

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	堺商工会議所
	代表者職・氏名	会頭 葛村 和正
	所在地	〒591-8502 堺市北区長曾根町130番地23
	担当者	職・氏名 総務部総務課長 藤見淳一
	連絡先	TEL（直通）： 072-258-5581 Fax： 072-258-5580 E-mail： scci2702@sakaicci.or.jp
①設立年月日		明治12年9月13日
②職員数 （うち経営指導員数）		34名（経営指導員29名）（令和3年4月1日現在）
③所管地域		堺市
④管内事業所数		28,733社（平成28年度経済センサス）
⑤管内小規模事業者数		18,662社（平成28年度経済センサス）
⑥会員数（組織率）		5,484社（19.0%）（令和3年4月1日現在）
※②、④、⑤、⑥については直近の数字を記載すること		
□主な事業概要（定款記載事項等）		
<p>当商工会議所は、地区内における商工業者の共同社会を基盤とし、商工業の総合的な改善発達を図り、兼ねて社会一般の福祉の増進に資し、もってわが国商工業の発展に寄与することを目的とする。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 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。 ・ 行政庁等の諮問に応じて答申する。 ・ 商工業に関する調査研究を行う。 ・ 商工業に関する情報及び資料の収集又は刊行を行う。 ・ 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。 ・ 輸出品の原産地証明を行う。 ・ 商工業に関する施設を設置し、維持し、又は運用する。 ・ 商工業に関する講演会又は講習会を開催する。 ・ 商工業に関する技術及び技能の普及は又は検定を行う。 ・ 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う。 ・ 商事取引に関する仲介又はあっせんを行う。 ・ 商事取引の紛争に関するあっせん、調停又は仲裁を行う。 ・ 商工業に関して、相談に応じ、又は指導を行う。 ・ 商工業に関して、商工業者の信用調査を行う。 ・ 商工業に関して、観光事業の改善発達を図る。 ・ 社会一般の福祉の増進に資する事業を行う。 ・ 行政庁から委託を受けた事務を行う。 ・ その他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。 		

2. 事業概要

堺商工会議所

(1) 事業の目標

全ての事業において、ただ単に数値目標を達成するだけでなく、経営指導員が、伴走型支援として、事業終了後のフォローアップをこれまで以上に、丁寧にきめ細やかに経営支援を行い、各企業が抱える課題の把握と解決を図る。

(2) 事業を実施した具体的な内容、方法及び工夫した点

【経営相談支援事業】

市内中小企業に対し、その経営課題を整理・分析するとともに、経営課題の整理・課題解決に向け、支援施策や支援機関の活用提案、金融支援、販路開拓支援及び事業計画作成支援等を実施した。なお、本年度については、コロナ禍により、多くの中小企業の経営が急激に悪化していたことから、一層のスピード感をもって対応にあたった。とりわけ、金融・労務支援においては、国、自治体が一斉に各種支援施策を講じたことから、その普及や活用促進に最大限努力、当該企業の事業継続や雇用の維持を図った。また、当所の他の事業（専門相談支援事業・地域活性化事業）の活用を促すことで、相乗効果を図るとともに、各企業に応じた伴走型支援を通じて、将来的な「企業の自立」に向けた意識づけも併せて行った。

【専門相談支援事業】

専門的かつ高度な相談（税務、倒産防止）については、早期解決に向けて、専門家による相談等を実施した。

【地域活性化事業】

堺市産業の特性や中小企業を取り巻く経営環境等を踏まえ、地域産業の活性化に向け、大阪府施策や近隣商工会議所との連携等も意識しながら実施した。コロナ禍の影響で、販路開拓・人材確保支援事業等、とりわけ、対人接触・交流の機会を要する事業については、中止、規模縮小を余儀なくされたが、実施方法の変更（「飲食店・地場製品等域内資源の活性化支援事業」：従来の展示即売会形式⇒特設サイトでの商品・店舗情報の掲載）や、インターネットを活用した新規事業（「商品・店舗紹介コーナー開設事業」、「ネット通販を活用した販路開拓支援事業」）を立ち上げたことで、新たな手法での販路開拓の機会創出に寄与した他、当所の支援企業の掘り起こしにも繋がった。

(3) 事業を実施した効果、所管地域の活性化の状況

【経営相談支援事業】

本年度開始前から「新型コロナウイルスに関する中小企業・小規模事業者相談窓口」を設置したこともあり、支援企業数（1,225社）、支援件数（延1,580件）ともに昨年度に比べ大幅に増加した。とりわけ、金融支援（484件 紹介型：269件、経営指導型：215件）では、資金繰り改善はもとより、廃業・倒産防止に繋げるとともに、事業計画書作成支援（706件）においても、「ポスト・ウィズコロナ」等への対応が求められる中、事業構想や目的、具体的な内容・スケジュール、資金計画、損益計画等への助言を通じ、新規事業及び経営革新等の円滑化を図った。

【地域活性化事業】

商品・店舗紹介コーナー開設事業では、B to C向け商品・サービスを持つ企業を紹介する特設HPを新たに開設することで、245社（当初目標数：100社）を掲載し、その過半数（126社）が実際に新規顧客獲得に繋がる等、新たな販路開拓の機会創出に寄与し、満足度も比較的高い事業となった。

また、「ビジネスの未来を変えるIoTセミナー事業」や「WEB・クラウド販路開拓支援事業」では、企業活動の生産性向上が一層求められる中、IT系セミナーの開催により、中小企業者のITリテラシーの向上が図られ、ホームページの新規開設またはスマホ対応のレスポンスデザインへのリニューアル等の相談案件が増え、情報発信力の向上、新規顧客の確保、販路拡大の事例も確認できた。

(4) 事業を実施した結果浮かび上がった課題

【経営相談支援事業】

本年度は、金融、事業計画作成支援等を重点的に実施し、支援企業数が増加する等一定の実績を得たが、今後、資金繰りが再び悪化する企業や、業種・業態転換等を迫られる企業からの、より高度な支援の要請にこたえていかなければならないと同時に、今回、新たな支援先となった企業との関係性が一過性のものにならないよう、外部研修等を通じた経営指導員の資質向上が急務となる。

【地域活性化事業】

本年度は、セミナーをハイブリッド形式にする等、出来得る限り、新型コロナウイルス感染症対策を講じて実施してきたが、同感染症の収束の見通しが立たない中、引き続き、対人接触機会を要する商談・交流事業等については、その実施方法を十分に比較検討し、実効性のある形のものとして開催していかなければならない。

また、IT化等による生産性向上が必要な企業に対しては、啓発的なセミナーのみならず、ITツール等の導入に向けた個別具体的なサポートが重要であるため、当該企業とITベンダーとの交流機会を提供する等、各企業の規模や実情等に応じたIT化等を進めていかなければならない。

(5) 次年度の取り組み

一定年度継続している地域活性化事業で、マンネリ化により、その実施効果の低下が想定される場合は、支援対象企業に対するヒアリング等を通じてニーズを掴むとともに、他の支援機関における成功事例等の把握に努め、事業の一層の魅力化に取り組んでいく。

加えて、引き続き、新型コロナウイルス感染症拡大による多大な影響が生じる次年度では、更なる販路開拓・販売促進に関する地域活性化事業の重要度が増すものと思われることから、経営相談支援事業との相乗効果を意識した取り組みを進めたい。

3. 経営相談支援事業・専門相談支援事業 堺商工会議所

I 経営相談支援事業

支援のポイント・成果

本年度については、コロナ禍により、多くの中小企業の経営が急激に悪化していたことから、スピード感をもって、金融、労務及び事業計画作成支援等を重点的に行った。

なお、支援にあたっては、各経営指導員の強みを活かす支援を心がけ、経営指導員間で相談者に関する緊密な情報交換を行った。さらに、個々の経営指導員の支援の幅と能力を向上させるために、ある特定の分野に強い経営指導員が、その分野に弱い経営指導員を教育する体制を整え、多様化する相談ニーズに対応できるよう心掛けた。

地域活性化事業を実施するにあたっては、コロナ禍の中で、参加企業が抱える課題やニーズを拾い出して経営相談支援事業と連動させることを意識した。その結果、年度当初計画を超えるカルテ相談件数となった。PDCAサイクルを強く意識することで、相談者の課題を十分に把握することができ、次年度地域活性化事業の充実につながっている。

【代表事例】

N社は、平成19年に整骨院を開業。新型コロナウイルスの影響を受け、患者が激減したため、新たな機械装置を購入し、患者に直接触れることなく、自律神経改善を促す新規事業の事業計画立案のため令和2年7月に当所へ来所。精神疾患に悩む顧客ニーズの現状把握、自社の強みの明確化、事業スケジュール、新規事業の収支計画等の作成等を助言し、事業計画を明確化。

その後、令和3年2月に、緊急事態宣言下で更なる売上減少が予測され、新規事業を開始するための機械装置購入資金と当面の運転資金としてマル経融資にて資金調達を図る。

現在、運転資金確保で事業継続を図るとともに、機械装置を購入し、新規事業に着手し、事業計画に基づいたスケジュールにて事業を推進している。

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	1,218	1,225	100.6%	5
支援機関等へのつなぎ	支援数	26	26	100.0%	5
金融支援（紹介型）	支援数	268	269	100.4%	5
金融支援（経営指導型）	支援数	209	215	102.9%	5
マル経融資等の返済条件緩和支援	事業所	2	2	100.0%	5
資金繰り計画作成支援	事業所	144	144	100.0%	5
記帳支援	事業所	4	4	100.0%	5
労務支援	支援数	73	73	100.0%	5
人材育成計画作成支援	事業所	1	1	100.0%	5
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	90	102	113.3%	5
事業計画作成支援	支援数	703	706	100.4%	5
創業支援	事業所	1	1	100.0%	5
事業継続計画（BCP）作成支援	事業所	3	3	100.0%	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	7	7	100.0%	5
5S支援	事業所	0	0	-	-
IT化支援	事業所	16	17	106.3%	5
債権保全計画作成支援	事業所	0	0	-	5
事業承継支援	事業所	10	10	100.0%	5
災害時対応支援	事業所	0	0	-	-
フォローアップ支援	事業所	50	50	100.0%	5
結果報告	事業所	1,218	1,225	100.6%	5

II 専門相談支援事業

支援のポイント・成果

コロナ禍等で経営難に直面している中小企業に対して、経営安定特別相談室（倒産防止）の専門相談員との連携により簡易診断・助言を行った結果、経営の改善に繋がった。

税務支援事業においては、市内小規模事業者を対象に、最終的に確定申告書が作成できるよう日々の記帳指導を実施した。

事業名	新規/継続	指標	目標数値	実績数値	達成率	事業評価
倒産防止	継続	事業所数	15	15	100.0%	5
税務支援	継続	指導日数	67	67	100.0%	5

Ⅲ 地域活性化事業										
支援のポイント・成果										
<p>当所が主体となった事業において、支援実績率及び利用者満足度は概ね高い数値（創業準備セミナー除く）となっていることから、事業評価の自己評価は高いものとしている。当所では、昨年度に引き続き、「販路開拓支援」「人材確保支援」「IT化支援」を大きなテーマに掲げ、単に事業の参加企業数を追いかけるのではなく、実際にどのように売上に結び付いたのか、良い人材が確保できたのか、事業の効率化に貢献できたのかという結果にこだわって事業を展開した。</p> <p>コロナ禍の影響で、販路開拓・人材確保支援事業等、とりわけ、対人接触・交流の機会を要する事業については、中止、規模縮小を余儀なくされたが、実施方法の変更（「飲食店・地場製品等域内資源の活性化支援事業」：従来の展示即売会形式⇒特設サイトでの商品・店舗情報の掲載）や、インターネットを活用した新規事業（「商品・店舗紹介コーナー開設事業」、「ネット通販を活用した販路開拓支援事業」）を立ち上げたことで、新たな手法での販路開拓の機会創出に寄与した他、当所の支援企業の掘り起こしにも繋がった。</p> <p>次年度以降も、これまでに蓄積したノウハウを活かした継続事業、対象企業の声を積極的に取り入れた新規事業を展開することで、高い実績を目指していきたい。</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	
	堺ブランド「堺技衆」認証事業	93	92	98.9%	90.8	ブランド認証取得による新規顧客獲得となった社数	20	22	110.0%	5
○	創業準備セミナー	100	50	50.0%	90.0	創業に関する知識が深まり創業準備がイメージできた受講生の割合	80	98	122.5%	4
○	ビジネスの未来を変えるIoTセミナー	90	76	84.4%	92.1	IoTを導入した企業数	7	9	128.6%	5
○	中小企業国際化支援セミナー	25	20	80.0%	93.0	海外展開を具体的に検討する企業数	5	5	100.0%	5
○	BCP策定支援事業	32	27	84.4%	90.3	事業継続力強化計画等の策定件数	32	23	71.9%	5
	商品・店舗紹介コーナー開設事業	100	245	245.0%	80.3	情報掲載により新規顧客獲得となった社数	50	126	252.0%	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	
	ものづくり企業交流事業	45	40	88.9%	88.0	交流会を将来的な商談に繋がる機会と捉えた企業数	10	31	310.0%	5
	飲食店・地場製品等域内資源の活性化支援事業①	90	81	90.0%	87.4	掲載終了後の新規顧客・売上の増加率	10	12	120.0%	5
	自社商品売込み商談会	140	135	96.4%	86.9	商品提案や商談に必要なノウハウを習得できた受講者の割合	70	100	142.9%	5
○	中小企業人材確保支援事業	315	271	86.0%	88.1	参加企業と各校とのネットワーク構築数	10	30	300.0%	5
	ものづくり企業商談会	80	88	110.0%	91.3	商談件数	80	88	110.0%	5
	WEB・クラウド販路開拓支援事業	430	408	94.9%	89.4	Keynoteを使ったプレゼン技術を営業等に活用した企業数	7	7	100.0%	5
○	事業承継支援事業	80	83	103.8%	97.3	事業承継計画書、事業承継助言書	10	10	100.0%	5
	ネット通販を活用した販路開拓支援事業	60	46	76.7%	88.6	ネット通販を実践し、自社商品を通販サイト内へ掲載した企業数	30	33	110.0%	5
	広報チャレンジ企業交流会	50	56	112.0%	93.9	実践可能な広報ノウハウや異業種他社との共同広報の効果を理解し、広報実践に意欲を持った企業	70	92.8	132.6%	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。

