

# 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     | 高槻商工会議所  |  |              |
|   | 代表者職・氏名 | 会頭 金田 忠行   |  |              |
|   | 所在地     | 〒569-0078<br>高槻市大手町3番46号   |  |              |
|   | 担当者     | 職・氏名   | 中小企業相談所長 鳥山 茂  |              |
|   |         | 連絡先  | TEL（直通）：   | 072-675-0484 |
|   |         |  | Fax：   | 072-675-3466 |
| E-mail：   |         |  | <a href="mailto:sodan@takatsukicci.or.jp">sodan@takatsukicci.or.jp</a> |              |
| ①設立年月日<br>②職員数<br>（うち経営指導員数）<br>③所管地域<br>④管内事業所数<br>⑤管内小規模事業者数<br>⑥会員数（組織率）   |         | 昭和 <b>22</b> 年 <b>7</b> 月 <b>25</b> 日<br><br>11名（経営指導員7名）（令和 <b>4</b> 年 <b>3</b> 月 <b>31</b> 日現在）<br><br>高槻市<br><br>9, 320（平成28年度経済センサス）<br>5, 969（平成28年度経済センサス）<br>1, 965（ <b>21.08%</b> ）（令和 <b>4</b> 年3月31日現在）<br><br>※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) 商工会議所として意見を公表し、これを国会、行政庁等に具申または建議<br>(2) 行政庁等の諮問に応じた答申<br>(3) 商工業に関する調査研究<br>(4) 商工業に関する情報及び資料の収集または刊行<br>(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説明、勘定及び検査<br>(6) 輸出品の原産地証明<br>(7) 商工業に関する施設の設置と維持及び運用<br>(8) 商工業に関する講演会及び講習会の開催<br>(9) 商工業に関する技術及び技能の普及及び検定試験<br>(10) 博覧会、見本市等を開催し、及びこれらの開催の斡旋<br>(11) 商事取引に関する仲介及び斡旋<br>(12) 商事取引の紛争に関する斡旋、調停及び仲裁<br>(13) 商工業に関して、相談と指導<br>(14) 商工業に関して、商工業者の信用調査<br>(15) 商工業に関して、観光事業等の改善発展を図る<br>(16) 社会一般の福祉の増進に資する事業<br>(17) 行政庁から委託を受けた事務<br>(18) 全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 |         |  |  |              |

**(1) 事業の目標**

今年度も、地域の小規模事業者等が抱える経営上の問題点の把握と課題解決のため、巡回及び窓口相談をベースとして潜在的ニーズを積極的に収集することにより、当該事業所に応じた適切かつ効果的な経営アドバイスと具体的な支援をフレキシブルに実施する。経営相談事業では、相談者が抱える課題をじっくりとヒアリングすることで抽出し、そのニーズに合致した支援を積極的に行うため、課題解決に向けたサービスの提案と支援を行う。また、経営上の専門的な分野に関する相談に対応するため、専門家と連携して具体的な効果的なアドバイスを提供して対応する。

一方、地域活性化事業においては、創業・起業、中小企業における若手人材の採用・定着等の特にニーズが高いと思われるテーマのセミナーを開催するとともに、優良なものづくり企業の発掘支援、雇用支援等に関する事業を中心に幅広く採り上げ、自治体はじめ公的機関・団体、地元金融機関等と連携を図りながら、着実に実施する。また、近隣会議所等との広域での地域活性化事業も積極的に実施する。

**(2) 事業を実施した具体的な内容、方法及び工夫した点**

①経営相談支援事業：今年度の支援実績事業所数は234であり、当初計画目標である250をほぼクリアできた。当事業については、新型コロナウイルス感染症拡大による影響で事業活動継続に不安を感じる小規模事業者等の経営課題解決のため窓口及び巡回相談にて迅速に対応した。また、支援メニューの実績については、コロナ禍で資金繰り相談、補助金や助成金の申請相談、事業継続・事業再構築の相談件数が多く、事業計画作成の支援等を中心に行った。さらにコロナ禍で果敢に創業にチャレンジする相談者を支援した。

②専門相談支援事業：「専門相談案内・申込みリーフレット」を四半期毎に作成し、当所HP掲載やメールマガジンでの配信、また巡回等で配付することで、専門相談会のPRと相談申込みに努めた。

③地域活性化事業：創業・起業、労働関係等、幅広いテーマの小規模事業者等のニーズの高いセミナーを開催する一方、ものづくり企業支援、中小企業の人材確保支援事業等を中心に地域活性化に資する実効性ある事業を展開した。

**(3) 事業を実施した効果、所管地域の活性化の状況**

①経営相談支援事業：管内小規模事業者等が抱える経営課題に対し、相談内容に応じた適切な指導・アドバイスを実施することで、経営上の疑問点や課題解決に向けた支援を概ね行うことが出来た。

②専門相談支援事業：金融、経営、税務、確定申告、労務および専門家派遣相談の6分野で、専門家による相談会および現場での指導を定期的または機動的に実施した。これらの専門分野での課題を抱える事業所の支援後の満足度は概ね良好であり、実質的な経営力向上に貢献することができた。

③地域活性化事業：高槻市管内の小規模事業所の事業発展に寄与するテーマを厳選して、単独事業または広域事業で効果的かつ効率的にセミナー等を順次開催した。特に小規模事業所においては、自らの情報収集力・選定力等に限界があるため、この観点からも会議所による情報やノウハウの提供および具体的支援へのニーズは高いと推察される。

また、その他の地域活性化事業では、上記(2)に記載のとおり、ものづくり優良企業賞応募企業発掘・支援事業、地元中小企業の人材確保支援事業等、地域産業の活性化に資する種々の事業を幅広く推進して、地域経済団体としての役割を果たした。

**(4) 事業を実施した結果浮かび上がった課題**

①経営相談支援事業：相談支援事業所数は234であったが、支援メニューとしては、事業計画作成支援103件が圧倒的に件数が多い結果となった。これらについては、新型コロナウイルス感染症拡大による影響で事業活動継続に不安を感じる小規模事業者等からの相談に対して、資金繰りの改善や事業の継続を目的とした国・府・市の補助金・助成金等申請のための事業計画策定支援等を中心として、担当指導員が相談者に密着しつつ親身になって支援した結果である。しかし、一方では、これまで扱ったことがない支援や支援実績の乏しいものもあることから、今後は相談者へ間口を広げた相談体制を採ることで、様々な潜在的経営課題を掘り起こして対応する必要があると思われる。

②専門相談支援事業：今年度も6つの専門分野での相談会等を定期的実施したところ、年度を通じて、コンスタントに相談申込みがあった。ただし、無料定例相談会の存在は、地元の経営者や市民に浸透しているとは言えず、今後は、さらに当所HP、メールマガジン、会報折込等を通じて幅広くPRに注力していく。

③地域活性化事業：単独事業で4事業、また広域事業では10事業（うち、2事業は当所が幹事団体）の計14事業を精力的に実施した。その結果、各支援事業所に対して、直接又は間接的に経営力の向上とともに、その成長・発展に寄与することが出来た。

支援企業の実績率については、**36.1%~120%**となり、また利用者満足率は、**58.3%~100%**と一部低いものもあったが概ね良好であった。次年度以降もこれら実績向上のために小規模事業者のニーズに則した事業の企画およびPR方法等について努力する。

**(5) 次年度の取り組み**

①経営相談支援事業：従来の窓口・巡回相談をはじめ、オンラインによる相談体制を構築し、小規模事業者等が抱える経営上の潜在的課題についてのニーズを経営指導員が、積極的かつ能動的なヒアリングで掘り起こし、当該事業所に対して、より多面的でフレキシブルな支援を講じることで、その強みを伸ばすことにより、経営力の向上や強化に繋がるようアシストする。特に資金繰りの安定化などコロナ禍で抱える喫緊の課題をはじめ事業承継など小規模事業者が解決に悩んでいる問題に纏わる経営課題実現のための支援を積極的に行う。

②専門相談支援事業：経営上の専門的課題解決の手段として、引き続き積極的に専門家との連携を深めながら、その活用を図る。また、来年度においても、現場を踏まえた専門家相談事業を実施することにより、新製品・サービスの創出や店舗の魅力度向上、販売促進力向上等により経営力の強化を支援する。

③地域活性化事業：単独事業では、管内地域での創業・起業、事業所の変革を促すイノベーション、さらには中小企業の人材確保支援を中心に実施する。広域事業については、近隣他所との連携を密にしつつ、特に面的メリットを活用して効果的に実施することで、当該地域の産業活性化に資することを目標として取り組む。また、可能な限り、支援企業間の交流促進も図りながら、連携による新たな付加価値やシナジー効果を生み出せるように努力する。

