

令和7年度（2025年度）

実績報告書

Ⅰ. 申請者の概要

団体名	豊中商工会議所
代表者職・氏名	会頭 吉村 直樹
所在地	〒561-0884
	大阪府豊中市岡町北1丁目1番2号
設立年月日	昭和24年12月
職員数	14（令和8年3月31日現在）
うち経営指導員数	9
所管地域	豊中市
管内事業所数	13,180（令和3年 経済センサス-活動調査）
うち小規模事業者数	8,804（令和3年 経済センサス-活動調査）
会員数	2,584（令和8年3月31日現在）
組織率	19.6%
担当者職・氏名	中小企業相談所長 林 正義
連絡先電話番号	06-6845-8001
連絡先メールアドレス	shien@ooaana.or.jp

□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を公表し、これを国会、行政庁等に具申し、又は建議すること。 (2)行政庁等の諮問に応じて、答申すること。 (3)商工業に関する調査研究を行うこと。 (4)商工業に関する情報及び資料の収集及び刊行を行うこと。 (5)商品の品質及び数量、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、鑑定及び検査を行うこと。 (6)輸出品の原産地証明を行うこと。 (7)商工業に関する施設を設置し、維持し、及び運用すること。 (8)商工業に関する講演会及び講習会を開催すること。 (9)商工業に関する技術及び技能の普及及び検定を行うこと。 (10)博覧会、見本市等を開催し、及びこれらの開催のあつ旋を行うこと。 (11)商事取引に関する仲介及びあつ旋を行うこと。 (12)商事取引の紛争に関するあつ旋、調停及び仲裁を行うこと。 (13)商工業に関して、相談に応じ、及び指導を行うこと。 (14)商工業に関して、商工業者の信用調査を行うこと。 (15)商工業に関して、観光事業の改善発達を図ること。 (16)社会一般の福祉の増進に資する事業を行うこと。 (17)行政庁から委託を受けた事務を行うこと。 (18)前各号に掲げるものの外、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こと。	

(1) 所管地域の産業経済の現状と課題

令和3年経済センサス基礎調査結果によると、豊中市は事業所の集積では大阪府内で4番目(13,180社)に数えられ、その約66.7%(※令和3年経済センサス活動調査では8,804社)を小規模事業者が占める。その内訳は卸売業・小売業18.3%、不動産業・物品賃貸業16.9%、製造業11.9%、宿泊業・飲食サービス業11.6%、生活関連サービス業10.5%、建設業10.2%、その他20.6%となり、地場産業がないこと等を一因として、偏りのない産業構成を示している。また、全体の89.9%(11,858社)を従業員20人以下の事業所が占めており、幅広い業種の中小零細企業が集積する地域となっている。

豊中市による産業状況調査より、当市の特徴として以下があげられる。

1. 優れた交通利便性：空港、新幹線、高速道路、都心へのアクセスの良さ
2. 多種多様な業種の事業所の立地：特定の業種・大企業に依存しない産業構造であり、社会経済情勢の変化に対するリスクヘッジができてきていること
3. 職住近接の需要の高まり：住宅都市・教育文化都市としての資源、潜在的な労働力（女性の年齢階級別の労働力率を示す指標・M字カーブが顕著で、アクティブシニアが多いこと）
4. 大学や研究機関が近接：大阪大学、大阪音楽大学、産業技術総合研究所が近接
5. 事業者間ネットワーク・コミュニティ：事業者間連携による事業成長がみられること

また、エリアごとでは、以下の特性があげられる。

- 千里地域：①職・商・住・交通が充実、②再整備、新規投資が進行
- 阪急宝塚線沿線（蛍池～服部天神）：駅前の商業・業務機能が集積
- 空港周辺地域：①宿泊施設の需要、②空港を拠点とした活性化の動き、③「インバウンドの中継点」としての地位獲得の可能性
- 西部地域：①古くから製造業が集積、②現在も立地ニーズが高い
- 南部（庄内）地域：①事業者間のつながりが強い、②南部活性化構想、南部コラボ等による事業環境の向上、③新規投資、活性化のチャンスあり

一方、課題としては、以下の項目があげられる。

- ◆操業環境の維持・形成：①住工混在によるトラブル（騒音、振動、臭気等）、②事業用地の確保、インフラ整備、③労働力の確保難
- ◆中小企業が多く・経営者が高齢化：①事業所数の減少、②事業承継支援等が必要
- ◆DX・デジタル化の遅れ：小規模事業者が多く、社内に人材が不足している
- ◆事業所の課題の多様化・複雑化：一律ではない個別支援が求められる

足下の経営環境について、賃金・原材料・エネルギー価格の高騰で収益減少等の影響を受けている中小・小規模事業者は多く、慢性的な人手不足、持続的な賃金の上昇といった事業環境の変化への対応が喫緊の課題となっている。売上拡大、コスト改善、資金不足、人材確保・育成、生産性向上、技術力・開発力の向上、ブランド力の向上、営業・販売力の向上といった経営課題に対処していくことが求められている状況である。

(2) 所管地域の活性化の方向性（事業の目標）

豊中商工会議所では中期の基本方針として「チャレンジングな“豊中づくり”」を掲げ、「希望を生み出す強い地域経済」の浮揚を目指すとともに、挑戦する中小企業や小規模事業者の「稼ぐ力」を高めるため、「変化への着実な対応」に向けて、3つの重点項目に取り組んでいくこととしている。

1. チャレンジングな“人財づくり”：「次世代を牽引する起業家の輩出」を目指して、多様な経営人財のチャレンジングな事業実践と、切磋琢磨を促すネットワークの拡充に取り組み、地域経済の活性化に繋げる。
2. チャレンジングな“企業づくり”：「チャレンジングな経営モデルの創出」を目指して、グローバル市場開拓やデジタルトランスフォーメーション（DX）などの推進に取り組み、独立系フリーランスを含めた小規模事業者や中小企業の伴走型支援を通じて、地域経済の新たな発展に繋げる。
3. チャレンジングな“地域づくり”：「持続可能な地域経済の発展」を目指して、頻発する自然災害や感染症、サイバー攻撃などにより、企業による事業活動の継続に支障をきたさないよう、省エネや脱炭素経営を踏まえた事業継続力の強化支援に取り組み、地域経済の強靱化に繋げる。

(3) 事業を実施した効果

経営相談支援事業では、積極的に経営改善、回復・成長を図ろうとする企業に対して、経営課題を整理するとともに、課題解決に向けて適切な支援施策や制度、支援機関等の活用を提案し、伴走支援を行うことができた。専門相談支援事業では、企業を取り巻く課題が高度化・複雑化するなか、経営指導員がコーディネートした上で各分野の専門家へ繋ぎ、解決を図ることができた。創業/経営・税務・記帳・IT活用・知財(商標・意匠等)・ビジネス法務・労務の各窓口を開設するとともに、プロモーション・デザイン・ブランディング等のその他分野や相談内容に応じたスポット対応も実施することで、ワンストップでスピーディーな経営支援を提供することができた。

また地域活性化事業を核に、女性経営者のネットワーク構築、商品・サービスの高付加価値化、WEB活用とEC化の促進、プロモーション力の強化、人手不足対策と人材活用の向上、事業承継対策、インバウンド対策、大阪国際空港を中心としたバイヤーとのマッチング、原材料価格や人件費の高騰対策、人材能力の向上、事業継続力強化計画やBCPの策定、持続可能な開発目標(SDGs)経営、多様な起業の在り方促進など、企業へチャレンジングな経営モデルの推進を後押しすることができた。

(4) 事業を実施した結果浮かび上がった課題・次年度への取り組み

経営相談支援事業においては、カルテ化した支援内容で、未対応や実績数の低い支援メニューがあった点が課題となるため、支援内容の極端な偏りを生じることなく幅広く相談テーマの掘り起こしに努めてカルテ化できるように補強していきたい。

専門相談支援事業においては、企業における課題が多様化・高度化しているため、それらの課題に対応できるように専門家を活用した支援体制の充実が益々大事になってきている点が課題となる。外部の支援機関への繋ぎ支援以外に、当所の中でスピーディーにワンストップで支援を提供できることは、相談者の課題解決力と満足度を高められるため、専門相談体制をさらに強化させていきたい。

地域活性化事業においては、利用者満足率は総じて高かったが、集客に苦戦するセミナーがいくつかみられ、支援実績率が低い事業があった。潜在的ニーズを掴んで企画できているが、事業内容をターゲット企業に届ける周知面が課題であり、訴求力・広報力を高めていきたい。

I 経営相談支援事業

前年度支援企業数		349 社				
支援メニュー		単位	当初計画	変更計画	実績	達成率
1	事業所カルテ・サービス提案	事業所	292	327	331	113.4%
2	支援機関等へのつなぎ	支援数	95	50	52	54.7%
3	金融支援（紹介型）	支援数	16	15	17	106.3%
4	金融支援（経営指導型）	支援数	10	23	21	210.0%
5	マル経融資等の返済条件緩和支援	事業所	1	1	0	0.0%
6	資金繰り計画作成支援	事業所	2	3	4	200.0%
7	記帳支援	事業所	44	52	53	120.5%
8	労務支援	支援数	26	32	37	142.3%
9	人材育成計画作成支援	事業所	2	1	0	0.0%
10	マーケティング力向上支援	事業所	1	1	0	0.0%
11	販路開拓支援	支援数	33	39	39	118.2%
12	事業計画作成支援	支援数	83	96	96	115.7%
13	創業支援	事業所	15	23	24	160.0%
14	事業継続計画（BCP）作成支援	事業所	10	5	5	50.0%
15	コスト削減計画作成支援	事業所	1	1	0	0.0%
16	財務分析支援	事業所	5	4	4	80.0%
17	5S支援	事業所	1	1	0	0.0%
18	IT化支援	事業所	15	18	18	120.0%
19	債権保全計画作成支援	事業所	1	1	0	0.0%
20	事業承継支援	事業所	5	1	0	0.0%
21	災害時対応支援	事業所	0	0	0	-
22	フォローアップ支援	事業所	40	0	0	0.0%
23	結果報告	事業所	292	327	331	113.4%

