計画書作成支援を行うほか、大阪府中小企業信用保証協会の融資担当者を講師として招き、制度融資の説明の時間を設けた当該事業を開催することで、創業者の輩出を促した。※平成25年3月28日時点において、10人の創業者輩出。</td> </tr> <tr> <td>②広域連携</td> <td colspan="6">高石商工会議所と連携し、広報等の協力により広域で実施。平成24年度実施の「創業ゼミ」受講者35名のうち、1名が高石市からの受講であった。また、大阪市内ほかからの受講生は8名となっており、広域での事業実施効果があった。</td> </tr> <tr> <td>③市町村連携</td> <td colspan="6"></td> </tr> <tr> <td>④相談相乗</td> <td colspan="6">受講生のうち8名が専門相談窓口や職員の相談を利用しており、今後も継続して支援していく。そのほかの受講生については、さらにヒアリングなどを行っていき、現在のビジネスプランを創業可能となるようにブラッシュアップするべく、当所の専門相談窓口や指導員による相談の利用を促していく。</td> </tr> </table>						①府施策連携	府施策連携事業のテーマでもある「起業家の育成、創業の促進」において、産業構造の転換、競争力強化を図るためにも、経済活動の新陳代謝は不可欠であり、十分な準備のある創業に必要な創業計画書作成支援を行うほか、大阪府中小企業信用保証協会の融資担当者を講師として招き、制度融資の説明の時間を設けた当該事業を開催することで、創業者の輩出を促した。※平成25年3月28日時点において、10人の創業者輩出。						②広域連携	高石商工会議所と連携し、広報等の協力により広域で実施。平成24年度実施の「創業ゼミ」受講者35名のうち、1名が高石市からの受講であった。また、大阪市内ほかからの受講生は8名となっており、広域での事業実施効果があった。						③市町村連携							④相談相乗	受講生のうち8名が専門相談窓口や職員の相談を利用しており、今後も継続して支援していく。そのほかの受講生については、さらにヒアリングなどを行っていき、現在のビジネスプランを創業可能となるようにブラッシュアップするべく、当所の専門相談窓口や指導員による相談の利用を促していく。					
	①府施策連携	府施策連携事業のテーマでもある「起業家の育成、創業の促進」において、産業構造の転換、競争力強化を図るためにも、経済活動の新陳代謝は不可欠であり、十分な準備のある創業に必要な創業計画書作成支援を行うほか、大阪府中小企業信用保証協会の融資担当者を講師として招き、制度融資の説明の時間を設けた当該事業を開催することで、創業者の輩出を促した。※平成25年3月28日時点において、10人の創業者輩出。																																	
	②広域連携	高石商工会議所と連携し、広報等の協力により広域で実施。平成24年度実施の「創業ゼミ」受講者35名のうち、1名が高石市からの受講であった。また、大阪市内ほかからの受講生は8名となっており、広域での事業実施効果があった。																																	
③市町村連携																																			
④相談相乗	受講生のうち8名が専門相談窓口や職員の相談を利用しており、今後も継続して支援していく。そのほかの受講生については、さらにヒアリングなどを行っていき、現在のビジネスプランを創業可能となるようにブラッシュアップするべく、当所の専門相談窓口や指導員による相談の利用を促していく。																																		
計画に対する実績(数値)	支援者数(計画)	30	参加者数(実績)	35	支援率	116.7%	満足度	94%																											
事業の実績/目標達成度	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	<p>●「創業計画書」の作成(17名)</p> <p>※創業計画書では事業コンセプトのほかに、収支計画や資金計画なども必要となる。今回のゼミでは、事業コンセプトや資金・収支計画の作成方法を日程を分けて学んだ。作成した成果物としては、事業コンセプトシートを回収。資金・収支計画については、個人情報にあたる部分が多く、事務局では回収はしていない。なお、創業計画書は受講者の創業に対する意識や準備のレベルに違いがあり、創業についての基礎知識から習得する受講生も見られたことから、内容のレベルにも違いが生じている。また、今現在での計画書であるため、今後ブラッシュアップされていくものであると考えられる。</p> <p>※ゼミ受講前に開業予定時期などについてアンケートを実施。開業時期は「未定」や「2年～3年後」と回答された方が多く、創業に対しての準備や知識がさほどない方が多く受講された。</p> <p>※創業者同士の横の繋がりを創ってもらうべく、カリキュラム内でグループワークや1日目の終了前の交流会、先輩創業者の講演後の交流会などを昨年に比べ多く時間をとり実施した。その結果、受講生同士による勉強会(10名程度)を定期的にも実施している。</p>																																	
		指標	「創業計画書」の作成																																
		数値目標	15	実績数値	17	目標到達度	113%																												
