

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 | 堺商工会議所 |
| | 代表者職・氏名 | 会頭 葛村 和正 |
| | 所在地 | 〒591-8502 堺市北区長曾根町130番地23 |
| | 職・氏名 | 総務部総務課長 藤見淳一 |
| | 連絡先 | TEL（直通）： 072-258-5581 Fax： 072-258-5580 E-mail： scci2702@sakaicci.or.jp |
| ①設立年月日 | | 明治12年9月13日 |
| ②職員数 （うち経営指導員数） | | 35名（経営指導員29名）（令和4年4月1日現在） |
| ③所管地域 | | 堺市 |
| ④管内事業所数 | | 28,733社（平成28年度経済センサス） |
| ⑤管内小規模事業者数 | | 18,662社（平成28年度経済センサス） |
| ⑥会員数（組織率） | | 5,822社（20.2%）（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 | | |
| □主な事業概要（定款記載事項等） | | |
| <p>当商工会議所は、地区内における商工業者の共同社会を基盤とし、商工業の総合的な改善発達を図り、兼ねて社会一般の福祉の増進に資し、もってわが国商工業の発展に寄与することを目的とする。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 商工会議所としての意見を公表し、これを国会、行政庁等に具申し、又は建議する。 ・ 行政庁等の諮問に応じて答申する。 ・ 商工業に関する調査研究を行う。 ・ 商工業に関する情報及び資料の収集又は刊行を行う。 ・ 商品の品質又は数量、商工業者の事業の内容その他商工業に係る事項に関する証明、鑑定又は検査を行う。 ・ 輸出品の原産地証明を行う。 ・ 商工業に関する施設を設置し、維持し、又は運用する。 ・ 商工業に関する講演会又は講習会を開催する。 ・ 商工業に関する技術及び技能の普及は又は検定を行う。 ・ 博覧会、見本市等を開催し、又はこれらの開催のあっせんを行う。 ・ 商事取引に関する仲介又はあっせんを行う。 ・ 商事取引の紛争に関するあっせん、調停又は仲裁を行う。 ・ 商工業に関して、相談に応じ、又は指導を行う。 ・ 商工業に関して、商工業者の信用調査を行う。 ・ 商工業に関して、観光事業の改善発達を図る。 ・ 社会一般の福祉の増進に資する事業を行う。 ・ 行政庁から委託を受けた事務を行う。 ・ その他本商工会議所の目的を達成するために必要な事業を行う。 | | |

2. 事業概要

堺商工会議所

(1) 事業の目標

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

(2) 事業を実施した具体的な内容、方法及び工夫した点

【経営相談支援事業】

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

【専門相談支援事業】

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

【地域活性化事業】

堺市産業の特性や中小企業を取り巻く経営環境等を踏まえ、地域産業の活性化に向け、大阪府施策や近隣商工会議所との連携等も意識しながら実施した。コロナ禍の影響で、販路開拓・人材確保支援事業等、とりわけ、対人接触・交流の機会を要する事業については、中止、規模縮小を余儀なくされたが、実施方法の変更（「飲食店・地場製品等域内資源の活性化支援事業」：テイクアウトによる提供）や、「ものづくり企業商談会」：事前予約型（クローズ型）での実施）等を通じて、コロナ禍の影響を最小限に抑えることに努め、地域産業の活性化を図った。

(3) 事業を実施した効果、所管地域の活性化の状況

【経営相談支援事業】

昨年度に引き続き、「新型コロナウイルスに関する中小企業・小規模事業者相談窓口」を設置したこともあり、支援企業数（952社）、支援件数（延1,162件）ともに高い水準となった。とりわけ、金融や資金繰り支援等（計349件）では、廃業・倒産防止に繋げるべく迅速に対応するとともに、事業計画書作成支援（417件）においても、「ポスト・ウィズコロナ」等への対応が求められる中、事業構想や目的、具体的な内容・スケジュール、資金計画、損益計画等への助言を通じ、新規事業及び経営革新等の円滑化を図った。

【地域活性化事業】

「ビジネスの未来を変えるIoTセミナー事業」や「WEB・クラウド販路開拓支援事業」では、企業活動の生産性向上及び業務効率化が一層求められているが、IT系セミナーの開催により、オンライン会議システムの活用やテレワークの導入等、中小企業者のITリテラシーの向上が図られた。また、ホームページの新規開設、スマホ対応のレスポンシブデザインへのリニューアル、SNSの活用等の相談案件が増え、情報発信力の強化、新規顧客の確保、販路拡大の事例も確認できた。

(4) 事業を実施した結果浮かび上がった課題

【経営相談支援事業】

本年度も、金融、事業計画作成支援等を重点的に実施し、企業の倒産防止や新事業展開等、一定の実績を得たが、今後、コロナ融資の返済の本格化や世界情勢の不安定化等に伴い、資金繰りが再び悪化する企業や、コロナ禍により業種・業態転換等を迫られる企業からの、より高度な支援の要請にこたえていかなければならないことから、今回、新たな支援先となった企業との関係性が一過性のものとならないよう、外部研修等を通じた経営指導員の資質向上が急務となる。

【地域活性化事業】

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

また、IT化等による生産性及び業務効率の向上が必要な企業に対しては、啓発的なセミナーのみならず、ITツール等の導入に向けた個別具体的なサポートが重要であるため、引き続き、当該企業とITベンダーとの交流機会の提供や、IT専門相談員の派遣等、各企業の規模や実情等に応じたIT化等を進めていかなければならない。