### 3. 経営相談支援事業・専門相談支援事業 高槻商工会議所

| I 経営相談支援事業  |       |      |      |        |        |      |
|---|-------|------|------|--------|--------|------|
| 支援のポイント・成果  |       |      |      |        |        |      |
| <p>当年度の具体的な経営相談の推進方法は、昨年度と同様に相談者の来所による窓口相談のみならず、オンライン相談や経営指導員が当該事業所に出向いて、経営者もしくはそれに準ずる相談者とのヒアリングを通じて浮かび上がった経営課題を中心にサービス提案及び各種支援を行うことで、課題解決および経営力の向上に貢献することができた。</p> <p>個別の経営相談にあたっては、新型コロナウイルス感染症拡大による影響で事業活動継続に不安を感じる小規模事業者等からの相談に対し、経営課題解決のため窓口及び巡回相談等により、234の事業所を支援した。</p> <p>今年度は、コロナ禍で資金繰り相談、補助金や助成金の申請相談、事業継続・事業再構築の相談件数が多く、事業計画作成の支援等を中心に行った。資金繰りや事業継続の相談をきっかけに、新型コロナウイルス感染症対策関連の融資の斡旋をはじめ、「小規模事業者持続化補助金」、「ものづくり補助金」、「IT導入補助金」「事業再構築補助金」など補助金申請を通じて持続的な経営に向けた経営計画の策定など種々事業計画作成の支援を行った。さらにコロナ禍で果敢に創業にチャレンジする相談者を支援した。</p> <p>代表事例としては、飲食店の開業を目指して「たかつき創業塾」に参加されたY氏への総合的な創業支援が挙げられる。コロナ禍で勤務先の飲食店が廃業し、止む無くの創業であったが、本創業塾で経営のノウハウを学び、専門家から個別にアドバイスを受け、ビジネスプランの内容を具体化した。創業塾終了後も講師や経営指導員から創業融資の斡旋などの支援を継続的に受けた結果、日本政策金融公庫より創業融資を受け、高槻市の補助金制度（店舗改装費）など支援施策を活用し、令和4年3月に店舗をオープンした。</p> |       |      |      |        |        |      |
| 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   | 234  | 234  | 100.0% | 5      |      |
| 支援機関等へのつなぎ  | 支援数   | 27   | 27   | 100.0% | 5      |      |
| 金融支援（紹介型）   | 支援数   | 10   | 10   | 100.0% | 5      |      |
| 金融支援（経営指導型）   | 支援数   | 11   | 11   | 100.0% | 5      |      |
| マル経融資等の返済条件緩和支援   | 事業所   | 0    | 0    | -      | -      |      |
| 資金繰り計画作成支援  | 事業所   | 4    | 4    | 100.0% | 5      |      |
| 記帳支援  | 事業所   | 0    | 0    | -      | -      |      |
| 労務支援  | 支援数   | 3    | 3    | 100.0% | 5      |      |
| 人材育成計画作成支援  | 事業所   | 0    | 0    | -      | -      |      |
| マーケティング力向上支援  | 事業所   | 5    | 6    | 120.0% | 5      |      |
| 販路開拓支援  | 支援数   | 36   | 38   | 105.6% | 5      |      |
| 事業計画作成支援  | 支援数   | 100  | 103  | 103.0% | 5      |      |
| 創業支援  | 事業所   | 21   | 21   | 100.0% | 5      |      |
| 事業継続計画（BCP）作成支援   | 事業所   | 1    | 1    | 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   | 4    | 4    | 100.0% | 5      |      |
| 5S支援  | 事業所   | 0    | 0    | -      | -      |      |
| IT化支援   | 事業所   | 0    | 0    | -      | -      |      |
| 債権保全計画作成支援  | 事業所   | 0    | 0    | -      | -      |      |
| 事業承継支援  | 事業所   | 0    | 0    | -      | -      |      |
| 災害時対応支援   | 事業所   | 160  | 169  | 105.6% | 5      |      |
| フォローアップ支援   | 事業所   | 1    | 1    | 100.0% | 4      |      |
| 結果報告  | 事業所   | 234  | 234  | 100.0% | 5      |      |
| II 専門相談支援事業   |       |      |      |        |        |      |
| 支援のポイント・成果  |       |      |      |        |        |      |
| <p>特に小規模事業者・中小企業における専門分野の各種課題解決に向けた個別の相談案件に的確に対応するため、専門相談会等を6分野に亘って実施した。具体的には、金融・経営・税務・確定申告・労務の各専門相談会では、それぞれ日本政策金融公庫、中小企業診断士、税理士、社会保険労務士の各分野の専門家を活用して、当所において予約制無料相談会を年間を通じて定期的・継続的に開催した。また、専門家派遣相談では、当該事業所の業種・業態に精通した中小企業診断士等と同行し、店舗等の現場に於いて実情に即した具体的指導を行った。開催回数の内訳は、専門相談会については、金融相談13回、経営相談24回、税務相談8回、確定申告相談2回、労務相談7回、また専門家派遣相談は、45回実施して相談事業所の喫緊の課題解決、売上向上に繋がるアドバイスを的確に行うことができた。</p> <p>なお、各専門相談における指導件数の実績は、下記のとおりであった。また、当事業は、相談者毎に必要な時間を確保することで、専門家から余裕を持って具体的な指導を受けられる環境を提供した。そのため、かなり深掘りした個別の課題についての質問についても、的確なアドバイスを受けることで、経営上の専門的な課題解決に役立たせることが出来た。</p>   |       |      |      |        |        |      |
| 事業名   | 新規/継続 | 指標   | 目標数値 | 実績数値   | 達成率    | 事業評価 |
| 金融相談  | 継続    | 指導件数 | 20   | 24     | 120.0% | 5    |
| 経営相談  | 継続    | 指導件数 | 40   | 49     | 122.5% | 5    |
| 専門家派遣相談   | 継続    | 指導件数 | 15   | 22     | 146.7% | 5    |
| 税務相談  | 継続    | 指導件数 | 10   | 21     | 210.0% | 5    |
| 確定申告相談  | 継続    | 指導件数 | 5    | 3      | 60.0%  | 4    |
| 労務相談  | 継続    | 指導件数 | 10   | 11     | 110.0% | 5    |

| Ⅲ 地域活性化事業  |                           |        |     |        |        |   |     |      |        |      |
|--|---------------------------|--------|-----|--------|--------|---|-----|------|--------|------|
| 支援のポイント・成果   |                           |        |     |        |        |   |     |      |        |      |
| <p>地域活性化事業においては、広域連携事業を含めて14事業を実施した。その内大阪府施策連携事業で単独事業及び広域連携事業で幹事を務めたものについては、大阪府の担当セクションや他商工会議所・商工会と講師選定や内容等について、企画段階から協議・調整を行った。また、広報面においても、それぞれにメールマガジンやホームページへの掲載等によるPRを行うなど連携を図ることにより参加者の申込みを促進した。</p> <p>主な事業としては、「若手人材の採用・定着支援事業」や「高槻求人求職マッチングフェア」等の中小企業の人材確保支援事業、「BCP・BCMの普及促進」等、多岐分野に亘った幅広い事業を意欲的に推進し、支援事業所の成長・経営改善等に貢献することができた。また、「起業家育成事業」においては、創業塾の受講生23名のうち14名は創業に向けて準備を開始または前向きに検討するなど創業に向けてアクションを起こす契機を提供することができた。さらに新事業「クリエイターと連携した新ビジネス・価値創出支援事業」では、クリエイティブ課題を抱える中小企業と、そういった中小企業との接点を持ちたいクリエイターとの出会いの場となるマッチングの機会を提供することができた。さらに「ものづくり優良企業賞応募企業発掘・支援事業」では、「匠企業商談会2021」を開催し、参加した高槻市、茨木市、摂津市、守口市、門真市の大阪ものづくり優良企業賞認証企業52社に対し、個別商談会を通して新たなビジネスチャンスを獲得し、新しい一歩を踏み出すきっかけ作りに寄与した。</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  | 利用者満足率 | 目標の指標   |     |      |        | 事業評価 |
|  |                           | 計画     | 実績  |        |        | 項目  | 目標値 | 実績   | 達成率    |      |
| ○  | 起業家育成事業                   | 60     | 67  | 111.7% | 82.9   | 創業に向けて本格的に準備を始めると回答した人の割合(%)                                    | 70  | 60   | 85.7%  | 5    |
| ○  | 若手人材の採用・定着支援事業            | 60     | 51  | 85.0%  | 100    | 人材採用・定着に関して具体的な対策を講じると回答した企業割合(%)                               | 90  | 93.3 | 103.7% | 5    |
| ○  | 高槻求人求職マッチングフェア            | 15     | 24  | 160.0% | 58.3   | 参加企業のうち、採用に至った企業数   | 5   | 7    | 140.0% | 4    |
| ○  | クリエイターと連携した新ビジネス・価値創出支援事業 | 35     | 32  | 91.4%  | 96.7   | 広報力強化のためのデザイン活用・ブランド戦略等の必要性を学び、クリエイターを活用する、もしくは活用を検討する事業所の割合(%) | 70  | 70   | 100.0% | 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  | 利用者満足率 | 目標の指標   |     |      |        | 事業評価 |
|  |                           | 計画     | 実績  |        |        | 項目  | 目標値 | 実績   | 達成率    |      |
| ○  | BCP・BCMの普及促進              | 32     | 13  | 40.6%  | 100    | 事業継続計画等の作成企業数   | 36  | 13   | 36.1%  | 3    |
| ○  | ものづくり優良企業賞応募企業発掘・支援事業     | 128    | 101 | 78.9%  | 93.6   | 商談件数  | 239 | 221  | 92.5%  | 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。