成果の代表事例	今回のゼミにより、創業の心構えから事業コンセプトの作成、収支計画などの作成方法などを学んだ。そして、その創業計画書をもとに今後の事業計画を作成。創業資金についてはゼミ開催前の8月に申し込んでおり可決となっている。今後は、創業へ向けて本格的に動き出すことから、専門相談窓口や職員による相談の利用を促していき、支援していく。(A氏)																																		
その他目標値の実績	目標値(計画)		目標値(実績)		目標達成度																														
実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	当初の目標であった15名の「創業計画書」の作成は、それを上回る17名となった。(26名分の創業計画書があるが、内容等を鑑み計画書としては17名分をカウントしている)創業計画書は「事業コンセプト」について作成している。なお、今現在での創業計画書であるため、創業準備を進めていくにあたり、今後ブラッシュアップされていくものであると考えられる。今回、欠席した受講生へのフォローとしては、テキストの郵送を行うとともに、当所の専門相談窓口や職員による相談の利用を促した。また、受講生のうち8名が専門相談窓口や職員の相談を利用しており、今後も継続して支援していく。そのほかの受講生については、さらにヒアリングなどを行っていき、現在のビジネスプランを創業可能となるようにブラッシュアップするべく、当所の専門相談窓口や指導員による相談の利用を促していく。																																	
		課題としては、3日間の開催日程ということで受講生同士の横の繋がりを構築しづらいことやカリキュラム内容に幅を持たせることができないなどが挙げられることから、4日間や5日間の開催日程を検討するものとする。																																	



堺商工会議所

事業名		事業承継支援事業							
想定する実施期間		24 年度～ 24 年度まで ※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること							
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	近年、個人事業主や法人企業の代表者の高齢化が進むなか、「後継者がいないので、廃業するしかない。」「息子に事業を引き継がせたいが、今の会社の状態では継がせたくない。」など、『将来に悩んでいる企業』が多くなっている。 そこで、後継者不在による廃業等をなくし、事業承継を円滑に成功させることにより、事業の継続・安定化と雇用の維持・確保を図ることを目的に、事業承継支援事業を実施する。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	後継者不在、後継者の育成等に悩んでいる企業							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	①事業承継セミナーの開催 開催日時：平成24年9月4日(火) 午後2時～午後4時 講師：当所事業承継コーディネータ 森下 勉氏 テーマ：「会社の残し方【ヒトの承継】」 ②専門家派遣による個別支援 セミナーの参加企業や、経営指導員による経営指導などから個別支援の企業先を発掘。 【個別支援】専門家を派遣し、事業資産状況、株主状況などの現状把握を行った上で、円滑な事業資産や経営権の承継、事業譲渡に係る計画書並びに助言書の作成により、事業承継に至るまでの具体的な支援を行った。 <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							
		②広域連携	広域的に広報することにより、事業承継セミナーでは、大阪市、吹田市、和泉市、松原市から各1社の参加があり、個別支援では、高石市1社の支援を実施した。						
	③市町村連携								
	④相談相乗	個別支援の専門家派遣につなぐため、経営指導員がまず事業者の内容を十分にヒアリングし、専門家派遣には経営指導員が同行して支援にあたった。すべて、カルテ化している。							
事業の実績／目標達成度	計画に対する実績(数値)	支援企業数(計画)	10	支援企業数(実績)	10	支援実績率	100.0%	満足度	100%
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	【事業承継セミナー】 目標値の参加者数40社44名を確保することができ、セミナーの参加企業から個別支援につなげることもできた。 【個別支援】 目標値の10社の個別支援を実施することができた。10社の事業承継の目的が様々であり、成果も様々であった。具体的には、相談中に義父が急死し、急遽、相続対策が最重要課題となった案件や、自社株を保有する兄弟間で衝突し、事業承継が進まない案件など、それぞれに適した支援を行った。 結果、今回の支援をきっかけに、全ての企業において、先送りしていた事業承継の課題解決に向け、具体的に行動を進めることとなった。							
		指標	事業承継計画書、事業承継に関する助言書						
		数値目標	10社	実績数値	10社	目標達成度	100.0%		
	成果の代表事例	事業承継セミナーを受講後、経営指導員が事業所を訪問し、ヒアリング。社内従業員へ事業承継を考えているが、後継者育成、自社株、事業用資産などをどのように承継するべきか悩んでいた。そこで、事業承継コーディネータを派遣し、後継予定者の従業員と家族を含めて話し合うきっかけを作ることにより、承継について後継予定者と共通認識を持つことができた。事業承継コーディネータの支援により、結果として、自社株を、非課税の範囲で、毎年、後継予定者へ贈与していき、後継予定者へ責任感を持たせていき、具体的に事業承継に向け行動を進めることとなった。							
