

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 | | 守口門真商工会議所 |
| | 代表者職・氏名 | | 会頭 小倉 庸敬 |
| | 所在地 | | 〒571-0045 大阪府門真市殿島町6番4号 |
| | 担当者 | 職・氏名 | 商工振興部 中小企業相談所 所長 小西 敬人 |
| | | 連絡先 | TEL（直通）： 06-6909-3303 |
| Fax： 06-6909-3409 | | | |
| | | E-mail： konishi@mk-cci.jp | |
| ①設立年月日 | | 昭和45年4月1日 | |
| ②職員数 （うち経営指導員数） | | 18名（経営指導員15名）（令和4年3月31日現在） | |
| ③所管地域 | | 守口市・門真市 | |
| ④管内事業所数 | | 守口市・門真市 合計11,589件（平成28年度経済センサス） | |
| ⑤管内小規模事業者数 | | 守口市・門真市 合計8,258件（平成28年度経済センサス） | |
| ⑥会員数（組織率） | | 2,906件（組織率25.07%）（令和4年3月31日現在） | |
| | | ※②、④、⑤、⑥については直近の数字を記載すること | |
| <input type="checkbox"/> 主な事業概要（定款記載事項等） | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> (1) 商工会議所としての意見を公表し、これを国会、行政庁等に具申し、又は建議すること (2) 行政庁等の諮問に応じて答申すること (3) 商工業に関する調査研究を行うこと (4) 商工業に関する情報及び資料の収集又は刊行を行うこと (5) 商品の品質又は数量、商工業者の事業の内容その他商工業に係る事項に関する証明、鑑定又は検査を行うこと (6) 輸出品の原産地証明を行なうこと (7) 商工業に関する施設を設置し、維持し、又は運用すること (8) 商工業に関する講習会又は講演会を実施すること (9) 商工業に関する技術及び技能の普及又は検定を行なうこと (10) 博覧会、見本市等を開催し、又はこれらの開催のあっせんを行なうこと (11) 商事取引に関する仲介又はあっせんを行なうこと (12) 商事取引の紛争に関するあっせん、調停又は仲裁を行なうこと (13) 商工業に関して、相談に応じ、又は指導を行なうこと (14) 商工業に関して、商工業者の信用調査を行なうこと (15) 商工業に関して、観光事業の改善発達を図ること (16) 社会一般の福祉の増進に資する事業を行なうこと (17) 行政庁から委託を受けた事務を行なうこと (18) 商工業に関する図書を集集し、一般の閲覧に供すること (19) 前各号に掲げるもののほか、本商工会議所の目的を達成するために必要な事業を行なうこと | | | |

