

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	守口門真商工会議所	
	代表者職・氏名	会頭 小倉 庸敬	
	所在地	〒571-0045 大阪府門真市殿島町6番4号	
	担当者	職・氏名	商工振興部 中小企業相談所 所長 小西 敬人
		連絡先	TEL（直通）： 06-6909-3303
Fax： 06-6909-3409			
E-mail： konishi@mk-cci.jp			
①設立年月日	昭和45年4月1日		
②職員数 （うち経営指導員数）	20名（経営指導員14名）（令和3年3月31日現在）		
③所管地域	守口市・門真市		
④管内事業所数	守口市・門真市 合計11,589（平成28年度経済センサス）		
⑤管内小規模事業者数	守口市・門真市 合計8,258（平成28年度経済センサス）		
⑥会員数（組織率）	2,817件（組織率24.30%）（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）			
<p>(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おこなうこと (4) 商工業に関する情報及び資料の収集又は刊行をおこなうこと (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、鑑定又は検査をおこなうこと (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</p>			

<p>(1) 事業の目標</p> <p>商工業ともに事業を実施する中で、事業者が抱える課題の解決策の提示と実行支援、及び支援機関等へコーディネートを行う。支援方法として専門家や行政（守口市・門真市）、地域の支援機関で組織する「もりかど産業支援機関ネットワーク」を活用することで、単独組織の支援では成し得ない「きめ細やかな支援」を実現する。商業は個店の魅力強化を支援すると共に、行政、商店街、商業団体と連携し、地域ブランドを創出することで、地域全体の活性化を図る。工業は幅広い連携体制のもと、認定事業や補助金等を活用し、当地域のものづくり企業の代表といえる事業所を複数発掘・育成することを目標とする。また商業、工業の共通の目標として、人材の定着及び育成を図る。</p> <p>【事業体系】</p> <p>○商業関係：①商業活性化促進事業 ②小規模事業所来店者促進事業 ③売りメッセ取引商談会in東大阪</p> <p>○工業関係：①守口門真ものづくり元気企業 ②大阪勧業展 ③ビジネスチャンス発掘フェア2020 ④リサイクル技術委員会 ⑤北大阪高等職業技術専門校活用事業 ⑥ものづくり優良企業賞応募企業発掘・支援事業</p> <p>○全般：①創業塾 ②CSR普及啓発事業 ③SB/CB創出支援事業 ④人材定着育成研修</p> <p>○税務、法務、労務、経営に関する専門家による支援</p>
<p>(2) 事業を実施した具体的な内容、方法及び工夫した点</p> <p>令和2年度は新型コロナウイルス感染症による緊急事態宣言の発令により商業・工業を問わず管内の事業所は深刻な打撃を受けた。事業者が直面する課題に対し積極的な伴走型支援を行い、日本政策金融公庫や地域の金融機関と連携し迅速な資金調達支援を行った。また国や行政から打ち出される新型コロナウイルス感染症関連施策の活用を促すため補助金活用を含む事業計画書作成支援等を積極的に行った。商業関係においては、個店の魅力向上及び強化の取り組みをおこなった。逸品紹介冊子「名店パスポート」製作及び「大商業祭」の実施については、新型コロナウイルス感染症拡大防止のためイベント形式ではなく当所HPにおいて専門ページを作成する等、ITを活用した方法で支援を実施した。工業関係においては、「守口門真ものづくり元気企業」認定事業を実施し、新たに7社を認定した。ステップアップを狙ったハンズオン支援も定着しつつあり、過去の元気企業認定事業所2社を「関西ものづくり新撰」認定に繋げた。展示会事業は展示会補助事業と効果的に連携を図れており、延べ46社の販路開拓の支援を行うことができた。創業塾においては、事前に創業に興味のある方を対象に創業プレセミナー開催した。この参加者に対し創業塾をPRすることで、意欲と能力の高い参加者の確保に繋げることができた。昨年度は新たに「人材定着育成研修」を実施し、中小企業の人材定着・育成に係る課題を解決すべくセミナーを若手社員編と経営者・管理職編の2コースを企画し実施した。</p>
<p>(3) 事業を実施した効果、所管地域の活性化の状況</p> <p>令和2年度は新型コロナウイルス感染症の影響による国内外からの資材供給の停止や国民の活動自粛により、様々な業種の事業者の資金繰り・補助金申請による事業計画書作成等の相談が増加し、迅速な支援・対応を行った。商業関係においては、実施事業により新規来店者の増加や、既存顧客の満足度向上などの効果が報告されており、個店の魅力向上及び強化に繋がり、経営者のモチベーションアップにも寄与した。工業関係においては、認定事業による技術力の高い事業所の掘り起こしと一定のブランド化を図れている。また、経営指導員による事業や技術内容の把握により、適切な補助金等支援策の積極的な活用に向けた提案とフォローが出来ており、経営相談支援事業との相乗効果による実効性の高い支援へと繋がっている。</p>
<p>(4) 事業を実施した結果浮かび上がった課題</p> <p>商業・工業の事業者ともに新型コロナウイルス感染症の影響により多大な打撃を受けており、資金繰り・従業員の雇用等の課題について長期化することが懸念される中、課題の把握やニーズの掘り起こしを引き続き積極的に行う必要がある。国や行政から新型コロナウイルス感染症関連施策が打ち出されている中、経営指導員によって情報量や対応力に個人差があることが課題である。商業においては、新型コロナウイルス感染症により、大々的なイベントが実施できず、個店のPRが難しくなっている。その中でもECサイトでの販路やSNS等、ITを活用したPRに積極的な個店とそうでない個店の格差が広がっている。その時代に対応した事業主の意識改革が課題である。工業においては、若手並びに専門的知識・能力のある人材の確保が課題となっている。また、先の見えない新型コロナウイルス感染症の影響が続く中、営業力とPR力の強化も課題であり、地域ものづくり企業のブランド化を進めていく必要がある。</p>
<p>(5) 次年度の取り組み</p> <p>商業においては、新型コロナウイルス感染症の影響により、地域全体でのイベント実施による販路拡大を行うことは難しいと考えられるため、個店支援を中心に商品・サービスの魅力発信を行っていく。また、商業者に対し非対面型ビジネス等への対応及びキャッシュレス化に対応するため、各種補助金の支援を積極的に行っていく。工業においては、認定事業にて技術力の高い事業所の掘り起こしを行い、ブランド化を進める。さらに北摂地域のものづくり企業との個別相談会の実施や、技術の伝承を円滑に行えるよう事業承継支援も継続的に行っていく。さらに商業・工業の事業者ともに、長期化が懸念される新型コロナウイルス感染症の影響による様々な経営課題について国・府等から出される支援施策について経営指導員が正確に把握し、課題解決に繋がるよう支援を行っていく。</p>

