

# 令和2年度（2020年度） 事業実績報告書

## 1. 申請者の概要

申請者	団体名	北大阪商工会議所	
	代表者職・氏名	会頭 久門 哲男	
	所在地	〒573-1159 大阪府枚方市車塚1-1-1輝きプラザ6階 枚方市立地域活性化支援センター内	
	担当者	職・氏名	中小企業相談所 指導課 課長 堀家 歳史
		連絡先	TEL（直通）： 072-843-5154
Fax: 072-841-0173			
E-mail: <a href="mailto:t.horie@kocci.or.jp">t.horie@kocci.or.jp</a>			
①設立年月日	昭和23年4月17日		
②職員数 (うち経営指導員数)	56名(経営指導員19名) (令和3年3月31日現在)		
③所管地域	枚方市・寝屋川市・交野市		
④管内事業所数	20,073事業所(平成26年度経済センサス)		
⑤管内小規模事業者数	13,304事業所(平成26年度経済センサス)		
⑥会員数(組織率)	3,501事業所(令和3年3月31日現在)		
	※②、④、⑤、⑥については直近の数字を記載すること		
<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			
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			
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			

**(1) 事業の目標**

人口や事業所数などの環境が異なる枚方市・寝屋川市・交野市において、その特徴に応じた効果的な支援を行う。また他の商工会議所・商工会と広域連携し、当所単独では困難な事業を実施することで、管内事業者のニーズに応える。

経営相談事業においては、枚方本所各支所・情報センターに経営指導員を配置し、地域の小規模事業者に寄り添い、地域性や得意分野を活かした支援を行う。管内事業所の資金需要を掘り起こし資金供給、各種補助金への申請をきっかけとした事業計画書作成及び経過確認のためのフォローアップ・各専門家・専門機関と連携しての様々な支援を行い、事業経営相談の拠点としての役割を強化していく。

専門相談事業においては小規模事業者のあらゆる要望に応じていくため、幅広い分野の専門家を配置し、経営指導員と連携していくことで、スピーディーに経営課題を解決させる。

地域活性化事業に関しては、これまでの実施状況や参加事業者の声を活かすことで改善を図り、目標とする支援企業数の達成や満足度を高めていく。引き続き販路拡大・人材育成・IT導入等そして事業者のBCP策定に向け事業を行っていく。

**(2) 事業を実施した具体的な内容、方法及び工夫した点**

相談事業に関しては、コロナウィルス感染症によるダメージを少しでも防ぐため、資金供給に繋がる融資関係の相談とコロナ対策施策に必要な事業計画書の作成に関して、管内の枚方市・寝屋川市・交野市の事業者に対し、中小企業相談所及び各支所において、経営指導員による経営指導を実施した。通常では考えられないような相談者数に対応するため、融資制度・施策説明等を知識として徹底することにより多くの事業者に資金や成果を提供することができた。これらの相談増と共に、知識を有する専門家への相談に展開するケースも多く、指導員と専門相談員との連携による支援で効果を上げる事ができた。当所情報センターではIT活用を推進する支援を行い、その特性を活かした支援を引き続き行った。地域活性化事業に関しては、予定していた21事業中、8事業を開催することができなくなったが、その中でも販路拡大や人材育成事業に関してはコロナ対策を行った上で、例年どおりの効果を上げる事ができた。

**(3) 事業を実施した効果、所管地域の活性化の状況**

新型コロナウイルス感染症という大きなリスクの中で、今年度は現状維持への支援として成果を上げることができたと考えている。相談事業においてコロナ禍での事業見直しのために、事業計画書作成支援にて本格的に自社の事業を見直し、そして新しい一手を考えるという気づきを提供することにより自社の事業継続を意識して頂く事ができた。支援件数は前年度をはるかに超える数字となった。専門相談でも、相談件数は増加しており、以前までのトラブル相談・資金確保・販路拡大・生産性向上だけでなく、中長期的な事業計画の作成への本格的な取り組みなど、これからの自社の方向性を見つめ直すという事業計画作成へのニーズが高まったことが伺える。地域活性化事業においては、販路拡大を目指した、大型展示会事業等が中止になる等の計画変更が生じた中で、人材育成を目的とした事業では、日程変更が発生する等のトラブルもあったが、地域内事業所の労働生産性を向上に寄与することができた。これらの事業が新型コロナウイルス感染症鎮静時には地域活性化へ繋がっていくと考えている。

**(4) 事業を実施した結果浮かび上がった課題**

相談事業では、コロナウィルス感染症拡大の影響により、運転資金を確保するための融資ニーズが高まった。これからの世の中の動きへの不安から借りられるだけ借りたいという声が大きく、緊急性を要したため、希望する金額での融資申請の支援を行った。本来であれば商工会議所として適切な金額での融資を進めるべきではあったが、混乱時の対処としては、資金供給による混乱回避の策としての効果もあったと考えられる。事業計画書作成に関しては、様々な補助金への申請のために作成される等、本来の事業の方向性を熟慮するための計画として意識できていないケースもまだまだ多く、本来の事業計画書作成の意味を知って頂けるよう強く啓発していくことが必要である。地域活性化事業では、コロナウィルス感染症拡大防止対策による緊急自体宣言等により開催見送りや事業回数の減少等が発生した。事業開催事態が行えないという課題の中で、オンライン化等の対策を講じて行かなければならない。

**(5) 次年度の取り組み**

相談事業では、引き続き事業計画書作成及びマルケイ融資等の各種融資制度の相談が増えると予想される。コロナ禍での、今までの事業からの変換が求められる状況において、特に事業計画書作成における事業改善や新しい取り組みの提案を的確かつ重点的に支援を行っていききたい。その中で、専門的な事案、高度な経営相談に関して、今まで以上に専門家との連携を密接に行い、専門アドバイザーの活用の充実化をさらに図っていく。地域活性化事業では、商工会議所としての目標をしっかりと持ち、大阪府施策との連携を重視した上で、販路拡大・人材育成・IT活用・創業支援をテーマに、相談事業との相乗効果やオンライン化（IT活用）への取り組みを図りながら成果を出せるように取り組んでいきたい。

3. 経営相談支援事業・専門相談支援事業 北大阪商工会議所

**I 経営相談支援事業**

支援のポイント・成果

令和2年度はコロナウィルス感染症に関する様々な施策が出たことにより従来以上の相談件数・支援件数（437件）となった。年度当初は、先行き不安からの資金確保の相談が多く、マルケイ融資（82件）やコロナ特別貸付での公庫や金融機関への紹介等（79件）の資金供給において支援を行える事ができた。融資に関してはスピーディーな対応を目指し、事業者の不安払拭の一助になる事ができた。コロナ禍での事業継続に重要となる事業計画書作成支援（212件）においても多くの支援を行うことができた。事業計画作成により申請できる事業用の補助金も多く公募されたこともあり、事業の方向性を見据えるという本来の目的だけでなく、小規模事業者持続化補助金等の補助金を上手く活用し、事業の一助とする事業所を多く支援することができた。年間の支援を通じて、事業計画の重要性を理解して頂き、政府からの補助金等の発表を自ら情報入手されるような事業者も徐々にではあるが現れるようになったと考えられる。

代表事例 広告業 O社（法人）

管内において、広告業をされており、長期に渡り支援をさせて頂いている。新型コロナウイルス感染症のダメージが大きく、資金供給の支援をさせて頂いた。そのような状況下においても、代表はWEB活用等の広告強化を常に考えておられ、FB・Twitter等のSNSを活用した事業展開についての構想を常に考えておられ、それらを事業計画書に作成する支援を行った。計画書作成からの持続化補助金の申請も行い、採択に成功することもできた。

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	373	435	116.6%	5
支援機関等へのつなぎ	支援数	43	36	83.7%	5
金融支援（紹介型）	支援数	50	42	84.0%	5
金融支援（経営指導型）	支援数	80	82	102.5%	5
マル経融資等の返済条件緩和支援	事業所	0	0		
資金繰り計画作成支援	事業所	0	0		
記帳支援	事業所	2	5	250.0%	5
労務支援	支援数	15	12	80.0%	5
人材育成計画作成支援	事業所	20	1	5.0%	3
マーケティング力向上支援	事業所	15	15	100.0%	5
販路開拓支援	支援数	10	25	250.0%	5
事業計画作成支援	支援数	220	211	95.9%	5
創業支援	事業所	10	7	70.0%	5
事業継続計画（BCP）作成支援	事業所	0	5		3
コスト削減計画作成支援	事業所	0	0		
財務分析支援	事業所	0	0		
5S支援	事業所	0	1		3
IT化支援	事業所	30	18	60.0%	3
債権保全計画作成支援	事業所	0	0		
事業承継支援	事業所	20	5	25.0%	3
災害時対応支援	事業所	0	0		
フォローアップ支援	事業所	20	0	0.0%	
結果報告	事業所	373	435	116.6%	5

**II 専門相談支援事業**

支援のポイント・成果

今年度も、弁護士・税理士・社労士・中小企業診断士・弁理士・企業OB等、様々な専門家を登録し、幅広い分野の支援を行った。法務・労務・税務に関しては定例相談を設け、事業トラブルに関し、定期的な相談窓口を設けることで安心感を提供できた。経営・知財・マーケティングに関しては、事業者の要望に応じてどの分野のアドバイザーに繋ぐか選定し、速やかな解決を図るべく対応ができた。コロナウィルス感染症対策に関する様々な施策が出たことにより、中小企業診断士への相談が増加した。その中で、専門家との相談を継続して受けたいとの声も多く、専門相談への需要は高い。「その他」の支援では補助金申請だけでなく人材育成に関する助成金申請等、踏み込んだ支援を行っている。

