

令和3年度（2021年度） 事業実績報告書

1. 申請者の概要

申請者	団体名	豊中商工会議所
	代表者職・氏名	会頭 水上 英雄
	所在地	〒561-0884 大阪府豊中市岡町北1丁目1番2号
	担当者	職・氏名 事務局長・中小企業相談所長 吉田 哲平
	連絡先	TEL（直通）： 06-6845-8001 Fax： 06-6857-0474 E-mail： shien@ooaana.or.jp
①設立年月日 ②職員数 （うち経営指導員数） ③所管地域 ④管内事業所数 ⑤管内小規模事業者数 ⑥会員数（組織率）		昭和24年12月 13名（経営指導員7名）（令和4年3月31日現在） 13,044（平成28年 経済センサス基礎調査結果） 8,688（平成28年 経済センサス 市町村別小規模事業者数） 2,447（18.7%／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
□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。 3、商工業に関する調査研究を行う。 4、商工業に関する情報及び資料の収集及び刊行を行うこと。 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、鑑定及び検査を行うこと。 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、及び運用すること。 8、商工業に関する講演会及び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及び検定を行うこと。 10、博覧会、見本市等を開催し、及びこれらの開催のあっ旋を行うこと。 11、商事取引に関する仲介及びあっ旋を行うこと。 12、商事取引の紛争に関するあっ旋、調停及び仲裁を行うこと。 13、商工業に関して、相談に応じ、及び指導を行うこと。 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外、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

新型コロナウイルス感染症により、大きな影響を受けた管内の中小企業が、事業継続と雇用維持、ポストコロナを見据えたビジネス変革を成し遂げられるようにすること。また、当所管内から成長企業の創出、イノベーションの促進、企業の経営強化、幅広い人材の活用などに取り組み、活性化が図られることを目標とする。

そのために、「気づき」とチャレンジマインド醸成の機会創出に広域で取り組む一方、自ら意欲的に経営課題の解決にチャレンジする企業に重点を置いて支援し、本年度も引き続き以下のとおり取り組む。

(1)自らを大胆に“変革”して新分野・新市場へ果敢に“挑戦”しようとする意欲的な企業に対して成長戦略の立案を支援するとともに、計画・実施・検証・改善活動の実践に伴走しながら、自律的にPDCAを運用できる経営力のコア構築、強化を目指す。

(2)専門家や専門支援機関の活用および広域企業間連携を積極的にコーディネートすることで、経営戦略の精度向上と的確なPDCAサイクルによる成果の顕在化を目指す。

(3)セミナー、交流会、展示会等の開催、成功事例集の作成配布等を通じて「気づき」とチャレンジマインド醸成の機会を創出し、意欲と潜在力を有する企業の発掘を目指す。

(4)目的意識を共有できる企業群による研究会を立上げ、PDCA実践による具体的な情報共有の促進および、ハンズオン支援による課題解決と成果創出を加速させていくと共に、広域での企業間連携の促進を目指す。

具体的には、デジタル実装による生産性向上の後押し（デジタル技術の活用による中小企業の生産性向上）、業態転換・事業再編・事業承継の取組み促進、事業継続力強化計画やBCPの策定、新規事業等の計画認定や補助金採択、多様な人材の活用や働き方改革対応、大阪・関西万博も視野に入れた投資の促進、持続可能な開発目標(SDGs)経営など、ポストコロナを見据えた中小企業や小規模事業者によるチャレンジングな経営モデルの推進にフォーカスを当てていく。

(2) 事業を実施した具体的な内容、方法及び工夫した点

新型コロナウイルス感染症による影響を受けた中小企業・小規模事業者からの経営相談や各種申請等の対応に注力しつつ、以下のポイントで事業を実施した。

小規模事業者が個々に抱える課題に対し、経営指導員が持つ各々の得意分野(WEB/IoT活用・労務/人事・販路開拓・税務・金融・事業計画作成支援等々)に合わせて対応するとともに、地域活性化事業として取り組んだ各事業において、それぞれの担当経営指導員が専門相談支援事業の各専門家・外部の支援機関等とも連携し、相談者の課題解決や売上アップに向けた経営改善等の支援にあたった。なかでも、事業承継等、様々な専門性が求められる相談案件に対しては、大阪府事業承継・引継ぎ支援センターの活用や、北摂地域中小企業支援プラットフォームによる専門家派遣の積極的な活用をコーディネートし、中小企業診断士や社会保険労務士、税理士、弁護士、ITコーディネーター等の資格を有する専門家、経験豊富な知識や技術を持つサポーター・アドバイザーによる支援体制を充実させ、相談者に対する高品質できめ細かい支援メニューの提供に努めた。また、認定経営革新等支援機関・経営発達支援計画認定商工会議所である強みも活かして、新規事業へのチャレンジを応援する各種助成制度の活用をサポートするとともに、経営戦略の再構築から事業計画作成・実践までを伴走支援するように努めた。

さらに支援の成功事例の共有という観点から、支援先企業を担当した経営指導員が自ら取材を行い、機関誌への記事寄稿や支援事例集を編纂し、冊子・Web/SNSを活用して積極的に事業者の活用事例を発信するとともに、各種セミナーや勉強会等を実施して相談ニーズの掘り起こしに努めた。

(3) 事業を実施した効果、所管地域の活性化の状況

経営相談支援事業では、主として新型コロナウイルスの影響を受けた各種相談に対応し、「小規模事業者持続化補助金」「事業再構築補助金」を始めとした各種補助金の事業計画作成支援、「雇用調整助成金」「業務改善助成金」の活用を始めとした雇用に関する労務支援に努めるとともに、国の「一時支援金」「月次支援金」、大阪府の「営業時間短縮協力金」、豊中市の「売上アップ応援金」等の災害対応・事業再生支援に注力したほか、金融・記帳・IT化・創業支援にも幅広く対応することができた。

専門相談支援事業では、創業・経営革新等支援窓口の体制を強化し、「小規模事業者持続化補助金」のほか、「ものづくり・商業・サービス生産性向上促進補助金」「中小企業等経営強化法に基づく経営革新計画」「経営力向上計画」「先端設備等導入計画」「事業継続力強化計画」等における事業計画支援、創業支援、資金繰り支援に努めるとともに、税務のほか、IT活用、プロモーション支援にも注力することで、コロナ禍での新たな販路開拓・売上アップ・事業再生の構築を支援することができた。

また、主として以下のテーマで地域活性化に取り組むとともに、事業所の経営課題の多様化、複雑化に対応して、一律ではない個別支援を各種実施することができた。

- WEB活用による販路開拓強化：新たにWEB活用およびECに参入する事業者、更なるWEB販路強化を図る事業者の広報・集客および売上アップ等の販路開拓力を強化した。
- プロモーション力の強化：自社の事業を本当に必要としている顧客層に強みや魅力を伝えることができるように正確に届ける発信力を身に付けられるようにした。
- IT/IoT導入・利活用促進：働き方改革を実現するために、AI・IT・ドローン（ロボット）を活用し、業務効率・生産性の向上を後押しした。
- 人材の採用・育成・定着化：就業規則の整備やテレワーク対応等の観点から「働き方改革」への対応を進めることで、人材を採用・定着化する環境を整備した。
- 事業承継対策：事業計画の作成やM&A等による事業承継を円滑に進めるとともに、「事業承継したくなる・させたくなる」会社になるための支援を実施した。
- 大阪・関西万博に向けたキャッシュレス化推進：キャッシュレス化の環境整備を行うことで将来的な大阪・関西万博を契機としたインバウンド需要の取り込みにも繋げていけるようにフォローアップした。
- 事業継続力の強化：企業の自然災害等への事前の備え、事後のいち早い復旧を支援するため、BCPの策定ならびにBCMへの取組を促進していくとともに、災害などの事業中断を引き起こす脅威への対応力向上を図った。

(4) 事業を実施した結果浮かび上がった課題

経営相談支援事業においては、新型コロナウイルス感染症による影響を受けた中小企業・小規模事業者からの経営相談や各種申請等に数多く対応し、目標を上回る実績数値を計上することができたが、支援数に比例してカルテ化の事務作業に負荷(時間)がかかっており、事務の効率化・簡素化に向けた改善策を検討していく必要があると思われる。

カルテ化の支援内容においては、未対応の支援メニューもあり、支援内容の極端な偏りを生じることなく、災害時などにおいても経営相談支援事業で幅広い支援メニューをカルテ化できるようにバランスを取り、専門相談支援事業との連携体制を含めてより戦略的に支援していくことを課題とした。

地域活性化事業においては、コロナ禍の中で当初想定していなかったオンライン（または会場と併用のハイブリッド型）セミナーの実施において、以下の課題が見えてきた。

1. 前年度と同様に、オンライン参加者のアンケート回収に苦慮したこと。当実績報告書上の支援企業数(実績)では、アンケートが回収できた事業者のみ実績としてカウントした(実参加者数は、更に多くあった)。

2. オンラインは参加しやすい反面、参加事業者が他の用事をしながら聞いているなど、会場への参加と異なり、講義に集中していないこともあるため、習熟度に大きな差が出る可能性があること。

(上記の対策として、Google Formの活用をした上でアンケート配信のタイミングを調整するとともに、交流型事業では、新型コロナの感染状況に応じて、なるべく会場参加型で実施できるように検討する。)

3. オンライン型の場合、事業者同士のコミュニケーションが希薄になってしまっているため、情報交換の場が失われているように思われる。参加事業者間の交流面を考えると、オンラインのみでは事業成果が弱くなっている点が課題となる。

支援テーマ別の課題としては、IT/IoT導入・利活用において、新型コロナウイルス感染拡大によりテレワーク等のシステム化に対する意識の変化は感じられたが、中小企業、特に小規模事業者においては費用面・人材面を理由として、システム構築まではまだまだハードルが高いと感じられた。また、人材採用・育成、事業承継、BCP（事業継続計画）の各テーマにおいては、中小企業にとって必要ではあるが取り組みの優先度が後回しになっている感があるため、企業が関心を持つようにテーマの見せ方・広報面を工夫するとともに、企業の支援ニーズに合わせた臨機応変な事業内容の構築を今後の課題としたい。

(5) 次年度の取り組み

(4)の課題に対応して各事業をブラッシュアップしていくほか、新型コロナウイルス感染症により、大きな影響を受けた管内の中小企業が、事業継続と雇用維持、ポストコロナを見据えたビジネス変革を成し遂げられるようにし、当所管内から成長企業の創出、イノベーションの促進、企業の経営強化、幅広い人材の活用などに取り組み、活性化が図られるようにする。

令和3年度の内容をブラッシュアップしつつ、具体的には、Webを活用した販路開拓の強化、自社の魅力を引き出すセルフプロデュース力の向上、アフターコロナにおけるV字回復へのチャレンジ促進、働き方改革の実現に向けたIT/IoTの導入と利活用の後押し、労働力人口減少における人材活用力の向上、事業承継できる会社を目指した経営力の強化、大阪・関西万博に向けたキャッシュレス化の推進に重点を置くとともに、デジタル実装による生産性向上の後押し（デジタル技術の活用による中小企業の生産性向上）、業態転換・事業再編の取組み促進、事業継続力強化計画やBCPの策定、新規事業等の計画認定や補助金採択、持続可能な開発目標(SDGs)経営、独立系フリーランスなど働き方改革とコロナ禍により顕在した多様な起業の在り方促進など、ポストコロナを見据えた中小企業や小規模事業者によるチャレンジングな経営モデルの推進にフォーカスしていく。

また、豊中商工会議所の中期的基本方針でもある以下の3つの項目には重点的に取り組んでいく。

1. チャレンジングな“人材づくり”：「地域経済を牽引する次世代リーダーの発掘」を目指し、若手企業家によるチャレンジングな事業実践と切磋琢磨を促すネットワークの構築に取り組み、地域経済の新陳代謝に繋げる。
2. チャレンジングな“企業づくり”：「チャレンジングな経営モデル事例の輩出」を目指し、中小企業や小規模事業者の伴走型支援に取り組み、変化する地域経済への着実な対応に繋げる。
3. チャレンジングな“地域づくり”：「地域経済の強靱化」を目指し、頻発する自然災害等により事業活動の継続に支障をきたさないよう、事業継続力の強化支援事業に取り組み、持続可能な地域経済の発展に繋げる。