高槻商工会議所

|          |   |
|----------|---|
| 事業名      | 起業家育成事業   |
| 想定する実施期間 | 2013 年度～ 年度まで ※複数年度段階の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<br/>(現状や課題をどのような状態にしたいか)</p> <p>新型コロナウイルス感染症の影響による景気の不透明感が強く、小規模事業者を取り巻く経営環境は依然として厳しい状況にある。さらに、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事業の活性化が課題となっている。そこで、当所では、新規創業の促進や創業後間もない廃業防止による地域雇用機会の創出・確保を図り、地域経済の活性化と安定的発展に寄与することを目的として創業塾を開催し、当該地域の対象者に対して、創業に向けて具体的にアクションを起こす契機を提供する。特に新型コロナウイルス感染症の影響下において新たにチャレンジする人々の創業を後押しする。</p>  |
|          | <p>支援する対象<br/>(業種・事業所数等)</p> <p>対象者は、高槻市内を中心とした近隣の市町村(茨木市・島本町等)在住の創業に関心のある方、創業に向けて準備中の方、創業間もない方。※会場へ受講の為に来所が可能であれば、大阪府下に在住の方も対象とする。</p>   |
|          | <p>□創業スタートアップセミナー(人材交流型)</p> <p>■日時:令和3年7月4日(日)14:00~16:00</p> <p>■会場:高槻商工会議所 4階大ホール</p> <p>■実施内容:【講義】①創業することとは ②創業に向けての心構え ③自己の棚卸し ④起業家の適性診断 ⑤創業に成功する人、失敗する人 ⑥創業までのスケジュール ⑦ビジネスチャンスの発掘【支援施策の紹介】</p> <p>■受講者数:16名</p> <p>□たかつき創業塾2021(人材交流型)</p> <p>■日時:(創業塾)令和3年7月31日~9月4日の間の土曜日、計5回開催<br/>7月31日・8月7日・28日は10:00~16:30<br/>8月21日は10:00~17:00<br/>9月4日は10:00~15:30<br/>(フォローアップ研修)令和4年1月30日(日)13:30~15:30</p> <p>■会場:高槻商工会議所 4階大ホール</p> <p>■実施内容:①創業の心構えと成功のポイント ②これだけは知っておきたい創業の基礎知識 I・II・III ③創業体験談を聞く ④マーケティングの基礎知識 ⑤ビジネスプランの作成 I~IV ⑥創業に役立つ公的支援 ⑦ビジネスプランの発表</p> <p>■受講者数:23名</p> <p>□新米経営者のための基本スキル習得講座実践編!(人材育成型)</p> <p>■日時:第1回 令和4年1月26日(水)、第2回 2月9日(水)、第3回 2月16日(水)、第4回 3月9日(水)の計4回開催 第1回 13:30~16:00、第2・3回 13:30~15:30、第4回 14:30~16:30</p> <p>■会場:高槻商工会議所 4階大ホール</p> <p>■実施内容:第1回 税務会計実務編「個人事業者を対象とした会計・経理の実務」、第2回 広告宣伝・販売促進編「商売繁盛のコツを教えます」、第3回 IT活用編「SNSを活用したファンづくり」、第4回 資金繰り対策編「事業に必要なお金の話し」</p> <p>■受講者数:33名(内訳:第1回17名、第2回13名、第3回21名、第4回15名 以上延べ66名)</p> |
|          | <p>実施時期・具体的な内容及び事業手法</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 商業・サービス産業課新事業創造グループ配信のOsaka起業家応援メールマガジンにて受講者募集の記事掲載を行う。また、セミナーや創業塾で大阪起業家グローイングアップ事業をはじめ府の創業支援施策について説明した。</p> <p>②広域連携</p> <p>③市町村連携 高槻市との共催にて本事業を実施。市の広報紙「たかつきDAYS」令和4年6月号と7月号に受講者募集の記事掲載を行う。</p> <p>④相談相乗 経営(創業)相談利用者を本事業へ誘導した他、希望者に対して経営指導員や専門家による個別支援を実施し、カルテ化を行う。</p>  |

|               |  |  |      |            |       |       |        |     |       |
|---------------|--|--|------|------------|-------|-------|--------|-----|-------|
| 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) | 67.0  | 支援実績率 | 111.7% | 満足率 | 82.9% |
|               | 目標の達成度<br>(支援企業をどう変化させることができたか)  | <p>本事業全体としては、総支援企業数60名の計画に対し実績は67名であり目標を達成した。まず創業スタートアップセミナーにおいては、創業に関心のある方、創業を検討している方などを対象に、後日開催する創業塾のプレセミナーとして開催した。結果、16名の方が受講し、その内5名の方が創業塾を受講した。次に、たかつき創業塾では、受講生23名を対象に、創業に関する基礎知識の習得のための講義やビジネスプランの作成支援を行った。結果、受講生のうち、既に創業済み又は創業間近の12名は経営知識の習得のほか創業後の不安の払拭や人的ネットワークの形成に役立ち、11名は創業に向けて準備を開始、または前向きに検討するなど創業に向けてアクションを起こす契機を提供することができた。次に新米経営者のための基本スキル講座では、創業間もない方や創業に向けて準備中の方が悩みを抱えがちな経営課題をテーマに取り上げ、4回シリーズでセミナーを開催した。結果、33名の方が受講し、アンケートでは、受講者の78.7%が満足、89.4%が今後の経営（創業）に役立つと回答した。</p> |      |            |       |       |        |     |       |
|               | 代表指標   | 創業に向けて本格的に準備を始めると回答した人の割合  |      |            |       |       |        |     |       |
|               | 数値目標   | 70%  | 実績数値 | 60%        | 目標達成度 | 85.7% |        |     |       |
| 成果の代表事例       | 飲食店の開業を目指して創業塾に参加されたY氏。コロナ禍で勤務先の飲食店が廃業し、止む無くの創業であったが、本創業塾で経営のノウハウを学び、さらにビジネスプランの内容を具体化した。創業塾終了後も講師や経営指導員の支援を継続的に受ける。その後、日本政策金融公庫より創業融資を受け、高槻市の補助金制度（店舗改装費）など支援施策を活用し、令和4年3月に店舗をオープンした。 |  |      |            |       |       |        |     |       |
|               | 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）   | たかつき創業塾については、受講者数は30名の定員に対し応募は23名であり、定員には至らなかった。次年度は、本創業塾のより効果的な周知方法を検討し、受講者数アップを目指したい。また、アンケート結果を分析すると、事業全体では満足度が高く好意的な意見が見受けられる一方で、コロナ禍での開催であったため、受講者同士の交流の場が少なく、特にその点についてカリキュラムの改善を求める声があったので、次年度も内容をより受講者のニーズに則したものとよう再検討して本事業を継続する予定である。  |      |            |       |       |        |     |       |

【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)   | 30.0    | 支援企業数(実績) | 33.0  | 支援実績率 | 110.0% | 満足率 | 78.8% |
|           | 目標の達成度<br>(支援企業をどう変化させることができたか) | <p>新米経営者のための基本スキル講座全体としての満足度について、受講者アンケートに回答した延べ66名中、36名が「満足」、16名が「やや満足」、12名が「普通」、2名が「やや不満」と回答した。また、今後の経営（創業）に役立ったかを問う設問に対し、24名が「おおいに役立つ」、35名が役立つ、7名が「わからない」と回答した。受講者からは、「青申告のメリットを知ることができた」、「マーケティングについて興味を持つきっかけとなり、今後も継続して勉強したいと思った」、「SNSの必要性と基本を学べてよかった」、「創業時の資金繰りに関する知識が整理できて非常に有意義なセミナーだった」、などという感想があった。この結果が示すとおり、受講者の満足度は高く、新規創業者の順調なテイク・オフや早期廃業抑止及び事業継続の安定化等につながったと思われる。</p> |         |           |       |       |        |     |       |
|           | 指標                              | 今後の経営に役立つと回答した人の割合  |         |           |       |       |        |     |       |
|           | 数値目標                            | 90.0%   | 実績数値    | 89.4%     | 目標達成度 | 99.3% |        |     |       |
| 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)   | 30.0    | 支援企業数(実績) | 34.0  | 支援実績率 | 113.3% | 満足率 | 89.7% |
|           | 目標の達成度<br>(支援企業をどう変化させることができたか) | <p>創業塾全体としての満足度について、受講者アンケートに回答した22名中、16名が「満足」、4名が「やや満足」、2名が「普通」と回答した。また、受講後の創業への想いを問う設問に対し、未創業の受講者の15名中、9名が「創業に向けて本格的に準備を始めると回答した。受講者からは、「いろんな先生に相談できて勉強になった」、「創業されたい方が集まって他の方の考え方や意見が聞けて非常に良かった」、「安価な受講料でここまで教えていただけて満足だ」などという感想があった。この結果が示すとおり、受講者の満足度は高く、創業に向けてアクションを起こす契機を提供することができたと思われる。</p>   |         |           |       |       |        |     |       |
|           | 指標                              | 創業に向けて本格的に準備を始めると回答した人の割合   |         |           |       |       |        |     |       |
|           | 数値目標                            | 70.0%   | 実績数値    | 60.0%     | 目標達成度 | 85.7% |        |     |       |
| その他目標値の実績 | 目標値(計画)                         |   | 目標値(実績) |           | 目標達成度 |       |        |     |       |