事業名	新規/継続	指標	目標数値	実績数値	達成率	事業評価
法務支援	継続	相談件数	36	36	100.0%	5
税務支援	継続	相談件数	205	209	102.0%	5
労務支援	継続	相談件数	24	26	108.3%	5
経営一般支援	継続	相談件数	60	87	145.0%	5
知的財産支援	継続	相談件数	12	4	33.3%	5
マーケティング支援	継続	相談件数	30	7	23.3%	5
その他	継続	相談件数	130	128	98.5%	5

Ⅲ 地域活性化事業										
支援のポイント・成果										
<p>令和2年度に関しては、コロナウィルス感染症により企画していた6つの事業及び広域で参画していた2事業が開催できない事態となった。以下の事業においては感染症対策をしっかりと行った上での開催に踏み切ることができた。BCP策定セミナーでは、セミナーを開催し、事業継続の重要性をお伝えすることができた。BCP「これだけは！」シートの作成では、しっかりと時間を設ける事ができず5社の作成に止まった。作成時間確保を次期の課題として対策を練っていく。異業種交流経済塾に関しては、開催回数の減少を余儀なくされたが、コロナ対策施策への対応等のテーマをオンライン開催で行うなど、先進的な取り組みを行い交流を促す事ができ、自社の経営力に役立ったという一定の評価を頂けた。民間事業者と連携した駅前大学事業では、読書会というスタイルで経営者・従業員の自己啓発的なビジネススキル向上を目的として開催したのだが、緊急事態宣言等の影響もあり目標の参加者数に至ることはできなかった。しかし、参加者の満足度は目標を超える評価を頂けた。商品見本市出展による販路開拓事業では、多くの出展者を集める事ができ、販路拡大の一助となる事ができた。バイヤーとの直接コンタクトを目的としており、一定の効果があつたと考えられる。商店街魅力発掘事業では、管内商店街のイベント情報を集約し、地域住民に情報提供することでコロナに苦しむ商店街への集客増加やにぎわい創造に貢献することができた。地域産業資源「天の川」活用による地域ブランド創出事業では、枚方・交野を流れる天の川に生息するセイタカヨシから作成したパウダーを活用した新規商品を9商品開発し、地域ブランドとして世に出すことができた。大阪府立北大阪高等職業技術専門校活用事業では、コロナウィルス感染症対策にて、講座が数回の延期等になったが、多くの受講生を集める事ができた。令和2年度も非常に高い満足度を提供できており、当地域の労働者の生産性向上等に大いに役立っている。課題別人材育成事業では、コロナウィルス感染症対策により、年度末での開催を余儀なくされた。WITHコロナを考えたセミナーを開催したが、支援企業数においては目標を達成することはできなかったが、課題対策への解決としての評価は非常に高く頂けた。東部地区リサイクル技術委員会では、視察見学会は開催することができなかったが、環境問題に対する相談事業を例年通り開催することができた。小規模事業者向け販促WEBサイト構築支援事業では、当所情報センターの特色を活用したセミナーや実践形式を交えた交流を行う事により、これからの社会には避けて通れないIT活用についても啓発できたと考えられる。支援企業数・満足度も高い評価を頂けた。</p>										

(1) 単独事業

府施策連携	事業名	総支援企業数		支援実績率	利用者満足度(点)	目標の指標				事業評価
		計画	実績			項目	目標値	実績	達成率	
	BCP策定セミナー	20	20	100.0%	82.0	「これだけは！」シートをおおむね作成した事業所の割合	20	5	25.0%	4
	異業種交流経済塾	13	20	153.8%	89.4	自社の経営力向上に役立ったとする事業所の割合	90%	70%	77.8%	3
	民間事業者と連携した駅前大学事業	60	24	39.2%	94	他の参加者との有意義な交流ができたとする事業者の割合	80%	89%	111.6%	4
	商品見本市出展による販路開拓事業	8	10	125.0%	75.0	引き合い件数	680	527	77.5%	5
	商店街魅力発掘事業	15	16	106.7%	81.0	集客向上に対する貢献度	60%	81%	135.0%	4
	地域産業資源「天の川」活用による地域ブランド創出事業	25	15	60.0%	76.7	商品化に成功した事業所数	15	9	60.0%	3

(2) 広域事業(幹事事業のみ)

府施策連携	事業名	総支援企業数		支援実績率	利用者満足度(点)	目標の指標				事業評価
		計画	実績			項目	目標値	実績	達成率	
○	大阪府立北大阪高等職業技術専門校活用事業	169	149	87.9%	87.7	参加事業者の内、業務へ実践出来ると回答する割合	90%	90.80%	100.9%	5
	課題別人材育成事業	72	36	49.3%	77.2	事業課題解決に役立ったとする事業所数の割合	90%	100%	111.1%	4
	大阪府東部地区商工会議所リサイクル技術委員会	6	6	100.0%	95.0	相談企業数	6	6	100.0%	3
○	中部圏販路開拓支援事業	12	0	0.0%	0	引き合い件数	1860	0	0.0%	1
	小規模事業者向け販促WEBサイト構築支援事業	101	113	111.9%	88.9	上記変化のいずれかの様子が見られ、課題解決策を得て、その対策に取り組んだ事業者の割合	50%	67.60%	135.2%	5

※府施策連携事業は、「府施策連携」欄に○をつけてください。各欄の記載は、個別調書の記載と合わせてください。

令和2年度（2020年度）小規模事業経営支援事業 地域活性化事業実績報告書

北大阪商工会議所

事業名		BCP策定セミナー							
想定する実施期間		R2 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 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	大阪府においても近年風水害リスクにさらされているうえ、南海トラフ地震も遠くない将来に起こりうるとの想定がある中、特に中小企業は経営基盤が脆弱なため、廃業に追い込まれるおそれがあり、事業を縮小し従業員を解雇しなければならない状況も考えられる。しかし、標準的なマニュアルどおりの計画を策定すれば良いというものではなく、各社の実態にあわせ実践的な内容に工夫する必要がある。そこでセミナーを通して大阪府簡易版BCP「これだけは！」シートを活用しつつ、まずはBCPを策定して頂くきっかけ作りを目的とする。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	経営者・管理職・防災担当者							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	日時：令和2年11月24日（火）14:30～16:00 場所：枚方ビオルネイイベントルームA・B 内容：1.事業継続の基礎知識 2.BCPの策定入門 3.簡易版BCPシートの作成 <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 セミナーを通して大阪府簡易版BCP「これだけは！」シートを活用しつつ、まずはBCPを策定して頂くきっかけ作りを目的とし、必要に応じ専門家を派遣する。 ②広域連携 ③市町村連携 ④相談相乗 支援事業所の内、5事業所をカルテ化に繋げた。							
	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)	20.0	支援実績率	100.0%	満足度	82.0
	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)	講師によるBCPの概略説明を行ったのち、実際に参加者にシートを記入して頂く。記入後、講師による講評や意見交換等を行い、ブラッシュアップを実施する。大阪府簡易版BCP「これだけは！」シートを作成することで、緊急時に事業の継続・早期復旧を図り、顧客の信用・従業員の雇用を維持し、ひいては自社の信用力を高めることができる。 代表指標 「これだけは！」シートをおおむね作成した事業所の割合 数値目標 20 実績数値 5 目標達成度 25.0%							
成果の代表事例	自然災害に対するBCPは念頭にあったが、コロナウイルスに対するものはどのようにしたら良いか、手探りの状態だった。セミナーを受講し、大阪府のこれだけはシートを作成することで、その対応策を具体的に策定することができた。								
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)	本セミナーでは設定時間が短く、セミナー内で大阪府のこれだけはシートを作成する時間を設けることができなかった。受講後のアフターフォローで確認したところ、各々の業務時間中ではシートを作成する時間を取れない事業所が多く、次期以降はセミナー時間を多めに設けセミナー内でシートを作成して頂くよう配慮する。							

令和2年度（2020年度）小規模事業経営支援事業 地域活性化事業実績報告書

北大阪商工会議所

事業名		異業種交流経済塾							
想定する実施期間		H27 年度～ 年度まで ※複数年段階的実施事業は別紙にて計画を提出すること							
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	<p>経営者が経営知識を習得する場として、当所のような産業支援機関からのアドバイス、研修活用が挙げられる。その一方で、同じ立場である経営者の成功・失敗体験は強い気付きとなり、自社の問題意識・課題とすることが可能である。</p> <p>年間を通じて、定期的に経営者の交流する場を設け、互いの過去の成功・失敗体験や問題意識・課題を共有させることで、小規模事業者の経営力を向上させ、事業終了後も地域内で長期的な関係を築くことを目的とする。</p> <p>また様々な業種の経営者等との交流は、自身の業界以外の知識や動向を把握する機会となり、幅広い見識を得ることが可能となる。</p>							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	事業年数の浅い経営者および後継予定者							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>8月4日 19:00～21:00 テーマ「コロナ禍における緊急支援策」※Zoomにて実施 10月12日 19:00～21:00 テーマ「コロナ禍における諸問題」会場 枚方ビオルネ5階レンタルスペース 12月7日 19:00～21:00 テーマ「相続・贈与の基礎知識」 ※Zoomにて実施</p> <p>新型コロナウイルス感染拡大の影響により、当初5回の実施を予定していたが、3回の開催となった。また、その内の2回は、新型コロナウイルス関連の助成金や、景気悪化に備えた債権保全、雇用関連法をテーマとしている。</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								
	④相談相乗	支援事業所の内、5事業所をカルテ化している。							
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)	13.0	総支援企業数(実績)	20.0	支援実績率	153.8%	満足度	89.4
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	<p>新型コロナウイルスに関連する支援策、景気悪化による雇用・債権回収に関する課題・対策、相続・贈与に関して情報交換を行っている。講師からの制度説明だけでなく、各々の参加者が、新型コロナウイルスの影響により、苦境に置かれている現状やそれらを克服するための取組について発表。ある参加者からは、自身の会社の従業員が新型コロナウイルスに感染し、その際の社内対応や保健所等とのやりとりについて発表頂いた。</p> <p>これまで経験したことのない社会・経済の混乱について、その経験を参加企業が共有し、その対応策について検討することで、参加企業の経営力維持・向上の機会となった。</p>							
		代表指標	自社の経営力向上に役立ったとする事業所の割合						
		数値目標	90%	実績数値	70.0%	目標達成度	77.8%		
	成果の代表事例	<p>サービス業 D社</p> <p>新型コロナウイルスの影響により、受注キャンセルや新規受注が見通せない状況の中、本事業に参加。いち早くコロナ関連支援策に申請され、その際に自身が苦勞した点や受給状況などを発表することで、自身の経営力維持・向上だけではなく、他の参加者の情報収集に対しても貢献されている。</p>							
その他目標値の実績	目標値(計画)		目標値(実績)		目標達成度				
実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォ	<p>新型コロナウイルスの影響により、3回の実施の内、2回をZoomにて開催。アンケートではZoomにて問題なかったという声が大半を占めていたが、意見交換などは対面型の実施の方が効率的であることが伺えた。また長時間でのオンライン開催は参加者の負担が大きくなることが考えられた。令和3年度では本事業の実施なし。</p>							