3. 経営相談支援事業・専門相談支援事業 豊中商工会議所

I 経営相談支援事業

支援のポイント・成果

コロナ禍を克服するために積極的に経営改善を図ろうとする企業341社に対して、経営課題を整理するとともに、課題解決に向けて適切な支援施策や制度、支援機関等の活用を提案し、必要な経営支援を行った。支援対象企業については、自治体をはじめ地域金融機関や各種支援機関とも連携し、積極的に支援メニューを提供した。特に、セミナーや実践講座、研究会・交流会等へ積極的に参加するなど、経営革新・販路拡大・生産性の向上に前向きな企業を支援するとともに、課題の多様化、複雑化に対応した一律ではない個別支援を各種実施した。

なかでも、新型コロナウイルス感染症関連の支援対応に注力し、災害時対応支援はもとより、事業計画作成支援、支援機関へのつなぎ、記帳支援、労務支援、創業支援に重点的に取り組んだ。

国（経済産業省・中小企業庁）、豊中市からの各種補助金が継続的に募集され、コロナ禍で販路開拓・事業の再構築を図ろうとする事業者からの申請相談が増大したことから、事業計画作成支援へのニーズが各段に高まり、支援体制を強化した。

また、各種補助金・助成金・融資・支援金・創業での相談が多かったことから、当所の専門相談支援事業・外部の支援機関へのつなぎ支援も増加した。

支援成果の一端として、「小規模事業者持続化補助金」のほか、「中小企業等事業再構築促進事業」「ものづくり・商業・サービス生産性向上促進補助金」「中小企業等経営強化法に基づく経営革新計画」「経営力向上計画」「先端設備等導入計画」「事業継続力強化計画」等の採択・認定、日本政策金融公庫への融資推薦・斡旋、特定創業支援事業の修了などに繋げることができた。

<経営支援の代表事例>

●【苦手な経理業務をITの力で楽にし、クラウド会計の導入で正確性と業務効率性をアップ】

バレエスタジオを経営する企業においては、コロナ禍でもリモートレッスンの実施やSNS等での広報等の企業努力により生徒数を大きく増やしてきたものの、日々のレッスン対応、発表会の準備等に追われることで経理業務がおろそかになり、どんぶり勘定のまま確定申告まで至ってしまう状況であった。その状況を脱却すべく、クラウド会計の導入をサポートし、なるべく日々の入力作業が楽になるように設定するとともに、入力後は毎月の売上だけでなく、経費と利益も把握するように支援した結果、自力で源泉徴収票の作成や届出書類の作成までできるようになった。

●【事業計画書の策定を支援し、各種表彰制度を活用したブランディング強化に繋げる】

24時間全国どこからでも参加できる、SNSを使った全く新しい家庭学習支援事業を行っている企業より、自社事業についてもっと多くの方に知っていただきたいとの相談を受け、各種表彰制度を活用したブランディング強化に繋げた。事業計画書の策定を支援し、「ビジネスアイデアピッチコンテストin豊能地域」で最優秀賞を受賞したほか、全国の女性起業家が対象となる「女性起業家大賞」ではグロース部門において奨励賞を見事に受賞された。公的機関の表彰制度を活用することにより自社およびビジネスの信頼性向上に繋げる事例とすることができた。

支援メニュー	指標	目標数値	実績数値	達成率	事業評価
事業所カルテ・サービス提案	事業所	276	341	123.6%	5
支援機関等へのつなぎ	支援数	100	115	115.0%	5
金融支援（紹介型）	支援数	25	8	32.0%	3
金融支援（経営指導型）	支援数	12	4	33.3%	3
マル経融資等の返済条件緩和支援	事業所	2	0	0.0%	-
資金繰り計画作成支援	事業所	2	0	0.0%	-
記帳支援	事業所	31	41	132.3%	5
労務支援	支援数	45	45	100.0%	5
人材育成計画作成支援	事業所	2	1	50.0%	4
マーケティング力向上支援	事業所	2	0	0.0%	-
販路開拓支援	支援数	30	10	33.3%	4
事業計画作成支援	支援数	89	112	125.8%	5
創業支援	事業所	10	20	200.0%	5
事業継続計画（BCP）作成支援	事業所	5	2	40.0%	4
コスト削減計画作成支援	事業所	2	0	0.0%	-
財務分析支援	事業所	4	8	200.0%	5
5S支援	事業所	2	0	0.0%	-
IT化支援	事業所	35	17	48.6%	4
債権保全計画作成支援	事業所	2	0	0.0%	-
事業承継支援	事業所	12	1	8.3%	3
災害時対応支援	事業所	400	427	106.8%	5
フォローアップ支援	事業所	40	0	0.0%	-
結果報告	事業所	276	341	123.6%	5

II 専門相談支援事業

支援のポイント・成果

新型コロナウイルス感染症関連の支援対応に注力すべく、影響を受けた中小企業・小規模事業者からの各種経営相談や申請等の対応を行うために専門相談員を増強して、窓口支援と派遣支援の両面で実施した。

なかでも、創業・経営革新等支援においては、コロナ禍を乗り越えるための各種補助金の申請と資金繰り支援を強化した。また、新分野・新市場等に果敢に挑戦するビジネス・モデルの客観的な評価および専門的な視点による的確なブラッシュアップや事業承継計画の策定及び、事業計画における実践精度の向上を図るとともに、創業・起業においては立ち上げ段階における安定経営に繋げる支援を行った。

税務支援においては、記帳・決算・確定申告にともなう相談および申告書作成についてなど財務会計的な支援を行なうとともに、業務改善や課題解決、経営の意思決定に関わる管理会計的な支援も行った。特に、2023年10月から導入されるインボイス制度への対応支援、2022年1月に改正された電子帳簿保存法、消費税率引き上げ・軽減税率制度導入後のフォローアップを行ったほか、事業承継に関連する税務相談にも対応した。

販路開拓支援においては、販路開拓に精通した各種専門家による指導の下、主にSNS等の活用支援やECによる直販の支援など、WEBを活用することでネットにおける顧客開拓・売上アップの具体的な成果の創出を支援した。また、販路開拓に不可欠となる新たなサービスの開発や商品(商材)の発掘等の支援も行った。

IT活用支援においては、当所の独自支援メニュー「ITコンシェルジュ」とも連携し、商品管理・取引先管理・商品分析に加え、攻めのIT活用支援や、生産性向上・コストダウンなど、コストや人材などの活用環境に適した対応策を指南。情報共有・セキュリティ対策・会計システム・外出先での業務改善といったテーマで、中小企業のDX（デジタルトランスフォーメーション）を後押しした。

プロモーション支援においては、広報・コピーライティング・写真動画活用など、経営指導員では対応が困難な戦略的な販売促進策を提供。専門的な個別課題の解決ニーズに的確に対応するとともに、資金力のない中小企業でも取り組めるノウハウを伝授することで、売上・集客の向上を図った。

事業名	新規/継続	指標	目標数値	実績数値	達成率	事業評価
税務支援	継続	相談件数	150	154	102.7%	5
創業・経営革新等支援	継続	相談件数	250	320	128.0%	5
販路開拓支援	継続	相談件数	25	11	44.0%	4
IT活用支援	継続	相談件数	50	68	136.0%	5
プロモーション支援	継続	相談件数	60	86	143.3%	5

Ⅲ 地域活性化事業

支援のポイント・成果

・WEB活用販路開拓支援事業においては、昨年度に引き続きコロナ禍の状況が続き、まん延防止等重点措置等による時短営業の影響を受ける飲食業の他、酒類販売業、整体院・接骨院・鍼灸マッサージ院、学習塾やそろばん塾等の教育関連業・理美容等のサービス業、ホテル等の観光サービス業、アパレル業等、幅広い業種で自主的な外出自粛の影響を受けて売上が伸び悩む事業者から、Web,EC,SNS等の活用による自社商品・サービス等のPR力向上について特に高い関心を得た。コロナ禍を背景に、YouTubeやInstagramといった動画配信機能を有するプラットフォームの利用者が伸びていることから、これらの活用を中心に新規顧客開拓およびリピート創出戦略に効果的なPR方法について情報提供とサポートを積極的に実施した。また、コロナ禍においてEC市場は更に急激な拡大をしており、ECサイトの開設サポートだけでなく、USP・ブランディングを意識した販売戦略構築やPDCAサイクル実践による事業計画の立て方など、商売の基礎となる部分にも立ち返って理解を深められるように注力した。

・自社の魅力を引き出すセルフプロデュース力向上支援事業においては、コロナ禍を契機として消費者の消費動向や市場環境に急激な変化が起きている中、コロナ禍およびコロナ後において改めて自社（商品・サービス）のセルフプロデュースを実践できるようサポートすべく、①自社の強み・ウリ（USP）の把握、②ターゲット層への効果的な伝え方と戦略的で訴求力の高いツールの制作・改善、③①②を個別サポートするハンズオン支援を実施した。これらの自社の強み・ウリを活かした販売戦略とツール構築により、元々自社の強みとしていたいわゆる主観的な強みではなく、購入者・利用者目線での自社の強み・ウリについて新たな一面を発見でき、販路拡大等、効果が上がりつつある。

・働き方改革の実現に向けたIT/IoT導入・利活用促進事業においては、働き方改革の実現や生産性向上において、「経理だってテレワークできる！経費精算 請求書発行を楽楽にする方法」、「動画初心者でもわかる 売上UP・広報・業務効率化のためのジンバルカメラ活用セミナー」、「ドローンビジネス活用セミナー」、「産業用ドローンフライト体験講座in能勢ドローンフライト体験講座in能勢」を開催。特にバックオフィス業務に関するシステム導入を検討される事業者が多く、希望者に対し個別支援を行った。

・「働き方改革」に対応し人材の採用・育成・定着化に取り組む中小企業を事業においては、大阪府の緊急雇用対策事業の活用に向けて、セミナーでの活用提案のほか、大阪府商工労働部就業支援グループと連携してオンライン合同就職説明会を実施した。そのほか、助成金活用、就業規則、テレワークに関するセミナーを実施し、労務に関する多様なニーズへの対応を行った。

・事業承継できる会社を目指す中小企業のための経営力向上支援事業においては、事業承継に向け、事業計画の作成やM&Aの活用に関するセミナーを実施したほか、プレスリリースや動画活用など、集客に関連する内容のセミナーを行いつつ「事業承継ヒアリングシート」にも回答いただくことで、事業承継について考えていただくきっかけとした。

・大阪・関西万博に向けたキャッシュレス化推進事業においては、PayPayを事例にスマホ決済の活用方法を紹介するセミナーを開催し、拡大しているキャッシュレス（QRコード）決済の現状と今後の動き、導入事例紹介と決済以外にも活用できる効果的な使い方などをレクチャーした。またハンズオンでは、キャッシュレスとインバウンドとプロモーションをパッケージにした内容で支援し、将来的な大阪・関西万博を契機としたインバウンド需要の取り込みにも繋げていけるようにフォローアップした。

・中小企業強靱化支援事業においては、リスクファイナンスと簡易版BCP策定セミナーを開催し、企業を取り巻く環境変化と事業継続計画（BCP）の必要性、コロナ禍での感染症対策のポイント、事業休業・売上減少の補償に備えるリスクファイナンスの活用事例を紹介した。またハンズオンでは、ハザードマップの活用法、国が認定する事業継続力強化計画書の作成ポイント、同計画の認定後に利用できるメリット・支援策など、事業者が備えておくべき危機管理対策についてレクチャーし、BCP策定をフォローアップした。