堺商工会議所

事業名		堺ブランド「堺技衆」認証事業
想定する実施期間		18 年度～ 未定 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)	堺市内には、優秀な技術を有しているにもかかわらず、知名度の低さから市場において優位性を保つことができない企業が多い。当事業では、そうした優秀な技術を有している企業を発掘し、堺商工会議所がブランド企業として認証することにより、企業の知名度向上と、高い技術を有する産業集積地としての堺地域のイメージアップという相乗効果を図る。平成18年以来企業認証を続けており、今後も優れた企業の発掘を続けていく。
	支援する対象 (業種・事業所数等)	優れた技やサービスを有する域内の企業。
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>「ブランドの認知度向上」及び「認証企業と企業の交流・情報発信」を目的に下記のとおり事業を実施した。</p> <p>■ブランドの認知度向上</p> <p>「大阪勧業展」への『堺技衆』ブース出展 《開催日時》 令和2年10月14日(水) 10:00~17:00 15日(木) 9:30~16:00 《開催場所》 マイドームおおさか</p> <p>「堺技衆パネル展」の開催 《開催日時》 令和3年2月1日(月)~26日(金) 《開催場所》 堺市産業振興センター1階 IPCギャラリー 堺商工会議所1階 ロビー</p> <p>■認証企業間等の連携・交流</p> <p>「堺技衆 公開講演会」の開催 《開催日時》 令和3年2月25日(木) 14:00~15:00 《開催場所》 堺商工会議所 大会議室 《内 容》 オフィス業務の電子化による日本の経済効果について 《参加者数》 33社</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 ②広域連携 ③市町村連携 協議会のメンバーに、堺市が参画することで、より多角的な視点からの協議が可能となり、連携することでスムーズな事業運営が可能となった。 ④相談相乗 パネル展開催に伴うパネルの原稿作成等において、企業訪問ヒアリングでの事業内容等の把握により、経営指導に活かすことができた。

	計画に対する実績(数値)	総支援企業数(計画)	93.0	総支援企業数(実績)	92.0	支援実績率	98.9%	満足度	90.8
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>■大阪勧業展等でのPRについて 本事業及び堺ブランド「堺技衆」認証企業を、一般企業及び一般市民等に広くアピールするため、大阪勧業展において、本事業のPRブース等を設け、本事業の「のぼり」を立て、紹介映像を液晶テレビで映し出し、堺技衆ガイドブックやPRツールを配布すること等によって、認知度の向上を図った。 また、「堺技衆」認証企業パネル展を堺商工会議所1階ロビー及び堺市産業振興センターIPCギャラリーにて1ヶ月にわたって開催し、堺技衆ガイドブックやPRツールを配布すること等によって、認知度の向上を図った。 さらに、各種商談会やイベント、大阪勧業展にブース出展する認証企業に対して、本事業の「のぼり」をブース内に設置することや、堺技衆PR動画をブース内でモニター上映することによって、堺ブランド「堺技衆」の認知度の向上を図ることができた。</p> <p>■セミナー・イベント等でのPRについて 商談会の他、各種セミナー・イベントでのパンフレット配布・配架、ホームページやFacebookページへの掲載による情報発信を行なうことによって、堺ブランド「堺技衆」の認知度向上を図ることができた。</p> <p>■ブランド価値について 上記PRを1年を通して継続的に実施することによって、『堺ブランド「堺技衆」認証企業』=『高い技術力を持つ企業である』との認識が深まり、結果的に、同ブランド価値を高めることにつながった。</p> <p>ヒアリング調査によると、1年を通して、堺ブランド「堺技衆」を活用することにより、新規顧客の獲得に至った企業は22社にのぼる。</p>							
		代表指標	ブランド認証取得による新規顧客獲得数						
		数値目標	20	実績数値	22	目標達成度	110.0%		
	成果の代表事例	<p>新聞やテレビ等のマスコミへ、堺ブランド「堺技衆」認証企業を紹介することによって、以下のとおりマスコミへ取り上げられ、同ブランド及び認証企業の認知度を高めることにつながった。</p> <p>①金属部品の製造を行うT社は、公共工事にも多数採用されるなど、もともと技術力の高さに定評があったが、堺ブランド「堺技衆」へ認証されることにより注目され、ネット経由等の問い合わせから新規顧客が増え、売上が伸びた。近年では、新型コロナウイルス感染症対策商品を新発売し、各メディアにも取り上げられた。</p> <p>②注染和晒の製造を行うN社は、従来の日本手ぬぐいでは考えられなかった個性的なデザインを次々と商品化したことから注目を集めていたが、堺ブランド「堺技衆」認証により、大阪府外の広域に認知され、ネット経由での売上也伸びた。近年では、新型コロナウイルス感染症対策として、手ぬぐいをベースにしたマスクを商品化し、各マスメディアで取り上げられた。</p> <p>③線香を製造するB社は、堺ブランド「堺技衆」認証がきっかけとなり、テレビで紹介され、全国から問い合わせがくるようになった。近年では、名古屋城本丸御殿ミュージアムショップで限定発売した商品が各マスメディアで取り上げられ、売上が伸びている。</p> <p>その他、堺技衆公開講演会「オフィス業務の電子化による日本の経済効果について」を開催したことによって、経営基盤の強化につながった。</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>新規認証企業の募集に係る問合せが継続的にある等、同ブランドの認知度は高まりつつあると思われる。 今後も引き続き、認知度向上に向けて、地域イベントや常設展示等を活用しながら、積極的に情報発信していきたい。</p>							

堺商工会議所

事業名		創業準備セミナー							
想定する実施期間		13 年度～ 未定 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)	2017年度『中小企業白書』によると、我が国の開業率4.6%、廃業率は6.1%となっており、1991年以降、開業率が廃業率を下回り、企業数も減少し続けている。このような中、政府は成長戦略で開業率を英米並みの10%程度に高める目標を掲げ、開業率の底上げに向けて支援を強化するとしている。 一方堺市内においても、創業者数の増加を図ることは、地域活力を維持・増大するために必要不可欠である。 そこで、創業に関する基礎知識を一日で習得する当セミナーを開催することは、創業に対する基礎的な知識のない創業希望者が、創業への最初の一步を踏み出すための支援として必要である。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	堺市内外の広域の創業検討者。特に、将来に創業をしたいとの希望は持っているものの、何から始めたらいいのか、どのような準備が必要であるかという創業の基礎知識が不足しており、創業への一步が踏み出せていない者。							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	創業準備セミナー 《開催日時》 令和3年2月20日(土) 10:00～17:00 《開催場所》 堺商工会議所 大会議室・オンライン同時開催 《内容》 将来の創業を考えてはいるものの、何から始めてよいか、どのような準備が必要であるのか、創業の基礎知識が不足している人を対象とした創業の基礎を学ぶセミナー。具体的には、「創業の心構え」「創業のアイデア創出」「創業計画書の作成」「各種創業支援施策の活用」「開業の手続き」「インターネットでの販路開拓」「キャッシュレス決済やクラウドの活用」の内容を1日で実施した。開業に向けた基礎知識が習得できるよう、講師の体験談を踏まえながら、要所を押さえる確にわかりやすく解説した。 <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	大阪府施策と連携した創業支援を、専門家を講師としたセミナー形式により実施し、創業予定者に円滑な創業実現のための支援を実施した。また、セミナー内で、大阪府スタートアップ事業について説明した。						
		④相談相乗	当所において創業支援を行っていることを広く周知することにより、セミナー参加者はもとより、それ以外の創業希望者に対しても、経営指導員が継続して相談・支援を実施することができた。						
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)	100.0	総支援企業数(実績)	50.0	支援実績率	50.0%	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)	本セミナーにより、創業するにあたっての心構えや事業アイデアの磨き方を学び、創業計画書作成の必要性について認識してもらう機会となった。また、事業に必要な資金を割り出し、利益を残していくための計画を数字の面で捉える重要性を理解していただくことができた。更に、公的な融資の種類、創業時の各種手続き、インターネットを利用した販路開拓、キャッシュレス決済やクラウドなどのITツールについても学ぶことができた。 受講者からは「大変勉強になり、創業により近づいたと思う」「実例を交えてわかりやすく説明していただいたので勉強になった」などという感想があり、創業を検討している者に創業の基礎知識をわかりやすく解説することで、創業意欲を高め、創業への最初の一步を踏み出すきっかけとするという目標は達成できたと考える。							
		代表指標	創業に関する知識が深まり創業準備がイメージできた受講生の割合						
		数値目標	80%	実績数値	98.0%	目標達成度	122.5%		
	成果の代表事例	当セミナーに参加したY氏は、鍼灸整骨院を開業希望で、当所の創業専門相談窓口を利用し相談。その後、本セミナーを受講。これまでの事業アイデアをさらにブラッシュアップする方法、開業に向けた具体的な手続き等を身に付けた。今後は、創業計画書の作成やITツールの活用などを学ぶため、引き続き創業専門相談窓口等による個別相談の支援を受けながら、令和3年4月までの開業を目指し準備を進めている。							

	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	<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>今回、満足度は90%と、昨年度と比較して低下している状況にある。オンラインに適した内容やカリキュラムの改訂が必要であり、満足度の向上が課題となる。また、定員100名に対し定員割れしたため、セミナー参加者の集客が課題である。定員割れの主な原因は、新型コロナウイルスの流行による外出の自粛のため、申込み数の減少や事前キャンセル、当日欠席が相次いだことが挙げられる。今後の対策として、オンラインセミナーに適した内容で実施することや、新たな広報手段の検討、各関係機関と連携することで充実したセミナー内容であることをアピールした案内にするなど、より集客を考えていく必要がある。</p> <p>創業を予定している方々が実際に開業に至るよう、今後、創業相談窓口や、経営指導員による支援へ誘導し、創業計画書や事業アイデアのブラッシュアップ、資金調達支援を図っていくなど、継続的に支援していく。</p> <p>なお、アンケート結果では、受講者50名のうち27名と、半分以上の人が開業時期が未定であったことから、今後、開業時期を目標設定させ、具体的な開業に向けてフォロー支援を行っていく。</p>					

堺商工会議所

事業名

ビジネスの未来を変えるIoT活用セミナー

想定する実施期間

H29 年度～ 未定 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)

様々なモノ、機械、人間の行動は膨大な情報を生成しており、これらの情報を収集して可視化することで、様々な問題が解決できるようになる。従来のように人間がパソコン等を使用してデータを入力するのではなく、モノに取り付けたセンサーが人手を介さずに自動的にデータを収集し、その膨大なデータを分析することによって、離れた場所の『モノ』の状態を知り、操作し、安全で快適な生活を実現できるようになる。身近な例として、①照明機器やエアコン、ヘルスケア機器やその他の家電をインターネットに接続したり、給湯器、風呂釜などの家電以外の機器の状態モニター・リモコン制御、②工場内、ビル内、店舗内、病院内、学校内や屋外等あらゆる場所に設置された様々なセンサーの情報を取得し、人の出入り、不具合等をチェック。③スマホの業務系アプリの活用、キャッシュレスサービスの導入。④空飛ぶIoT「ドローン」ビジネス。
このようなIoTの活用事例を紹介することによって、今後のビジネスに役立てる可能性を検討できるようにする。

支援する対象
(業種・事業所数等)