北大阪商工会議所

事業名		民間事業者と連携した駅前大学事業								
想定する実施期間		H31 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 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	平成28年枚方市駅前に、書籍を中心とした生活提案型商業施設がオープンしている。集客力のある商業施設として、ランドマークとしての役割も有しているが、このたび同施設内に、定員20名程度のワークショップスペースが設置されている。 また運営者は出版業界とのつながりも強く、ビジネス書籍の執筆者をセミナー事業の講師として招聘することが可能である。 このような設備面や企画・運営力に強みを持ち、ネームバリューを有する民間事業者と連携し、これまで当所単独では企画・実施出来なかった美観の優れる枚方市駅前の商業施設内において、知名度のある講師を招聘し、地域の経営者・従業員に「学びの場」を提供する。 それにより管内事業者の経営者及び従業員の資質向上意欲を高めるとともに、ビジネス上で同じ課題を持つ他の事業者が交流する機会を提供し、ビジネススキル・課題解決能力を高めることを目的とする。 また枚方市駅周辺に強い影響力を今後も発揮していく民間事業者と地域経済団体である当所が共通した目的で事業を実施し、連携を深めていくことで、枚方市駅周辺のにぎわいを創出して								
	支援する対象 (業種・事業所数等)	○ビジネススキル・課題解決能力の向上を目指すモチベーションの高い経営者・従業員 ○ビジネス書籍への関心が高い経営者・従業員 ○これまで当所で実施してきたような一般的なセミナーとは異なる環境で、スキルアップを望む経営者・従業員								
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	商業施設内のワークショップスペースにて、ファシリテーターとビジネス書籍をもとにワークショップを実施、企画力やプレゼンテーション力といったビジネススキルをテーマとする。講演会終了後に講師を交えてのワークショップを実施し、コミュニケーション能力の向上につながるるとともに講演の内容について理解度を高める。ワークショップ内では、ファシリテーター、および職員をコーディネーターとして名刺交換を含めた交流を促す。 人材育成型と人材交流型を交えた事業とする。 5月～10月中に開催予定であったが、新型コロナウイルスの影響を受け、延期した。講師についてもビジネス書籍の講師を招聘する予定であったが、新型コロナウイルスへの対応のため、ファシリテーターのみの招聘とした。 Vol.1 令和3年1月15日(金) 18:30～20:30 参加者13名 テーマ「年間計画を立てる」 Vol.2 令和3年2月19日(金) 18:30～20:30 参加者7名 テーマ「新しい時代を生きる」 Vol.3 令和元年3月19日(金) 18:30～20:30 参加者11名 テーマ「新しい関係を創る」								
			<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相談事業相乗	支援企業数32社のうち、2社の事業計画策定支援のカルテ化を行った。
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)	60.0	総支援企業数(実績)	23.5	支援実績率	39.2%	満足度	94.0	
	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)	ビジネス書籍をもとにした講演により、自己のビジネススキル向上とモチベーション向上を目的に実施。ビジネススキルを向上させる過程で、他の参加者との双方向の交流を行っていただき、ビジネスを展開する上での新たな気づきを得ていただくことができた。流行の書籍を通じてビジネススキル向上という狙いは果たすことができ、90%と高い満足度となっている。ただ書籍を基に講演を聞くのではなく、ファシリテーターにより参加者同士の交流を促進させたため、代表指標としている他の参加者との有意義な交流を行えたと回答した事業者は、84%と目標を達成できた。新型コロナウイルスによって移り変わった価値観の中で、交流を通じて新しい考え方を得るに至り、今後の新しいビジネス展開を期待できる。								
	代表指標		他の参加者との有意義な交流ができたとする事業者の割合							
	数値目標		80%	実績数値		89.3%	目標達成度		111.6%	
	成果の代表事例	デザイナーS氏 自身の新しい事業や方向性を見直したいと参加された。 今回のセミナーへ参加し、グループワークなどを通じて、自身の新しいプランをまとめることができた。また、参加者同士で名刺交換し交流を行うことで、他参加者の価値観を知ることができ、ブラッシュアップすることができた。								
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)	今年は、ファシリテーターのもとビジネス書籍について学ぶ機会を提供したことで対話を促進させることができた。自身の立ち位置やブラッシュアップにつながっており、カルテ化は2件だったが、その他、展示会への出展などの事業者も1件あった。 新型コロナウイルスにより、開催時期が延期されたことと、開催時期に緊急事態宣言が発令されたことにより、支援企業数の目標達成には至らなかった。								

令和2年度（2020年度）小規模事業経営支援事業 地域活性化事業実績報告書

北大阪商工会議所

事業名		商品見本市出展による販路開拓事業																																		
想定する実施期間		R2 年度～ 年度まで ※複数年段階的実施事業は別紙にて計画を提出すること																																		
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	これまで出展者や来場者との商談や情報交換を目的とした展示会への出展支援を府内外に関わらず実施してきた。しかしながら、独自ブランドの商品を展開している事業者は、総合展示会等での1社1社での売り込みではなく、小売卸売を中心とするバイヤーへのPRを図ることが効果的な場合もある。バイヤーとのマッチング機会を創出するために、(株)ビジネスガイド社が実施するインターナショナル・ギフト・ショーへの出展を支援する。インターナショナル・ギフト・ショーを通じて普段関わる機会の少ない大手企業のバイヤーなどとの商談機会を設けることで、効率の良いマッチング機会の創出を目的とする。関西圏でも知名度の高いインターナショナル・ギフト・ショーへの出展を支援することで、単純なマッチングの機会とするのみならず、商品知名度の向上にも寄与できる。																																		
	支援する対象 (業種・事業所数等)	枚方市・寝屋川市・交野市の小売業や製造業等の独自ブランドの商品を展開している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	<p>「第2回京都インターナショナル・ギフト・ショー2021」へ共同出展を実施。                      会 期：2021年3月10日（水）～11日（木）                      出展者数：10社                      内 容：枚方・寝屋川・大阪市から10社が出展した。                      1/25に出展者説明会を開催。                      事前準備として、MEBIC（大阪産業局クリエイティブ産業推進部）と連携しヒアリング及び勉強会を行い、各社毎に何をPRするべきか、そのためにはどのような販促物が必要かをクリエイターと協業により考え学んでいただいた。その成果をまとめたチラシを会期中に会場内で1,200枚配布した。</p> <p>&lt;事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載&gt;</p> <table border="1"> <tr> <td>①府施策連携</td> <td colspan="6">大阪産業局独自事業1番「クリエイターと連携した新たなビジネスや価値の創出支援」MEBIC（大阪産業局クリエイティブ産業推進部）と連携し、事業を行った。</td> </tr> <tr> <td>②広域連携</td> <td colspan="6"></td> </tr> <tr> <td>③市町村連携</td> <td colspan="6"></td> </tr> <tr> <td>④相談相乗</td> <td colspan="6">支援事業所10件中1件（10%）のカルテ化</td> </tr> </table>							①府施策連携	大阪産業局独自事業1番「クリエイターと連携した新たなビジネスや価値の創出支援」MEBIC（大阪産業局クリエイティブ産業推進部）と連携し、事業を行った。						②広域連携							③市町村連携							④相談相乗	支援事業所10件中1件（10%）のカルテ化					
	①府施策連携	大阪産業局独自事業1番「クリエイターと連携した新たなビジネスや価値の創出支援」MEBIC（大阪産業局クリエイティブ産業推進部）と連携し、事業を行った。																																		
	②広域連携																																			
③市町村連携																																				
④相談相乗	支援事業所10件中1件（10%）のカルテ化																																			
計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	8	総支援企業数(実績)	10	支援実績率	125%	満足度	75																												
目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	<p>今回、初めてバイヤーマッチング商談会に向けて支援を行った。目標とする8社を超える10社にて共同出展。MEBIC（大阪産業局クリエイティブ産業推進部）とも連携し、出展に向けて自社の強み分析、ターゲット選定、キャッチコピー作成などの支援を行った。その結果、各社自社の強み、取引先となる企業を明確化できた。開催当日は実際の取引に至った事業者はいなかったが、全体で引き合い件数1,046件（名刺交換件数387枚、商談件数659）となり、見積を提出する等の新たな取引先獲得に向けた動きには繋がった</p> <table border="1"> <tr> <td>代表指標</td> <td colspan="6">引き合い件数</td> </tr> <tr> <td>数値目標</td> <td>680</td> <td>実績数値</td> <td>527</td> <td>目標達成度</td> <td colspan="2">78%</td> </tr> </table>							代表指標	引き合い件数						数値目標	680	実績数値	527	目標達成度	78%																
代表指標	引き合い件数																																			
数値目標	680	実績数値	527	目標達成度	78%																															
成果の代表事例	<p>印刷業S社                      京都府を中心とした企業やバイヤーへの新規販路開拓として、ノベルティ商材や印刷技術などの自社製品をPRするために出展された。                      出展した際に即成約に至った案件は少なかったが、名刺交換を積極的に行われており、商談にはつながった。継続的に成約状況をヒアリングする。また次年度の参加も促し、より効果的なPRが行えるようブース設営等の支援を行うこととする。</p>																																			
その他目標値の実績	目標値(計画)		目標値(実績)		目標達成度																															
実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローす	支援企業数は目標を上回る10社の支援を行うことが出来たが、引き合い件数に関しては、新型コロナウイルス感染症の影響から、来場者数が昨年度より約6,000人少なく、目標を達成することが出来なかった。次年度に関しては、引き合い件数及び成約数の増加を目標に、引き続きMEBIC（大阪産業局クリエイティブ産業推進部）登録デザイナーと連携し、ブース設営や販促物デザインの支援強化を図る。																																		

