

令和7年度（2025年度）

実績報告書

Ⅰ. 申請者の概要

団体名	守口門真商工会議所
代表者職・氏名	会頭 高橋 潤
所在地	〒571-0045
	大阪府門真市殿島町6番4号
設立年月日	昭和45年4月
職員数	18
うち経営指導員数	14
所管地域	守口市・門真市
管内事業所数	守口市・門真市 合計11,009件（令和3年 経済センサス）
うち小規模事業者数	守口市・門真市 合計7,605件（令和3年 経済センサス）
会員数	3,016（令和8年4月1日現在）
組織率	27.4%
担当者職・氏名	商工振興部 中小企業相談所 所長 赤堀 彰則
連絡先電話番号	06-6909-3303
連絡先メールアドレス	akahori@mk-cci.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又は刊行を行うこと
- (5)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こと
- (6)輸出品の原産地証明を行なうこと
- (7)商工業に関する施設を設置し、維持し、又は運用すること
- (8)商工業に関する講習会又は講演会を実施すること
- (9)商工業に関する技術及び技能の普及又は検定を行なうこと
- (10)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なうこと
- (11)商事取引に関する仲介又はあっせんを行なうこと
- (12)商事取引の紛争に関するあっせん、調停又は仲裁を行なうこと
- (13)商工業に関して、相談に応じ、又は指導を行なうこと
- (14)商工業に関して、商工業者の信用調査を行なうこと
- (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なうこと
- (17)行政庁から委託を受けた事務を行なうこと
- (18)商工業に関する図書を収集し、一般の閲覧に供すること
- (19)前各号に掲げるもののほか、本商工会議所の目的を達成するために必要な事業を行なうこと

(1) 所管地域の産業経済の現状と課題

所管地域の守口市・門真市は、それぞれ大手電機メーカーや食品メーカー、百貨店の本社があるものの、小規模事業者が7,605事業所（経済センサス）と、全事業者数の69%を占める中小企業の多い地域である。

商業分野では、インターネット販売による消費生活スタイルの変化に加え、大型商業施設が地域住民の多くを集客する中で、中小小売店は大きな影響を受け、売上減少や廃業が増加している。また、経営者の高齢化や後継者不足が商業全体の活力低下を招いており、支援策や次世代の経営者育成が急務といえる。

工業分野では、大手電機メーカーの動向に依存する構造が課題であり、取引依存度の低下に伴い、小規模事業者は新たな顧客や市場を開拓する必要性に迫られている。積極的に展示会や地域外企業との連携を進める事業所もあるが、成功例を広め、リーダー企業を育てて地域全体を活性化させる仕組みの構築が重要である。

共通する課題として、人材の確保と定着、後継者不足による廃業問題が挙げられる。これらの課題への対応として、経営相談事業と地域活性化事業を軸として、事業者目線に立った伴走型支援を意識しながら、行政と連携した取り組みを行っていく。

(2) 所管地域の活性化の方向性（事業の目標）

地域の活性化には、事業所が新たな市場開拓を行い、生産性を向上させるための支援が不可欠である。そのため、金融支援や行政の施策を効果的に活用できる事業計画策定のサポートを推進するとともに、法律、税務、労務、事業承継、人材育成といった多岐にわたる課題に対処するため、経営指導員と専門家が連携し、個別の課題解決に取り組む体制を整備していく。一方で、創業支援を積極的に実施し、セミナーだけでなく経営者と創業者の交流会も交えて、管内での創業促進を図るとともに、自治体の特定創業支援事業と連携していく。

また、商業・工業問わず、地域経済を循環させるため、地域活性化事業を実施する。商業では、EC（電子商取引）を通じた販路拡大を支援しながら、BtoC向けの認定事業を新たに設け、守口門真ブランドとして中長期的に育成していくことに努める。