3. 経営相談支援事業・専門相談支援事業 守口門真商工会議所

I 経営相談支援事業

支援のポイント・成果

事業所カルテにおいて、新型コロナウイルス感染症対策支援もあり、事業計画目標以上に様々な課題について総合的に支援を行うことができた。支援のポイントとして事業者ニーズや経営課題を聞き取り、課題に応じて随時、相談支援事業にて対応した。

新型コロナウイルス感染症の影響による金融支援が年初計画以上の実績数値を残しており、資金繰り計画作成支援を含め、経営指導員が金融機関と密な調整を行い、相談者に対し迅速な資金調達を行えるように支援した。また創業支援については創業塾受講者に対し創業に向け様々な支援を行い、創業後も記帳支援など総合的にフォローを行った。守口門真ものづくり元気企業のステップアップとして、「関西ものづくり新撰」や各種補助金申請支援、先端設備導入計画・事業継続力強化計画策定といった事業計画書作成支援も積極的に行った。

【成果の代表事例】

当社は製造設備・システムに強みを持っている企業である。新製品の開発が終盤に差し掛かる中、販売に向けた準備を行うべく専門家を活用。また、海外支社との取引に伴う貿易に関する課題にも専門家を活用し対応した。さらに、小規模事業者持続化補助金を活用し、費用対効果の高い販売促進活動を予定している。また、最近多発している地震等の自然災害への対応として、大阪府の簡易版BCPを活用し行動マニュアルを作成した。

