

令和7年度（2025年度）

実績報告書

Ⅰ. 申請者の概要

団体名	泉大津商工会議所
代表者職・氏名	会頭 藤井 清和
所在地	〒595-0062
	大阪府泉大津市田中町10番7号
設立年月日	昭和22年03月26日
職員数	10
うち経営指導員数	9
所管地域	泉大津市
管内事業所数	3,033（令和3年経済センサスによる）
うち小規模事業者数	2,056（令和3年経済センサスによる）
会員数	1,400（令和8年3月31日現在）
組織率	46.2%
担当者職・氏名	経営支援課 課長代理 三崎 真豊
連絡先電話番号	0725-23-1111
連絡先メールアドレス	shienka@izumiotsu-cci.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又は刊行を行うこと。
- (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、鑑定又は検査を行うこと。
- (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、又は運用すること。
- (8)商工業に関する講演会又は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又は検定をおこなうこと。
- (10)博覧会、見本市等を開催し、又はこれらの開催の斡旋を行うこと。
- (11)商事取引に関する仲介又は斡旋を行うこと。
- (12)商事取引の紛争に関する斡旋、調停又は仲裁を行うこと。
- (13)商工業に関して、相談に応じ、又は指導を行うこと。
- (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年経済センサス活動調査によると、管内事業所数は3,033社であり、うち小規模事業者数は2,056社である。管内事業所の業種別割合としては、卸売業が約6.5%、小売業が約26.6%、サービス業が約33.3%、製造業その他が約33.6%となっている。産業経済の現状としては、多くの業種で原油・物価高騰、円安による調達コスト増で経営に深刻なダメージを受け続けており、外部環境が大きく変化している状況である。

経営資源に限りがある中小・小規模事業者は、外部環境の影響を受けやすい。外部環境は常に変化するものであるが、急激に変化する環境においては既存事業のマイナーチェンジでは対応できない。そのため、企業によっては既存のビジネスモデルを抜本的に見直し、新たな事業を再構築していくことも必要となる。また、消費者のニーズを的確に分析し、自社にしかできないモノやサービスを提案し、共感を得ることで「ファン」を作るビジネスモデルが今まで以上に求められている。

したがって、急激に変化する経営環境の中、イノベーションの促進やプロモーション力の強化、中小・小規模事業者の経営強化、将来の成長に向けた経営戦略の再構築は喫緊の課題である。

(2) 所管地域の活性化の方向性（事業の目標）

上記の課題に対して、従来のビジネスモデルを見直し、急激に変化する経営環境に対応した持続可能な経営への取組みをサポートしていく。具体的には以下を中心とした事業展開をしていく。

◆持続可能な経営を目指す中長期的な経営計画の策定

自社の課題を見つめ直すきっかけを創出し、経営課題の解決に向けた新事業展開を支援することで、イノベーションを促進し、持続可能な経営の再構築を目指す。また、必要に応じて各種補助金を活用することで、積極的な事業投資につなげる。

◆プロモーション力の強化、販売戦略の強化

事業者は今まで以上にターゲットを絞った商品展開やブランディングを行うことが求められており、いかにユーザーに自社商品やサービスに「共感」してもらい、情報を「拡散」できるかが販路開拓のカギである。また、今やマーケティングを取り入れたWebプロモーションを行うことは必要不可欠であるため、事業者のブランディングや情報発信力の向上をサポートしていく。

具体的な手法としては、セミナー等の開催を通じた「気づき」とチャレンジ意欲の創出、専門家や専門支援機関との連携を密にしたつなぎ支援、事業者の多様化・複雑化した経営課題に対応した経営指導員による個別支援を中心として、当所管内から成長企業の創出、イノベーションの促進、企業の経営強化を実現することで地域活性化へとつなげる。

(3) 事業を実施した効果

地域活性化事業では、新事業展開テイクオフ支援事業として、「新事業展開テイクオフ補助金セミナー」を開催し、事業者の新たな事業計画の策定や補助金活用への理解促進につなげることができた。また、Webプロモーション戦略事業として、SNS活用や販促ツールの活用方法に関するセミナーを計5回実施したことで、事業者の情報発信力向上やブランディングへの意識醸成が図られた。これにより、従来の営業手法に加えてデジタルを活用した販路開拓に挑戦する事業者が増加し、新たな顧客接点の創出につながった。