工業では、企業の技術力やノウハウを広く発信するため、ものづくり元気企業を核として個社支援と事業承継を推進する。総合展示会への出展を通して、新たな地域間取引の創出を図り、地域経済の発展に寄与することに努め、これらの取り組みによって守口市・門真市地域が持続的に成長し、地域の活力を高めることを目指す。

(3) 事業を実施した効果

上昇し続ける物価とエネルギー価格、賃上げと人手不足など、中小企業を取り巻く経済環境は極めて厳しい状況にある。これに伴い、事業者からは資金繰りや税制改正等の税務支援に関する相談が増えた。当会議所では、これらに対し迅速なハンズオン支援を実施し、財務健全化と販路開拓の両面から支援を展開した。創業支援においても、セミナーと交流会の相乗効果により管内での創業意欲が促進され、特定創業支援証明取得の向上を実現した。

商業分野においては、守口門真ブランドとしての認定事業を創設し、BtoC市場における中長期的な育成基盤を構築するとともにEC活用による販路拡大と併せ、商業の活性化に努めた。

工業分野では、ものづくり元気企業を核とした個社支援と事業承継を推し進め、総合展示会への出展を通じて広域的な地域間取引を創出した。

(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

エネルギー価格の高騰や人手不足の深刻化により、地域経済は依然として厳しい局面に立たされている。持続的な成長には、適切な価格転嫁の推進に加え、AI等の先端技術活用による生産性向上や、それに基づく賃上げ・設備投資の循環を創出することが不可欠である。しかし、現状では事業所間のITリテラシーや情報格差が拡大しており、特に商業分野でのSNS活用格差や、工業分野における設備の老朽化・下請構造からの脱却遅延など、構造的課題への対応が急務となっている。次年度も巡回活動によるニーズ把握を基軸とした伴走型支援をさらに実施していく。物価高騰対策や事業承継、賃上げ等の喫緊の課題に対し、国や関係機関の施策を機動的に活用し、経営基盤の強化を推進する。

商業分野では、「守口門真ブランド」としての中長期的な育成・定着を図り、EC活用支援と並行して付加価値向上に努める。工業分野では、「ものづくり元気企業」を核とした個社支援を強化し、独自技術の情報発信や展示会出展を通じた広域的な地域間取引の創出に注力する。これらの施策を統合的に展開し、地域経済の活性化と持続可能な産業構造の構築に繋げる。

守口門真商工会議所

前年度支援企業数		330 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	340	328	342	100.6%
2	支援機関等へのつなぎ	支援数	5	8	7	140.0%
3	金融支援（紹介型）	支援数	30	27	24	80.0%
4	金融支援（経営指導型）	支援数	30	36	38	126.7%
5	マル経融資等の返済条件緩和支援	事業所	0	0	0	-
6	資金繰り計画作成支援	事業所	5	4	4	80.0%
7	記帳支援	事業所	90	95	115	127.8%
8	労務支援	支援数	3	5	4	133.3%
9	人材育成計画作成支援	事業所	2	0	0	0.0%
10	マーケティング力向上支援	事業所	3	9	9	300.0%
11	販路開拓支援	支援数	20	26	26	130.0%
12	事業計画作成支援	支援数	100	118	116	116.0%
13	創業支援	事業所	25	18	18	72.0%
14	事業継続計画（BCP）作成支援	事業所	10	15	14	140.0%
15	コスト削減計画作成支援	事業所	0	0	0	-
16	財務分析支援	事業所	10	1	1	10.0%
17	5S支援	事業所	0	0	0	-
18	IT化支援	事業所	5	0	0	0.0%
19	債権保全計画作成支援	事業所	0	0	0	-
20	事業承継支援	事業所	5	4	4	80.0%
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	90	5	32	35.6%
23	結果報告	事業所	340	328	362	106.5%

商業と工業のブランド化事業を推進するため、個社・個店支援を実施することにより、各種施策の活用に必要な事業計画書の作成を支援する。また、税制改革に伴う記帳支援や創業支援を積極的に実施し、支援企業数は340事業所を想定する。

