

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	泉大津商工会議所	
	代表者職・氏名	会頭 白谷 喜世彦	
	所在地	〒595-0062 大阪府泉大津市田中町10番7号	
	担当者	職・氏名	事務局部長 辻 敏司
		連絡先	TEL（直通）： 0725-23-1111
Fax： 0725-23-1115			
E-mail： shienka@izumiotsu-cci.or.jp			
①設立年月日	昭和22年3月26日		
②職員数 （うち経営指導員数）	13名（経営指導員9名）（令和3年3月31日現在）		
③所管地域	泉大津市		
④管内事業所数	3,269（平成28年経済センサス）		
⑤管内小規模事業者数	2,318（平成28年経済センサス）		
⑥会員数（組織率）	1,468（44.8%）		
	※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を公表し、これを国会、行政庁等に具申し、又は建議すること。 ② 行政庁等の諮問に応じて答申すること。 ③ 商工業に関する調査研究を行うこと。 ④ 商工業に関する情報及び資料の収集又は刊行を行うこと。 ⑤ 商品の品質及び数量、商工業者の事業の内容その他商工業に係る事項に関する証明、鑑定又は検査を行うこと。 ⑥ 輸出品の原産地証明を行うこと。 ⑦ 商工業に関する施設を設置し、維持し、又は運用すること。 ⑧ 商工業に関する講演会又は講習会を開催すること。 ⑨ 商工業に関する技術及び技能の普及又は検定をおこなうこと。 ⑩ 博覧会、見本市等を開催し、又はこれらの開催の斡旋を行うこと。 ⑪ 商事取引に関する仲介又は斡旋を行うこと。 ⑫ 商事取引の紛争に関する斡旋、調停又は仲裁を行うこと。 ⑬ 商工業に関して、相談に応じ、又は指導を行うこと。 ⑭ 商工業に関して、商工業者の信用調査を行うこと。 ⑮ 商工業に関して、観光事業の改善発達を図ること。 ⑯ 社会一般の福祉の増進に資する事業を行うこと。 ⑰ 行政庁から委託を受けた事務を行うこと。 ⑱ 前各号に掲げるもののほか、本商工会議所の目的を達成するために必要な事業を行うこと。			

**(1) 事業の目標**

小規模事業者が抱える問題点と課題を的確に把握しその解決を図るため、経営指導員による巡回指導を通じ、課題解決を目指す事業所に対して徹底した提案型・伴走型の相談支援を展開し、BCP計画の策定支援や、既存事業所へのフォローアップ支援等の個社支援の強化を図っていくことを目標とする。また、個社の強みや技術等の経営資源を明確にし、消費者や卸売・小売店へ提案していくことで、小規模事業者の競争力強化を図り地域産業の活性化を推進していく。さらに、地元商業の活性化への取り組みや繊維関係を中心とした製造業者間のコラボレーションによる新しい取り組みの研究をおこない、産地をPRする事業を実施することで当地の知名度を上げ、相乗効果を狙う。このような経営基盤強化支援事業の推進により経営の総合的な支援機関を目指す。

**(2) 事業を実施した具体的な内容、方法及び工夫した点****【経営相談事業】**

新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、業況が悪化した事業所に対して資金繰りの円滑化を図るため、新型コロナウイルス対策マル経融資や新型コロナウイルス感染症特別貸付、セーフティネット貸付の利用斡旋をおこなった。また、新型コロナウイルス感染症拡大の終息が見えない中で、不安を抱える事業者に対して事業計画の作成支援や販路開拓支援を中心に実施した。

**【専門相談支援事業】**

経営指導員では対応できない専門的な知識を必要とする課題に対して、専門相談支援として経営、税務、法律、労務、金融等の専門分野に精通した専門家による定期的な相談会を実施。その上で、指導員と専門家が連携し、課題の解決を図った。

**【地域活性化事業】**

地域活性化事業では、商工会議所がプラットフォームとしての役割を担い、今の時代をどうやって乗り切っていくのかを話し合い、参加する人たちの交流を通じ、参加する企業間のコラボレーションによる新商品・新サービスを開発することを目的に経営交流会を実施した。また、本当に消費者が必要とし、喜ぶ商品やサービスを提供する「ユーザーエクスペリエンス」の考え方と必要性について理解を深めると共にSNSを活用したプロモーション戦略やブランディングについて実践的に取り組んだ。

**(3) 事業を実施した効果、所管地域の活性化の状況****【経営相談事業】**

新型コロナウイルス感染症拡大により、業績の悪化等、緊急性の高い相談が多い中で、早期の適切な支援を行ったことにより事業の存続へと結びついた。また、減収となる中で、販路支援を行ったことで売上に寄与することができた。