2020年度小規模事業経営支援事業 地域活性化事業実績報告書

北大阪商工会議所

事業名		商店街魅力発掘事業												
想定する実施期間		2020 年度～ 2020 年度まで ※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること												
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	<p>本事業は、商店街・小売市場を取り巻く環境が益々厳しさを増すなか、商店街の魅力向上による地域商業の活性化を目的とする。</p> <p>管内（枚方・寝屋川・交野市）市街地の賑わいの創出は、商業を活性化させるだけでなく、地域コミュニティや高齢者等の社会的弱者の「居場所」や「見守りの場」を作るうえでも重要である。</p> <p>そこで、各商店街の実施する催しやサービスを管内の商店街が共有・連携して、地域にとって魅力的なイベントや催事を企画し、広域かつ集中的・効果的にPRすることで、普段、地域の催事等を気に留めていない潜在顧客の興味をひき、来街者を増やし、商店街・小売市場の活性化を図る。また来街者が増加することで自然と地域コミュニティも形成され、商店街が安心・安全であり、「人々が集う生活になくなくてはならない場所」として認知されることで、地域商業の継続的な賑わいも期待できる。</p>												
	支援する対象 (業種・事業所数等)	枚方市（13）・寝屋川市（27）・交野市（5）の45商店街、市場、市内個店等が対象（平成28年度経済センサス調査結果 3209社）												
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>DMIにて参加商店街を募集し、参加いただけなかった商店街は個別に訪問し説明を行った。その時に商店街として魅力あるイベントやサービスを掘り起し、掲載内容・割引特典の内容をコーディネートし、写真撮影・制作・印刷を行った。完成したチラシは、掲載した商店街だけではなく、枚方市・寝屋川市・交野市の協力のもと市役所や公共施設、管内JRの駅、観光スポットにも設置しました。</p> <p>【説明会】 令和2年6月10日 会場：北大阪商工会議所 5事業所                  【発行日】 令和2年11月1日発行                  【仕様】 B4サイズ フルカラー両面2ページ                  【発行部数】 158,000部                  【掲載団体数】 16団体                  【配布方法】 街頭配布・掲載店設置・スポット設置・公共施設の窓口・管内JR駅アミューズメント施設、当会議所窓口等設置</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</td> <td></td> </tr> <tr> <td>②広域連</td> <td></td> </tr> <tr> <td>③市町村</td> <td></td> </tr> <tr> <td>④相談相乗</td> <td>支援した商店街に属する店舗の内5店舗のカルテ化をおこなった。</td> </tr> </table>						①府施策		②広域連		③市町村		④相談相乗
①府施策														
②広域連														
③市町村														
④相談相乗	支援した商店街に属する店舗の内5店舗のカルテ化をおこなった。													
事業の実績/目標達成度	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	15	支援企業数(実績)	16	支援実績率	107%	満足度	81%					
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	<p>コロナ禍により疲弊した商店街に対して、地域活性化のためイベント等の情報を発信してもらうための情報掲載紙の発行に関する説明を6月当初から事業説明を開始した。疲弊した商店街の参加事業者の強みである商品・サービスを地域に発信することができたと考えられる。また地域の名所旧跡・観光スポットが商店街周辺地域にあることから商店街の行事の情報とともに紹介することで、コロナウィルス対策を行った商店街の魅力発信し、コロナ禍においても賑わいの創出と地域活性化につなげることができた。</p> <p>また事業者が、新規顧客獲得のためにチラシを積極的に配布を行ったり、商店街のイベントに合わせて新商品のプロモーションに活用するなど、商店街参加による自社PRの新たな手法として利用いただくことができた。商店街の地域露出化により、コロナ禍においても顧客誘引が生じたことで商店街周辺地域への集客力向上への効果があり、地域経済へ貢献できたと考えられる。</p> <p>そして、満足度に関してはアンケートにより事業の満足度を評価し、3段階評価で配点を定め満足度を集計をした結果、目標を達成する事が出来た。指標に関しては、効果や変化を感じる事が出来たかの問いに対して、期待以上の結果により目標を達成出来たと考える。</p>												
		指標	集客向上に対する事業貢献度											
		数値目標	60%	実績数値	81%	目標達成度	135%							
	成果の代表事例	<p>A商店街：本事業に参加することで商店街予算をかけずに広く当商店街の取組みを告知することができた。また、本事業に参加する上で商店街参加加盟店との会合を持つことができ、個店と商店街の一体感醸成に役立ち、本事業の目的のひとつである「安心・安全」についても考える良い機会となった。ただ、今回はコロナ禍ということもあり、このような集客事業により商店街を露出化できた事は、非常に有用だと感じている。</p> <p>B商店街：今回は、今までにないような状況ということもあり、これまでの広告によるプロモーションではなかなか上手くいかない事も多かった。しかし、商店街全体として広くプロモーションを行うことができた事で、商店街近隣地区以外の消費者にもお店を知ってもらえ、商品・サービスの提供に結び付けることが出来たと考える。このような状況だからこそ、地域で連携し、お互い支えあいながら事業継続を模索していくことが必要であると感じる事ができた。</p>												
	その他目標値の実績	目標値(計画)		目標値(実績)		目標達成度								

実施結果	課題及び次期以降への取組み（実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか）	<p>商店街事業と関連して各個店への経営支援を行った。また、行事等の情報公開と発行を合わせることで個店や観光スポットへの顧客誘引の為に支援を行った。個店の魅力を伝えることで、その個店が参加している商店街への来客誘導、近隣観光スポットや行事等の見どころと商店街を併せて掲載し、WEBでの公開を行い、地域ミニコミ誌への広告等告知に重点化した。また駅前での配布などを行った。しかし、設置場所やその告知が不十分であったため設置場所については、事前の交渉・配布時の告知を十分に行う必要がある。</p> <p>事業所への誘客は業種によってややばらつきがあったが、イベント情報や観光スポットの紹介を管轄の市ごとに分けて対応しページ構成を行ったこと、魅力ある個店が加盟している商店街であることで商業集積による効果が相乗的効果を発揮し、消費者の周遊を高めることができた。</p> <p>商店街の行事等は年末に集中するが、発行時期を11月上旬とし、イベントとの近接性を持たせ、事業への誘引効果を優先した。しかし、今年度はコロナウィルスによる自粛規制により、集客を見込むことが難しくなった部分もあったため、今後コロナウィルス対策も含めた情報発信を行い、集客誘引効果を向上させたいと考えている。</p> <p>またコロナ禍において、コロナウィルスの蔓延がなくなったとしても、コロナ禍が終わった途端集客が出来るわけではないため、集客できるような告知を行う必要があると考える。そのため、集客プロモーションに関する手段、手法についてホームページやSNS等の情報配信を行った事のない事業者においても、積極的に情報発信が出来るように情報を活用したIT化支援等のフォローを行っていく。</p>
------	--	--