商工業者および創業者の課題解決に向けて支援機関（もりかど産業支援機関ネットワーク、門真市中小企業サポートセンター、MOBIO等）や専門家（中小企業診断士・社会保険労務士等）の活用をすすめる。

支援のポイント・成果

経営相談支援事業において、各事業所の多様な課題に対し包括的な支援を実施した。創業支援では、創業塾受講者への継続支援に加え、特定創業支援等事業に基づく事業計画策定のハンズオン支援を行い、円滑な起業を後押しした。税務面では、税制改正に伴う年末調整やインボイス制度による確定申告の記帳指導を重点的に行った。金融支援については、金利上昇等の環境変化があるにも関わらず、借り換えや追加融資の相談は増加した。

【成果の代表事例】

①金融支援（指導型）

②事業計画

精密金属部品加工を営む事業者に対し、事業再構築補助金の採択に伴う5軸マシニングセンタ導入という大きな転換点において、関係機関と連携の上、マル経融資・先端設備等導入計画を用いた総合的支援を行った。

資金面では、取得費を金融機関担当者と調整の上、融資実行を支援。導入に伴う地盤工事・ラーニング費等の附随費用を低利なマル経融資で資金調達。利息負担の少ない形で設備導入費を調達することができた。

計画策定面では、固定資産税減免に向けた「先端設備等導入計画」の作成を支援。計画の策定支援、ブラッシュアップ、労働生産性等必須要件の確認を行った。市域行政担当課と事前に書類形式不備の確認や調整を重ねることで、円滑な認定取得に繋がった。金融機関および行政との三者連携により、財務負担の軽減と新分野への販路開拓を後押しすることができた。

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	16	106.7%
25	税務相談	日数	29	29	27	93.1%
26	金融相談	日数	5	5	10	200.0%
27	労務相談	日数	10	10	15	150.0%
28	その他相談	日数	45	45	36	80.0%

支援のポイント・成果

経営指導員が事業所の課題を深掘りし、外部専門家と連携した伴走型支援を展開することで、各課題の早期解決を実現した。税務、法務、金融、労務に加え、ISOや特許申請といった様々な相談需要に対し、柔軟に対応可能なワンストップ支援体制を運用した。

また、確定申告相談会の開催を通じ、税制改正への理解を深めるとともに適正な自主申告を促進した。専門家による労務・法律相談を充実させたことで、経営リスクの早期の把握と本業への影響の最小化を図った。さらに、創業期における市場分析やマーケティング支援を重点的に実施した結果、各事業所の売上拡大と経営基盤の強化に繋がった。