**【専門相談支援事業】**

新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、感染症対策や業態変化等を講じる為、補助金活用のニーズが多く、各種補助金相談について経営指導員による調査分析後、事案に適した提携専門家との三者面談を早期に実施した事により、迅速な課題解決につなげることができた。

**【地域活性化事業】**

地域活性化事業では、同業者や異業種を問わず企業間の連携を図ることで、新商品の開発をすることが出来た。また、新型コロナウイルス感染症拡大の影響により百貨店等への売上が大幅に減少する中、SNSマーケティング事業を実施したことで次年度以降、新たにEC取引への参入に取り組むきっかけをつくることができた。

**(4) 事業を実施した結果浮かび上がった課題**

従来型のビジネスモデルでは通用しなくなり、生き残りのためには新たに販路開拓が必要である。新たにEC取引に参入し、「ユーザーエクスペリエンス」の考え方に基づき、消費者が本当に求めている商品やサービスを提供することが必要である。また、小規模事業者は、深刻な人材・後継者不足、受注機会の損失による売上減少等が要因となり、事業所数及び従業員数ともに減少傾向にあり、円滑な事業承継や創業・第2創業等により廃業率の抑制を図りつつ、開業率の向上を図ることが課題である。

#### (5) 次年度の取り組み

次年度の取り組みとしては、管内の小規模事業者が抱える経営課題を把握し、その解決に向けて丁寧かつきめ細やかな伴走型の経営支援を行うと共に、経営相談支援事業と地域活性化事業との相乗効果を考え、事業実施後のフォローアップに重点をおく。また、地域活性化事業で実施した「経営交流会」の組織を活かして、さらなる異業種企業間連携を進めることで、それぞれの製造機能、販売機能の強みを活かし、イノベーションを達成し、新たなビジネスチャンスの創出に繋げる。その上で、事業承継を積極的に進め、従来のOEM・ODM（相手先ブランドによる設計・生産）のプラットフォームを活用し、EC販売を拡大させるためのサポートを行うことで地域経済の活性化に寄与する。専門相談事業においては、専門家とともに経営における法律・税務・経営基盤強化・融資等に関する問題の解決に向けた支援を行う。

### 3. 経営相談支援事業・専門相談支援事業 泉大津商工会議所

#### I 経営相談支援事業

##### 支援のポイント・成果

今年度は、新型コロナウイルス感染症の影響により緊急事態宣言が発出された。それにより、経済活動は一時的に停滞し、消費など過去にない落ち込みとなった。春先から中小企業向けの資金繰り支援制度が打ち出されたものの、日々状況が変化していく中で、次々と新たな支援策や要件緩和など、先月までは要件を満たさず利用できなかった制度が利用できるようになり、さらに有効な制度が登場するなど事業者の方が最新情報の詳細までキャッチアップすることが困難な状況となった。そこで、当所としては、事業者にあった融資制度を斡旋するとともに、各々の制度融資に設定されている「据置期間」や「借換」の制度を使って返済負担を軽減するなど、キャッシュアウトの視線も入れつつ、最低でも半年は耐えられるキャッシュを確保するための支援を中心に行った。

##### 【代表事例】

平成23年に創業したA社は、「食材を活かしたオリジナルのイタリア料理の追求」を営業コンセプトに掲げて経営している。厳選した素材を活かした料理を提供しており、多くの顧客から支持を得ている。昨年新型コロナウイルス感染症拡大の影響を受け、営業時間の短縮を余儀なくされ大幅な減収となった。そこで、この現状を打開すべく相談があった。同社に対し、新たにテイクアウト事業の開始を提案し、安全安心な商品を提供するため急速冷凍庫と次亜塩素酸水生成器の設備導入計画を策定するとともに令和2年度小規模事業者持続化補助金の申請サポートを行った結果、無事に採択された。また、軌道に乗るまでの運転資金を確保する為、日本政策金融公庫の融資斡旋を行い希望金額通り決定された。さらに、地域消費の喚起と地域経済の活性化を目的として実施した「泉大津レシート大作戦」の商品券事業を利用して知名度向上と売上及び利益の確保を図った。

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	321	326	101.6%	5
支援機関等へのつなぎ	支援数	2	2	100.0%	5
金融支援（紹介型）	支援数	109	106	97.2%	4
金融支援（経営指導型）	支援数	71	70	98.6%	4
マル経融資等の返済条件緩和支援	事業所	2	3	150.0%	5
資金繰り計画作成支援	事業所	1	0	0.0%	3
記帳支援	事業所	14	16	114.3%	5
労務支援	支援数	20	14	70.0%	4
人材育成計画作成支援	事業所	1	0	0.0%	3
マーケティング力向上支援	事業所	1	0	0.0%	3
販路開拓支援	支援数	71	73	102.8%	4
事業計画作成支援	支援数	87	91	104.6%	4
創業支援	事業所	7	8	114.3%	4
事業継続計画（BCP）作成支援	事業所	5	5	100.0%	4
コスト削減計画作成支援	事業所	1	0	0.0%	3
財務分析支援	事業所	1	0	0.0%	3
5S支援	事業所	1	0	0.0%	3
IT化支援	事業所	1	0	0.0%	3
債権保全計画作成支援	事業所	1	0	0.0%	3
事業承継支援	事業所	8	18	225.0%	5
災害時対応支援	事業所	86	86	100.0%	5
フォローアップ支援	事業所	50	50	100.0%	4
結果報告	事業所	321	326	101.6%	5