さらに、カーボンニュートラル等、企業の積極的な事業変革が求められる課題への対応支援にも注力していかなければならない。

(5) 次年度の取り組み

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

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

3. 経営相談支援事業・専門相談支援事業 堺商工会議所

| I 経営相談支援事業 | | | | | |
|--|-----|------|------|--------|------|
| 支援のポイント・成果 | | | | | |
| <p>本年度についても、コロナ禍により、多くの中小企業の経営が急激に悪化していたことから、スピード感をもって、金融、資金繰り計画作成、販路開拓及び事業計画作成支援等を重点的に行った。</p> <p>なお、支援にあたっては、各経営指導員の強みを活かす支援を一層心がけ、経営指導員間で相談者に関する緊密な情報交換を行った。さらに、個々の経営指導員の支援の幅と能力を向上させるために、ある特定の分野に強い経営指導員が、その分野に弱い経営指導員を教育する体制を整え、多様化する相談ニーズに対応できるよう注力した。</p> <p>地域活性化事業を実施するにあたっては、コロナ禍の中で、参加企業が抱える課題やニーズを拾い出して経営相談支援事業と連動させることを意識した。その結果、本年度も、年度当初計画を超えるカルテ相談件数となった。PDCAサイクルを強く意識することで、相談者の課題を十分に把握することができ、次年度地域活性化事業の充実につながっている。</p> <p>【代表事例】</p> <p>K社は1997年に創業。化学工場の配管工事、タンク等の製缶品や化学装置等の設置・修理を主力事業としている。今回、新型コロナウイルスの影響により、化学工場での設備修理工事の受注がなくなり、売上が急激に減少。そこで、修理工事として今まで培った機能再生技術を活かして、新たにIoT関連の設備工事業に進出するための事業計画作成立案のため、令和3年4月に当所へ来所。新たな顧客ターゲットのニーズ把握、自社の強みの明確化、事業スケジュール、新規事業の収支計画等の作成を助言し、事業計画を明確化し、円滑に新事業を立ち上げることができた。</p> <p>その後、新しいIoT関連事業の販路開拓策として、IT導入補助金のIT登録事業者への登録や、動画を活用した販路開拓方法について提案。また、令和4年3月に開催した当所のIT・DXマッチング拡大交流会に出展。積極的な交流をすることにより、事業計画に掲げた売上目標に向け成果を上げつつある。</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 | 942 | 952 | 101.1% | 5 |
| 支援機関等へのつなぎ | 支援数 | 44 | 45 | 102.3% | 5 |
| 金融支援（紹介型） | 支援数 | 98 | 96 | 98.0% | 5 |
| 金融支援（経営指導型） | 支援数 | 120 | 133 | 110.8% | 5 |
| マル経融資等の返済条件緩和支援 | 事業所 | 2 | 2 | 100.0% | 5 |
| 資金繰り計画作成支援 | 事業所 | 118 | 118 | 100.0% | 5 |
| 記帳支援 | 事業所 | 25 | 24 | 96.0% | 5 |
| 労務支援 | 支援数 | 67 | 67 | 100.0% | 5 |
| 人材育成計画作成支援 | 事業所 | 1 | 1 | 100.0% | 5 |
| マーケティング力向上支援 | 事業所 | 6 | 6 | 100.0% | 5 |
| 販路開拓支援 | 支援数 | 177 | 178 | 100.6% | 5 |
| 事業計画作成支援 | 支援数 | 417 | 417 | 100.0% | 5 |
| 創業支援 | 事業所 | 11 | 11 | 100.0% | 5 |
| 事業継続計画（BCP）作成支援 | 事業所 | 10 | 10 | 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 | 13 | 13 | 100.0% | 5 |
| 5S支援 | 事業所 | 0 | 0 | — | — |
| IT化支援 | 事業所 | 31 | 30 | 96.8% | 5 |
| 債権保全計画作成支援 | 事業所 | 0 | 0 | — | — |
| 事業承継支援 | 事業所 | 11 | 11 | 100.0% | 5 |
| 災害時対応支援 | 事業所 | 0 | 0 | — | — |
| フォローアップ支援 | 事業所 | 50 | 50 | 100.0% | 5 |
| 結果報告 | 事業所 | 942 | 952 | 101.1% | 5 |

II 専門相談支援事業

支援のポイント・成果

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

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

| 事業名 | 新規/継続 | 指標 | 目標数値 | 実績数値 | 達成率 | 事業評価 |
|------|-------|------|------|------|--------|------|
| 倒産防止 | 継続 | 事業所数 | 15 | 15 | 100.0% | 5 |
| 税務支援 | 継続 | 指導日数 | 44 | 44 | 100.0% | 5 |

| Ⅲ 地域活性化事業 | | | | | | | | | | |
|---|-----------------------|--------|-----|--------|--------|---------------------------|-----|-----|--------|------|
| 支援のポイント・成果 | | | | | | | | | | |
| <p>当所が主体となった事業において、利用者満足率は概ね高い数値となっていることから、事業評価の自己評価は高いものとしている。当所では、これまで「販路開拓支援」「人材確保支援」「IT化支援」を大きなテーマに掲げ、単に事業の参加企業数を追いかけるのではなく、実際にどのように売上に結び付いたのか、良い人材が確保できたのか、事業の効率化に貢献できたのかという結果にこだわって事業を展開した。</p> <p>コロナ禍の影響で、販路開拓・人材確保支援事業等、とりわけ、対人接触・交流の機会を要する事業については、中止、規模縮小を余儀なくされたが、実施方法の変更（「飲食店・地場製品等域内資源の活性化支援事業」：テイクアウトによる提供）や、「ものづくり企業商談会」：事前予約型（クローズ型）での実施）等を通じて、コロナ禍の影響を最小限に抑えることに努め、地域の産業の活性化に図った。</p> <p>次年度以降も、これまでに蓄積したノウハウを活かした継続事業、対象企業の声を積極的に取り入れた新規事業を展開することで、高い実績を目指していきたい。</p> | | | | | | | | | | |
| (1) 単独事業 | | | | | | | | | | |
| 府施策連携 | 事業名 | 総支援企業数 | | 支援実績率 | 利用者満足率 | 目標の指標 | | | | 事業評価 |
| | | 計画 | 実績 | | | 項目 | 目標値 | 実績 | 達成率 | |
| | 堺ブランド「堺技衆」認証事業 | 92 | 92 | 100.0% | 92.4 | 新規顧客獲得数 | 20 | 25 | 125.0% | 5 |
| ○ | 創業準備セミナー | 60 | 56 | 93.3% | 98.2 | 創業準備イメージ割合 | 80 | 100 | 125.0% | 5 |
| ○ | ビジネスの未来を変えるIoT活用セミナー | 50 | 40 | 80.0% | 85.0 | IoT導入企業数 | 5 | 5 | 100.0% | 5 |
| ○ | 中小企業国際化支援セミナー | 50 | 44 | 88.0% | 95.5 | 海外展開の具体的検討企業数 | 5 | 5 | 100.0% | 5 |
| ○ | BCP策定支援事業 | 32 | 26 | 81.3% | 100 | 事業継続力強化計画等の策定件数 | 32 | 26 | 81.3% | 5 |
| | 事業計画書作成セミナー | 120 | 166 | 138.3% | 84.3 | 事業計画策定取組企業数 | 120 | 138 | 115.0% | 5 |
| | IT・DXマッチング拡大交流会 | 70 | 77 | 110.0% | 80.5 | IT・DXツール導入数 | 10 | 21 | 210.0% | 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 | |
| | ものづくり企業交流事業 | 50 | 46 | 92.0% | 84.8 | 将来的な商談に繋がる機会と捉えた企業数 | 15 | 20 | 133.3% | 5 |
| | 飲食店・地場製品等域内資源の活性化支援事業 | 90 | 69 | 76.7% | 81.2 | イベント終了後の新規顧客・売上の増加率 | 10 | 10 | 100.0% | 4 |
| | 自社商品売込み商談会 | 300 | 318 | 106.0% | 89.7 | 商談件数 | 650 | 463 | 71.2% | 4 |
| ○ | 中小企業人材確保支援事業 | 600 | 378 | 63.0% | 92.9 | 内定者数 | 20 | 4 | 20.0% | 4 |
| | ものづくり企業商談会 | 150 | 110 | 73.3% | 93.6 | 商談件数 | 400 | 110 | 27.5% | 4 |
| | Web・クラウド販路開拓支援事業 | 400 | 360 | 90.0% | 77.8 | オンライン会議室システムによる営業活動の実施企業数 | 5 | 5 | 100.0% | 4 |
| ○ | 事業承継支援事業 | 80 | 82 | 102.5% | 91.5 | 事業承継取組検討企業数 | 15 | 15 | 100.0% | 5 |