(1) 単独事業

府施策連携	事業名	総支援企業数		支援実績率	利用者満足率	目標の指標				事業評価
		計画	実績			項目	目標値	実績	達成率	
○	中小企業強靱化支援事業	22	14	63.6%	92.9%	大阪府の「超簡易版BCP『これだけは！』シート」等を活用して、BCP策定に取り組む企業数	20	7	35.0%	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	利用者満足率	目標の指標				事業評価
		計画	実績			項目	目標値	実績	達成率	
	Web活用販路開拓支援事業	110	117	106.4%	93.9%	Web/EC/SNSの活用により新規顧客を獲得した事業者数	40	39	97.5%	5
	自社の魅力を引き出すセルフプロデュース力向上支援事業	56	38	67.9%	97.4%	③の事業において、新たにお客様インタビューを実施し、自社のHP・SNS・チラシ等に掲載を行った企業の割合	80	100	125.0%	5
○	働き方改革の実現に向けたIT/IoT導入・利活用促進事業	68	56	82.4%	70.9%	年度内に、業務自動化・効率化の為にIT/IoTシステムやテレワークシステム、ドローン等の導入・活用に至った企業数	2	3	150.0%	4
○	「働き方改革」に対応し人材の採用・育成・定着化に取り組む中小企業を支援する事業	93	62	66.7%	67.7%	大阪府雇用促進支援金を活用して求人活動に取り組む企業数	3	2	66.7%	3
○	事業承継できる会社を目指す中小企業のための経営力向上支援事業	93	69	74.2%	91.3%	事業計画の作成に取り組んだ企業数	5	7	140.0%	4
○	大阪・関西万博に向けたキャッシュレス化推進事業	30	24	80.0%	91.7%	キャッシュレス決済を活用して生産性の向上を図る企業数	10	15	150.0%	4

※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。

豊中商工会議所

事業名		中小企業強靱化支援事業							
想定する実施期間		2020 年度～ 2024 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>平成30年度は大阪府北部地震、台風21号により大阪が大きな被害を受けたほか、全国的にも平成30年西日本豪雨、令和元年台風19号と毎年大きな災害が発生する状況が続いている。近年は、首都直下地震や南海トラフ地震といった大規模地震の発生も想定されている中、企業のサプライチェーンにも大きな影響を与えるおそれがある。大企業では、事前対策の取組が一定程度進んでいる一方で、中小・小規模事業者における災害への備えの取組は、一部にとどまっている状況にあり、大企業に比べて経営資源が脆弱な中小・小規模事業者は、ひとたび被災すると経営に大きな影響を受ける可能性が高いと考えられる。また、2020年の新型コロナウイルス感染症により大きな影響を受けている企業が多いなか、BCP策定済み企業であっても感染症リスクに対する計画が未整備であるところが少なくないこともわかってきた。</p> <p>このような現状を踏まえ、中小・小規模事業者の自然災害等への事前の備え、事後のいち早い復旧を支援するため、「中小企業強靱化法」が令和元年7月に施行されるとともに、当法律の中で小規模事業者の事業継続力強化の取組を商工会議所が市町村と共同で支援していく「小規模事業者支援法」が改正された。</p> <p>当所においては、当支援法に基づき、豊中市とともに「事業継続力強化支援計画」を令和2年4月1日から5年間の実施期間で策定し、同3月19日付で大阪府の認定を受けた。当支援計画に従い、管内事業者に対してBCPの策定ならびにBCMへの取組を促進していくとともに、災害などの事業中断を引き起こす脅威への対応力向上を図り、中小・小規模事業者のリスクマネジメントと「稼ぐ力」を強化していく。</p>							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	主要リスクである自然災害のほか、サプライチェーンの途絶、情報セキュリティ事故、伝染病・感染症、家畜伝染病、テロリズムなど、事業をとりまく様々な脅威に対して、BCP・BCM対策を講じていかなければならないと感じている管内の中小・小規模事業者を対象とする。							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>【人材育成型】 「災害・ウイルスで慌てないための「リスクファイナンスと簡易版BCP」策定セミナー」 ◆内容：資金面で事業継続に支障をきたさないようにするためのリスクファイナンス対策についてポイント解説するとともに、非常事態になった時に頼りになる事業継続計画（簡易版BCP）をミニワークショップでマスターするセミナーを開催した。 <プログラム> ・企業を取り巻く環境変化と事業継続計画（BCP）の必要性 ・コロナ禍での感染症対策のポイント ・事業休業、売上減少の補償に備えるリスクファイナンスの活用事例紹介 ◆実施時期：2021年11月19日（金）14時00分～16時00分 ◆場所：豊中商工会議所 大会議室&オンライン配信(Zoom)</p> <p>【ハンズオン型】 人材育成型事業で参加した企業より2社のBCP策定に向けたハンズオン型の支援を行った。</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>							
		<table border="1"> <tr> <td>①府施策連携</td> <td>セミナー当日に「超簡易版BCP『これだけは！』シート」「STOP災害時の一時帰宅」等の大阪府施策紹介資料を配布し、情報提供で連携した。</td> </tr> <tr> <td>②広域連携</td> <td></td> </tr> <tr> <td>③市町村連携</td> <td>事業継続力強化支援計画に則り、豊中市の産業振興課・危機管理課と連携した。</td> </tr> <tr> <td>④相談事業相乗</td> <td>参加企業に対する各種カルテ化を支援し、カルテ化率は25%となった。</td> </tr> </table>	①府施策連携	セミナー当日に「超簡易版BCP『これだけは！』シート」「STOP災害時の一時帰宅」等の大阪府施策紹介資料を配布し、情報提供で連携した。	②広域連携		③市町村連携	事業継続力強化支援計画に則り、豊中市の産業振興課・危機管理課と連携した。	④相談事業相乗
①府施策連携	セミナー当日に「超簡易版BCP『これだけは！』シート」「STOP災害時の一時帰宅」等の大阪府施策紹介資料を配布し、情報提供で連携した。								
②広域連携									
③市町村連携	事業継続力強化支援計画に則り、豊中市の産業振興課・危機管理課と連携した。								
④相談事業相乗	参加企業に対する各種カルテ化を支援し、カルテ化率は25%となった。								

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)	22.0	総支援企業数(実績)	14.0	支援実績率	63.6%	満足率	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)	<p>【人材育成型】の「リスクファイナンスと簡易版BCP策定セミナー」において、受講企業からは、「危機感が高まったし、具体的に行うべきこと（チェックシート）も提示されてわかりやすかった。」「災害別の対応について検討のポイントや必要なものの整備について理解できた。」「BCP策定について具体的にイメージすることができた。」などセミナーを通じて、事業継続計画（BCP）の必要性を実感されるとともに、7社がBCP策定への取り組みに着手、または意向を示された。</p> <p>【ハンズオン型】の「事業継続力強化計画策定支援」においては、ハザードマップの活用法、国が認定する事業継続力強化計画書の作成ポイント、同計画の認定後に利用できるメリット・支援策など、事業者が備えておくべき危機管理対策について学んでいただき、2社のBCP策定の実践企業を作ることができた。</p>							
	代表指標	大阪府の「超簡易版BCP『これだけは!』シート」等を活用して、BCP策定に取り組む企業数							
	数値目標	20社	実績数値	7社	目標達成度	35.0%			
	成果の代表事例	BCPを策定していない輸送用機械の販売・整備リースレンタルを手掛ける企業においては、BCPの策定を前向きに検討されるとともに、セミナーで紹介されたリスクファイナンス対策として水害などを想定した損害保険の見直しにも着手された。							
実施結果	その他目標値の実績	目標値(計画)		目標値(実績)		目標達成度			
	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)	当初は会場型でワークショップも取り入れたプログラムを計画していたが、コロナの影響からハイブリッド型で開催することになった。結果として、4社が会場、8社がオンラインでの受講となり、支援企業数は7割を目標にしていたが及ばなかった。BCP・事業継続計画については当所の重点支援テーマになっているため、より受講しやすい、学んでみたいと思われる内容にアレンジし、事業者の掘り起こしができるように企画していきたい。なお、令和4年度については豊中市のBCP策定支援事業で当テーマのセミナー事業を行うことになるため、地域活性化事業でなく、経営相談支援事業で引き続き支援に当たっていく。							

【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)	20.0	支援企業数(実績)	12.0	支援実績率	60.0%	満足率	91.6%
	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)	セミナーを通じて、事業継続計画（BCP）の必要性を実感されるとともに、「簡易版BCP」に取り組む企業を創出させた。							
	指標	大阪府の「超簡易版BCP『これだけは!』シート」等を活用して、BCP策定に取り組む企業数							
	数値目標	20	実績数値	7	目標達成度	35.0%			
実績／達成度②	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	2.0	支援企業数(実績)	2.0	支援実績率	100.0%	満足率	100.0%
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	国が認定する事業継続力強化計画書の作成ポイント、同計画の認定後に利用できるメリット・支援策など、事業者が備えておくべき危機管理対策について理解を深め、計画書の作成に着手する企業を創出させた。							
	指標	大阪府の「超簡易版BCP『これだけは!』シート」等を活用して、BCP策定に取り組む企業数							
	数値目標	2	実績数値	2	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				

豊中商工会議所

事業名		Web活用販路開拓支援事業
想定する実施期間		2013 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)	<p>コロナ禍で生活様式が大きく様変わりし、テレワークなど在宅時間の増加等を要因として、生活必需品や食品・日用雑貨・酒類、楽器・音響機材、インテリア・寝具等々のEコマース（以下、EC）流通額が昨対比で約3倍強((E-Commerce Magazine掲載記事より)となるなど、2020年はECの大きな変革期となった。2021年もコロナ収束の見通しが立たない中、EC需要は高水準で推移するものと予想される。しかしこれまでECに取り組んでいなかった事業者が、新たにECへの取組を始めると直ぐに売上に反映するものではなく、SNSをはじめとした各種WEBサービス等の機能を駆使した地道な情報発信活動を続け、認知を高めていく必要がある。当事業では、コロナ禍における変革期において、事業を持続的に発展させられるよう、域内小規模事業者に対してWEBを活用したより感染リスクの低いビジネスモデル導入を促進し、コロナ禍を乗り越え、かつ「個の稼ぐ力・情報発信力」の強化を後押ししたい。</p>
	支援する対象 (業種・事業所数等)	<p>本市においては、サービス業と卸小売業を合わせると約50%となることから、これらの支援の必要性は非常に高い。本市を含む北摂地域に拠点を構え、かつBtoCサービス業（小売を含む）、特にWebを活用した顧客の販路開拓に取り組んでいるものの成果が得られていない事業者、コロナ禍で新たな販路としてECサイトを開設する、もしくは開設したが売上が伸び悩む者等が主な対象となる。また、これまで当事業で支援した事業者のうち、さらに精力的に学び実践しようとする事業者（EC研究会等所属者計約200名）のWeb戦略やビジョン再構築や実践をサポートする。</p>
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>【人材育成型】 ①Googleマイビジネス活用セミナー【定員30】 実施日：2021年6月17日(木)14:00～17:00 ※来場参加型とオンライン参加型のハイブリッド型にて実施。 スマホからのGoogle検索で気づかないうちに利用しているGoogleマイビジネス。同サービスに自店の店舗情報をしっかりと掲載することで、スマホ検索で表示がされるようになり、店舗情報を見つけた見込み客にアプローチが可能となる。コロナ禍においてはテイクアウトやデリバリー対応の有無確認、営業時間に実店舗への来店客を増やすための戦術として実践を見据えた内容で実施。</p> <p>【人材交流型】 ②ビジネスYouTube活用実践講座【定員15×3日間】 実施日：2021年11月26日, 12月3日, 12月10日の3日間で14:00～17:00に実施。 ※来場参加型とオンライン参加型のハイブリッド型にて実施。 YouTubeを本格的に活用して実践に取り組むために必要な知識とノウハウを身に付けていただく3日間とした。YouTubeの市場、動画の役割、動画編集に至るまでの知識とテクニックの習得から、自社のWebサイトや各種SNSとの連携について理解を深めていただく内容として実施し、既に取り組んでいる事業者のYouTube動画を受講者で視聴し、受講者同士によるアドバイスや意見交換を行った。</p> <p>③Web活用×SNS×ブランディング講座【定員15×3日間】 実施日：2021年11月2日, 11月9日, 11月16日(火)の3日間で実施。 ※来場参加型とオンライン参加型のハイブリッド型にて実施 最終着地点となるWebサイトは受け皿であり、各種SNSからの同WEBサイトへ誘導するには消費者の心を動かす必要がある。そこで必要となるブランディングについて合わせて学んでいただき、WEBサイトへの導線強化を図る内容として実施し、各参加事業者の取り組み状況を発表していただき、講座の受講者や講師からのアドバイスや意見交換を行った。</p> <p>④BASEを活用したネットショップ開設塾【定員10×3日間】 実施日：2021年7月14日, 7月21日, 8月4日(水)の3日間で実施。 パソコンを所有していない事業者でもスマホがあれば開設できる簡易ネットショップ開設サービス(BASE)を実際を使用してECを立ち上げてサイト運営に必要な項目を実体験をしていただく内容として実施し、作成したネットショップを各社で発表。受講者から忌憚のない意見や講師からのアドバイスを実施した。また、商材撮影体験では、グループに分けて事業者同士で商材撮影の試行錯誤に取り組んでいただいた。</p> <p>⑤ネットショップ塾 実践編【定員10×6日間】 実施日：2021年9月7日に参加予定の事業者に集まっていただき事前ヒアリング会を実施。講座本編は、9月14日, 21日と、12月16日, 21日, 1月13日, 19日の計7日間で実施。 ※12月16日以降は、来場参加型とオンライン参加型のハイブリッド型にて実施。 既に開設済のECサイトを運営している事業者で売上が伸びない、利益が得られていない事業者を対象とし、ブランディングの基礎を取り入れて、売れる/利益を上げるためのECサイトの本格運営ノウハウを習得いただく内容として実施。2日目以降は、3つのグループに分けて、グループディスカッションが出来る場を設けて、自社のECの現場と課題を発表する場として。グループのメンバーから忌憚のない意見を発言していただき、気づきがあった事をチェックアウトシートに記入していただき、自社ECサイトの改善点を見いだしていただいた。グループディスカッションは、毎回グループメンバーを変えて実施した。</p>