## II 専門相談支援事業

### 支援のポイント・成果

本事業では、小規模事業者が抱える専門性の高い課題解決に向けて、国家資格を有する専門家と連携を図り、課題解決に向けた支援を実施した。経営指導員が窓口相談巡回訪問などにより小規模事業者の相談で受けた相談から経営課題を把握し、適切な専門相談につなぐことにより問題の早期解決を図ることができた。特に新型コロナウイルス感染症拡大の影響により現状打開、業態変化等の相談が多く、専門家のアドバイスによる補助金等を活用した課題解決を図ることができた。

事業名	新規/継続	指標	目標数値	実績数値	達成率	事業評価
法務支援	継続	件数	12	13	108.3%	4
税務支援	継続	件数	35	36	102.9%	4
経営基盤強化支援	継続	件数	32	68	212.5%	5
金融支援	継続	件数	12	6	50.0%	3

Ⅲ 地域活性化事業										
支援のポイント・成果										
<p>【経営交流会】 事前に運営会議を開催し、地域事業者のニーズを踏まえて講師の選定やテーマを決めた。経営セミナーでは事業承継をテーマとし、講師からいかにして会社を継ぎ、継いだ会社をいかにして改革して行ったのかの成功例を学ぶことで、事業承継前の若手経営者が前向きにアトツギに向かい合う原動力の一助となった。人材育成セミナーでは日本語学校の外国人学生に焦点をあて、卒業生の就職動向や就職先企業のあり方についての理解を深めた。異業種交流会では、発表者と参加者がディスカッションを行うことで、様々な角度からの意見やアドバイスを得る機会を創出した。また、経営交流会の参加者がお互いにコラボレーションし、ものづくりをする事業者もでてきた。</p> <p>【繊維産地活性化事業】 これまでは企業が高機能・高付加価値の製品を開発し、消費者に提供するという資本主義経済の価値観で成り立っていたが、今は本当に消費者が必要とし、喜ぶ商品やサービスを提供する「ユーザーエクスペリエンス」の考え方を軸としたビジネスが成長しており、その必要性について理解を深めた。参加者からは、メーカー視点で開発していたものを消費者目線での開発にするべく、従業員や知人などにアンケートを取ることで顧客ニーズを捉えていきたいと早速経営に活かす事業者がでてきた。</p> <p>【起業塾】 創業に必要な知識やノウハウを体系的に習得し、最終的には参加者が描くビジネスプランの完成までを支援した。ビジネスモデルを可視化するためのフレームワークであるビジネスモデルキャンバスを使用して、必要な要素とその関係性や全体像を把握し創業者が描くビジネスプランの理解を深めた。また、創業後に役立つ広告手法であるSNSの使い方を学び、創業後はすぐに実践できる環境を整えた。本事業を受講して創業した事業者からは、本セミナーが非常に役立ち作成したビジネスプランに沿って経営ができているという事業者があった。</p> <p>【SNSマーケティング事業】 SNSを活用したプロモーション戦略やブランディングについて考察する機会を設け、新規顧客の開拓やリピーター獲得に向けたSNSの活用方法、「魅せる」動画撮影・写真撮影の手法を中心に理解を深めた。参加者の中で、本事業で学んだ動画撮影・写真撮影を活用し、SNSを利用したプロモーション戦略に取り組む事業者がでてきた。</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	
	経営交流会	49	40.0	81.6%	89.7	自社の事業内容を見つめ直すきっかけとなったと回答した事業者の割合	80%	80%	100.0%	4
○	繊維産地活性化事業	20	14.0	70.0%	100	新たな商品開発のヒントを得られた事業者の割合	80%	100.0%	125.0%	4
○	起業塾	15	17.0	113.3%	94.3	創業する事業者数	3社	0社	0.0%	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	
○	SNSマーケティング事業	50	76.5	153.0%	85.8	習得したノウハウを活用し、新規顧客開拓を図りたい事業者割合	80%	41.6%	52.0%	3