件数設定の根拠（今年度の特徴等）

経営改善・革新に能動的に取り組む企業約290社に対し、主な支援内容として以下を実施していく。

- 各種補助金等を活用した新事業展開への取組みに対する販路開拓支援、事業計画作成支援
- 人財の確保、定着、デジタル化等スキル向上への取組みに対する労務支援、IT化支援
- 起業や事業承継に伴う新経営層に対する創業支援、記帳支援
- 資金繰り、災害等の非常事態への備えに対する金融支援、BCP支援
- 上記やその他テーマに応じてコーディネートしていく支援機関等へのつなぎ支援

支援のポイント・成果

331社に対して、経営課題の整理と課題解決に向けて適切な支援施策や制度、支援機関等の活用を提案し、支援機関へのつなぎ、事業計画作成支援、記帳支援、労務支援、販路開拓支援、金融支援、創業支援、IT化支援を中心に課題解決に取り組んだ。

具体的な支援策として、国・大阪府・豊中市の各種施策を活用することで「小規模事業者持続化補助金」「大阪府新事業展開テイクオフ支援補助金」「豊中市チャレンジ事業補助金」「豊中市商品高付加価値化応援金」「豊中市IT化促進補助金」「豊中市売上アップ応援金」等の採択に繋げるとともに、「日本政策金融公庫の各種融資」「大阪府制度融資の各種資金」、大阪産業局の各種実施事業、豊中市の特定創業支援事業、等の活用に繋げることができた。

<経営支援の代表事例>

●【補助金、クラウド会計導入、確定申告をワンストップサポート】

ストレッチ専門店を開業された企業より、事業計画作成と会計ソフトについて相談を受け、計画書作成のサポートを行うとともに、「マネーフォワードクラウド確定申告」の導入・運用のサポートを行った。その結果、持続化補助金創業型に採択されるとともに、クラウド会計システムの活用で、POSレジとの連携、ネットバンキングやクレジットカード連携が可能になり、日々の入力作業を大幅に効率化することができた。

●【クラウドファンディングで資金調達とともに多くのファンを獲得】

クラフトハム製造の企業に対して、大阪府の新事業展開テイクオフ補助金や日本政策金融公庫の融資等を活用しながら、ハム工房開設に向けて支援を実施した。さらに、クラウドファンディングによる資金調達を検討されたことから、CAMPFIREを提案し、掲載までの各種支援を実施。最終的に145名から200万円を超える支援を集めるとともに、この取組が朝日新聞にも掲載され、ファン増加に繋がれた。

II 専門相談支援事業

事業名		単位	当初計画	変更計画	実績	達成率
24	法務相談	日数	15	15	15	100.0%
25	税務相談	日数	90	90	97	107.8%
26	金融相談	日数	5	5	0	0.0%
27	労務相談	日数	10	10	3	30.0%
28	その他相談	日数	211	211	216	102.4%

支援のポイント・成果

企業の各種経営相談に対して、経営指導員がコーディネートした上で各分野の専門家へ繋ぎ、課題解決を図った。具体的には、創業/経営・税務・記帳・IT活用・知財(商標・意匠等)・ビジネス法務・労務の各窓口を開設するとともに、プロモーション・デザイン・ブランディング・M&A等のその他分野や相談内容に応じたスポット対応も実施した。

とりわけ、創業・経営革新分野においては、経営指導員のマンパワーを補いつつ、中小企業診断士より、特定創業支援事業に対応した創業者支援、経営改善・経営革新に関するアドバイス、持続化補助金・ものづくり補助金等の申請における事業計画作成やブラッシュアップ支援、などでサポートを得る。また、IT活用・プロモーション分野においては、ITサポーターや販路開拓分野の各種専門家等より、SNS等の活用支援、WEB・EC活用による顧客開拓・売上アップ、DXの推進、プロモーション・デザイン・ブランディングによる顧客獲得、などでサポートを得た。

企業を取り巻く課題が高度化・複雑化するなかで、経営指導員と連携したスピーディーな経営支援を提供することができた。

事業名		女性経営者ネットワーク構築促進事業			事業番号	1	新規/継続	継続									
想定する実施期間		2024年度～	年度まで		2年目	※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) 企業ニーズ (内容・把握方法等)	日本政策金融公庫総合研究所が2022年12月に行った「2022年度新規開業実態調査（特別調査）」によると、現在の月商について、女性起業家は「100万円未満」との回答が62.7％と一番多く、同質問に対し男性起業家は「100万円未満」の回答は37.2％、「100万～500万円未満」との回答が41.8％と一番多かった。平均月商については、女性起業家は166万円に対し、男性起業家は504万円とこちらでも大きな差が開いている。しかし、商圏を「事務所や店舗の近隣」「同じ市区町村内」としている女性起業家は53.1％と半数を超え、地域経済の担い手として活躍されていることがうかがえる。主な相談先としては、男女ともに、同じ境遇である「経営者仲間」が一番大きな割合を占めたが、女性起業家が58.7％に対し、男性起業家は68.8％であり、女性起業家は横のつながりが男性に比べて薄い分、親兄弟や商工会議所などに相談しているケースが多い。そこで、小規模な女性経営者を対象に事業者同士の交流の促進を商工会議所が行い、女性経営者のコミュニティを形成することで持続的な地域振興を図る。															
	支援する対象 (業種・事業所数等)	主に豊中市内において、売上規模が1000万円以下を中心とした小規模な女性経営者・フリーランス。創業間もない女性起業家。経営経験や知識の乏しい女性経営者を支援の対象とする。															
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	①女性事業者・フリーランス向け豊中しゃべりバ！ ～SNSで集客できるあの人あぜなあぜ？スペシャル～【人材育成型】 ・実施内容：Instagramで3万人のフォロワーを持つインフルエンサーを講師に招き、SNSを活用した販路開拓方法について講演した。女性事業者が課題に感じられている「集客」に焦点を当てた。 ・実施日時：2025年5月28日 14時～17時 ・開催場所：豊中商工会議所 ・参加者数：40社41名 ・支援企業数（実績）40.5社（支援率135％、満足率90％） ②女性一人社長の学びのバ！～私にしかできない「ビジネス」の作り方【人材交流型】 ・実施内容：ワークショップ形式で交流会を開催。女性経営者としてロールモデルとなるような方を講師に招き、自分自身がやりたいこと・できることをどうビジネスに転換するかを実体験を交えながら講演いただいた。講演の中では、参加者に「自分自身の強み」について、過去にいただいたお客様からの声をヒントに「自身の強み」を発掘するワークを実施し、他の参加者と共有することで自分が認識していなかった強みの再発見を行った。 ・実施日時：2025年7月30日 14時～16時 ・開催場所：豊中商工会議所 ・参加者数：21社21名 ・支援企業数（実績）19社（支援率95％、満足率100％） ③交流会にて同業者と交流する機会し新事業のアイデアが生まれた企業と、新たな事業アイデアが思い浮かんでいるが既存事業の立て直しも必要な企業の2社に対して個別でハンズオン支援を行った。 <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> <table><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>セミナー形式の交流会の方では、講師の方を専門家として登録し、交流会後に個別相談する機会を設けた。カルテ化率 15.4％</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	セミナー形式の交流会の方では、講師の方を専門家として登録し、交流会後に個別相談する機会を設けた。カルテ化率 15.4％
	①府施策連携																
	②広域連携																
③市町村連携																	
④相談相乗	セミナー形式の交流会の方では、講師の方を専門家として登録し、交流会後に個別相談する機会を設けた。カルテ化率 15.4％																
事業全体の実績／目標達成度	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	52.0	総支援企業数(実績)	61.5	支援実績率	118.3％	満足率	92.7％								
	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）	代表指標	他社とのコラボレーションや新事業創出となった企業数														
		数値目標	2社	実績数値	2社	目標達成度	100.0％										
	成果の代表事例	当該事業により開催したセミナー・交流会をきっかけに、同業者から意見やアドバイスをもらう機会が生まれ、新規事業として、インストラクター養成スクール事業を開始された。集客に関して課題があったが、同セミナーにて学んだSNSを活用した集客ノウハウを活かし、Instagramでの集客を始められた。															
	その他目標値の実績	目標値（計画）		目標値（実績）		目標達成度											
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）	5月28日に開催したセミナー形式の交流会も、7月30日に開催したワークショップ形式の交流会も、両方とも参加者数は申し分なかった。ただ、女性事業者によるコミュニティ形成については、小さなネットワークはできているようだが、自発的なコミュニティ形成には至っておらず、商工会議所が主導で行わなければ、女性事業者による集まり等が無い様子である。次期では、この場にすれば、人脈形成と課題解決の糸口が得られるという認知を高めつつ、自発的な交流が生まれるように、1分間の自己紹介・PRタイムを設ける等、参加者全体に対する仕掛けを作りたい。															

【別紙】複数の事業目標を設定している場合は、別紙に事業目標毎の実績／達成度をご記入ください。

実績／達成度①	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	30.0	支援企業数(実績)	40.5	支援実績率	135.0%	満足率	90.0%
	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）	指標	課題解決に繋がったと回答した企業の割合						
		数値目標	80	%	実績数値	90.0	%	目標達成度	112.5%
	その他目標値の実績	目標値（計画）			目標値（実績）			目標達成度	
実績／達成度②	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	20.0	支援企業数(実績)	19.0	支援実績率	95.0%	満足率	100.0%
	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）	指標	交流会参加により、人脈が広がったと回答した企業の割合						
		数値目標	75	%	実績数値	95	%	目標達成度	126.7%
	その他目標値の実績	目標値（計画）			目標値（実績）			目標達成度	
実績／達成度②	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	2.0	支援企業数(実績)	2.0	支援実績率	100.0%	満足率	100.0%
	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）	指標	他社とのコラボレーションや新事業創出となった企業数						
		数値目標	2	社	実績数値	2.0	社	目標達成度	100.0%
	その他目標値の実績	目標値（計画）			目標値（実績）			目標達成度	