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

堺商工会議所

| | | | | | | | | | |
|----------|--|---|--------|--|-------|--|--------|--|-------|
| 事業名 | | 堺ブランド「堺技衆」認証事業 | | | | | | | |
| 想定する実施期間 | | H18 年度～ 未定 年度まで ※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること | | | | | | | |
| 事業の概要 | 事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか) | 堺市内には、優秀な技術を有しているにもかかわらず、知名度の低さから市場において優位性を保つことができない企業が多い。当事業では、そうした優秀な技術を有している企業を発掘し、堺商工会議所がブランド企業として認証することにより、企業の知名度向上と、高い技術を有する産業集積地としての堺地域のイメージアップという相乗効果を図る。平成18年以来企業認証を続けており、今後も優れた企業の発掘を続けていく。 | | | | | | | |
| | 支援する対象 (業種・事業所数等) | 優れた技やサービスを有する域内の企業。 | | | | | | | |
| | 実施時期・具体的な内容及び事業手法 | <p>「ブランドの認知度向上」及び「更新認証・新規認証」を目的に下記のとおり事業を実施した。</p> <p>■ブランドの認知度向上 「メイドインさかいフェア2021」におけるPR事業 《開催日時》 令和3年11月13日(土) 10:00～16:00 14日(日) 10:00～16:00 《開催場所》 堺商工会議所・堺市産業振興センター</p> <p>「大阪勧業展」への『堺技衆』ブース出展 《開催日時》 令和3年12月8日(水) 10:00～17:00 9日(木) 9:30～16:00 《開催場所》 ATCホール</p> <p>YouTube堺技衆チャンネルによる情報発信 「堺技衆」認証企業の「技」を紹介したPR動画を「YouTube堺技衆チャンネル」にアップし、同企業及び「堺技衆」の認知度向上を図った。</p> <p>J:COM番組内で「YouTube堺技衆チャンネル」認証企業PR動画の配信 堺ブランド「堺技衆」YouTubeチャンネル内に掲載中の認証企業PR動画を、令和3年8月9日～令和4年2月3日にかけて、J:COM番組「ジモト応援！つながるNews～堺・南大阪・和泉・泉大津～」にて放送し、情報発信を行った。</p> <p>堺技衆ホームページによる情報発信 認証企業の業種・五十音順別検索機能を備え、認証企業の詳細な紹介や、新着情報の発信を行う。また、令和3年12月1日付で、ホームページをリニューアルし、スマホでの閲覧にも対応。情報発信力の強化を図った。</p> <p>■更新認証・新規認証 以下のスケジュールにて、更新及び新規企業の認証を行った。 令和3年7月20日 第1回 堺ブランド推進会議にて募集要項等を決定 令和3年9月13日～10月12日 更新認証企業の募集 令和3年10月13日～11月12日 新規認証企業の募集 令和4年2月7日 第2回 堺ブランド推進会議にて認証企業を選定 令和4年3月10日 新規認証企業への認証状交付式</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>堺ブランド推進協議会のメンバーに、堺市が参画することで、より多角的な視点からの協議が可能となり、連携することでスムーズな事業運営が可能となった。</td> </tr> <tr> <td>④相談相乗</td> <td>新規申請企業の訪問ヒアリングで、詳細な事業内容等が把握でき、経営指導に活かすことができた。</td> </tr> </table> | ①府施策連携 | | ②広域連携 | | ③市町村連携 | 堺ブランド推進協議会のメンバーに、堺市が参画することで、より多角的な視点からの協議が可能となり、連携することでスムーズな事業運営が可能となった。 | ④相談相乗 |
| ①府施策連携 | | | | | | | | | |
| ②広域連携 | | | | | | | | | |
| ③市町村連携 | 堺ブランド推進協議会のメンバーに、堺市が参画することで、より多角的な視点からの協議が可能となり、連携することでスムーズな事業運営が可能となった。 | | | | | | | | |
| ④相談相乗 | 新規申請企業の訪問ヒアリングで、詳細な事業内容等が把握でき、経営指導に活かすことができた。 | | | | | | | | |