結果、経営上の課題を経営指導員が適切に選別し、各種高度な課題にも適切に対処できた。さらに、今後起こり得る災害等への危機管理意識も高めることができています。

- ① 専門家による販路拡大及び海外取引の相談
- ② 事業計画の作成支援
- ③ 事業継続計画の作成支援

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	365	381	104.4%	5
支援機関等へのつなぎ	支援数	1	2	200.0%	5
金融支援（紹介型）	支援数	95	98	103.2%	5
金融支援（経営指導型）	支援数	28	30	107.1%	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	8	10	125.0%	5
記帳支援	事業所	25	26	104.0%	5
労務支援	支援数	8	8	100.0%	5
人材育成計画作成支援	事業所	0	0	—	—
マーケティング力向上支援	事業所	0	0	—	—
販路開拓支援	支援数	15	20	133.3%	5
事業計画作成支援	支援数	185	187	101.1%	5
創業支援	事業所	20	23	115.0%	5
事業継続計画（BCP）作成支援	事業所	3	5	166.7%	5
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	5	5	100.0%	5
5S支援	事業所	0	0	—	—
IT化支援	事業所	1	2	200.0%	5
債権保全計画作成支援	事業所	0	0	—	—
事業承継支援	事業所	0	0	—	—
災害時対応支援	事業所	124	124	100.0%	5
フォローアップ支援	事業所	40	54	135.0%	5
結果報告	事業所	220	322	146.4%	5

II 専門相談支援事業

支援のポイント・成果

事業所が抱える課題の解決を専門的知識を持つものによる相談を行う。税理士による適正な税務を推進する税務相談、弁護士による法律相談、金融相談専門員による金融相談等、企業の高度な問題の解決に向けて積極的な支援を行っている。また、特許等の知的財産権やISO、貿易実務等についても対応できるよう随時専門相談員と密に連携を取り、幅広い課題の解決にも取り組んでいる。特に今年度は新型コロナウイルス感染症の影響により支援施策が数多く出されたことで小規模事業者持続化補助金申請支援や雇用調整助成金の申請において中小企業診断士や社会保険労務士による支援を積極的に活用した。

事業名	新規/継続	指標	目標数値	実績数値	達成率	事業評価
税務相談	継続	相談者数	11	13	118.2%	5
税務相談（確定申告）	継続	相談者数	19	19	100.0%	5
法務相談	継続	相談者数	3	4	133.3%	5
労務相談	継続	相談者数	31	34	109.7%	5
経営相談	継続	相談者数	66	60	90.9%	4

Ⅲ 地域活性化事業

支援のポイント・成果

事業全体として、地域巡回や経営相談支援事業におけるニーズを基に、事業の立案・改善を行っており、ターゲットを意識した事業の実施を基本としている。創業塾においては、事前に創業に興味のある方を対象に創業プレセミナーを開催し、この参加者に対し創業塾をPRすることや、SNS等の広告ツールを活用し受講者数の確保につなげるよう努め、目標以上の受講者を集めることができた。

商業関連事業については、小規模事業所来店者促進事業と商業活性化促進事業を実施。名店パスポートとしてお店の逸品を紹介する冊子を発行する予定であったが、新型コロナウイルス感染症拡大防止の観点から冊子発行ではなく、WEB版として当所HPに専門ページの作成や会議所発信のSNSを活用し個店PRを行った。WEB版にしたことでターゲット層が若年層に移行することが予想されたため、WEB版に対応できない方々向けに参加者一覧を作成し幅広い年齢層の方々に対し個店PRが出来るよう努めた。また、「大商業祭」についても大々的なイベント方式では実施できなかったため、スタンプラリーとして消費者が直接、個店に訪問してもらう方式に変更して実施した。訪問する店舗数により応募できる商品を変えたことや応募はがきを参加店のみに置くことで、多くの消費者に個店に訪問してもらうことができた。

工業関連事業については、守口門真ものづくり元気企業認定事業を実施し、7社の申請認定に繋げると共に、過去の元気企業認定事業所2社を「関西ものづくり新撰」認定に繋げた。ステップアップ認定事業として、一定の定着化を図れており、毎年メリットの見直しも実施している。単体の事業で終えることの無い様、本事業にて掘り起こされた技術的強みを「ビジネスチャンス発掘フェア」や「大阪勧業展」、その他大規模展示商談会での販路拡大に活用するよう促している。また、昨年度より実施している「人材育成定着研修」では人材不足に悩む中小企業に対しセミナーや体験談の講演を実施し、人材育成・定着の重要性や難しさを感じてもらえることができた。人材育成・定着の問題は今後も続くと考えられるため、課題解決に向け時代に即した事業の実施を検討していく必要がある。