※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。

泉大津商工会議所

事業名		経営交流会						
想定する実施期間		平成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)	本市は古くから紡毛系、毛織物、毛布、ニットといった繊維産業で栄えた街である。しかし、近年は海外商品の流入や生活様式の変化により、本市の繊維産業はどんどん衰退し、今では斜陽化して産地としての規模も大幅に縮小しているのが現状である。「このままではいけない、自分たちの住む街をただ人が住むだけの街にするのではなく産業が発展し、人々の生活も豊かになる様な街にしないといけない」そんな熱い思いをもった有志の経営者が集まり、商工会議所がプラットフォームとしての役割を担い、今の時代をどうやって乗り切っていくのかを話し合うと共に、参加する人たちの交流を通し、新しい価値を創造し、常に時代に沿った経済環境に適応し、変化を恐れず付加価値を最大化することを目的に実施する。						
	支援する対象 (業種・事業所数等)	地域や業種は関係なく、すべての中小企業者の熱い思いをもった経営者を対象とし、前向きな経営者や新たな出会いやコラボレーションを考えている経営者は誰でも参加可能としている。会としての登録は50社を超えている。						
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>【人材育成型】</p> <p>①経営セミナー                      日 程：令和2年9月14日（月）19：00～21：00                      会 場：泉大津商工会議所 2階大ホール                      テーマ：アトツギが日本を救う！！～事業承継は最高のアドベンチャーだ～                      内 容：事業承継について</p> <p>②人材育成セミナー                      日 程：令和3年2月22日（月）19：00～21：00                      会 場：泉大津商工会議所 2階大ホール                      テーマ：日本語学校ってどんなことをしているの？                      ～これからの日本語学校と就職企業のあり方～                      内 容：日本語学校の事業内容と卒業生の今後について</p> <p>【人材交流型】</p> <p>③異業種交流定例勉強会                      ・身近な成功者や最新技術等の勉強会と意見交換会を計2回実施。</p> <p>【1回目】                      日 程：令和2年8月17日（月）19：00～21：00                      会 場：泉大津商工会議所 5階会議室                      テーマ：今後の自動車整備業界の市場動向</p> <p>【2回目】                      日 程：令和2年10月19日（月）19：00～21：00                      会 場：泉大津商工会議所 5階会議室                      テーマ：農業従事者、農業が抱える問題について</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></td> </tr> <tr> <td>②広域連携</td> <td></td> </tr> <tr> <td>③市町村連携</td> <td>泉大津市の広報誌を通じて、セミナーの案内告知を行った。</td> </tr> <tr> <td>④相談相乗</td> <td></td> </tr> </table>	①府施策連携		②広域連携		③市町村連携	泉大津市の広報誌を通じて、セミナーの案内告知を行った。
①府施策連携								
②広域連携								
③市町村連携	泉大津市の広報誌を通じて、セミナーの案内告知を行った。							
④相談相乗								

	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	49.0	総支援企業数(実績)	40.0	支援実績率	81.6%	満足度	89.7
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>泉大津市を中心とした中小零細企業の経営者が、セミナー形式で自社の経営状況や体験談について講演を行い、受講者に自社の経営改善の参考としてもらった。また勉強会では発表者と参加者の発表後の討論を中心に進行することで、発表者は参加者からの様々な意見やアドバイスを得て経営を見直すきっかけとなった。さらに、参加者は他社の経営課題に向き合うことで経営を改善する際の考え方を学ぶ機会となった。また、交流会参加の企業同士でコラボレーションし、新たな事業開発も展開された。異業種交流会は様々な意見交換がなされ、特に若手経営者、後継者にはこれからの経営の礎となったと思われる。</p>							
	代表指標	自社の事業内容を見つめ直すきっかけとなったと回答した事業者の割合							
	数値目標	80%	実績数値	72.7%	目標達成度	90.8%			
	成果の代表事例	<p>桐ダンスの製造を中心に事業を行っていた事業者が経営交流会で経営を改善する考え方を学んだことで自身の事業が扱う桐を加工することにより様々な分野で機能する素材であると気づいた。そして、本事業で交流した繊維の事業者とコラボレーションすることで新たに、桐を素材とした和紙や、糸の製造に成功し、新規事業を発足する一助となった。</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>本事業の参加者は例年同じ参加者の参加率が高く、また年配者の占める割合が多いことから、この先人数が減少する懸念がある。今後の交流会参加者を増強するため、若手の経営者の会員を増やすことを念頭において、取り組んでいきたい。また、次世代の若者に年配者の体験や経験を伝承する取組や、若者自らが企画を行い、セミナー及び勉強会を行うことで、同会の活性化を図る。</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)	18.0	支援企業数(実績)	13.5	支援実績率	75.0%	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）	①経営セミナー 受講者：14名（13.5社） ※内1.5社カウントが1社 事業承継の経緯について短期間で事業を承継することになった自身の実体験を題材にして講演会を行った。 事業承継についてとても身近に感じる事ができたなどの感想をいただいた。							
		指標	経営改善を実施したいと回答した事業者の割合						
		数値目標	80%	実績数値	70.3%	目標達成度	87.9%		
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)	18.0	支援企業数(実績)	15.5	支援実績率	86.1%	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）	②人材育成セミナー 受講者：19名（15.5社） ※内1.5社カウントが1社、対象外が3名 日本語学校の学長による外国人の就労環境や社会上の立場を説明し、外国人労働者のに対する知識や考え方、日本のおかれている状況を理解する機会となった。							
		指標	自社で取り入れたい事項があったと回答した事業者の割合						
		数値目標	80%	実績数値	80.6%	目標達成度	100.7%		
その他目標値の実績	目標値（計画）		目標値（実績）		目標達成度				
実績／達成度③	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	13.0	支援企業数(実績)	11.0	支援実績率	84.6%	満足度	65.9
	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）	③異業種交流定例勉強会（計2回） 経営交流会のメンバーを中心に、自社の企業理念や方針等を発表し、発表者と参加者がディスカッションを行い、発表者は参加者から様々な角度からの意見やアドバイスを得て、今後の経営の参考とすることを目的として計2回の異業種交流定例勉強会を実施した。  【1回目】 発評者は泉大津市で海外の中古自動車の修理及び販売をしており、車屋の隣にカフェを併設しサービスドリンク等も提供している。勉強会では事業内容や今後の事業展開及び自動車整備業界が抱える問題について発表された。販路開拓について参加者から意見が出され、発表者は今後の経営の知識とモチベーションを得ることができたと思われる。参加者は経営改善の考え方を学ぶことができたと思われる。  【2回目】 発評者は泉大津市で店舗を持たない屋台販売をしており、毎朝泉州地域の農家から仕入れた新鮮な野菜を販売している。勉強会では事業内容や今後の事業展開及び農業従事者が抱える問題について発表された。販路開拓について参加者から意見が出され、発表者は今後の経営の知識とモチベーションを得ることができたと思われる。参加者は経営改善の考え方を学ぶことができたと思われる。							
		指標	自社の事業内容を見つめ直すきっかけとなったと回答した事業者の割合						
		数値目標	80%	実績数値	72.7%	目標達成度	90.8%		
その他目標値の実績	目標値（計画）		目標値（実績）		目標達成度				