| | | | | | | | | | |
|-----------------|---|--|-------------------------|------------|------|-------|--------|-----|-------|
| | 計画に対する実績 (数値) | 総支援企業数(計画) | 92.0 | 総支援企業数(実績) | 92.0 | 支援実績率 | 100.0% | 満足率 | 92.4% |
| 事業全体の実績 / 目標達成度 | 目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか) | <p>■大阪勧業展等でのPRについて 本事業及び堺ブランド「堺技衆」認証企業を、一般企業及び一般市民等に広くアピールするため、大阪勧業展において、本事業のPRブース等を設け、本事業の横断幕を張り、認証企業PR映像を液晶テレビで映し出し、堺技衆ガイドブックやPRツールを配布すること等によって、認知度の向上を図った。 さらに、各種商談会やイベント、大阪勧業展にブース出展する認証企業に対して、本事業の「のぼり」をブース内に設置することで、堺ブランド「堺技衆」の認知度の向上を図ることができた。</p> <p>■セミナー・イベント等でのPRについて 商談会の他、各種セミナー・イベントでのパンフレット配布・配架、ホームページやFacebookページへの掲載による情報発信を行なうことによって、堺ブランド「堺技衆」の認知度向上を図ることができた。</p> <p>■ブランド価値について 上記PRを1年を通して継続的に実施することによって、『堺ブランド「堺技衆」認証企業』=『高い技術力を持つ企業である』との認識が深まり、結果的に、同ブランド価値を高めることにつながった。</p> <p>ヒアリング調査によると、1年を通して、堺ブランド「堺技衆」を活用することにより、新規顧客の獲得に至った企業は25社にのぼる。</p> | | | | | | | |
| | | 代表指標 | ブランド認証取得による新規顧客獲得となった社数 | | | | | | |
| | | 数値目標 | 20 | 実績数値 | 25 | 目標達成度 | 125.0% | | |
| | 成果の代表事例 | <p>新聞やテレビ等のマスコミへ、堺ブランド「堺技衆」認証企業を紹介することによって、以下のとおりマスコミへ取り上げられ、同ブランド及び認証企業の認知度を高めることにつながった。</p> <p>①S社の産業機械用熱交換器は、幅広い業界で採用され、もともと技術力の高さに定評があったが、堺ブランド「堺技衆」へ認証されることにより注目され、ネット経由等の問い合わせから新規顧客が増え、売上が伸びた。革新的な製品・サービス開発、地域経済の活性化の観点から高い評価を受け、さらなる認知度向上につながった。</p> <p>②ハードディスクのモーター部品において世界市場の40%のシェアを誇るN社は、高度なナノテクノロジーで世界をリードしており、従来から技術力の高さに定評があったが、堺ブランド「堺技衆」認証により、ネット経由等の問い合わせから新規顧客が増え、売上也伸びた。</p> <p>③立て看板やディスプレイ什器などを製造するT社は、堺ブランド「堺技衆」認証がきっかけとなり、ネット経由で新規顧客が増え、売上也増加。近年では看板の製造技術を生かしたテレワーク用のデスクを開発し、日刊工業新聞にも取り上げられ、全国から問い合わせがくるようになり、さらに売り上げを伸ばしている。</p> | | | | | | | |
| | その他目標値の実績 | 目標値 (計画) | | 目標値 (実績) | | 目標達成度 | | | |
| 実施結果 | 課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか) | <p>新規認証企業を加え、次年度の認証企業は100社を超え、堺ブランド「堺技衆」の認知度の更なる向上に向けた取組みに期待が持てる状況となっている。 今後も引き続き、展示会や商談会、地域イベント、YouTube堺技衆チャンネル、ホームページなどを活用しながら、積極的に情報発信していきたい。</p> | | | | | | | |

堺商工会議所

事業名

創業準備セミナー

想定する実施期間

H13 年度～ 未定 年度まで ※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること

事業の目的
(現状や課題をどのような状態にしたいか)

令和2年度『中小企業白書』によると、我が国の開業率4.4%、廃業率は3.5%となっており、2010年以降、開業志向が続いている。このような中、政府は成長戦略で開業率を英米並みの10%程度に高める目標を掲げ、開業率の底上げに向けて支援を強化している。
一方、堺市内においては、開廃業率が-0.12%と全国平均と比較して、著しく低下している。廃業創業者数の増加を図ることは、地域活力を維持・増大するために必要不可欠である。
そこで、創業に関する基礎知識を一日で習得する当セミナーを開催することは、創業に対する基礎的な知識のない創業希望者が、創業への最初の一步を踏み出すための支援として必要である。また、当事業は、産業競争力強化法に基づいて堺市が認定を受けた「創業支援事業」内に位置付けられており、創業の基礎知識の習得支援を目的としている。

支援する対象
(業種・事業所数等)

堺市内外の創業検討者。将来に創業を行いたいとの希望は持っているものの、何から始めたらいいのか、どのような準備が必要であるかという創業の基礎知識が不足しており、創業への一步が踏み出せていない者。

事業の概要

実施時期・具体的な内容及び事業手法

創業前に知りたい！創業準備セミナー
《開催日時》 令和3年8月21日(土) 10:00～17:00
《開催場所》 堺商工会議所 大会議室・オンライン同時開催
《内容》
将来の創業を考えてはいるものの、何から始めてよいか、どのような準備が必要であるのか、創業の基礎知識が不足している人を対象とした創業の基礎を学ぶセミナー。具体的には、「創業の心構え」「創業のアイデア創出」「創業計画書の作成」「各種創業支援施策の活用」「開業の手続き」「インターネットでの販路開拓」「キャッシュレス決済やクラウドの活用」の内容を1日で実施した。開業に向けた基礎知識が習得できるよう、講師の体験談を踏まえながら、要所を押さえた確にわかりやすく解説した。
＜事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載＞
①府施策連携 大阪府施策と連携した創業支援を、専門家を講師としたセミナー形式により実施し、創業予定者に円滑な創業実現のための支援を実施した。また、セミナー内で、大阪府スタートアップ事業について説明した。
②広域連携
③市町村連携
④相談相乗 当所において創業支援を行っていることを広く周知することにより、セミナー参加者はもとより、それ以外の創業希望者に対しても、経営指導員が継続して相談・支援を実施することができた。

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) | 56.0 | 支援実績率 | 93.3% | 満足率 | 98.2 |
|------------|------|------------|------|-------|-------|-----|------|

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)