⑥Googleアナリティクス活用講座【定員15×3日間】
 実施日：2022年1月26日, 2月2日, 9日(水)の3日間で実施。
 ※セミナー開催時期がコロナ感染拡大の様相となったため2日目を来場参加型とオンライン参加型のハイブリッド型にて実施。
 サイト来訪者の動きを分析・解析する手法を学び、勘に頼ったページの修正ではなく、分析データに基づいた正しい改善をするための知識を身に付けていただく内容として実施。課題があると認識されている事業者より、現場WEBサイトの運用について発表していただき、受講者から改善アイデアを発言していただき、まとめとして講師より取り組み案を纏めていただく内容として実施。

【ハンズオン型】

⑦Webプロモーション勉強会

実施日：2021年12月15日, 2022年3月2日, 8日の3日間で実施。

過年度を含む過去に当所で実施したWEBプロモーション関連のセミナー/講座の参加者の中から学ぼうとする意欲の高い事業者を主な対象として、ブラッシュアップの目的で実施。実施内容は、SNS活用における顧客・ターゲット(ペルソナ)の明確化に関する内容や、訴求力を高めるためのSNS動画における動画構成に関する内容、また、新しくなったGA4による最新の分析・解析方法などについてブラッシュアップを目的として実施。また、勉強会だけでなく個々の事業者が抱える課題解決に向けて、オンラインによる個別相談の場を設け、それぞれの課題に対するアドバイスを実施。

⑧ネットショップ塾フォローアップ勉強会

実施日：2022年2月16日, 3月15日の2日間で実施。

過年度を含む過去に当所で実施したネットショップ塾の参加者の内、学ぼうとする意欲の高い事業者を主な対象としてブラッシュアップの目的で実施。実施内容は、講義で学んだ内容に関して、その時は理解していたと思っていなくても実践をしていく中で思うように行かなかったり、確認をしたいことが出てくる事に対するフォローアップとして実施。また、各参加事業者お互いの状況を報告し合い、情報を共有することで励みになったり、自身のことに置き換えて参考にしてもらうための内容として実施。また、勉強会とは別日にて、当所担当指導員と講師、事業者の3者による個別面談の場を設けて、各社が抱えるEC運用だけでなく経営に関する課題等についてアドバイスをする機会を設けた。

<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	豊中商工会議所が主管となりゼミの企画・調整・広報・運営・事後フォローを担当し、共催として参画する団体は、参加者募集広報、終了後の個別相談支援等を分担・連携し推進。広域連携により、参加企業募集の範囲が拡大することから企業の多様な交流が広がり、当事業の活性化と企業間連携の意識が高まった。
③市町村連携	
④相談相乗	カルテ化率20.5%

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)	110.0	総支援企業数(実績)	117.0	支援実績率	106.4%	満足率	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)	WEB活用においてだけのことではなく、以下のようなPDCAの実行が目標達成に欠かせないことへの理解を深めていただくことができた。具体的には、①ブランディングを意識したペルソナ設定とそのペルソナがベネフィットを感じられるような情報と商品写真が掲載されているか。②また、顧客の情報収集方法がWEB検索だけでなく、Googleマイビジネス等のスマホアプリからや、SNS上からのタグ検索へと移行していることを理解し、スマホアプリ上や、SNSへの露出頻度を高める戦略の検討を実施。③各商品別の月次売上目標の設定や各有料広告活用のための広告費予算設定など、徹底した目標設定とその計画に沿った戦術実践。④その目標に対する進捗管理、目標不達の場合の理由の分析と課題抽出および対策立案。⑤①～④を踏まえた新たな行動実践(PDCA)に移し始めた。※但し、取り組み直後すぐに成果に現れるものではなく、取り組み開始後、更に継続をすることで徐々に成果に現れてくるものと期待します。							
	代表指標	Web/EC/SNSの活用により新規顧客を獲得した事業者数							
	数値目標	40	実績数値	39	目標達成度	97.5%			
	成果の代表事例	薬膳料理を主とした飲食店を経営されている事業者で、コロナ禍で店舗への来店客数が激減したなか、店舗で出していた薬膳粥のレトルト製品を開発。ECを立ち上げて、各種SNS(主にInstagram)を駆使してブランディングを意識した情報発信を開始。また、動画による情報発信にもチャレンジされ、徐々にファンが付きつつある。また、講座の参加者事業者との新たな交流により、新たな教室事業への取り組みにも力を入れ始め、新たな目標の設定によるPDCAへの取り組みが開始された。							
その他目標値の実績	目標値(計画)		目標値(実績)		目標達成度				

実施結果	<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>当事業で提供した内容は、継続した取り組みが求められるものであり、何れも即効性はないため、成果として現れるまでには時間を要するものである。当事業で重要視しているのはPDCAへの取り組みであり、PDCAに取り組みされている事業者は確実に成果に現れて始めているものの、単年度で成果を計測するのは難しいと感じている。但し、当事業の目標は高く設定し、来期は新しいトレンドを取り入れて取り組みたいと考えている。</p> <p>また、コロナ禍のためオンラインと会場参加のハイブリッド形式による開催が多くなったが、オンライン参加の場合、参加者同士のコミュニケーションが希薄になってしまうため、情報交換の場としての機能がかなり乏しくなっていることを懸念している。感染対策を重視したオンライン受講ニーズには引き続き応えていく一方、受講者同士の横の繋がり創りを大きなメリットに感じる事業者からのリアル受講ニーズの高まりも大いに感じているところである。2022年度においては、講座を情報交換・交流の場として更に機能させるべく、コロナ感染対策を徹底しながら、可能な限り会場実施を増やしていきたい。</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)	30	支援企業数(実績)	26	支援実績率	86.7%	満足率	92.0%
	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>コロナ禍において、Googleマイビジネスでは飲食店向けの機能が強化されデリバリー発注も可能となった。来店型の実店舗を運営されている事業者は、店舗情報を漏れなく正確に登録することで、Googleマイビジネス上で顧客とのコミュニケーションも可能となり来店客数のアップに繋がった。</p>							
		指標	来店客数の昨対比120%以上の事業者数						
		数値目標	5	実績数値	10	目標達成度	200.0%		
実績／達成度②	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	15	支援企業数(実績)	27.5	支援実績率	183.3%	満足率	88.9%
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	<p>コロナ禍の2021年度の動向として、外出自粛等の影響から消費者は商品やサービス等を動画で確認するのが主流となり、特にYouTubeの利用が目立つようになった。事業者の立場ではInstagramやTwitter等のSNSにも動画配信機能が強化、または新たに追加され、それらを上手く活用すれば情報の拡散性が更に高まり、自社商材や提供サービス、店舗の情報等を動画で分かりやすく伝えることで顧客の関心を高められることへの理解を深めることが出来た。</p>							
		指標	YouTubeチャンネルの開設または、本格運用開始事業者						
		数値目標	5	実績数値	13	目標達成度	260.0%		
実績／達成度③	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	15	支援企業数(実績)	12	支援実績率	80.0%	満足率	100.0%
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	<p>コロナの影響を受け業績が芳しくない事業者が少なくない中で、SNSを活用して新たな顧客開拓に挑もうとする事業者が急増した。カタログ的な機能的価値ばかりを情報発信をしたところでお客様の心に響くものはあまりない。情緒的価値を提供しなければ顧客の心に響くものはなく顧客の視点で伝えるべき内容を伝えなければならない。この講座では、ブランディングの基礎を取り入れたSNS活用方法の理解を深め、顧客の心に響く効果ある情報配信の理解を深めることができた。</p>							
		指標	新たにSNS活用を開始した事業者数						
		数値目標	7	実績数値	8	目標達成度	114.3%		
実績／達成度④	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	10	支援企業数(実績)	11	支援実績率	110.0%	満足率	100.0%
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	<p>ECサイトは未開設で且つ、ECで販売するための商材をお持ちの事業者に絞り込み、実際にBASE(ベース)を活用してECを開設していただく体験型講座として実施。ECは、サイトに掲載する商品写真が受注に大きく影響することから、フォトスタジオにてプロによる商品撮影を実際に体験し、商品写真の重要性を認識いただいた。競争の激しいネットの世界で、いかにして自社商品を選んでもらうのか、それぞれの商材のUSPを確認したうえで、まだスタートラインに立ったばかりではあるものの、ECサイトの開設・運営に踏み出していただくことができた。</p>							
		指標	簡易ECサイトを開設した事業者数						
		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)	10	支援企業数(実績)	8	支援実績率	80.0%	満足率	100.0%
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	ECにおいては、実店舗とは異なり、売上や来店者数はもちろん、非常に多くの数値データが得られるため、KPI設定が行いやすい。様々な項目に対しKPI設定を行い、PDCAサイクルをまわしていくことで売上拡大につながっていくことについて理解を深めていただいた。今年度の参加者の売上に効果が表れるのには、まだ時間がかかると思われるが、過年度に実施した受講生のうち、継続的にPDCA実践をしている事業者において、ECにおける月間売上が0～数千円程度だったものが、当事業で実施しているSNS活用やGoogleアナリティクスの解析・分析に基づく改善を継続実施された結果、2021年12月においてECの売上が200万円に達している事例が出てきている。また、実店舗の来店客の客層の質と共に店舗の売上も向上している。							
		指標	既存ECサイトの改善PDCAの取組みを開始した事業者数						
	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				
実績／達成度⑥	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	15	支援企業数(実績)	18.5	支援実績率	123.3%	満足率	88.9%
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	Web/ECサイトを開設しているが、問い合わせや売上が伸びない等の理由でサイトのリニューアルを実施することが多々あるが、現状のWeb/ECサイトのどの部分に問題がありどこを改善した方が良いのかを確認せずに感覚だけで行う事業者が少なくない。そのため、見た目ばかりのデザインで魅了させるサイトになりがちである。実際に必要なのは現状サイトへの来訪者の動向を分析することで、どの部分に課題があるのかを見極め適切なリニューアルが行うこと。サイトの更新も、PDCAを繰り返して実施し、効果の得られるサイトへ育て上げることが大切であることの理解を深めることが出来た。							
		指標	自社が運用するWeb/ECサイトの改善ポイントが掌握できるようになること。						
	数値目標	10	実績数値	15	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				
実績／達成度⑦	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	8	支援企業数(実績)	8	支援実績率	100.0%	満足率	100.0%
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	各種SNSを駆使した情報発信と、受け皿となる詳細な情報が掲載されたWEBサイトへの導線構築への理解、Googleマイビジネスを始めとするGoogle検索対策、また、最終着地点（WEBサイトにおいては「問い合わせ」、ECにおいては「受注」）に至るまでのプロセスで途中離脱しているページの問題点の確認等、自社サイトの分析が可能となり、成果に繋がるWEBのフル活用への理解を深めることが出来た。各社抱えている課題が異なるため、オンラインによる個別支援を実施し、それぞれが抱える課題についてのアドバイス支援を行った。各社のステージに合わせた支援を実施したことにより、次の新たなステージへチャレンジしていただくことが可能となった。							
		指標	取組成果として、新規顧客の開拓に繋がった事業者数						
	数値目標	5	実績数値	4	目標達成度	80.0%			
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	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	7	支援企業数(実績)	6	支援実績率	85.7%	満足率	100.0%
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	各参加者の現状のECサイトでなかなか成果が出ない場合、売り手目線での情報に偏った掲載内容となっている場合が多いが、ページビューが少ないため消費者（第3者）からのフィードバックを受けられることもほとんどないことが多い。当勉強会では、担当講師や担当経営指導員からの理論や手法の提供ではなく、ディスカッション形式にて参加者同士が各々のサイトを第3者的に見、忌憚なく情報交換ができる場とした。それぞれが消費者目線でのフィードバックを受けられることから、各社が多く気づきを得、各社サイトの改善につなげることが出来た。また、オンラインによる個別支援を行い、個々が抱えるEC運用における課題のみならず経営上の課題解決に向けてアドバイスをし、各事業者が取り組むべき方向性を見出すことが出来た。							
		指標	PDCAに継続して取組まれ成果が現れている事業者						
	数値目標	5	実績数値	3	目標達成度	60.0%			
その他目標値の実績	目標値（計画）		目標値（実績）		目標達成度				