| |
|---|
| <p>(1) 事業の目標</p> <p>商工業ともに事業を実施する中で、事業者が抱える課題の解決策の提示と実行支援及び支援機関等へのコーディネートを行う。支援方法として専門家や行政（守口市・門真市）、地域の支援機関で組織する「もりかど産業支援機関ネットワーク」を活用することで、「きめ細やかな支援」を実現する。商業は個店の魅力強化を支援すると共に、行政、商店街、商業団体と連携し、SNS等ITを活用することで、地域全体の活性化を図る。工業は幅広い連携体制のもと、認定事業や補助金等を活用し、当地域のものづくり企業の代表といえる事業所を複数発掘・育成することを目標とする。また、販路開拓支援としてこれまでの総合展示会や個別商談会を実施し事業所の収益拡大を目指す。</p> <p>【事業体系】</p> <p>○商業関係：①小規模事業所来店者促進事業 ②売りメッセ取引商談会in東大阪</p> <p>○工業関係：①守口門真ものづくり元気企業 ②大阪勧業展 ③ビジネスチャンス発掘フェア2021 ④リサイクル技術委員会 ⑤北大阪高等職業技術専門校活用事業 ⑥ものづくり優良企業賞応募企業発掘・支援事業</p> <p>○全般：①創業塾 ②CSR普及啓発事業 ③SB/CB創出支援事業</p> <p>○税務、法務、労務、経営に関する専門家による支援</p> |
| <p>(2) 事業を実施した具体的な内容、方法及び工夫した点</p> <p>令和3年度は前年度に引き続き、新型コロナウイルス感染症によるまん延防止等重点措置や緊急事態宣言の発令により、管内事業所は深刻な打撃を受けた。また、各業種において原材料の高騰が見られ、利益率の悪化が顕著であった。この影響を少しでも緩和すべく、新型コロナウイルス感染症関連施策や補助金の活用を促し、伴走型支援を行った。また、新型コロナウイルス感染症の影響が長引く中、追加融資や借換えの需要も見られ、日本政策金融公庫や地域の金融機関と連携し資金調達を支援した。</p> <p>商業関係においては、コロナ禍における非接触型営業の強化を目的に、ECサイト「もりかどECマーケット」を立ち上げ、直接売上に繋がる支援を行った。事業環境が変化する中、販路拡大にWEBの活用は必須であり、その重要性や効果を理解してもらうことに重点をおいた。</p> <p>工業関係においては、「守口門真ものづくり元気企業」認定事業を実施し、新たに5社を認定した。また、認定企業を中心としたものづくり企業の広域商談会も実施し、コロナ禍における効果的なマッチングを実現した。展示会事業は展示会補助事業と効果的に連携を図れており、延べ45社の販路開拓の支援を行うことができた。</p> <p>創業においては、創業に興味のある方を対象に創業プレセミナー開催し、この参加者に対し創業塾参加を促し、その後、伴走型支援を行うことで一貫性のある支援を提供した。</p> |
| <p>(3) 事業を実施した効果、所管地域の活性化の状況</p> <p>令和3年度は新型コロナウイルス感染症関連施策申請や資金繰りについて支援することで、事業継続を下支えすることができた。また、各種補助金の申請をきっかけに事業計画書作成・実行支援を行うことで、費用対効果の高い販路開拓・設備投資を積極的に後押しすることができた。さらに、新規設備の固定資産税の減免等に至るまで体系的な支援を行った。</p> <p>商業関係においては、事業実施によりECサイトにおける自社商品・サービスの見せ方を検討し、結果を検証することで、直接的な売上の増加だけでなく、販売力強化につなげることができた。</p> <p>工業関係においては、展示会の開催や、ブランド化を図っている守口門真ものづくり元気企業にマッチングの機会を設けることで、取引先や外注先の開拓につなげることができた。</p> |
| <p>(4) 事業を実施した結果浮かび上がった課題</p> <p>商業・工業の事業者ともに、新型コロナウイルス感染症の影響により巡回訪問等の接触機会が減少したため、ニーズのヒアリングが十分とは言えず、把握内容に偏りがある可能性がある。withコロナ、afterコロナを見据えた正確なニーズの把握が重要となる。また、伴走型支援においては、経営指導員の情報量・個別対応力に依然として差があることが課題である。</p> <p>商業においては、新型コロナウイルス感染症により、大々的なイベントが実施できず、各事業所の中でもECサイト活用やSNS等、ITを活用したPRに積極的な事業所とそうでない事業所の格差が広がっている。その時代に対応した事業主の意識改革が引き続き課題である。</p> <p>工業においては、若手並びに専門的知識・技能のある人材の確保が課題となっている。行政や学校、各種支援組織との連携を図りながら、中小企業の人材確保に繋げる必要がある。</p> |
| <p>(5) 次年度の取り組み</p> <p>次年度はコロナ禍における事業の正常化を見据え、巡回活動により事業所ニーズを把握し、個社支援を強化する。また、日本政策金融公庫と連携し、事業承継における中小企業のM&Aニーズに対応する。商業においては、コロナ禍によるお客様の意識変化に対応すべく、WEBを活用した個社支援の方針は変えず、ECサイト活用や付随するマーケティング支援を行っていく。さらに、海外販路を視野に入れた越境ECへの取り組みにつなげていく。</p> <p>工業においては、製造業のブランド化を進める中で、北摂地域だけでなく八尾市のものづくり企業との商談会を実施すると共に、近隣の大学とも連携を図りながら活性化に繋げていく。</p> |