その他目標値の実績		40社	目標値(実績)	40社	目標達成度	100.0%			
	事業承継セミナー 平成24年9月4日(火)開催 参加企業40社44名(個票参照)								
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)	【セミナー開催】 事業承継を啓発する目的で、継続的に開催することが必要と考える。また、セミナー参加企業から、個別支援へつなげるため、セミナー参加企業へのフォローを充実させたい。 【個別支援】 「相談はまだ先で良い」と事業承継の課題を先送りする企業が多く、相談者の掘り出しに苦慮している。また、経営指導員の事業承継に関するスキルがまだまだ不十分であり、当該事業に関与している経営指導員が限定されている。当該事業に関与できる経営指導員のスキルの向上が課題である。							



堺商工会議所

事業名		創業支援セミナー							
想定する実施期間		24年度～24年度まで ※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること							
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	開業率が廃業率を下回っており、企業数は減少し続けている。この状況下で、創業希望者は毎年120万人ほど存在しているが、そのうち、実際に開業に至る人たちは3割で、残りの7割の人たちは創業を断念しているとされている。その原因として、創業に至るまでの大まかな流れなどの基礎的な知識が不足していることが挙げられる。そこで、創業を検討している者に創業の基礎知識をわかりやすく解説することで、不安感を払拭し、創業意欲を高め、創業への最初の一步を踏み出す一助とする。これにより、起業家の輩出を促し、地域活性化を目指す。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	堺市内・外の創業検討者。特に、将来に創業をしたいとの希望を持ってはいるものの、何から始めたらいいのか、また、どのような準備が必要であるのかがわからず、創業の基礎知識が不足している者。							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<ul style="list-style-type: none"> <li>●内容 創業支援セミナー ※受講者数88名 申込者数109名</li> <li>●開催日 3月2日(土) 10:00～17:00</li> <li>●開催場所 堺商工会議所</li> <li>●将来の創業を考えてはいるものの、何から始めてよいのかどのような準備が必要であるのか等、創業に関する基礎知識が不足している人を対象とした創業の基礎を学ぶセミナー(具体的な内容) 「創業の心構え」「創業のアイデア創出」「創業計画書の作成」「公的な融資の種類とは」「開業の手続き」「インターネットでの販路開拓」の内容で実施した。開業に向けた基礎知識が習得できるよう、講師の体験談を踏まえながら、要所を所をおさえ、わかりやすく解説した。</li> </ul>							
		<b>&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;</b>							
		①府施策連携	大阪府施策と連携した創業支援を、専門家を講師としたセミナー形式により実施し、創業予定者に円滑な創業実現のための支援を実施した。						
②広域連携		堺市内・市外を問わず、広域的な広報活動を実施。申込者109名中18名が堺市外からの参加であった。							
③市町村連携									
④相談相乗	セミナー受講生のうち、5名が当所専門相談窓口(創業・経営)を利用、および利用予定。								
事業の実績/目標達成度	計画に対する実績(数値)	支援者数(計画)	60	支援者数(実績)	88	支援実績率	146.7%	満足度	95
	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>●受講者アンケート満足度 今回のアンケート調査により、「満足」が77%、「やや満足」が18%、「普通」が5%という結果となり、満足度の高いセミナーであった。</li> <li>本セミナーにより、事業アイデアの磨き方を知り、創業計画書作成の必要性について認識するとともに、事業に必要な資金を割り出し、利益を残していくための計画を数字の面で捉える重要性を理解していただくことができた。更に、公的な融資の種類、創業した時の各種手続き、インターネットを利用した販路開拓についても学んでいただくことができた。</li> <li>受講者からは「漠然とお店を持ちたいと考えていたものが、現実に向けて頑張ろうという気持ちになった」「創業に向けてどのような準備が必要であるかを理解することができた」「起業に向けて不安が少しやわらいだ」などという感想があり、創業を検討している者に創業の基礎知識をわかりやすく解説することで、不安感を払拭し、創業意欲を高め、創業への最初の一步を踏み出す一助とするという目標は達成できたと考える。</li> </ul>							
		指標	受講者アンケート満足度						
		数値目標	80%	実績数値	95%	目標達成度	118.8%		
	成果の代表事例	当所専門相談窓口(創業・経営)を利用し、事業計画等について相談中であり、平成25年11月にネットショップの開設を目指している事例がある。							
その他目標値の実績	目標値(計画)		目標値(実績)		目標達成度				