豊中商工会議所

事業名	自社の魅力を引き出すセルフプロデュース力向上支援事業
想定する実施期間	2019 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)	豊中を中心とした豊能地域は里山・観光地・工業エリア・新旧商業エリア・良質な住宅地域等、非常に多種多様な性格を持つ地域である。その地域特性から多種多彩な事業が存在するが、東大阪市や堺市などのように地域を代表するような産業集積がない。それ故に地域としての発信力は弱く、そこからもたらされる経済的な波及効果に乏しい。2020年のコロナ禍により生活様式が大きく変わったことや、SDGsの理念浸透等を背景に、「なぜ買うか」「誰から買うか」といった、消費動機の変化への対応が求められる状況にある。このような状況下において、自社および経営者自身、またそのサービス・商品等の強みや魅力を本当に必要としている顧客層に伝えることができなければ、今後の売上維持又は増加は見込めず、事業の発展・成長は見込めない。よって、豊能地域ではこれに備えるべく、自社の強み・魅力を再発見・把握し、その事業を必要としている顧客に正確に届ける発信力を身に付け、事業の多様性をもって地域の発信力向上を図る事業としたい。
支援する対象 (業種・事業所数等)	コロナ禍の影響を特に受けているBtoC事業を行う小売業・飲食業・サービス業などの中小企業のうち、経営理念や事業計画が明確化されていない等、企業としての基盤が整っていない小規模事業者、および発信力に課題を持つ小規模事業者を対象とする。特にこれらの課題が顕著な、創業から5年以内の事業者または事業承継後5年以内の小規模事業者を想定する。過去6年間に亘って実施したプロモーション支援事業の受講者又は過去3年間実施した自社のええとこ発信・発見支援事業の受講者のうち、上記の課題を持つ事業者や、小規模事業者持続化補助金採択事業者のうち事業成果が乏しい事業者、クラウドファンディングを活用して新事業展開を始めた事業者、その他過去の経営相談事業における販促支援カルテ化企業等、約300社程度を想定。
事業の概要 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小さな会社の自社ビジネス見直し・改善セミナー 長引く新型コロナの影響で何らかの変革を迫られる中、独自の強み・ウリを活かし既存ビジネスの改善もしくは新しい要素の追加など、事業を再構築するアイデア創出法等を学んでいただいた。 ○日時：1月20日（木）14時～17時 ○会場：豊中商工会議所 大会議室</p> <p>②自社商品やサービスのストーリー発掘講座（全2回） 自社のファンになってもらうための仕掛け、お客様の共感を得るストーリーとは何か、材料集めから骨組みまで自社独自のストーリー作成について学んでいただいた。 ○日時：9月13日（月）14時～17時、9月24日（金）14時～17時 ○会場：豊中商工会議所 大会議室</p> <p>【ハンズオン型】</p> <p>③自社ホームページ「お客様インタビュー」徹底活用講座（全5回） 「お客様インタビュー」の重要性、人選・質問内容の考え方、インタビュー実施時のコツ、スマホでの撮影・編集方法について学んだ。参加者同士でインタビューおよび撮影の練習を重ね、実践したお客様インタビューを用いたホームページデータ・チラシなどを持ち寄り、お互いに意見交換を通じてブラッシュアップしていった。 ○日時：10/4（月）・18（月）、11/1（月）・15（月）・29（月）各14時～17時 ○会場：豊中商工会議所 第1・2会議室</p> <p>【人材交流型】</p> <p>④自社の魅力発信勉強会「ビジネスに活かすペップトーク講座」 プロモーション支援事業・自社のええとこ発見・発信支援事業・自社の魅力を引き出すセルフプロデュース力向上支援事業の過去参加企業を対象に、これまでの販促戦略やツールを伝えていく手段として、コミュニケーションスキルの一つである「ペップトーク」を学び、受講者同士で交流しながら実践した。 ○日時：1月14日（水）15時～17時 ○会場：豊中商工会議所 第1・2会議室</p> <p>【ハンズオン型】</p> <p>⑤①～④の受講企業のうち、社内への浸透及び利活用のため個別に支援を必要とする企業、または個別でツール作成等を支援する必要がある企業に対し個別で支援を行った。</p>

事業全体の実績／目標達成度		＜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							
	①府施策連携								
	②広域連携	豊中商工会議所が幹事として企画・運営全般を実施。箕面・池田の各商工会議所、能勢町・豊能町の各商工会は主に広報協力を実施。連携先からも数社の参加があった。その中には、当事業の支援によりいけだ女性創業チャレンジコンテストに入賞したとの報告もあった。							
	③市町村連携								
	④相談相乗	人材育成型・人材交流型参加企業の28%をカルテ化。							
	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	56	総支援企業数(実績)	38	支援実績率	67.9%	満足率	97.4%
	目標の達成度	①コロナ禍で変わった生活様式に沿って、今求められているものと既存ビジネスを照らし合わせ、どう変化していくべきか、何が不足し何を取り入れるべきか議論し、新しい事業アイデアやコラボの提案などを持ち帰っていただいた。							
	（支援企業をどう変化させることができたか）	②自社ビジネスがどういった経緯で今に至るのか、今後どうしていきたいのか、過去現在未来からストーリーの核を見つけ出し、顧客へのアピールポイントとしてまとめるワークを2日間行い自社ストーリーを作成した。完成まで至らなかった一部の事業者には講座後に個別相談を実施し、ほとんどの参加者が一通り自社ストーリーを完成させた。							
	代表指標	上記③の事業において、新たにお客様インタビューを実践し、自社のHP・SNS・チラシ等に掲載を行った企業の割合							
	数値目標	80%	実績数値	100%	目標達成度	125.0%			
成果の代表事例	上記③の講座に参加した高齢者施設を運営する事業者は、同業との差別化のヒントを得るべく受講。学んだことを基に実際にインタビューを行う中で、お客様が施設に求めているもの（建前でなく本音）、お客様が最終的に同社施設を選択するまでの葛藤（その人の人生）、気づいていなかった自社の隠れたメリットなどに気づき、ツール作成以外の利点もかなり多かったとのこと。インタビューシート作成・撮影テクニック・記事の校正・写真の調整などアドバイスを余すところなく活かし、完成度の高いホームページやその他広報物を作成された。その結果、ホームページのアクセス数、施設への問い合わせ数・見学者数ともに2～3倍に増加しているとの報告を受けている。								
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）	本事業の講座に参加することにより、自社のUSP（ウリ・強み）のあぶり出し、またそれを活かしたビジネスアイデア創出や販促ツール作成について実践した事業所が多く、好評であった。今後もブランディングとそれを活かした販促活動に関するセミナーやフォローアップの必要性を強く感じている。ブランディング・販促ツール作成ともに定期的な見直しが必要であり、受講生同士の勉強会も引き続き行っていきたい。							

【別紙】

実績／達成度①	計画に対する実績(数値)	支援企業数(計画)	20	支援企業数(実績)	9	支援実績率	45.0%	満足率	100.0%
	目標の達成度(支援企業を)	コロナ禍で変わった生活様式に沿って、今求められているものと既存ビジネスを照らし合わせ、どう変化していくべきか、何が不足し何を取り入れるべきか議論し、新しい事業アイデアやコラボの提案などを持ち帰っていただいた。							
	どう変化させる	指標	当講座への参加により自社や商品の強み・ウリを活かした新しい事業アイデアが浮かんだと回答した企業数						
	ことができたか)	数値目標	70%	実績数値	100%	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)	15	支援企業数(実績)	10	支援実績率	66.7%	満足率	90.0%
	目標の達成度(支援企業を)	自社ビジネスがどういった経緯で今に至るのか、今後どうしていきたいのか、過去現在未来からストーリーの核を見つけ出し、顧客へのアピールポイントとしてまとめるワークを2日間行い自社ストーリーを作成した。完成まで至らなかった一部の事業者には講座後に個別相談を実施し、ほとんどの参加者が一通り自社ストーリーを完成させた。							
	どう変化させる	指標	当講座への参加により自社や商品の強み・ウリの効果的な表現方法が把握できたと回答した企業数						
	ことができたか)	数値目標	70%	実績数値	100%	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③	計画に対する実績(数値)	支援企業数(計画)	6	支援企業数(実績)	6	支援実績率	100.0%	満足率	100.0%
	目標の達成度(支援企業を)	お客様インタビューとよくあるお客様の声との違い、重要性、取り方・まとめ方のコツを座学で学び、質問シートに沿って参加者同士で実践した。撮影講座では実際にお互いを撮影・編集し、スマホの機能でも十分な撮影ができることを知ってもらった。最終日には実際に行ったインタビューを編集し持ってきてもらって改善点を話し合い、講座後も支援を重ねた結果、完成度の高いインタビューページやチラシが出来上がった。							
	どう変化させる	指標	各社が自社の柱となる理念・使命・想いを定め、自社の強み・魅力を引き出し、それを効果的に伝えるための手法の一つ「お客様インタビュー」を学び実践し①新規顧客獲得数の増加、②リピーターの増加を目指す。						
	ことができたか)	数値目標	80%	実績数値	100%	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④	計画に対する実績(数値)	支援企業数(計画)	8	支援企業数(実績)	6	支援実績率	75.0%	満足率	100.0%
	目標の達成度(支援企業を)	自身やまわりのモチベーションをアップするコミュニケーションスキル「ペップトーク」について学んだ。実際にCMや街中で使われている事例を聞くと、身近でも実はよく使われており一定の効果があることがわかる。トークも販促における重要な要素と捉え、自分の思考をペップに変換し、どう言葉がけしていくかのワークも行い、帰ってすぐに実践したいとの声が多く上がった。							
	どう変化させる	指標	他の参加企業の取組やここで学んだことを参考に、自社販促ツールの改善や戦略再構築に取り組んだ企業						
	ことができたか)	数値目標	70%	実績数値	100%	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⑤	計画に対する実績(数値)	支援企業数(計画)	7	支援企業数(実績)	7	支援実績率	100.0%	満足率	100.0%
	目標の達成度(支援企業を)	事業者が現在直面している個々の課題に対して、販促物の強化やビジネスコンテスト・プレスリリースへのチャレンジなどを支援した。							
	どう変化させる	指標	学んだことを会社の取組として社内で実践もしくは、販促ツール作成に生かして改善・改良を行った企業						
	ことができたか)	数値目標	80%	実績数値	100%	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			