本セミナーにより、創業するにあたっての心構えや事業アイデアの磨き方を学び、創業計画書作成の必要性について認識してもらう機会となった。また、事業に必要な資金を割り出し、利益を残していくための計画を数字の面で捉える重要性を理解していただくことができた。更に、公的な融資の種類、創業時の各種手続き、インターネットを利用した販路開拓、キャッシュレス決済やクラウドなどのITツールについても学ぶことができた。近年、新型コロナウイルス感染症対策を講じた上での創業準備が必要になるため、アドバイスをを行い、資金面や設備投資の内容等に反映させることができた。

受講者からは「話が集約されていて、とても分かりやすかった」「夢に向かって考えられそうだ」などという感想があり、創業を検討している者に創業の基礎知識をわかりやすく解説することで、創業意欲を高め、創業への最初の一步を踏み出すきっかけにする目標は達成できたと考える。

| | | | | | |
|------|--------------------------------|------|--------|-------|--------|
| 代表指標 | 創業に関する知識が深まり創業準備がイメージできた受講生の割合 | | | | |
| 数値目標 | 80% | 実績数値 | 100.0% | 目標達成度 | 125.0% |

成果の代表事例

当セミナーに参加したN氏は、フットケアサロンを開業希望であり、本セミナーを受講。創業に対する不安があり、事業アイデアは検討しているものの、何から始めればよいか分からない状態にあった。本セミナー受講により、創業への心構えができ、事業アイデアを具体化する方法や開業に向けた具体的な手続き等を身に付けた。また、創業計画書の作成や資金調達などの相談を受け、支援を行った結果、無事に開業することができた。今後も、販路開拓に向けた伴走型支援を行う。

その他目標値の実績

| | | | | | |
|---------|--|---------|--|-------|--|
| 目標値(計画) | | 目標値(実績) | | 目標達成度 | |
|---------|--|---------|--|-------|--|

| | | |
|-------------|--|---|
| <p>実施結果</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>今回、98%と高い満足度を得られた。オンライン受講者も受講しやすいよう適宜休憩をいれることや、新型コロナウイルス感染症対策など、ニーズに合ったカリキュラム改訂を行ったことが結果に結びついたと考えられる。集客に関しては、SNS広告の活用により定員数を集めることができたが、さらに、各関係機関と連携することで充実したセミナー内容であることのアピールした案内にするなど、より集客を考えていく必要がある。特に、従来から開催時間が長いことと、参加の多い女性受講者から女性の創業に特化したセミナーを開催してほしいという意見が多くあった。次年度においては年2回開催とし、女性を中心に創業の心構えやライフワークバランスを考えるセミナーと、創業の全般的な流れや手続きを把握するセミナーを予定している。</p> <p>創業を予定している方々が実際に開業に至るよう、今後、創業相談窓口や、経営指導員による支援へ誘導し、創業計画書や事業アイデアのブラッシュアップ、資金調達支援を図るなど、継続的に支援していく。なお、アンケート結果では、受講者56名のうち21名と、半分以上の人が開業時期が未定であったことから、創業準備についてのアプローチをし、開業に向けて具体的なフォロー支援を行う。</p> |
|-------------|--|---|

堺商工会議所

| | | | | | | | | | |
|---------------|---------------------------------|---|--|------------|-------|-------|--------|-----|------|
| 事業名 | | ビジネスの未来を変えるIoT活用セミナー | | | | | | | |
| 想定する実施期間 | | H29 年度～ 未定 年度まで ※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること | | | | | | | |
| 事業の概要 | 事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか) | <p>様々なモノ、機械、人間の行動は膨大な情報を生成しており、これらの情報を収集して可視化することで、様々な問題が解決できるようになる。従来のように人間がデータを収集し入力するのではなく、モノの移動を人手を介さずに自動的に収集し、その膨大なデータを分析することによって、新たなサービスを構築することが可能となる。</p> <p>身近な例として、①照明機器やエアコン、ヘルスケア機器やその他の家電をインターネットに接続したり、給湯器、風呂釜などの家電以外の機器の状態モニター・リモコン制御、②工場内、ビル内、店舗内、病院内、学校内や屋外等あらゆる場所に設置された様々なセンサーの情報を取得し、人の出入り、不具合等をチェック、③スマホの業務系アプリの活用、キャッシュレスサービスの導入、AmazonGOのようなレジレス化、④空飛ぶIoT「ドローン」ビジネス等。</p> <p>現在、日本は、世界と比較するとIoTの分野では周回遅れになるほど取り組みが遅れていると言われているが、世界の最先端のIoT活用事例を紹介することによって、今後のビジネスに役立つ可能性を模索する。</p> | | | | | | | |
| | 支援する対象 (業種・事業所数等) | IoTに興味を持つ中小企業経営者、従業員が対象。セミナー参加企業50社を想定し、業種はモノづくり企業をメインとする。 | | | | | | | |
| | 実施時期・具体的な内容及び事業手法 | <p>最新IoTセミナー（「IoTで業務効率・生産性向上セミナー」という名称で開催） 《開催日時》 令和4年2月9日（水）14:00～16:00 《開催場所》 オンライン開催 《内 容》</p> <p>IoTやDX化に興味はあるものの、取り組めていない中小企業を対象に、IoTとDXの概要や相違点を説明するとともに、社内のDX化を進める上で、特にIoT技術に着目した導入事例や活用ポイントを分かりやすく解説するセミナー。具体的には、「DXって何」「デジタル活用と生産性の向上」「IoTを知る・活用のポイント」の内容で行い、中小企業の活用事例を紹介し、どのように業務効率や生産性を向上しているか、わかりやすく解説した。</p> <p><事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載></p> | | | | | | | |
| | | ①府施策連携 | 【商22番】中小企業のIT/IoT導入支援に該当し、大阪府中小企業支援室ものづくり支援課と連携し、実施した。 | | | | | | |
| | | ②広域連携 | | | | | | | |
| | ③市町村連携 | 堺市の広報誌への掲載を通じて広報の連携を行った。 | | | | | | | |
| | ④相談相乗 | セミナーに参加した企業のアンケート調査から、IoT分野を含めた様々な相談・支援に結びついており、その後の経営指導に活かすことができた。 | | | | | | | |
| 事業全体の実績／目標達成度 | 計画に対する実績（数値） | 総支援企業数(計画) | 50.0 | 総支援企業数(実績) | 40.0 | 支援実績率 | 80.0% | 満足率 | 85.0 |
| | 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) | IoTとDXの概要や相違点などを理解するとともに、事務作業を自動化するIoTソリューションの具体的な事例を知ることができ、実際にIoTを導入することができ、人手不足を補い、業務の効率化を達成した企業が増えた。 | | | | | | | |
| | | 代表指標 | IoTを導入した企業数 | | | | | | |
| | | 数値目標 | 5 | 実績数値 | 5 | 目標達成度 | 100.0% | | |
| | 成果の代表事例 | <p>婦人カバンの製造業であるT社は、新たに一般消費者向けのオンライン販売を開始した。そのため、オンライン販売向けと卸向けの在庫管理を別々に行い、オンライン受注に関しては、リアルタイムでの在庫を表示させる必要があった。本セミナーの受講をきっかけに、安価で設置するだけで課題解決できることを学び、実際に導入をした。その結果、リアルタイムで在庫をオンラインショップの受注画面に反映させることができ、業務効率に繋がっている。</p> | | | | | | | |
| その他目標値の実績 | 目標値(計画) | | 目標値(実績) | | 目標達成度 | | | | |