令和2年度（2020年度）小規模事業経営支援事業 地域活性化事業実績報告書

北大阪商工会議所

事業名		地域産業資源「天野川」活用による地域ブランド創出事業																																							
想定する実施期間		H30 年度～ R2 年度まで ※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること																																							
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	地域産業資源である「天野川」を活用して、一級河川天野川に自生するセイタカヨシという植物の葉を特殊な製法でパウダー状に加工した食品「天野川セイタカヨシ」を使って様々な加工食品を小規模事業者等に製作・販売していただき、販路拡大及び地域ブランド創出を狙う事業を平成30年度から実施してきた。平成30年度は14社、平成31年度は19社が商品化に成功し、実際に店舗で商品の販売が行われている。地域ブランドとして定着させるために本年度においても7月に「天野川セイタカヨシ」の配布を行い、小規模事業者の新商品開発及び販路開拓に活用していただく。複数の小規模事業者が、地域資源を活用した新商品を開発し販路開拓を行うことにより、取引や雇用の拡大が図られ、地域の知名度向上にも繋がることから地域経済の活性化に寄与する取り組みとなる。																																							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	枚方市・交野市の食品製造業者及び商店街のスイーツ店等を対象とする。 「天野川セイタカヨシ」は、材料の2%程度加えるだけで鮮やかな緑色に染まり、本来の食品の味を邪魔することがないため、様々な食品に活用できる。																																							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>【販路開拓型】 パウダーを15社に配布し、9社が商品化に成功。 イベントに出展し、実際に複数事業者の商品を販売し、知名度向上に取り組んだ。 「出店したイベント」 ・11/28(土)、29(日) おりひめの里特産市 於：大阪府民の森ほしだ園地</p> <p>&lt;事業手法(①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果)の具体的な連携・効果を記載&gt;</p> <table border="1"> <tr> <td>①府施策連携</td> <td colspan="7">府施策連携商7番「地域産業資源を活用した事業」 大阪府経営支援課経営支援グループと連携し、事業を行う。</td> </tr> <tr> <td>②広域連携</td> <td colspan="7"></td> </tr> <tr> <td>③市町村連携</td> <td colspan="7">枚方市・交野市とは、「枚方・交野 天の川ツーリズム推進協議会」の活動を通じて連携を図った。</td> </tr> <tr> <td>④相談相乗</td> <td colspan="7"></td> </tr> </table>								①府施策連携	府施策連携商7番「地域産業資源を活用した事業」 大阪府経営支援課経営支援グループと連携し、事業を行う。							②広域連携								③市町村連携	枚方市・交野市とは、「枚方・交野 天の川ツーリズム推進協議会」の活動を通じて連携を図った。							④相談相乗							
	①府施策連携	府施策連携商7番「地域産業資源を活用した事業」 大阪府経営支援課経営支援グループと連携し、事業を行う。																																							
②広域連携																																									
③市町村連携	枚方市・交野市とは、「枚方・交野 天の川ツーリズム推進協議会」の活動を通じて連携を図った。																																								
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)	25.0	総支援企業数(実績)	15.0	支援実績率	60.0%	満足度	76.7																																
	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)	<p>目標支援企業数は25社だったが、新型コロナウイルス感染症の影響により、セイタカヨシの刈り取りが従来よりも遅れ、提供が遅れてしまったことにより、支援事業者数が目標よりも少ない15社となった。</p> <p>多くの事業者が地元の食材を活用した商品を完成させることが出来た。今回完成出来なかった事業者に関しては、セイタカヨシ以外の食材でも商品開発に取り組みたいと新たな商品開発にやる気が満ちている。また、地域資源を活用した商品作りに参画することで、地域の活性化はもとより、事業者の販路拡大にも繋がった。</p> <table border="1"> <tr> <td>代表指標</td> <td colspan="4">商品化に成功した事業所数</td> </tr> <tr> <td>数値目標</td> <td>15</td> <td>実績数値</td> <td>9</td> <td>目標達成度</td> <td>60.0%</td> </tr> </table>								代表指標	商品化に成功した事業所数				数値目標	15	実績数値	9	目標達成度	60.0%																					
代表指標	商品化に成功した事業所数																																								
数値目標	15	実績数値	9	目標達成度	60.0%																																				
	成果の代表事例	食品製造業U社 地元の食材を活用した商品開発を行いたいということで、市民の手土産となる商品開発に成功。多くの市民から評価を受けており地域ブランドにも認定された。																																							
	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)	新型コロナウイルス感染症の影響により、新商品開発に取り組めないという事業が多く、新規参入者・継続事業者共に支援数が少なくなってしまった。次年度に向けての取り組みだが、コスト面やセイタカヨシの刈り取りを行う関係各所の体制が変わったことを考慮し実施しないことが決まった。当事業を実施したことにより、多くの事業者が地域の食材を活用した商品開発を行いたいと考えていることがわかったため、地元食材情報の発信や完成した製品の販路開拓支援は継続して行う。																																							

北大阪商工会議所

事業名	大阪府立北大阪高等職業技術専門学校 活用事業
想定する実施期間	25 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	<p>事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)</p> <p>大阪の成長戦略2018年3月版において、人口減少、少子高齢化に対応した人材力強化・活躍の場づくり（成長を支える基盤となる人材の育成力強化・地域の強みを活かす労働市場の構築）の中で、高等職業技術専門学校の機能強化が具体的取組として挙げられている。管内では、平成25年4月に大阪府立北大阪高等職業技術専門学校が津田サイエンスヒルズに開校されており、ものづくり・建築関連事業者の人材育成事業が実施されている。2016年経済センサス（RESAS調べ）において、企業単位における製造業ひとりあたりの労働生産性は大阪府が8,422千円であるのに対し、枚方市7,242千円・寝屋川市6,705千円・交野市6,382千円・守口市4,440千円・門真市9,494千円・大東市6,111千円・四條畷市4,493千円となっており、総じて低いため、製造業従業者の生産性を高めていく必要がある。商工会議所・商工会が管内事業者に対する人材育成事業を高等技術専門学校に委託し、大阪の成長を支える上で不可欠な基盤である人材を育成・労働生産性を高める事を目的とする。</p>
	<p>支援する対象 (業種・事業所数等)</p> <p>北大阪商工会議所・守口門真商工会議所・大東商工会議所・四條畷市商工会管内の製造業・建設業をメインとした事業所を支援対象とする。技術習得講座が多いため、技専校対応可能数をベースに支援企業数を調整していく。</p>
	<p>北大阪高等職業技術専門学校へのオーダーメイド講座として下記13講座を開催</p> <p>①研削砥石特別教育講座 令和2年6月16日・17日・18日 北大阪2.5社・守口門真3社・大東0社・四條畷0社 合計5.5社</p> <p>②建築図面作成のためのJw_CAD基礎講座 土曜コース 令和2年6月20日・27日・7月18日 北大阪3社・守口門真4社・大東2社・四條畷0社 合計9社</p> <p>③機械図面作成のためのAutoCAD基礎講座平日コース 令和2年7月14日・21日・28日 北大阪6.5社・守口門真1社・大東2社・四條畷0社 合計9.5社</p> <p>④安全衛生と機械製図講座 令和2年7月15日・16日 北大阪3.5社・守口門真1社・大東0社・四條畷0社 合計4.5社</p> <p>⑤中小企業の総務・経理の日常業務入門 令和2年7月25日・8月1日・8月8日 北大阪6社・守口門真1社・大東2社・四條畷0社0名 合計9社</p> <p>⑥機械工作入門講座 令和2年9月11日・14日・18日 北大阪2社・守口門真4.5社・大東3社・四條畷0社0名 合計9.5社</p> <p>⑦はじめから学ぶ簿記知識入門 令和2年9月26日・10月1日・10月3日 北大阪11社・守口門真6.5社・大東4社・四條畷0社 合計21.5社</p> <p>⑧建築図面作成のためのJw_CAD基礎講座平日コース 令和2年10月8日・15日・22日 北大阪5.5社・守口門真5.5社・大東2社・四條畷0社 合計13社</p> <p>⑨3次元CAD 入門講座 令和2年11月5日・12日・19日 北大阪7社・守口門真1社・大東3社・四條畷0社0名 合計11社</p> <p>⑩中小企業の総務・経理の日常業務入門平日コース 令和2年11月10日・17日・24日 北大阪15.5社・守口門真5.5社・大東2社・四條畷0社 合計23社</p> <p>⑪事務系社員のためのIT入門講座 令和2年11月25日・26日 北大阪2社・守口門真3.5社・大東1社・四條畷0社0名 合計6.5社</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	講座内容・実施時期設定など企画段階より大阪府立北大阪高等職業技術専門校と十分な協議を行っている。また北大阪府立北大阪高等職業技術専門校が単独で開催する建設系テクノ講座に関して、北大阪商工会議所管内の建設業者に周知・案内を行っている。						
		②広域連携	北大阪商工会議所が主幹となり実施。単独事業としては実施困難である商工会議所・商工会が連携することで、その管内事業所に従事する就業者に対して、その能力向上に寄与できた。						
		③市町村連携							
		④相談相乗							
	計画に対する実績(数値)	総支援企業数(計画)	169.0	総支援企業数(実績)	148.5	支援実績率	87.9%	満足度	87.7
事業全体の実績／目標達成度	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	<p>○「研削砥石特別教育講座」 厚生労働省令で定める危険又は有害な業務に労働者を就かせる際には、その業務に関する安全又は衛生のための特別の教育を行わなければならないとされており、当事業でその教育機会を提供した。</p> <p>○「建築図面作成のためのJw_CAD基礎講座 土曜コース・平日コース」 「機械図面作成のためのAutoCAD基礎講座 平日コース・土曜コース」 「3次元CAD 入門講座・応用講座」 建築及びものづくり事業者に対し、CADを用いた設計を学習させ、作業の効率化に寄与した。</p> <p>○「安全衛生と機械製図講座」 若手社員の安全衛生意識を高め、図面の読み方を理解させた。</p> <p>○「中小企業の総務・経理の日常業務入門(土曜コース・平日コース)」 労務・経理に関する手続き面の実務や年間の業務フローを学習することで、全体像を理解させた。</p> <p>○「機械工作入門講座」 汎用工作機械の操作スキルを高めた。</p> <p>○はじめから学ぶ簿記知識入門 経理作業や日常業務で必ず必要とされる経理作業の効率を格段に上げる簿記知識習得を提供した。</p> <p>○事務系職員のためのIT入門講座 IT活用が必須となった現在において、エクセルのマクロやVBAを学習して頂けた事で、事務系職員のITスキル向上に貢献できた。</p> <p>上記の講座や周知活動により、北大阪技専校のものづくり人材を育成する産業基盤としての認識を高めた。</p>							
		代表指標	参加事業者の内、業務へ実践出来ると回答する割合						
		数値目標	90%	実績数値	90.8%	目標達成度	100.9%		
		成果の代表事例	JW-CAD講座 基本操作や図面作成等の基本操作や外部コマンドデータ変換等の応用編まで学ぶ事ができ、非常によかった。これから、社員教育の一環として他の従業員にも推奨していく。						
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)	支援数が目標に達する事ができなかった。要因としては、新型コロナウイルス感染症の影響により、講座が途中で延期になったり、緊急自体宣言の発令により大きなスケジュールの変更があり、受講予定者が参加できなくなるケースが多々あった。事業内容の問題というよりは、外部的な要因が原因と考えており、講座自体については満足度及び普段の業務へ実践できると回答して頂いた数より、高い価値を提供できていると考えている。次期に関しては、これまでの成果を踏襲しつつ、技専校との連携をさらに進め、ソーシャルディスタンスの確保等、受講生にとっての安全性を確保しての事業遂行を目指して行く。							