IoTに関心を持つ中小企業経営者、従業員が対象。業種は問わない。

事業の概要

実施時期・具体的な内容及び事業手法

下記セミナーを開催。開催場所は、いずれも「堺商工会議所 大会議室」とオンライン同時開催。

① 最新IoTセミナー

《開催日時》令和2年12月8日（火）14:00～16:00

《開催場所》堺商工会議所 大会議室・オンライン

《内 容》

「最先端IoTが導く未来のビジネスセミナー」という名称で開催。IoT活用事例を紹介し、世界の企業がどのようにIoTを導入し、経費節減や販路開拓に繋げていくのかを学んだ。

② 空飛ぶIoT「ドローン」ビジネス活用セミナー

《開催日時》令和3年3月8日（月）14:00～16:00

《開催場所》堺商工会議所 大会議室・オンライン

《内 容》

「最新ドローン体験・活用セミナー」という名称で開催。最先端のDJI製のドローンを実際に操作しながら、ドローンによる新たなビジネス・モデルの構築や、販路拡大、新規需要の掘り起こし方法、規制・法律等について学んだ。

<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

中小企業のIT/IoT導入を支援するセミナーを大阪府中小企業支援室ものづくり支援課と連携し、開催した。IoTを活用した世界の最先端のビジネスモデルを紹介することによって、同技術の導入を検討する企業が増えた。

②広域連携

③市町村連携

④相談相乗

セミナーに参加した企業のアンケート調査から、IoT分野を含めた様々な相談・支援に結びついており、その後の経営指導に活かすことができた。

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)	76.0	支援実績率	84.4%	満足度	92.1
------------	------	------------	------	-------	-------	-----	------

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)

事務作業を自動化するIoTソリューションの具体的な事例を知ることができ、実際にIoT（ドローンを含む）を導入することができ、人手不足を補い、業務の効率化を達成した企業が増えた。

代表指標

IoTを導入した企業数

数値目標

7

実績数値

9

目標達成度

128.6%

事業全体の

の実績／目標達成度	成果の代表事例	<p>【代表事例①】 T社は、機械部品メーカー。さらなる生産効率の向上を図るべく、生産ラインにセンサーを取り付けるとともに、生産管理ソリューションを導入した。これにより、工作機械の稼働状況、作業員の動線分析等を行い、改善点の洗い出しを行い、結果的に、歩留まり率の向上、残業の減少、利益率の向上を図ることができた。</p> <p>【代表事例②】 警備業を営むW社は、警備に一部ドローンを導入することによって、人件費の削減を行うことができ、利益率の向上を図る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>IoTへの取り組みというと、日本では、とかく工場の生産ラインにセンサーを取り付けて、データを収集して、分析・フィードバックして生産性の向上に資するというモデルを第一義的なものと捉えがちであるが、これはIoTを狭義的な意味合いに封じ込めており、本来的に与えられた意味合いからは程遠いと考えられる。そのため、世界と比較すると、日本はIoTの分野で1周も2周も遅れていると言われている。</p> <p>このような状況を鑑み、令和2年度は、本来の意味でのIoTを主題とし啓蒙を行っていくべく、世界の潮流となっているIoTの導入事例、ビジネスモデルに焦点をあて、2回のセミナーを実施し、そのうちの1回は、世界最先端のドローンを会場内で実際に飛ばし、受講者に操作させるなどの、体験型のセミナーを開催したが、新型コロナウイルスの影響により、支援企業数は伸び悩んだ。</p> <p>日本では、法律や規制などの縛りにより、ドローンビジネスはもとより、ウーバーのような配車サービスも、世界と比較すると大きく後れを取っている。その日本に住む中小企業はさらに乗り遅れる可能性がある。中小企業のITリテラシーの向上を促すためにも、今後も継続的に最新のIoT系セミナーを開催し、支援を行っていく。</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)	45.0	支援企業数(実績)	40.0	支援実績率	88.9%	満足度	91.0
	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)	事務作業を自動化するIoTソリューションの具体的な事例を知ることができ、実際にIoTを導入することができ、人手不足を補い、業務の効率化を達成した企業が増えた。							
		指標	IoTを導入した企業数						
	数値目標	5	実績数値	6	目標達成度	120.0%			
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)	45.0	支援企業数(実績)	36.0	支援実績率	80.0%	満足度	93.3
	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)	事務作業を自動化するIoTソリューションの具体的な事例を知ることができ、実際にIoT(ドローンを含む)を導入することができ、人手不足を補い、業務の効率化を達成した企業が増えた。							
		指標	IoTを導入した企業数						
	数値目標	2	実績数値	3	目標達成度	150.0%			
その他目標値の実績	目標値(計画)		目標値(実績)		目標達成度				

堺商工会議所

事業名		中小企業国際化支援セミナー							
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)	人口減少や国内市場の縮小が進む中、大企業だけでなく中小企業においても成長著しいアセアン等の海外市場向けの販売チャンネルはますます注目される場所である。加えて、TPP11協定等の実施により、今後経済のグローバル化についてはIT化による技術進展が一層伴うと予想されている。他方、中小企業が海外展開する際には、国内とは異なり国毎に、特有の課題・リスクに対応しなければならず、それぞれの企業の取組みの中でしっかり対策を講じていくことが必要となることから、その情報提供としてセミナーを開催する。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	海外展開を検討しつつ、自社では有効・的確な情報やネットワーク、具体的なアクションに向けたノウハウを有していない中小・小規模事業者。							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>「ポストコロナのアセアンビジネス」セミナーを堺貿易振興協会・(公財)大阪産業局と共同開催した。</p> <p>【開催日時】令和3年1月19日(火)14:00～17:00</p> <p>【開催場所】堺商工会議所 大会議室 及び オンライン配信</p> <p>【内 容】講演(14:00～15:30)</p> <p style="text-align: center;">テーマ JETRO海外進出日系企業実態調査に基づく 「ポストコロナのアセアンビジネス」</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	「大阪ビジネスサポートデスク」をはじめとする各種支援策を紹介し、その施策利用を促進する。						
		②広域連携							
	③市町村連携								
	④相談相乗	本セミナーを通じて、海外展開に向けた情報提供・啓発を行うことにより、経営相談による継続的な支援に繋げていく。							
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)	20.0	支援実績率	80.0%	満足度	93.0
	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)	セミナー受講企業の海外展開を支援すべく、最新の海外経済情報・コロナ禍の情報並びに各種支援策に関する情報を提供した。アンケート結果からは、「大変参考になった」「参考になった」との回答が大部分を占めており、「参考にならなかった」という回答はなく、参加者には満足していただける内容となった。							
		代表指標	海外展開を具体的に検討し、個別相談を行う企業数						
		数値目標	5	実績数値	5	目標達成度	100.0%		
	成果の代表事例	セミナー終了後、5社が個別相談を利用した他、多くの企業が大阪ビジネスサポートデスク等の支援策に関心を示すなど、中小企業の海外展開に向けた啓発に成果を得た。またこれら啓発を通じ4社が海外展開を具体的に検討したいと回答するなど、より踏み込んだ成果を得ることができた。この内、事業者のY社が、紡績工場で発生する端布繊維でできた自社開発の園芸培養土の海外展開について、具体的な販売ルートや許認可申請、販売手法に関する情報・提案を得るに至った。							
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)	過去2年は「BtoBの越境EC」をテーマに実施企業の事例紹介や越境EC企業からの情報提供等を内容に実施した。テーマを、越境ECに特化したことから、一步踏み込んだ「海外進出に際しての情報」を得たいとの要望もあり、これから海外進出を検討する企業への対応が必要である。また、令和2年度はコロナ禍にあったため、従来通りの開催形式では受講者確保が難しく、オンライン受講など工夫を凝らし集客を行った。令和3年度においても、コロナ終息の見通しが立たないなか、より企業が受講しやすい開催手法を検討していく。							

堺商工会議所

事業名 BCP策定支援事業

想定する実施期間 27 年度～ 未定 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)
令和2年は、新型コロナウイルス感染症が日本企業に深刻な損害を与えており、平成30年では、堺市内でも台風21号による被害が発生し、BCP策定はますます重要度を増している。昨今の経営環境を取り巻く脅威は、大規模な被害が想定される南海トラフ地震などの自然災害、情報セキュリティ事故、感染症発生など様々存在するため、突然襲ってくる脅威の影響を最小限に抑え、速やかに事業を復旧・継続させるためにはBCPの策定が欠かせない。しかし、BCP策定率は低く、帝国データバンクのBCPに対する近畿内企業の意識調査では、策定企業は16.6%にとどまっており、未だ策定が進んでいない企業が多い状況にある。そこで中小・小規模事業者には、まずはBCP策定の必要性を認識してもらい、策定支援につなげていくことを目的とする。令和2年度当所と堺市が共同で事業継続力強化支援計画を作成し認定を受けた。

支援する対象
(業種・事業所数等)
堺市内を中心としたBCP未策定の中小企業

事業の概要

実施時期・具体的な内容及び事業手法
事業継続計画(BCP)策定セミナー ～感染症に負けない組織作り～
《開催日時》 令和2年10月6日(火)13:00～16:00
《開催場所》 堺商工会議所 大会議室
《内 容》 事業継続の基礎知識
事業継続計画(BCP)とは
BCP策定のプロセス、ポイント
感染症対策の基本
BCP策定支援制度の紹介
令和2年度から、BCPの基礎知識や策定のポイントなどに加え、実際にBCPの作成等を実感してもらうべく、大阪府作成の「超簡易版BCPこれだけはシート」を使用したセミナー内での実習形式での解説を行った。

- 【事業継続力強化計画】
- ・ハンズオン支援3社
 - ・BCP策定取組状況アンケート調査を実施。
調査期間：令和2年8月11日(火)～9月30日(水)
調査対象：5,314社
回答：212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 大阪府担当部署と連携を図り、セミナー当日には大阪府施策についての説明を併せて実施した。また、大阪府商工関連ニュースへの掲載など広報面でも連携を図った。
- ②広域連携
- 市町村連携 事業継続力強化支援計画の一環として、BCPセミナーを堺市と共催で開催。
- 相乗効果 ハンズオン支援を実施し、簡易版BCP策定した。

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)	32.0	総支援企業数(実績)	27.0	支援実績率	84.4%	満足度	90.3
	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	事業継続力強化計画等の策定した件数						
		数値目標	32.0	実績数値	23.0	目標達成度	71.9%		
	成果の代表事例	当セミナーを受講したF社は、受講前はBCP=防災計画とのイメージが強く、脅威の対象は自然災害との認識があり、津波等の対象地域でもないことから、BCP策定の意識は弱かった。しかし、セミナー受講を通じて、BCPと防災計画の違いやBCPと感染症対策の関連性についての理解が深まり、セミナー中に簡易版BCPの作成を行うことができた。							
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)
セミナー受講により得た知識を「BCPの重要性を社内共有し理解を深める」「実際のBCP策定時に活用する」という企業が81%を占めた。今後はセミナー受講企業の策定支援制度の利用を推進することにより、策定企業の増加につなげたい。
また、未だに中小企業ではBCPの認知度は低く、今後はBCPの必要性についてセミナー開催だけではなく、事業開催時、窓口、巡回相談時など説明をする機会を増やしていく。

堺商工会議所

事業名		商品・店舗紹介コーナー開設事業							
想定する実施期間		R02 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)	現在、市内企業においては、新型コロナウイルス感染症の影響による来店客数の減少・催事等の中止により、販売機会が減少しているため、広く市民へ消費喚起を図る必要がある。そこで、B to C 向けの商品・サービスを持つ市内中小・小規模事業者に対し、商品・店舗情報等を当所特設HP内へ掲載することで、認知度向上と売上拡大を図る。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	B to C 向け商品を持つ市内製造業者およびB to C 向けサービスを提供してる市内事業者(飲食店・美容室 等)							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	【特設ホームページ】 《公開期間》令和2年5月29日(金)～ 《公開場所》Web上 《内容》域内中小・小規模事業者の商品・店舗を紹介する特設ホームページ「堺のええもん・ええ店ガイド」を開設し、広く市民へ発信することで、一般消費者への新たな販売機会の創出を図った。							
		<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							
②広域連携									
③市町村連携									
④相談相乗	一般消費者への発信についての課題を顕在化させることで、経営相談による継続的な支援に繋がった。								
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)	100.0	総支援企業数(実績)	245.0	支援実績率	245.0%	満足度	80.3
	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)	【掲載による効果についての回答から】 ①自社独自の販路活動とは異なる販路開拓の機会を得ることができた(131社・54%) ②自社や自社商品の認知度を上げることができた(65社・27%) ③購入(来店)のあった消費者の意見を集めることができた(28社・11%) ④コロナ禍での売上を少しでも伸ばすことができた(21社・9%)							
		代表指標	情報掲載により新規顧客獲得となった社数						
	数値目標	50社	実績数値	126社	目標達成度	252.0%			
成果の代表事例	食品小売業者のM社は「堺のええもん・ええ店ガイド」に情報掲載し、新規顧客獲得に繋がった。アンケートからも「ネットを通じて来店されたお客様がいた。」と意見をいただいる。								
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)	特設ホームページ「堺のええもん・ええ店ガイド」を開設することにより、アンケートでは「無料で掲載できるのでよかった。」「ネットを通じて商品を購入されたお客様がいた。」といった意見が見受けられ、サイト掲載により新規顧客獲得に繋がったと思われる。今後さらに有効なPRの場となる特設サイトへと発展させるため、一般消費者の同サイトへの閲覧する機会を増やす必要がある。そこで、季節・時流に合わせたキャンペーン・特集等を実施し、市民の関心度を高め、より一層成果の多い事業として推進していきたい。							