豊中商工会議所

事業名	働き方改革の実現に向けたIT/IoT導入・利活用促進事業
想定する実施期間	2020 年度～ 2022 年度まで ※複数年段階的実施事業は別紙にて計画を提出すること
事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	<p>2018年6月に「働き方改革関連法案」が成立し、2019年4月1日から「働き方改革関連法」が順次施行するなど、政府の主導により「働き方改革」が進められている。大企業から中小企業へと段階的に施行されているが、中小企業においても、2020年4月1日に「時間外労働の上限規制」が導入され、対応が求められている。</p> <p>働き方改革を実現するために、「長時間労働の見直し」が求められるが、少子高齢化、労働力人口が減少している中で実現するためには「業務効率・生産性の向上」を行う必要がある。今まで人によって行われてきた単純作業、顧客対応、長時間かかる作業、危険な作業等をAI、IT、ドローン（ロボット）に置き換えたり、長時間の行程がかかっていたコミュニケーションをIT化することにより速度を高めることで、「業務効率・生産性の向上」、「省力化・無人化」、「不足している労働力の補完」を行い、「働き方改革」を実現させることを目的とする。</p> <p>また2020年は新型コロナウイルスの感染拡大の影響により、テレワークを実施する事業者が増え、それに伴いクラウドシステムの導入も増加した。従業員が自宅にいながら仕事ができるシステム、事業所内にいる従業員が少数であったとしても仕事が回せるようなシステムの導入を促進し、「業務効率・生産性の向上」に繋げる。</p> <p>日本企業は欧米企業に比べて意思決定のプロセスが複雑なことが多いとされており、効率の低下を招いているとの指摘がある。AI・ITシステムを導入検討するにあたり、無駄な作業やボトルネックとなっている部分を丁寧に洗い出す「業務プロセスの見直し」が実施されることも当事業の目的とする。</p> <p>当事業の計画は3年計画とし、毎年、IT/IoTに係る最新情報を提供していくとともに、3年かけて、導入による生産性向上やイノベーション創出を実現する小規模事業者を5社以上創出する。</p>
支援する対象 (業種・事業所数等)	<p>豊能地域をはじめとした大阪府内の中小企業・小規模事業者の中で、人手不足による業務の効率化を求められる事業者、経営に対する意欲は高いながらも、IT/IoT導入による生産性向上や新事業開発等に取り組めていない事業者、IT/IoT導入を検討されているが、何から取り組めばよいか分からない事業者等。</p>
事業の概要	<p>【人材育成型】</p> <p>①「経理だってテレワークできる！経費精算 請求書発行を楽にする方法」 第1部では法改正やコロナの影響によるテレワークの現状について、第2部ではシステム導入による経費精算と請求書・領収書発行について解説した。 ・実施日時：2021年9月16日 14時～15時 ・開催場所：豊中商工会議所4階大会議室及びオンライン ・参加者数：9社、9名</p> <p>②「ドローンビジネス活用セミナー」 ドローンの基礎知識、ドローン規制、実際の活用事例等について解説した。 ・実施日時：2021年10月14日 14時～15時 ・開催場所：豊中商工会議所4階大会議室及びオンライン ・参加者数：19社、19名 ・支援企業数（実績）18社</p> <p>③「動画初心者でもわかる 売上UP・広報・業務効率化のための ジンバルカメラ活用セミナー」 最新ジンバルカメラの機能・活用事例紹介、動画撮影方法、簡単な編集方法について解説。ジンバルカメラの体験会も実施。 ・実施日時：2021年10月15日 14時～15時 ・開催場所：豊中商工会議所4階大会議室及びオンライン ・参加者数：17社、18名 ・支援企業数（実績）15社</p> <p>【人材交流型】</p> <p>④「産業用ドローンフライト体験講座in能勢」 産業用ドローンの「実機見学・説明」、「デモフライト」、「写真測量デモ（データ解析・モデリング）」の後、ドローンフライト体験を実施した。 ・実施日時：2021年10月21日 14時～16時 ・開催場所：ノマックドローンフィールド ・参加者数：10社、13名 ・支援企業数（実績）11.5社</p> <p>【ハンズオン型】</p> <p>⑤ ①②③④参加企業のうち、業務効率化に繋がるシステムやドローンを導入する事業所、既に導入しているが活用できていない事業所に対し、指導員・専門家によるハンズオン支援を行った。3社。</p>
実施時期・具体的な内容及び事業手法	

		<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	メルマガ等によるセミナー集客の協力、セミナー内で大阪府の支援施策の紹介をして頂いた。								
	②広域連携	企画立案運営等の主管業務は豊中が担当、広報・募集・運営補助・フォロー等の業務は箕面・豊能・能勢と分担。広域実施により参加企業の拡大と連携の可能性向上を目指した。								
	③市町村連携									
	④相談相乗	人材育成型・人材交流型参加企業の12%をカルテ化。								
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)	68.0	総支援企業数(実績)	56.0	支援実績率	82.4%	満足率	70.9%	
	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>【①人材育成型】の「経理だってテレワークできる！経費精算 請求書発行を楽にする方法」は支援実績率や満足度は低かったが、請求書発行システムの導入を検討され、資料請求を依頼された事業者がおられた。</p> <p>【②人材育成型】の「ドローンビジネス活用セミナー」においては、目標を上回る数の事業者がドローンの事業活用を検討された。</p> <p>【③人材育成型】の「動画初心者でもわかる 売上UP・広報・業務効率化のための ジンバルカメラ活用セミナー」においては、目標を上回る数の事業者がカメラの活用を検討された。</p> <p>【④人材交流型】の「産業用ドローンフライト体験講座in能勢」においては、ドローンを実際に操縦体験し、講師や他の事業者と意見・情報交換することで事業化のイメージが湧き、ドローンの事業化を検討される事業者が多数おられた。</p> <p>【⑤ハンズオン型】ではバックオフィス業務の効率化を目指す事業者の個々の課題に対応した。</p>								
		代表指標	年度内に、業務自動化・効率化の為にIT/IoTシステムやドローン等の導入・活用に至った企業数							
		数値目標	2	実績数値	3	目標達成度	150.0%			
		成果の代表事例	従業員10人を超える法人が、これまでアナログであった会計・給与計算・請求書発行システムを一新する支援を実施。バックオフィス業務の大幅な効率化に繋がった。							
		その他目標値の実績	目標値(計画)		目標値(実績)		目標達成度			
実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	<p>新型コロナウイルス感染拡大により、テレワーク等のシステム化に対する意識の変化は感じられた。しかし、中小企業、特に小規模事業者においては費用面・人材面より、システム構築まではまだまだハードルが高いと感じられた。</p> <p>コロナ禍による影響が長引いており、システム化・クラウド化による業務効率化は急務である。専門家によるシステム導入支援や安価なシステム提案を行う等により、来年度以降も支援を継続したい。</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)	20.0	支援企業数(実績)	9.0	支援実績率	45.0%	満足率	11.1%
	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)	【①人材育成型】の「経理だってテレワークできる!経費精算 請求書発行を楽楽にする方法」は支援実績率や満足度は低かったが、請求書発行システムの導入を検討され、資料請求を依頼された事業者がおられた。							
		指標	業務自動化・効率化の為のシステムを新規導入、もしくは導入を検討する企業数						
	数値目標	7	実績数値	2	目標達成度	28.6%			
その他目標値の実績	目標値(計画)		目標値(実績)		目標達成度				
実績／達成度②	計画に対する実績(数値)	支援企業数(計画)	15.0	支援企業数(実績)	18.0	支援実績率	120.0%	満足率	77.8%
	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)	【②人材育成型】の「ドローンビジネス活用セミナー」においては、目標を上回る数の事業者がドローンの事業活用を検討された。							
		指標	ドローンの事業活用、もしくは導入を検討する企業数						
	数値目標	7	実績数値	13	目標達成度	185.7%			
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)	15.0	支援企業数(実績)	15.0	支援実績率	100.0%	満足率	73.3%
	目標の達成度(支援企業をどう変化させることができたか)	【③人材育成型】の「動画初心者でもわかる 売上UP・広報・業務効率化のための ジンバルカメラ活用セミナー」においては、目標を上回る数の事業者がカメラの活用を検討された。							
		指標	カメラを活用し、動画撮影を実行、もしくは検討する企業数						
	数値目標	7	実績数値	11	目標達成度	157.1%			
その他目標値の実績	目標値(計画)		目標値(実績)		目標達成度				
実績／達成度④	計画に対する実績(数値)	支援企業数(計画)	15.0	支援企業数(実績)	11.5	支援実績率	76.7%	満足率	100.0%
	目標の達成度(支援企業をどう変化させることができたか)	【④人材交流型】の「産業用ドローンフライト体験講座in能勢」においては、ドローンを実際に操縦体験し、講師や他の事業者と意見・情報交換することで事業化のイメージが湧き、ドローンの事業化を検討される事業者が多数おられた。							
		指標	本格的なドローン他IT/IoT導入・活用を検討し、実機の購入・操縦訓練等、具体的な活用に向けて踏み出した企業数						
	数値目標	3	実績数値	0	目標達成度	0.0%			
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)	3.0	支援企業数(実績)	3.0	支援実績率	100.0%	満足率	100.0%
	目標の達成度(支援企業をどう変化させることができたか)	【⑤ハンズオン型】ではバックオフィス業務の効率化を目指す事業者の個々の課題に対応した。							
		指標	年度内に、業務自動化・効率化の為のIT/IoTシステムやドローン等の導入・活用に至った企業数						
	数値目標	3	実績数値	3	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				