(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	
	商業活性化促進事業	45	66	146.7%	69.5	消費者ニーズを把握することで、販売促進につながった事業所の割合	80	19.7	24.6%	3
	小規模事業所来店者促進事業	80	65	81.3%	71.7	販売促進効果を得たまたは来店客数が増加した企業	64	21	32.8%	3
○	創業塾	30	31	103.3%	89.0	創業に向けて取組を始めた創業予定者数	5	20	400.0%	5
○	守口門真ものづくり元気企業	112	109	97.3%	68.9	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	70	100	142.9%	5
	人材定着育成研修	60	38	63.3%	73.0	個人の基礎的能力が向上し、会社で活かされると回答した割合	70	72	102.9%	5
(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	

※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。

守口門真商工会議所

事業名		商業活性化促進事業							
想定する実施期間		22 年度～ 年度まで ※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)	地域商業者の集結するイベントの開催により、個店の活性化を図る。地域の個店が低迷する理由としては、①消費者ニーズが捉えられていない、②少子高齢化による客数の減少、③大型店・スーパーの出店（オーバーストア状態）、④経営者の高齢化及び後継者不足などが挙げられる。イベントを通じて、消費者ニーズを把握し、大型店やスーパー等との差別化を図るため、特色ある個店を目指すと共に、PRを行う。							
	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積極的に取り組む姿勢を持つ、前向きな事業所、及び自慢の逸品を持つ事業所を対象とする。							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	R2.6月中旬 商業振興委員会正副委員長及び担当副会頭に説明、大阪府へ変更申請提出。 R2.8月上旬 大阪府より変更承認を受ける。 R2.11月上旬 FAXおよび商工会議所報にて事業者へ募集案内。 R3.1月16日～31日 大商業祭スタンプラリーを実施。 R3.2月1日～26日 参加事業所フォロー 一日イベントを予定していたが、新型コロナウイルス感染症の拡大により三密を避けるため実施方法を変更。商業振興委員や対象事業者の意見を聞き、スタンプラリー方式に変更。 <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	守口市及び門真市の担当課の方に、本事業の実施方法についてのアドバイスをいただいた。								
④相談相乗	カルテ化には至っていないが、商品のPR方法についてアドバイスを求められた。								
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)	45.0	総支援企業数(実績)	66.0	支援実績率	146.7%	満足度	69.5
	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)	従来は、「大商業祭」として商工PRイベントを年に1回開催し、大勢の人に来ていただいていたが、新型コロナウイルス感染症の影響により密を避ける必要があり、今回は消費者に各店舗を回ってお買い物をしていただくスタンプラリー方式に変更した。消費者への動機付けのため、応募していただく賞品をプレゼントする企画を実施。回った店舗数により応募賞品を変えたこと、応募はがきを参加店のみに置いたことにより、消費者がより多くの守口門真地域の店舗を回るきっかけづくりができた。 また、スタンプラリー開始に併せて、新聞折込や、参加店、両市役所、当所HP、インスタグラムによるPRを行った。							
	代表指標	消費者ニーズを把握することで、販売促進につながった事業所の割合							
	数値目標	80%	実績数値	19.7%	目標達成度	24.6%			
	成果の代表事例	●守口市内のサービス業A社の事例 新型コロナで客足が落ちている中、チラシを見て初めてのお客様の来店があった。 ●門真市内の小売業B社の事例 会議所の方に声をかけてもらい初めて参加したが、お店・商品のPRができてよい宣伝になった。新規のお客様も来てくださったし、既存客との話題にもなりとてもよかった。							

	目標値 (計画)	3,800	目標値 (実績)	5,625	目標達成度	148.0%
その他目標値の実績	参加店舗の商品・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し、出店企業1社あたり約85名の来客を見込んだ。緊急事態宣言下での開催となり店舗ごとの来店数に差はあったものの参加企業数が多かったため、目標値を達成。					
実施結果	<p>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> <p>従来の形を変えざるを得なかったこと、また緊急事態宣言下での実施となったこともあり、本事業による効果を感じた事業所数は13社と少なかったが、満足度は82点と高かった。各店舗に応募はがきを設置したが、時短営業・休業した店舗もあったことから、配布しきれなかったところもあった。</p> <p>参加店舗の声として、「各種イベントが中止となる中で事業を実施してくれて有難い」との声を頂戴した一方、緊急事態宣言を受け、「時期が悪かった」、「(事業を)するべきではなかった」との声もあった。</p> <p>消費者によるスタンプラリー応募総数は75名(304押印)。消費者からは「楽しい企画だった」、「地域のお店を知ることができてよかった」、「コロナで不要不急の外出を控えるよう言われている中、地元のお店だったので行きやすかった」等々の声を頂戴した。企画自体は好評をいただいているので、事業の認知度を上げるためのPRを積極的に行う等、参加事業所への販売促進につながる方法を検討する必要がある。</p>					

