

# 平成24年度 事業実績報告書

## 申請者の概要

|   |         |   |                        |
|---|---------|---|------------------------|
| 申請者   | 団体名     | 和泉商工会議所   |                        |
|   | 代表者職・氏名 | 会頭 岸脇 淳介  |                        |
|   | 所在地     | 〒594-1144 大阪府和泉市テクノステージ3丁目1番10号   |                        |
|   | 担当者     | 職・氏名  | 中小企業相談所 所長 森 知久        |
|   |         | 連絡先   | 電話番号（直通）： 0725-53-0320 |
| Fax： 0725-53-5959   |         |   |                        |
|   |         | E-mail： <a href="mailto:mori@izumicci.jp">mori@izumicci.jp</a>  |                        |
| ①設立年月日<br>②職員数<br>（うち経営指導員数）<br>③所管地域<br>④管内事業所数<br>⑤管内小規模事業者数<br>⑥会員数（組織率）<br><br>※②、④、⑤、⑥については直近の数字を記載のこと   |         | ①平成6年4月1日<br><br>②18名（7名）<br><br>③和泉市<br><br>④6,334（平成21年経済センサス調査による）<br>⑤5,945（平成21年経済センサス調査による）<br>⑥1,725（27.23%）（平成24年12月末日現在） |                        |
| <input type="checkbox"/> 主な事業概要（定款記載事項等）  |         |   |                        |
| ①商工会議所としての意見の公表、国会、行政庁等に具申・建議、行政庁等の諮問への答申<br>②商工業に関する相談・指導、情報収集・提供、調査研究、講習会又は講演会の開催、施設の設置・維持・運用<br>③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<br>④輸出品の原産地証明<br>⑤商工業に関する技術又は技能の普及又は検定<br>⑥博覧会、見本市等の開催・あっせん<br>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<br>⑧商工業者の信用調査、観光事業の改善発達<br>⑨行政庁から委託を受けた事務<br>⑩社会一般の福祉の増進に資する事業<br>⑪国際親善の増進を図る事業<br>⑫外国人研修生の受入れに関する事業<br>⑬上記のほか、商工業者の委託を受けて当該商工業者が行うべき事務（その従業員のための事務を含む。）を処理し、その他商工会議所の目的を達成するために必要な事業 |         |   |                        |

## 和泉商工会議所

### (1) 事業の目標

○今年度も引き続き中小・小規模事業者が抱える課題を把握するために企業訪問を徹底して行い、経営相談に対して課題解決に向けて適切な支援施策や制度、支援機関等の活用などサービス提案を行い必要な経営支援を行っていきます。

○専門相談支援事業については、経営上の専門的なニーズに対応し解決するために、本所プロ集団である「企業支援プロジェクトチーム」へつなぎ高度専門的見地からの助言とすべての悩みを解決することを目標とします。

○中小・小規模事業者からの要望に対して計画したのが地域活性化事業であり、相談事業相乗効果が表れる事業として積極的に取り組んで参ります。

### (2) 事業を実施した具体的な内容、方法及び工夫した点

#### (経営相談支援事業)

市内小規模事業者に対して徹底した巡回指導を実施し、相談内容の根底にある経営課題の発掘を行い分析し、課題解決に向けての改善策を経営指導員が持つ幅広いネットワークと知識により迅速に対応し的確な提案を行うことができた。

#### (専門相談支援事業)

高度で専門的・実践的な課題解決に向けて、本所会員専門家（弁護士、司法書士、行政書士等）と契約し、経営指導員が相談受付から3日以内に三者面談を設定し迅速に対応し課題解決を図ることができた。

#### (地域活性化事業)

市内事業所を徹底して訪問し、各事業所からの要望により構築した事業である。

### (3) 事業を実施した効果、所管地域の活性化の状況

経営相談支援事業においては、巡回指導を強化し幅広い小規模事業者の課題解決に向けての支援を実施した結果、449件の相談件数実績をあげることができた。提案型サービスを徹底したことにより、事業所ごとに掘り下げた支援を実施し経営改善に導くことができた。専門相談支援事業については、多種多様な高度な相談に対して、専門家との連携により65件の支援実績をあげることができ、経営基盤拡充から債権回収や法的整理等の逼迫した緊急相談に至るまでの広範囲の課題解決を早期に実現することができた。また、三者面談にて対応したことにより、経営指導員のスキルアップにも繋げることができた。地域活性化事業では、販路開拓、人材育成、人材交流等の事業を府施策連携や広域連携にて実施した。今年度から新規事業として立ち上げた「いずみまちゼミ」事業においては、事業主が講師となりゼミを開催することにより新規顧客獲得に繋げることを目的として開催。参加事業所数は計画を上回り、且つ事業成果として新規顧客獲得に繋がった事業所が多数あり、事業開催継続の要望が寄せられる程である。

### (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)

支援企業数において、今後更なる増加を図る必要があるため、より効率的な巡回指導が求められる。継続支援事業所の経営改善化の他、新規支援事業所の発掘にも注力し、課題の掘り起しと外部環境、内部環境を踏まえた支援を積極的に行っていく必要がある。また支援後のアフターフォローを強化し経営改善成果確認と状況に応じた追加支援を実施する。

#### (専門相談支援事業)

専門家との連携、相談体制の構築は整備できているが、事業者に対して本事業が「敷居の低い、気軽に活用できる」ものであることを広く認識できれば、相談件数の更なる増加が図れる。

#### (地域活性化事業)

参加事業所に対しては、事業効果を高めるため個別支援を実施し、カルテ化との相乗効果を積極的に行ったことにより、成果拡大に繋げることができたが、より個別支援企業数を増加させていく必要がある。

### (5) 来年度への取り組み

経営相談支援事業においては、市内小規模事業者への幅広い支援を目標としての相談企業数拡大と質の高い経営指導が企業育成に直結することから、小規模事業者の「課題の抽出・把握、検討、提案、支援」この基本に沿った経営指導を行い、目先の課題解決のみならず中長期的なスパンでの企業の育成を図ります。

専門相談支援事業では、経営相談支援事業の一環として、課題の抽出・把握、検討の段階で本事業を提案し、早期に案件に適した専門家を交えた三者面談を随時実施し、あらゆる局面の問題に対して迅速に対応解決することを目標とします。地域活性化事業においては、昨年度からの継続事業に加え、経営指導時にニーズを収集し構築した新事業「創業セミナー」、「ネットワーク技術向上支援事業」、「金融機関との地域支援ネットワーク事業」、「中小企業下請け取引適正セミナー」を開催し地域産業の活性化に向けて取り組んで参ります。