3. 経営相談支援事業・専門相談支援事業 守口門真商工会議所

| I 経営相談支援事業 | | | | | | |
|--|-------|------|------|--------|--------|------|
| 支援のポイント・成果 | | | | | | |
| <p>令和3年度の事業所カルテは、補助金を活用した新事業展開や販路開拓のための事業計画作成支援、WEB販売を効果的に行うためのマーケティング支援がポイントとなった。コロナ禍において、事業を継続させるため、積極的に行動している事業者に対して伴走型支援を行った成果が数値に表れている。</p> <p>また、創業支援については創業プレセミナーや創業塾受講者に対し創業計画書の作成等、創業に向け様々な支援を行い、創業後も金融支援・記帳支援など総合的にフォローを行った。今後も、相談者が必要とするタイミングで段階的かつ横断的な支援を心掛けていく。</p> <p>資金繰り計画作成支援や金融支援は、経営指導員が各金融機関と密な調整を行い、協調融資等、相談者が適切な資金調達を行えるように提案型の支援を行った。</p> <p>【成果の代表事例】（①創業支援 ②創業融資支援〈2行協調融資〉 ③創業後追加融資支援）</p> <p>当事業所は令和3年10月を目標に居宅介護支援事業の創業を計画。創業融資を受けるにあたり創業計画書作成がポイントになることから、大阪産業局連携地域活性化事業「創業プレセミナー」、特定創業支援事業「創業塾2021」を受講したことで、創業計画書の精度を高めることができた。創業融資では、日本政策金融公庫、地域の信用金庫と事前に綿密な調整を行ったことで無事に協調融資を受け、スムーズに創業することができた。</p> <p>また創業後、受注案件が増加し、急遽従業員を雇用したことで資金繰りの悪化が懸念されたため、金融機関とのマッチングを行い、無事に追加融資も受けることができた。</p> <p>結果、初回の相談から1年弱で、大阪産業局事業・大阪府地域活性化事業・相談支援事業の一貫した支援を受けたことで、円滑な創業支援及び資金調達支援を行うことができた。今後も事業拡大が予想されるため、ヒアリングを重ねることで資金調達、人材確保・人材育成等、総合的に支援していく。</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 | 360 | 345 | 95.8% | 4 | |
| 支援機関等へのつなぎ | 支援数 | 8 | 8 | 100.0% | 5 | |
| 金融支援（紹介型） | 支援数 | 40 | 43 | 107.5% | 5 | |
| 金融支援（経営指導型） | 支援数 | 18 | 19 | 105.6% | 5 | |
| マル経融資等の返済条件緩和支援 | 事業所 | 0 | 1 | — | 5 | |
| 資金繰り計画作成支援 | 事業所 | 15 | 17 | 113.3% | 5 | |
| 記帳支援 | 事業所 | 40 | 50 | 125.0% | 5 | |
| 労務支援 | 支援数 | 8 | 12 | 150.0% | 5 | |
| 人材育成計画作成支援 | 事業所 | 10 | 10 | 100.0% | 5 | |
| マーケティング力向上支援 | 事業所 | 8 | 41 | 512.5% | 5 | |
| 販路開拓支援 | 支援数 | 40 | 33 | 82.5% | 4 | |
| 事業計画作成支援 | 支援数 | 135 | 136 | 100.7% | 5 | |
| 創業支援 | 事業所 | 30 | 34 | 113.3% | 5 | |
| 事業継続計画（BCP）作成支援 | 事業所 | 20 | 7 | 35.0% | 2 | |
| コスト削減計画作成支援 | 事業所 | 3 | 0 | 0.0% | 1 | |
| 財務分析支援 | 事業所 | 0 | 15 | — | 5 | |
| 5S支援 | 事業所 | 0 | 0 | — | — | |
| IT化支援 | 事業所 | 10 | 5 | 50.0% | 3 | |
| 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 | 0 | 0 | — | — | |
| フォローアップ支援 | 事業所 | 90 | 32 | 35.6% | 2 | |
| 結果報告 | 事業所 | 275 | 295 | 107.3% | 5 | |
| II 専門相談支援事業 | | | | | | |
| 支援のポイント・成果 | | | | | | |
| <p>事業所が抱える課題の解決に向けて、専門的知識を持つ専門家による相談を行った。税理士による適正な税務を推進する税務相談、弁護士による法律相談、社会保険労務士による労務相談等、企業の高度な問題の解決に向けて積極的な支援を行っている。また、特許等の知的財産権やISO、貿易実務等についても対応できるよう随時専門相談員と密に連携を取り、幅広い課題の解決にも取り組んでいる。今年度は引き続き、新型コロナウイルス感染症対策の支援施策が数多く出されたことで事業再構築補助金等の申請において中小企業診断士による支援を積極的に活用した。</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 |
| 税務 | 継続 | 回数 | 10 | 8 | 80.0% | 4 |
| 税務（確定申告） | 継続 | 回数 | 19 | 19 | 100.0% | 5 |
| 法務 | 継続 | 回数 | 12 | 17 | 141.7% | 5 |
| 労務 | 継続 | 回数 | 9 | 15 | 166.7% | 5 |
| 経営 | 継続 | 回数 | 80 | 71 | 88.8% | 4 |