5-2. 地域活性化事業 事業調書（実績）

豊中商工会議所

事業名		地域の企業とクリエイターの連携事業			事業番号	2	新規/継続	新規	
想定する実施期間		2025年度～		年度まで	1年目	※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) 企業ニーズ (内容・把握方法等)	◆事業の目的…SNSの隆興が衰えを見せるどころか一層盛んとなっていく中、単に「良い商品」を作るだけではなく、それをいかに「魅せ」、多くの方に拡散していくか、という観点が今後一層需要となってくる中、小規模事業者・中小企業こそクリエイターの力を借りて商品の魅力を伝えていく重要性を知っていただくことを目的とする。また、クリエイター自身がさらにスキルアップする機会を設け、活動をビジネスとして長期的に継続していけるきっかけづくりを目的とする。 ◆事業ニーズ…豊中市では令和4年度より「豊中市商品高付加価値化応援金」の公募を行っているが、毎年予算を使い切るほどの人気を誇っており、クリエイターの力を借りた商品の付加価値向上に向けたニーズが高いことが明らかになっている。クリエイターのスキルアップニーズについても、当所で開催してきた「プレスリリース実践塾」にも毎回一定数のクリエイターが参加していることから潜在的ニーズが見込まれる。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	支援する事業者としては、豊中市内の卸売・小売業、宿泊業・飲食サービス業の4094社を主な対象と想定し、支援するクリエイターとしては、MEBIC登録クリエイターおよび豊中・庄内を拠点に活動する若手クリエイター集団Toyonaka Ventureの構成メンバーの合計、約2300社を主な対象と想定する。							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	①あなたの商品の付加価値を高める！『選ばれる』ためのデザイン活用セミナー【人材交流型】 ・実施内容：ブランド戦略の構築や経営におけるデザインの活用等について、ワークを交えながら理解を深める。 ・実施日時：2025年12月12日 14時～16時 ・開催場所：豊中商工会議所 ・参加者数：10社11名 ・支援企業数(実績)10.5社(支援率70%、満足度90%) ②「クリエイターのためのブランド&営業実践講座」【人材交流型】 ・実施内容：(第一部)クリエイターのブランディングの必要性、如何にブランドを高めていくか(第二部)ブランディング・営業について座談会形式でお互いに意見を出し合うワーク ・実施日時：2025年12月9日 14時～17時 ・開催場所：豊中商工会議所 ・参加者数：7社7名 ・支援企業数(実績)7社(支援率70%、満足度100%) <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 それぞれのセミナーの講師の選定においてMEBICと協力して実施した。また、セミナーにおいてMEBICの事業の案内を行った。 ②広域連携 ③市町村連携 ④相談相乗 カルテ化率 5.8%							
	計画に対する実績(数値)	総支援企業数(計画)	25.0	総支援企業数(実績)	17.5	支援実績率	70.0%	満足率	94.1%
	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)	代表指標	クリエイターを活用する必要性を理解できた企業の割合						
		数値目標	80	%	実績数値	90	%	目標達成度	112.5%
	成果の代表事例	従業員として講座に参加したが、商品の魅力を高めるためにデザインを活用する必要があること、中小企業もクリエイターを活用する必要性を理解できた。また、デザイナーとしての心構えやブランディングの仕方等について学ぶ中で将来的に起業することも自身のキャリアプランとして考えられるようになった。							
その他目標値の実績	目標値(計画)			目標値(実績)			目標達成度		
実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	支援実績率は当初想定より低調に終わったため、クリエイターを活用したい企業向けのセミナーについてもクリエイターを対象としたセミナーについても認知度を高め集客を増やすことが課題である。一方、参加者満足度は高く、特にクリエイター向け講座については懇親会参加者も多かったことから、グループを作って連携できる仕組みについても考えていきたい。							

【別紙】複数の事業目標を設定している場合は、別紙に事業目標毎の実績／達成度をご記入ください。

実績／達成度①	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	15.0	支援企業数(実績)	10.5	支援実績率	70.0%	満足率	90.0%
	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）	指標	クリエイターを活用する必要性を理解できた企業の割合						
		数値目標	80	%	実績数値	90.0	%	目標達成度	112.5%
	その他目標値の実績	目標値（計画）			目標値（実績）			目標達成度	
実績／達成度②	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	10.0	支援企業数(実績)	7.0	支援実績率	70.0%	満足率	100.0%
	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）	指標	自身のスキルをPRする資料を作成できた企業の割合						
		数値目標	50	%	実績数値	42.8	%	目標達成度	85.6%
	その他目標値の実績	目標値（計画）			目標値（実績）			目標達成度	

事業名		Web/EC/SNS活用販路開拓支援事業		事業番号	3	新規/継続	継続
想定する実施期間		2013	年度～	年度まで	13	年 目	※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 状態にしたいか) 企業ニーズ (内容・把握方法等)	経済産業省 令和5年度(2024年9月25日発表)電子商取引に関する市場調査報告書によると、令和5年の日本国内のBtoC-EC（消費者向け電子商取引）市場規模は、24.8兆円（前年22.7兆円・前々年20.7兆円、前年比9.23%増）に拡大している。また、令和5年の日本国内のBtoB-EC（企業間電子商取引）市場規模は465.2兆円（前年420.2兆円、前々年372.7兆円、前年比10.7%増）に増加した。また、EC化率は、BtoC-ECで9.38%（前年比0.25ポイント増）、BtoB-ECで40.0%（前年比2.5ポイント増）と増加傾向にあり、商取引の電子化が引き続き進展している。一方、訪日外国人観光客はSNSを主要な情報源とし、ロコミやビジュアルが旅行先選定に大きく影響している。大阪・関西万博を機に、小規模事業者がWeb/SNSを活用した情報発信力を強化し、国内外の顧客を持続的に獲得する仕組みを構築する。万博期間中からアフター万博に向けて、インバウンド需要や大阪・関西の魅力を最大限活用し、「個の稼ぐ力」を高め、地域経済の発展を目指したい。					
	支援する対象 (業種・事業所数等)	本市ではサービス業と卸小売業が約50%を占め、特にWeb/EC/SNSを活用した販路開拓支援が重要と考える。大阪・関西万博の開幕とアフター万博を見据え、インバウンド需要の取込や海外販路拡大への期待が高まる中、過去年度の当事業参加事業者で更に深く知識を付けて実践しようとする約200名の事業者を対象に、Web戦略やビジョンの再構築を支援する。					
		【人材交流型】 ①既存顧客リピートのためのSNS活用戦略講座 実施日：2025年5月15日, 22日, 6月5日(全 木曜日)14時～17時に実施。 実施場所：豊中商工会議所 3F 第1・2会議室 実施方法：リアル参加型 参加者数：12社12名 既存顧客の再来店や継続的なサービス利用を促進するため、SNSを活用した顧客コミュニケーションの手法を学ぶ講座として実施した。商品購入後やサービス利用後のフォローアップを通じて、顧客満足度の向上につながる具体的なWebツールの活用方法を習得した。また、2日目以降は参加者同士の意見交換や情報共有を通じて交流を深め、実践的な学びを促進する内容として実施した。 ②継続的に売上が続く「NEW 実践ネットショップ塾」 実施日：2025年9月24日, 10月1日, 8日, 15日, 22日, 11月5日, 11月12日(全 水曜日)14時～17時に実施。 実施場所：豊中商工会議所 4F大会議室 実施方法：リアル参加型 参加者数：11社11名 既存のECサイトにおいて売上や利益の伸び悩みを抱える事業者を対象に、講座を実施した。本講座では、AIによる高度なパーソナライズ、データセキュリティ・プライバシーへの配慮、会話型コマース、サステナビリティやESG対応など、近年のECを取り巻く多様化・高度化した環境を踏まえ、最新の仕組みを活用したEC運営ノウハウを提供した。また、国内ECにとどまらず越境ECも視野に入れた売上向上施策について解説し、PDCAサイクルの活用や販路拡大に向けた実践的な戦略構築を支援した。さらに、2日目以降は参加者同士の意見交換や情報共有を通じて交流を深め、実践的な学びを促進する内容として実施した。 ③プロ写真家から学ぶInstagramでファンを創る3日間 越境ECならではの売上がアップさせる撮影のコツまでみっちり学べる講座 実施日：2025年4月11日, 18日, 5月2日(全 金曜日)14時～17時に実施。 実施場所：豊中商工会議所4F大会議室 実施方法：リアル参加型 参加者数：12社12名 マイクロマーケティングやSNSの最新アルゴリズム、効果的な写真・動画撮影とスマホで出来る編集技術を学び、SNSを活用した新規顧客開拓のスキルを習得する実践的講座として実施。グループディスカッションを通じた意見交換も実施した。 ④「AI活用の実践セミナー」AIの実装+SNS集客 ChatGPTで全てが変わる3日間 実施日：2025年7月9日, 16日, 23日(全 水曜日)14時～17時に実施。 実施場所：豊中商工会議所4F大会議室 実施方法：リアル参加型 参加者数：30社33名 生成AI（ChatGPTをベースとしたAI）の基礎を学んだうえで、AI活用のメリットとデメリットを理解し、SNS投稿やブログ記事作成の効率化を図るとともに、効果的な情報発信手法の習得を目的とした講座として実施した。 また、AIに対する苦手意識の克服を図り、計画的な情報発信の実践力を身につける内容とした。あわせて、グループディスカッションを通じた意見交換も行い、理解の深化と実践的な学びの促進を図った。					