さらに、経営相談支援事業および専門相談支援事業を通じて、各事業者が抱える多様な経営課題に対し、きめ細やかな個別支援を行った。その結果、事業者の課題整理や方向性の明確化が進み、持続的な経営改善に向けた取組みが具体的に動き出すなど、地域全体の経営力底上げに寄与する成果を得られた。

(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

本事業の実施により事業者の新事業展開やWebプロモーションに対する関心は高まった一方、デジタル活用の知識や実践力には個人差が大きく、支援のばらつきを解消することが課題として浮かび上がった。特に、SNS活用やオンライン販促の継続的な実践には一定の習熟が求められるが、セミナー受講のみでは習得が不十分であり、実践まで結びつかないケースも見受けられた。また、経営課題の高度化・複雑化が進む中、専門的な相談体制のさらなる強化も必要となっている。

次年度は、セミナーから実践支援までを一体的にフォローする体制を強化し、伴走支援の充実を図る。例えば、SNS等活用の実演支援や販促計画の作成サポートなど、より現場に寄り添った支援を提供する。また、専門家との連携を拡充し、事業再構築、ブランディング、DX推進など高度な課題にも対応できる支援網を整備する。さらに、事業者同士の交流機会の創出により、地域内での成功事例の共有や協業の促進を図り、地域経済の活性化につなげていく。

I 経営相談支援事業

前年度支援企業数		247 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	200	220	221	110.5%
2	支援機関等へのつなぎ	支援数	40	70	71	177.5%
3	金融支援（紹介型）	支援数	30	11	11	36.7%
4	金融支援（経営指導型）	支援数	35	50	48	137.1%
5	マル経融資等の返済条件緩和支援	事業所	2	0	0	0.0%
6	資金繰り計画作成支援	事業所	3	10	9	300.0%
7	記帳支援	事業所	35	29	27	77.1%
8	労務支援	支援数	15	10	10	66.7%
9	人材育成計画作成支援	事業所	0	0	0	-
10	マーケティング力向上支援	事業所	3	1	0	0.0%
11	販路開拓支援	支援数	30	59	61	203.3%
12	事業計画作成支援	支援数	30	30	31	103.3%
13	創業支援	事業所	20	12	11	55.0%
14	事業継続計画（BCP）作成支援	事業所	3	0	0	0.0%
15	コスト削減計画作成支援	事業所	3	0	0	0.0%
16	財務分析支援	事業所	5	10	16	320.0%
17	5S支援	事業所	3	2	2	66.7%
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	25	21	24	96.0%
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	0	0	0	-
23	結果報告	事業所	200	220	221	110.5%

件数設定の根拠（今年度の特徴等）

目標件数の設定については、これまでの支援企業数の実績や経営指導員数をもとに算出している。直近においては、資金繰り関連の相談や各種法令・制度改正対応に関する相談が多く見受けられるため、今年度については金融支援や記帳支援を中心に経営支援を行う。

支援のポイント・成果

経営相談支援事業では、経営指導員が事業者の現状や課題を把握し、課題整理から具体的な解決策の検討まで一貫した伴走支援を実施した。代表事例として、飲食業を運営する事業者に対し、新たな個室設置に向けた事業計画作成支援を行い、必要経費や収支見込み、事業スケジュールを明確化した。また、専門家と連携し、計画内容の実効性を高めるとともに、資金調達支援や市の広報媒体・LINEを活用した販路開拓支援を実施した。その結果、事業者は投資判断に対する納得感を高め、円滑に新たな取組を進める体制を整えることができ、経営基盤強化と認知度向上につながる成果が得られた。

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	4	4	8	200.0%
25	税務相談	日数	15	15	15	100.0%
26	金融相談	日数	0	0	0	-
27	労務相談	日数	0	0	0	-
28	その他相談	日数	0	0	0	-

支援のポイント・成果

専門相談支援事業では、事業者が抱える複雑かつ高度な経営課題に対し、各分野の専門家と連携しながら課題解決に向けた支援を実施した。まず、経営指導員が事業者の現状をヒアリングし、問題点を整理した上で、内容に応じて適切な専門家へつなぐことで、迅速かつ精度の高い支援につなげることができた。特に、補助金申請、資金繰り、労務管理、Web戦略など、多様化する相談内容に対して専門家が実務的なアドバイスを行ったことで、具体的な改善策の立案や事業計画の明確化に結びついた。結果として、事業者の経営判断の質が向上し、新規事業展開や販路拡大、経営改善への一歩を踏み出す支援につながるなど、地域内事業者の経営力強化に寄与する成果を得ることができた。