Ⅲ 地域活性化事業

支援のポイント・成果

事業全体として、地域の中小企業のニーズを基に、事業の立案・改善を行っており、成果を意識した事業の実施を基本としている。創業塾においては、大阪産業局と連携し、事前に創業プレセミナーと個別相談会を開催。この参加者に対し創業塾をPRすることで一貫した支援に努め、目標以上の受講者を集めることができた。

商業関連事業については、小規模事業所来店促進事業として、インターネット通販・ネットショップ・ネット予約に取り組みされている地域の事業所を応援するホームページ「もりかどECマーケット」を新たに開設。一般消費者に向けて、地域の70事業所の人気商品・メニューを紹介し、魅力を発信すると共に、ECサイト等と直接リンクすることで、気に入った商品をそのまま購入・予約できるようにし、販売促進を図った。さらに、地域メディアと連携し広く周知したほか、SNS広告を活用する等、積極的なPRをおこなった。また、売りメッセ取引商談会in東大阪では、9事業所が参加し、大手バイヤーとの取引商談をおこない、販売促進の機会を設けた。

工業関連事業については、守口門真ものづくり元気企業認定事業を実施し、5社の申請認定に繋げると共に、過去の元気企業認定事業所4社を「大阪ものづくり優良企業賞」認定に繋げた。ステップアップ認定事業として、一定の定着化を図れている。単体の事業で終えることの無い様、本事業にて掘り起こされた技術的強みを「ビジネスチャンス発掘フェア」や「大阪勧業展」、その他大規模展示商談会で活用するよう促している。また、「ものづくり優良企業賞応募企業発掘・支援事業」では、展示会方式を商談会方式に集約したことで、多くの企業が参加する中でも、密集状態を回避しながらリアル開催することができた。さらに、金融機関や大学にも参加いただき、人材確保や金融相談の機会を提供した。コロナ禍における営業や人材確保の問題は今後も続くと考えられるため、課題解決に向け、時代のニーズに即した事業を検討していく必要がある。

(1) 単独事業

| 府施策連携 | 事業名 | 総支援企業数 | | 支援実績率 | 利用者満足率 | 目標の指標 | | | | 事業評価 |
|-------|---------------|--------|----|--------|--------|---------------------------------|-----|------|--------|------|
| | | 計画 | 実績 | | | 項目 | 目標値 | 実績 | 達成率 | |
| | 小規模事業所来店者促進事業 | 70 | 70 | 100.0% | 84.3 | 消費者ニーズを把握することで、販売促進につながった事業所の割合 | 80 | 88.6 | 110.8% | 5 |
| ○ | 創業塾 | 30 | 31 | 103.3% | 96.8 | 創業に向けて理解を深めた受講者の割合 | 80 | 96.8 | 121.0% | 5 |
| ○ | 守口門真ものづくり元気企業 | 5 | 4 | 80.0% | 100.0 | 認定事業所のうち自社技術の強みを理解し、PRできた企業割合 | 70 | 100 | 142.9% | 5 |
| | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | |

(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 | |
| | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | |

※府施策連携事業は、「府施策連携」欄に○をつけてください。各欄の記載は、個別調書の記載と合わせてください。

守口門真商工会議所

| | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---------------|--|--|------------|-------|-------|--------|-----|-------|--------|--|-------|--|--------|--|-------|--|
| 事業名 | | 小規模事業所来店促進事業 | | | | | | | | | | | | | | |
| 想定する実施期間 | | 26 年度～ 年度まで ※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること | | | | | | | | | | | | | | |
| 事業の概要 | 事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか) | 守口門真地域の商業活性化を図るため、個店の魅力強化を図り、地域に広くPRする。地域の課題としては、①消費者ニーズの変化、②少子高齢化による消費の低下、③大型店の出店（オーバーストア状態）、④経営者の高齢化及び後継者不足などが挙げられる。一方で、近年本地域ではホテルや企業誘致（パナソニックミュージアム、TOMO～NI、海洋堂ミュージアム）等開発が進んでおり、両市への訪問者数の増加が見込まれる。本事業を通じて、大型店等との差別化を図り、特色ある個店を目指すと共に、インバウンド等への対応、キャッシュレス決済の活用についても支援を行っていく。 | | | | | | | | | | | | | | |
| | 支援する対象 (業種・事業所数等) | 地域商業の活性化に向けて積極的に取り組む姿勢を持つ、前向きな事業所および自慢の商品（逸品）を持つ事業所を対象とする。 | | | | | | | | | | | | | | |
| | 実施時期・具体的な内容及び事業手法 | <p>○商業振興委員会 令和3年10月15日（金） ・新事業の承認 ・実施スケジュールの確認</p> <p>○応募期間 令和3年10月18日（月）～11月19日（金） ・申込70件 ※応募企業については経営指導員により、効果的なPR方法について支援を行った。</p> <p>○ホームページ公開 令和3年12月21日（火）</p> <p>○事業PR ・12/22 商工会議所SNS、門真市Twitter ・12/26 号外ネット ・1/1 商工会議所ニュース1月号 ・1/7 大阪日日新聞、ヤフーニュース ・1/14 週刊日日新聞LINE広告 ・1/24 号外ネット広告（守口門真地域） ・2/1 守口市広報2月号、門真市広報2月号 ・2/26 号外ネット広告（東大阪・城東鶴見・大東四条畷地域） ・3/25 SNS広告開始</p> <p>○消費者向けキャンペーン 令和3年12月21日（火）～令和4年2月28日（月）</p> <p><事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載></p> <table border="1"> <tr> <td>①府施策連携</td> <td></td> </tr> <tr> <td>②広域連携</td> <td></td> </tr> <tr> <td>③市町村連携</td> <td>守口市・門真市については、担当課長が準備委員会に参加。主に広報や公的施設での消費者への訴求を担当いただいた。</td> </tr> <tr> <td>④相談相乗</td> <td></td> </tr> </table> | | | | | | | ①府施策連携 | | ②広域連携 | | ③市町村連携 | 守口市・門真市については、担当課長が準備委員会に参加。主に広報や公的施設での消費者への訴求を担当いただいた。 | ④相談相乗 | |
| | ①府施策連携 | | | | | | | | | | | | | | | |
| ②広域連携 | | | | | | | | | | | | | | | | |
| ③市町村連携 | 守口市・門真市については、担当課長が準備委員会に参加。主に広報や公的施設での消費者への訴求を担当いただいた。 | | | | | | | | | | | | | | | |
| ④相談相乗 | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 計画に対する実績（数値） | 総支援企業数(計画) | 70.0 | 総支援企業数(実績) | 70.0 | 支援実績率 | 100.0% | 満足率 | 84.3% | | | | | | | | |
| 事業全体の実績／目標達成度 | 目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか) | <p>本ホームページに掲載する各事業所のメニュー・商品を決定する際、写真の選定やタイトル、説明文章を経営指導員がアドバイスをおこなったことで、消費者に伝わりやすい表現や知っていただきたい情報を改めて検討することができた。</p> <p>その中で、やはりクリックされた数には大きな開きがあることから、本ホームページを閲覧される方の需要や行動パターンをグーグルアナリティクスにより分析し、フィードバックをおこなった。その中で、クリック数が多いにも関わらず、購入・予約されていない事業所に関しては、サイトの改善を促した。</p> <p>また、消費者ニーズを収集するため、「気になった商品を答えてQUOカードを当てようキャンペーン」を実施し、348名から応募があった。これにより、「地域にこのような商品があると知れて嬉しい。」や「買ってみたい」というお声をいただき、事業所へのフィードバックに活用した。</p> <p>上記の取り組みの中で、消費者へのアプローチ方法やECサイト等の改善に着手された事業所も出てきており、積極的な販路開拓に寄与したと考える。</p> <p>なお、新型コロナウイルスの影響もあり、インバウンドへの対応を希望される事業所はなかったが、今後、越境ECへのチャレンジ等も支援していきたい。</p> | | | | | | | | | | | | | | |
| | 代表指標 | 消費者ニーズを把握することで、販売促進につながった事業所の割合 | | | | | | | | | | | | | | |
| | 数値目標 | 80% | 実績数値 | 88.6% | 目標達成度 | 110.8% | | | | | | | | | | |