泉大津商工会議所

事業名		起業塾
想定する実施期間		R2 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)	我が国の経済は雇用・所得環境の改善が続き、企業収益が高水準で推移する中、内需の柱である個人消費や設備投資が増加傾向で推移するなど、穏やかな回復が続いている。しかし、中小零細企業までは循環しておらず、泉大津市の事業所の業績は未だに回復傾向にない。さらに地場産業においては経営者の高齢化による廃業もあり、新たな事業創出や既存企業の活性化が課題となっている。そこで、泉大津市内での創業者を増加させるため、泉大津市内で創業する人、泉大津市内で創業して1年未満の人を対象に、創業に関する知識習得や人脈作りを提供し、創業に向けての関心を持ってもらい、泉大津市内での創業者を増やし地域活性化を図る。
	支援する対象 (業種・事業所数等)	泉大津市内で起業する人、泉大津市内で創業して1年未満の人
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>【人材育成型】</p> <p>これから起業を考えている方、本業以外で気軽に仕事を持ってみたい方を対象に、創業に必要な知識を習得するため、4日間（計12時間）起業塾を行った。授業では事業アイデアの明確化、事業化検討、具体的な事業計画まで落とし込みを行い、起業するための資金調達方法や、資金繰りの考え方まで学んでいただいた。</p> <p>『起業塾』の開催（4日間・計12時間）</p> <p>1日目 テーマ「経営・人材育成」                  日 程：令和3年1月9日(土)13:00～16:00                  会 場：テクスピア大阪                  出 席：20名                  内 容：・ビジネスの構造設計図—ビジネスモデルキャンパスを装着する                  ・あなたのビジネスをデザインしよう                  ・変革物語をデザインする—経営デザインシート（内閣府提唱）</p> <p>2日目 テーマ「販路開拓」                  日 程：令和3年1月17日(日)13:00～16:00                  会 場：テクスピア大阪                  出 席：22名                  内 容：・お客様のHappyをデザインする                  ・お客様を観察し、学ぶ                  ・柔軟に多様な価値をデザインする</p> <p>3日目 テーマ「販路開拓」                  日 程：令和3年1月23日(土)13:00～16:00                  会 場：テクスピア大阪                  出 席：21名                  内 容：・SNSとは（SNSの特徴と仕組み）、プロフィール作成                  ・映える写真の撮影方法、写真の加工、投稿（ハッシュタグ）                  ・ストーリーズ活用方法、事例の紹介</p> <p>4日目 テーマ「財務・資金調達」                  日 程：令和3年1月30日(土)13:00～16:00                  会 場：テクスピア大阪                  出 席：20名                  内 容：・現金収支と収益の違い、資金繰り表の作り方                  ・資金計画の立て方、銀行融資の仕組み                  ・資金調達のタイミングと適正な調達先の選び方</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 商13番：起業塾の受講者に対して大阪起業家グローイングアップ事業の紹介し、参加を呼び掛けた。 ②広域連携 ③市町村連携 泉大津市の「認定連携創業支援事業者」として特定創業支援等事業の認定証明書の申請支援等の参加促進を実施した。創業融資を利用して資金調達を行う者には、泉大津市の利子補給制度、家賃補助制度を紹介した。 ④相談相乗