事業の概要

実施時期・具体的な内容及び事業手法	⑤あなたのホームページは生きていますか？"放置型サイト"から"働くサイト"への進化論「AI×ホームページ制作」 実施日：2025年8月27日，9月3日，10日(全 水曜日)14時～17時に実施。 実施場所：豊中商工会議所4F大会議室 実施方法：リアル参加型 参加者数：14社14名 生成AI（ChatGPTをベースとしたAI）の基礎を学んだうえで、ホームページ掲載用の文章生成手法および、AI活用時のメリット・デメリットについて理解を深める講座として実施した。あわせて、AI活用におけるセキュリティ対策（データ漏洩リスクへの理解等）についても学習した。また、ホームページ制作に必要なプロンプト設計を習得するとともに、画像生成においてはSORAおよびChatGPTの活用方法、さらにSORAを用いた動画作成手法についても学んだ。加えて、CanvaによるWebサイト制作とHTMLによるホームページ制作の違いを理解したうえで、CanvaとAIを組み合わせた効率的なホームページ制作手法を中心に学ぶ内容とした。あわせて、グループディスカッションを通じた意見交換も行い、理解の深化と実践的な学びの促進を図った。 ⑥検索される力 AI検索時代に選ばれる！AI検索×SEO戦略 実施日：2026年3月11日，18日，25日(全 水曜日)14時～16時に実施 実施場所：豊中商工会議所 第1・2会議室 合室 実施方法：リアル参加型 参加者数：17社17名 インターネットにおける検索は、これまでは主にGoogleの検索順位を意識したSEO（検索エンジン最適化）が中心でした。しかし、近年では生成AIによる回答（AI検索）が普及し、検索結果画面だけでユーザーが満足する「ゼロクリック検索」が増加。これにより、特定の情報サイトへの流入が2割～4割程度減少する可能性が指摘されており、従来の情報検索は大きな転換期を迎えていた。そこで、最新型Googleマスター講座として、Google Gemini等のLLMOを意識したAI検索対策を意識した内容として当講座を実施。あわせて、グループディスカッションを通じた意見交換も行い、理解の深化と実践的な学びの促進を図った。 ⑦EC/WEB/SNSブランディング/マーケティング戦略勉強会 実施日：2026年2月3日 14時～17時 実施場所：豊中商工会議所 3F 第1・2会議室 実施方法：リアル参加型 参加者数：8社8名 過去年度ネットショップ塾へ参加された事業者を対象に再度参集いただき、取り組みを進める中で新たに生じた課題のヒアリングを行った。そのうえで、当該課題の解決に向けて、担当講師およびネットショップ運営のノウハウを蓄積している先輩事業者からアドバイスを行う内容として実施した。また、勉強会のテーマにそぐわない課題を抱えている事業者に対しては、個別のフォローアップを実施し、それぞれの課題解決を支援した。									
	<事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載>									
	①府施策連携									
	②広域連携		豊中商工会議所が主幹となり各事業の企画・調整・広報・運営・事後フォローを担当し、共催として参画する団体は、参加者募集広報、終了後の個別相談支援等を分担・連携し推進。広域連携により、参加企業募集の範囲が拡大することから企業の多様な交流が広がり、当事業の活性化と企業間連携の意識が高まった。							
③市町村連携										
④相談相乗		104社中15社をカルテ化(カルテ化率14.4%)								
事業全体の実績／目標達成度	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	90.0	総支援企業数(実績)	104.0	支援実績率	115.6%	満足率	96.2%	
	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）	代表指標	見込み客の開拓及び、新規顧客増加による5%以上の売上向上した事業者数							
		数値目標	22 社	実績数値	9 社	目標達成度	40.9%			
	成果の代表事例	単年度において新規顧客増加による売上5%以上の成果達成はハードルが高い状況であったが、本件については、新規顧客獲得に向けた取り組みを積極的に開始した事例として取り上げる。本事業者に対しては、実践ネットショップ塾講師と連携し、E-E-A-Tの観点から自社サイトの改善支援を実施した。対象は、元CAが運営するハンドメイドジュエリー教室であり、アメプロやBASEを中心とした運用によりSEO効果が弱く、集客面で課題を抱えていた。そのため、AI検索（AIO）およびSEOの両面を踏まえたサイト再構築を支援し、ECサイトと教室サイトの分離、Instagramへの導線整理、競合調査、KPI管理の導入を実施した。あわせて、既存動画のYouTube活用についても指導し、戦略的なWeb運用基盤の整備に着手。その結果、AI検索において地域で推奨されるハンドメイドジュエリー教室として1位表示されるなど、一定の成果が現れ始めている。多くの事業者が部分的な対策にとどまる中、本事業者は体系的かつ継続的な取り組みを実施しており、これまで検索に弱かったサイトの改善が着実に進展した。今後は、新規顧客の開拓による売上向上が期待される事例である。								
	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)	単年度の事業において、Web・EC・SNSといった新たな取り組みのみで売上5%増を達成することは容易ではなく、一時的な施策による売上向上も継続性に欠ける可能性が高い。そのため、持続的な成長には継続的な施策の実行が不可欠である。今期の参加事業者の中には、この重要性を理解し、既に来期に向けた計画を策定している事業者も見受けられた。一方で、意欲の低下により従来の非効率な手法へ回帰する懸念もあることから、「自ら取り組むべき課題」を明確に認識し、早期に具体的な行動へと落とし込み、定着させることが重要である。 本事業の成果は単年度で評価するものではなく、今期に策定した計画を継続的に実行することで、次期以降の成果へとつながることが期待される。加えて、生成AIの普及により、ユーザーの検索行動は従来の検索エンジン中心からAIとの対話中心へと大きく変化している。ゼロクリック検索の増加や、「検索」と「AI回答」のハイブリッド化が進む中、ユーザーはAIによる回答を起点に行動する傾向が強まっている。こうした環境変化を踏まえ、本事業で対象とするWeb・EC・SNSの各領域においては、AI最適化（AIO）およびAI活用を前提とした戦略設計が不可欠である。来期においては、参加事業者の意欲を維持・向上させるための個別フォローアップ支援の一層の充実を図るとともに、生成AIを活用した効率化を意識した事業展開を推進していく。
------	--	--

【別紙】複数の事業目標を設定している場合は、別紙に事業目標毎の実績／達成度をご記入ください。

実績／達成度①	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	12.0	支援企業数(実績)	12.0	支援実績率	100.0%	満足率	91.7%
	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）	指標	顧客コミュニケーションツールの活用を開始した事業者数						
		数値目標	6	社	実績数値	9.0	社	目標達成度	150.0%
実績／達成度②	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)	10.0	支援企業数(実績)	11.0	支援実績率	110.0%	満足率	100.0%
	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）	指標	既存ECサイトの改善PDCAの取組みを開始した事業者数						
実績／達成度③		数値目標	3	社	実績数値	6.0	社	目標達成度	200.0%
	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)	15.0	支援企業数(実績)	12.0	支援実績率	80.0%	満足率	100.0%
実績／達成度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）	指標	SNSで高品質な写真を活用して新規顧客開拓に取り組むを開始した事業者数						
		数値目標	8	社	実績数値	8.0	社	目標達成度	100.0%
	その他目標値の実績	目標値（計画）			目標値（実績）			目標達成度	
実績／達成度⑤	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	15.0	支援企業数(実績)	30.0	支援実績率	200.0%	満足率	96.4%
	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）	指標	販路開拓を目的としてWebサイトの更新やSNSの活用を再開又は新たに活用を開始した事業者数						
		数値目標	8	社	実績数値	15.0	社	目標達成度	187.5%
実績／達成度⑥	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)	15.0	支援企業数(実績)	14.0	支援実績率	93.3%	満足率	100.0%
	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）	指標	レベルアップしたコンテンツによる情報発信を始めた事業者数						
実績／達成度⑦		数値目標	8	社	実績数値	7.0	社	目標達成度	87.5%
	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)	15.0	支援企業数(実績)	17.0	支援実績率	113.3%	満足率	94.1%
実績／達成度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）	指標	Goole検索対策に真剣に取り組むを開始した事業者数						
		数値目標	8	社	実績数値	11.0	社	目標達成度	137.5%
	その他目標値の実績	目標値（計画）			目標値（実績）			目標達成度	
実績／達成度⑨	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	8.0	支援企業数(実績)	8.0	支援実績率	100.0%	満足率	87.5%
	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）	指標	対前年比売上約3%以上アップした事業者数						
		数値目標	2	社	実績数値	1.0	社	目標達成度	50.0%
実績／達成度⑩	その他目標値の実績	目標値（計画）			目標値（実績）			目標達成度	