守口門真商工会議所

事業名		小規模事業所来店促進事業							
想定する実施期間		26 年度～ 年度まで ※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)	守口門真地域の商業活性化を図るため、自社の商品やサービスなどを「逸品」としてPRする。守口門真地域では近年、ホテルや企業ミュージアムが建設され、東京オリンピックや大阪・関西万博に向けた開発が進行しており、両市への訪問者数の増加が予想される。地域はもちろんのこと、一時的に来訪された方々へも商品やサービスを広くPRし、来店者数の増加及び再来店につなげられるよう支援を行う。またインバウンド需要の増加も見据えた支援も併せて行っていく。							
	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積極的に取り組む姿勢を持つ、前向きな事業所、および自慢の逸品を持つ事業所を対象とする。							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	R2.6月中旬 大阪府へ変更申請提出。 R2.10月上旬 FAXおよび商工会議所報にて事業者へ募集案内。 R2.12月1日～ 当所HPに「名店パスポートWEB版」を公開 R3.2月 参加事業所フォロー 逸品を特集した個店を掲載した「名店パスポートWEB版」を作成し、当所HP上で公開。またPRチラシを作成し、掲載事業所、両市役所、金融機関、大学、ホテル等にそれぞれ設置すると共に当所HP、facebook、ツイッター、インスタグラムにてPR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							
	③市町村連携	守口市及び門真市の担当課に委員会へ出席いただき、本事業の実施方法についてのアドバイスをいただいた。また、両市商業連盟とも連携を行った。							
	④相談相乗	掲載にあたり検討した各事業所のアピールポイントを本事業後の販路開拓に活用することで、効果の増大を図った。							
事業全体の実績／目標	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	80.0	総支援企業数(実績)	65.0	支援実績率	81.3%	満足度	71.7
	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)	従来「名店パスポート」としてお店の逸品を紹介する冊子を発行していたが、新型コロナウイルス感染症の影響により各店舗の営業形態が随時変更されたことや、大勢の不特定多数の人の手に触れることを避けるため、今回はWEB版として実施した。WEB版の作成にあたっては、新聞記者による原稿作成及び写真撮影を行うことで、掲載内容の質の向上を図ることができた。WEB版にしたことでターゲット層が従来の高齢者から若年層に移行することが予想されたため、WEB版を見ることができない方向けに参加店一覧のチラシを作成、参加店、両市役所および地域の金融機関、幼稚園、大学等に設置。確定申告時に会館内で設置したことでより多くの消費者のPRすることができた。継続して発行しているため、より消費者に事業が認知されてきている。なお、昨年度に引き続き自店の逸品を特集したことにより、セールスポイントや商品の特徴を再考していただき、各事業所が「何を」「どう」売り出すかを考え、実践する機会となった。今回は記者による取材であったため、自社の魅力を第三者が聞き出すことで昨年より考えやすかったとの声を頂戴している。							
		代表指標	販売促進効果を得たまたは来店客数が増加した企業数						
		数値目標	64	実績数値	21	目標達成度	32.8%		

達成度	成果の代表事例	<p>●門真市内の小売業A社の事例 安価で自社PRができ毎回新規客が獲得できるので、参加を楽しみにしている。毎回掲載内容を変えることで消費者ニーズの把握もできる。今回は冊子ではなくWEB掲載ということで、新聞社による取材が新たな取り組みとしてあり、第三者による視点から自社を振り返ることもできたのでよかった。</p> <p>●守口市内の飲食店B社の事例 新規開店したところなので、地域に店のPRを存分にできた。自社のFacebookだけではPR力の弱いところがあったが、名店パスポートに参加することで多岐にわたりPR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>WEB版にしたことでターゲット層が従来の高齢者から若年層に変更することが予想されたため、WEB版を見ることができない方向けに参加店一覧のチラシを作成したが、やはり従来の冊子からの変更戸惑う声も多く寄せられた。満足度は一定数あるものの、冊子のように実際に目に見えるものではなかったため、来店促進につながったかの効果測定が難しいとの声が多くあり、次年度以降の取組課題として残った。来店者が増加した事業所21社の満足度は74点となっており、今後、来店者を増やす観点から、事業自体のPRを積極的に行っていく必要がある。</p>				