高槻商工会議所

|                               |   |
|-------------------------------|---|
| 事業名                           | 若手人材の採用・定着支援事業  |
| 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  |
| 事業の目的<br>(現状や課題をどのような状態にしたいか) | 中小企業は、学生を含む若年者の獲得が、大きな課題となっている。さらに、採用しても3年以内に離職する社員の割合は約3割程度と大きく、今後は、いかに若手社員を定着させ、事業成長を図っていくかが重要である。そこで、若手社員の定着率を向上させるノウハウの習得や人材育成等のセミナーを開催する。セミナーでは、グループワークを取り入れ、受講者間での問題意識の共有や解決を目指す事業を開催する。また、若手社員が定着するためには、経営者、管理職、人事担当者等のみの問題だけでなく、若手社員自身や若手社員に直接指導にあたる中堅社員のビジネススキル向上が必要であるため、若手社員が定着するための階層別(経営者・若手社員・中堅社員)コミュニケーション力向上セミナーを開催する。   |
| 支援する対象<br>(業種・事業所数等)          | 中小企業経営者、管理職、総務・人事担当者、個人事業主、若手社員、中堅社員  |
| 事業の概要                         | <p>〈若手人材採用・定着セミナー〉全2回連続講座<br/>                 □経営者・人事担当者のための若手人材に選ばれる求人情報の伝え方と助成金セミナー(人材交流型)<br/>                 ■日時:令和3年10月8日(金) 13:30~16:00<br/>                 ■会場:高槻商工会議所 4階大ホール<br/>                 ■実施内容:①データで読み解く「人材不足」の現状と求人媒体②選ばれる求人情報3つのステップ③欲しい人材はここを見る!求人票の科学的検証④使ってはいけない!求人NGワード・響かない求人コピー⑤欲しい人材に響く!求人コピーのライティングテクニック⑥採用活動に使える「自社で働く魅力発見」ワークショップ⑦人材採用に活用できる助成金ピックアップ<br/>                 □若手・新入社員定着のための自社理解&amp;若手理解セミナー(人材交流型)<br/>                 ■日時:令和3年10月26日(火) 13:30~15:30<br/>                 ■会場:高槻商工会議所 4階大ホール<br/>                 ■実施内容:①本日のゴールと全体像②「ミスマッチ」=「情報交換不全」が問題③自社理解と求職者(若者)理解が鍵④自社理解ワーク⑤求職者(若者)理解講座<br/>                 上記2セミナーでは、講師による講義だけではなく、グループワークや受講生と講師の対話により問題解決に取り組む双方向型の研修を行った。 ※講義後に個別相談会を開催<br/>                 ■参加者数:15事業所18名(内訳:10月8日(金)12事業所14名、10月26日(火)4事業所5名)(支援対象企業は16.5社18名)</p> <p>〈階層別コミュニケーション力向上セミナー〉全3回連続講座<br/>                 □経営者・管理職・人事担当者のための社内で継続的に取り組めるコミュニケーション力向上セミナー(人材交流型)<br/>                 ■日時:令和3年11月17日(水)・24日(水) 13:30~16:30<br/>                 ■会場:高槻商工会議所 4階大ホール<br/>                 ■実施内容:①コミュニケーション基本と聴き方、伝え方②働き方改革の本質とコミュニケーション～タスクシートと生産性向上～③パワハラとならない叱り方～アンガーマネジメントとハラスメント対策～④自立型社員を育てる真・報連相～できるリーダーの仕事の進め方～⑤持ち味カードを活用した組織活性化⑥コミュニケーションゲームから学ぶ承認のポイント⑦自ら決めた評価制度が人を育てる～自社で作成できる評価制度と運用方法～<br/>                 セミナーでは、講師による講義だけではなく、グループワークや受講生と講師の対話により問題解決に取り組む双方向型の研修を行った。<br/>                 □若手社員向けコミュニケーション力向上セミナー(人材交流型)<br/>                 ■日時:令和3年12月1日(水)・8日(水) 13:30~16:00<br/>                 ■会場:高槻商工会議所 4階大ホール<br/>                 ■実施内容:①コミュニケーションの基本と聴き方、伝え方②報・連・相が大事な理由(チームワークが業績を生む)③質問力と傾聴スキル④協調と同調の違い(組織に貢献する協調性とは)⑤コミュニケーションゲームから学ぶ⑥組織への関わり方と依存型からの脱却⑦アサーティブコミュニケーションのコツ⑧イラッとしたときのアンガーマネジメント⑨社外(お客様)とのコミュニケーションのポイント<br/>                 セミナーでは、講師による講義だけでなく、他社の同世代の若手社員と共に具体的な事例を交えた1名対1名のロールプレイング、グループワークや受講生と講師の対話により社内外のコミュニケーションについて、意識向上に取り組む双方向型の研修を行った。<br/>                 □中堅社員向けコミュニケーション力向上セミナー(人材交流型)<br/>                 ■日時:令和4年1月20日(木) 13:30~16:30<br/>                 ■会場:高槻商工会議所 4階大ホール<br/>                 ■実施内容:①中堅社員の役割②後輩社員のモチベーションを高める③悩みや相談等を「聞く力」を習得④的確な「話す・伝える力」を習得⑤後輩・部下を指導・育成するための褒め方と叱り方⑥職場環境を良くする「改善のコツ」を身につける<br/>                 セミナーでは、講師による講義だけでなく、他社の中堅社員と共に具体的な事例を交えた1名対1名のロールプレイングや受講生と講師の対話により社内コミュニケーションについて、意識向上に取り組む双方向型の研修を行った。<br/>                 ■参加者数:28事業所47名(内訳:11月17日(水)6事業所11名、24日(水)5事業所8名、12月1日(水)8事業所10名、12月8日(水)10事業所12名、1月20日(木)14事業所20名(支援対象企業は34.5社47名))</p> |
| 実施時期・具体的な内容及び事業手法             | <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 就業促進課企業支援グループの担当者と、連絡を密に取り合いセミナーを実施した。また、商工労働部配信のメールマガジンにて、本セミナーのPR記事掲載を行った。</p> <p>②広域連携</p> <p>③市町村連携</p> <p>④相談相乗 経営者・人事担当者のための若手人材に選ばれる求人情報の伝え方と助成金セミナー、若手・新入社員定着のための自社理解&amp;若手理解セミナー終了後、講師による若手社員の人材採用・定着に関する個別相談会を開催したところ10月8日(金)、26日(火)の2日間で合計3事業所が利用し、カルテ化した。</p>  |

|               |  |  |                                |            |       |       |        |     |        |  |
|---------------|--|--|--------------------------------|------------|-------|-------|--------|-----|--------|--|
| 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) | 51.0  | 支援実績率 | 85.0%  | 満足率 | 100.0% |  |
|               | 目標の達成度<br>(支援企業をどう変化させることができたか)  | <p>経営者・人事担当者のための若手人材に選ばれる求人情報の伝え方と助成金セミナー、若手・新入社員定着のための自社理解&amp;若手理解セミナーの受講者アンケートでは、満足度について、10月8日（金）で14名中9名が満足、5名がやや満足、10月26日（火）で5名中1名が満足、4名がやや満足と回答し、参加者全体の満足度は100%であった。また、セミナー受講後の自社（自店）の変化について問う設問に対し、10月8日（金）で8名が、10月26日（火）で3名が若手社員の人材採用・定着について情報やアドバイスを得ることができ、自社で取り入れたいと回答した。この結果が示すとおり、受講者に対して、新たな気づきや取組みのきっかけを与えることができたと思われる。一方、経営者・管理職・人事担当者のための社内で継続的に取り組めるコミュニケーション力向上セミナー、若手社員向けコミュニケーション力向上セミナー、中堅社員向けコミュニケーション力向上セミナーの受講者アンケートでは、満足度について、11月17日（水）で11名中4名が満足、7名がやや満足、24日（水）で8名中5名が満足、2名がやや満足、12月1日（水）で10名中6名が満足、3名がやや満足、8日（水）で12名中9名が満足、2名がやや満足、1月20日（木）で20名中17名が満足、3名がやや満足と回答し、参加者全体の満足度は100%であった。また、セミナー受講後の自身の変化について問う設問に対し、11月17日（水）で10名が、24日（水）で8名が、12月1日（水）で10名が、8日（水）で12名が、1月20日（木）で20名が社内外コミュニケーションの重要性の認識や自身で取り組むべき課題が掴めたと回答した。この結果が示すとおり、受講者に対して、新たな気づきや取組みのきっかけを与えることができたと思われる。</p> |                                |            |       |       |        |     |        |  |
|               |  | 代表指標   | 人材採用・定着に関して具体的な対策を講じると回答した企業割合 |            |       |       |        |     |        |  |
|               |  | 数値目標   | 90%                            | 実績数値       | 93.3% | 目標達成度 | 103.7% |     |        |  |
| 成果の代表事例       | アンケートの集計により、「ハローワークへの求人票の出し方を取り入れたい」5社、「持ち味カードを活用したい」3社、「面接のあり方が参考になった」3社、「アンガーマネジメントをもっと学びたい」2社等、新たな気づきや取組みのきっかけを与えることができた。現在のところ、人材採用・定着に関する具体的な事例は把握できていないが、今後成果に繋がるとと思われる。 |  |                                |            |       |       |        |     |        |  |
| 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)   | <p>支援企業数は、経営者・人事担当者のための若手人材に選ばれる求人情報の伝え方と助成金セミナー、若手・新入社員定着のための自社理解&amp;若手理解セミナーでは目標20社に対し結果は16.5社となり、経営者・管理職・人事担当者のための社内で継続的に取り組めるコミュニケーション力向上セミナー、若手社員向けコミュニケーション力向上セミナー、中堅社員向けコミュニケーション力向上セミナーでは目標40社に対し結果は34.5社となった。非常に関心のあるテーマだったので、参加者全体の満足度はそれぞれ100.0%と好調であった。その要因の一つは、昨年度の受講者アンケートの中で価値観順位決定、持ち味カード、承認力等をもっと学びたいという回答があり、そのことを踏まえてカリキュラムを変更したことと思われる。次年度は、新たに離職率が高い入社1年目の新入社員が定着するためのセミナーを開催し、講師の選定を含めたカリキュラムの変更により、中小企業の参加を積極的に図りたい。</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) | 16.5 | 支援実績率 | 82.5% | 満足率 | 100.0% |
|         | 目標の達成度<br>(支援企業をどう変化させることができたか) | <p>経営者・人事担当者のための若手人材に選ばれる求人情報の伝え方と助成金セミナー、若手・新入社員定着のための自社理解&amp;若手理解セミナーの受講者アンケートでは、満足度について、10月8日（金）で14名中9名が満足、5名がやや満足、10月26日（火）で5名中1名が満足、4名がやや満足と回答し、参加者全体の満足度は100%であった。また、セミナー受講後の自社（自店）の変化について問う設問に対し、10月8日（金）で8名が、10月26日（火）で3名が若手社員の人材採用・定着について情報やアドバイスを得ることができ、自社で取り入れたいと回答した。この結果が示すとおり、受講者に対して、新たな気づきや取組みのきっかけを与えることができたと思われる。</p>   |                                |           |      |       |       |     |        |
|         |                                 | 指標  | 人材採用・定着に関して具体的な対策を講じると回答した企業割合 |           |      |       |       |     |        |
| 実績／達成度② | 計画に対する実績（数値）                    | 支援企業数(計画)   | 40.0                           | 支援企業数(実績) | 34.5 | 支援実績率 | 86.3% | 満足率 | 100.0% |
|         | 目標の達成度<br>(支援企業をどう変化させることができたか) | <p>経営者・管理職・人事担当者のための社内で継続的に取り組めるコミュニケーション力向上セミナー、若手社員向けコミュニケーション力向上セミナー、中堅社員向けコミュニケーション力向上セミナーの受講者アンケートでは、満足度について、11月17日（水）で11名中4名が満足、7名がやや満足、24日（水）で8名中5名が満足、2名がやや満足、12月1日（水）で10名中6名が満足、3名がやや満足、8日（水）で12名中9名が満足、2名がやや満足、1月20日（木）で20名中17名が満足、3名がやや満足と回答し、参加者全体の満足度は100%であった。また、セミナー受講後の自身の変化について問う設問に対し、11月17日（水）で10名が、24日（水）で8名が、12月1日（水）で10名が、8日（水）で12名が、1月20日（木）で20名が社内外コミュニケーションの重要性の認識や自身で取り組むべき課題が掴めたと回答した。この結果が示すとおり、受講者に対して、新たな気づきや取組みのきっかけを与えることができたと思われる。</p> |                                |           |      |       |       |     |        |
|         |                                 | 指標  | 人材採用・定着に関して具体的な対策を講じると回答した企業割合 |           |      |       |       |     |        |