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

堺商工会議所

事業名		ものづくり企業交流事業							
想定する実施期間		30 年度～ 未定 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>府域内には、優れた製品・技術を持ちつつ、企業交流・連携を契機とした新製品開発や製品改良に積極的に取り組む、意欲あるものづくり事業者が多数存在している。大手・中堅企業からの発注案件は、量産型・単一加工が減少し、複数の加工技術を駆使する必要がある完成部材の一括発注が増加する傾向にある。このような中、既存の下請け・協力企業では対応できない案件も増加していることに加え、人手不足による取引機会ロスも生じている。</p> <p>一方、下請け・協力企業数社におけるグループを形成し、各工程をそれぞれ分担し連携することで、受注に対応している例もある。企業としては、他社との連携を拡充し多種多様な受注に対応していきたいとのニーズを有しているものの、他社がどのような事業に取り組み、かつどういった製品・技術を保有しているかの情報を把握できていない状況も伺える。</p> <p>については、「交流・接触を契機に、新たな商談・取引に結び付くことが多い」との事業者からの声を踏まえ、気軽に情報・名刺交換が可能な交流の場を用意し、事業者間ネットワークの構築・強化、取引機会の創出、地域経済活性化の推進を図っていく。</p>							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	優れた製品・技術、自社独自の製品・技術を持っており、販路開拓に積極的に取り組む中小モノづくり系企業を対象とする。							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>【交流会】</p> <p>≪開催日時≫令和3年3月18日（木）14:00～17:00</p> <p>≪開催場所≫堺商工会議所 大会議室</p> <p>≪内 容≫</p> <p>「堺ものづくりビジネスネットワーク拡大交流会」という名称で開催。第1部は3Dプリンター活用セミナーを開催。第2部では、展示ブースにおいて、参加企業が3Dプリンターの実演・体験するとともに、名刺交換や各社展示のカタログやPR動画の配信等を通じて、短時間で情報交換できる交流会を開催。堺市内のものづくり企業を中心に活発な交流が行われた。</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	和泉商工会議所と共催で開催し、広報を含めて連携して事業を実施に努めた。						
	③市町村連携								
	④相談相乗	交流会当日に向けては、参加企業の提案・プレゼンテーションノウハウや展示方法等に係る相談を行うことで、相談事業相乗効果創出に努めた。							
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)	40.0	支援実績率	88.9%	満足度	88.0
	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)	参加企業各社が名刺交換に留まらず、自社の状況や製品・技術・サービスの特徴・課題等について情報交換（交流）を行うことで、将来的な商談に繋がる契機となることが期待できる結果となった。							
		代表指標	交流会を将来的な商談に繋がる機会と捉えた企業数						
		数値目標	10社	実績数値	31社	目標達成度	310.0%		
成果の代表事例	【交流会】 参加企業のA社が3Dプリンターの導入についてB社と前向きに進展があった。 また、C社とD社の間では非破壊検査・計測システム導入について商談が進展している。								
	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)	参加企業からは、商談・交流の結果に関わらず「大変満足」「満足」という回答が8割を超えた。商談・交流に際してはオンラインでは伝わらない情報やニュアンスもあり、リアルな場での商談・交流の重要性を再認識した。来年度も、ものづくり企業を対象とした講演会を実施するとともに、ものづくり企業同士が商談・交流しやすい場の仕掛けづくりを工夫していき、参加企業の販路拡大に寄与する事業としていきたい。							

堺商工会議所

事業名		飲食店・地場製品等域内資源の活性化支援事業							
想定する実施期間		21 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)	域内には『こだわりのメニューを提供する飲食店』や『特徴ある自社製品(商品)を取扱う中小・小規模事業者』が多数存在する。これらは広域からの集客を期待できる地域資源と考えているが、自社・店単独では広域PRを展開する場やノウハウを有していないため、販売機会を逸しているケースが多い。そこで、これら事業者の販路開拓支援を通じて、地域活性化を推進するため、事業者情報や商材等をPRできる特設ホームページを開設し、周知を行った。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	下記域内企業 ・伝統産品や自社製品(商品)を取扱う中小・小規模卸小売事業者(50社・店) ・こだわりのスイーツを取扱う中小・小規模小売事業者(14社・店) ・こだわりのメニューを提供する中小・小規模飲食事業者(17社・店)							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	【特設ホームページ】 《公開期間》令和2年12月1日(火)～25日(金) 《公開場所》Web上 《内容》こだわりのメニューや商品を取扱う中小・小規模事業者の商品や店舗情報を掲載した特設サイトを開設し、各社商品・店舗の周知を図るとともに、掲載店舗への直接来店を促した。また、各企業へより一層の来店促進に繋がるよう、独自のスピードくじを発行し、消費喚起を行った。 ＜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							
②広域連携		支援対象事業者が消費者に対し、自社商品や店舗をPRできる特設ホームページを開設した。掲載企業募集、広報にあたっては高石商工会議所との連携のもと行い、双方の会報誌への掲載やweb広告、各種情報配信サービスを活用するなど、市域内外からの集客に努め、出展企業の認知度向上と各店舗への来店促進を図った。							
③市町村連携									
④相談相乗	掲載内容について、写真の選択やPR内容など、出展企業とは頻りにやり取りを行い、その中でも出展企業の経営課題を十分に把握することが出来たため、販路開拓支援以外の事業計画作成や金融相談など、多面的に支援することが出来た。								
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)	90.0	総支援企業数(実績)	81.0	支援実績率	90.0%	満足度	87.4
	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)	【出展による効果についての回答から(複数回答有)】 ①自社独自の販路活動とは異なる販路開拓の機会を得ることができた。(58社・72%) ②自社や自社商品の認知度を上げることができた。(13社・16%) ③購入(来店)のあった購入者の意見を集めることができた。(12社・15%)							
		代表指標	掲載終了後の新規顧客・売上の増加率						
		数値目標	10%	実績数値	12.0%	目標達成度	120.0%		
	成果の代表事例	食品小売業者のA社はネット掲載期間中に約250名の来店(購入)があり、掲載前と比べて来店客数(購入数)が15%近く伸びた。アンケートからも「ネットを通じて自社のことを知ってもらえた。」と意見をいただいている。							
その他目標値の実績	目標値(計画)	9,000	目標値(実績)	19,305	目標達成度	214.5%			
	各支援対象企業に対する来店者(購入者)については、計画当初、掲載期間の約1ヶ月間で1社約100名を想定していたが、各出展企業からのアンケート回答を基に実施したヒアリングでは、支援企業81社に対し1社あたり約238名の来場者が訪れたことが分かり、各企業の販路開拓機会創出に大きく寄与したことが伺えた。								
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拡大の影響により、従来の展示即売会形式から特設サイトにて企業の商品・店舗情報を掲載した結果、各掲載企業(支援対象企業)のアンケート調査からは「ネットを通じて新しいお客様が来店されました。」といった評価が得られるなど、約80%の出展企業から満足・ほぼ満足との回答を得た。 一方、掲載写真や掲載内容に対するノウハウ不足などの声もあり、今回のようなWeb上にて掲載を行う際、ノウハウを提供する場を設ける等、より一層成果の多い事業として推進していきたい。なお、新型コロナウイルス感染症の影響が緩和された場合、従来の展示即売会形式でのイベントを実施していく。								

堺商工会議所

事業名 自社商品売込み商談会

想定する実施期間 21 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)
魅力的な商品を取扱っていないながら、営業力や販売ルートが不足しているため、新たな取引先を開拓できない中小・小規模事業者が多数存在する。これら事業者を対象に、営業力強化に資するセミナーを開催するほか、大手小売店等をブース出展者とした商談会を開催し、新規販売ルートの創出といった支援を行うとともに、域内経済の活性化を図る。

支援する対象
(業種・事業所数等)
自社商品を取り扱う中小・小規模事業者。

- ①営業力強化セミナー
開催日時：11月11日（水）15：00～17：00
開催方法：オンライン
内 容：受講後の商品提案及び商談を効果的・効率的に行うこと、また「自社商品売込み商談会（事前予約型）」での商談成約率向上を目的として、『通販業界で成功する極上の秘訣！セミナー』を開催し、コロナ禍におけるネット通販の需要拡大の背景や売れ筋商品、効果的にネット販売を行う方法等について解説を行った。
- ②自社商品売込み商談会（事前予約型）
魅力ある商品を取り扱いたい大手流通業者7社が、事前に発注内容をホームページ等で提示した上で、出展企業1社に対し複数社の商談が可能となる事前予約型の商談会を延べ7日間実施した。
- 開催日時：10月20日（火）13：00～17：00
開催場所：堺商工会議所 小会議室
商談社数：8社
- 開催日時：10月20日（火）13：00～17：00
開催場所：堺商工会議所 小会議室
商談社数：8社
- 開催日時：10月26日（月）13：00～17：00
開催場所：堺商工会議所 小会議室
商談社数：8社
- 開催日時：11月5日（木）10：00～17：00
開催場所：堺商工会議所 小会議室
商談社数：11社
- 開催日時：11月12日（木）13：00～15：00
開催場所：堺商工会議所 小会議室
商談社数：4社
- 実施時期・具体的な内容及び事業手法
開催日時：11月12日（木）10：00～17：30
開催場所：堺商工会議所 小会議室
商談社数：13社
- 開催日時：11月12日（木）12：30～17：00
開催場所：堺商工会議所 大会議室
商談社数：9社