## 和泉商工会議所

## Ⅰ 経営相談支援事業

## 支援のポイント・成果

景気の低迷が続く状況下において、受注の減退や利益率の低下、回収条件の悪化など外部環境の影響を大きく受け、市内小規模事業者の業況は困窮を極めており、零細企業においては自己資金力が乏しい事業者が大部分を占めており、受注に対する先行支払資金においても間接金融に頼らざるを得ないのが現状である。この状況下において、市内小規模事業者に対して徹底した巡回指導を実施し、相談に対しての一時的な支援ではなく経営相談の根幹にある課題を発掘し、その課題解決に向けて支援することに努めた。その結果として、支援件数449件の大半の事業所に対して複合支援を実施し経営の改善を図ることができた。具体的な支援内容としては、金融支援において日本政策金融公庫の他、地方銀行との連携を強化し金融支援（紹介型）にて139件の支援実績があがった。企業分析後に金融機関担当者との三者面談を早期に実施し、業種業態に即した短期・長期資金調達に向けて資金需要、事業計画に即応した支援を行ったことにより、適切な金融商品にて計画性の高い支援とすることができた。また、地域活性化事業からの個別支援によるカルテ化にも積極的に取り組み、特に販路開拓支援事業「いずみまちゼミナール」においては、参加事業所に対してゼミの開催内容、受講対象者範囲（ターゲット）、共同チラシ掲載デザイン等について市場調査も考慮した個別支援を実施した結果、各店舗のゼミ参加者が新規に顧客として定着したケースが多数みられた。

## 【支援の代表事例】

テナント賃貸にて長年事業を営んでいる事業所から、現状店舗の近郊にて自社店舗を購入したいとの相談があり、複数の不動産業者との連携による物件検索から、資金計画、自社物件購入に伴い将来性を見込んだ費用対効果などを考慮した事業計画の策定支援を実施した結果、当社企業体力に見合う物件の選定と長期的に事業運営していく上で考えられ得る効果及びリスクを事前に認識することができた。資金計画面においては、総費用に対する自己資金投入額及び金融機関借入金額を提案。資金調達方法については、購入物件の担保評価の関係にて協調融資が必要となったものの、金融機関の選定から資金調達交渉に至るまでのトータルサポートを実施し、二行から計画通りの融資実行により購入計画が実現。土地に関しては、先行して25年2月に売買取引完了。建物建築完了後の25年6月から新店舗にて営業開始予定。新店舗においては、営業スペースが拡大することにより雇用を確保し増収増益とサービスの向上に期待が持てる。また事業後継予定者である長男が事業に従事していく予定であり、将来的な事業展望においても明確化することができた。

| 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 | 445  | 449  | 100.9%  | 5    |
| 支援機関等へのつなぎ      | 支援数 | 103  | 99   | 96.1%   | 5    |
| 金融支援（紹介型）       | 支援数 | 137  | 139  | 101.5%  | 5    |
| 金融支援（経営指導型）     | 支援数 | 80   | 83   | 103.8%  | 5    |
| マル経融資等の返済条件緩和支援 | 事業所 | 2    | 2    | 100.0%  | 5    |
| 資金繰り計画作成支援      | 事業所 | 22   | 21   | 95.5%   | 5    |
| 記帳支援            | 支援数 | 31   | 31   | 100.0%  | 5    |
| 労務支援            | 支援数 | 88   | 89   | 101.1%  | 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 | 62   | 45   | 72.6%   | 5    |
| 販路開拓支援          | 事業所 | 59   | 72   | 122.0%  | 5    |
| 事業計画作成支援        | 事業所 | 32   | 30   | 93.8%   | 5    |
| 創業支援            | 事業所 | 12   | 12   | 100.0%  | 5    |
| 事業継続計画（BCP）作成支援 | 事業所 | 1    | 1    | 100.0%  | 5    |
| コスト削減計画作成支援     | 事業所 | 3    | 3    | 100.0%  | 5    |
| 財務分析支援          | 事業所 | 54   | 61   | 113.0%  | 5    |
| 5S支援            | 事業所 | 0    | 0    | #DIV/O! | 0    |
| IT化支援           | 事業所 | 0    | 0    | #DIV/O! | 0    |
| 債権保全計画作成支援      | 事業所 | 0    | 0    | #DIV/O! | 0    |
| 結果報告            | 事業所 | 420  | 454  | 108.1%  | 5    |

## Ⅱ 専門相談支援事業

## 支援のポイント・成果

弁護士、司法書士、行政書士、税理士、社会保険労務士の法律家と連携。随時相談受付とし、経営指導員が同席しての三者面談を早期に実施。各種相談内容に対して最適な専門家を選定し、課題の発掘と解決に向けてのアドバイス及び支援を行った。具体的な相談内容としては、法人設立等登記:7件、許認可申請:9件、就業規則・定款:1件、法的整理:3件、助成金申請:4件、技術革新:3件、債権回収:3件、贈与・事業継承:1件、会計管理:3件、金融:2件、税務:7件、労働問題・労務:7件、民事・相続関係:3件、取引・契約関係:10件、不動産取引:3件、経営多角化:3件、開業:4件。相談累計件数73件、相談件数:65件。経営基盤拡充に向けた前向きな相談から労使間及び企業間トラブル、事業存続等の緊急相談に至るまでの案件に対して専門家との連携により早急に且つ適切に対応し問題解決に努めた。また本事業は経営指導員のスキルアップにも繋がっている。

| 事業名              | 新規/継続 | 指標   | 目標数値 | 実績数値 | 達成率     | 事業評価 |
|------------------|-------|------|------|------|---------|------|
| ビジネス何でも解決隊（税務以外） | 継続    | 相談件数 | 44   | 59   | 134.1%  | 5    |
| ビジネス何でも解決隊（税務）   | 継続    | 相談件数 | 6    | 6    | 100.0%  | 5    |
|                  |       |      |      |      | #DIV/O! |      |
|                  |       |      |      |      | #DIV/O! |      |
|                  |       |      |      |      | #DIV/O! |      |
|                  |       |      |      |      | #DIV/O! |      |

和泉商工会議所

Ⅲ 地域活性化事業

支援のポイント・成果

○国際開発支援事業・・・中国国勢緊迫化の影響により、共同購買ツアー、中国国際輸入製品博覧会出展の計画は修正変更となったが、中国最大の貿易展示会「広州交易会」の視察を実施。名刺交換による人脈づくりや商談の場を提供。参加事業所の中には、第二創業としてiPhoneケースを仕入れ、新たに心斎橋で店舗を構え、ネットショップ販売により増収に繋がった等の成果があった。現在は直接中国に仕入を行っている。

○ビジネス交流会・・・更なる事業拡大を計画する事業者に対して、業種間の垣根を越えての名刺交換会開催及び企業展示PRブースの設置により情報交換と商談の場を提供。PRブースにおいては自社製品の展示、パネル展示を行い各企業がもつ技術・製品づくりを発信し、新たなビジネスチャンスへと繋げることができた。

○地域ブランド販促事業・・・市内産品を厳選審査により和泉ブランド「いずみ印（じるし）」として認定することにより付加価値の向上を図り、ブランド認定後の産品に対しては、展示商談会への出展によるバイヤーとの商談機会の提供や情報誌等への記事掲載により認知度向上を図るなどの販促支援を実施し新規取引先の開拓に資することができた。

○いずみまちゼミ・・・市内事業所の新規顧客獲得を目的として、各店舗店主が講師となりゼミを開催。参加事業所に対しては、ゼミの開催内容から共同チラシのデザイン構成に至るまで個別に販促支援を実施し、参加事業所の販路開拓に繋げることができた。