【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)	13.0	支援企業数(実績)	5.5	支援実績率	42.3%	満足度	83.3
	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)	○「研削砥石特別教育講座」厚生労働省令で定める危険又は有害な業務に労働者を就かせる際には、その業務に関する安全又は衛生のための特別の教育を行わなければならないとされており、当事業でその教育機会を提供した							
		指標	参加事業者の内、業務へ実践出来ると回答する割合						
		数値目標	90%	実績数値	100%	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)	13.0	支援企業数(実績)	9.0	支援実績率	69.2%	満足度	88.9
	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)	「建築図面作成のためのJw_CAD基礎講座」 建築事業者に対し、CADを用いた設計を学習させ、作業の効率化に寄与した。							
		指標	参加事業者の内、業務へ実践出来ると回答する割合						
		数値目標	90%	実績数値	100%	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③	計画に対する実績(数値)	支援企業数(計画)	13.0	支援企業数(実績)	9.5	支援実績率	73.1%	満足度	86.1
	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)	機械図面作成のためのAutoCAD基礎講座 製造業者を中心に、CADを用いた設計を学習させ、作業の効率化に寄与した。							
		指標	参加事業者の内、業務へ実践出来ると回答する割合						
		数値目標	90%	実績数値	100%	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④	計画に対する実績(数値)	支援企業数(計画)	13.0	支援企業数(実績)	4.5	支援実績率	34.6%	満足度	61.3
	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)	「安全衛生と機械製図講座」 若手社員の安全衛生意識を高め、図面の読み方を理解させた							
		指標	参加事業者の内、業務へ実践出来ると回答する割合						
		数値目標	90%	実績数値	80%	目標達成度	88.9%		
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)	13.0	支援企業数(実績)	9.0	支援実績率	69.2%	満足度	89.4
	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)	「中小企業の総務・経理の日常業務入門」 労務・経理に関する手続き面の実務や年間の業務フローを学習することで、全体像を理解させた							
		指標	参加事業者の内、業務へ実践出来ると回答する割合						
		数値目標	90%	実績数値	100%	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⑥	計画に対する実績(数値)	支援企業数(計画)	13.0	支援企業数(実績)	9.5	支援実績率	73.1%	満足度	83.9
	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)	「機械工作入門講座」 汎用工作機械の操作スキルを高めた。							
		指標	参加事業者の内、業務へ実践出来ると回答する割合						
		数値目標	90%	実績数値	70%	目標達成度	77.8%		
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)	13.0	支援企業 数(実績)	21.5	支援 実績率	165.4%	満足度	91.4
	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)	はじめから学ぶ簿記知識入門 経理作業や日常業務で必ず必要とされる経理作業の効率を格段に上げる簿記知識習得を提供した。							
		指標	参加事業者の内、業務へ実践出来ると回答する割合						
	数値目標	90%	実績数値	100%	目標達成度	111.1%			
その他目標値の 実績	目標値		目標値		目標達成度				
実績 ／ 達成度 ⑧	計画に対する 実績(数値)	支援企業 数(計画)	13.0	支援企業 数(実績)	13.0	支援 実績率	100.0%	満足度	89.6
	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)	「建築図面作成のためのJw_CAD基礎講座」 建築事業者に対し、CADを用いた設計を学習させ、作業の効率化に寄与した。							
		指標	参加事業者の内、業務へ実践出来ると回答する割合						
	数値目標	90%	実績数値	93%	目標達成度	103.2%			
その他目標値の 実績	目標値		目標値		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)	13.0	支援企業 数(実績)	11.0	支援 実績率	84.6%	満足度	85.5
	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)	3次元CAD 入門講座 建築及びものづくり事業者に対し、CADを用いた設計を学習させ、作業の効率化に寄与し							
		指標	参加事業者の内、業務へ実践出来ると回答する割合						
	数値目標	90%	実績数値	92%	目標達成度	101.9%			
その他目標値の 実績	目標値		目標値		目標達成度				
実績 ／ 達成度 ⑩	計画に対する 実績(数値)	支援企業 数(計画)	13.0	支援企業 数(実績)	23.0	支援 実績率	176.9%	満足度	86.4
	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)	「中小企業の総務・経理の日常業務入門」 労務・経理に関する手続き面の実務や年間の業務フローを学習することで、全体像を理解さ							
		指標	参加事業者の内、業務へ実践出来ると回答する割合						
	数値目標	90%	実績数値	96%	目標達成度	106.7%			
その他目標値の 実績	目標値		目標値		目標達成度				
実績 ／ 達成度 ⑪	計画に対する 実績(数値)	支援企業 数(計画)	13.0	支援企業 数(実績)	6.5	支援 実績率	50.0%	満足度	79.2
	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)	事務系職員のためのIT入門講座 IT活用が必須となった現在において、エクセルのマクロやVBAを学習して頂いた事で、事務系職員のITスキル向上に貢献でき							
		指標	参加事業者の内、業務へ実践出来ると回答する割合						
	数値目標	90%	実績数値	71%	目標達成度	79.3%			
その他目標値の 実績	目標値		目標値		目標達成度				
実績 ／ 達成度 ⑫	計画に対する 実績(数値)	支援企業 数(計画)	13.0	支援企業 数(実績)	13.5	支援 実績率	103.8%	満足度	98.5
	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)	機械図面作成のためのAutoCAD基礎講座 製造業者を中心に、CADを用いた設計を学習させ、作業の効率化に寄与した。							
		指標	参加事業者の内、業務へ実践出来ると回答する割合						
	数値目標	90%	実績数値	100%	目標達成度	111.1%			
その他目標値の 実績	目標値		目標値		目標達成度				
実績 ／ 達成度 ⑬	計画に対する 実績(数値)	支援企業 数(計画)	13.0	支援企業 数(実績)	13.0	支援 実績率	100.0%	満足度	88.3
	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)	3次元CAD 応用講座 建築及びものづくり事業者に対し、CADを用いた設計を学習させ、作業の効率化に寄与し							
		指標	参加事業者の内、業務へ実践出来ると回答する割合						
	数値目標	90%	実績数値	79%	目標達成度	87.3%			
その他目標値の 実績	目標値		目標値		目標達成度				

令和2年度（2020年度）小規模事業経営支援事業 地域活性化事業実績報告書

北大阪商工会議所

事業名		課題別人材育成事業							
想定する実施期間		H25 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 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	中小企業・小規模事業者の経営力強化にとって、人材の能力育成が課題である一方で、独自で職場外教育訓練を実施することは、費用などの諸問題により困難であることが見受けられる。そこで地域の経営支援機関である商工会議所・商工会が研修事業を実施することにより、中小・小規模事業者に対する人材育成の場を提供し、その経営力強化を図る。本事業では経営課題別の人材育成事業を実施する。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	全業種を対象とする。経営課題を認識し、課題解決を目指す中小・小規模事業者の経営者又は社員を対象とする。							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>「オンラインツールを活用したニューノーマルの働き方」                      令和2年12月 2日(水) 14:00～15:30                      令和2年12月10日(木) 11:00～12:00                      支援事業所数10社 参加者数10人</p> <p>「withコロナ時代 新規顧客への営業方法」                      令和2年12月8日(火) 18:30～20:00                      支援事業所数4社 参加者数4人</p> <p>「コロナ禍で考える事業運営」                      令和2年12月15日(火) 18:30～20:00                      支援事業所数6社 参加者数7人</p> <p>再実施版「オンラインツールを活用したニューノーマルの働き方」                      令和3年2月24日(水) 11:00～12:00                      支援事業所数15社 参加者数16人</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	北大阪商工会議所が主幹となり、管内事業所に従事する就業者に対して、セミナー毎にチラシを会報へ折り込み(約3,500通)、LINEやメルマガでの配信、過去の受講者への案内も行った。						
		④相談事業相乗	支援企業数36社のうち、カルテ化を行ったのは6社という結果になった。他のメニュー支援を増加させるため、事後フォローを努めていく。						
	計画に対する実績(数値)	総支援企業数(計画)	72.0	総支援企業数(実績)	35.5	支援実績率	49.3%	満足度	77.2
	事業全体の実績/目標達成度	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	総支援企業数目標72社に対し、35.5社しか支援することが出来ず、支援実績率49.3%という結果になった。大きな要因としては新型コロナウイルス感染症の影響により開催時期が遅れ、受講者が参加しにくい年末に実施日が重なってしまったことが考えられる。満足度に関しては80.3点と高い結果になった。 今年度は事業所が新型コロナウイルス感染症に向き合うために、「リモートツール」「営業」「経営」の3つテーマを題材にした講座を開講した。受講者はオンラインツールの活用方法や非対面での営業方法、コロナ禍での事業運営について学ぶことが出来た。						
			代表指標	事業課題解決に役立ったとする事業所の割合					
			数値目標	90%	実績数値	100.0%	目標達成度	111.1%	
成果の代表事例	製造業S社 再実施版「オンラインツールを活用したニューノーマルの働き方」に参加。テレワークの動向やオンラインツールの使用方法について理解を深めることが出来た。オンラインツールを使用すると業務効率化に繋がるということで、社内で導入することを前向きに検討することになった。								
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）	新型コロナウイルス感染症の影響により、偏った時期に開講してしまったことが大きな要因だと考えられる。次年度は各セミナーごとの間隔を空けるとともに、募集時期を長くすることを心掛ける。また、感染対策を意識し、オンラインでセミナーを開催をしたが多くの方が使用しているZOOMではなく、受講者が免疫のないTeamsで開催したことも受講者が集まらなかった原因だと思う。次年度に関しては、感染症対策を徹底し、出来るだけリアル開催を心掛けるが、感染拡大の傾向が見られる場合は、ZOOMを使用したオンラインセミナーなど、受講者が少しでも参加しやすい方法での開催を実施する。
------	--	---