| | | | | | | | |
|--|--|--|---------------|---------------------|---------------|--------------|--------------|
| | <p>成果の代表事例</p> | <p>事業実施前までは、自社サイトでのみ販売していたが、本事業のニーズ分析から、安価で気軽に注文可能なフードデリバリーサービスへの関心が高い（安心して買える）というニーズをとらえ、複数のフードデリバリーサービスでの販売を開始し、売上が上がっている。</p> | | | | | |
| | <p>その他目標値の実績</p> | <p>目標値 (計画)</p> | <p>6,000名</p> | <p>目標値 (実績)</p> | <p>5,008名</p> | <p>目標達成度</p> | <p>83.5%</p> |
| | <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>目標達成度は83.5%に留まったが、守口市・門真市の広報や、地域情報を発信している媒体と連携することで、延べページ閲覧者数は7,264名に上り、多くの一般消費者に興味を持っていただくことができたと考える。また期間が短かったもののSNS広告は効果が大きかった。</p> <p>号外ネットや週刊日日新聞といった地域メディアと連携したPRをおこなったが、短期的にアクセス数が増加する（最高値252回）のみにとどまったことが課題。</p> <p>終盤になってしまったが、SNS（facebookやInstagram）広告によるPRを実施することで、高いアクセス数（広告前週平均値21回/日→91回/日）を維持することができたため、次年度はメインのPRツールとしたい。</p> | | | | | |

守口門真商工会議所

| | | | | | | | | |
|--------------|--|---|--|-------|-------|--------|-----|-------|
| 事業名 | | 創業塾 | | | | | | |
| 想定する実施期間 | | 26 年度～ 年度まで ※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること | | | | | | |
| 事業の概要 | 事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか) | 創業を志す方々に対して、創業に対する心構え、必要とされる手続きや知識を身につけていただき、具体的なビジネスプランの作成を支援する。また、「創業したいが自分に何ができるかわからない」「やりたいことはあるが、それを実現するための方法が分からない」など、創業に対する意欲は高いものの、具体的な実現可能性を描けていない創業希望者に対し創業機運を醸成するような支援を行い、創業を実現させることにより管内の産業活性化を図る。 | | | | | | |
| | 支援する対象 (業種・事業所数等) | おもに門真市・守口市内をメインに大阪府下で創業を希望される方・創業に向けて準備中の方・創業間もない方 | | | | | | |
| | 実施時期・具体的な内容及び事業手法 | <p>【実施概要】</p> <p>○創業塾2021 日時 令和3年7月4日(日)・7月11日(日)・7月18日(日) 8月1日(日)・8月22日(日) 10:00~13:00 会場 守口門真商工会館 受講者数 31名(申込み35名) 講師 中小企業診断士 駒井 俊雄 氏(株式会社クリエート・バリュー 代表取締役)</p> <p>【本事業に付随する支援内容】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・本事業は、産業競争力強化法に基づく認定市町村(守口市・門真市)から特定創業支援事業に認定されている。本事業受講による経営・財務・人材育成・販路開拓に必要な知識の習得並びに支援証明書取得に向けた支援。 ・当所をはじめとする地域の金融機関、産業支援機関、行政機関等とのネットワークに参加されている金融機関の創業支援メニュー紹介並びに金融機関との融資相談会の開催。 <p>【PR方法】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・本事業については、行政機関(大阪府・守口市・門真市)、地域金融機関、大学、専門学校、コワーキングスペースを中心に案内チラシを配布し広報依頼を行った。また、当所ホームページや会報誌によるPR、鉄道駅へのポスター掲示(京阪電鉄・大阪メトロ・大阪モノレール)、地域コミュニティ誌への広告掲載、セミナー情報専門のインターネットサイト、市広報(守口市・門真市)、メールマガジンやSNS等を通じPRを行った。 <p><事業手法(①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果)の具体的な連携・効果を記載></p> | | | | | | |
| | | ①府施策連携 | カリキュラムとして、大阪起業家グローイングアップ事業について説明。また、ビジネスプラン発表に際しても、ビジネスプランコンテストの参加申込書雛形を使用し、積極的な申込みを勧める。 | | | | | |
| | | ②広域連携 | | | | | | |
| ③市町村連携 | 守口市・門真市と協力し、両市ホームページ及び両市広報への掲載、及び両市市役所や行政機関等にチラシを配架頂くなどの広報を行う。また、両市の特定創業支援事業を通じ、証明書発行希望者に対し創業塾の受講証明書を発行。 | | | | | | | |
| ④相談相乗 | 経営相談事業者を本事業へ誘導した他、希望者に対して個別支援を実施し、カルテ化を4件行った。 | | | | | | | |
| 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) | 31.0 | 支援実績率 | 103.3% | 満足率 | 96.8% |
| 事業全体の実績 | 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) | <ul style="list-style-type: none"> ○創業にあたってのリスクや心構えの理解 ○経営・財務・人材育成・販路開拓に必要な知識の習得 ○マーケティングミックス・ポジショニングマップの理解 ○営業プロセスの作成及び集客手段の確立 ○収益・資金繰り計画の理解 ○創業予定者同士のディスカッションによる自身の気づき ○自身の事業開始レベルの理解 ○現時点での創業可否の判断 | | | | | | |
| | 代表指標 | 創業に向けて理解を深めた受講者の割合 | | | | | | |
| | 数値目標 | 80% | 実績数値 | 96.8% | 目標達成度 | 121.0% | | |