| | | |
|------|--|--|
| 実施結果 | 課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか) | <p>中小企業からは、IoTやDX化といった社内のデジタル化を進めることで、業務効率や生産性向上に繋がると言われているものの、高価なイメージや、製造業以外の業種には関係がないといった声が多くある。こうしたイメージを払拭し、取り組みやすさや、安価で実践できることを伝えていくセミナーにしていく必要がある。特に、無料で公開されているツールなども多数あるので、そうしたものの活用方法を伝えていくことも重要である。また、設備投資を行う際は、導入のハードルを下げるために、補助金等の情報提供も同時に行う必要がある。</p> <p>次年度からは、社内の総合的なデジタル化を目指すため、IoTの枠にとらわれず、広く社内のIT化を進めるDXに重点を置くため、IoTセミナーとしての事業は今年度をもって廃止となる。</p> |
|------|--|--|

堺商工会議所

中小企業国際化支援セミナー

TRUE

H25 年度～ 年度まで ※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること

事業の概要

事業の目的
(現状や課題をどのような状態にしたいか)

人口減少や国内市場の縮小が進む中、大企業だけでなく中小企業においても成長著しいアセアン等の海外市場向けの販売チャンネルはますます注目される場所である。加えて、各種地域間協定等の実施により、今後経済のグローバル化についてはIT化による技術進展が一層伴うと予想されている。他方、中小企業が海外展開する際には、国内とは異なり国毎に、特有の課題・リスクに対応しなければならず、それぞれの企業の取組みの中でしっかり対策を講じていくことが必要となることから、その情報提供としてセミナーを開催する。

支援する対象
(業種・事業所数等)

海外展開を検討しつつ、自社では有効・的確な情報やネットワーク、具体的なアクションに向けたノウハウを有していない中小・小規模事業者。

実施時期・具体的な内容及び事業手法

「日本貿易振興機構（ジェトロ）支援による安心でやさしい『オンライン国際商取引』入門」セミナーを（独）日本貿易振興機構・堺貿易振興協会・（公財）大阪産業局と共同開催した。
 【開催日時】令和4年2月7日(月)14:00～16:30
 【開催場所】堺商工会議所 大会議室 及び オンライン配信
 【内 容】施策紹介（14:00～14:15）
 講演（14:15～15:30）
 テーマ「日本貿易振興機構（ジェトロ）支援による安心でやさしい『オンライン国際商取引』入門」
 個別相談会（15:30～16:30 希望者のみ）

<事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載>

①府施策連携 「大阪ビジネスサポートデスク」をはじめとする各種支援策を紹介し、その施策利用を促進する。

②広域連携

③市町村連携

④相談相乗 本セミナーを通じて、海外展開に向けた情報提供・啓発を行うことにより、経営相談による継続的な支援に繋げていく。

事業全体の実績／目標達成度

計画に対する実績（数値）

| | | | | | | | |
|------------|----|------------|----|-------|-----|-----|-------|
| 総支援企業数(計画) | 50 | 総支援企業数(実績) | 44 | 支援実績率 | 88% | 満足率 | 95.5% |
|------------|----|------------|----|-------|-----|-----|-------|

目標の達成度
(支援企業をどう変化させることができたか)

セミナー受講企業の海外展開を支援すべく、最新の海外経済情報・コロナ禍の情報並びに各種支援策に関する情報を提供した。アンケート結果からは、「大変参考になった」「参考になった」との回答が大部分を占めており、「参考にならなかった」という回答はなく、参加者には満足していただける内容となった。

具体的には、「コロナ禍においてオンラインでの海外取引ができることを知った」「今後も海外セミナーに参加したい」等の意見があるなど、コロナ禍においても、中小企業の海外展開を推進する機会を提供することができた。

代表指標 海外展開を具体的に検討し、個別相談を行う企業数

| | | | | | |
|------|---|------|---|-------|--------|
| 数値目標 | 5 | 実績数値 | 5 | 目標達成度 | 100.0% |
|------|---|------|---|-------|--------|

成果の代表事例

セミナー終了後、5社が個別相談を利用した他、多くの企業が大阪ビジネスサポートデスク等の支援策に関心を示すなど、中小企業の海外展開に向けた啓発に成果を得た。またこれら啓発を通じ20社が海外展開を具体的に検討したいと回答するなど、より踏み込んだ成果を得ることができた。また、ジェトロによるセミナーと、大阪産業局コーディネーターとの個別相談により、食品加工業者が自社の商品をアメリカ合衆国で展開するにあたり、アメリカ食品医薬品局（FDA）の許認可に至る事務等の手法について指導を受け、具体的に海外市場参入を検討するようになった。

実施結果

課題及び次期以降への取組み
(実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)

2年以上続くコロナ禍で、従来のおり対面での国際商取引が困難になり、また、セミナー受講も制限されるなか、オンラインを活用しこれらを解決する方法は、今後も変わることはなく、対面とオンラインの2つのオプションで展開することが求められる。令和4年度においても、これらオプションを活用し、より企業が受講しやすい開催手法を検討していく。