事業の概要

	<p>開催日時：12月14日（月）13：00～17：00 開催場所：堺商工会議所 小会議室 商談社数：8社</p> <p>開催日時：3月9日（火）13：00～17：00 開催場所：堺商工会議所 大会議室 商談社数：7社</p> <p>開催日時：3月10日（水）13：00～17：00 開催場所：堺商工会議所 大会議室 商談社数：9社</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> <table border="1"> <tr> <td>①府施策連携</td> <td></td> </tr> <tr> <td>②広域連携</td> <td>高石・和泉・泉大津・岸和田・貝塚・泉佐野・八尾商工会議所等と連携することによって効果的に来場企業を募集する。</td> </tr> <tr> <td>③市町村連携</td> <td>域内の逸品を発掘し、これを行政と協力して全国に売り出していきっかけとする。</td> </tr> <tr> <td>④相談相乗</td> <td>取扱商品等の企業情報が盛り込まれた申込み用紙の受付段階で、その来場企業のイチオン商品が明確に分かることから、事後の経営指導員による販路開拓支援、企業紹介等を行なうことが容易になる。</td> </tr> </table>	①府施策連携		②広域連携	高石・和泉・泉大津・岸和田・貝塚・泉佐野・八尾商工会議所等と連携することによって効果的に来場企業を募集する。	③市町村連携	域内の逸品を発掘し、これを行政と協力して全国に売り出していきっかけとする。	④相談相乗	取扱商品等の企業情報が盛り込まれた申込み用紙の受付段階で、その来場企業のイチオン商品が明確に分かることから、事後の経営指導員による販路開拓支援、企業紹介等を行なうことが容易になる。								
①府施策連携																	
②広域連携	高石・和泉・泉大津・岸和田・貝塚・泉佐野・八尾商工会議所等と連携することによって効果的に来場企業を募集する。																
③市町村連携	域内の逸品を発掘し、これを行政と協力して全国に売り出していきっかけとする。																
④相談相乗	取扱商品等の企業情報が盛り込まれた申込み用紙の受付段階で、その来場企業のイチオン商品が明確に分かることから、事後の経営指導員による販路開拓支援、企業紹介等を行なうことが容易になる。																
事業全体の実績／目標達成度	<table border="1"> <tr> <td>計画に対する実績（数値）</td> <td>総支援企業数(計画)</td> <td>140.0</td> <td>総支援企業数(実績)</td> <td>135.0</td> <td>支援実績率</td> <td>96.4%</td> <td>満足度</td> <td>86.9</td> </tr> </table>	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	140.0	総支援企業数(実績)	135.0	支援実績率	96.4%	満足度	86.9							
	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	140.0	総支援企業数(実績)	135.0	支援実績率	96.4%	満足度	86.9								
	<p>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> <p>①営業力強化セミナー 『通販業界で成功する極上の秘訣！セミナー』 「自社商品売込み商談会事前予約型」での来場企業の商談成約率向上のため、商談会プレセミナーとして、通販業界で成功する極上の秘訣！セミナーを開催した。当日は域内企業50社53名の参加を得た。講演内容に対して、受講者の74%が「大変満足」、「満足」と回答しており、大変満足いただけたとと言える。</p> <p>②自社商品売込み商談会（事前予約型） 当商談会を10月～3月までの間に随時開催。来場企業数85社・商談件数も同様に85件となった。『通販業界で成功する極上の秘訣！セミナー』を事前に開催し商談に挑むことにより、企業にとって買い手側のニーズに沿った商品提案をすることができ、今後に繋がる商談会となった。</p>																
	<table border="1"> <tr> <td>代表指標</td> <td colspan="7">商品提案や商談に必要なノウハウを習得できた受講者の割合</td> </tr> <tr> <td>数値目標</td> <td>70%</td> <td>実績数値</td> <td>100.0%</td> <td>目標達成度</td> <td colspan="3">142.9%</td> </tr> </table>	代表指標	商品提案や商談に必要なノウハウを習得できた受講者の割合							数値目標	70%	実績数値	100.0%	目標達成度	142.9%		
	代表指標	商品提案や商談に必要なノウハウを習得できた受講者の割合															
数値目標	70%	実績数値	100.0%	目標達成度	142.9%												
<p>成果の代表事例</p> <p>通販業界で成功する極上の秘訣！セミナーを受講後、自社商品売込み商談会（事前予約型）において、セミナーで得た知識等を活かした来場企業であるM社は、大手ネット通販サイトにて取引を開始し、売上が上がっている。</p>																	
<table border="1"> <tr> <td>その他目標値の実績</td> <td>目標値（計画）</td> <td></td> <td>目標値（実績）</td> <td></td> <td>目標達成度</td> <td></td> </tr> </table>	その他目標値の実績	目標値（計画）		目標値（実績）		目標達成度											
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	<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>①営業力強化セミナー 『通販業界で成功する極上の秘訣！セミナー』では、目標達成に至らなかったものの、ネット通販で売上を上げる方法や効果的な提案営業のポイントを事前に学ぶことにより、商談会の成約実績のみならず、今後の各企業事業展開にも貢献することができた。</p> <p>②自社商品売込み商談会（事前予約型）では、参加者より好評を得たため、次年度も引き続き開催を検討しているが、新規出展企業の誘致や効果的な広報手段を考える等、より多くの参加者増加を目指していきたい。</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)	80.0	支援企業数(実績)	85.0	支援実績率	106.3%	満足度	90.6
	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）	商談会では内容の濃い商談が多数行われ、商談成立企業数17社の実績を得た。また、左記商談成立の他、新たな取引への発展が期待できる商談中企業数29社も報告されており、今後さらに商談成立となる企業が複数出てくると想定される。							
		指標	商談件数						
	数値目標	80	実績数値	85	目標達成度	106.3%			
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②	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	60.0	支援企業数(実績)	50.0	支援実績率	83.3%	満足度	80.8
	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）	アンケートの感想欄において、「通販業界のトレンド、ポイントが学べた。」という意見が多数あったことから、参加企業は今後の商品開発や既存商品見直しの際に、ネット通販に有効となる商品の見直しとなり、しいては商談時の成約率向上に繋がったと考えられる。							
		指標	営業力強化に資するノウハウを学ぶことにより、受講後の商品提案や商談を効果的・効率的に行うことができるようになる。						
	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				

堺商工会議所

事業名

中小企業人材確保支援事業

想定する実施期間

22 年度～ 未定 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)

大学生や高校生の就職内定率の上昇(改善)は、求職学生等の大企業志向の高まりなどにより、経営資源の乏しい中小企業・小規模事業者にとっては、人材確保難・人手不足のより一層の深刻化が懸念された。また、中小企業が採用した人材の定着率の低さは、体力の弱い中小企業にとって、その安定経営の妨げとなる要因となるなど、早急な対応を迫られる状況にあった。そこで、令和2年度においては、『人材確保から人材育成、人材(従業員)の定着率の向上』に重点を置き、地域中小企業・小規模事業者がその戦力となる人材を確保・育成することにより、地域経済の発展を推進すべく、下記の11事業の実施を予定していたが、新型コロナウイルス感染症の影響により、9事業の実施となった。

支援する対象
(業種・事業所数等)

若年者層の人材を求め、定着率の向上と従業員のスキルアップを目指す地元中小企業。

事業の概要

実施時期・具体的な内容及び事業手法

- ① 求人ネットワーク事業
開催日時：令和3年2月12日(金) 14:30~16:50(堺市立堺高等学校)
令和3年2月24日(水) 9:30~12:30(大阪府立堺工科高等学校)
開催場所：堺市立堺高等学校、大阪府立堺工科高等学校
内 容：高校生等の若年層の人材を求める中小企業が各校を訪問し、中小企業の魅力を説明するとともに、参加企業には学校教育の現場を知る機会を提供し、就職担当教員とのネットワークを構築した。
- ② 就職フォーラムin堺【中止】
- ③ 女性求職者等の採用・戦力化支援事業
開催日時：令和3年2月26日(金) 15:00~17:00
開催場所：オンライン開催
内 容：中小・小規模事業者に対し、潜在労働者、とりわけ再就職を目指す女性求職者(復職女性)の雇用に関する啓発セミナーを実施し、潜在労働者の存在周知・企業の採用力アップを図った。
- ④ 外国人留学生採用支援事業【中止】
- ⑤ 若手社員のステップアップセミナー
開催日時：令和2年7月29日(水) 14:00~17:00
開催場所：オンライン開催
内 容：入社3年目程度の若手社員を対象に、実習を交えながら、自分の仕事を振り返り、会社で役立つ人材になるためのスキルを学ぶセミナーを開催した。
- ⑥ 人材育成セミナー
開催日時：令和2年9月24日(木) 14:00~17:00
開催場所：堺商工会議所 大会議室
内 容：経営者・管理職層を対象に、従業員・部下との面談の際に必要なコミュニケーションスキルの習得により、従業員の不満による離職防止や社内活性化に繋げることで、定着率向上を目的に開催した。
- ⑦ 女性社員スキルアップセミナー
開催時期：令和2年10月21日(水) 13:30~16:30
開催場所：オンライン開催
内 容：女性社員を対象に、キャリアプランの作成を通して仕事や生活面でのなりたい自分・目標・やりがい等を考察し、いきいき働くためのヒントを学ぶセミナーを開催した。

⑧ 企業×学生交流会

開催時期：令和2年10月29日（木）・11月5日（木）15:00～17:00

開催場所：桃山学院大学 聖ヨハネホール

内容：企業と学生が「地元中小企業で働くこと！」をテーマにグループディスカッションを行い、お互いの理解を深め合う意見交換会を開催した。

⑨ ダイレクトリクルーティング事業

開催時期：令和2年11月13日（金）13:30～15:30

開催場所：オンライン開催

内容：採用担当者を対象に、従来の採用手法とは異なり、企業側から学生に直接アプローチが可能となる「ダイレクトリクルーティング」の手法を紹介し、必要な人材を1人でも多く獲得していくための採用力を身に付けるセミナーを開催。

⑩ 中堅社員仕事力アップセミナー

開催時期：令和2年11月24日（火）13:30～15:30

開催場所：オンライン開催

内容：中堅リーダーとして持つべき人財力(課題設定力・解決力・耐力・胆力・組織を高める力・コミュニケーション能力)を身に付けるセミナーを開催

⑪ 人事評価制度セミナー

開催日時：令和2年12月7日（月）13:30～15:30

開催場所：オンライン開催

内容：人事評価制度の確立に向けての啓発的な支援として、人事評価制度の策定方法や評価基準の設定方法を紹介し、中小企業の経営安定を図ることを目的にセミナーを開催した。

<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	参加企業に対し、OSAKAしごとフィールドのPRを行ない、会員登録の誘導を図るなど、大阪府の労働施策の普及活動に努めた。
②広域連携	中小企業人材確保支援事業の一連の事業（9事業）を、地域経済の振興を担う当所と高石商工会議所と広域連携事業として実施することにより、来場者募集にかかるスケールメリットを発揮させ、地域に密着した雇用人材の確保にかかる事業の相乗効果を図ることができた。
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)	315.0	総支援企業数(実績)	271.0	支援実績率	86.0%	満足度	88.1
--------------	------------	-------	------------	-------	-------	-------	-----	------

- ① 求人ネットワーク事業
支援目標企業数通り30社の参加となり、アンケート結果では、全ての企業から、高等学校2校の生徒を「ぜひ採用したい。」「採用を検討する。」との意向があり、一定の評価を得られた。
- ② 就職フォーラムin堺【中止】
- ③ 女性求職者等の採用・戦力化支援事業
年度当初の支援企業目標であった15社を下回る14社となったものの、アンケート結果において、「今後は女性の採用・活躍に積極的に取り組みたい。」「女性活躍の重要性を再認識した。」などの声も頂き、女性活躍の啓発に向けて一定の成果を得られた
- ④ 外国人留学生採用支援事業【中止】
- ⑤ 若手社員のステップアップセミナー
年度当初の支援企業目標であった30社（69名）の参加企業数であった。オンラインコミュニケーションが求められることもあり相手に伝わりやすい方法を工夫するなどを学んでいただいた。受講者の多くから「大いに参考になった」「参考になった」という声をいただき、一定の評価を得られた
- ⑥ 人材育成セミナー
年度当初の支援企業目標であった45社を下回る33社（41名）の参加であったものの、前年度最もニーズのあった「コミュニケーション」をメインテーマに、人材育成の姿勢・手法の演習を多く取り入れて実施する事で、多くの受講者から「大いに参考になった」「参考になった」という声をいただき、評価を得られた。また本セミナーでは、1on1ミーティングという面談システムを学ぶことで、従業員や部下との面談時に役立ちそうだと一定の評価を得られた。

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>⑦ 女性社員スキルアップセミナー 年度当初の支援企業目標であった30社を下回る27社(49名)の参加であった。しかしながら、ほぼ全ての受講者が「今回のセミナーの内容を今後の業務に活かせるところがあった」と回答しており、女性社員のスキルアップに向けて一定の成果を得られた。</p> <p>⑧ 企業×学生交流会 年度当初の支援企業目標であった30社を下回る22社の参加企業を得て開催することができ、企業側から「学生の考えが聞けてよかった。」「学生と採用時とは違う雰囲気では話をするのができた。」などの声があり、一定の評価を得ることができた。</p> <p>⑨ ダイレクトリクルーティング事業 年度当初の支援企業目標であった45社を下回る37社の参加であった。しかしながら、受講者の94%が「今回のセミナーで新たな知識や手段を得る事ができた」と回答しており、人材確保に向けて一定の成果を得られた。</p> <p>⑩ 中堅社員仕事力アップセミナー 支援目標企業数45社を下回る42社の参加となったが、受講者の多くから「大いに参考になった」「参考になった」という声をいただき、一定の評価を得られた。</p> <p>⑪ 人事評価制度セミナー 支援目標企業数を上回り、36社(41名)の参加があり、受講者の多くから「大いに参考になった」「参考になった」という声をいただき、一定の評価を得られた。</p>					
		代表指標	参加企業と各校とのネットワーク構築数(ヒアリング調査)				
		数値目標	10	実績数値	30	目標達成度	300.0%
	成果の代表事例	<p>「企業×学生交流会」「求人ネットワーク事業」他に参加したH社は、近隣大学・高校とのネットワーク作りや学生との意見交換・交流を図り、学生の価値観を理解し、積極的な採用と採用後のミスマッチ防止へと取り組んでいる。それが功を奏し、今春2名新入社員を採用し、令和3年4月に当所にて開催の「新入社員教育基礎講座」を受講。入社後は、各階層別のセミナーを利用し、社員のスキルアップと定着を図る予定。</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>① 求人ネットワーク事業 高校生に対して自社の魅力を訴求することができ満足した企業が多数見られた。また、学校での履修内容や就職状況等詳細な情報を入手することができ有益であるとの感想が参加企業からあり、満足度も高いことから継続的に実施する。</p> <p>② 就職フォーラムin堺【廃止】 新型コロナウイルス感染症の影響により、会場に多数の企業・学生が一同に介する形式の同事業は開催を中止。別途、当所独自で、参加者情報の追跡が可能で、各大学の特色に合わせて、学生と企業のマッチングが可能な大学別の学内合同企業説明会を試験的に実施し、好評であったため、今後は同形式での開催を検討する。</p> <p>③ 女性求職者等の採用・戦力化支援事業 中小・小規模事業者に対して、潜在労働者、とりわけ再就職を目指す女性求職者(復職女性)の存在周知や採用を訴求することができ、今後の女性の採用・活躍へ積極的に取り組む意思のある企業が見られた。しかし、日頃から当事業へのニーズの高さが窺えず、少人数制での開催となっていることから、依然として、女性の採用・活躍に対し、重要性を感じていない経営者が多いように思われるため、更なる啓発に努めていく。</p> <p>④ 外国人留学生採用支援事業【廃止】 新型コロナウイルス感染症の影響による外国人の入国制限等も有り、採用状況が不透明であるため、なおかつ、域内企業の高いニーズも伺えないため、令和3年度は実施しない。</p> <p>⑤ 若手社員のステップアップセミナー 仕事を意識的に行うための考え方や、上下のパイプ役を果たすためのコミュニケーション力を学んで頂いた。引き続き、若手社員が必要なスキルを身につけ、中堅社員へ成長し定着率を向上させるために、仕事力をアップするスキルを習得する取り組みを行う。</p> <p>⑥ 人材育成セミナー【廃止】 これまで部下とのコミュニケーション術に焦点を絞りセミナーを開催してきたが、今後は、自身が経営戦略を把握・理解し、部下に対して、その戦略を徹底して実現させることに重きを置き、「経営者層・幹部候補向けセミナー」として、実行力・推進力(リーダーシップ)のある次代の経営者層・幹部候補の育成を目指す。</p>					