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>今回109名もの受講申込者がいたことから、当セミナーに対するニーズの高さがわかった。また、満足度も非常に高かったことから、来年度も引き続き、同様の内容での実施を予定している。</p> <p>今後1年以内に開業を予定しているものが20名程度おり、実際に開業に至るよう、今後、次年度の夏に開催予定の創業ゼミへ誘導し、創業計画書や事業アイデアのブラッシュアップを図っていく他、当所専門相談窓口の利用や経営指導員により支援していく。</p> <p>また、受講者のうち半数の44名は、開業時期は未定であるため、今後、長期的に支援を行っていく。</p>							

堺商工会議所

事業名		公的補助金活用セミナー						
想定する実施期間		24 年度～ 24 年度まで ※複数年段階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)	<p>経済産業省・大阪府などの施策で、中小企業の新たな取組み（変革と革新）に向け、様々な補助金・助成金の施策が実施されている。                  こうした取組みは、様々な広報媒体で制度毎に、告知されているものの、制度の特長を比較検討できる機会は少ない。                  また、大阪府では、23年度から、中小企業者を地域金融機関と商工会・商工会議所等が連携してサポートする「地域支援ネットワーク」の構築を推進しており、既に大阪市内等4地域で支援ネットワークが立ち上がっている。当会議所としても、堺エリアにおける「地域支援ネットワーク」の形成に主導的立場で取組み、地域金融機関とともに、地域で頑張る開業者・小規模企業者支援に注力したいと考えているところである。このようなことから、中小企業者のニーズに適った支援策の紹介、活用支援の一環として、地域金融機関とともに、標記セミナーを開催する。                  セミナー開催後には、補助金・助成金の活用に向け具体的な支援が必要であり、かつ、事業所が支援を望む場合は、経営指導員による個別相談等によるフォローの実施や地域金融機関と当会議所相互の連携による最適なサポート機関・施策への誘導などを通じて、平成24・25年度における補助金・助成金の申請等に繋げる。</p>						
	支援する対象 (業種・事業所数等)	堺市を中心とした南大阪地域の中小企業者						
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>●内 容 大阪府内中小企業向け公的補助金活用説明会                  ※受講者数50名、申込者数59名                  ●開催時期 4月9日(月) 14:00～16:00                  ●開催場所 本所2階大会議室                  ●新製品開発などの新事業に活用できる「公的補助金制度」について、制度概要や活用事例、申請方法を詳しく伝えた。</p> <p>&lt;事業手法(①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果)の具体的な連携・効果を記載&gt;</p> <p>①府施策連携 当該事業により、地域金融機関とのネットワークが強化され、地域支援ネットワークの立ち上げをスムーズに行うことができた、</p> <p>②広域連携 地域金融機関と連携し広域で広報活動を行ったため、参加企業のうち、約35%が堺市外の事業所であった。</p> <p>③市町村連携</p> <p>④相談相乗 参加企業のうち7社が当所にてカルテ化されており、相談事業との相乗効果は十分に見られた。</p>						
	計画に対する実績(数値)	支援者数(計画)	50	支援者数(実績)	42	支援実績率	84%	満足度
事業の実績/目標達成度	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	<p>●受講者アンケート満足度                  今回のアンケート調査などにより、「満足」「やや満足」と回答した受講者は30名であり、概ね好評を得たセミナーとなった。参加者50名全員に5点満点で満足度を確認したところ、250点満点で203点となった。                  今後は、当所の専門相談窓口の利用や経営指導員による相談によって個別に支援していく。</p>						
		指標	受講者アンケート満足度					
		数値目標	80%	実績数値	80%	目標達成度	100%	
成果の代表事例	成果の代表事例	受講後に、各種補助金活用に向け、参加者のモチベーションを高めることができ、参加企業から3社が、「おおさか地域創造ファンド」に応募された。						
	その他目標値の実績	目標値(計画)	3社	目標値(実績)	4社	目標達成度	133%	
		受講後に、各種補助金活用に向け、参加者のモチベーションを高めることができ、参加企業から3社が、「おおさか地域創造ファンド」に応募された。 また、平成24年度の国補正予算の補助金申請を行った事業所や検討している事業所も複数あり、当該説明会に参加することにより、中小企業の補助金施策への感度を高めることができた。						
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)	当所としては、民間企業(紀陽銀行)と初めて共催で実施した事業であった。企画当初から、紀陽銀行の集客力に大きく期待していたが、申込者が思うように増加せず、結果として、当所の広報による参加者を含めても、目標である50社の参加に至らなかった。よって、次年度以降の開催にあたっては、募集方法、具体的なカリキュラムの再検討が必要である。 また、補助金活用に向け具体的な相談があった場合は、アドバイスを提供しており、これを継続したい。						