堺商工会議所

| | | | | | | | | | |
|---------------|---------------------------------|--|--|------------|-------|-------|-------|-----|-------|
| 事業名 | | BCP策定支援事業 | | | | | | | |
| 想定する実施期間 | | H27 年度～ 未定 年度まで ※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること | | | | | | | |
| 事業の概要 | 事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか) | 近年、堺市内でも台風21号や新型コロナウイルス感染症による被害により、BCP策定はますます重要度を増している。昨今の経営環境を取り巻く脅威は、大規模な被害が想定される南海トラフ地震などの自然災害、情報セキュリティ事故、感染症発生など様々存在するため、突然襲ってくる脅威の影響を最小限に抑え、速やかに事業を復旧・継続させるためにはBCPの策定が欠かせない。しかし、BCP策定率は低く、未だ策定が進んでいない企業が多い状況にある。そこで中小・小規模事業者には、まずはBCP策定の必要性を認識してもらい、策定支援につなげていくことを目的とする。 なお、令和2年に堺市と共同で事業継続力強化支援計画を作成し認定を受けた。 | | | | | | | |
| | 支援する対象 (業種・事業所数等) | 堺市内を中心としたBCP未策定の中小企業 | | | | | | | |
| | 実施時期・具体的な内容及び事業手法 | <p>基礎からわかる！中小企業のためのBCP策定セミナー</p> <p>《開催時期》 令和3年9月21日（火）13:00～16:00</p> <p>《開催場所》 堺商工会議所 大会議室</p> <p>《内 容》 事業継続の基礎知識 事業継続計画（BCP）とは 簡易版BCPシートの策定（実習） 感染症や自然対策への対策 BCP策定支援制度の紹介</p> <p>BCPの基礎知識や策定のポイントなどに加え、最新の新型コロナウイルス感染症の動向や対策についても重点的に説明があった。また、実際にBCPの作成等を実感してもらうべく、大阪府作成の「超簡易版BCP『これだけは！』シート」（新型コロナウイルス感染症対策版）を使用し、セミナー内での実習形式での解説を行った。</p> <p>【事業継続力強化計画】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ハンズオン支援2社 ・BCPパンフレット作成 <p>事業継続力強化支援計画に基づき、小規模事業者等に災害のリスクの周知や、BCP策定を啓発することを目的に、堺市と共同でパンフレットを作製した。 BCPの策定方法に関する概要や自社の備えを確認できるチェックリスト、堺市各区分のハザードマップのリンク、災害時等に活用できる参考情報を掲載。</p> <p><事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載></p> | | | | | | | |
| | | ①府施策連携 | 大阪府担当部署と連携を図り、セミナー当日には大阪府施策についての説明を併せて実施した。また、大阪府商工関連ニュースへの掲載など、広報面でも連携を図った。 | | | | | | |
| | | ②広域連携 | | | | | | | |
| | ③市町村連携 | 事業継続力強化支援計画の一環として、BCPセミナーを堺市と共催で開催。 | | | | | | | |
| | ④相談相乗 | ハンズオン支援を実施し、簡易版BCP策定した。 | | | | | | | |
| 事業全体の実績／目標達成度 | 計画に対する実績（数値） | 総支援企業数(計画) | 32.0 | 総支援企業数(実績) | 26.0 | 支援実績率 | 81.3% | 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) | 受講者アンケートではBCPを策定するうえで、満足又はおおむね満足の回答が100%となり、満足度は非常に高いものであった。BCPの仕組みや役割、策定の重要性などを理解し、BCP策定に前向きに取り組んでいくきっかけとなった。 | | | | | | | |
| | | 代表指標 | 事業継続力強化計画等の策定件数 | | | | | | |
| | | 数値目標 | 32.0 | 実績数値 | 26.0 | 目標達成度 | 81.3% | | |
| | 成果の代表事例 | 当セミナーを受講したM社は、従業員も多数いることから、BCPを策定する必要性を感じながらもポイントが不明確で自社の状況を計画に落とし込めないうちにいた。本セミナーを受講したことで、脅威の対象は自然災害だけでなく様々な場面にあるということを再認識でき、ポイントを把握できたことで、BCP策定への意欲が生まれた。セミナー中に簡易版BCPの作成を行うとともに、BCP策定をすることができた。 | | | | | | | |
| 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) | <p>申込者は定員を超えていたが、緊急事態宣言発令期間中であったこともあり、参加者は定員割れを起こしてしまった。次年度においては、早い段階から集客に力を入れていく必要がある。</p> <p>セミナー受講により得た知識を「BCPの重要性を社内共有し理解を深める」「実際のBCP策定時に活用する」という企業が75%を占め今後はセミナー受講企業の策定支援制度の利用を推進することにより、策定企業の増加に繋げたい。</p> <p>また、中小企業ではBCPの認知度は依然として低いため、BCPの必要性についてセミナー開催だけでなく、事業開催時、窓口、巡回相談時など説明をする機会を増やしていくとともに、まずは簡易版BCPの策定ができるようなきっかけづくりをしていく。</p> |
|------|--|--|