○和泉市ものづくり技術フェア・・・ものづくり企業と大阪府技能士連合会との連携により、企業間のマッチングや伝統技術を市民へ周知拡大図ることができた。また、市内ものづくり企業に対しても技能士の重要性・必要性を意識付ける機会とすることができた。

○求人・求職マッチング事業・・・3年以内既卒者、新卒者、短大新卒者の就職内定率が悪化し、また大企業志向の強い学生と採用意欲のある中小企業との「ミスマッチ」を解消するため本事業を実施した。求人企業には3年以内既卒者の奨励金やトライアル雇用奨励金の併用求人などを明記するなど求人側のメリットも伝えた。求人企業37社で就職内定企業数20社の実績があった。

○企業経営力強化支援事業・・・企業の営業力、販売促進向上及びコスト削減を図るために「商品チラシ・パンフレット作成セミナー」を開催。業態に適合した内容とするため「BtoB」事業所向け及び「BtoC」事業所向けの2回開催とし、セミナー開催後には個別支援も実施。本事業参加後に商品チラシをリニューアルし展示商談会に出展した企業が商談件数の増加に繋げることができた。

(1) 単独事業

| 府施策連携 | 事業名           | 支援対象企業 | 支援企業 | 支援実績率   | 利用者満足度(点) | 目標の指標        | 目標値 | 実績  | 達成率     | 事業評価 |
|-------|---------------|--------|------|---------|-----------|--------------|-----|-----|---------|------|
| ○     | 国際開発支援事業      | 30     | 18   | 60.0%   | 100       | 海外取引商談件数     | 2   | 2   | 100.0%  | 3    |
|       | ビジネス交流会       | 200    | 148  | 74.0%   | 86        | 商談成立件数       | 10  | 5   | 50.0%   | 4    |
|       | 地域ブランド販促事業    | 23     | 17   | 73.9%   | 97        | 展示商談会出展 商談件数 | 120 | 149 | 124.2%  | 4    |
|       | いずみまちゼミナール    | 60     | 90   | 150.0%  | 77        | 新規顧客の獲得人数    | 300 | 363 | 121.0%  | 5    |
| ○     | 和泉市ものづくり技術フェア | 20     | 21   | 105.0%  | 93        | 技術フェア出店企業数   | 20  | 21  | 105.0%  | 5    |
|       | 求人・求職マッチング事業  | 20     | 37   | 185.0%  | 72        | 就職内定企業数      | 10  | 20  | 200.0%  | 5    |
|       |               |        |      | #DIV/O! |           |              |     |     | #DIV/O! |      |
|       |               |        |      | #DIV/O! |           |              |     |     | #DIV/O! |      |
|       |               |        |      | #DIV/O! |           |              |     |     | #DIV/O! |      |
|       |               |        |      | #DIV/O! |           |              |     |     | #DIV/O! |      |
|       |               |        |      | #DIV/O! |           |              |     |     | #DIV/O! |      |
|       |               |        |      | #DIV/O! |           |              |     |     | #DIV/O! |      |
|       |               |        |      | #DIV/O! |           |              |     |     | #DIV/O! |      |
|       |               |        |      | #DIV/O! |           |              |     |     | #DIV/O! |      |

(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 |
|-------|-------------|--------|------|---------|-----------|------------|-----|----|---------|------|
| ○     | 企業経営力強化支援事業 | 50     | 56   | 112.0%  | 82        | セミナー参加事業所数 | 50  | 56 | 112.0%  | 5    |
|       |             |        |      | #DIV/O! |           |            |     |    | #DIV/O! |      |
|       |             |        |      | #DIV/O! |           |            |     |    | #DIV/O! |      |
|       |             |        |      | #DIV/O! |           |            |     |    | #DIV/O! |      |
|       |             |        |      | #DIV/O! |           |            |     |    | #DIV/O! |      |
|       |             |        |      | #DIV/O! |           |            |     |    | #DIV/O! |      |
|       |             |        |      | #DIV/O! |           |            |     |    | #DIV/O! |      |
|       |             |        |      | #DIV/O! |           |            |     |    | #DIV/O! |      |
|       |             |        |      | #DIV/O! |           |            |     |    | #DIV/O! |      |
|       |             |        |      | #DIV/O! |           |            |     |    | #DIV/O! |      |
|       |             |        |      | #DIV/O! |           |            |     |    | #DIV/O! |      |
|       |             |        |      | #DIV/O! |           |            |     |    | #DIV/O! |      |
|       |             |        |      | #DIV/O! |           |            |     |    | #DIV/O! |      |
|       |             |        |      | #DIV/O! |           |            |     |    | #DIV/O! |      |
|       |             |        |      | #DIV/O! |           |            |     |    | #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、個別調査の記載と合わせてください。