| | | | | | | |
|---------------------------------|--|---|----|-------------|-----|-------|
| 績 ／ 目 標 達 成 度 | 成果の代表事例 | <p>製造業や飲食業、各種サービス業などを創業予定の方に参加頂いた。最終的には創業塾受講者からの創業予定者が17名、特定創業支援事業に基づく証明書発行希望者が7名ということで、創業塾を通じ必要な知識を得て、創業に向け大きく前進する事例があった。</p> <p>●門真市内での創業者の事例 今までの勤務経験と同一業種での創業のため、これまでの経験を存分に活かせる事業ではあるが、創業融資を受けるためには創業計画書の作成が必須であった。当初は自力作成は困難であったが、全5回の講義を通じ必要な基礎知識を身に付け、事業計画のブラッシュアップを重ねることで自身が考える事業の強みや課題を把握することが出来た。本事業終了後には創業計画書通りの融資実行に漕ぎ着けることができた。</p> | | | | |
| | その他目標値の実績 | 目標値 (計画) | 5名 | 目標値 (実績) | 17名 | 目標達成度 |
| | | <p>受講者の内、創業に向けて取組を始めた創業予定者数は17名であった。内、7名が特定創業支援事業の認定証発行を希望し、2名分発行済み。残りの方についても継続して支援を行っていく。さらに、4名をカルテ化し、2名を創業融資実行に繋げた。</p> | | | | |
| 実施結果 | 課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか) | <p>創業希望者の事業PRとして例年行っている行政や地域金融機関への案内や新聞折込、鉄道駅でのポスター掲示に加え、地域コミュニティ誌への広告掲載、セミナー情報専門のインターネットサイトへの情報掲載を行った。その結果、当初定員の30名を超える31名の申込があった。令和4年度についても引き続き創業の前段階で踏みとどまっている創業希望者の創業塾への誘導を行っていく。</p> | | | | |