事業名		自社の魅力を引き出すセルフプロデュース力向上支援事業		事業番号		4	新規/継続	継続	
想定する実施期間		2019 年度～		年度まで		7	年 目	※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たいか) 企業ニーズ (内容・把握方法等)	豊中を中心とした豊能地域は里山・観光地・工業エリア・新旧商業エリア・良質な住宅地域等、非常に多種多様な性格を持つ地域であり、その特性から多種多様な事業が存在するが、東大阪市や堺市などのように地域を代表するような産業集積がない。それ故に地域としての発信力は弱く、そこからもたらされる経済的な波及効果に乏しい。また中小・小規模事業者においては、インボイス制度への対応や賃上げへの取組、度重なる物価高などからコスト面が厳しい中、一般消費者の消費活動はコロナ禍と比べて回復しているとは言い難い。このような状況下において、自社の事業を本当に必要としている顧客層にアピールできなければ、今後の売上増加、また事業の発展・成長は見込めない。よって、自社の強み・魅力を再発見・把握し、それを必要な層へ正確に届ける発信力を身に付け、事業の多様性をもって地域の発信力向上を図る事業としたい。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	経営理念や事業計画などの企業基盤が整っていない小規模事業者、および発信力に課題を持つ小規模事業者が対象。約80～100社程度を想定。							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	【人材交流型】 ①プラダンに書くPOP講習会 プラダンを使ってローコストでインパクトのあるPOP作りを学んだ。自社に合わせたPOP案を考え意見を出し合い、その場で作成したものを発表し合った。 ・実施日時：2025年11月26日 13時～17時 ・開催場所：豊中商工会議所4階大会議室 ・参加者数：4社5名 ・支援企業数（実績）3社 ②「コンテンツマーケティング」で売れる仕組みを作ろう！ コンテンツの種類や重要性和成功事例から活用のヒントを学んだ。ワークと意見交換で自社にとって最適なコンテンツマーケティング計画を持ち帰った。 ・実施日時：2025年12月3日 14時～17時 ・開催場所：豊中商工会議所3階第1・第2会議室 ・参加者数：5社5名 ・支援企業数（実績）5社 ③おもしろいビジネスを元気に！ 笑いのビジネスセミナー2025 大喜利の発想法からバズる新商品開発や新規事業創出のヒントと、落語の組み立て方から印象的なストーリー作成によるブランディング手法を学んだ。ワークで自社に落とし込んで実際にいくつかの新商品・新規事業・キャッチコピー・ネーミング・ストーリー案を作成した。 ・実施日時：2025年10月30日、11月6日 いずれも14時～17時 ・開催場所：豊中商工会議所4階大会議室 ・参加者数：12社13名 ・支援企業数（実績）10社 ④自社の魅力発信勉強会「今年こそ【熱狂的なファン】に囲まれて商売をしよう！」 雨の中のイベントで800人も集客したという愛知県の小さな写真屋を営む事業者の方に、どんな取り組みをしているのか発表してもらい、交流を図った。 ・実施日時：2026年1月16日 15時～17時 ・開催場所：豊中商工会議所3階第1・第2会議室 ・参加者数：8社8名 ・支援企業数（実績）8社 ⑤プレスリリース実践塾 プレスリリースについて事例とノウハウを伝え、ワークショップ形式で参加者相互交流のもと実践的に身に付けていく講座を実施した。 ・実施日時：2026年3月5日・12日・19日 いずれも14時～17時 ・開催場所：豊中商工会議所4階大会議室 ・参加者数：23社23名 ・支援企業数（実績）19社 【独自提案型】 ⑥B to c向けコラボイベント企画・実践塾 自社商品・サービスの強みをあらゆる角度から分析し、それを涙を流して喜んでくれるお客様像と、どのようにアプローチするかをワークや宿題を通して徹底的に考え抜いた。そしてそれを実践できるイベント内容を考え、受講者同士で協力し開催、最終日の報告会で次回への改善点を考えた。 ・実施日時：2025年9月30日、10月7日・21日、11月4日・18日、2026年2月10日 いずれも14時～17時 ・開催場所：豊中商工会議所3階第1・第2会議室 ・参加者数：6社6名 ・支援企業数（実績）6社 【ハンズオン型】 ⑦ ①～⑤の受講企業のうち、社内への浸透及び利活用のため個別に支援が必要とする企業、または個別でツール作成等を支援する必要がある企業に対し個別で支援を行った。 ・支援企業数（実績）7社							

		<事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載>							
		①府施策連携							
		②広域連携	豊中商工会議所が幹事として企画・運営全般を実施。池田商工会議所・箕面商工会議所は主に広報協力を実施。連携先からも数社の参加があり、個別支援も行い改善指導している。						
		③市町村連携							
		④相談相乗	人材育成型・人材交流型参加企業の12%をカルテ化。						
事業全体の実績／目標達成度	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	79.0	総支援企業数(実績)	58.0	支援実績率	73.4%	満足率	100.0%
	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）	代表指標	当事業への参加により自社や商品の強みを活かして販促ツールやコンテンツ等に何らかの改善・改良を行うつもりである、または行ったと回答した企業の割合						
		数値目標	70	%	実績数値	100	%	目標達成度	142.9%
	成果の代表事例	フォトスタジオの企業において、コラボイベント企画実践塾は決して受講生同士でのコラボが前提では無かったが、今回実施してみても講座内でお互いの強み・弱み・志や夢などを話し合ううちに絆が深まり、結果的にまずは受講生同士でコラボイベントを開催する運びになった。集客がうまくいかなかったものもあったが、お互いの特性を活かして苦手を補い合ったり、こういった利点をコラボ相手に提供できるか、また最終的に自身にもプラスになるかなどの目線でイベントの企画から準備・当日の動線・その後の目標達成に向けて考える良い機会となった。講座期間中に開催・参加したイベントとは別に、5月には講座がきっかけで企画された複数社コラボのマナーティイベントを文化芸術センターで開催予定である。							
	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）	事業者自身が自社のUSP（ウリ・強み）を把握できておらず、そのためターゲットやアピールポイントを考えるまでに至らないことが多い印象である。セミナーや勉強会で講師と話したり、参加者同士でワークに取り組むうちに軸が定まってくるパターンも多々あり、今後もブランディングとそれを活かした販促活動に関するセミナーやフォローアップに力を入れる必要があると感じた。また、ブランディング・販促ツール作成ともに定期的な見直しが必要であり、受講生同士の勉強会も引き続き行っていきたい。							

【別紙】複数の事業目標を設定している場合は、別紙に事業目標毎の実績／達成度をご記入ください。

実績／達成度①	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	15.0	支援企業数(実績)	3.0	支援実績率	20.0%	満足率	100.0%
	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）	指標	当セミナーへの参加により自社や商品の強み・ウリを伝える効果的なブランPOP作成について理解できたと回答した企業の割合						
		数値目標	80	%	実績数値	100.0	%	目標達成度	125.0%
	その他目標値の実績	目標値（計画）			目標値（実績）			目標達成度	
実績／達成度②	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	15.0	支援企業数(実績)	5.0	支援実績率	33.3%	満足率	100.0%
	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）	指標	当セミナーへの参加により自社や商品の強み・ウリを伝える効果的なコンテンツの選択や作成について理解できたと回答した企業の割合						
		数値目標	70	%	実績数値	100.0	%	目標達成度	142.9%
	その他目標値の実績	目標値（計画）			目標値（実績）			目標達成度	
実績／達成度③	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	15.0	支援企業数(実績)	10.0	支援実績率	66.7%	満足率	100.0%
	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）	指標	当講座への参加により自社の強み・ウリを活かした新商品や新規事業とそれを伝える効果的なキャッチコピー・ネーミング・ストーリーが思いついたと回答した企業の割合						
		数値目標	80	%	実績数値	100.0	%	目標達成度	125.0%
	その他目標値の実績	目標値（計画）			目標値（実績）			目標達成度	

実績／達成度④	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	8.0	支援企業数(実績)	8.0	支援実績率	100.0%	満足率	100.0%
	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）	指標	他の参加企業の取組やここで学んだことを参考に、自社販促ツールの改善や戦略再構築に取り組んだ企業の割合						
		数値目標	70	%	実績数値	100.0	%	目標達成度	142.9%
	その他目標値の実績	目標値(計画)			目標値(実績)			目標達成度	
実績／達成度⑤	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	15.0	支援企業数(実績)	19.0	支援実績率	126.7%	満足率	100.0%
	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）	指標	プレスリリースを作成し実際にリリースした企業の割合						
		数値目標	20	%	実績数値	21	%	目標達成度	105.0%
	その他目標値の実績	目標値(計画)			目標値(実績)			目標達成度	
実績／達成度⑥	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	6.0	支援企業数(実績)	6.0	支援実績率	100.0%	満足率	100.0%
	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）	指標	当講座への参加により、自社や商品の強み・ウリとそれを喜ぶお客様を見出し、それぞれに合った販促企画のイベントを実践した企業の割合						
		数値目標	80	%	実績数値	100.0	%	目標達成度	125.0%
	その他目標値の実績	目標値(計画)			目標値(実績)			目標達成度	
実績／達成度⑦	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	5.0	支援企業数(実績)	7.0	支援実績率	140.0%	満足率	100.0%
	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）	指標	学んだことを会社の取組として社内で実践もしくは、販促ツール作成に生かして改善・改良を行った企業の割合						
		数値目標	80	%	実績数値	100.0	%	目標達成度	125.0%
	その他目標値の実績	目標値(計画)			目標値(実績)			目標達成度	

豊中商工会議所

事業名		人材活用力向上事業			事業番号	5	新規/継続	継続	
想定する実施期間		2022年度～		年度まで	4	年目	※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) 企業ニーズ (内容・把握方法等)	◆事業の目的：労働力人口が減少する中、中小企業は新規採用においても中途採用においても大企業に比べて難しい状況にあり、今後一層人材確保が困難となることから、求人活動の見直しによる改善のほか、人材定着に向けた社内環境改善や法令順守の強化、多様な人材の活用等、事業者に適した支援を実施し、経営に資することを目的とする。 ◆企業ニーズ：「大阪労働市場ニュース令和6年12月号」によれば、有効求人倍率は1.21倍、また新規求人倍率も2.54倍と、求人ニーズは底堅く推移することが確認できる。また、建設業・運輸業ではいわゆる「2024年問題」により稼働率維持に向けた人員採用・定着が必要となることが見込まれる。そのほか、会員企業からの求人に関する相談を受ける機会の増加も裏付けとなっている。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	豊中市、箕面市、吹田市の合計約40,000の事業所のうち人材に関する悩みを持つ事業者を対象とする。							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	①求職者から選ばれる求人票へ！2DAYSステップアップ講座【人材交流型】 ・実施内容：求人市場の現状把握、効果的な求人票作成について、グループワークも踏まえ二日間の講義を実施。 ・実施日時：2025年7月15日・29日 各14時～16時 ・開催場所：豊中商工会議所 ・参加者数：16社17名 ・支援企業数（実績）16.5社（支援率103.1%、満足度100%） ②新卒・高卒・スポットワーク 徹底比較セミナー【人材育成型】 ・実施内容：中小企業・小規模事業者を対象とする新卒・高卒採用、スポットワーカー活用に向けた講義を実施。 ・実施日時：2025年12月11日 14時～16時、2月28日までオンデマンド配信 ・開催場所：豊中商工会議所 ・参加者数：7社7名 ・支援企業数（実績）7社（支援率35%、満足度85.7%） ③経営者が押さえるべき人事労務のトラブルポイント【人材育成型】 ・実施内容：カスタマーハラスメントその他人事労務トラブルの防止や発生後の対応について具体的に説明。 ・実施日時：2025年10月10日 14時～16時 ・開催場所：豊中商工会議所 ・参加者数：24社24名 ・支援企業数（実績）24社（支援率120%、満足度100%） ④人材定着・育成セミナー【人材育成型】 ・実施内容：中小企業・小規模事業者を対象とする新卒・高卒採用、スポットワーカー活用に向けた講義を実施。 ・実施日時：2025年6月18日 14時～16時 ・開催場所：豊中商工会議所 ・参加者数：12社13名 ・支援企業数（実績）12.5社（支援率62.5%、満足度75%） ＜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	それぞれのセミナーにおいて、大阪府担当課あるいは大阪産業局と連携して広報を実施し、セミナー当日は登壇または資料配布にて大阪府あるいは大阪産業局支援施策についてPRを実施した。						
		②広域連携	箕面商工会議所の発案で大阪産業局の協力も得て箕面・吹田・豊中の三商工会議所による合同広報を実施、開催時期の調整や開催スケジュールの作成等、相互に参加しやすいように広く周知した。						
③市町村連携									
	④相談相乗	カルテ化率10%							
事業全体の実績／目標達成度	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	76.0	総支援企業数(実績)	60.0	支援実績率	78.9%	満足率	91.7%
	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）	代表指標	ブラッシュアップした求人票を公開した企業数						
		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	豊中市内の小売業事業者について、ブラッシュアップした求人票を公開するとともに、本事業で実施した複数のセミナーに参加することで社内の労務管理体制の見直しについて前向きに考えるようになり、個別相談にて自社の給与制度の見直しに取りかかり完成させることができた。							
	その他目標値の実績	目標値（計画）				目標値（実績）			
目標達成度									
実施結果	課題及び次期以降への取組み (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)	開催するセミナーのテーマによって参加者数に大きな差が出ている点が大きな課題となっている。開催するセミナー数を絞って、広報期間を十分に確保するとともに、既存のルート以外も活用して広報に取り組む必要を感じている。							