和泉商工会議所

|             |  |   |          |           |       |       |       |        |     |  |
|-------------|--|---|----------|-----------|-------|-------|-------|--------|-----|--|
| 事業名         |  | 国際開発支援事業  |          |           |       |       |       |        |     |  |
| 想定する実施期間    |  | 23 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<br>(現状や課題をどのような状態にしたいか)                              | グローバル社会が進展する中、中小企業にとって海外へのビジネス展開など国際化が急務の課題となっている。特に多くの企業にとって「世界の市場」となった中国抜きビジネスを考えると困難である。中国においても、中小企業の育成・支援を国の政策として取組を行っているなか、中国を含むアジア市場は日本にとって有望な提携先であり互いに連携を図り、Win-Winの関係を構築する。   |          |           |       |       |       |        |     |  |
|             | 支援する対象<br>(業種・事業所数等)                                       | 市内商工業者 30社<br>国際開発特別委員会企画・実施<br>中国の現地状況に詳しい、中国に特化した企業に協力いただき参加者自らが直接取引できるまでの支援を実施。  |          |           |       |       |       |        |     |  |
|             | 実施時期・具体的な内容及び事業手法  | <p>昨年に引き続き海外進出支援を加速させるべく新興国・中国経済の圧倒的な活力を肌身で感じていただくと共に、プロの目で見た中国製品の品質、価格、そして売れ筋商品を見極めていただき、新たなビジネスチャンスとして企業のグローバル化を積極的に支援して参ります。同時に、中小・小規模企業の国際化の意義と必要性についてのセミナーも開催。</p> <p>○中国 広州交易会視察、共同購買 第一期 平成24年4月15日～19日<br/>家電製品、電子及び電気製品、照明器具、建築及び装饰材料ほか 佛山方面、深圳方面、中山方面 買付○講演会(セミナー)<br/>テーマ「株式・為替市場から予想される今後のマーケットについて」<br/>日本経済と世界経済 -今後のキーポイントを徹底解説-<br/>講師 (株)池田泉州銀行 常務執行役員 マーケット本部長 野田 隆 氏</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      | 市内商工業者への周知、トリヴェール和泉西部地区連絡協議会・テクノステージ和泉まちづくり協議会と連携し周知活動を実施。 |   |          |           |       |       |       |        |     |  |
| ④相談相乗       | 共同買付商品の導入による経費削減方法の提案、共同買付での商談手法について指導。                    |   |          |           |       |       |       |        |     |  |
| 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) | 18    | 支援実績率 | 60.0% | 満足度    | 100 |  |
|             | 目標の達成度<br>(支援企業をどう変化させることができたか)                            | <p>共同購買だけでなく将来の出品を念頭に中国最大の貿易展示会「広州交易会」の視察と商談を行う。前回の「義烏国際マーケット」と違い中国政府に認められた企業の製品品質はお墨付きとあって参加者それぞれが求めるブースを回り名刺交換による人脈づくりや商談を行った。</p> <p>インターネット販売を行う企業においては折りたたみ自転車の買付けを行い、デザインと品質の良い商品を仕入れることができ増収につながった。カーペット製造会社においては、包装資材関係の仕入れを行い、試験的に長期使用し、問題がなければ購入をしており経費削減を図る。靴小売業社長はシーズン商品と紳士靴を地方に比べ品質も上でデザインの良いものを仕入れることができ、増収につながった。参加企業が異業種であることから企業が求めている購買意欲を高める視察先を選定することができ参加企業からは「時間と労力をかけて探せば欲しいものは必ず見つかる。」「中国の商談は貴重な経験になった。など意見を頂き一定目的は達成できた。今後は中国を含め、他の新興国についても販路開拓を実施していく。</p> <p>・講演会(セミナー)参加企業数35社(35名)<br/>国内市場の今後の見通しと海外の今後の見通しについてのキーポイントについてセミナーを実施。海外経済は減速懸念されるも国内経済は成長期待ができ、足元の円安転換により輸出企業業績の一時的な改善もみられる。アジアを含めた世界経済の最新情報を得ることにより、海外取引における方向性を位置づける手助けとなった。</p> |          |           |       |       |       |        |     |  |
|             |  |   | 海外取引商談件数 |           |       |       |       |        |     |  |
|             |  |   | 数値目標     | 2         | 実績数値  | 2     | 目標達成度 | 100.0% |     |  |
|             | 成果の代表事例  | <p>【携帯雑貨小売店①】これまで参加した義烏にてiPhone専用カバーの買付けを行うようになり、昨年度心齋橋にて専門店をオープン。今回、広州交易会において商談を行い、iphone5専用カバーを安価で仕入れることができた。その後も個人的に月一ペースで商談に渡航しており、現在はiphoneのみならず、他社の機種のカバーもオーダーメイドにて取扱うまでに業務拡大するまでとなった。</p> <p>【靴小売店②】楽天市場でのネット販売を開始するにあたり、夏物商品の仕入れを実施。広州の製品はデザインも質もよく、ネットショップのオープン記念販売価格として安価で提供することができ、売上の増加につなげることができた。</p>   |          |           |       |       |       |        |     |  |
| その他目標値の実績   | 目標値(計画)  | 50  | 目標値(実績)  | 42        | 目標達成度 | 84.0% |       |        |     |  |
|             |  | セミナー参加企業数 35社   |          |           |       |       |       |        |     |  |
| 実施結果        | 課題及び次期以降への取組み<br>(実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)   | <p>人材や経験が少ない中小・小規模事業者にとって海外での調達を単独で行うことはリスクが高く、まだまだ難しいのが現状である。とはいえ企業間競争が激化するなか海外市場の重要性は増加する一方である。これまでの支援のノウハウを生かしつつ、中国マーケティング成功企業を1社でも多く輩出することが使命である。今後は中小・小規模事業者の共同購買ツアーだけでなく広州交易会の集客力を利用して和泉市の製品の売り込みも仕掛けていく。</p> <p>中国の一部だけを見て市場価値を判断するのではなく長い目で市場開拓に取り組むべく、海外の最新情報を発信していくことも必要である。</p>  |          |           |       |       |       |        |     |  |

和泉商工会議所

|             |  |  |      |           |       |       |       |     |    |
|-------------|--|--|------|-----------|-------|-------|-------|-----|----|
| 事業名         |  | ビジネス交流会  |      |           |       |       |       |     |    |
| 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<br>(現状や課題をどのような状態にしたいか)                            | 中小企業・小規模事業者の業況が厳しい中、業績回復のため、取引先開拓による新たな事業分野への進出、販路開拓が必至である。本ビジネス交流会は、さらなる業務拡大を狙う事業者に対して、普段出会うことのない企業との情報交換を行う場を提供し、販路拡大や異業種間での提携を促すことにより地域経済の活性化に資することを目的とする。また、産技研の施設見学会、機械設備の取扱い説明会を実施し、産技研を利用した新製品開発などの品質分析により、高品質な製品づくりに結びつける。   |      |           |       |       |       |     |    |
|             | 支援する対象<br>(業種・事業所数等)                                     | 市内中小企業・小規模事業者<br>トリヴェール和泉西部地区企業・取引企業<br>テクノステージ和泉企業、取引企業   |      |           |       |       |       |     |    |
|             | 実施時期・具体的な内容及び事業手法  | OH24.11.27開催 【第一部】特別講演会<br>1. 「(地独)大阪府立産業技術総合研究所のご紹介」<br>(地独)大阪府立産業技術総合研究所 理事長 古寺 雅晴 氏<br>2. ビジネスセミナーの開催(著名人)<br>平成24年度「この国の行方～日本に未来はあるのか～」<br>特別講師:元・経済産業省官僚 古賀 茂明 氏<br>(第二部)3分間自社PR 会員企業10社<br>(第三部)ビジネス交流会・名刺交換会<br>受発注展示ブース、企業紹介ブースを設置<br>産技研究成果ブース及び施設見学会(機械装置取扱い説明会)<br><事業手法(①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果)の具体的な連携・効果を記載><br>①府施策連携<br>②広域連携<br>③市町村連携 トリヴェール和泉西部地区連絡協議会・テクノステージ和泉まちづくり協議会と連携し周知活動を実施。<br>④相談相乗 PRシートの作成支援、製品展示レイアウトに対するアドバイス、効果的な商談手法についてマニュアルの提供。 |      |           |       |       |       |     |    |
|             | 計画に対する実績(数値)   | 支援企業数(計画)  | 200  | 支援企業数(実績) | 148   | 支援実績率 | 74.0% | 満足度 | 86 |
|             | 目標の達成度<br>(支援企業をどう変化させることができたか)                          | 市内商工業者が148社一同に集まり、異業種の垣根を越え名刺交換を実施。相互に情報交換を行うことにより、新たなビジネスチャンスへと繋げるものである。事前に企業PRシートを頂き、参加企業が求める外注先や発注先のマッチングを実施。また、PRブースにおいては取扱い製品の展示、パネル展示を行い各企業がもつ技術・製品づくりを発信していただき、新たなビジネスチャンスへと繋げて頂いた。<br>【第二部】企業PRブース出展企業数 31社、受発注提示ブース、企業紹介ブースを設置<br>TRI研究成果ブース及び施設(機械設備)見学会の実施。今回交流会に参加した手作り石鹸の販売企業がTRIの成分分析設備を知り、自社製品の成分分析を依頼。TRIの支援により、より安心な製品開発を行うことができた。多くの企業とともに名刺交換することにより、営業活動がスムーズに行うことができたと好評を得ることができた。  |      |           |       |       |       |     |    |
| 事業の実績/目標達成度 | 成果の代表事例  | ①金属加工の鉄工所の金属加工での技術をいかし考えだされ、プレスを利用して、独自の紙鍋を作ったり、鉄パイプでかがり火を作っている。今回、PRブースに出展したことにより多くの方に製品PRを行うことが数件問合せも頂くことができた。②新規事業としてパソコンの機密情報処理について周知活動を目的にPRブースに出店。その後、商工会議所と連携し、処理業務を請負い、市内商工業者の機密情報処理として業務を実施。  |      |           |       |       |       |     |    |
|             | その他目標値の実績  | 目標値(計画)  |      | 目標値(実績)   |       | 目標達成度 |       |     |    |
|             | 指標   | 商談成立件数   |      |           |       |       |       |     |    |
|             | 数値目標   | 10   | 実績数値 | 5         | 目標達成度 | 50.0% |       |     |    |
| 実施結果        | 課題及び次期以降への取組み<br>(実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか) | 市内中小企業においても、すぐれた製品づくりに欠かせない熟練した技術があるもの大企業の海外進出により受注が減少している。しかしながら、昨今の日中関係の悪化により、日本のものづくりの技術力が見直される中、企業が求める多種多様なニーズに迅速に対応できる中小企業のもつ技術力を発信する機会として定着を目指し、TRIとの連携を図り、ものづくり企業における製品づくりの課題解決に繋げるものである。   |      |           |       |       |       |     |    |