守口門真商工会議所

事業名		小規模事業所来店促進事業（もりかどＥＣマーケット）			事業番号		Ⅰ	新規/継続		継続	
想定する実施期間		平成26 年度～		年度まで		12 年 目	※複数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）	守口門真地域の商業活性化を図るため、個店の魅力強化を図り、地域に広くPRする。 地域商業の課題としては、オーバーストア状態であることや、高齢化・後継者不足が引き続き挙げられることに加えて、物価上昇や円安、相次ぐ大型店の開業等により、従来の店舗型小売・サービス業はより厳しさを増すと考えられる。 本事業を通じて、小規模店舗が取り扱う商品の強化を図ると共に、新たな販路開拓に向けて、インターネット販売の活用を支援し、今後のネットショップの安定化を見据えた土台作りとする。 窓口相談や巡回訪問において、「売上を伸ばしたい」、「自店をもっと知ってもらいたいが、どのようにPRしたら良いかが分からない」との商業者からの声は多いが、小規模事業者にとって広くPRする機会・手段・資金が限られている。地域の商業者が集まる商業振興委員会を中心に意見交換を行い、事業を進めていく。									
	支援する対象 （業種・事業所数等）	地域商業の活性化に向けて取り組む姿勢があり、自慢の商品（逸品）・サービスを持ち、EC販売の開始・強化に積極的な事業所。									
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	○第Ⅰ回商業振興委員会 令和7年6月13日（金） ・昨年度事業の報告 ・本年度事業の承認、実施スケジュールの確認 ○応募期間 令和7年7月1日（火）～8月20日（水） ・申込70件 ※応募企業については経営指導員により、効果的なPR方法について支援を行った。 ○ホームページリニューアル 令和7年9月1日（月） ○事業PR ・9/1 商工会議所ニュース9月号 ・9/3 商工会議所SNSにて告知 ・9/29～1/27 SNS広告（Facebook・Instagram、YouTube）配信 ・10/1 守口市・門真市広報10月号 ・1/5 商工会議所ニュース1月号（PRチラシ同封） ○第Ⅱ回商業振興委員会 令和8年2月4日（木） ・本事業の事業経過報告 ・次年度の商業振興事業について									
	<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	守口市・門真市については、担当課長が委員会に参加。主に広報や公的施設での消費者への訴求を担当いただいた。									
④相談相乗	既にEC販売に取り組んでいる経営相談事業者を本事業へ誘導した他、EC販売を行っていない事業者に対しては、webサイトの構築方法に関するセミナーを紹介する等支援を行った。										
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)	70.0	総支援企業数(実績)	70.0	支援実績率	100.0%	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）	代表指標	インターネット販売や予約サイトの改善を行い、集客につながった事業所の割合								
		数値目標	80	%	実績数値	90	%	目標達成度	112.5%		
	成果の代表事例	●守口市内の持ち帰り弁当店A社の事例 当事業所は、地域に長年親しまれ固定客は多いものの、近年は注文数の伸び悩みが課題となっていた。本事業に参加し、Facebook・Instagram広告に当該事業所の写真を活用したところ、クリック数が大幅に増加。併せてクリック数の分析結果をフィードバックし業況を確認した結果、注文数・売上ともに増加したとのことで、具体的な効果が見られた。これまで弱みであったSNS等のネット集客面を補完することで、新たな顧客獲得につながった。									
	その他目標値の実績	目標値（計画）	5,000	名	目標値（実績）	16208	名	目標達成度	324.2%		
		参加店の顧客数を増やし、店舗の商品・サービスの認知度アップを図り常連客となってもらうことを目標とする。参加店1店舗あたり約70名の来客を見込む。									
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）	満足率、クリック数ともに昨年度を上回る結果となり、昨年度の反省を踏まえてネット広告に注力した成果が表れたといえる。中でも、Facebook・Instagram広告はYouTube広告と比較してクリック数の伸びが顕著であったため、次年度はFacebook・Instagram広告への重点化を図るとともに、全体的な広告運用の見直しを行う必要がある。									