【別紙】複数の事業目標を設定している場合は、別紙に事業目標毎の実績／達成度をご記入ください。

実績／達成度①	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	16.0	支援企業数(実績)	16.5	支援実績率	103.1%	満足率	100.0%
	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）	指標	ブラッシュアップした求人票を公開した企業数						
		数値目標	4 社	実績数値	5 社	目標達成度	125.0%		
	その他目標値の実績	目標値（計画）		目標値（実績）		目標達成度			
実績／達成度②	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	20.0	支援企業数(実績)	7.0	支援実績率	35.0%	満足率	85.7%
	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）	指標	多様な採用手法に取り組んだ企業数						
		数値目標	4 社	実績数値	1 社	目標達成度	25.0%		
	その他目標値の実績	目標値（計画）		目標値（実績）		目標達成度			
実績／達成度③	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	20.0	支援企業数(実績)	24.0	支援実績率	120.0%	満足率	100.0%
	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）	指標	カスタマーハラスメント対応に向けて取り組み始めた企業数						
		数値目標	3 社	実績数値	4 社	目標達成度	133.3%		
	その他目標値の実績	目標値（計画）		目標値（実績）		目標達成度			
実績／達成度④	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	20.0	支援企業数(実績)	12.5	支援実績率	62.5%	満足率	75.0%
	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）	指標	労務管理体制の見直しの必要性を実感した企業の割合						
		数値目標	75 %	実績数値	56.0 %	目標達成度	74.7%		
	その他目標値の実績	目標値（計画）		目標値（実績）		目標達成度			

豊中商工会議所

事業名		小規模事業者のためのスモールM&Aを活用した事業承継支援事業			事業番号	6	新規/継続	継続	
想定する実施期間		2018年度～		年度まで		8	年 目	※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) 企業ニーズ (内容・把握方法等)	事業承継に関する現状について、2023年度の中小企業白書に掲載されている(株)帝国データバンクの調査結果では、2000年に経営者の年齢層のピークが「50～54歳」となっており、2005年には「55～59歳」、2010年は「60～64歳」、2015年は「65～69歳」と経営者年齢の高齢化が進んでいるとされている。2022年は、経営者の多い年齢層は「70～74歳」が最も多いが、年齢層の割合が「60～64歳」「65～69歳」にも分散されていることから、団塊世代の引退が促され、年齢層が分散したとうかがえる。しかし、中小企業庁が公開している事業承継ガイドラインでも指摘されている通り、事業承継への準備としては60歳から行うことが望ましい。また、中小企業の事業承継においては、日本政策金融公庫総合研究所の調査結果から、後継者の確保が困難化していることを指摘しており、2023年度においてもその傾向は変わっていない。そこで、本事業では、事業拡大を目指す小規模事業者に対し、スモールM&Aを提案することでM&A全体の分母を増やし、後継者のいない小規模事業者と事業を拡大したい小規模事業者のマッチングを促すことを目的とする。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	M&Aにおいて、小規模事業者は、「自分には関係のない話」と選択肢から外している傾向が強いため、豊中市内の小規模事業者（およそ9000社）を中心に支援する。							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	①廃業を考える前に知っておきたい「稼ぐ力」を高める最新実践セミナー【人材育成型】 ・実施内容：前半1時間と後半1時間に分け、前半では、事業承継に関する最近の動向と事業承継をうまく成功させるためのポイントを大阪府事業承継・引継ぎ支援センターのご担当者から講演いただいた。後半では、別の講師にバトンタッチし、事業承継できる企業にするための売上改善方法として、AIを活用した業務改善を提案した。 ・実施日時：2026年2月27日 14時～16時 ・開催場所：豊中商工会議所 ・参加者数：5社5名 ・支援企業数（実績）4社（支援率31.3%、満足率100%） ②商店街振興組合を対象として、事業承継計画策定に向けたハンズオン型の支援を行った。 ・支援企業数（実績）1社（支援率100%、満足率100%）							
		<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	大阪府事業承継・引継ぎ支援センターと連携の上、事業承継に関する基礎知識を参加者に伝授。事例紹介など具体例を用い、事業承継について解説したため、高い満足度を得られた。						
		②広域連携	箕面商工会議所にも広報の協力をしてもらい、豊中市外の事業者に対しても周知を行った。						
③市町村連携									
	④相談相乗	大阪府事業承継・引継ぎ支援センターによる相談窓口を設置。セミナーを通じて、事業承継に関して相談できる場所があることを周知。相談員への事業承継に関する相談が微増した。 カルテ化率 40%							
事業全体の実績／目標達成度	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	16.0	総支援企業数(実績)	5.0	支援実績率	31.3%	満足率	100.0%
	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)	代表指標	M&Aに対する意欲が高まったと回答した企業の割合						
		数値目標	80	%	実績数値	100	%	目標達成度	125.0%
	成果の代表事例	豊中商工会議所の近辺にある岡町・桜塚商店街にて、商店街が主体となっており、商店街の構成店舗に対し、事業承継を周知し、創業希望者とのマッチングを図る取組みがなされた。大阪府事業承継・引継ぎ支援センター・日本政策金融公庫十三支店と協力し、商店街の組合員への事業承継をテーマにした勉強会を開催。事業承継に関する包括的なサポート体制があること、後継者不在の事業者に対するマッチング支援があることを周知した。							
	その他目標値の実績	目標値（計画）				目標値（実績）			目標達成度
実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	事業承継をテーマとしたセミナーの開催について、申込数が少ない。事業承継について、相談の裾野を広げるため、地道に集客を行っているが、参加ハードルが高い様子。次期では、近辺の商店街などにもお声掛けを行い、セミナーの集客を行うとともに、公的機関による事業承継支援が手厚くされていることを周知していく。							

【別紙】複数の事業目標を設定している場合は、別紙に事業目標毎の実績／達成度をご記入ください。

実績／達成度①	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	15.0	支援企業数(実績)	4.0	支援実績率	26.7%	満足率	100.0%
	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）	指標	M&Aに対する意欲が高まったと回答した企業の割合						
		数値目標	80	%	実績数値	100.0	%	目標達成度	125.0%
	その他目標値の実績	目標値（計画）			目標値（実績）			目標達成度	
実績／達成度②	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	1.0	支援企業数(実績)	1.0	支援実績率	100.0%	満足率	100.0%
	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）	指標	M&Aを機に事業計画または事業承継計画に着手した企業数						
		数値目標	1	社	実績数値	1.0	社	目標達成度	100.0%
	その他目標値の実績	目標値（計画）			目標値（実績）			目標達成度	

事業名		EXPO2025をインバウンドに繋げる事業		事業番号	7	新規/継続	継続
想定する実施期間		2023年度～	2025年度まで	3	年目	※複数年度段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか) 企業ニーズ (内容・把握方法等)	2025年4月から10月に開催される大阪・関西万博（EXPO2025）では、2,820万人の想定来場者数、約2兆円の経済波及効果が試算されている。また、一般財団法人アジア太平洋研究所（APIR）が2024年1月に発表したレポート（4度目の試算）によると、リピーター増などを考慮した拡張ケースで3兆3,667億円の経済波及効果が見込まれるとされている。一大イベントとなる万博（EXPO2025）を契機として、拡大しているインバウンドを豊能地域にも波及させることで、地域の中小企業がビジネスチャンスを創出できるようにしていく。 豊能地域は大阪市の北部に隣接し、また大阪空港、新名神を含む高速道路、大阪メトロの箕面延伸による交通インフラも近年充実してきたことから、大阪・関西万博を契機とした誘客・波及効果への地元企業の関心は高くなっている。また、当所ではインバウンド支援事業を2011年度より実施。その中で実施しているモニターツアー・ハンズオンツアーでの支援企業約110社に対するアンケート結果では、訪日観光客向けビジネスに取り組むことに対して前向きで、集客方法（プロモーション）・対応方法（おもてなし）への関心が高く示されている。					
	支援する対象 (業種・事業所数等)	主として飲食、小売、サービス業を中心に、ものづくり、医療などの業種も含めた豊能地域の約500社を対象とする。					
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	【人材交流型】 ①「インバウンド向け情報発信のポイント勉強会&ワークショップ」 インバウンドの実践にあたり、「どのような内容や、言葉を使うとインバウンドの方に伝わるか」をクリアにしていくことをテーマに、インバウンド向け情報発信のポイントを学ぶ勉強会・ワークショップを開催した。 ・実施時期：2025年10月2日（木）14時00分～16時00分 ・場所：豊中商工会議所 ・参加者数：12社、12名 ・支援企業数（実績）12社 【人材交流型】 ②「外国人から学ぶ 誘客（インバウンド）実践交流会」 外国人材を活用したインバウンド向けの商品開発、外国人目線での誘客プロモーション、おもてなし等について、海外と日本の実情に精通した大阪在住の外国人にリアルな意見・アドバイスを聞ける交流会を開催した。 ・実施時期：2025年9月12日（金）14時00分～16時00分 ・場所：信用保証ビル 3F 多目的オフィス（千里中央） ・参加者数：11社、11名 ・支援企業数（実績）10社 【ハンズオン型】 ③インバウンド×サービス（おもてなし）×集客（プロモーション）による現地訪問支援「アフター万博に繋げるハンズオンツアー」 アメリカ人ツアーガイド事業者をサポートに迎え、外国人目線で店頭対応・商品・サービス強化のほか、集客（プロモーション）の展開などをトータル的にアドバイスし、アフター万博に繋げるインバウンド対策として支援した。 ・実施時期：2026年①2月19日(木)、②2月20日(金)、③2月21日(土) ・場所：豊中市、池田市、箕面市、能勢町、豊能町の参加事業所 ・参加者数：8社、8名 ・支援企業数（実績）8社					
		<事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載>					
		①府施策連携	9月30日までは万博協会の観光ポータルサイト「Expo 2025 Official Experiential Travel Guides」を紹介、その後は大阪府の戦略「Beyond EXPO 2025」でインバウンド参入の後押しをした。				
②広域連携	企画立案運営等の主管業務は豊中が担当。広報・募集の業務は池田・箕面・能勢・豊能と分担。広域実施により豊中以外のエリアの企業にも広く周知することができ参加に繋げることが出来た。						
③市町村連携							
④相談相乗	支援企業23社のうち10社をカルテ化（43.4%）した。						