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							
想定する実施期間		24 年度～ 年度まで ※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること							
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	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、展示会合同出展や出展料補助など、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	<p>【準備委員会① 令和2年8月6日（木）新型コロナウイルス感染症防止のため書面送付】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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 <p>【元気企業 平成24年～令和元年度認定事業所パンフレット作成】</p> <p>【元気企業応募期間 令和2年8月11日（火）～8月31日（月）】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・申込7件 <p>※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。</p> <p>【選定委員会（新型コロナウイルス感染症防止のため書面による審査） 令和2年10月23日（金）～11月9日（月）】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・受付企業7社のうち5社について審査を実施。 <p>【MOBIO企画展 守口門真ものづくり元気企業PR出展 令和2年11月6日（金）～26日（木）】</p> <p>【認定楯授与式 令和3年3月23日（火）午後3時30分～】</p>							
	＜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	「大阪ものづくり優良企業賞2020」（中小企業支援室 ものづくり支援課）が募集停止となったため、認定企業を次年度「大阪ものづくり優良企業賞2021」の推薦に繋げる。							
	②広域連携								
③市町村連携									
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)	112.0	総支援企業数(実績)	109.0	支援実績率	97.3%	満足度	68.9
	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>守口市・門真市内のものづくり企業の技術力、製品力等を認定することで、地域を代表とする企業として信用力が高まった。また、当所より積極的な情報発信や販路開拓支援などを行うことでビジネスの拡大に繋がった。詳細は下記の通り。</p> <ul style="list-style-type: none"> ①自社の技術的な強みやQCDレベルの再確認 ②情報発信により技術力・製品力のPRを行い知名度を向上（会議所HP、会議所会報、各認定事業所HP、パンフレット、大阪府内36商工会・商工会議所へパンフレット発送、MOBIO企画展示、大規模展示商談会、ショッピングモール設置の掲示板、他各種イベント等） ③認定事業経営者同士の情報交換・交流によるモチベーションの向上 ④大阪ものづくり優良企業賞・各種補助金をはじめとする支援施策の活用推進 							
	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	100.0%	目標達成度	142.9%			
	成果の代表事例	<p>●守口市内の製造業A社の事例</p> <p>これまで本事業所は当事業のような認定を受けたことがなかったが、今回、商工会議所が認定事業を行っていることを知り、自社のものづくり技術のPRや今後の安定した経営に繋げていくことを目的に申請を進める。申請書を作成することで自社の強みや課題を把握することが出来た。今後は販路開拓に力を入れるべく、認定メリットである展示会出展料補助制度を活用して展示会出展を積極的に行い収益拡大を図っていく。</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）	守口門真ものづくり元気企業認定に向け、ハンズオンで支援した事業所からの満足度は高かった。さらに過去に認定を受けた事業所からは、展示会出展による「守口門真ものづくり元気企業ブランド」PRが出来なかった中、満足度も70点に近い評価を得ることができた。今後も、販路開拓・新規顧客開拓として当所HPでの紹介や認定事業所のみが対象となる大規模展示商談会への出展料補助などを行うことでさらなるPRを図っていきたい。また認定事業所のメリットとして大規模展示会出展料補助やISO等の工業規格の新規取得・更新費用の一部補助を行った。自動車・航空宇宙・医療機器関係分野を含む品質管理基準の取得率を高め、地域全体の競争力を強化し、元気企業ブランド向上に努めていく。
------	--	---

【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)	7.0	支援企業数(実績)	5.0	支援実績率	71.4%	満足度	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)	ハンズオンによる申請書作成支援を行った結果、自社の強みを理解できたとの声を多く聞くことができ、今後、「大阪ものづくり優良企業賞」への認定に向け支援を継続していく。								
		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	70.0%	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②	計画に対する実績(数値)	支援企業数(計画)	105.0	支援企業数(実績)	104.0	支援実績率	99.0%	満足度	67.8	
	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)	パンフレット作製によるPRに高評価を頂いている。令和2年度は展示会出展における元気企業PRが出来なかったが、次年度は展示会出展によるPRを積極的に行っていく。								
		指標	認定事業所のうち自社のPRに繋がっている実感のある企業割合							
	数値目標	70.0%	実績数値	66.0%	目標達成度	94.3%				
その他目標値の実績	目標値(計画)		目標値(実績)		目標達成度					