ローするのか)	<p>⑦ 女性社員スキルアップセミナー 域内中小企業では、経営者や総務担当者に女性活躍推進に対する意識が浸透しておらず、当セミナーに対するニーズが低いと感じた。そこで、次年度は、テーマ設定やセミナーの切り口等を工夫して企画したい。</p> <p>⑧ 企業×学生交流会 「時間が短かった」「学生の話をもう少し聞きたかった」などの課題が見つかった。これに対し、「ディスカッション時間を長く設定する」「学生だけが発言する時間を設ける」などの運営も必要であると思われる。加えて、桃山学院大学と今回で2回目の開催であることから、他の大学との連携も視野に入れて実施を検討する必要がある。</p> <p>⑨ ダイレクトリクルーティング事業【廃止】 目標支援企業数に届かず、高いニーズも伺えず、また、新卒採用以外の手法についても情報提供が欲しいという要望も多かったため、本事業は廃止とし、今後は、別途、新卒採用のみならず、中途（転職）、女性、シニア、パート・アルバイトなど、多様な人材の採用について、採用担当者向けに、そのノウハウを提供できる事業を企画していく。</p> <p>⑩ 中堅社員仕事力アップセミナー 職場をまとめていくリーダーとして必要な「課題設定力」、「問題解決力」、「コミュニケーション能力」などを習得する内容で実施した。グループ討議や演習を多く取り入れ実践的な内容としたことで好評であった。次年度においても、演習等を多く取り入れ、より実践的な内容で実施する。</p> <p>⑪ 人事評価制度セミナー【廃止】 これまでは人事評価に焦点を絞ってセミナーを開催していたが、管理職としての考え方やマネジメント術等、その他の項目についても求める声が多いことから、今後は、「管理職セミナー」として、管理職として必要なスキルを複合的に習得するセミナーへと移行する。</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。

① 求人ネットワーク事業	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)	30.0	支援実績率	100.0%	満足度	89.3
	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>今まで高校等とのネットワークがなかった中小企業に対して、学校教育の現場を知る機会を提供し、加えて、地元工業高校等の就職担当者とのネットワークを構築することで、今後の若年層の求人の確保につながるのと同時に、採用後の雇用のミスマッチによる離職回避に繋がった。</p> <p>指標 参加企業と各校とのネットワーク構築数(ヒアリング調査)</p>							
		数値目標	10	実績数値	30	目標達成度	300.0%		
	その他目標値の実績	目標値(計画)		目標値(実績)		目標達成度			
② 就職実績/達成度	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)	中止							
		数値目標		実績数値		目標達成度			
	その他目標値の実績	目標値(計画)		目標値(実績)		目標達成度			
③ 実女性績/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%	満足度	81.4
	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>潜在労働者、とりわけ女性求職者の雇用に関する知識・ノウハウが身に付き、企業の採用力アップが期待でき、人手不足の解消へとつながった。</p> <p>指標 女性求職者等の採用に対する理解度を深めることができた企業数</p>							
		数値目標	10	実績数値	14	目標達成度	140.0%		
	その他目標値の実績	目標値(計画)		目標値(実績)		目標達成度			

④ 実績／達成度 外国人留学生	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）	中止							
		指標							
		数値目標		実績数値		目標達成度			
⑤ 実績／達成度 若手社員ステップセミナー	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)	30.0	支援実績率	100.0%	満足度	89.3
	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）	仕事の進め方の基本を再確認し、抱えている問題の解決が可能となる。加えて自分の将来像を見据えることによる意識が向上した。							
		指標	中核人材となるための基本スキルを習得できた受講生の割合						
		数値目標	70%	実績数値	100%	目標達成度	142.9%		
⑥ 実績／達成度 人材育成セミナー	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	45.0	支援企業数(実績)	33.0	支援実績率	73.3%	満足度	83.0
	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）	参加者が、従業員・部下との少人数でのコミュニケーションを大切にし、コミュニケーション不足を無くすことで、従業員・部下の不満を解消させ、離職防止につながった。							
		指標	少人数でのコミュニケーションの大切さを学ぶことができた受講生の割合						
		数値目標	70%	実績数値	91%	目標達成度	130.0%		
⑦ 実績／達成度 女性社員スキルアップセミナー	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)	27.0	支援実績率	90.0%	満足度	91.1
	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）	女性社員のスキルが向上するとともに、モチベーションがアップすることにより、企業において女性社員が生き生きと働くことができた。							
		指標	課題解決力・コミュニケーション力などのスキルを身につけることができた受講生の割合						
		数値目標	70%	実績数値	100%	目標達成度	142.9%		
⑧ 実績／達成度 企業×学生交流会	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)	22.0	支援実績率	73.3%	満足度	94.5
	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）	学生の働くことに対する価値観等の現状を知ることにより、学生に対する理解が深まり、採用のミスマッチの解消に繋がった。							
		指標	採用時の学生に対する理解度を深めることができた企業数						
		数値目標	25	実績数値	22	目標達成度	88.0%		
⑨ 実績／達成度 ダイレクトリクルーティング事業	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	45.0	支援企業数(実績)	37.0	支援実績率	82.2%	満足度	90.3
	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）	従来までの「企業が学生の応募を待つ」採用方法に加え、企業が直接学生にリクルート活動を行うことができるような「今の時代に合った採用の仕方」について知ること、企業の手不足解消へとつながった。							
		指標	人材確保について新たな知識・手段を得ることができた企業数						
		数値目標	30	実績数値	37	目標達成度	123.3%		
⑩ 実績／達成度 ダイレクトリクルーティング事業	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	45.0	支援企業数(実績)	37.0	支援実績率	82.2%	満足度	90.3
	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）	従来までの「企業が学生の応募を待つ」採用方法に加え、企業が直接学生にリクルート活動を行うことができるような「今の時代に合った採用の仕方」について知ること、企業の手不足解消へとつながった。							
		指標	人材確保について新たな知識・手段を得ることができた企業数						
		数値目標	30	実績数値	37	目標達成度	123.3%		

⑩ 中堅社員仕事力アップセミナー 実績／達成度	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	45.0	支援企業数(実績)	42.0	支援実績率	93.3%	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）	コミュニケーション、マネジメント術などを学ぶことにより、中堅社員がその役割を認識し企業内における上司と部下の調整役としての能力が向上した							
		指標	コミュニケーション術。マネジメント術などのスキルを身につけることができた受講生の割合						
	その他目標値の実績	数値目標	70%	実績数値	100%	目標達成度	142.9%		
目標値（計画）			目標値（実績）		目標達成度				
⑪ 人事評価制度セミナー 実績／達成度	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	45.0	支援企業数(実績)	36.0	支援実績率	80.0%	満足度	80.6
	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）	人事制度の確立に向けての啓発的な支援として、人事評価制度のつくり方等を紹介し、中小企業の経営の安定を図れた。							
		指標	人事評価制度の作成方法に対する理解度を深めることができた受講生の割合						
	その他目標値の実績	数値目標	70%	実績数値	100%	目標達成度	142.9%		
目標値（計画）			目標値（実績）		目標達成度				

堺商工会議所

事業名		ものづくり企業商談会
想定する実施期間		20 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)	優れた技術を持ちながら、営業力不足や機会不足等により新たな取引先を見つけることのできない中小製造業者が多く存在する。この課題を解決するために、中小・小規模ものづくり企業を対象に、販路開拓及びマッチング機会の創出を目的とする。	
	支援する対象 (業種・事業所数等)	域内の中小・小規模ものづくり企業
事業の概要 実施時期・具体的な内容及び事業手法	○ものづくりマッチング商談会in堺（事前予約型） 外注先や協力企業を募集している大手・中堅メーカーの資材調達担当者（15社）が、事前に府内中小ものづくり企業を選定し、個々に商談を行う「事前予約型」（逆指名）で、延べ12日間実施した。	
	日 時	令和2年11月13日（金）12：30～17：00
	場 所	当所2階大会議室
	商談社数	9社
	日 時	令和2年11月16日（月）13：00～16：00
	場 所	当所2階小会議室
	商談社数	3社
	日 時	令和2年11月26日（木）13：00～16：00
	場 所	当所2階小会議室
	商談社数	10社
	日 時	令和2年12月2日（水）12：00～17：00
	場 所	当所2階小会議室
商談社数	9社	
日 時	令和2年12月3日（木）14：00～17：00	
場 所	当所2階小会議室	
商談社数	4社	
日 時	令和2年12月9日（水）12：00～17：00	
場 所	当所2階大会議室	
商談社数	24社	
日 時	令和2年12月14日（月）12：00～17：00	
場 所	当所2階大会議室	
商談社数	8社	
日 時	令和2年12月21日（月）13：00～17：00	
場 所	当所2階小会議室	
商談社数	6社	
日 時	令和3年1月21日（木）13：00～17：00	
場 所	オンライン開催	
商談社数	6社	
日 時	令和3年1月25日（月）13：00～17：00	
場 所	オンライン開催	
商談社数	3社	
日 時	令和3年2月5日（火）13：00～16：00	
場 所	当所2階大会議室	
商談社数	3社	
日 時	令和3年3月17日（水）13：00～16：00	
場 所	オンライン開催	
商談社数	3社	

		①府施策連携							
		②広域連携	他地域の7商工会議所と連携することによって、広域的に来場企業を募集することができた。						
		③市町村連携	ものづくり企業支援を主とした（公財）堺市産業振興センターなどの各種団体が発行する「ものづくり企業技術ガイドブック」等の活用により、来場企業の誘致がスムーズとなった。						
		④相談相乗	受付段階で技術等の情報を盛り込んだ申込用紙を受領していたため、事後の経営相談や企業マッチングの際に活用とすることができた。						
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)	80.0	総支援企業数(実績)	88.0	支援実績率	110.0%	満足度	91.3
	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>【商談会】</p> <p>今回実施した商談会に関しては、商談会後にフォロー調査を実施したところ、1社において、商談が成立し（案件数20件、総額150万円）、また1社からは、現在商談中であるとの回答を得た（案件数1件(機密保持のため、金額未定の回答あり)）。</p> <p>他方、見積り依頼や商談会後の打ち合わせにまで商談が進展しなかった場合でも、「情報収集に役立った」「つながりができたので引き続きやりとりをしている」などの意見が寄せられ、来場企業にとっては商談成立以外のメリットもあることが分かった。フォロー調査でも本商談会を「良くなかった」「あまり良くなかった」と回答した企業は僅かであり、多くの企業にとって本商談会が販路拡大のための良い機会となったことが伺える。</p> <p>また、発注を受けた企業が他の企業に発注を出すというケースも見られ、実質的な経済効果はフォロー調査結果よりも大きなものになると考えられる。</p>							
		代表指標	商談件数						
		数値目標	80件	実績数値	88件	目標達成度	110.0%		
	成果の代表事例	来場企業A社は、出展企業B社から総額150万円の受注があった。大阪府内同士の企業ということもあり、これをきっかけに継続的な取引へと繋がっており、受注額は今後増加するものと見込まれている。							
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）	来場企業からは、商談の成否に関わらず「参加して良かった」「来年度も来場したい、開催継続を望む」という意見が多数寄せられた。ただし、幅広い業種の新規出展企業や、運営方法の変更を望む意見もあった。地域中小企業の特性に合致した出展企業の掘り起しを行う等、更なる出展企業・来場企業満足度向上に繋げていく予定である。							