|  |      |                                  |      |       |       |        |
|--|------|----------------------------------|------|-------|-------|--------|
|  | 指標   | コミュニケーション能力が向上し、自社で活かせると回答した人の割合 |      |       |       |        |
|  | 数値目標 | 80%                              | 実績数値 | 80.3% | 目標達成度 | 100.4% |

高槻商工会議所

|               |   |   |   |            |       |       |        |     |       |
|---------------|---|---|---|------------|-------|-------|--------|-----|-------|
| 事業名           |   | 高槻求人求職マッチングフェア  |   |            |       |       |        |     |       |
| 想定する実施期間      |   | 2011 年度～ 年度まで ※複数年段階の実施事業は別紙にて計画を提出すること   |   |            |       |       |        |     |       |
| 事業の概要         | 事業の目的<br>(現状や課題をどのような状態にしたいか)   | 大阪府の2020年10月の有効求人倍率は1.10と10カ月連続で低下している。また、大阪府の元正失業率は3.9% (同年7月～9月平均)と三期連続で増加しており、さらに全国値3.0%と比較しても高い値となっている(大阪労働局調べ)。新型コロナウイルスの影響から経済状況が悪化して雇用情勢は一段と厳しさを増している。大企業も新規卒者の採用を見送るなど雇用調整をおこなっている中、地元の中小企業・小規模事業者は人材確保のチャンスであるが、単独では求人を募集しても有能な人材の確保は難しく、また実際に募集しても人が集まらないと言う声が多い。当イベントは、少しでも有能な人材を求める企業側とより良い職場を求める求職者の両者を結び付ける機会を提供し、中小企業・小規模事業者の雇用確保と求職者の雇用促進を図ることを目的とする。 |   |            |       |       |        |     |       |
|               | 支援する対象<br>(業種・事業所数等)  | 業種を問わず人材採用を検討している中小企業・小規模事業者の経営者や採用担当者と一般求職者(全年齢を対象)  |   |            |       |       |        |     |       |
|               | 実施時期・具体的な内容及び事業手法   | <p>■開催日:2021年11月26日(金)</p> <p>■時間:13:00～16:00</p> <p>■会場:高槻市立生涯学習センター1階、3階</p> <p>■参加企業:25社(支援対象は24社)</p> <p>■総来場者:98名(面接会参加者:44名)</p> <p>■内容:合同企業面接会、オープニングセミナー(第一印象アップセミナー)25名、就職お役立ちセミナー27名、就活相談ブース1名、若者就職サポートブース1名</p> <p>感染対策を取りながら、1階に20社、3階に5社とブース間の間隔を空けて配置して安全安心な事業運営を行った。</p> <p>&lt;事業手法(①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果)の具体的な連携・効果を記載&gt;</p>               |   |            |       |       |        |     |       |
|               |   | ①府施策連携  | 大阪府労働環境課労働環境推進グループと連携し、求人企業募集や面接会のPR面で連携を図った。 |            |       |       |        |     |       |
|               |   | ②広域連携   |   |            |       |       |        |     |       |
|               | ③市町村連携  | 当所とともに企業面接会を運営し、求人企業募集、求職者への告知等を行った。  |   |            |       |       |        |     |       |
|               | ④相談相乗   | 支援対象企業の2社は事業計画作成支援等でカルテ化した。   |   |            |       |       |        |     |       |
| 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)  | 15.0  | 総支援企業数(実績) | 24.0  | 支援実績率 | 160.0% | 満足率 | 58.3% |
|               | 目標の達成度<br>(支援企業をどう変化させることができたか)   | <p>参加企業は25社(一社支援対象外)。当日の来場者総数は98名、オープニングセミナーは25名、個別レッスン2名、就職お役立ちセミナー27名、相談ブース利用者3名であった。(重複含む)</p> <p>企業ごとの内訳として、4～6名の面接等訪問者があった企業は4社、1～3名が16社であったものの、訪問者ゼロの企業も5社あった。その中で、面接等を後日実施した結果、最終7社で10名の採用が決まった。</p> <p>アンケート結果より満足度は、「満足」5社、「やや満足」9社、「普通」4社、「やや不満」2社、「不満」4社となった。求職者の訪問・面接が少ないところは総じて満足度が低く、また魅力</p>   |   |            |       |       |        |     |       |
|               |   | 代表指標  | 参加企業のうち、採用に至った企業数                             |            |       |       |        |     |       |
|               |   | 数値目標  | 5   | 実績数値       | 7     | 目標達成度 | 140.0% |     |       |
|               | 成果の代表事例   | 当日、面接や説明を行った企業数は19社であった。その後、面接等を実施した結果、7社で10名の採用が決まった。その中でKF社は当日6名の面接者があり、最終的には2名の採用に繋がった。  |   |            |       |       |        |     |       |
| その他目標値の実績     | 目標値(計画)   | 60  | 目標値(実績)                                       | 44         | 目標達成度 | 73.3% |        |     |       |
|               | 総来場者数の目標60名のところ、実績は98名、面接参加者数は44名の訪問があった。来場者に比して面接参加者の割合が低く結果、目標値に届かなかった。事前予約制で求職者の参加を募った関係か、予約された方々はほぼ来場されたが、当日来場者はいなかった。  |   |   |            |       |       |        |     |       |
| 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>新型コロナウイルス感染症拡大防止対策をとりながらの開催であったが、最終的には25社(一社対象外)での実施となった。今回も主として面接会を実施した。また、オープニングセミナーや就職お役立ちセミナーを実施したところ、25名・27名の参加があり、一定の集客は図れたと思われるが、面接会の参加者は伸びなかった。</p> <p>コロナ禍であるが、大企業を中心に採用活動を活発化させる動きもあり、中小企業にとっては、より良い人材を採用できる機会が少なる可能性もある。継続して同事業を実施することで中小企業の採用をサポートするとともに、面接者増のために求められる求人内容の企業参加を募る。また、大学等と連携してより多くの来場者を呼び込み、面接者数や採用数を伸ばしていくように取り組んでいきたい。</p> |   |   |            |       |       |        |     |       |