【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)	18.0	支援企業数(実績)	10.0	支援実績率	55.6%	満足度	77.5
	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）	コロナ禍で注目度が高いテレワークの動向やテレワークに欠かせないオンラインツールの使用方法を学ぶことが出来た。また多くの受講者がオンラインツールの利便性を学び、導入を検討することになった。							
		指標	事業課題解決に役立ったとする事業所の割合						
	数値目標	90%	実績数値	60%	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				
実績／達成度②	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	18.0	支援企業数(実績)	4.0	支援実績率	22.2%	満足度	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）	感染症拡大の影響により非対面（非接触）が求められる中、新規顧客開拓を行う目的を改めて認識し、必要な準備方法や正しいアプローチ方法を学ぶことが出来た。							
		指標	事業課題解決に役立ったとする事業所の割合						
	数値目標	90%	実績数値	100%	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③	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	18.0	支援企業数(実績)	6.0	支援実績率	33.3%	満足度	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）	コロナショックなどの経済的混乱が発生した際に、危機的状況に陥りやすい企業の共通点を認識し、事業運営の見つめ直し方や、今後の対策を行う上でのポイントを身に付けることが出来た。							
		指標	事業課題解決に役立ったとする事業所の割合						
	数値目標	90%	実績数値	57%	目標達成度	63.3%			
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)	18.0	支援企業数(実績)	15.5	支援実績率	86.1%	満足度	71.6
	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）	テレワークのメリットやデメリット、オンラインツールのセキュリティを認識することが出来た。またオンラインツールを活用した業務効率化スキルを身に付けることが出来た。							
		指標	事業課題解決に役立ったとする事業所の割合						
	数値目標	90%	実績数値	69%	目標達成度	76.7%			
その他目標値の実績	目標値(計画)		目標値(実績)		目標達成度				

令和2年度（2020年度）小規模事業経営支援事業 地域活性化事業実績報告書

北大阪商工会議所

事業名		大阪府東部地区商工会議所リサイクル技術委員会							
想定する実施期間		S57 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 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	大阪東部地区商工会議所の合同により、廃棄物・排水等の減量化・再利用等をはじめ、企業のあらゆる環境問題に対する相談事業、及び、環境保全に先進的に取り組む企業への視察研修会を実施することにより、資源の有効利用・環境保全を支援し、企業の業務改善、コスト削減、環境分野への新規ビジネス参入につなげる。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	大阪府東部地区商工会議所管内（枚方市、寝屋川市、交野市、守口市、門真市、大東市、東大阪市、八尾市、松原市）における、製造業・建築業・サービス業者等の中小企業							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	リサイクル技術委員複数名の事業所訪問による技術指導を各所年1回を予定し、環境保全に先進的に取り組む企業への視察研修会を開催。 2020年度実績 7月：切削加工並びに産業用生産設備部品等の制作業 東大阪、12月：各種設備機械・精密部品加工製造業 守口門真 1月：木工製造業 大東、2月 地域密着型再生可能エネルギー事業コンサルティング 北大阪 3月：選択業 松原 3月：プラスチック成形材料製造業 八尾 ●環境保全優良企業視察 コロナウィルス感染症の影響を鑑みて中止 <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	大阪府東部地区商工会議所（北大阪、守口門真、大東、東大阪、八尾、松原）の合同により開催。近隣地域で連携することにより、地域・業種に共通する環境問題を共有し、ある事業所には廃棄物であっても別の事業所では資源として活用できるなど、各企業の排出廃棄物情報を集め、環境保全活動を促進する。							
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)	6.0	総支援企業数(実績)	6.0	支援実績率	100.0%	満足度	95.0
	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)	今回はリサイクル方面にとどまらず省エネ・SDGsの観点から、木質バイオマス発電所における燃焼灰資源化事業推進に係る課題について取り上げた。バイオマス発電では木材を使用するため、必ず焼却灰が発生し、その再利用が課題となっていた。この課題の解決に向け関係各所に働きかけたものの、様々な壁に直面し、なかなか前に進まなかったが、焼却灰の性質を科学的に分析し路盤材として活用する道が開けたことでどの組織にアプローチすれば良いかを整理し、突破口を見出すことができた。							
		代表指標	相談企業数						
		数値目標	6	実績数値	6	目標達成度	100.0%		
	成果の代表事例	サービス業I社：焼却灰ミックス路盤材の扱いで現地M市担当者との見解の違いで折り合いが付きにくかったが、廃棄物の有効利用についての知識習得ができ、異なる切り口から別の担当機関・部署にアプローチを図る等、有効なアドバイスを頂く事ができたと考えます。							
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)	環境問題について企業の規模を問わず取り組まれている事業所は多いが、ある程度規模の多い事業所でさえ担当者単位で改善策について日々検討しているという現状もある。事業所に対する豊富な現地指導経験を持つ専門家による実地指導は、事業所の環境負荷低減の意識向上のみならず、コスト削減にも効果的であり、引き続き、事業の推進に努めていきたい。より専門化しているリサイクルの課題に対して年各所1回の実施とし、重点的な支援を行う。また将来的には、省エネやSDGsについても前向きに取り組んでいきたい。							

北大阪商工会議所

事業名		中部圏販路開拓支援事業																																											
想定する実施期間		31 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 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	現状、管内および府内を中心とした展示会は継続的に実施されており、域内の取引は活性化してきたといえる。今後、企業が事業拡大を図り、知名度を向上させるために、域外に向けた発信が重要である。 今回、北大阪商工会議所及び大東商工会議所の管内企業共同で中部地方で実施される「国際総合展示会」へ出展し、出展企業の技術力や製品、サービスのPRを行い販路開拓に繋げるとともに、枚方・寝屋川・交野・大東市の知名度を向上させる。管内の強みである機械器具や金属製品製造・加工業を中心とした付加価値の高い製品を、自動車産業、航空機産業が強みである中部圏で実施される「国際総合展示会」でPRすることにより、広域での事業者ネットワークが構築され、事業者双方の価値向上が期待できる。																																											
	支援する対象 (業種・事業所数等)	枚方・寝屋川・交野・大東市のうち製造業を中心とした建設業・卸小売業・サービス業などの事業者を対象とする。 4市の事業所数23,710社（平成28年経済センサス調べ）																																											
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>「メッセナゴヤ2020」への出展を支援する。 会期：2020年11月4日（水）～7日（土） 小間数：12小間 内容：5月に出品者募集を行う。 9月上旬に出品者説明会を開催。 地元クリエイターと協業して、事前準備からフォローアップまでの支援を行う。各社毎に何をPRするべきか、そのためにはどのような販促物が必要かをクリエイターと協業により考え、実際の成約に結びつくようにブースの作り込みをしていく。 その上で会期中に各企業の商品・製品の展示・実演等のフォローを行う。 会期終了後も昨年度と同様にフォローアップを行う。</p> <p>&lt;事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載&gt;</p> <table border="1"> <tr> <td>①府施策連携</td> <td colspan="8">大阪産業局独自事業1番「クリエイターと連携した新たなビジネスや価値の創出支援」大阪産業局クリエイティブ産業推進部と連携し、事業を行う。</td> </tr> <tr> <td>②広域連携</td> <td colspan="8">大東商工会議所と連携して、出品者の募集を行う。</td> </tr> <tr> <td>③市町村連携</td> <td colspan="8"></td> </tr> <tr> <td>④相談相乗</td> <td colspan="8">新規取引を必要とする事業者への取引活性化の一策として提案、販路開拓支援を展開する。</td> </tr> </table>								①府施策連携	大阪産業局独自事業1番「クリエイターと連携した新たなビジネスや価値の創出支援」大阪産業局クリエイティブ産業推進部と連携し、事業を行う。								②広域連携	大東商工会議所と連携して、出品者の募集を行う。								③市町村連携									④相談相乗	新規取引を必要とする事業者への取引活性化の一策として提案、販路開拓支援を展開する。							
	①府施策連携	大阪産業局独自事業1番「クリエイターと連携した新たなビジネスや価値の創出支援」大阪産業局クリエイティブ産業推進部と連携し、事業を行う。																																											
	②広域連携	大東商工会議所と連携して、出品者の募集を行う。																																											
③市町村連携																																													
④相談相乗	新規取引を必要とする事業者への取引活性化の一策として提案、販路開拓支援を展開する。																																												
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)	12.0	総支援企業数(実績)	0.0	支援実績率	0.0%	満足度	0.0																																				
事業全体の実績／目標達成度	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	2020年5月号6月号会報誌にて募集を行い、11社の申込みがあった。ブースデザインについてもMEBICデザイナーと協議を重ねていたが、8月19日にメッセナゴヤ実行委員会事務局から中止の案内が届き、残念ながら事業の実施には至らなかった。																																											
	代表指標	引き合い件数																																											
	数値目標	1860件	実績数値	0件	目標達成度	0.0%																																							
事業全体の実績／目標達成度	成果の代表事例	特になし。																																											
	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)	次年度においても新型コロナウイルス感染症の影響が続くことが予想されるため、メッセナゴヤへの参画を断念することとなった。安心してリアル開催が可能となった暁には改めて共同出展事業を企画し、中部圏への販路開拓を支援していきたい。																																											