事業名		新事業展開テイクオフ支援事業			事業番号	I	新規/継続	継続		
想定する実施期間		令和6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)	原油・物価高騰、円安による調達コスト増は、中小企業の経営に深刻なダメージを与え続けており、また人材不足を要因とした倒産が急増する等、人材不足が顕著となっている状況からも、企業の息切れが本格化することが危惧される。 企業存続のためには、経済環境の変化に対応できる新たな事業展開による売上創出が不可欠な状況であり、中小企業の事業再構築を支援し、経済の構造転換を促すことが重要である。 本事業は、自社の課題を見つめ直すきっかけを創出し、経営課題の解決に向けた新事業展開を支援することで、持続可能な経営の再構築を目的とする。事業計画の必要性を認識してもらい、実現可能性の高い事業計画を支援していく。また、必要に応じて各種補助金を活用することで、積極的な事業投資につなげる。								
	支援する対象 (業種・事業所数等)	想定支援対象事業者数：管内の小規模事業者2,056事業所（令和3年経済センサス活動調査） 具体的なターゲット：経営方針や事業計画を明確化できていない事業者 新事業展開に向けた取り組みを検討する事業者								
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	◆新事業展開テイクオフ補助金活用セミナー 日 時：令和7年5月21日（水）14：00～16：20 会 場：泉大津商工会議所2階大ホール 内 容：事業計画におけるビジョンの明確化、ターゲット顧客と外部環境分析、売上改善と数値目標、新事業展開テイクオフ支援事業の紹介 など								
		<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		商-18：担当課と連携し、受講者に対して「新事業展開テイクオフ支援事業」の案内を行った。								
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)	30.0	総支援企業数(実績)	26.5	支援実績率	88.3%	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	事業計画を具体的に作成するまたは作成を希望する事業者の割合							
		数値目標	70%		実績数値		100.0%		目標達成度	142.9%
	成果の代表事例	飲食業を営む事業者が、本セミナーを受講したことを契機に、自社の課題や将来の事業展開について見つめ直し、補助金を活用した設備投資に挑戦した。具体的には、新たに調理器を導入することで調理工程の効率化を図り、看板メニューとなる新商品の開発に着手した。これにより、従来よりも安定した品質の商品提供が可能となり、作業時間の短縮や生産性向上につながるなど、補助金を活用した新事業展開の具体的な成果が現れた。								
	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)	本事業を通じて、補助金活用に対する関心は高まったものの、事業計画書作成や申請手続きに対する不安から、実際の申請に踏み切れない事業者も一定数見受けられた。特に、小規模事業者にとっては、事業構想の具体化や数値計画の作成が大きなハードルとなっている。次期以降は、セミナー開催に加え、個別相談や専門家による伴走支援を強化し、構想段階から申請・事業実施まで一貫した支援体制を整えることで、より多くの事業者の新事業展開を後押ししていく。								