事業 全体 の実績 ／ 目標 達成 度	計画に対する 実績（数値）	総支援企業 数(計画)	36.0	総支援企業 数(実績)	30.0	支援 実績率	83.3%	満足率	100.0%	
	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）	代表指標	大阪・関西万博を契機にインバウンド対策を行う企業数							
		数値目標	24	社	実績数値	23	社	目標達成度	95.8%	
	成果の代表事例	背景を自由に選べるセルフ写真館を運営されている企業においては、人材交流型のワークショップとハンズオン型のハンズオンツアーに参加され、インバウンド向けのサービス提供に新たな活路を見出された。外国人モニターからは、写真合成という体験そのものが、国籍を問わず直感的に「楽しい」と感じてもらえるコンテンツであることを評価され、複雑な説明よりも「一緒に画面を見て楽しむ」というプロセスが、外国人観光客との強いコネクションを生むことを確信された。								
	その他目標値の実績	目標値 （計画）			目標値 （実績）			目標達成度		
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 うにフォローするのか）	概ね目標としていた満足率・指標達成度を得ることができ、各事業で提供した内容も参加者から高評価であったように思われる。実施時期については全事業を万博開催期間中に予定していたが、ハンズオンのみアフター万博としての開催になった。ただ万博終了後もその余韻が残る中で、事業者のインバウンドへの熱量は落ちることなく、どの事業ともモチベーションの高い事業者に参加いただくことができた。（当事業は今期で終了となるが、引き続き大阪IR等によるインバウンド需要に向けた支援は継続していきたい。）								

【別紙】複数の事業目標を設定している場合は、別紙に事業目標毎の実績／達成度をご記入ください。

実績 ／ 達成 度 ①	計画に対する 実績（数値）	支援企業 数(計画)	15.0	支援企業 数(実績)	12.0	支援 実績率	80.0%	満足率	100.0%
	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）	指標	大阪・関西万博を契機にインバウンド対策を行う企業数						
		数値目標	10 社	実績数値	10.0 社	目標達成度	100.0%		
	その他目標値の実績	目標値 （計画）			目標値 （実績）			目標達成度	
実績 ／ 達成 度 ②	計画に対する 実績（数値）	支援企業 数(計画)	15.0	支援企業 数(実績)	10.0	支援 実績率	66.7%	満足率	100.0%
	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）	指標	大阪・関西万博を契機にインバウンド対策を行う企業数						
		数値目標	10 社	実績数値	8.0 社	目標達成度	80.0%		
	その他目標値の実績	目標値 （計画）			目標値 （実績）			目標達成度	
実績 ／ 達成 度 ②	計画に対する 実績（数値）	支援企業 数(計画)	6.0	支援企業 数(実績)	8.0	支援 実績率	133.3%	満足率	100.0%
	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）	指標	大阪・関西万博を契機にインバウンド対策を行う企業数						
		数値目標	4 社	実績数値	5.0 社	目標達成度	125.0%		
	その他目標値の実績	目標値 （計画）			目標値 （実績）			目標達成度	

豊中商工会議所

事業名		空の匠（たくみ）賞レース～空港バイヤーズチョイス～		事業番号	8	新規/継続	新規			
想定する実施期間		2025年度～		年度まで		1	年 目	※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） 企業ニーズ （内容・把握方法等）	観光・ビジネスや地域住民等が多く訪れる大阪国際空港は、その約半分が豊中市・池田市に所在しており、豊能地域の地域資源とも言える。地域の小規模事業者・中小事業者と大阪国際空港を中心とするバイヤーと接点を持てる機会をつくり、販路開拓や商品ブラッシュアップ、BtoCからBtoBへの進出等の新事業展開のきっかけとし、地域活性化に活かすことを目的とする。 企業ニーズとして、平成19年度～平成28年度にかけて公募された「おおさか地域創造ファンド」や平成30年度・平成31年度に公募された「おおさか地域産業資源活用サポート事業」には安定した応募があり、新たな取り組みの積極的な企業が多いことが確認できている。また、万博開催と合わせた販売機会の強化に向けて実施した商品コンテストでは令和5年は38社50商品、令和6年も27社32商品と、新たな販路開拓に向けたニーズが底堅いことが確認できている。								
	支援する対象 （業種・事業所数等）	豊能地域で飲食料品を製造・販売する中小企業及び豊能地域の農林水産物を使って飲食料品を製造・販売する大阪府内の中小企業が対象。								
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	①公募説明会【人材育成型】 公募説明会に際し、制度の趣旨や応募方法等について説明する動画を作成し、公募期間である9月1日～10月31日まで、申込制でオンライン配信を行った。 ◆実施時期 2025年9月1日～10月31日 ◆実施方法 オンライン・オンデマンド配信 ◆支援企業数（実績） 4名 ②商品・製品プランコンテスト参加支援【販路開拓型】 コンテストへのエントリーを支援するとともにエントリーシート完成に向けた支援を行った。 ◆実施時期 2025年9月1日～10月31日の期間に随時 ◆実施方法 対面およびオンライン ◆支援企業数（実績） 15社 ④表彰対象者の伴走型支援【ハンズオン型】 表彰対象となった2社に対し、ハンズオン型支援を実施した。 ◆実施方法 対面およびオンライン ◆支援企業数（実績） 2社 ＜事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載＞ ①府施策連携 ②広域連携 各種事業の告知・募集にあたっては、広域連携の各商工会・商工会議所と連携して会報での告知や各指導員からの個別勧誘による協力を受けた。 ③市町村連携 ④相談相乗 カルテ化率26.3%								
	事業全体の実績／目標達成度	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	53.0	総支援企業数(実績)	21.0	支援実績率	39.6%	満足率	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）	代表指標	表彰を受け新たな販路開拓に取り組み始めた企業数						
		数値目標	3社	実績数値	2社	目標達成度	66.7%			
	成果の代表事例	食料品製造事業者が独自のアイデアにより開発した商品で応募、表彰に至った。また、試食審査では空港スタッフから好評やフィードバックのアイデアをもらったほか、ネットショップと小売店（来年度開店予定）の潜在顧客獲得につながった。また表彰後の地域ローカルメディアでの取材により、販路開拓や認知度向上に向けて積極的に取り組み成果を残すことができた。								
	その他目標値の実績	目標値（計画）		目標値（実績）		目標達成度				
実施結果	課題及び次期以降への取組み （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）	周知期間は十分に設け、個別の声かけも実施したが想定を遥かに下回る応募者数となった。令和5年度に実施した「空ー1グランプリ」、昨年度の「空の匠賞レース」、そして今年度と応募者は右肩下がりが続いており、初年度に掘り起こした意欲のある事業者が再エントリーするほどの魅力を感じていただけなかったものと思われる。								

【別紙】複数の事業目標を設定している場合は、別紙に事業目標毎の実績／達成度をご記入ください。

実績／達成度①	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	20.0	支援企業数(実績)	4.0	支援実績率	20.0%	満足率	75.0%
	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）	指標	コンテストへの応募や卸売への参入等新たな取組を希望する企業数						
		数値目標	10	社	実績数値	3.0	社	目標達成度	30.0%
	その他目標値の実績	目標値(計画)			目標値(実績)			目標達成度	
実績／達成度②	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	30.0	支援企業数(実績)	15.0	支援実績率	50.0%	満足率	92.3%
	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）	指標	実際にエントリーシートを完成させて応募完了した企業数						
		数値目標	20	社	実績数値	15.0	社	目標達成度	75.0%
	その他目標値の実績	目標値(計画)			目標値(実績)			目標達成度	
実績／達成度②	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	3.0	支援企業数(実績)	2.0	支援実績率	66.7%	満足率	100.0%
	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）	指標	表彰を受け新たな販路開拓に取り組み始めた企業数						
		数値目標	3	社	実績数値	2.0	社	目標達成度	66.7%
	その他目標値の実績	目標値(計画)			目標値(実績)			目標達成度	