和泉商工会議所

|                                 |   |   |           |     |       |        |     |    |        |  |       |  |        |  |       |                                |
|---------------------------------|---|---|-----------|-----|-------|--------|-----|----|--------|--|-------|--|--------|--|-------|--------------------------------|
| 事業名                             |   | 地域ブランド販促事業  |           |     |       |        |     |    |        |  |       |  |        |  |       |                                |
| 想定する実施期間                        |   | 20 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<br>(現状や課題をどのような状態にしたいか)   | 市内には、農産品や加工品等が数多く存在するが、市内及び市外に対しての販売力が弱いのが現状であり、それを強化することにより新たな販路の開拓や商品価値の向上を図ることができる。その支援のひとつとして、23年度にブランド認定制度を構築。また、市内製造・加工・販売事業所、農業事業者等の情報を集約したポータルサイトに掲載することにより認知度を上げ、その中でインターネット販売機能を付加していく。更には展示商談会への出展支援を積極的におこない販売力の強化を図ることを目的とする。  |           |     |       |        |     |    |        |  |       |  |        |  |       |                                |
|                                 | 支援する対象<br>(業種・事業所数等)  | 市内製造・加工・販売事業所、農業事業者、ほか対エンドユーザー事業  |           |     |       |        |     |    |        |  |       |  |        |  |       |                                |
|                                 | 実施時期・具体的な内容及び事業手法   | <p>【ポータルサイト(いずみナビ)への掲載募集及び周知】</p> ポータルサイト内、会議所日報紙及び経営指導時の提案により掲載募集及び周知を行った。<br>【和泉ブランド認定事業】<br>●6月7日(木)第1回準備会議開催 前年度実施報告、改善点の検討及び本年度実施計画の確定。<br>●9月6日(木)第2回準備会議開催 認定品募集要綱及び審査方法について協議。<br>●10月1日(月)～31日(水)「和泉ブランド」認定申請品募集<br>●11月15日(木)第2回「和泉ブランド」認定審査会開催 6事業所6製品が認定。<br>【展示商談会出展支援】<br>●「第6回アグリフードEXPO大阪2013」日時:2月21日(木)、22日(金)会場:大阪ATCホール 出展企業:2社<br>●「第49回大阪インターナショナルギフトショー」日時:3月6日(水)、7日(木)会場:OMM 出展企業:1社 <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>ブランド認定品募集から審査方法の検討、ブランド認定品の周知に至るまでを連携。</td> </tr> <tr> <td>④相談相乗</td> <td>生産向上、販売力向上に向けた資金繰り支援及び金融支援を実施。</td> </tr> </table> |           |     |       |        |     |    | ①府施策連携 |  | ②広域連携 |  | ③市町村連携 | ブランド認定品募集から審査方法の検討、ブランド認定品の周知に至るまでを連携。 | ④相談相乗 | 生産向上、販売力向上に向けた資金繰り支援及び金融支援を実施。 |
|                                 | ①府施策連携  |   |           |     |       |        |     |    |        |  |       |  |        |  |       |                                |
|                                 | ②広域連携   |   |           |     |       |        |     |    |        |  |       |  |        |  |       |                                |
| ③市町村連携                          | ブランド認定品募集から審査方法の検討、ブランド認定品の周知に至るまでを連携。  |   |           |     |       |        |     |    |        |  |       |  |        |  |       |                                |
| ④相談相乗                           | 生産向上、販売力向上に向けた資金繰り支援及び金融支援を実施。  |   |           |     |       |        |     |    |        |  |       |  |        |  |       |                                |
| 計画に対する実績(数値)                    | 支援企業数(計画)   | 23  | 支援企業数(実績) | 17  | 支援実績率 | 73.9%  | 満足度 | 97 |        |  |       |  |        |  |       |                                |
| 目標の達成度<br>(支援企業をどう変化させることができたか) | 和泉ブランド認定委員会構成は、大阪観光大学、(株)角川マガジンス、(株)高島屋 泉北店、大阪府都市開発(株)、南海バス(株)、ホテルサンルート関西、ホテルレイクアルスター アルザ泉大津、大阪府泉州農と緑の総合事務所、いずみの農業協同組合、日本政策金融公庫 堺支店 国民生活事業としており、多方面の有識者で目撃認定後も広報及び販促等に協力が見込める企業・団体にて選定をおこなったため継続的なサポートが実現。本事業においては、市内製品のブランド認定を推進するだけでなく、その後の周知拡大及び販売促進まで支援することを目標としているため、展示商談会出展支援の他、ブランド認定委員との連携により一層の効果拡大が図れた。(株)角川マガジンスにおいては、関西ウォーカー年末年始号にてブランド認定品の記事掲載により読者からの多数反響を得た、また(株)高島屋 泉北店では、店内特設コーナーにてブランド認定品の販売実施により消費者への周知拡大に大きく貢献して頂いた。<br>更なる販促支援効果拡大のため、ポータルサイト内にてインターネット販売機能を構築、25年度から本格稼働を予定。<br>23年度、24年度ブランド認定品の認知度向上を図るため、広報チラシを制作し新聞折込により消費者に周知。 |   |           |     |       |        |     |    |        |  |       |  |        |  |       |                                |
| 成果の代表事例                         | 指標  | 展示商談会出展事業所の商談件数   |           |     |       |        |     |    |        |  |       |  |        |  |       |                                |
|                                 | 数値目標  | 120   | 実績数値      | 149 | 目標達成度 | 124.2% |     |    |        |  |       |  |        |  |       |                                |
| その他目標値の実績                       | 目標値(計画)   | 50  | 目標値(実績)   | 60  | 目標達成度 | 120.0% |     |    |        |  |       |  |        |  |       |                                |
| 実施結果                            | 課題及び次期以降への取組み<br>(実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)  | 本年度、和泉ブランド認定企業数は目標12社に対して6社(事前申請相談13件、認定審査申込9件)であったが、その要因としては、本事業運営が2年目で認知度不足ということが考えられるが、それを踏まえた上でブランド認定品募集告知を複数回に亘り実施すべきであった。今年度については、幅広いツールにてブランド認定事業の周知拡大を図っていく。  |           |     |       |        |     |    |        |  |       |  |        |  |       |                                |