高槻商工会議所

|               |  |  |            |     |       |       |     |       |        |   |       |  |        |  |       |  |
|---------------|--|--|------------|-----|-------|-------|-----|-------|--------|---|-------|--|--------|--|-------|--|
| 事業名           |  | クリエイターと連携した新ビジネス・価値創出支援事業  |            |     |       |       |     |       |        |   |       |  |        |  |       |  |
| 想定する実施期間      |  | 2020 年度～ 年度まで ※複数年段階の実施事業は別紙にて計画を提出すること  |            |     |       |       |     |       |        |   |       |  |        |  |       |  |
| 事業の概要         | 事業の目的<br>(現状や課題をどのような状態にしたいか)                                | 中小零細事業者が淘汰されるこの厳しい景況を切り抜けるため、また、他社との差別化を図るために、デザインの活用やブランドを構築することによって、競争力強化や販売力、広報力の向上が求められている。しかし、「デザインやブランド構築に何をどのように進めたら良いかわからない」「どのくらい費用がかかるのか?」「デザイナーやクリエイターとパイプが無く、どう相談すれば良いかわからない」という声も多く見受けられる。そこで、本セミナーでは、ブランド戦略やデザイン経営に着眼し、中小企業でも取り組める事例を交えながら、デザイン、マーケティング、コンテンツといったクリエイティブ産業をどのように活用し、経営に活かせば良いのかを分かりやすく解説する。ひいては、府内中小企業の自社商品・サービスの開発に寄与することで付加価値向上に繋げると共に中小企業の広報力を強化する。また、デザインを発注希望の中小企業に売り込みたいクリエイター等デザイン関連事業者に対し、商談の機会を提供することでクリエイター等の育成支援にも繋げる。  |            |     |       |       |     |       |        |   |       |  |        |  |       |  |
|               | 支援する対象<br>(業種・事業所数等)   | 業種を問わず、デザインを活用し、あるいはブランドを構築し、広報力強化や付加価値向上を図りたい中小企業経営者、小規模事業者、従業員(商品企画・マーケティング・デザイン・開発担当者)、創業予定者等、デザイン関連事業者(クリエイター、カメラマン、ライター等)   |            |     |       |       |     |       |        |   |       |  |        |  |       |  |
|               | 実施時期・具体的な内容及び事業手法  | <p>クリエイターと出会う! 1st STEP ミーティング</p> <p>■開催日: 令和3年12月7日(火) 13:30~16:00</p> <p>■会場: 高槻商工会議所 4階大ホール</p> <p>■実施内容:</p> <p>①クリエイターを知る! セミナー<br/>テーマ: 「“クリエイター”って、どんな人? どんな仕事?! ~クリエイターとのコラボを成功させるツボ~」<br/>参加者数: 26事業所32名(支援対象企業数: 27事業所30名)</p> <p>②事業者からのプレゼンテーション<br/>高槻市内の事業者5社が自社の抱える課題を発表し、協働するクリエイターを募集するプレゼンテーション</p> <p>③クリエイターと繋がる! 交流会<br/>参加事業者と、クリエイターとの交流・名刺交換</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>クリエイティブネットワークセンター大阪 メビックの担当者と実施内容について企画段階から連携を図りながら運営を行った。また、メビック等の配信メールマガジンにてPR記事掲載を行った。</td> </tr> <tr> <td>②広域連携</td> <td></td> </tr> <tr> <td>③市町村連携</td> <td></td> </tr> <tr> <td>④相談相乗</td> <td>本事業に参加したプレゼン企業に対し、参加者アンケートの回答結果に基づき、メビックと連携を図り、フォローアップを実施した。</td> </tr> </table>   |            |     |       |       |     |       | ①府施策連携 | クリエイティブネットワークセンター大阪 メビックの担当者と実施内容について企画段階から連携を図りながら運営を行った。また、メビック等の配信メールマガジンにてPR記事掲載を行った。 | ②広域連携 |  | ③市町村連携 |  | ④相談相乗 | 本事業に参加したプレゼン企業に対し、参加者アンケートの回答結果に基づき、メビックと連携を図り、フォローアップを実施した。 |
|               | ①府施策連携   | クリエイティブネットワークセンター大阪 メビックの担当者と実施内容について企画段階から連携を図りながら運営を行った。また、メビック等の配信メールマガジンにてPR記事掲載を行った。  |            |     |       |       |     |       |        |   |       |  |        |  |       |  |
|               | ②広域連携  |  |            |     |       |       |     |       |        |   |       |  |        |  |       |  |
| ③市町村連携        |  |  |            |     |       |       |     |       |        |   |       |  |        |  |       |  |
| ④相談相乗         | 本事業に参加したプレゼン企業に対し、参加者アンケートの回答結果に基づき、メビックと連携を図り、フォローアップを実施した。 |  |            |     |       |       |     |       |        |   |       |  |        |  |       |  |
| 計画に対する実績(数値)  | 総支援企業数(計画)   | 35社  | 総支援企業数(実績) | 32社 | 支援実績率 | 91.4% | 満足率 | 96.7% |        |   |       |  |        |  |       |  |
| 事業全体の実績/目標達成度 | 目標の達成度<br>(支援企業をどう変化させることができたか)                              | <p>コロナ禍での開催であったが、クリエイターとの交流機会を設ける新たな企画であったため注目を集め、募集定員40名に迫る申込みをいただいた。当日キャンセル等もあったため、結果として支援対象企業数27社30名の方に参加いただいた。</p> <p>参加者アンケートによる満足度は96%とかなり好評であった。本事業の参加動機は、「情報収集のため」との回答が40%と最多で、「クリエイティブな課題を持つ事業者と新たに連携し、販路開拓を図りたい」が26%、「クリエイティブ課題があり、クリエイターと出会って業務相談や発注してみたい」が17%、「事業にデザインを取り入れて、クリエイターと連携して課題解決を図り、付加価値を高めたい」が11%と続いた。また、「本日のセミナー及びプレゼンを聞かれて、経営へのクリエイティブの活用が必要と思われましたか?」との問いには、「大変思う」と「やや思う」の回答が合わせて97%にのぼり、大いに経営へのクリエイティブ活用の重要性を認識いただけた。「今後、今回のようなクリエイターとの交流の機会を設ける予定ですが、機会があれば、参加したいと思えますか?」との問いには、「ぜひ参加したい」と「できるだけ参加したい」の回答が合わせて87%あり、クリエイターとの交流に意欲的であることがうかがえる。</p> <p>また、クリエイターとのマッチングに関しては、事前に高槻市内のクリエイティブ課題を持つ中小企業(プレゼンしていただく企業)を5社募集し、本事業のプレゼンテーション及び交流会において、自社商品・サービスのデザインやブランディング等の発注を希望する中小企業と、そういった中小企業とのコラボレーションや課題解決を図り、付加価値を高めたいデザイン等の事業者を引き合わせるマッチング(面談)の機会を設けた。</p> <p>参加者満足度は、100%と大変好評であった。プレゼン企業からは、「モノがあふれ、ネットを使えばすぐに情報や商品が手に入るこの時代に、他との違いや人を引き付ける商品やサービスを開発することは全ての企業にとって必須だと思います。自社内にクリエイティブを保有している企業はそう多くないと思うのでこのマッチング事業は非常に有意義なことだと思います。」「クリエイターとの出会いの機会としては貴重な場場だと思うので、引き続き機会があれば参加したい。」などの感想をいただき、クリエイターからは、「クリエイターと企業がつながり、コラボするという場に参加し、弊社にできることを模索したいと思っていた。一緒に働く(協力会社として)クリエイターを探していたので、素晴らしい出会いの機会をご用意いただき、ありがとうございます。」「『クリエイターと出会う!』ということが目的ですが、プレゼンを拝見したり、高槻の企業と出会えて、勉強になることがたくさんありました。」などの感想をいただいた。</p> <p>以上から、クリエイティブ課題を抱える中小企業と、そういった中小企業との接点を持ちたいクリエイターの両側面から見て、マッチングの機会提供に貢献できたと考えられる。</p> |            |     |       |       |     |       |        |   |       |  |        |  |       |  |