5-2. 地域活性化事業 事業調書（実績）

豊中商工会議所

事業名		戦略的値上げ事業				事業番号	9	新規/継続	新規
想定する実施期間		2025年度～		2025年度まで		1年目	※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) 企業ニーズ (内容・把握方法等)	ロシア・ウクライナ情勢、円安等による物価上昇に伴って中小企業の仕入・調達価格も上昇している。また最低賃金の上昇、賃上げ機運も重なり、中小企業の経営者にとって非常に厳しい状況が続いている。今後も事業を持続させ、雇用を継続するためには、商品・サービスの値上げや取引先との積極的な価格交渉は不可欠ではあるが、公正取引委員会の令和5年度の調査によるコスト別の転嫁率は原材料価格の80%に対し、労務費は30%となっており、完全な価格転嫁ができていない事業者が多い。 中小事業者へ向けて、値上げの時期、伝え方、順番、幅等について解説し適切な価格転嫁を促すこと、下請け取引適正化を推進すること等により、労務費に対する価格転嫁も適切に実施し、収益力の強化と人材確保につなげることを目的とする。また価格転嫁をただの「コスト増対応策」に終わらせず、自社商品の強みを把握し、競合との差別化を図る為の改良を図り、顧客からの「価値」を高める「攻めの経営」を促すことも目的とする。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	原材料費や人件費の高騰の影響を受けているが価格転嫁できていない、価格転嫁を行ったが利益が改善されていない豊能地域の中小事業者（製造・建設・飲食・小売・サービス業等）の内、35社程度を支援対象とする。							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	【人材育成型】 ①「ピンチを利益倍増のチャンスへ！値上げ・価格交渉の進め方セミナー」 製造・建設事業者向けに値上げや価格交渉、下請法等について解説を行った。 ・実施日時：2025年11月21日 14時～16時 ・開催場所：豊中商工会議所4階大会議室 ・参加者数：10社、11名 ・支援企業数（実績）9.5社 【人材交流型】 ②「値上げ！顧客が離れない手順を知ろう ～クチコミ・リピートが増える値上げとは？～」 小売・飲食・サービス事業者向けに商品・サービスの値上げについて解説。また参加者同士で自社商品・サービスの値上げに関するディスカッションを行った。 ・実施日時：2025年9月5日 14時～16時 ・開催場所：豊中商工会議所3階会議室 ・参加者数：10社、10名 ・支援企業数（実績）9社							
		<事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載>							
		①府施策連携	メルマガ等によるセミナー集客の協力。11/21のセミナーには府の担当者が参加された。						
②広域連携	企画立案運営等の主管業務は豊中が担当、広報・募集・運営補助・フォロー等の業務は箕面と分担。広域実施により参加企業の拡大と連携の可能性向上を目指した。								
③市町村連携									
④相談相乗	人材育成型・人材交流型参加企業の11%をカルテ化。								
事業全体の実績／目標達成度	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	35.0	総支援企業数(実績)	18.5	支援実績率	52.9%	満足率	100.0%
	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)	代表指標	講座のアンケートにて、価格転嫁に取り組む、取り組むことを検討すると回答した企業の割合						
		数値目標	80	%	実績数値	88.9	%	目標達成度	111.1%
	成果の代表事例	オンライン講座を実施されている事業者が「値上げ！顧客が離れない手順を知ろう」を受講。その後講師と値上げに関する個別相談をなされ、松竹梅の法則に基づき上位プランを設定。また新サービス（高付加価値プラン）を設定することで、実質的なサービスの値上げを実行された。							
	その他目標値の実績	目標値（計画）				目標値（実績）			
目標達成度									
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)	支援実績率が低かった為、セミナー等を開催する時期を工夫したり、下請法の法改正について解説する等し、集客につなげたい。							

【別紙】複数の事業目標を設定している場合は、別紙に事業目標毎の実績／達成度をご記入ください。

実績／達成度①	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	20.0	支援企業数(実績)	9.5	支援実績率	47.5%	満足率	100.0%
	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）	指標	セミナーのアンケートにて、価格転嫁に取り組む、取り組むことを検討すると回答した企業の割合						
		数値目標	80	%	実績数値	88.9	%	目標達成度	111.1%
	その他目標値の実績	目標値（計画）			目標値（実績）			目標達成度	
実績／達成度②	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	15.0	支援企業数(実績)	9.0	支援実績率	60.0%	満足率	100.0%
	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）	指標	講座のアンケートにて、価格転嫁に取り組む、取り組むことを検討すると回答した企業の割合						
		数値目標	80	%	実績数値	88.9	%	目標達成度	111.1%
	その他目標値の実績	目標値（計画）			目標値（実績）			目標達成度	

5-2. 地域活性化事業 事業調書（実績）

豊中商工会議所

事業名		企業の経営力アップを目的とする人間力向上支援事業			事業番号	IO	新規/継続	新規		
想定する実施期間		2025年度～		年度まで	1年目	※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) 企業ニーズ (内容・把握方法等)	DX等による省力化やAIの進化および慢性的な人手不足等により、中小・小規模事業者の持続的発展に必要な要素が大きく変わろうとしている。経営者を含めた同企業を構成する人材を、スキルの向上以上に人間としての総合力を底上げしていくことで、人材一人一人の付加価値を高めていくことが経営力の向上に繋がる時代となりつつある。そこで、内閣府が2003年に提唱した「人間力」をベースに当事業を構築する。内閣府の「人間力戦略研究会報告書」によれば、人間力とは「社会を構成し運営するとともに、自立した一人の人間として力強く生きていくための総合的な力」のことであり、知的能力や社会・対人関係力、自己制御力などからなるものである。本事業では、中小・小規模事業者に身近なトピックを題材に、人間力のそれぞれの構成要素の習得・開発に向けてアプローチすることで、事業者や従業員の方々が直面する諸課題に対処できる本質的な力を身につけられる事業にするとともに、当該企業の持続的発展・経営力向上に寄与することを目的とする。								
	支援する対象 (業種・事業所数等)	人材の付加価値向上を目指す豊中市や箕面市などの豊能地域の事業所の中で、特に、小売業やサービス業等、30社程度を対象とする。								
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	【人材交流型】 ①「経営のリアルとその先へー 鯖や20年の軌跡から学ぶビジネスの本質」 1日目は、講師が「20年間の経営で学んだこと」をテーマにお話を行い、資金調達・ブランディング・PR・広報・新事業創造・人事(採用・育成)をテーマとした全体のディスカッションを行った。 2日目は、宿題に基づいた自社のSTP分析のディスカッションを行い、その後、講師が選んだ4名の方が前で発表を行い、講師が分析・講評を行った。また、講師のこれまでの事業と新事業について、講師自身もSTP分析を行い、発表を行った。 ・実施日時：2025年12月18日(木)、2026年1月22日(木) 14時～17時 ・開催場所：豊中商工会議所4階大会議室(2025年12月18日(木)) 豊中商工会議所3階第1・2会議室(2026年1月22日(木)) ・参加者数：20社、22名 ・支援企業数(実績)：20社 【人材育成型】 ②「事業承継士から学ぶ！強い後継者・幹部を育てる、失敗しない承継の進め方セミナー」 冒頭で中小企業強化税制の拡充・延長についての説明を行い、1日目は「これからの強い後継経営者・経営幹部の育て方と心得」について、2日目は「これからの事業承継の進め方」について解説した。 ・実施日時：2025年10月16日(木)、10月23日(木) 14時～16時 ・開催場所：豊中商工会議所4階大会議室 ・参加者数：14社、16名 ・支援企業数(実績)：10.5社 ----- <事業手法(①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果)の具体的な連携・効果を記載> ①府施策連携 ②広域連携 ③市町村連携 ④相談相乗								
事業全体の実績／目標達成度	計画に対する実績(数値)	総支援企業数(計画)	30.0	総支援企業数(実績)	30.5	支援実績率	101.7%	満足率	100.0%	
	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)	代表指標	対人関係におけるコミュニケーション能力が向上したかをアンケートにより把握し、実際の対応に生かすと回答した企業数の割合。							
		数値目標	80	%	実績数値	100	%	目標達成度	125.0%	
	成果の代表事例	研修講師業を行われている事業者が「経営のリアルとその先へー鯖や20年の軌跡から学ぶビジネスの本質」を受講。STP分析により、自社のポジションについて見つめ直し、講師からのアドバイスやグループワークによる受講者同士でのアドバイスを行い合う時間を設けることで、対人関係におけるコミュニケーション能力が向上するとともに、自社のばやけていた部分が明確になり、今後の自社の経営のポジショニングが定まった。								
その他目標値の実績	目標値(計画)				目標値(実績)					
実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	課題として、①の事業では、STP分析を行ったが、個別の質問に対して回答していると、徐々に全体の方向性(ゴール)からそれていってしまうように感じられた。②の事業では、税制等への関心はあれど、特に事業承継については難易度が高く、直近の課題ではないため、身近なものとして認識されていないことなどが支援実績率が低い原因であると考えている。 また、①に関しては「応援される人になること」を、②に関しては事業承継を通じて強い後継経営者・経営幹部の育て方を軸とした講義を行い、人間力の向上を目指したが、受講者のほとんどが目の前の課題に対処することに精一杯になっているように見受けられた点も課題となる。 本事業は次年度では継続して行わず、いったん終了とするが、本事業に関する相談があった際は、個別対応を実施する。								

【別紙】複数の事業目標を設定している場合は、別紙に事業目標毎の実績／達成度をご記入ください。

実績／達成度①	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	15.0	支援企業数(実績)	20.0	支援実績率	133.3%	満足率	100.0%
	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）	指標	対人関係におけるコミュニケーション能力が向上したかをアンケートにより把握し、実際の対応に生かすと回答した企業数の割合。						
		数値目標	80	%	実績数値	100.0	%	目標達成度	125.0%
	その他目標値の実績	目標値（計画）			目標値（実績）			目標達成度	
実績／達成度②	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	15.0	支援企業数(実績)	10.5	支援実績率	70.0%	満足率	100.0%
	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）	指標	多方面から物事を理解し、判断できるようになったかをアンケートにより把握し、制度の本質を理解した企業数の割合。						
		数値目標	75	%	実績数値	100.0	%	目標達成度	133.3%
	その他目標値の実績	目標値（計画）			目標値（実績）			目標達成度	