	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	15.0	総支援企業数(実績)	17.0	支援実績率	113.3%	満足度	94.3	
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>受講者：延べ24名（うち全出席17名）</p> <p>創業希望者が抱える、創業のための知識や資金などの不安点を解消するために、4日間に渡って塾を行った。ビジネスモデルキャンパス等を使用して様々な角度から事業・経営についてイノベーションしてもらい、最新の広告方法としてSNSを使用した手法を学び、最後は資金調達や事業計画作成方法を習得してもらった。多くの受講者は当初の不安が解消され、創業・企業に向けて一歩前進した様子であった。受講者の多くが創業希望者であり、受講後には創業準備者へと躍進されたものの、本年度内の起業までには至らなかった。</p>								
	代表指標	創業する事業者数								
	数値目標	3社	実績数値	0社	目標達成度	0.0%				
	成果の代表事例	<p>『起業塾』終了後に受講中に作成した事業計画書のブラッシュアップと創業融資について詳しく伺いたいと個別相談に繋がった。自宅を改装し、リンパエステと巻き爪ケアサロンを開業する事業計画であった。事業計画を作成することで、創業に向けてより前進したと感じられていた。その後、創業融資支援も行き、4月に泉大津市内で開業に至った。</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>申込の段階では、定員を超える申込があり、非常にニーズがあることがわかった。しかし、開催日直前に、大阪府にも2回目の緊急事態宣言が発出される見込みとなった為、当日キャンセルが増えてしまった。参加者に対して、新型コロナウイルス感染症拡大防止に対する取組みを事前に通知しておくべきであった。新型コロナウイルス感染症拡大防止を考慮し、グループワークを行える環境を提供することができなかったため、予定していたグループワークや発表会を中止することにした。また、開催時期を当初予定から約半年延期したため、年度中の創業につながることが厳しくなってしまった。次年度は、グループワーク等ができるように会場環境を更に整え、同時にオンラインでも参加できるように検討していき、年度の早い時期に実施していきたい。</p>								

泉大津商工会議所

事業名		繊維産地活性化事業																																		
想定する実施期間		H27 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)	大阪府内の繊維産業の製造品出荷額からみた全国シェアは経産省「H30年工業統計表」からも解るように紡毛系や純綿系紡績から始まり、最終商品の毛布・タオル・服地・ニットなど1位や2位の製品が多く、泉州地域は繊維の集積地である。当地域の繊維産業については、工場内での一貫生産ではなく、地域全体での分業体制で成り立っていることから、1つの中小企業者の工場が廃業や倒産をすることで、下請の小規模事業者が連鎖的に廃業に追い込まれることになる。下請けである小規模事業者の廃業が続くことは地域内における分業体制の崩壊へとつながり、産業集積が崩壊の危機に瀕していることになる。このような環境の中、多様化する市場ニーズに対応するためには、従来は、競争相手であった同業者とも胸襟を開いた協働が必要であり、企業間の連携を図っていく必要がある。また、知識と経験に裏打ちされた最高の技術と技能を身に付けた職人が高齢化していく中で、繊維産業の品質を支えるものづくり技術の継承をしていくには、繊維産業が魅力と将来性のある産業となり、若い人材が定着していくことが必要であり、そのためには、地域ブランドとして繊維産業を確立していく必要がある。そこで、本所がプラットフォームとしての役割を担い、同業者を集めて産地一丸となって繊維産業としての本市の知名度を上げるとともにサプライチェーン維持活性化に向けて技術力向上・課題解決に取り組み、繊維産業の再興を目指す。																																		
	支援する対象 (業種・事業所数等)	大阪府下の繊維関連事業所																																		
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>①プロダクトセミナー（商品開発・改良基礎知識セミナー）                      日 程：令和2年12月18日（金）18:00～20:30                      内 容：新たな製品開発の方法について                      会 場：泉大津商工会議所2階大ホール</p> <p>②プロモーション戦略セミナー（プロモーション強化セミナー）                      日 程：令和2年12月4日（金）18:00～20:30                      内 容：プロモーションの見直しについて                      会 場：泉大津商工会議所2階大ホール</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">(府連携 商14番) デザイン総合相談等のパンフレットを受講者へ配布及び大阪府デザインセンターメールマガジンの掲載依頼をし、府内事業者に対して周知を行うこと</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">泉大津市役所でのチラシの設置により本市内事業者に対して周知を行うことができた。</td> </tr> <tr> <td>④相談相乗</td> <td colspan="6"></td> </tr> </table>							①府施策連携	(府連携 商14番) デザイン総合相談等のパンフレットを受講者へ配布及び大阪府デザインセンターメールマガジンの掲載依頼をし、府内事業者に対して周知を行うこと						②広域連携							③市町村連携	泉大津市役所でのチラシの設置により本市内事業者に対して周知を行うことができた。						④相談相乗						
	①府施策連携	(府連携 商14番) デザイン総合相談等のパンフレットを受講者へ配布及び大阪府デザインセンターメールマガジンの掲載依頼をし、府内事業者に対して周知を行うこと																																		
②広域連携																																				
③市町村連携	泉大津市役所でのチラシの設置により本市内事業者に対して周知を行うことができた。																																			
④相談相乗																																				
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)	14.0	支援実績率	70.0%	満足度	100.0																												
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)	この事業を通じ、現状を打開したいという思いをもった事業者への支援ができた。プロダクトセミナーでは、開発中の製品について顧客目線で再度見直す事業者がいたこと。プロモーション戦略セミナーでは、見つけてもらうという待ちの姿勢ではなく、情報を発信する必要性を肌で感じた事業者がいたことなど、この事業をきっかけに、SNSで発信する等、行動を移す事業者が出たことでプラットフォームとしての役割を担えた。																																		
	代表指標	新たな商品開発のヒントを得られた事業者の割合																																		
	数値目標	80（受講者の80%）	実績数値	100	目標達成度	125.0%																														
成果の代表事例	毛布製造を営む企業は、新商品を開発のヒントを得たいとのことで参加。本セミナーを受講することで、顧客ニーズやベネフィットを捉えることの必要性がわかり、現在開発中の商品の修正をしていきたいという声があった。具体的には、メーカー視点で開発していたものを消費者目線での開発にするべく、従業員や知り合いなどにアンケートを取ることで顧客ニーズを捉えていきたいとのことであった。																																			
その他目標値の実績	目標値(計画)		目標値(実績)		目標達成度																															