事業名		創業塾		事業番号	2	新規/継続	継続		
想定する実施期間		平成26年度～	年度まで	12	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)	毎年、一定数の創業希望者が相談に来るが、その多くが創業に必要な知識や手続きについて十分な準備が出来ていない。特に、自身のイメージの言語化や事業収支、実現可能性のあるビジネスプランについて無知に等しいケースが多く見受けられる。また、事業融資についても知識が乏しく、金融機関との繋がりもない。 そういった「自分で事業を始めたいが、何ができるかわからない」「創業してやりたいことはあるが、それを実現するための方法が分からない」など、創業に対する意欲は高いものの、具体的な実現可能性を描けていない創業希望者に対して、必要な知識や専門家による客観的な助言を受ける機会を与えると共に創業機運を醸成するような支援を行い、創業を実現させることにより管内の産業活性化を図る。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	主に守口市・門真市内をメインに大阪府下で創業を希望される方・創業に向けて準備中の方・創業間もない方。							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	【実施概要】 日時 令和7年6月1日(日)、15日(日)、29日(日)、 7月6日(日)、7月27日(日) 10時～13時 会場 守口門真商工会館 講師 中小企業診断士(株式会社クリエート・バリュール 代表取締役) 【本事業に付随する支援内容】 ・本事業は、産業競争力強化法に基づく認定市町村(守口市・門真市)から特定創業支援事業に認定されている。本事業受講による経営・財務・人材育成・販路開拓に必要な知識の習得並びに支援証明書取得に向けた支援。 ・当所をはじめとする地域の金融機関、産業支援機関、行政機関等とのネットワークに参加されている金融機関の創業支援メニュー紹介並びに金融機関との融資相談会の開催。 ・新たな創業に向けた取組として、クラウドファンディングを活用した資金調達方法や日本政策金融公庫の事業承継マッチング制度の情報提供を行った。 【PR方法】 ・本事業については、行政機関(大阪府・守口市・門真市)、地域金融機関、大学、専門学校、コワーキングスペースを中心に案内チラシを配布し広報依頼を行った。 ・当所ホームページや会報誌によるPR、セミナー情報、専門のインターネットサイト、市広報(守口市・門真市)、メールマガジン、メタとyoutubeによるSNS広告等を通じPR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	カリキュラムとして、大阪起業家グローイングアップ事業について説明。また、ビジネスプラン発表に際しても、ビジネスプランコンテストの参加申込書雛形を使用し、積極的な申込みを勧めた。							
	②広域連携								
③市町村連携	守口市・門真市と協力し、両市ホームページ及び両市広報への掲載、及び両市市役所や行政機関等にチラシを配架頂くなどの広報を行った。また、両市の特定創業支援事業を通じ、証明書発行希望者に対し創業塾の受講証明書を発行。								
④相談相乗	経営相談事業者を本事業へ誘導した他、希望者に対して個別支援を実施し、カルテ化を7件行った。								
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)	58.0	総支援企業数(実績)	53.0	支援実績率	91.4%	満足率	94.3%
	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)	代表指標	創業者数(既創業者で特定創業支援証明書取得者を含む)						
		数値目標	10	名	実績数値	5	名	目標達成度	50.0%
	成果の代表事例	美容業・小売業・コンサルティングなど、業種が多岐に渡り創業間もない事業者の参加が多かった。創業塾を通じ必要な知識と気付きを得て、創業に向け前進する事例があった。創業後間もない受講者も含めて、特定創業支援事業に基づく証明書発行希望者26名のうち6名が認定証明書を取得。 ●守口市内での創業者の事例 介護事業に従事されている方が、介護用品の販売を行うために創業塾を受講。講義を通じ必要な基礎知識を身に付け、創業計画書を作成することができた。さらに、経営指導員による創業計画書のブラッシュアップを実施し、金融機関からの創業融資実行に繋がった。令和8年春ごろから販売予定である。							
	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)	創業希望者の事業PRとして、例年行っている行政や地域金融機関への案内や会員事業所でのポスター掲示に加え、セミナー情報専門のインターネットサイトへの情報掲載、SNS広告を活用。当初定員の60名名の申込みがあり、53名が受講された。SNS広告にyoutube広告を追加した結果、効果検証を考慮して来年度は違う手法での集客方法を検討する。							