守口門真商工会議所

事業名		創業塾								
想定する実施期間		26 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)	創業を志す方々に対して、創業に対する心構え、必要とされる手続きや知識を身につけていただき、具体的なビジネスプランの作成を支援する。また、「創業したいが自分に何ができるかわからない」「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	<p>【実施概要】</p> <p>○創業塾2020</p> <p>日時 令和2年8月23日(日)・8月30日(日) 9月6日(日)・9月13日(日)・10月4日(日)</p> <p>10:00~13:00</p> <p>会場 守口門真商工会館</p> <p>受講者数 31名</p> <p>【本事業に付随する支援内容】</p> <ul style="list-style-type: none"> 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。 <p>【PR方法】</p> <ul style="list-style-type: none"> 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。また、当所ホームページや会報誌によるPR、鉄道駅へのポスター掲示(京阪電鉄・大阪メトロ・大阪モノレール)、地域コミュニティ誌への広告掲載、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)、メールマガジンやSNS等を通じPRを行った。 <p><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></p>								
		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る。							
		②広域連携								
③市町村連携	守口市・門真市と連携し、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う。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	窓口等に来られた創業希望者に対して本事業を案内、また希望者に対して個別支援を実施し、カルテ化を行う。									
計画に対する実績(数値)	支援企業数(計画)	30	支援企業数(実績)	31	支援実績率	103.3%	満足度	89		
事業全体の	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>○創業にあたってのリスクや心構えの理解</p> <p>○経営・財務・人材育成・販路開拓に必要な知識の習得</p> <p>○マーケティングミックス・ポジショニングマップの理解</p> <p>○営業プロセスの作成及び集客手段の確立</p> <p>○収益・資金繰り計画の理解</p> <p>○創業予定者同士のディスカッションによる自身の気づき</p> <p>○自身の事業開始レベルの理解</p> <p>○現時点での創業可否の判断</p>								
	代表指標	創業に向けて取組を始めた創業予定者数								
	数値目標	5.0	実績数値	20.0	目標達成度	400.0%				

実績／目標達成度	成果の代表事例	<p>製造業や飲食業、各種サービス業などを創業予定の方に参加頂いた。最終的には創業塾受講者からの創業予定者が20名、特定創業支援事業に基づく証明書発行希望者が11名であり、創業塾を通じ必要な知識を得て、創業に向け大きく前進する事例があった。</p> <p>●守口市在住の创业者の事例 今まで業界での勤務経験や事業運営の経験は全くない状態であったが、太陽光発電による売電事業の開業を決意し本事業へ申込。当初は創業計画書の作成も自力では困難であったが、全5回の講義を通じ創業に必要な基礎知識を身に付け、事業計画のブラッシュアップを重ねることで自身が考える事業の強みや課題を把握することが出来た。本事業終了後には先端設備導入計画作成支援や創業計画書作成支援及び特定創業支援事業に基づく証明書発行を行い、公的金融機関から創業融資が実行されている。</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ローするのか)	<p>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新聞折込、鉄道駅でのポスター掲示に加え、地域コミュニティ誌への広告掲載、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を行った。その結果、当初定員の30名を超える31名の申込があった。令和3年度についても引き続き創業の前段階で踏みとどまっている創業希望者の創業塾への誘導を行っていく。</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①	計画に対する実績(数値)	支援企業数(計画)		支援企業数(実績)		支援実績率		満足度	
	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>本事業を通じ、創業について具体的なイメージを持つことができた参加者や事業計画作成の重要性や創業者同士の交流を持つことの大切さを学ぶことができた方が25名いた。</p> <p>指標 創業に向けて理解を深めた受講者の割合</p>							
		数値目標	80%	実績数値	80.6%	目標達成度	100.8%		
	その他目標値の実績	目標値(計画)		目標値(実績)		目標達成度			