堺商工会議所

事業名

Web・クラウド販路開拓支援事業

想定する実施期間

23 年度～ 未定 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)

個々のプラットフォームに依存しないクラウド型アプリケーションの普及とともに、AI×IoT×ビッグデータの活用、キャッシュレス化の進展により、便利で高度なITツール・ITサービスを利用することが可能になり、事務効率の飛躍的な向上も可能となった。一方、デジタル・デバイドの拡大も問題となっており、中小・零細企業向けのセミナーは不可欠であると考え。そのような状況を鑑み、本事業の目的は以下の通り設定する。
 ①オフィス内から営業現場まで幅広い領域のアプリが存在する「業務系クラウド」について学び、業務の効率化、経営競争力の強化、販路開拓を図る。
 ②Facebook等のSNSを活用した効果的なプロモーション手法、ターゲティング広告の活用、ブランディング化の方法、既存HPの活用方法、ネットショップ運営ノウハウ等の習得により、効果的な新規顧客の開拓、売上向上を図る。
 ③Googleによる検索エンジンが、文字から動画へ軸足を移す中、SEO対策上、圧倒的に有利な「動画」を使った情報発信手法を学び、販路拡大を図る。

支援する対象
(業種・事業所数等)

IT導入による販路拡大・経営改善に興味を持つ、市内外の中小企業経営者、従業員が対象。業種は問わない。

事業の概要

実施時期・具体的な内容及び事業手法

- ① Keynote活用・ビジネスプレゼン技術習得セミナー
 《開催日時》令和2年2月8日(月) 14:00～16:00
 《開催場所》堺商工会議所 大会議室・オンライン同時開催
 《内 容》
 「絶対に伝わるプレゼン教えます！セミナー」という名称で開催。販路拡大・売上増を目指し、営業マンの必須であるプレゼンの技術・理論・方法について学んだ。
- ② キャッシュレス・ネット通販セミナー 第1弾
 《開催日時》令和2年8月26日(水) 14:00～16:00
 《開催場所》堺商工会議所 大会議室・オンライン同時開催
 《内 容》
 「リアル店舗とネット通販運営セミナー」という名称で開催。激化するネット通販で、価格競争に陥らず、適正な利潤を得つつ、販路を拡大していくための経営戦略を学んだ。
- ③ キャッシュレス時代のLINEPay・SNS活用セミナー
 《開催日時》令和2年9月18日(金) 14:00～16:00
 《開催場所》堺商工会議所 大会議室・オンライン同時開催
 《内 容》
 「LINE公式アカウントで販路拡大セミナー」という名称で開催。既存のスマホ・アプリ(LINE公式アカウントやLINE Pay)をビジネス活用することによって、業務効率化とともに新規顧客の取り込みを図る方法を学ぶ。
- ④ YouTube動画で集客カアップセミナー
 《開催日時》令和2年9月25日(金) 14:00～16:00
 《開催場所》堺商工会議所 大会議室
 《内 容》
 「YouTube徹底利用・集客セミナー」という名称で開催。YouTubeなどの動画を活用し、ネットで効率よく低予算で集客し、販路拡大につなげる方法を具体的な事例を交えながら学んだ。
- ⑤ ITツール活用・価格競争に勝つ経営戦略セミナー
 《開催日時》令和2年10月27日(火) 14:00～16:00
 《開催場所》堺商工会議所 大会議室・オンライン同時開催
 《内 容》
 「集客に強い会社の仕組み伝授セミナー」という名称で開催。価格競争に巻き込まれず、競合他社が追い付けないポジションで勝負する経営戦略・IT戦略について学んだ。
- ⑥ キャッシュレス・ネット通販セミナー第2弾
 《開催日時》令和2年11月19日(木) 14:00～16:00
 《開催場所》堺商工会議所 大会議室・オンライン同時開催
 《内 容》
 「生き残るためのネット通販戦略セミナー」という名称で開催。近年、ネット経由での物販割合(EC化率)が急速に高まっている中、ネットショップを経営する上での手法・戦略について学んだ。

- ⑦ クラウドアプリ活用セミナー
 《開催日時》令和2年11月27日（金）14:00～16:00
 《開催場所》堺商工会議所 大会議室・オンライン同時開催
 《内 容》
 「ウィズコロナ時代の使えるクラウド厳選20伝授セミナー」という名称で開催。業務効率の向上、経営力の強化を行うための最新クラウド・アプリやITツールについて学んだ。
- ⑧-1 ITツール導入で業務効率向上セミナー
 《開催日時》令和2年8月19日（水）14:00～17:00
 《開催場所》堺商工会議所 大会議室
 《内 容》
 「中小企業のためのテレワーク導入セミナー」という名称で開催。中小企業でもテレワークを導入できるよう導入手順や投資額の予算、活用事例等を学んだ。
- ⑧-2 ITツール導入で業務効率向上セミナー
 《開催日時》令和2年2月19日（金）14:00～16:30
 《開催場所》堺商工会議所 大会議室・オンライン同時開催
 《内 容》
 「テレワーク導入によるSDGsへの取組セミナー」という名称で開催。近年SDGsへの取り組みが推進されている中で、テレワークを使って身近にSDGsに取り組む方法や導入メリット等を学んだ。

<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	高石商工会議所と連携して事業を行った。高石商工会議所管内および大阪府下の他市から多くの参加をいただいた。
③市町村連携	
④相談相乗	セミナーに参加した企業のアンケート調査から、IT分野を含めた様々な相談・支援に結びついており、その後の経営指導に活かすことができた。

計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	430	総支援企業数(実績)	408	支援実績率	94.9%	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）

①⇒ ITツールを活用した効果的なプレゼン技術を営業マンがマスターすることによって、新規顧客の開拓、販路拡大につながった企業が増えた。
 ②⇒ リアル店舗とネットショップとSNSとの連携により、顧客の新規開拓とグリップ力の強化、販路拡大に結びつくことを理解いただいた。また、実際にリアル店舗とネットショップと連携し、販路拡大につながった企業が増えた。
 ③⇒ LINE公式アカウントやLINEpayの導入により、業務効率の向上と新規顧客の取り込み、販路拡大を図った企業が増えた。
 ④⇒ YouTubeに自社サービス・商品の動画コンテンツをアップすることによって、ネットを通じた問い合わせが増え、新規顧客の開拓、販路拡大につながった企業が増えた。
 ⑤⇒ ITツールを活用し、価格の安売りに巻き込まれない経営戦略を実施することによって、売上増につながった企業が増えた。
 ⑥⇒ 楽天、ヤフーショッピング、アマゾンなどでネット店舗を新規に設置、あるいは販路拡大につながった企業が増えた。
 ⑦⇒ 各種クラウドを活用して、企業が適正な利潤を確保し、儲けを増やしていく経営手法についてご理解いただくとともに、売上増、販路拡大につながった企業が増えた。
 ⑧-1⇒ テレワークを導入し、業務効率の向上を図った企業が増えた。
 ⑧-2⇒ テレワーク導入によるSDGsへの取り組みについてご理解いただくとともに、テレワークを導入し、業務効率の向上を図った企業が増えた。

代表指標	Keynoteを使ったプレゼン技術を営業等に応用した企業数				
数値目標	7	実績数値	7	目標達成度	100.0%

事業全体の実績

目標達成度	成果の代表事例	<p>【代表事例①】 介護タクシー業を営むK社は、開業間もなかったため、認知度が低く売上が低迷する状況が続いていた。今般、「④YouTube動画で集客力アップセミナー（9月25日）」を受講したことにより、動画による情報発信の重要性を認識し、「堺」と「介護タクシー」の検索キーワードでヒットするようにYouTube配信を行った。また、ホームページもリニューアルし、同様の検索キーワードでSEO対策を施した。それにより、ネット経由での問い合わせが急増し、新規顧客の獲得につながり、売上も増えた。</p> <p>【代表事例②】 割烹料理店を営業するM社は、「②キャッシュレス・ネット通販セミナー 第1弾（8月26日）」を受講し、コロナ禍におけるホームページによる情報発信、飲食店のテイクアウト対応の重要性を認識した。割烹料理という高級テイクアウト商品の開発、及び販売戦略について綿密な打ち合わせを行った。10月以降、テイクアウトの開始、ホームページやSNSによる情報発信などを行い、徐々にネット経由での問い合わせが増え、時短要請下においても売上が落ち込むことなく堅調に推移するようになった。</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>IT分野、DX分野は絶えず進化と変化を遂げており、特に、令和2年度においては、新型コロナ禍におけるテレワークの対応が重要な案件となり、中小企業におけるITリテラシーの向上と、業務への応用・展開が喫緊の課題となった。</p> <p>IT系セミナーの開講とそれに伴うIT化支援、DX化支援は重要であり、また、加速していくであろう基幹業務系クラウドの導入、テレワークシステムの導入について、中小企業が乗り遅れないよう導入支援を行っていくことも重要である。「生産性向上」というキーワードのもと、IoT、ビッグデータ、AIと連携したクラウド活用も進んでおり、新しい技術に対応するため、その都度最新のIT系セミナーを開催し、支援を行っていく。</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)	45	支援企業数(実績)	42	支援実績率	93.3%	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）	販路拡大・売上増を目指し、営業マンの必須であるプレゼンの技術・理論・方法について、営業現場にてkeynote等のプレゼン技術を活用し、営業能力の向上に繋がった。							
		指標	Keynoteを使ったプレゼン技術を営業等に応用した企業数						
	数値目標	7	実績数値	7	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)	55	支援企業数(実績)	61	支援実績率	110.9%	満足度	86.9
	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）	顧客の新規開拓とグリップ力の強化、販路拡大に結びつくことを理解し、実際にリアル店舗とネットショップと連携し、販路拡大につながった。							
		指標	ネットショップをオープン・改良した企業数						
	数値目標	8	実績数値	13	目標達成度	162.5%			
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③	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	50	支援企業数(実績)	62	支援実績率	124.0%	満足度	90.3
	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）	既存のスマホ・アプリ（LINE公式アカウントやLINE Pay）をビジネス活用することによって、業務効率化とともに新規顧客を取り組むことができた。							
		指標	各種SNSやターゲティング広告を利用した企業数						
	数値目標	8	実績数値	13	目標達成度	162.5%			
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④	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)	39	支援実績率	130.0%	満足度	91.8	
	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）	YouTubeに自社サービス・商品の動画コンテンツをアップすることによって、ネットを通じた問い合わせが増え、新規顧客の開拓、販路拡大につながった								
		指標	YouTubeで情報発信をおこなった企業数							
	数値目標	5	実績数値	7	目標達成度	140.0%				
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)	60	支援企業数(実績)	45	支援実績率	75.0%	満足度	84.0	
	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）	ITツールを活用し、価格の安売りに巻き込まれない経営戦略を実施することによって、売上増につながった。								
		指標	ITツール導入による価格競争力を強化した企業数							
	数値目標	7	実績数値	17	目標達成度	242.9%				
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⑥	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	85	支援企業数(実績)	62	支援実績率	72.9%	満足度	89.7	
	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）	ネットショップを経営する上での手法・戦略について学び、実際にリアル店舗とネットショップと連携し、販路拡大につながった。								
		指標	楽天やヤフーでショップをオープン・改良した企業数							
	数値目標	12	実績数値	12	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⑦	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	45	支援企業数(実績)	45	支援実績率	100.0%	満足度	92.9	
	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）	各種クラウドを活用して、企業が適正な利潤を確保し、儲けを増やしていく経営手法についてご理解いただくとともに、売上増、販路拡大につながった。								
		指標	各種クラウドを新規に導入した企業数							
	数値目標	7	実績数値	20	目標達成度	285.7%				
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⑧	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)	27	支援実績率	90.0%	満足度	91.9	
	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）	中小企業でもテレワークを導入できるよう導入手順や投資額の予算、活用事例等を学び、テレワークを導入し、新型コロナ対策に取り組んだ。								
		指標	業務ITツールを導入し業務効率向上を果たした企業数							
	数値目標	4	実績数値	5	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⑧-2	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)	25	支援実績率	83.3%	満足度	91.2	
	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）	テレワーク導入によるSDGsへの取り組みについてご理解いただくとともに、テレワークを導入し、業務効率の向上を図った企業が増えた。								
		指標	業務ITツールを導入し業務効率向上を果たした企業数							
	数値目標	5	実績数値	5	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					