守口門真商工会議所

事業名		守口門真ものづくり元気企業		事業番号	3	新規/継続	継続		
想定する実施期間		平成24年度～	年度まで	14	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)	工業関連企業を取り巻く状況は近年の一層のグローバル化により、他企業との差別化が重要な課題の一つとなっている。そのような中、守口・門真地域の工業活性化を図るべく、差別化を進めるために本年度も「守口門真ものづくり元気企業」を認定する。これは大企業の下請け等で培った多くの魅力的な製造技術、品質管理技術をもつ企業群を1つのパッケージとし、効果的にPRすることを目的とする。また認定企業の中でも、より魅力的な企業を大阪ものづくり優良企業賞や関西ものづくり新撰の認定に向けて支援することで、上位の認定事業申請への取り組みを容易にし、積極的な販路開拓を促す狙いがある。さらに、認定メリットにロゴ使用やHP、パンフレット掲載だけでなく、展示会出展料補助など、他の販路開拓事業との連携も図る。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	製造業事業所(主たる部会:金属工業部会と一般工業部会の約600社)							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	【第1回工業振興委員会 令和7年7月2日(水)15時～16時】 ・募集要領、応募申請書、申立書、募集案内、選定委員、選定基準の承認 ・実施スケジュールの確認 ・認定事業所のフォロー状況報告 【元気企業 平成24年～令和6年度認定事業所パンフレット作成】 【元気企業応募期間 令和7年7月10日(木)～8月8日(金)】 ・申込4件 ※応募企業については経営指導員により、認定事業の効果的な活用方法と申請書作成方法について支援を行った。 【選定委員会(書面審査) 令和7年10月2日(金)～10月16日(木)】 ・受付企業4社のうち3社について審査を実施。 【会員大会にて認定楯授与 令和7年11月8日(土)15時～】 【第2回工業振興委員会 令和8年2月10日(火)15時～16時】 ・本事業の事業経過報告 ・大阪ものづくり優良企業賞2025 支援報告							
		<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	認定企業を「大阪ものづくり優良企業賞2025」(中小企業支援室 ものづくり支援課)の推薦に繋げた。(3社申請3社認定)							
	②広域連携								
	③市町村連携	商工担当課の職員が準備委員会等に参加。事業運営全体にアドバイスをいただいている。また、パンフレットを配布することで、当地域のものづくりブランドの発信に努めている。							
④相談相乗	申請書作成の際、事業内容を明確に把握できるため、大阪ものづくり優良企業賞の申請や、各種補助金申請時に必要な事業計画策定を中心に積極的に支援を拡大させている。								
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)	130.0	総支援企業数(実績)	128.0	支援実績率	98.5%	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)	代表指標	認定事業所のうち自社技術の強みを理解し、PRできた企業割合						
		数値目標	70	%	実績数値	100	%	目標達成度	142.9%
	成果の代表事例	●守口市内の製造業A社の事例 これまで本事業のような技術力・製品力に関する認定を受けたことはなかったが、自社技術のPRおよび信頼性向上を目的として申請し、このたび認定を取得した。申請書の作成や経営指導員によるヒアリングを通じて、自社の強みや課題を再確認し、今後取り組むべき方向性を改めて整理する良い機会となった。今後は、認定事業所としての強みを活かし、積極的な情報発信やPRに取り組むことで、更なる事業の発展につなげていく意向である。							
	その他目標値の実績	目標値(計画)	126	社	目標値(実績)	125	社	目標達成度	99.2%
		平成24年度34社、平成25年度9社、平成26年度8社、平成27年度12社、平成28年度10社、平成29年度8社、平成30年度9社、令和元年度10社、令和2年度7社、令和3年度5社、令和4年度6社、令和5年度4社、令和6年度4社の合計126社がすでに認定。							
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)	守口門真ものづくり元気企業認定に向けたハンズオン支援については、支援先事業所から高い満足率を得ることができた。一方で、過去に認定を受けた事業所に対して実施した、ポスター掲示やパンフレット配布による「守口門真ものづくり元気企業ブランド」のPRについては、一定の評価は得られたものの、ハンズオン支援と比較すると満足率はやや低い結果となった。今後は、各事業所の所有設備や技術情報の記載内容を適宜更新し、マッチング精度の向上を図ることで、さらなる満足率の向上につなげていく。また、販路開拓・新規顧客開拓の取組として、当所ホームページでの紹介に加え、認定事業所限定の大規模展示商談会への出展料補助や、総合展示会「ビジネスチャンス発掘フェア2025」におけるチャレンジ出展枠の活用等、個社のPRを行うことができた。 引き続き、これらの取組を通じて地域全体の競争力強化を図り、「守口門真ものづくり元気企業ブランド」の価値向上に努めていく。							