実施結果	<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>参加者数は少なかったが、今回のセミナーの実施により、消費者目線での製品開発・改良の手法やメーカーからの情報発信の必要性について学ぶことができ、満足度は両セミナーとも100%であった。</p> <p>プロモーション強化セミナーでは講師との質疑応答の時間を長く設けることにより、各社の疑問点などを共有し、具体的なアドバイスを、プロダクトセミナーについては徹底的な消費者目線での製品開発・改良の必要性や無償かつ、自分で出来るマーケティングや分析方法を学ぶことができた。</p> <p>この事業を通じて、各社の抱える悩み・課題は自社商品を卸売から小売（BtoBからBtoC）への移行したいという思いが強いことがわかった。次年度以降は、希望者を中心に、その悩み・課題を解決するために、サイトの作成・ECへの移行・SNSの活用を経営指導員及び専門家により、個社に応じた具体的な支援を行っていく。</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)	10.0	支援企業数(実績)	7.0	支援実績率	70.0%	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）	<p>①プロダクトセミナー（商品開発・改良基礎知識セミナー） 受講者：7名（7社）</p> <p>セミナーを通じ、商品開発・改良のためには問題とあるべき姿と現状のギャップや消費者が求めるベネフィットを捉えることの大切さを学ぶことができた。また、メーカーよがりの製品ではなくニーズ調査を行うこと、パッケージデザインや企画書のまとめ方など具体的な手法を学ぶことができた。今後の商品開発の参考書として資料を活用したいとの声もあった。</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			
	指標		新たな商品開発のヒントを得られた事業者の割合						
	数値目標	6（受講者の80%）	実績数値	7	目標達成度	116.7%			
実績/達成度①	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)	7.0	支援実績率	70.0%	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）	<p>②プロモーション戦略セミナー（プロモーション強化セミナー） 参加者：7名/7社</p> <p>セミナーを通じ、デジタルマーケティングとして具体的なツール（今回は『note』）を用いて情報発信をすることの必要性を肌で感じる事ができた。その情報を蓄積することで、展示会でバイヤーと商談する際の自社情報として利用することができる。また、簡単にできるSEO対策についても説明があり参加者からすぐにでもできるので取り入れたいとの声もあった。</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			
	指標		既存の商談・営業の仕方を改善しようとする事業者の割合						
	数値目標	6（受講者の80%）	実績数値	7	目標達成度	116.7%			