|           |   |  |         |     |       |        |
|-----------|---|--|---------|-----|-------|--------|
|           | 代表指標  | 広報力強化のためのデザイン活用・ブランド戦略等の必要性を学び、クリエイターを活用する、もしくは活用を検討する事業所の割合 |         |     |       |        |
|           | 数値目標  | 70%  | 実績数値    | 70% | 目標達成度 | 100.0% |
| 成果の代表事例   | 本事業の企画段階においてS社に対し個別支援を行っていた事から、本事業への参加をすすめた。交流会においてクリエイターと新たな繋がりができ、WEBマーケティングのサポートを受けているところがある。今後も引き続きクリエイターの支援を受けながら、積極的に経営にクリエイティブ活用を取り入れ、付加価値向上を図っていく。  |  |         |     |       |        |
| その他目標値の実績 | 目標値(計画)   |  | 目標値(実績) |     | 目標達成度 |        |
| 実施結果      | <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>開催当日のスケジュール上、プレゼン企業1社あたりの発表時間が短かったため、クリエイターからの質疑の時間が取れず、各企業のクリエイティブ課題の理解を十分に設けることができなかった。クリエイターとのマッチングの結果として、商談継続中の1件を除いては成約に至らなかった事から、次年度は企業のクリエイティブ課題を解決できるようより丁寧に進めたい。企画の準備段階からクリエイティブニーズ発掘アンケートを実施するなど、さらに課題を洗い出し、より求められたニーズに対応した内容で開催できるよう取り組んでいきたい。また、参加者アンケートに「クリエイターとの出会いは貴重な機会なので、継続的に開催して欲しい」や「クリエイター自身もクリエイティブの思考や発想、整理整頓の機会が欲しい。」という回答があったため、今後の事業実施に際しての検討材料としたい。</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)  | 30社     | 支援企業数(実績) | 27社   | 支援実績率  | 90.0%  | 満足率 | 96.0%  |
|           | 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>コロナ禍での開催であったが、クリエイターとの交流機会を設ける新たな企画であったため注目を集め、募集定員40名に迫る申込みをいただいた。当日キャンセル等もあったため、結果として支援対象企業数27社30名の方に参加いただいた。</p> <p>参加者アンケートによる満足度は96%とかなり好評であった。本事業の参加動機は、「情報収集のため」との回答が40%と最多で、「クリエイティブな課題を持つ事業者と新たに連携し、販路開拓を図りたい」が26%、「クリエイティブ課題があり、クリエイターと出会って業務相談や発注してみたい」が17%、「事業にデザインを取り入れて、クリエイターと連携して課題解決を図り、付加価値を高めたい」が11%と続いた。また、「本日のセミナー及びプレゼンを聞かれて、経営へのクリエイティブの活用が必要と思われましたか?」との問いには、「大変思う」と「やや思う」の回答をあわせて97%のばり、大いに経営へのクリエイティブ活用の重要性を認識いただけた。「今後、今回のようなクリエイターとの交流の機会を設ける予定ですが、機会があれば、参加したいと思われますか?」との問いには、「ぜひ参加したい」と「できるだけ参加したい」の回答をあわせて87%あり、クリエイターとの交流に意欲的であることがうかがえる。</p>   |         |           |       |        |        |     |        |
|           | 指標                          | 広報力強化のためのデザイン活用・ブランド戦略等の必要性を学び、クリエイターを活用する、もしくは活用を検討する事業所の割合   |         |           |       |        |        |     |        |
|           | 数値目標                        | 70%  | 実績数値    | 97%       | 目標達成度 | 138.6% |        |     |        |
| 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)  | 5社      | 支援企業数(実績) | 5社    | 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) | <p>クリエイターとのマッチングに関しては、事前に高槻市内のクリエイティブ課題を持つ中小企業(プレゼンしていただく企業)を5社募集し、本事業のプレゼンテーション及び交流会において、自社商品・サービスのデザインやブランディング等の発注を希望する中小企業と、そういった中小企業とのコラボレーションや課題解決を図り、付加価値を高めたいデザイン等の事業者を引き合わせるマッチング(面談)の機会を設けた。</p> <p>参加者満足度は、100%と大変好評であった。プレゼン企業からは、「モノがあふれ、ネットを使えばすぐに情報や商品が手に入るこの時代に、他との違いや人を引き付ける商品やサービスを開発することは全ての企業にとって必須だと思います。自社内にクリエイティブを保有している企業はそう多くないと思うのでこのマッチング事業は非常に有意義なことだと思います。」「クリエイターとの出会いの機会としては貴重な場だと思うので、引き続き機会があれば参加したい。」などの感想をいただき、クリエイターからは、「クリエイターと企業がつながり、コラボするという場に参加し、弊社にできることを模索したいと思っていた。一緒に働く(協力会社として)クリエイターを探していたので、素晴らしい出会いの機会をご用意いただき、ありがとうございます。」「この事業は『クリエイターと出会う!』ということが目的ですが、プレゼンを拝見したり、高槻の企業と出会って、勉強になることがたくさんありました。」などの感想をいただいた。</p> <p>以上から、クリエイティブ課題を抱える中小企業と、そういった中業企業との接点を持ちたいクリエイターの両側面から見て、マッチングの機会提供に貢献できたと考えられる。</p> |         |           |       |        |        |     |        |
|           | 指標                          | 商談(面談)件数   |         |           |       |        |        |     |        |
|           | 数値目標                        | 25件  | 実績数値    | 52件       | 目標達成度 | 208.0% |        |     |        |
| その他目標値の実績 | 目標値(計画)                     |  | 目標値(実績) |           | 目標達成度 |        |        |     |        |

高槻商工会議所

|          |  |   |  |            |       |       |       |     |        |
|----------|--|---|--|------------|-------|-------|-------|-----|--------|
| 事業名      |  | BCP・BCMの普及促進  |  |            |       |       |       |     |        |
| 想定する実施期間 |  | 2014 年度～ 年度まで ※複数年度段階の実施事業は別紙にて計画を提出すること  |  |            |       |       |       |     |        |
| 事業の概要    | 事業の目的<br>(現状や課題をどのような状態にしたいか)                            | 東日本大震災や平成30年度に発生した大阪北部地震、関西を直撃した台風21号を契機として社会の防災・減災意識が高まりつつあり、また、近い将来南海トラフ地震が高い確率で発生すると予測されている。併せて、今般の新型コロナウイルス感染症の影響により、企業の対応力、事業継続力強化が求められている。このような観点から中小企業においてもBCP、BCMの普及促進がますます重要となってきた。しかし、残念ながら現状は、中小・零細企業は2割に満たない程度の策定に留まっている。そこで、これらの企業を対象にBCP策定の必要性、手順等およびマネジメントについて解り易く解説してBCP、BCMの普及と定着の促進を図る。   |  |            |       |       |       |     |        |
|          | 支援する対象<br>(業種・事業所数等)                                     | 特定業種に限定せず、高槻市、茨木市、摂津市、島本町、能勢町の各事業所で、BCP、BCMについて基本的知識を持っているものの策定には至っていない企業、BCPを策定する必要性は理解しているものの、どのように着手すればよいか戸惑っている企業等を対象とする。   |  |            |       |       |       |     |        |
|          | 実施時期・具体的な内容及び事業手法  | <p>■開催日：令和4年1月14日(金)</p> <p>■時間：15:00～17:30</p> <p>■会場：高槻商工会議所 4階大ホール</p> <p>■テーマ：基礎からわかる事業継続計画(BCP)策定セミナー</p> <p>■実施内容：①事業継続とは②防災と事業継続の違い③事業継続計画(BCP)策定のポイント④BCPにおける新型コロナウイルス感染症対策⑤中小企業庁「事業継続力強化計画認定制度」のご紹介⑥大阪府「超簡易版BCP『これだけは!』シート」の策定等</p> <p>また、大阪府が推奨する事業継続計画(BCP)の策定支援施策等の紹介</p> <p>■参加者数：12社14名(支援対象企業は13社14名)</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 経営支援課経営革新グループの担当者と、連絡を密に取り合いセミナーを実施した。また、商工労働部配信のメールマガジンにて、本セミナーのPR記事掲載を行った。</p> <p>②広域連携 当会議所と広域連携である茨木商工会議所、摂津市商工会、島本町商工会、能勢町商工会の担当者間で連絡を密に取り合い、講師の選定やチラシの作成は当所が行い、双方でPRに努めた。具体的には、10月初旬からチラシ配布、HPや広報誌への掲載、メルマガ配信等のPR面で連携を図った。</p> <p>③市町村連携 高槻市の後援を受け実施。各市や各町のメルマガ等に記事の記載や公共施設へのチラシの配架など、本事業のPR面で協力を得た。</p> <p>④相談事業相乗 セミナー終了後、講師によるBCPに関する個別相談を実施したところ、2事業所が利用するものの、カルテ化はできなかった。</p> |  |            |       |       |       |     |        |
|          | 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) | 13.0  | 支援実績率 | 40.6% | 満足率 | 100.0% |
|          | 事業全体の実績/目標達成度  | 目標の達成度<br>(支援企業をどう変化させることができたか)   | 支援企業数の内訳は、高槻5.5社、茨木2.5社、摂津1社、島本2社、能勢2社であった。受講者アンケートでは、今回のセミナーを受講しての満足度について、14名中10名が満足、4名がやや満足と回答し、参加者全体の100%が満足と好評であった。また、「セミナー受講後の自社の変化について当てはまるものを選択せよ(複数回答可)」という設問に対し、「BCP策定の必要性を理解することができた」が8名、「BCP策定の意識を高めることができた」が13名、「BCP策定にあたり自社で取り組むべき課題が掴めた」が3名の回答があった。この結果が示すとおり、受講者に対して、新たな気づきや取組のきっかけを与えることができたと思われる。 |            |       |       |       |     |        |
|          | 代表指標   | 事業継続計画等の作成企業数   |  |            |       |       |       |     |        |
|          | 数値目標   | 36件   | 実績数値   | 13件        | 目標達成度 | 36.1% |       |     |        |
|          | 成果の代表事例  | アンケートの集計により、「BCPの重要性について理解できた」4社、「優先順位をつけること、あらかじめルールを決めておくことが大切だとわかった」2社、「防災と事業継続の違いについてなど意識が変わりました」1社等、新たな気づきや取組のきっかけを与えることができた。また、セミナーの中で大阪府「超簡易版BCP『これだけは!』シート」の策定を13件行った。現在のところ、BCP策定に関する具体的な事例は把握できていないが、今後成果に繋がると思われる。   |  |            |       |       |       |     |        |
| 実施結果     | 課題及び次期以降への取組み<br>(実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか) | 支援企業数は、目標32社に対し結果は13社となった。新型コロナウイルス感染症(オミクロン株)大拡大の影響により、セミナー申込者のキャンセルが発生したことが参加者低迷の主要因である。内容は、事業継続や防災等、非常に関心の高いテーマだったので、参加者全体の満足度が100%と好調であった。その要因の一つは、BCMよりもBCPに重点を置き、普及促進に力を入れたことと思われる。次年度は中小企業に更なる参加をして頂くため、今まで以上に高槻市、茨木商工会議所、摂津市商工会、島本町商工会とも連携をし、カリキュラムを従来のセミナーに加えて、新型コロナウイルス感染症対策や情報セキュリティ対策等を取り入れた内容に変更し、普及啓発に努めたい。   |  |            |       |       |       |     |        |