豊中商工会議所

事業名	「働き方改革」に対応し人材の採用・育成・定着化に取り組む中小企業を支援する事業	
想定する実施期間	2019年度～2021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)	2019年4月より「働き方改革」関連法が順次施行されているが、「人手不足の状況、働き方改革関連法への対応に関する調査（2020年5月20日 日本商工会議所・東京商工会議所）」によれば、未だに認知が十分でない企業や対応の目途がつかない企業は多く、「同一労働同一賃金」については約半数が対応の目途がつかない状況である。一方、同調査によれば、数年後の人員充足の見通しについては「不足感が増す」と回答する企業が44.9%と、採用に関するニーズは依然底堅い。また、働き方改革の一環として注目されていたテレワークが昨年のコロナ禍において急速に広まった一方で、従業員の時間管理やリモハラなど、新たな問題も出てきている。そのため、法令順守やテレワーク対応に向けて就業規則を整備するとともに採用ノウハウを習得していただくことで、人手不足が続く中でも人員を採用し、定着化させることができる企業になっていただくことを目的とする。 また、国や府の支援施策や助成金の活用についても提案する。
	支援する対象 (業種・事業所数等)	豊中市内約13,000の事業所のほか、本市を管轄する池田公共職業安定所の管轄地域である能勢町・豊能町・箕面市・池田市の事業所も対象として見込んでいる。また、過去に当所で実施した労務系のセミナーについては、大阪府総合労働事務所のメールマガジンにより大阪府東部や南部からの参加者も多く、オンラインまたはハイブリッドで実施することにより大阪府下全域の事業所が対象となり得る
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	①採用力を高めて支援金も受け取る方法～「大阪府雇用促進支援金」活用 虎の巻～(7/6) 【人材育成型】 ※Zoomを活用したオンライン形式で実施 現下の求職者の動向の解説と採用実務を改善し採用力を高める方法についての解説の他、「大阪府雇用促進支援金」に関する説明と活用勧奨を行った。14社14名参加、補助対象14社。
		②コロナ禍を人財確保のチャンスに！オンライン合同就職説明会(9/2) 【人材交流型】 ※大阪府緊急雇用対策特設ホームページ「にであう」にて実施 求人意欲のある企業と大阪府民である休職者をマッチングするオンライン合同就職説明会を開催した。16社参加、補助対象9社。 ③経営を強くする！小さな会社のための助成金活用術(10/7) 【人材育成型】 ※豊中商工会議所会議室およびZoomを活用したオンライン形式のハイブリッドでの実施 中小企業でも比較的活用しやすい助成金に厳選して、制度概要や具体的な活用事例等を説明するセミナーを開催した。18社参加、補助対象17社。 ④労使トラブルを未然に防ぐ、就業規則のつくりかた(11/5) 【人材育成型】 ※豊中商工会議所会議室およびZoomを活用したオンライン形式のハイブリッドでの実施 就業規則を作成するメリット、作成しないリスクについて、事例を交えて説明するセミナーを開催した。14社参加、補助対象14社。 ⑤成果が出るテレワーク制度設計 5つのポイント(12/14) 【人材育成型】 ※Zoomを活用したオンライン形式で実施 テレワーク導入について、社内制度の設計からシステム導入・運用時のポイントまでを解説するセミナーを開催した。6社参加、補助対象4社。 ⑥ハンズオン(随時)
	<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	それぞれのセミナーにおいて大阪府の人材関連支援施策について紹介を行うほか、①のセミナーにおいては「中小企業のための人材採用コンシェルジュ」より講師派遣いただいた
	②広域連携	各種事業の告知・募集にあたっては、広域連携の各商工会・商工会議所と連携して会報での告知や各指導員からの個別勧誘による協力を受けた。
	③市町村連携	
	④相談相乗	カルテ化率18.2%

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)	93.0	総支援企業 数(実績)	62.0	支援 実績率	66.7%	満足率	67.7%
	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)	今年度もコロナ禍が続く中ではあったが、人材採用や人材育成に関するニーズは継続しており、①～④の事業については当初目標に近い集客を確保できた。①においては求人に関するニーズの変化や有料媒体活用の必要性の理解が進んだほか大阪府緊急雇用対策に関する情報提供を行うことができた。②においては、WEB合同説明会未経験の企業の参加も多く、これからの求人においてはWEBの活用は欠かせないことを御理解いただいた。③については雇用調整助成金以外にも中小企業でも人材採用や育成等に活用できる子の施策があることを認識していただくきっかけとなった。④については、総合労働相談件数がここ数年増加が続く中で労務管理について取り組む必要性を多くの参加者に実感していただいた。⑤については集客は苦戦したものの、少人数だからこそ、参加者各社の状況も聞いたうえでの具体的なアドバイスも実施することができた。⑥については、「採用」を切り口に、社内の体制整備や人材採用体制の改善等、個別具体的な支援を実施することができた。							
		代表指標	大阪府雇用促進支援金を活用して求人活動に取り組む企業数						
		数値目標	3	実績数値	2	目標達成度	66.7%		
	成果の代表事例	大阪市内に本社を持つ建設事業者において、人材不足を解消すべく求人票作成の見直しから支援を行い、また無料でも活用できる求人支援ツールの紹介と活用支援を行うことで、希望する人材を採用することができた。							
その他目標値の 実績	目標値 (計画)		目標値 (実績)		目標達成度				
実施 結果	課題及び次期 以降への取組み (実績が目標値に 達していない場合 は、その理由や今 後どのようにフォ ローするのか)	2022年度はパワハラ防止法の施行や育児休暇制度の改正、2023年度からは法定労働時間超過が60時間超となった場合の割増率の中小企業への特例が解消など、労働関係法令改正は今後も続くこと、また人材採用・定着という面からの労働環境の改善、あるいは外部人材の活用など、対応すべきテーマは山積しており、よりタイムリーに機動的にこれらの課題解決につながる支援を実施していく必要を感じている。							

【別紙】複数の事業目標を設定している場合は、別紙に事業目標毎の実績／達成度をご記入ください。

実績 ／ 達成 度 ①	計画に対する 実績（数値）	支援企業 数(計画)	20.0	支援企業 数(実績)	14.0	支援 実績率	70.0%	満足率	50.0%
	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)	求職者のニーズの変化や様々な求人媒体の活用等について、直近の事例をもとにご理解いただいた。また、大阪府雇用促進支援金等の公的支援施策の活用についてご検討いただいた。							
		指標	大阪府雇用促進支援金を活用して求人活動に取り組む企業数						
		数値目標	3	実績数値	2	目標達成度	66.7%		
その他目標値の 実績	目標値 (計画)		目標値 (実績)		目標達成度				
実績 ／ 達成 度 ②	計画に対する 実績（数値）	支援企業 数(計画)	10.0	支援企業 数(実績)	9.0	支援 実績率	90.0%	満足率	44.4%
	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)	オンライン合説を行うにあたっての事前準備や当日の対応等について御理解いただき、今後の選考ルートとしてオンライン媒体を含めて考える必要性があることを御理解いただいた。							
		指標	大阪府雇用促進支援金の活用も視野にいれて合同企業説明会に参加した企業数						
		数値目標	2	実績数値	1	目標達成度	50.0%		
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 ③	計画に対する 実績（数値）	支援企業 数(計画)	20.0	支援企業 数(実績)	18.0	支援 実績率	90.0%	満足率	72.2%
	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)	中小企業や小規模企業でも助成金を活用できる余地があること、またそのために労務管理や各種帳票書類の整備が必要であることを御理解いただいた。							
		指標	助成金を活用して人材採用や労務管理体制の改善に取り組む企業数						
		数値目標	3	実績数値	3	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④	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	20.0	支援企業数(実績)	14.0	支援実績率	70.0%	満足率	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）	就業規則がない、あるいは適宜改正しないことがリスクであることを御理解いただき、従業員とのコミュニケーションや職場の秩序管理のためにも就業規則が必要であるに気づかれた。							
		指標	就業規則の作成・改正に取り組む企業数						
	その他目標値の実績	数値目標	2	実績数値	2	目標達成度	100.0%		
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)	20.0	支援企業数(実績)	4.0	支援実績率	20.0%	満足率	75.0%
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	テレワークは就業規則を整備すれば完了、というわけではなく、自社にはどのようなシステムを導入するのが適切か、という視点や、テレワークにおけるコミュニケーションの取り方における注意点について御理解いただいた。							
		指標	就業規則やITツールの整備など、テレワーク体制の導入・見直しに取り組む企業数						
	その他目標値の実績	数値目標	2	実績数値	1	目標達成度	50.0%		
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)	3.0	支援企業数(実績)	3.0	支援実績率	100.0%	満足率	66.7%
	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）	主に人材採用について、採用の事前準備にどのようなことが必要か、賃金決定のルール、求人媒体の選定と実際の活用等について、具体的な取り組み方法について御理解いただいた。							
		指標	人材採用や労務管理体制の見直し、就業規則の作成・改正など、社内体制の整備に向けて総合的に取り組みを行う企業数						
	その他目標値の実績	数値目標	2	実績数値	2	目標達成度	100.0%		
目標値（計画）			目標値（実績）		目標達成度				

豊中商工会議所

事業名	事業承継できる会社を目指す中小企業のための経営力向上支援事業	
想定する実施期間	2018年度～年度まで ※複数年段階的実施事業は別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	<p>事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)</p>	<p>今後10年の間に、70歳(平均引退年齢)を超える中小企業・小規模事業者の経営者(約245万人)のうち約半数(国内企業全体の約3割)が後継者未定と言われる。この現状を放置すると、廃業の急増により、2025年頃までの累計で約650万人の雇用、約22兆円のGDPが失われる可能性があるなど、事業承継問題は国家レベルで深刻化している。事実、RESASに収録されている事業所数データで平成21年度と平成26年度を比較すると、この5年間で事業所数は全国では5,886,193か所から5,541,634か所へと減少(94%)、大阪府でも443,848か所から443,110か所へと減少(93%)している。当所の所在する豊中市では14,576か所から13,632か所へ減少(94%)、本事業の対象とする豊中市・箕面市・豊能町・能勢町の2市2町では19,753か所から18,769か所へと減少(95%)し、減少の傾向はほぼ全国と同じ内容となっており、既に待ったなしの状態と言える。</p> <p>一方、中小企業庁が平成28年11月28日に発表した「事業承継に関する現状と課題について」において、中小企業の経営者年齢の分布は年を追うごとにピークが高年齢へと移行し、また経営者の平均引退年齢も高齢化していることから、全国的に経営者の高齢化と、2020年頃の団塊経営者の引退が今後大きな課題となることが明らかになっている。また、法人では3割、個人では7割の経営者が自分の代での廃業を考えており、その理由として後継者不足が挙げられている。</p> <p>当地域でも、今後、経営者の高齢化と後継者不足による廃業が加速することが予想されるが、事業承継について考えることの重要性を認識している企業は現状多くないため、本事業においては、事業を継続していくためには承継が必要なこと、また、承継を受ける方が前向きに事業に取り組んでいけるよう魅力ある企業にしていく必要があることについて認識いただき、実際に行動できるよう支援することを通じて、大廃業時代においても地域経済の活力が減衰することなく持続的な発展を支援することを目的とする。</p>
	<p>支援する対象 (業種・事業所数等)</p>	<p>事業を継続し20年、30年と続けていく中で、代表者が交代し新たな経営者がその事業を引き継ぐことは、業態・規模問わず必ず出てくる問題である。また、現時点で廃業予定の会社であってもM&AやEBOによる事業承継の可能性はどの企業にも有りえることであるため、地域内の全事業者が対象となる。その中でも小規模事業経営支援事業として取り組むべきは、放っておくと事業承継までたどり着かない可能性のある、事業承継の課題が顕在化していない企業や業績不良の企業へのアプローチと考える。これらの事業者の業績を改善させ、事業承継に向けた課題を認識させることで、スムーズな承継を後押しできる。</p>
	<p>実施時期・具体的な内容及び事業手法</p>	<p>①誰も教えてくれなかった、「補助金採択を引き寄せる」心に響く事業計画のつくりかた(8/5、9/6)【人材育成型】 ※豊中商工会議所会議室での参加とZoomを使用したオンライン参加のハイブリッド型で実施 事業計画作成の必要性と具体的な作成方法のほか、補助金や融資への活用等についてわかりやすく伝える内容のセミナーを実施した。33社・35名参加、補助対象29社。</p> <p>②プレスリリース実践塾(11/17, 11/24, 12/1)【人材交流型】 事業承継に向けて企業価値の拡大を図るにあたり、そもそもプレスリリースとはなにか、また、具体的にどのように進めていくのか、3日間のセミナーでノウハウを伝えた。最終日には実際にライブプレゼンを行って実践的なアドバイスを行った。17社・20名参加、補助対象16社。</p> <p>③アナタの強みを活かす成長戦略とは!? (1/28)【人材育成型】 小規模M&Aを手掛けられている専門家からM&Aの実態について買い手目線で講演。M&Aを行っていくにはどのような戦略をもっていかなければならないかのノウハウや、買い手がどのような箇所に注目して事業買収を行うか等、売り手側にも有益となる情報を事例と共に紹介。セミナー後には個別相談会を限定2社で実施。4社6名参加、補助対象4社。</p> <p>これから始めるTikTokで動画活用セミナー(3/11)【人材育成型】 事業承継に向けて企業価値の拡大を図るにあたり、ビジネス用動画活用の専門家から自社の次世代に承継すべきノウハウ・ウリが何であるかを見つめ直すセミナーを実施。経営者以外にもわかりやすく伝える手段として動画作成を題材に、ワークを通じて自社の見つめ直しを図った。18社18名参加、補助対象18社。</p> <p>⑤上記の参加者を中心に、事業承継計画策定に向けたハンズオン型の支援を随時実施した。</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>							
	①府施策連携	セミナーの実施に当たっては、事業承継ネットワークにも広報協力を要請したほか、セミナーにおいて事業承継ヒアリングシートの活用により承継に向けた動機付けを行った。							
	②広域連携	各種事業の告知・募集にあたっては、広域連携の各商工会・商工会議所と連携して会報での告知や各指導員からの個別勧誘による協力を受けた。							
	③市町村連携								
	④相談相乗	カルテ化率 29.0%							
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)	93.0	総支援企業数(実績)	69.0	支援実績率	74.2%	満足率	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)	事業承継について様々な側面からアプローチすることで、各種経営課題の解決が事業承継にもつながっていくことを認識していただくように取り組んできた。また、セミナー等終了時に「事業承継ヒアリングシート」を活用することによって自社の状況を把握いただき、事業承継について意識していただくきっかけとすることができた。							
		代表指標	事業計画の作成に取り組んだ企業数						
		数値目標	5件	実績数値	7件	目標達成度	140.0%		
	成果の代表事例	大阪市内の老舗和菓子店がセミナー参加により事業計画作成の必要性および事業承継に向けた長期計画の立案の必要性を実感され、計画を作る中で補助金の活用についても取り組み、それにより若年層等新規顧客獲得に向けた新商品を開発することができた。							
その他目標値の実績	目標値(計画)		目標値(実績)		目標達成度				
実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	実際に支援した企業数は、当初、計画していた支援企業数を下回り、支援実績率が低迷している。しかしながら、目標達成度においては、概ね高い割合を出しており、参加企業からの満足度も高い。 事業承継という敬遠されやすいテーマを如何にして、事業者の興味を惹き、問題の掘り起こしを行い、支援に繋げるかが今後の課題である。 次年度では、上記の点を踏まえて、支援企業数を伸ばせるようにテーマを明確化した上で、事業者にとって喫緊の課題であることを打ち出し、事業者の興味を惹くよう周知することに努める。							