事業名		守口門真ブランド認定事業			事業番号	4	新規/継続	新規	
想定する実施期間		令和7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)	当所では工業関係におけるブランド化はすでに実施しているが、商業関係においては着手していなかった。商業関係も単なる価格競争に陥らないために、他商品との差別化が重要な課題となっており、自社商品のある事業所は、新たな商品開発が必要と感じている。 そのために守口・門真発商品の発掘および効果的なPRが必要であるため、BtoCブランドを立ち上げ、管内で作られている商品をブランド化し、積極的な情報発信や販路開拓支援などを通じ、売上拡大や地域活性化に繋げていく。また、飲食店においては商品ではなく料理を認定しグルメのブランド化を図る。 認定事業を継続して実施していくことで、事業者団体では対応できない部分も認定事業所同士による商品開発や特別ブースとしてのイベント出店等に繋げ、地域産品・地域代表料理として地域振興に繋げることが目的とする。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	自慢の商品や料理を提供している、守口・門真管内の中小事業者。業種は問わない。							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	○第1回商業振興委員会 令和7年6月13日(金) ・募集要領、応募申請書、申立書、募集案内、選定委員、選定基準の承認 ・実施スケジュールの確認 ○応募期間 令和7年7月15日(火)～8月29日(金) ・申込10件 ※経営指導員により、認定事業の効果的な活用方法と申請書作成方法について支援を行った。 ○書面審査 令和7年9月17日(水)～9月29日(月) ○選定委員会 令和7年10月3日(金) ○認定証授与式 令和7年11月8日(土) ※会員大会内にて実施 ○第2回商業振興委員会 令和8年2月4日(水) ・実績報告 《ハンズオン支援》 地域ブランドの質を底上げするため、名物とグルメの2部門において評価軸に基づいたハンズオン支援を実施。 もりかどもん名物では、地域性や独自性に加え、特に地域の歴史を背景としたストーリー性の言語化を重点的に行い、他地域との差別化を意識した。もりかどもんグルメでは、地場産品の素材を活かす技術の再確認とともに、安心安全を前提とした市場性の高いメニューへの取組をヒヤリングして気付きを与えた。 申請書作成過程におけるマーケティング支援の言語化が大幅に向上し、各事業者が具体的な販路拡大のイメージを共有することができた。 ＜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 ③市町村連携 商工担当課の職員が選定委員会等に参加し、事業運営全体にアドバイスをいただくとともに地域ブランド認定の選定も協力いただいている。 また、R8に冊子の配架等、当地域の商品ブランド化に協力いただく。 ④相談相乗 経営相談事業者を本事業へ誘導した他、希望者に対して個別支援を実施し、カルテ化を7件行った。							
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)	10.0	総支援企業数(実績)	10.0	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)	代表指標	商品・料理の強みを踏まえて効果的にPRできた事業所の割合						
		数値目標	70	%	実績数値	90	%	目標達成度	128.6%
	成果の代表事例	●門真市内のもりかどもん名物の事例 自社技術のPRと信頼性向上を目的に本事業の認定を取得。すでに「大阪産(もん)名品」にも認証されており、申請過程でのヒアリングを通じて、自社の強みや課題を再確認し、今後取り組むべき方向性を明確に整理できた。また、大阪・関西万博では自治体主催の「大阪week」や食品メーカー主催ブースへの出店により、広くPRを行った。今後は認定事業所としての強みを最大限に活かし、積極的な情報発信を通じて、さらなる事業の発展につなげていく。							
	その他目標値の実績	目標値(計画)				目標値(実績)			目標達成度
実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	もりかどもん認定に向けたハンズオン支援について、支援先事業所から高い満足度を得ることができた。今後は、新たな商品・料理を掘り起こしていくと共に当ブランド化事業の周知を図ることで、さらなる認知度の向上につなげていく。販路開拓・新規顧客開拓の取組として、当所ホームページでのPRに加え、冊子作成と配布を推し進め、もりかどECマーケットとも連携してもりかどもんブランドの価値向上に努めていく。							