北大阪商工会議所

事業名	小規模事業者向け販促Webサイト構築支援事業
想定する実施期間	H27 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
事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	<p>近年、販路開拓におけるデジタル化への取り組みは避けることができなくなってきた。B2CかB2Bかに関係なく、グローバルかローカルかにも関係なく、インターネットで調べることは当たり前であり、インターネットで情報発信を行わないことは機会損失につながり、逆に上手く活用すれば企業規模の大小を問わず「ビジネスチャンス」をつかめる時代である。</p> <p>そのため、公式情報を発信するWebサイトの重要性はますます高まり、仕組みも役割も変化している。スマートフォン対応は言うまでもなく、セキュリティ強化に加え、実事業とリンクした顧客価値中心の情報発信が求められるようになった。連携して情報拡散やファンづくりによって誘客するSNS活用も必須である。</p> <p>また、Webサイト管理技術も進歩していることから、最新の管理環境を使うことで、操作性向上や部分的な自動化により運用を効率化できる。</p> <p>しかし、小規模事業者においては、Web専任者不在や日常業務多忙のため知識スキル不足となり、取り組みの遅れが見受けられる。</p> <p>そこで当事業では、時代に合った戦略を立て、自社に合った方法を選択し、Webサイトを核としたインターネットによる販路開拓への取り組みを開始できる、あるいは、改善して効果を得られる小規模事業者を増加させる。</p>
支援する対象 (業種・事業所数等)	北大阪（枚方・寝屋川・交野）・東大阪・豊中エリアのあらゆる業種の小規模事業者を対象とする。
事業の概要	<p>●人材交流型</p> <p>【A】Webサイト構築</p> <p>A-① 戦略策定、サイト基礎構築</p> <p>経営戦略を意識したWeb集客戦略を立てていただき、Webの最新動向を解説するなど効果あるサイト構築に必要な正しい基礎知識を提供した。戦略にそって、サイトのベースとなるトップページを中心とした基礎ページの作成を行った。</p> <p>《北大阪商工会議所（会場：枚方ビーゴ）》</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・2020年9月28日、10月5日、12日、19日</li> <li>・2020年11月20日、27日、12月4日、11日</li> </ul> <p>《東大阪商工会議所（会場：東大阪商工会議所）》</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・2020年8月18日、21日、24日、28日</li> <li>・2020年11月2日、6日、9日、12日</li> <li>・2021年2月15日、18日、22日、25日</li> </ul> <p>A-② 販路に活用できるサイト構築</p> <p>A-① 終了程度の知識前提、Web集客戦略の確認から開始、SEO対策や訪問者の動線を考慮した構成の検討、コンテンツへの落とし込みを行い、各社目標とする成果を目指しサイト構築計画を立てた。計画にそって実際にサイト構築や既存サイトの改善にチャレンジした。</p> <p>《北大阪商工会議所（会場：枚方ビーゴ）》</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・2021年2月5日、12日、19日、26日</li> </ul> <p>①②とも、ワークにより各種手法の定着を、参加者間のディスカッションにより顧客視点の気づきを狙った。最終日には専門家がレビューを行い講座後のブラッシュアップを促した。ページ作成やサイト構築は1人1台のパソコンでCMSを用いて行った。</p> <p>●人材育成型</p> <p>【B】Webサイト集客プロモーション</p> <p>Webサイトへの訪問者流入を増やす手法について、小規模事業者が使いやすいGoogleの無料ツール（マイビジネス、アナリティクス、他）を中心に、補足としてSNSや広告も交えて最新情報を提供した。実施前の段取り、実施後の効果把握から改善計画、再実施のPDCAの重要性の理解を促した。</p> <p>《北大阪商工会議所（会場：枚方ビーゴ）》</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・2020年11月13日</li> <li>・2021年3月5日</li> </ul> <p>※【A】【B】とも、開催にあたっては、新型コロナウイルスの状況を考慮し、会場は密にならない定員に抑え、その会場をオンラインで繋ぎ、【会場開催】と【オンライン開催】を同時進行した。</p> <p>&lt;事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載&gt;</p>

	①府施策連携								
	②広域連携	北大阪（枚方・寝屋川・交野）・東大阪・豊中エリアで事業を展開した。北大阪商工会議所がセミナー内容監修役となり、流行が早いWeb最新動向を考慮したセミナー内容となるように調整した。							
	③市町村連携								
	④相談相乗	セミナー受講によって得られるWeb戦略策定における基本プロセスおよび実践を上手く自社に適用し販促に繋げられるよう、終了後も経営指導員による伴走型継続支援を行った。 カルテ化：参加113社中21社（約18.6%）							
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)	101.0	総支援企業数(実績)	113.0	支援実績率	111.9%	満足度	88.9
	目標の達成度 （支援企業をどう変化させることができたか）	<p>支援企業数内訳</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>北大阪78社、東大阪30社、豊中5社</li> </ul> <p>参加企業で起きた様々な変化</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>異業種交流により新たな気付きを得られる</li> <li>Web販路開拓戦略は経営戦略と連携していることを認識する</li> <li>顧客視点で考えることの重要性に気付く</li> <li>情報技術や消費者動向の変化に応じた販促の必要性に気付く</li> <li>自社の強みの分析等が販路開拓の要因として重要であることに気付く</li> <li>新たな販路として活用できるWEBサイトのベースが構築できる</li> <li>Webサイトプロモーション手法を理解する</li> <li>PDCAによる継続運営の重要性に気付く</li> </ul>							
	代表指標	上記変化のいずれかの様子が見られ、課題解決策を得て、その対策に取り組んだ事業者の割合							
	数値目標	50%	実績数値	67.6%	目標達成度	135.2%			
	成果の代表事例	<p>A-① 戦略策定、サイト基礎構築</p> <p>I社：会社合併に向けた新規WEBサイト構築を効率よく進め、検索エンジン対策もしっかりと行い、新会社スタート時には会社名で検索結果上位に新サイトがあがるようになった。</p> <p>A-② 販路に活用できるサイト構築</p> <p>I社：新型コロナウイルスの影響で対面営業が制限されたため、代わりにWEBサイトを改善し営業ルートとして活用を試みた。結果WEBサイトからの問い合わせが少しずつ寄せられるようになった。</p> <p>B Webサイト集客プロモーション</p> <p>D社：これまで業者に頼りブラックボックスであったプロモーション手法について理解し、日々の運用を自ら行い販促活動のPDCAサイクルをまわすことができるようになった。</p>							
その他目標値の実績	目標値（計画）		目標値（実績）		目標達成度				
実施結果	課題及び次期以降への取組み（実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか）	<p>新型コロナウイルスの影響により、WEB活用の重要性が一気に高まった。差し迫って使い始めるのだが、どこから手を付ければよいかわからない小規模事業者が多数見受けられる。当事業の役割が益々重要になっている。</p> <p>また、すぐに活用を始められる事業者と難航する事業者の差が開きつつある。これに対しては【A】のスキルレベル分けが有効である。最新情報の提供には【B】が有効に働く。</p> <p>今後も、セミナーと相談事業を連携させ、より多くの事業者の支援を継続し行っていく。</p> <p>東大阪エリアで定着したように、他のエリアでも支援メニューを利用できれば効果の上がる事業者が多いと考える。府内全域の小規模事業者に対するWEB販促の充実を図るべく、対象エリアを順次広げたいと考える。</p>							

【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 A ①	計画に対する実績 (数値)	支援企業数(計画)	56.0	支援企業数(実績)	58.0	支援実績率	103.6%	満足度	88.4
	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)	支援企業数内訳 ・北大阪26社、東大阪30社、豊中2社 参加企業で起きた様々な変化 ・異業種交流により新たな気付きを得られる ・Web販路開拓戦略は経営戦略と連携していることを認識する ・顧客視点で考えることの重要性に気付く ・情報技術や消費者動向の変化に応じた販促の必要性に気付く ・自社の強みの分析等が販路開拓の要因として重要であることに気付く ・新たな販路として活用できるWEBサイトのベースが構築できる ・Webサイトプロモーション手法を理解する ・PDCAによる継続運営の重要性に気付く							
		指標	上記変化のいずれかの様子が見られ、課題解決策を得て、その対策に取り組んだ事業者の割合						
		数値目標	50%	実績数値	68%	目標達成度	135.2%		
その他目標値の実績	目標値 (計画)		目標値 (実績)		目標達成度				
実績／達成度 A 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)	21.0	支援実績率	140.0%	満足度	86.2
	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)	支援企業数内訳 ・北大阪18社、東大阪0社、豊中3社 参加企業で起きた様々な変化 ・異業種交流により新たな気付きを得られる ・Web販路開拓戦略は経営戦略と連携していることを認識する ・顧客視点で考えることの重要性に気付く ・情報技術や消費者動向の変化に応じた販促の必要性に気付く ・自社の強みの分析等が販路開拓の要因として重要であることに気付く ・新たな販路として活用できるWEBサイトのベースが構築できる ・Webサイトプロモーション手法を理解する ・PDCAによる継続運営の重要性に気付く							
		指標	上記変化のいずれかの様子が見られ、課題解決策を得て、その対策に取り組んだ事業者の割合						
		数値目標	40%	実績数値	48%	目標達成度	119.0%		
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 B	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)	34.0	支援実績率	113.3%	満足度	91.5
	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)	支援企業数内訳 ・北大阪34社、東大阪0社 参加企業で起きた様々な変化 ・異業種交流により新たな気付きを得られる ・Web販路開拓戦略は経営戦略と連携していることを認識する ・顧客視点で考えることの重要性に気付く ・情報技術や消費者動向の変化に応じた販促の必要性に気付く ・自社の強みの分析等が販路開拓の要因として重要であることに気付く ・Webサイトプロモーション手法を理解する ・PDCAによる継続運営の重要性に気付く							
		指標	講座内容を理解し、上記変化のいずれかの様子が見られた事業者の割合						
		数値目標	70%	実績数値	88%	目標達成度	126.0%		
その他目標値の実績	目標値 (計画)		目標値 (実績)		目標達成度				