泉大津商工会議所

事業名		SNSマーケティング事業							
想定する実施期間		R2 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)	本市は、繊維工場跡地にマンションや建売住宅の開発が進められており、住宅と商工業者が共存する地域である。また、自宅兼店舗が増えてきていることもあり、地域住民や転入者にとっては、どのような店舗がどこにあるのか非常にわかりづらい地域となっている。モノを購入・消費する際はインターネットでの検索が必須となっており、店舗前を通っても、何を取り扱っている店なのか、何が主力商品なのかかわからないという店舗が一定数存在する。これらの店舗におけるwebによる情報発信や活用戦略が弱く、市内での店舗の認知度はまだまだ低い。当地域ではSNSやHPをもっているにもかかわらずどのように更新すればよいのか、活用の仕方がわからず、更新せずにそのままという店舗もあることから、店舗のPRを強化し認知度を高めていかなければならない。なお、支援内容としてはSNS活用セミナーを開催し、新規顧客の開拓、リピーターの獲得、販路の拡大を目指す。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	泉大津市・高石市・和泉市・忠岡町内等で最終消費者に商品の販売やサービスの提供をしている商業者							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>【人材育成型】</p> <p>&lt; SNS活用セミナーの開催 &gt;</p> <p>①Youtube・Instagram活用セミナー                      日程：令和2年11月17日（火）14：00～16：00                      会場：泉大津商工会議所2階大ホール                      内容：魅せる動画撮影・写真撮影の仕方</p> <p>②Googleマイビジネス活用セミナー                      日程：令和2年11月26日（木）14：00～16：00                      会場：泉大津商工会議所2階大ホール                      内容：集客アップ・リピーター獲得に向けて</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> <p>①府施策連携 商14番：マーケティング戦略やデザイン活用の高度化、企業のブランディング、プロモーション戦略等の必要性・導入効果、考え方を普及啓発した。</p> <p>②広域連携 近隣の商工会議所・商工会との広域連携で実施することにより、事業の効率化を図った。</p> <p>③市町村連携</p> <p>④相談相乗</p>							
	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)	76.5	支援実績率	153.0%	満足度	85.8
	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)	代表指標	習得したノウハウを活用して新規顧客開拓を図りたい事業者の割合						
	数値目標	80%	実績数値	41.6%	目標達成度	51.9%			
成果の代表事例	自社ブランドを持つ国産アパレルメーカーである企業は、ネットショップに出品する商品の撮影を自社で行っているが、今より多様性のある自社商品撮影スタジオを構築したいとのニーズがあり、本セミナーに参加。セミナー終了後は、ミラサポを通じて支援を行った。具体的には、現在使用している撮影スタジオの改善点を指摘し、最も効果的な写真撮影の方法を指導した。今後、リニューアルしたスタジオで費用対効果のある商品撮影により、新規顧客開拓・売上向上が期待できる。								
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)	新型コロナウイルス感染症の影響により、本セミナーの参加者が減少すると思われたが、想定よりも多くの企業の参加があり、SNS活用に関するニーズが非常に高いことを認識できた。しかし、両セミナーともに指標に対する実績数値が低かったことが反省点である。今後については、セミナーの実施内容をさらに明確化し、支援ターゲットをある程度定めることも必要であると考え。 次期以降の取組みとして、今まではオンライン化を検討していなかった企業においても、Webプロモーション活動やEC活用に対する動きが急加速している状況であり、これまで以上にリアルとECの両立、それに伴うSNSを始めとしたWebプロモーション活動が重要になってきているため、Webプロモーション活動やEC活用に関する取組みを行っていく。							

【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)	25.0	支援企業数(実績)	38.5	支援実績率	154.0%	満足度	89.8	
	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）	①Youtube・Instagram活用セミナー 受講者：50名（38社） ※うち1.5社カウントが5社、2社支援対象外  企業の宣伝活動において、動画や写真による顧客への訴求効果が大きいことを再確認できた。本セミナーで、自社の「ファン」をつくるためのSNS活用方法を理解し、「魅せる」動画・写真撮影のテクニックを習得することで、SNSを用いた宣伝活動の意識が格段に高まったと言える。								
		指標	習得したノウハウを活用して新規顧客開拓を図りたい事業者の割合							
		数値目標	80%	実績数値	41.6%	目標達成度	51.9%			
	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)	25.0	支援企業数(実績)	38.0	支援実績率	152.0%	満足度	81.8	
	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）	②Googleマイビジネス活用セミナー 受講者：43名（37社） ※うち1.5社カウントが4社、1社支援対象外  Googleマイビジネスのアクセス分析機能である「インサイト」や投稿機能、事業所情報の有効的な掲載方法等、集客アップに必要なSEO対策・MEO対策について理解を深めた。また、継続的に情報を蓄積させる必要性を学び、新規顧客開拓への意識を高めることができた。								
		指標	習得したノウハウを活用して新規顧客開拓を図りたい事業者の割合							
		数値目標	80%	実績数値	63.2%	目標達成度	78.9%			
	その他目標値の実績	目標値(計画)		目標値(実績)		目標達成度				