和泉商工会議所

|                                 |  |   |           |       |        |         |     |    |         |  |       |          |        |  |       |                                       |  |
|---------------------------------|--|---|-----------|-------|--------|---------|-----|----|---------|--|-------|----------|--------|--|-------|---------------------------------------|--|
| 事業名                             |  | いずみまちゼミナール  |           |       |        |         |     |    |         |  |       |          |        |  |       |                                       |  |
| 想定する実施期間                        |  | 24 年度～ 24 年度まで ※複数年段階の実施事業は別紙にて計画を提出すること  |           |       |        |         |     |    |         |  |       |          |        |  |       |                                       |  |
| 事業の概要                           | 事業の目的<br>(現状や課題をどのような状態にしたいか)  | 和泉市内の商業・サービス業等は長引く不況により、売上が減少している事業所が増えている。近年、市内人口は増加傾向にあるのに対して、新規顧客の獲得に思考錯誤しているのが現状である。その対処策として、当所で前年度から実施し、一定の効果を上げている「元気応援クーポン事業」と融合して本事業を構築することにより、新規顧客の獲得やリピーター客の増加を図り、各事業所の増収増益に繋げる事を目的とする。   |           |       |        |         |     |    |         |  |       |          |        |  |       |                                       |  |
|                                 | 支援する対象<br>(業種・事業所数等)   | 市内の商業・サービス業など対個人消費者事業所  |           |       |        |         |     |    |         |  |       |          |        |  |       |                                       |  |
|                                 | 実施時期・具体的な内容及び事業手法  | <p>「元気応援クーポン事業」：H24年7月実施（67社）・・・2年前より実施しており事業主からは好評を得ている。各店のお得なサービスを掲載し集客率をUPさせる。</p> <p>「いずみまちゼミナール」：11月・2月開催（36社）・・・初めての取り組みであり事業主も困惑した部分もあるが、事業主が講師になり、消費者が生徒となることで直接会話をし、経営の改善点や消費者のニーズを知ることができた。両事業とも共同チラシを作成し、新聞折込により市民に周知してもらい参加を募った。参加事業所募集については案内送付・経営指導員による巡回指導時の提案にて参加を募った。</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></td> </tr> <tr> <td>②広域連携</td> <td></td> </tr> <tr> <td>③市町村連携</td> <td>事業実施の周知PR協力(市役所内にチラシを設置) 及び参加事業所募集に対する協力</td> </tr> <tr> <td>④相談相乗</td> <td>チラシの校正(消費者の目に着きやすいインパクトのある校正)・サービス内容等</td> </tr> </table> |           |       |        |         |     |    | ①府施策連携  |  | ②広域連携 |          | ③市町村連携 | 事業実施の周知PR協力(市役所内にチラシを設置) 及び参加事業所募集に対する協力 | ④相談相乗 | チラシの校正(消費者の目に着きやすいインパクトのある校正)・サービス内容等 |  |
|                                 | ①府施策連携   |   |           |       |        |         |     |    |         |  |       |          |        |  |       |                                       |  |
|                                 | ②広域連携  |   |           |       |        |         |     |    |         |  |       |          |        |  |       |                                       |  |
| ③市町村連携                          | 事業実施の周知PR協力(市役所内にチラシを設置) 及び参加事業所募集に対する協力   |   |           |       |        |         |     |    |         |  |       |          |        |  |       |                                       |  |
| ④相談相乗                           | チラシの校正(消費者の目に着きやすいインパクトのある校正)・サービス内容等  |   |           |       |        |         |     |    |         |  |       |          |        |  |       |                                       |  |
| 計画に対する実績(数値)                    | 支援企業数(計画)  | 60  | 支援企業数(実績) | 90    | 支援実績率  | 150.0%  | 満足度 | 77 |         |  |       |          |        |  |       |                                       |  |
| 目標の達成度<br>(支援企業をどう変化させることができたか) | <p>新しいお客さん(生徒)獲得に試行錯誤されていたが、事業主が直接講師となり自らの技術やお店の味を伝えることで、消費者の声を聞くことができ、今後の経営の課題を考え改善し、創作意欲がますますでてきた。</p> <table border="1"> <tr> <td>指標</td> <td colspan="2">新規顧客の獲得</td> </tr> <tr> <td>数値目標</td> <td>300人/60社</td> <td>実績数値</td> <td>363人/90社</td> <td>目標達成度</td> <td colspan="2">150.0%</td> </tr> </table> |   |           |       |        |         |     | 指標 | 新規顧客の獲得 |  | 数値目標  | 300人/60社 | 実績数値   | 363人/90社                                 | 目標達成度 | 150.0%                                |  |
| 指標                              | 新規顧客の獲得  |   |           |       |        |         |     |    |         |  |       |          |        |  |       |                                       |  |
| 数値目標                            | 300人/60社   | 実績数値  | 363人/90社  | 目標達成度 | 150.0% |         |     |    |         |  |       |          |        |  |       |                                       |  |
| 成果の代表事例                         | <p>1. 単独でチラシを作成し、公共の場や色んなお店の店頭には貼ってもらうなどしていたが全く反応がなかったのに、まちゼミに参加し掲載したことで思いもよらぬ申込があった(英会話スクール)</p> <p>2. 体験に来られても入会にはつながらないケースが多々あったが、このゼミを受講されたかたは比較的新規会員になってくださったり影響が大きかった。(スポーツクラブ・ヨガ教室他)</p> <p>3. ゼミを受講された方が友達を連れて来店してくださり売上UPにつながった。</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  | #DIV/0! |     |    |         |  |       |          |        |  |       |                                       |  |
| 実施結果                            | 課題及び次期以降への取組み<br>(実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)   | <p>チラシに掲載する写真一つでクーポンを利用して食事にきたり、ゼミを受講するかしないか左右されると思うので、写真のデザインについては慎重に検討した。クーポンではありきたりのサービスよりも他店にはない独自のサービスをだすよう提案したが、難しかった。ゼミに関しては、勉強したい・体験したいと思いながらも、なかなか行動に移せなかったかたが参加してくれたことと、和泉市にこんな教室があるんだと言う事を知ってもらえました。参加した市民のかたにも、こんな講座を開催して欲しいと言う声をアンケートで頂いているので次年度も引き続き、事業主も市民も楽しめるゼミを開催したいと思う。反省点として「まちゼミ」の周知があまりできなかったため新聞をとっている家庭の方だけが参加できる状態であったので、幅広く周知できるよう(HP掲載やメール配信)に努力をしていきたい</p>  |           |       |        |         |     |    |         |  |       |          |        |  |       |                                       |  |