事業名		経営者・創業者交流会		事業番号	5	新規/継続	新規			
想定する実施期間		令和7	年度～	年度まで	1	年 目	※複数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)	経営者は、創業者とのコミュニケーションの機会が少なく、創業者から新しい視点やアイデアを得たり、新しいネットワーク構築による取引や協業の機会を得たいと考えている。一方で創業者は、経営者の実体験や成功の秘訣に触れられる機会が少なく、人脈や資金の不足によるビジネス拡大の難しさを感じ、解決手段やビジネスの協力者を見つけないと考えている。 管内の中小企業経営者も創業者も、共にビジネスに有益なネットワークづくりの場を欲しており、双方が学べて交流できる機会は多くない。 そのような中で経営者と創業者の交流を深めることにより、事業者間ネットワークの構築、取引機会の創出、人脈・取引の拡大に加え、経営者の成功体験や悩みを共有することで今後幅広い経営課題の解決に役立て、地域全体の活性化に貢献することを目的とする。								
	支援する対象 (業種・事業所数等)	守口市・門真市内の事業所・創業間もない事業者・創業予定者。								
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	【実施概要】 日 時: 令和7年9月11日(木) 18時～20時 会 場: 守口門真商工会館 3階 特別会議室C・D 内 容: ①経営者の経験を伝える講演会 『リアルな経営現場の成功と失敗に学ぶ』 講師: (株)ゆいグループ 代表取締役 ・創業時の苦労・乗り越えた壁・ピンチをチャンスに変えた事例紹介 ・経営判断で意識しているポイント、信頼関係の築き方など ・創業者への実践的なアドバイスとヒント ②経営者・創業者PRタイム 『あなたのビジネスを伝えよう』 ・創業者(創業予定者)による1人3～5分のショートプレゼン ・自社の商品・サービス・アイデアをアピール ・経営者からのフィードバック ・日本政策金融公庫から創業融資等について紹介 ③交流会 ・名刺交換・情報交換 P R: 商工会議所ニュース 7・8月合併号にPR記事掲載とチラシ同封 商工会議所SNSにて告知、創業塾生(過去3か年受講者含む)にチラシ等で案内 商工会議所ニュース 9月号にPR記事掲載 参加者: 31名 <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	起業家同士の交流会・コミュニティ形成を支援し、創業予定者の創業を推進した。								
	②広域連携									
	③市町村連携									
④相談相乗	創業予定者も本事業へ誘導した他、希望者に対しては個別支援の実施と専門相談等の利用について紹介した。									
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)	20.0	総支援企業数(実績)	31.0	支援実績率	155.0%	満足率	93.5%	
	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	有益な情報交換や人脈を構築できたと回答した事業者の割合							
		数値目標	70	%	実績数値	74.2	%	目標達成度	106.0%	
	成果の代表事例	門真市内のサービス業(デザイン関連) A社の事例 1部のプレゼンで提供できるサービス等についてアピールし、続く交流会でも積極的に名刺交換や情報交換を行った結果、その場で数社から仕事の依頼があり取引機会の創出に繋がった。他の参加者からも、「自社の経営課題に役立つアドバイスを得ることができた」などの声が多くあり、こういう取組みを定期的に開催してほしいとの要望もあった。								
	その他目標値の実績	目標値(計画)		目標値(実績)		目標達成度				
実施結果	課題及び次期以降への取組み (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)	満足率は高い数値となったが、参加者の中には、交流をしたいのだが声掛けできない方もいたので主催者側が橋渡し役を行うなどの工夫が必要である。また、継続的なつながりや成果へのつなげ方が課題であり、解決策を検討する。								