守口門真商工会議所

事業名		人材定着育成研修						
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)	中小企業、小規模事業者を取り巻く経営環境はより一層厳しさを増す中、特に人手不足の問題については対応が急がれる。若者の大手志向もあり、中小企業は人材の確保に苦戦しており、優秀な人材の確保は今後も難しい状況が続くことが容易に想像できる。そこで、人材を会社に定着させ、自社で活躍できるような人材へと成長させることで、会社の基盤強化を図る事業を実施する。						
	支援する対象 (業種・事業所数等)	内部人材の育成により、人手不足を解消したい企業 新入社員の定着率を向上させたい企業						
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>従業員への定着、育成を目的に、新人と管理職を区別し、それぞれの対象に応じた研修セミナーを実施。 各コース3回セミナーを行った。 新人ならではの悩みや管理者としての課題を共有し、参加者同士が企業の枠を越えた横の繋がりが持てるようにする。</p> <p>①新任研修 ・新入社員～入社後5年目を対象 ・仕事の取り組み方、コミュニケーション能力等、新入社員フォローアップ研修 ・参加者同士の同期意識を構築するため、交流会を実施 日時：第1回 7月29日(水) 15時～17時 第2回 8月26日(水) 15時～17時 第3回 9月29日(火) 15時～17時 場所：守口門真商工会館(門真市殿島町) 参加者数：12社25名</p> <p>②マネジメント研修 ・現場リーダー職、中間管理職や幹部社員を対象。経営者も参加可。 ・部下の管理能力、意思決定力等、リーダーシップの強化を図る。 日時：第1回 令和2年10月22日(木) 18時30分～20時30分 第2回 令和2年11月19日(木) 18時30分～20時30分 第3回 令和2年12月17日(木) 18時30分～20時30分 場所：守口門真商工会館(門真市殿島町) 参加企業：21社30名</p> <p><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></p>						
	①府施策連携							
	②広域連携							
③市町村連携								
④相談相乗	参加者が代表者ではなく従業員が大半を占めており事業実施後即カルテ化とはならなかったが、来年度以降の新規採用や人材育成において相談がある可能性もあり、引き続きフォローを行う。							
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)	38.0	支援実績率	63.3%	満足度	73.0
事業全体の実績/目標	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>若手社員研修では、仕事に対する取り組み方、コミュニケーションの大切さなどを中心に講義を行った。 内容は以下の通り。 ○組織の一員としての役割の認識 ○社会人としての責任の自覚 ○コミュニケーションの重要性の理解</p> <p>マネジメント研修では、採用した人材を「定着」させ、「育成」することについて採用時から取り組むべき内容について講義を行った。内容は以下の通り。 ○人材を定着させる手法の理解 ○人材を育成する手法の理解 ○組織の長としての役割の理解</p>						
	代表指標	個人の基礎的能力が向上し、会社で活かせると回答した割合						
	数値目標	70%	実績数値	72.0%	目標達成度	102.9%		

標達成度	成果の代表事例	<p>●門真市内の製造業A社の事例</p> <p>これまでは他人に言葉で伝えることが苦手だったが、セミナーで学んだことを会社で実践してみたところうまくいった様子。本セミナー受講前は社内でのコミュニケーションに課題がありモチベーション維持に苦労していたが、セミナー受講をきっかけに積極的にコミュニケーションを図るようになり、それが成功体験として蓄積され自信につながった。仕事に対する向上心を持ちコミュニケーションを大切にするという意識を強く持つことができ、会社への定着と今後の成長につながる。</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るのか)	<p>会員企業を中心に多くのニーズがあり要望を受けての実施だったが、新型コロナウイルス感染症拡大の影響を受け開催時期の変更、実施形式の変更など計画通りにいかないことが多くあった。参加したいが今の状況では社員を研修に出しにくいなどの声も多くあり参加企業数は伸び悩んだが、参加者からは早速実践した、大変参考になったなど満足度が高い回答を数多く得られた。新型コロナウイルス感染症の影響は今後しばらく続くと考えられ、また同様の感染症の流行などこれまでのやり方では実施が出来ないことも考えられる。集合研修の在り方をもう一度考え直し、開催が難しい場合の代替案としてオンラインシステムの導入などを検討しておく必要がある。</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)	14.0	支援実績率	46.7%	満足度	70.5
	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)	<p>若手社員研修では、仕事に対する取り組み方、コミュニケーションの大切さなどを中心に講義を行った。</p> <p>指標 ・個人の基礎的能力が向上し、会社で活かせると回答した割合</p>							
		数値目標	70.0%	実績数値	72.0%	目標達成度	102.9%		
	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)	24.0	支援実績率	80.0%	満足度	74.3
	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)	<p>マネジメント研修では、採用した人材を「定着」させ、「育成」することについて採用時から取り組むべき内容について講義を行った。今後の新規採用から、人材の定着・育成に繋げられる内容であった。</p> <p>指標 ・自身の役割を理解し、能力の向上が人材の定着につながると回答した割合</p>							
		数値目標	70.0%	実績数値	73.0%	目標達成度	104.3%		
	その他目標値の実績	目標値(計画)		目標値(実績)		目標達成度			