和泉商工会議所

|             |   |  |     |           |     |       |        |     |    |
|-------------|---|--|-----|-----------|-----|-------|--------|-----|----|
| 事業名         |   | 和泉市ものづくり技術フェア  |     |           |     |       |        |     |    |
| 想定する実施期間    |   | 23 年度～ 24 年度まで ※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること   |     |           |     |       |        |     |    |
| 事業の概要       | 事業の目的<br>(現状や課題をどのような状態にしたいか)   | 和泉市ものづくり企業や地場産業の技術・技能を、和泉市商工まつり会場内で実演体験することで、広く市民へ周知してきた。今回、産業集積するテクノステージ和泉と大阪府技能士連合会との連携にて、様々な技術と、ものづくりの素晴らしさを市民へPRして頂き、多くの方々が身近にものづくりを体験し、技術の修得に興味を持って頂ける様に、人材確保・技術継承・販路開拓の機会を創出することを目的とした。  |     |           |     |       |        |     |    |
|             | 支援する対象<br>(業種・事業所数等)  | 和泉市内のものづくり産業と産業団地のテクノステージ和泉に携わっている企業   |     |           |     |       |        |     |    |
|             | 実施時期・具体的な内容及び事業手法   | 技術を駆使した製品の展示や販売、ものづくり体験教室を通じてものづくりに対する技能の重要性・必要性を認識して頂き、将来の技能士の育成に寄与する。<br>開催日：平成24年10月27日(土)、28日(日)両日<br>開催場所：和泉市池上町「池上曾根史跡公園」<br>開催会場：第34回和泉市商工まつり会場内<br><事業手法(①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果)の具体的な連携・効果を記載><br>①府施 <b>大阪府技能士連合会との連携を図ったことで、「ものづくり」の素晴らしさを実際に体験策連携し、企業及び連合会の周知・PRをすることが出来た。</b><br>②広域連携<br>③市町村連携<br>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) | 21  | 支援実績率 | 105.0% | 満足度 | 93 |
|             | 目標の達成度<br>(支援企業をどう変化させることができたか)   | 市内地場産業の硝子細工や繊維製品、大阪府技能士連合会との連携を図ったことで、フェア会場へは多数の来場者が有り、若年層へも「ものづくり」の素晴らしさを実際に体験頂く事が出来たなど、企業及び連合会の周知・PRをすることが出来た。フェア出店企業においては、織り機の体験・電子機器の手作り体験・銅板レリーフ・打出板金、石印製作・カーペット座布団作りなどをPRすることが出来たり、出店者相互の情報交換が行われるなど、企業間同士での交流も図ることが出来た。また、ものづくり企業に技能士が不在の場合が多く、技能士の技術の高さなど和泉市内事業所に対し技能士の重要性・必要性を意識付けることが出来た。                          |     |           |     |       |        |     |    |
| 事業の実績／目標達成度 | 成果の代表事例   | 昨年に続き大阪府技能士連合会と連携をしたことで、和泉市内のものづくり企業との技術交流がより深まり、様々な技能士会の説明を聞くなど、各企業においても技能士の重要性・必要性を感じさせることが出来た。  |     |           |     |       |        |     |    |
|             | その他目標値の実績   | 目標値(計画)  | 600 | 目標値(実績)   | 862 | 目標達成度 | 100    |     |    |
|             | 大阪府建築板金技能士会・大阪府印章技能士会・大阪内装仕上技能士会の3技能士会及び連合会が出店し、技術の高さ・精巧さ・素晴らしさを目の前で実演したことで、子どもから大人までの市民に広く周知・PRすることが出来た。 |  |     |           |     |       |        |     |    |
| 実施結果        | 課題及び次期以降への取組み<br>(実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)  | 昨年度は周知の時期の遅れで募集が出遅れたとの声があったが、今回は早めに大阪府技能士連合会との調整を行った。PRチラシへの掲載について出店頂ける企業の最終決定時期と印刷調整には少し手間取ったが、最終的には昨年以上の事業者へ「ものづくり技術フェア」へ出店をしてもらった。各技能士会と市の産業基盤であるテクノステージ和泉企業との繋がりが生まれ、今後の技術的な交流に期待が持て、事業連携・事業提携まで発展していくように事後支援にも力を入れていく。<br>市民やものづくり企業に対して、意識付けや魅力を十分に周知することが出来たことは非常に良い成果が出たと思う。   |     |           |     |       |        |     |    |

和泉商工会議所

|             |  |  |      |           |     |       |        |     |
|-------------|--|--|------|-----------|-----|-------|--------|-----|
| 事業名         |  | 求人・求職マッチング事業   |      |           |     |       |        |     |
| 想定する実施期間    |  | 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<br>(現状や課題をどのような状態にしたいか)                            | 大卒・高卒とも就職内定率は依然として低水準が続く厳しい状況である。又、ここ20年で専門・技術的な職務やサービス職務が増えた一方で、製造業等の生産工程などで活躍してきた職務が減ったことなどの就業構造の変化が生じていることも事実である。就業構造の変化に対して、企業側と求職者側の認識が十分だといえず雇用のミスマッチが拡大している。採用に際して求職者に必要な資格や技能を具体的に明確にすることや実際の業務体験などインターンシップを通してミスマッチを少しでも改善していく必要がある。不況期は大企業志向が高まるが、元気な地元中小企業に視野を広げてもらい、合同就職説明会において主に3年以内既卒者や新卒者、新成人を対象とした事業を実施することで、市内企業へ優秀な人材確保することを目的とする。   |      |           |     |       |        |     |
|             | 支援する対象<br>(業種・事業所数等)                                     | 市内中小企業者 20社<br>3年以内既卒者、新卒者、短大新卒者、新成人者等   |      |           |     |       |        |     |
|             | 実施時期・具体的な内容及び事業手法  | 平成24年10月11日「第1回和泉市就職情報フェア」<br>会場：和泉市シティプラザ（3階レセプションホール）<br>求人企業数：26社 募集人数：138名 内定人数：31名<br>平成25年2月14日「第2回和泉市就職情報フェア」<br>会場：和泉シティプラザ（3階レセプションホール）<br>求人企業数：26社 募集人数：219名 内定人数：28名<br><br>＜事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載＞<br>①府施策連携 大阪府総合労働事務所との連携により、求職者が適した業種をパソコンで適性診断し力ウンセリングを行い、未然にミスマッチを防ぐ効果があった。<br>②広域連携<br>③市町村連携 就職情報フェア開催にあたり、市内事業所への就職フェア参加案内から求職者の周知に至るまで、市町村連携により多くの参加事業所の確保及び多くの求職者の来場が確保できた効果があった。<br>④相談相乗 就職情報フェアに参加希望している企業に、求職者に対し注意すべき求人票の記入の仕方等の指導。 |      |           |     |       |        |     |
|             | 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) | 37  | 支援実績率 | 185.0% | 満足度 |
| 事業の実績／目標達成度 | 目標の達成度<br>(支援企業をどう変化させることができたか)                          | 就職情報フェアは、求人企業と就職希望者が一堂に会して面接を行うことから、希望する職種や条件等いろいろと確認することができるため就職希望者にとって非常に良い事業である。また、求人企業としても一度に多数の就職希望者と面会できるメリットがある。目標達成度としては、平成24年度の採用人数は59名となり、一定の成果が上がっている。<br>【支援企業数（計画）20社に対し、37社の実績が上がり、就職内定企業者数に関しても、数値目標10社に対し、20社と目標達成している。】<br>また、就職情報フェアを開催する度に、若年者が多く見受けられるようになった。今後も引き続き主に若い世代への周知を行い、優秀な人材がこぞって参加してもらいマッチングすることで、市内の元気な中小企業の新たな活力へと変化している。  |      |           |     |       |        |     |
|             | 成果の代表事例  | 事業所と労働者間のミスマッチが起り、会社をすぐに辞めてしまうケースが少なくない。その中で、就職情報フェアにてトライアル雇用併用求人を受けた企業は、試用期間に労働者のスキルや能力、適正を見極めることが出来る制度を利用し採用した。会社に必要な人材であれば3ヵ月後に本採用となる予定である。制度をしっかりと理解した上で就職情報フェアで求人したことで、より早く、より良い人材を見つけることが出来た。  |      |           |     |       |        |     |
|             | その他目標値の実績  | 目標値(計画)  | 500  | 目標値(実績)   | 650 | 目標達成度 | 130.0% |     |
|             |  | 第1回和泉市就職情報フェアの求職者数   |      | 350名      |     |       |        |     |
|             | 第2回和泉市就職情報フェアの求職者数                                       |  | 300名 |           |     |       |        |     |
| 実施結果        | 課題及び次期以降への取組み<br>(実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか) | 地元の元気な中小企業に目を向けてもらうように、求職者への周知の徹底。新規求人事業所の開拓により、より多くの事業所から就職の選択ができるように、求人・求職者に対し魅力のある就職フェアになるように取り組みを行っていく。<br>今年度、採用人数は増えているが、その職場にて定着して働いているか・ミスマッチが起っていないか事後支援も行っていく。   |      |           |     |       |        |     |