高槻商工会議所

|          |   |   |
|----------|---|---|
| 事業名      | ものづくり優良企業賞応募企業発掘・支援事業   |   |
| 想定する実施期間 | 2017 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<br>(現状や課題をどのような状態にしたいか)   | 大阪府内ものづくり中小企業・小規模事業者は、優れた技術や製品を生産しているにもかかわらず、日常業務に追われ、それを有効活用するノウハウを持ち合わせていない企業が多い。そこで当所では、高槻市内およびその近隣地域を中心とした府内ものづくり中小企業が持つ経営課題に対し、大阪の産業の活性化と地域社会に貢献する「大阪ものづくり優良企業賞」に関する説明会の開催及び受賞に向けた個別支援を実施する。優れた技術力や品質管理を持ち、市場での高い評価が期待できる優秀な「ものづくり中小企業」を発掘するとともに、とりわけ、「大阪ものづくり優良企業賞」を既に受賞している企業に対し、これまでフォローアップが不十分であったことからマッチングの機会を設け、重点的に販路開拓支援を行う。   |
|          | 支援する対象<br>(業種・事業所数等)  | 主に中小企業・小規模事業者（但し、ものづくり優良企業賞の申請については、大阪府内に本社を有する中小企業者で、業種が製造業または組込ソフトウェア業として、工業製品の設計、製造技術に関連する事業を営む会社または個人（創業または事業開始から3年以上を経過した事業者）に限る）  |
|          | 実施時期・具体的な内容及び事業手法   | <p>I. 「匠企業ノウハウ交流会」 ～つながれ！！コロナを乗り越えるものづくり企業の底力！！～<br/> <b>■開催日：令和3年10月5日（火）14:00～16:30</b><br/> <b>■会場：守口門真商工会館 特別会議室</b><br/> <b>■実施内容：</b><br/>                 ①匠企業の実践報告（パネルディスカッション）と質疑（3社）<br/>                 テーマ：「コロナを乗り越える我が社の本気 ～我が社のピンチとチャンスの本音で語る～」<br/>                 参加者数：36事業所53名（支援対象企業数：42事業所53名）<br/>                 ②匠企業等のショートプレゼン&amp;名刺交換会の実施</p> <p>II. 「匠企業商談会2021」 ～つながれ！！高槻・茨木・摂津・守口・門真のものづくり企業～<br/> <b>■開催日：令和3年11月18日（木）10:00～16:00</b><br/> <b>■会場：守口門真商工会館 特別会議室</b><br/> <b>■実施内容：</b><br/>                 事前申込制、匠企業等ものづくり優良企業の個別商談会<br/>                 参加企業数：52社（匠企業、守口門真ものづくり元気企業、摂津ブランド認定企業）<br/>                 ※参加申込企業は当初53社の予定だったが、商談希望がない企業が2社あり、案内チラシには掲載が間に合わなかった急遽参加された企業が1社あり、結果的に52社の参加となった。<br/>                 ※当日は地元金融機関、大阪国際大学・摂南大学のリクルート担当者との面談機会を提供した。また、別枠でMOBIOや当所コーディネーターを介し、高槻・茨木・摂津・守口・門真市域外の匠企業との個別マッチングの機会も提供した。</p> <p>III. ものづくり企業のための経営力向上支援セミナー ～大阪ものづくり優良企業賞『匠』活用で販路開拓力・競争力強化！～<br/> <b>■開催日：令和4年3月16日（水）14:00～16:00</b><br/> <b>■会場：高槻商工会議所 3階第1・第2会議室</b><br/> <b>■実施内容：①過去の「大阪ものづくり優良企業賞（匠）」受賞企業の取組事例</b><br/> <b>②2022年度の大阪ものづくり優良企業賞募集説明、質疑</b><br/> <b>■支援対象企業数：6事業所8名（支援対象企業数：7事業所8名）</b><br/>                 ※セミナー後に応募予定企業に対し、6月の応募締切に向けて申請書作成方法等に関する個別支援を行う予定である。</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   | ものづくり支援課 販路開拓支援グループの担当者と実施内容について企画段階から連携を図りながら運営を行った。また、MOBIO等の配信メールマガジンにてPR記事掲載を行った。   |   |
| ②広域連携    | 当会議所と広域連携である茨木商工会議所、摂津市商工会、守口門真商工会議所の担当者と企画段階から打合せを重ね、チラシの作成は当所が行い、双方でPRに努めた。チラシ配布、HPや広報誌への掲載、メルマガ配信等のPR面で連携を図った。開催当日は各所担当者が協力して運営を行った。                             |   |
| ③市町村連携   | 高槻市・茨木市・摂津市・守口市・門真市の後援を受け、市のメルマガや広報等にてPR記事掲載を行った。   |   |
| ④相談相乗    | 2021年に開催した説明会終了後、大阪ものづくり優良企業賞に応募予定企業に対し個別支援を行い、当所が支援した3社、茨木が支援した1社、摂津が支援した2社が匠企業として受賞された。既存匠企業に対し、フォローアップを行った。2022年募集分に関しては応募締切が6月15日までとなっており、応募予定企業に対し引き続き支援を継続する。 |   |



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

|           |                             |  |   |           |       |       |        |     |       |
|-----------|-----------------------------|--|---|-----------|-------|-------|--------|-----|-------|
| 実績／達成度①   | 計画に対する実績(数値)                | 支援企業数(計画)  | 62社   | 支援企業数(実績) | 52社   | 支援実績率 | 83.9%  | 満足率 | 96.2% |
|           | 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) | <p>2021年11月開催の「匠企業商談会2021」において、匠企業等ものづくり優良企業の商談会を実施し、支援企業数は、参加実績52社であった。参加企業アンケートの集計結果によると、満足度は96.2%と好評であった。名刺交換件数は計296件、商談件数は221件、成約件数は36件、成約金額は計975,300円であった。アンケート内容を分析してみると、「現時点で受発注の実績はないが、新規のつながり(受発注先)ができた」との回答が27件あるなど成約件数や金額には表れない案件が多く、引き続き商談継続中との回答も非常に多かった。参加企業の課題の上位3項目が、「販売先を開拓したい」が36%、「仕入れ先を開拓したい」が25%、「外注先を開拓したい」が24%と続いたが、「匠」認証の営業活用について「積極的に活用したい」または「できるだけ活用したい」との回答が88%と、意識が高かった。「今後、『匠企業による商談会』が開催されたら、参加を希望しますか?」との問いには「ぜひ参加したい」または「参加を検討したい」との回答が100%と次回への参加意欲も高かった。以上の回答から、販路開拓に寄与でき、販路開拓に対する意識向上にも貢献したと考えられる。</p> |   |           |       |       |        |     |       |
|           |                             | 指標   | 商談件数  |           |       |       |        |     |       |
|           |                             | 数値目標   | 239件  | 実績数値      | 221件  | 目標達成度 | 92.5%  |     |       |
| 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②   | 計画に対する実績(数値)                | 支援企業数(計画)  | 48社   | 支援企業数(実績) | 42社   | 支援実績率 | 87.5%  | 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) | <p>2021年10月開催の「匠企業ノウハウ交流会」に関して、支援企業数は、目標48社のところ実績が42社であった。参加者アンケートによる満足度は91.7%とかなり良好であった。匠企業ノウハウ交流会の参加動機は、「他のものづくり優良企業と交流を図り、販路開拓につなげたい」との回答が41%と最多で、「情報収集のため」が29%、「コロナ禍を乗り越えるものづくり優良企業の実践事例について学びたい」が26%と続いた。今後、自社での業務や営業面での活用について、「積極的に活かしたい」の回答が40%、「活用を検討したい」が57%と、本事業に参加して商談や営業ノウハウに対する意識が向上したと言える。また、「大阪ものづくり優良企業賞をはじめとする公的な認証制度に対する関心・興味は、向上しましたか?」との問いに、「向上した」との回答が76%あり、匠等の公的認証制度に対する意識向上に繋がられた。</p>  |   |           |       |       |        |     |       |
|           |                             | 指標   | セミナーアンケートで、「効果的な商談方法に関する知識を学び、そのノウハウを活用する意識が向上した」企業の割合          |           |       |       |        |     |       |
|           |                             | 数値目標   | 70%   | 実績数値      | 96%   | 目標達成度 | 137.1% |     |       |
| その他目標値の実績 | 目標値(計画)                     |  | 目標値(実績)   |           | 目標達成度 |       |        |     |       |
| 実績／達成度③   | 計画に対する実績(数値)                | 支援企業数(計画)  | 18社   | 支援企業数(実績) | 7社    | 支援実績率 | 38.9%  | 満足率 | 83.3% |
|           | 目標の達成度(支援企業をどう変化させることができたか) | <p>2022年3月にもものづくり企業のための経営力向上支援セミナーを開催し、支援企業数は、目標18社のところ実績が7社であった。参加者アンケートの満足度は83.3%と概ね良好であった。セミナーの参加動機(ものづくり優良企業賞に何を期待しているか。複数回答可)に関しては、「販路開拓、自社PRへの活用」との回答が7名、「自社の技術能力の分析、知的資産の洗い出し」が3名、「他社に対する競争力強化」が3名、「従業員のモチベーションアップ」が4名であった。「ものづくり優良企業賞の応募申請予定」の質問に対し、「応募する」との回答が4名、「検討する」が4名であった。以上から、参加事業者は、同賞を販路開拓等に活用することで自社の強みの発見や知的資産の洗い出し、競合他社との優位性の保持、従業員のモチベーションアップを図るなど、経営力を向上させたい意向が強いことがうかがえる。本セミナーへの参加により大阪ものづくり優良企業賞に関する基礎知識や応募申請書の作成手法、その活用ノウハウについて相当の理解が得られ、今後の経営への積極的な活用推進の素地ができ、大阪ものづくり優良企業賞の応募に対する意識向上に繋がられた。</p>                 |   |           |       |       |        |     |       |
|           |                             | 指標   | セミナーアンケートで、「今後、ものづくり優良企業賞に応募する」または「ものづくり優良企業賞応募を検討する」と回答した企業の割合 |           |       |       |        |     |       |
|           |                             | 数値目標   | 50%   | 実績数値      | 100%  | 目標達成度 | 200.0% |     |       |
| その他目標値の実績 | 目標値(計画)                     |  | 目標値(実績)   |           | 目標達成度 |       |        |     |       |