堺商工会議所

事業名		事業承継支援事業							
想定する実施期間		30 年度～ 未定 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>中小企業・小規模事業者は雇用の担い手、多様な技術・技能の担い手として、わが国経済・社会において重要な役割を果たしている。</p> <p>しかし、個人事業主や法人企業の代表者の高齢化が進むなか、「経営改善が優先で、事業承継を考えている余裕がない。」と、事業承継に関する意識がまだまだ低く、課題を先送りにする企業が多い。</p> <p>そこで、事業承継への意識を啓発し、後継者不在による廃業等を減少させ、事業承継を円滑に成功させることにより、事業の継続・安定化を図ることを目的に、事業承継支援事業を実施する。</p>							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	後継者不在、後継者の育成等に悩んでいる企業							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>①事業承継セミナー 開催日時：令和2年10月13日（火）14:00～15:30 テーマ：女性経営者が目指す新しい酒文化 ～人を幸せにする酒造り～ 開催場所：堺商工会議所 大会議室・オンライン同時開催</p> <p>②専門家派遣による個別支援 10社</p> <p>③連絡会 開催日時：令和2年7月28日（火）14:00～15:00 開催場所：堺商工会議所 小会議室 参加者：堺商工会議所・高石商工会議所・泉大津商工会議所 和泉商工会議所</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	大阪府事業承継ネットワークに参画を行うとともに、参画機関と連携し事業を実施。また、大阪府が国の採択を受けた「プッシュ型事業承継支援高度化事業」として、当所に泉北地域の事務局を設置し、相談先の発掘、事業承継ヒアリングシートの作成等に協力した。							
	②広域連携	高石・泉大津・和泉商工会議所と連絡会を開催し、効果的に事業を実施。また、プッシュ型事業承継支援高度化事業では、各会議所に月1回窓口を設置。							
③市町村連携									
④相談相乗	専門家派遣の個別支援では、まず、経営指導員がヒアリングシートを作成し、その上で、専門家と同行して支援を実施し、その後は、経営指導員によるフォロー支援を実施した。								
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)	83.0	支援実績率	103.8%	満足度	97.3	
事業全体の実績／日	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>【事業承継セミナー】</p> <p>事業承継の課題を先送りする企業が多いなか、事業承継の成功事例を聞くことで、早期に取り組むべき課題と感じてもらうことができ、セミナーの参加を契機に事業承継に取り組む意欲を高めることができた。今年度は、会場に加えて、Zoomを活用したオンライン配信も実施したことにより、遠方の事業者や多忙で会場に足を運ぶことが困難な事業者を取り込むことができ、間口を広げた支援を行うことができた。</p> <p>【個別支援】</p> <p>事業承継相談の目的が多様であり、同様に支援の成果も様々であった。10社が専門家からの助言書や、事業承継計画書を得て、内9社が事業承継に関しての課題整理をするとともに、課題解決するための方向性・手段について理解され、事業承継に向けて着手することができた。特に今年度は、代表が高齢である個人事業の事業承継の相談が多くあり、事業承継だけでなく、相続にも踏み込んだ支援を行うことができ、円滑な事業承継・相続に向けて意識を大きく変えることができた。</p>							
	代表指標	事業承継計画書、事業承継に関する助言書							
	数値目標	10	実績数値	10	目標達成度	100.0%			

目標達成度	成果の代表事例	<p>【個別支援・セミナー開催】 (相談概要) 特殊ネジ・ナット等を製造するK社において、代表者から後継者(子息・専務)に事業承継を予定している。子息に後継者である旨は伝えているものの、具体的には事業承継が進んでいない状況にある。 そこで、具体的にどのように事業承継を進めていけば良いかについて相談があり、当所の事業承継コーディネータによる専門家派遣を実施。</p> <p>(成果) 「社長の思い」と「専務の思い」をそれぞれ聴取し、株式の移行や得意先の引継ぎ等、社長から専務へスムーズな事業承継の実施方法について説明を行った上で、以下の取り組みから着手することとなった。 1) 現行の事業の経営状況の把握、2) 中期経営計画書の策定、3) 事業関係者への認知 4) 後継者をフォローする組織作り、5) ①後継者教育、②内部教育、③外部教育</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>【セミナー開催】 事業承継を先送りする企業に対し、事業承継の必要性に気づかせることを目的に、継続的に開催することが必要と考える。セミナー参加企業から、いかに個別支援へつなげていくことが課題であり、セミナー参加企業へのフォローを充実させたい。</p> <p>【個別支援】 事業承継について検討しなければならないが、「相談はまだ先で良い。」「新型コロナウイルス感染症の影響により他に優先すべき経営課題が存在する。」などと事業承継の課題を先送りする企業がまだまだ多く、相談先の発掘には課題が多い。また、後継者がいない場合の後継者選びや後継者育成に関して、自社の経営改善と一体となった支援など、支援の幅の充実が必要である。</p> <p>【事業承継の取組を検討した企業】 事業承継セミナー参加企業の内、特に事業承継の取組に意欲を高く持つ24社が事業承継診断チェックシートを記入し、自社の事業承継の進捗状況の把握に役立てた。</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)	70.0	支援企業数(実績)	73.0	支援実績率	104.3%	満足度	97.3
	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)	多くの企業が事業承継に関する成功事例を自社に当てはめ実行するとともに、会社の経営方針、商品ブランドの重要性についても、理解を深めるきっかけとなった。							
		指標	事業承継の取組を検討した企業						
		数値目標	15	実績数値	24	目標達成度	160.0%		
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)	10.0	支援企業数(実績)	10.0	支援実績率	100.0%	満足度	98.0
	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)	専門家派遣を実施した企業の多くが、株式の移譲や、特例承継計画の申請等によって、承継の進め方が明確となった。							
		指標	事業承継計画書、事業承継に関する助言書						
		数値目標	10	実績数値	10	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				

堺商工会議所

事業名		ネット通販を活用した販路開拓支援事業								
想定する実施期間		R02 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)	<p>新型コロナウイルス感染症拡大防止に向けた、外出自粛による来店客数の減少・催事等の中止の影響を受け、売上が減少し、来店での売上のみでは、売上回復が難しい状況である。また、テイクアウトやデリバリーサービスでは、商圏が限られ、売上の大きな回復は望めない。</p> <p>一方で、このコロナ禍の状況の中、ネット通販業界においては、現在、市場規模が約8兆円と、百貨店の市場規模約6兆円を超え、急速に拡大している。</p> <p>そこで、飲食店や商店の商品を、大手通販会社のネットで営業自粛に伴う売上減少救済販売の企画を行い、即座に全国に向け販売し、営業自粛の店舗の売上向上と商圏の拡大を図る。</p>								
	支援する対象 (業種・事業所数等)	一般消費者向け商材を持つ中小・小規模事業者								
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	①ネット通販コーディネーターにコンサルティングを行い、ネット通販に関するノウハウの習得と自社商品のネット通販仕様になるようにアレンジした。 ②ネット通販可能な商品を、その特性を加味して最適なサイトに掲載する。								
		<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	支援対象企業との面談から、ネット分野を含めた様々な販路開拓に資する相談・支援相乗に結びついており、その後の経営指導に活かすことができた。									
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)	46.0	支援実績率	76.7%	満足度	88.6	
	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)	年度当初の支援企業目標であった60社を下回る46社であったが、コロナ禍における売上拡大の手法の一つとして、「ネット通販」という手法を理解し、ノウハウを習得したことにより、新たな販売チャネルの確立に繋がっており、支援企業全体で約2,900万円の売上を確保することが出来た。								
		代表指標	ネット通販を実践し、自社商品を通販サイト内へ掲載した企業数							
		数値目標	30	実績数値	33	目標達成度	110%			
	成果の代表事例	<p>焼肉店Zは、コロナ禍で来店型での店舗経営が難しい中、テイクアウトを行うもコロナ禍以前の売上に戻らない中で、商圏を広げパイを広げる為、今回初めてネット通販に取り組み、新たにネット通販に対応した商品開発を行った。</p> <p>結果、新たに開発した「バーベキューセット」をネット通販サイトにて商品掲載を行った結果、約700万円の売上を上げることができた。</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>新型コロナウイルス感染症の影響・ITの発展により、小売業・飲食業においては、「販売方法の変更」が求められており、これまでの店舗販売のみでは限界があるため、ネット通販をはじめ、多様化する販路について、中小企業が乗り遅れる前に支援を行う必要がある。</p> <p>特にネット通販業界は、絶えず市場規模が拡大しており、中小企業に対する「ネット通販」という新たな販売手法の周知については、持続的に行うことが重要である。</p>								

堺商工会議所

事業名		広報チャレンジ企業交流会							
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・小規模企業が自社の商品やサービスを効果的にPRしていく上で、メディア活用は有効な手段となる。またメディア活用において、自社商品・サービスが持つコンセプトや、社会にもたらす意義を共有できる企業の協働による広報活動の効果にも注目が集まっている。については、広報戦略ノウハウに長けた専門家、及び現役報道関係者によるセミナーとあわせ、これら広報に意欲的な企業による交流会を開催することで、企業広報スキルの向上、企業間ネットワークの強化を図るものとする。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	自社の商品・サービスのPRに関して積極的に広報活動を展開したいと考える中小・小規模企業。また、他社との協働広報によりプロモーション効果を高めたいと考えている中小・小規模企業。							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	≪開催日時≫令和3年1月26日(火)14:00~17:00 ≪開催場所≫堺商工会議所 大会議室・オンライン(ZOOM) ≪内容≫ 中小・小規模企業に対する広報ノウハウ向上に向けた専門家による講義と、現役報道関係者によるメディアに採用される広報戦略を学ぶ座学については、リアル・オンライン受講を双方で受入可能なハイブリッド形式とする一方、交流会については講師と綿密な打ち合わせを重ねてきたものの、終息の見えないコロナ禍において、名刺交換や対話をはじめとする対面交流が困難と考え手法変更を行った。 第一部セミナーについては、上記ハイブリッド形式で開催。 第二部交流会については、全受講者から事前に「自社の事業概要、自社商品・サービスの内容、自社商品・サービスのアピールポイント、他社との広報連携に向けた希望(オファー)」を記載した「広報・PR連携マッチングシート」を集め「企業交流パンフレット」として冊子化し、受講者に送付した。 その冊子を基に、セミナー開催前後に連携を希望する企業オファーを経営指導員によりマッチング支援するとともに、オファーのない企業についても業種・取り扱い商品・サービス等を基に経営指導員から連携候補企業を紹介する等の支援を行った。 <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>							
		①府施策連携							
	②広域連携	高石商工会議所と共催で開催し、広報を含めて連携して事業を実施に努めた。							
	③市町村連携								
	④相談	受講前に各社が提出する自社PRシート作成にあたり、コンセプトや自社商品・サービスの相乗付加価値の抽出を相談事業を通じて行うことで、相談事業相乗効果創出に努めた。							
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)	50.0	総支援企業数(実績)	56.0	支援実績率	112.0%	満足度	93.9
	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)	受講者からは「大変具体的でためになる内容だった」、「基本の考え方から、メディアの現場の生の声まで幅広く学べ有意義だった」等の意見が大半を占める等、大変満足度の高いセミナーとなった。 また、コロナ対策として急遽実施した、交流会の代替案としての「企業交流パンフレット」についても、実際の連携先を探すだけでなく、今まで知らなかった企業の商品・サービスの内容や担当者情報などを得ることが出来、商談にも積極的に活用していきたいとの声が多く、広報連携に止まらない幅広い交流の契機とすることが出来た。							
		代表指標	実践可能な広報ノウハウや異業種他社との共同広報の効果を理解し、広報実践に意欲を持った企業。						
		数値目標	70%	実績数値	92.8%	目標達成度	132.6%		
	成果の代表事例	セミナー後、カフェを営むA社から、セミナー受講を通じて、自店単独での広報だけでなく他業種も含めた他企業との連携広報のノウハウや効果、成功事例等を学べたが、具体的なアクションを起こすにはどう動くのが効果的か、との相談を受けた。 A社は近年山間部に畑を購入し、カフェで使用する有機野菜の栽培等も行っていたことから、「健康増進」や「地域活性化」をテーマに近隣企業との連携を検討することを提案。 畑の近隣には温泉施設と酪農施設が立地することから、自社野菜と酪農施設の牛乳を使用したスイーツや料理のほか、入浴剤やせっけん等の加工品開発及び連携広報策を検討していくこととなった。 現在、温泉施設担当者との連携が始まっており、温泉水を使用したメニュー開発や相互割引等のサービス開発、これらのコンテンツを柱とした連携広報による集客策の検討が進められている。							

	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	<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>本セミナーにおいて、基本の考え方や手法、実際に効果的に広報する為のプレスリリース法や、他社との連携による更なる広報力強化法まで一通り学ぶことが出来、受講企業からは学んだ内容をぜひ今後の自社広報に活用していきたい、という意欲的な声が多く寄せられた。コロナ禍において、予定していた交流会の開催が困難となり、その場での名刺交換等の交流は見送ることとなったが、「企業交流パンフレット」を使用するなどウィズコロナ型の交流促進に取り組んだ。</p> <p>交流促進にあたっては、「自分からは連携のきっかけが作りづらい」という声も少なからずあったため、そのような企業については経営指導員で引き続き伴走支援を行っていくことで、広報連携や取引創出促進に努める。</p>					