守口門真商工会議所

| | | | | | | | | |
|-----------|---------------------------------|--|------|------------|-------|--------|-------|-----|
| 事業名 | | 守口門真ものづくり元気企業 | | | | | | |
| 想定する実施期間 | | 24 年度～ 年度まで ※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること | | | | | | |
| 事業の概要 | 事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか) | 工業関連企業を取り巻く状況は近年の一層のグローバル化により、他企業との差別化が重要な課題の一つとなっている。そのような中、守口・門真地域の工業活性化を図るべく、差別化を進めるために本年度も「守口門真ものづくり元気企業」を認定する。これは大企業の下請け等で培った多くの魅力的な製造技術、品質管理技術をもつ企業群を1つのパッケージとし、効果的にPRすることを目的とする。また認定企業の中でも、より魅力的な企業を大阪ものづくり優良企業賞や関西ものづくり新撰の認定に向けて支援することで、上位の認定事業申請への取り組みを容易にし、積極的な販路開拓を促す狙いがある。さらに、認定メリットにロゴ使用やHP、パンフレット掲載だけでなく、展示会合同出展や出展料補助など、他の販路開拓事業との連携も図る。 | | | | | | |
| | 支援する対象 (業種・事業所数等) | 製造業事業所（主たる部会：金属工業部会と一般工業部会の約600社） | | | | | | |
| | 実施時期・具体的な内容及び事業手法 | <p>【準備委員会① 令和3年7月29日（木）午前11時00分～12時00分】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・募集要領、応募申請書、申立書、募集案内、選定委員、選定基準の承認 ・実施スケジュールの確認 ・認定事業所のフォロー状況報告 <p>【元気企業 平成24年～令和2年度認定事業所パンフレット作成】</p> <p>【元気企業応募期間 令和3年8月2日（月）～8月31日（火）】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・申込5件 <p>※応募企業については経営指導員により、認定事業の効果的な活用方法と申請書作成方法について支援を行った。</p> <p>【MOBIO企画展 守口門真ものづくり元気企業PR出展 令和3年11月4日（木）～30日（火）】</p> <p>【選定委員会（新型コロナウイルス感染症防止のため書面による審査） 令和3年12月3日（金）～12月17日（金）】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・受付企業5社のうち4社について審査を実施。 <p>【認定楯授与式 令和4年3月23日（水）午後1時00分～】</p> | | | | | | |
| | | <p><事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載></p> <p>①府施策連携 認定企業を「大阪ものづくり優良企業賞2022」（中小企業支援室 ものづくり支援課）の推薦に繋げる。（7社申請4社認定）</p> <p>②広域連携</p> <p>③市町村連携 商工担当課の職員が準備委員会等に参加。事業運営全体にアドバイスをいただいている。また、パンフレットを配布することで、当地域のものづくりブランドの発信に努めている</p> <p>④相談相乗 申請書作成の際、事業内容を明確に把握できるため、大阪ものづくり優良企業賞の申請や、各種補助金申請時に必要な事業計画策定を中心に積極的に支援を拡大させている。</p> | | | | | | |
| | 計画に対する実績（数値） | 総支援企業数(計画) | 5.0 | 総支援企業数(実績) | 4.0 | 支援実績率 | 80.0% | 満足率 |
| 事業全体の実績／目 | 目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか) | <p>守口市・門真市内のものづくり企業の技術力、製品力等を認定することで、地域を代表とする企業として信用力が高まった。また、当所より積極的な情報発信や販路開拓支援などを行うことでビジネスの拡大に繋がった。詳細は下記の通り。</p> <p>①自社の技術的な強みやQCDレベルの再確認</p> <p>②情報発信により技術力・製品力のPRを行い知名度を向上（会議所HP、会議所会報、各認定事業所HP、パンフレット、大阪府内36商工会・商工会議所へパンフレット発送、MOBIO企画展、大規模展示商談会、ショッピングモール設置の掲示板、他各種イベント等）</p> <p>③認定事業経営者同士の情報交換・交流によるモチベーションの向上</p> <p>④大阪ものづくり優良企業賞・各種補助金をはじめとする支援施策の活用推進</p> | | | | | | |
| | 代表指標 | 認定事業所のうち自社技術の強みを理解し、PRできた企業割合 | | | | | | |
| | 数値目標 | 70% | 実績数値 | 100.0% | 目標達成度 | 142.9% | | |

| | | | | | | |
|------|--|---|-----|-------------|-----|-----------------|
| 標達成度 | 成果の代表事例 | <p>●守口市内の製造業A社の事例 これまで本事業のような認定を受けたことがなかったが、自社技術のPR及び、信頼度を向上させる目的で申請し、認定を受けた。申請書を作成することで自社の強みや課題を把握することができ、今後は上位認定である「大阪ものづくり優良企業賞」に向け、指導員と申請書のブラッシュアップをおこなっていく。また、展示会への出展時には、本事業で明確になった強みである「樹脂金型のシボ加工技術」をPRし、積極的な販路開拓をおこなっていく。</p> | | | | |
| | その他目標値の実績 | 目標値 (計画) | 111 | 目標値 (実績) | 111 | 目標達成度 100.0% |
| 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>平成24年度34社、平成25年度10社、平成26年度8社、平成27年度13社、平成28年度10社、平成29年度9社、平成30年度10社、令和元年度10社、令和2年度7社の合計111社が対象。</p> | | | | |
| | | <p>守口門真ものづくり元気企業認定に向け、ハンズオンで支援した事業所からの満足度は高かった。さらに過去に認定を受けた事業所からは、展示会出展及びパンフレット等配布による「守口門真ものづくり元気企業ブランド」PRを行ったことで、一定の評価を得ることができた。今後も、販路開拓・新規顧客開拓として当所HPでの紹介や認定事業所のみが対象となる大規模展示商談会への出展料補助などを行うことでさらなるPRを図っていきたい。また認定事業所のメリットとして大規模展示会出展料補助やISO等の工業規格の新規取得・更新費用の一部補助を行った。自動車・航空宇宙・医療機器関係分野を含む品質管理基準の取得率を高め、地域全体の競争力を強化し、元気企業ブランド向上に努めていく。</p> | | | | |