和泉商工会議所

|             |  |  |      |           |       |        |         |     |    |
|-------------|--|--|------|-----------|-------|--------|---------|-----|----|
| 事業名         |  | 企業経営力強化支援事業  |      |           |       |        |         |     |    |
| 想定する実施期間    |  | 23 年度～ 24 年度まで ※複数年段階の実施事業は別紙にて計画を提出すること   |      |           |       |        |         |     |    |
| 事業の概要       | 事業の目的<br>(現状や課題をどのような状態にしたいか)                            | 新たな販路開拓の手法として、展示商談会への出展や交流会への参加、新規取引先開拓訪問等があるが、小規模企業においては、予算上の問題等により自社の技術や商品などを掲載した会社案内や商品チラシを作成できていない企業が少なくないのが現状である。専門家によるセミナーを開催し、ノウハウを習得して、自社において会社案内や商品チラシを作成することにより経営の効率化と販路開拓時の効果拡大を図ることを目的とする。   |      |           |       |        |         |     |    |
|             | 支援する対象<br>(業種・事業所数等)                                     | 高石市、泉大津市、忠岡町、和泉市内の小規模事業者   |      |           |       |        |         |     |    |
|             | 実施時期・具体的な内容及び事業手法  | <p>開催日時：平成24年10月2日(火)【BtoC事業所対象】、10月9日(火)【BtoB事業所対象】<br/>                 開催会場：和泉市コミュニティセンター 講師：松尾 裕司 氏(有限会社 ブルーム)</p> <p>実施内容：<br/>                 【第1部】『商品チラシ・パンフレット作成方法習得セミナー』<br/>                 自社分析、販促計画の策定手法及び商談、販促を行うにあたり効果的な商品チラシ・パンフレットの作成方法の習得。<br/>                 【第2部】『商品チラシ・パンフレット作成実践セミナー』<br/>                 第1部で習得した知識を基に、自社で商品チラシ・パンフレットを作成するための実践、手法の習得。<br/>                 『効果的な販促手法について』</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 本事業開催に際して適切な講師紹介から、効果拡大を図るためのセミナー手法等について連携協力策連携を得た。</p> <p>②広域連携 近隣団体(高石商工会議所、泉大津商工会議所、忠岡町商工会)との連携により、参加動員増強、参加事業所相互の情報交換の場とすることもできた。</p> <p>③市町村連携</p> <p>④相談事業相乗 本事業にて知識習得後、商品チラシ等制作に向けて、市場調査やSWOT分析手法の詳細指導やデザイン構成について支援。</p> |      |           |       |        |         |     |    |
|             | 計画に対する実績(数値)   | 支援企業数(計画)  | 50   | 支援企業数(実績) | 56    | 支援実績率  | 112.0%  | 満足度 | 82 |
|             | 目標の達成度<br>(支援企業をどう変化させることができたか)                          | <p>前年度実施の改善点を踏まえて、今年度はより一層の効果上げる為、「BtoB」事業所向け及び「BtoC」事業所向けとして2回に分けての開催とした。これにより、企業分析手法や効果的な販促手法、デザイン構成について業態に即したセミナー内容とすることができた。今回のセミナー内容は、商品チラシを作成するための知識習得の他、『効果的な販促手法について』の習得も目的とし実施した。商品チラシ・パンフレットを活用した新規開拓営業や既存取引先へのサービス向上並びに増収増益に繋げるための手法を成功事例に基づき講演。これにより今後の販促活動に向けてのスキルアップを図ることができた。本事業の総評としては、これまで商品チラシ等を制作していなかった事業所に対しては、その制作手法を習得することができ、外部委託にて制作依頼を行っていた事業所に対しては自社にて制作するためのノウハウを習得できコストの削減と販促効果の拡大に繋がる支援とすることができた。高石商工会議所：7社、泉大津商工会議所：7社、忠岡町商工会：5社、和泉商工会議所：37社。</p>   |      |           |       |        |         |     |    |
| 事業の実績／目標達成度 | 成果の代表事例  | 本事業に参加した事業所で、外部委託していた既存の商品チラシをセミナー開催後にリニューアルし、バイヤーを対象とした展示商談会に出展。来場バイヤーに自社商品をPRする際に商品チラシを活用。その結果として、商談件数の増加に繋げることができた。   |      |           |       |        |         |     |    |
|             | その他目標値の実績  | 目標値(計画)  |      | 目標値(実績)   |       | 目標達成度  | #DIV/0! |     |    |
|             | 指標   | セミナー参加事業所数   |      |           |       |        |         |     |    |
|             | 数値目標   | 50   | 実績数値 | 56        | 目標達成度 | 112.0% |         |     |    |
| 実施結果        | 課題及び次期以降への取組み<br>(実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか) | 今回、一層の効果拡大を目的として「BtoB」事業所向け及び「BtoC」事業所向けの2回開催としセミナーを実施したことにより一定の成果は得られたが、参加事業所52社の業種が多様であったためセミナー内容を割合の多い業種に対応したものとし、少数派業種の事業所に対してはセミナー開催後にも個別指導にてフォローアップを図り、実態に即した販促支援とすることを目的とし事業を実施。セミナー開催後、早期にチラシの再構成や制作に取り掛かる事業所もあったが、半数以上の事業所は既存チラシの見直しや自社分析、販促方針の検討に時間を要しているため中長期的な指導が必要となる。  |      |           |       |        |         |     |    |