泉大津商工会議所

事業名		Webプロモーション戦略事業			事業番号	2	新規/継続	継続		
想定する実施期間		令和3年度～	年度まで		5	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)	インターネット黎明期であるWeb1.0の時代は一方通行の情報発信しかできなかったが、Web2.0が中心の現在では多くの人がSNS等を活用して情報発信できるようになり、「双方向の情報発信」が主流になった。近年ではユーザーのオンライン購買行動が活発化し、ユーザーのライフスタイルや好みの細分化が進んでいるため、事業者においてはSNS等のWebプロモーション活動の必要性が高まっている状況である。また、事業者は今まで以上にターゲットを絞った商品展開やブランディングを行うことが求められており、いかにユーザーに自社商品やサービスに「共感」してもらい、情報を「拡散」できるかが販路開拓のカギである。今やマーケティングは必要不可欠であり、SNS等を通して収集した顧客情報やアクセス数などを分析し、PDCAサイクルを回し続けることが重要である。そのため、本事業においてWebプロモーションに関するセミナーの開催を通して、事業者の情報発信の強化を支援する。								
	支援する対象 (業種・事業所数等)	想定支援対象事業者数：管内の小規模事業者2,056事業所（令和3年経済センサス活動調査） 具体的なターゲット：販路開拓に取り組んでいるものの成果が得られていない事業者 Webプロモーションを検討している事業者、売上が伸び悩む事業者 これからBtoC事業に参入しようと検討している事業者								
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	◆生成AI×販路開拓セミナー（人材交流型） 日時：令和7年9月25日（木）14：00～16：15 内容：ChatGPTのビジネス活用について、販促に使えるChatGPT活用ワーク、デザイン活用支援oidcからの施策紹介など ◆Instagramセミナー（人材交流型） 日時：令和7年10月21日（火）14：00～16：00 内容：ビジネス活用について、ショート動画（ストーリーズ・リール）の企画案、インサイトデータ分析と改善サイクルの作り方など ◆TikTokセミナー（人材交流型） 日時：令和7年10月31日（金）14：00～16：00 内容：ビジネス活用について、ショート動画作成術、動画構成検討会 ◆写真撮影セミナー（人材交流型） 日時：令和7年11月18日（火）14：00～16：00 内容：構図・光の使い方・撮影のコツ、撮影・レタッチの実演 ◆画像編集・加工セミナー（人材交流型） 日時：令和7年12月4日（木）14：00～16：00 内容：Canvaの基本操作、プロモーションツールとしての販促物作成・編集の実践 会場：泉大津商工会議所2階大ホール <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 商-17：大阪産業局デザイン活用支援oidcと連携し、受講者に対して事業紹介を行った。また、具体的な相談を希望する事業者については、oidcの個別デザイン相談を案内し、対応を引き続いだ。 ②広域連携 高石商工会議所・和泉商工会議所・忠岡町商工会と連携し、広報・募集活動を行った。 ③市町村連携 泉大津市庁舎でチラシを配架し周知を図った。 ④相談相乗 Webプロモーション活動に関する個社支援を行った。								
	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)	185.0	総支援企業数(実績)	216.5	支援実績率	117.0%	満足率	97.5%
		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	セミナーで学んだことを自社で実践しようとする事業者の割合						
数値目標			70%		実績数値	88.6%		目標達成度	126.6%	
	成果の代表事例	本事業では、生成AIやSNS、写真・画像編集など、Webプロモーションに必要なスキルを学べるセミナーを実施した。代表的な成果として、小売・サービス業の事業者が、生成AIを活用してSNS投稿文や販促アイデアを効率的に作成し、InstagramやTikTok向けの動画・画像をCanvaで内製化する取り組みにつなげた事例が見られた。実践ワークや参加者同士の意見交換を通じて、自社に合った発信内容や改善点を具体化でき、情報発信の継続や反応率向上への意識が高まるなど、販路開拓力・プロモーション力向上に寄与する成果が得られた。								
	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)	本事業では、参加者のWeb活用経験やスキルレベルに差があり、セミナー進行や理解度にばらつきが生じる場面が見受けられた。一方で、人材交流型ならではの相互刺激や学び合いの効果も確認できた。次期以降は、「初級者向け」「中級者～上級者向け」など難易度を明確に区分し、募集チラシ等で事前に周知することで、参加者のレベル感を揃えた運営を行う。また、セミナー後の個別相談や発信実践フォローを組み合わせ、学びを実行に結びつける継続的な支援体制を構築し、より実効性の高いWebプロモーション支援を目指していく。								

【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)	35.0	支援企業数(実績)	45.5	支援実績率	130.0%	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	セミナーで学んだことを自社で実践しようとする事業者の割合						
		数値目標	70%	実績数値	73.8%	目標達成度	105.4%		
	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)	40.0	支援企業数(実績)	54.5	支援実績率	136.3%	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）	指標	セミナーで学んだことを自社で実践しようとする事業者の割合						
		数値目標	70%	実績数値	78.9%	目標達成度	112.7%		
	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③	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	40.0	支援企業数(実績)	38.0	支援実績率	95.0%	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）	指標	セミナーで学んだことを自社で実践しようとする事業者の割合						
		数値目標	70%	実績数値	88.6%	目標達成度	126.6%		
	その他目標値の実績	目標値（計画）		目標値（実績）		目標達成度			
実績／達成度④	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	35.0	支援企業数(実績)	34.0	支援実績率	97.1%	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	セミナーで学んだことを自社で実践しようとする事業者の割合						
		数値目標	70%	実績数値	83.9%	目標達成度	119.9%		
	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)	35.0	支援企業数(実績)	44.5	支援実績率	127.1%	満足率	97.7%
	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	セミナーで学んだことを自社で実践しようとする事業者の割合						
		数値目標	70%	実績数値	81.4%	目標達成度	116.3%		
	その他目標値の実績	目標値（計画）		目標値（実績）		目標達成度			