【別紙】複数の事業目標を設定している場合は、別紙に事業目標毎の実績／達成度をご記入ください。

実績／達成度①	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	20.0	支援企業数(実績)	29.0	支援実績率	145.0%	満足率	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）	事業計画作成の必要性、また作成するにあたって各種分析のほか、各種ステークホルダーが理解できる内容となっているか、という視点の重要性について、ご理解いただいた。								
		指標	補助金や融資の申請を踏まえて事業計画の作成に取り組んだ企業数							
		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②	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	20.0	支援企業数(実績)	16.0	支援実績率	80.0%	満足率	93.8%	
	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）	プレスリリースは中小企業や小規模企業にも活用な、メディアへのコミュニケーションツールであり、リリースに当たっては自社や商品・サービスの見直しにもつながることをご理解いただいた								
		指標	プレスリリースを作成し実際にリリースした企業数							
		数値目標	2	実績数値	2	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③	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	20.0	支援企業数(実績)	4.0	支援実績率	20.0%	満足率	100.0%	
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	M&Aに対してマイナスイメージが大きかったものを、自社の事業を大きく成長させることができる経営手法の一つであると理解していただいた。また、中小企業同士のM&A事例を用いて説明を行ったことにより、買い手サイドと売り手サイドの両方の視点を伝え、M&Aのイメージを世間一般に行われているものへと変えた。								
		指標	M & Aに対して前向きな回答をした企業数							
		数値目標	15	実績数値	3	目標達成度	20.0%			
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④	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)	18.0	支援実績率	60.0%	満足率	88.9%	
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	事業承継に向けて自社の企業価値を拡大化するために、動画を用いた発信方法を伝授。発信内容の策定にあたり、外部に分かりやすく発信するために何を伝えるべきか、自社の強みとは何かをワークを通じて自社を見つめ直す機会とした。支援企業には、何を主体に動画を作成するかの方角性を定めていただき、自社の強みの再発見・再認識に繋げていただいた。								
		指標	動画作成にあたり、自社のテーマ（何を主体にするか）を決めた企業数							
		数値目標	20	実績数値	17	目標達成度	85.0%			
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)	3.0	支援企業数(実績)	2.0	支援実績率	66.7%	満足率	100.0%	
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	事業承継に向けて様々な制度や支援施策を活用できるケースがあること、支援機関への相談により承継に向けたハードルを下げるのが可能であることを御理解いただいた。								
		指標	事業承継に向けた事業計画を策定する企業数							
		数値目標	2	実績数値	2	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					

豊中商工会議所

事業名		大阪・関西万博に向けたキャッシュレス化推進事業	
想定する実施期間		2021年度～2025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>国は、キャッシュレス推進のための課題と今後の方向性に関する議論を行い、平成30年4月11日に「キャッシュレス・ビジョン」を公表した。「キャッシュレス・ビジョン」では、大阪・関西万博(2025年)に向けて、「支払い方改革宣言」として「未来投資戦略2017」で設定したキャッシュレス決済比率40%の目標を前倒しし、より高い決済比率の実現を宣言している。また、令和2年7月に「成長戦略フォローアップ」を策定し、以下のキャッシュレス環境整備に取り組むこととしている。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・加盟店手数料の引下げを促進 ・2020年9月から、マイナンバーカードを所有する者に対してマイナポイントを付与し、消費活性化を図る ・統一QRコード(JPQR)の海外展開を図る。同時にJPQRの国内での利用を促進 ・災害時にも消費者や店舗がキャッシュレス決済を利用できる環境を整備 ・自治体への公共料金の支払いのキャッシュレス化を後押し ・マイナンバー等と銀行口座の連携等について検討 <p>管内事業者が以上のキャッシュレス化の動きに後れを取ることなく生産性の向上を図っていくとともに、大阪・関西万博に向けたインバウンド需要の取り込みにも繋げていけるようにすることを事業目的とする。</p>	
	支援する対象 (業種・事業所数等)	大阪・関西万博に向けたインバウンド需要の取込みを想定し、主として豊能地域の飲食、小売、宿泊、サービス業を中心に、医療、介護や温泉、交通、観光関連企業なども含めて、約500社程度を対象とする。	
	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スマホ(QRコード)決済活用セミナー PayPay編 ◆内容: PayPayを事例に、スマホ(QRコード)決済の活用事例と気になる手数料の考え方、現金決済にはないメリットを講師のPayPay社より解説した。</p> <p>【プログラム】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・拡大しているキャッシュレス(QRコード)決済の現状と今後の動き ・導入事例紹介と決済以外にも活用できる効果的な使い方(プロモーション機能など) ・意外と知らないキャッシュレス(QRコード)決済導入における損益分岐点の考え方 ・豊中市で実施されたキャッシュレス決済ポイント還元事業(地域活性化キャンペーン)のご報告 <p>◆実施時期: 2021年12月9日(木)、2022年3月16日(水) 各日14時00分～15時30分 ◆場所: オンライン配信(Zoom)</p> <p>【ハンズオン型】</p> <p>②キャッシュレス化の普及推進と大阪・関西万博に備えたコンサルティング支援「大阪・関西万博に向けたハンズオンツアー」 ◆内容: アメリカ人サポーターを含む2名の講師で、JPQR等のキャッシュレス決済を活用するのに合わせた、店頭対応・商品・サービス強化のほか、サービス(おもてなし)・集客(プロモーション)の展開などをトータル的にコンサルティングし、コロナ収束と大阪・関西万博に備えたインバウンド対策として支援した。 ◆実施時期: ①2月4日(金)、②2月6日(日)、③2月8日(火) ◆場所: 豊中市、能勢町、豊能町の参加10事業所</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	セミナーとハンズオン当日に「payPay社資料」「総務省統一QR『JPQR』店舗向け導入説明資料」を配布し、キャッシュレス化の推進・普及啓発で連携した。
	②広域連携	企画立案運営等の主管業務は豊中が担当。広報・募集・運営補助・フォロー等の業務は能勢・豊能と分担。広域実施により参加企業の拡大と連携を向上させた。	
	③市町村連携		
	④相談相乗	参加企業に対する各種カルテ化を支援し、カルテ化率は33.3%となった。	

事業 全体 の実績 ／ 目標 達成 度	計画に対する 実績（数値）	総支援企業 数(計画)	30.0	総支援企業 数(実績)	24.0	支援 実績率	80.0%	満足率	91.7%
	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)	【人材育成型】の「スマホ（QRコード）決済活用セミナー PayPay編」において、受講企業からは、「スマホ等による電子決済は、今後時代にマッチした決済方法になる大きな可能性があり、これからの時代の流れにキャッチアップしていきたい。」「決済以外にも活用できる効果的な使い方について知ることができた。」「売上との損益分岐点の解説があり、導入するにあたっての判断材料が得られた。」など、スマホ（QRコード）決済・PayPayの機能・使い方について理解を深められ、決済以外の販促ツールとしても活用してみたいという声が多数得られた。							
		【ハンズオン型】のキャッシュレス化の普及推進と大阪・関西万博に備えたコンサルティング支援においては、受講企業より「客観的な目線で当店をアドバイスしていただき、外国人にも魅力的な店舗となるようにしていきたい。」「手数料がかかるため、現在はやっていないが、統一QRについては知らなかったため今後検討してみたい。」「当店も外国人向けのポテンシャルがあると思うので期待している。」などの声があり、サポーターとしてアメリカ人ツアーガイド事業者に加わっていただいたことで、大阪・関西万博に向けて実践的であり、外国人対応の場になることができた。受講企業の多くは訪日外国人集客を意識していない状況であったが、キャッシュレス対応のほか、インバウンド、プロモーションのテーマにおいて、コロナ後を見据えた対策を意識していただく機会にすることが出来た。							
	代表指標	キャッシュレス決済を活用して生産性の向上を図る企業数							
数値目標	10社	実績数値	15社	目標達成度	150.0%				
成果の代表事例	・ハンズオンで支援した千里中央の飲食店においては、以前は券売機で現金のみだったが、現在は幅広くキャッシュレス決済に対応している。千里中央エリアには海外の方が多く住んでおり、特に海外の女性の方に利用いただいている状況。英語メニューは既にあり、中国の方向けにも対応していきたい意向あり。外国人向けのポテンシャルがあることから、大阪・関西万博の際にも集客・キャッシュレス対応で期待できる事例である。								
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 ローするか)	「スマホ（QRコード）決済活用セミナー PayPay編」においては、当初ハイブリッド型で開催したが、新型コロナウイルス感染症の影響もあり、オンライン開催のみとなり、受講者数が8名であったため、広報チラシを変えて追加開催を行った。その結果として、新たに6名の受講があり、7割の支援実績に繋げることができた。オンライン開催の場合は時期を複数回設定することで参加者の需要を開拓できるのではないかとと思われるため、今後のセミナー事業でも活かしていきたい。							
		ハンズオンのコンサルティング支援事業においては、概ね目標値をクリアできたが、キャッシュレスとインバウンドとプロモーションをパッケージにした内容で2025年大阪・関西万博に繋げていけるように更に進化させていきたい。							

【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)	20.0	支援企業 数(実績)	14.0	支援 実績率	70.0%	満足率	85.7%
	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)	スマホ（QRコード）決済の仕組みを理解し、まずはPayPayを導入してキャッシュレス決済の環境を整えようとする企業を創出させた。							
		指標	キャッシュレス決済を活用して生産性の向上を図る企業数						
	数値目標	5	実績数値	8	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%	満足率	100.0%
	目標の達成度 (支援企業を どう変化させる ことができたか)	統一QR（JPQR）について理解を深め、キャッシュレス決済の導入を含めた各種対策で外国人にも対応できるお店づくりをする企業を創出させた。							
		指標	キャッシュレス決済を活用して生産性の向上を図る企業数						
	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				