堺商工会議所

| | | | | | | | | | |
|---------------|---|---|------------|-------|---------|--------|-----|------|--|
| 事業名 | | 事業計画書作成セミナー | | | | | | | |
| 想定する実施期間 | | R3 年度～ 未定 年度まで ※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること | | | | | | | |
| 事業の概要 | 事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか) | 会社の経営の方向性・具体的な事業プラン等を事業計画書に落とし込み、その事業計画に沿って事業を遂行することだけでなく、金融機関への融資申込や経営力向上計画の申請等に際しても事業計画書の提出が必要であり、他者から見て合理的な事業計画を策定できるノウハウは必須と言っても過言ではない。 しかしながら、事業計画の策定経験が乏しく、ノウハウを有しない中小・小規模事業者は数多く存在するため、当該セミナーによってノウハウを習得してもらい、自律的に事業計画書を策定できるよう支援を行う。 | | | | | | | |
| | 支援する対象 (業種・事業所数等) | 事業計画書策定のノウハウを有しない大阪府内の中小・小規模事業者とし、業種は問わない。 | | | | | | | |
| | 実施時期・具体的な内容及び事業手法 | 事業計画書作成セミナー | | | | | | | |
| | | ①《開催時期》令和3年5月11日(火)13:00~15:00 《開催場所》堺商工会議所 大会議室・オンライン 《受講社数》59社 | | | | | | | |
| | | ②《開催時期》令和3年9月16日(木)10:00~12:00 《開催場所》堺商工会議所 大会議室・オンライン 《受講社数》41社 | | | | | | | |
| | | ③《開催時期》令和3年11月22日(月)15:00~17:00 《開催場所》堺商工会議所 大会議室・オンライン 《受講社数》42社 | | | | | | | |
| | ④《開催時期》令和3年11月26日(金)15:00~17:00 《開催場所》堺商工会議所 大会議室・オンライン 《受講社数》24社 | | | | | | | | |
| | <事業手法(①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果)の具体的な連携・効果を記載> | | | | | | | | |
| | ①府施策連携 | | | | | | | | |
| | ②広域連携 | | | | | | | | |
| ③市町村連携 | 堺市の広報誌への掲載を通じて広報の連携を行った。 | | | | | | | | |
| ④相談相乗 | ハンズオン支援を実施し、事業計画書の策定を行った。 | | | | | | | | |
| 計画に対する実績(数値) | 総支援企業数(計画) | 120.0 | 総支援企業数(実績) | 166.0 | 支援実績率 | 138.3% | 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) | 総支援者数・代表指標について、目標を大きく超える実績を計上することができた。支援企業には、事業計画書策定のポイント・ノウハウを習得してもらうことができ、ハンズオン支援も実施することで、より精度の高い事業計画書を策定してもらうことができた。 | | | | | | | |
| | 代表指標 | 事業計画策定に取り組む事業者 | | | | | | | |
| | 数値目標 | 120.0 | 実績数値 | 127.0 | 目標達成度 | 105.8% | | | |
| 成果の代表事例 | Y社は、自社で事業計画書を策定し、補助金に応募したが、不採択となり、当セミナーを受講。事業計画書策定のポイントを学び、事業計画書をブラッシュアップして再度補助金の申請を行ったところ、採択が決定。事業計画書を活用し、円滑な事業遂行を可能とすることができた。 | | | | | | | | |
| 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) | 会報誌や府・市メール配信・当所HP・Facebookページ・DMなどで積極的に広報したところ、目標値を大きく超える実績を計上した。 事業計画書作成において、事業者の悩みは地域差なく存在しており、ニーズも多いことから、令和4年度は広域連携を行うことで裾野を広げた支援を行う。 |
|------|--|---|

堺商工会議所

事業名

IT・DXマッチング拡大交流会

想定する実施期間

R3 年度～ 未定 年度まで ※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること

事業の概要

事業の目的
(現状や課題をどのような状態にしたいか)

中小・小規模事業者では、ITに精通している人材が慢性的に不足しており、業務のIT化・DX化が進みにくい状況に陥っている。新型コロナウイルスの影響により、IT化・DX化を加速させる大手企業との格差はますます広がるばかりであり、日本経済を支える中小・小規模事業者のIT化・DX化は喫緊の課題と言える。
この状況を打開するため、IT・DXツールの導入を検討する中小・小規模事業者と、IT・DXツールを開発・販売する中小企業等（ブース出展）をマッチングさせる場を提供し、中小・小規模事業者のIT・DX化を推し進め、業務効率の向上、販路拡大につなげていくための支援を行う。

支援する対象
(業種・事業所数等)

- ・業務のIT化・DX化に興味を持つ中小・小規模事業者。業種は問わない。
- ・IT・DXツールを開発・販売する中小企業等

実施時期・具体的な内容及び事業手法

【交流会】
 <<開催日時>>令和4年3月2日（水）14:00～17:00
 <<開催場所>>堺商工会議所 大会議室
 <<内 容>>
 「堺のIT・DX展示体験交流会」という名称で開催。堺のIT・DXサービスを提供している出展企業が自社ツールを展示し、中小・小規模事業者の来場者が気軽にIT・DXツールを体験できる交流会を開催。また、同時開催として「はじめてのシステム導入～失敗しないITベンダーとの付き合い方～セミナー」や「IT相談窓口」を設置し、来場者のIT化に向けて総合的に支援を行った。

<事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載>

| | |
|--------|---|
| ①府施策連携 | |
| ②広域連携 | |
| ③市町村連携 | 堺市にて広報の協力を得ることができ、より多くの来場企業に繋がった。 |
| ④相談相乗 | この事業を通じ、経営指導員が中小・小規模事業者のIT化・DX化の取り組みについて把握することにより、経営指導を通じて、IT・DXツールの導入にかかる支援やフォローを行うことができた。 |

事業全体の実績／目標達成度

計画に対する実績（数値）

| | | | | | | | |
|------------|------|------------|------|-------|--------|-----|------|
| 総支援企業数(計画) | 70.0 | 総支援企業数(実績) | 77.0 | 支援実績率 | 110.0% | 満足率 | 80.5 |
|------------|------|------------|------|-------|--------|-----|------|

目標の達成度
(支援企業をどう変化させることができたか)

交流会参加により、来場企業のIT・DX導入に繋がった他、IT業者とのネットワークを構築することができ、各社デジタル化による業務効率等の大幅な向上を達成することができた。また、出展企業は今後IT導入を検討している企業との交流による販路開拓が達成でき、ひいては売上向上が期待できる。

| | | | |
|-------|-------------|------|-----|
| 代表指標 | IT・DXツールの導入 | | |
| 数値目標 | 10社 | 実績数値 | 21社 |
| 目標達成度 | 210.0% | | |

成果の代表事例

来場企業のA社が3Dプリンターの導入についてB社と前向きに進展があった。また、C社とD社の間ではスマートグラスについて商談が進展している。

その他目標値の実績

| | | | | | |
|---------|--|---------|--|-------|--|
| 目標値(計画) | | 目標値(実績) | | 目標達成度 | |
|---------|--|---------|--|-------|--|

実施結果

課題及び次期以降への取組み
(実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)

出展・来場企業から、交流の結果に関わらず「大変満足」「満足」という回答が8割を超えた。ITツールを実際に体験しながら交流を行うことにより、各企業間での今後の課題やITツールの導入の必要性等が明確となった。また、実際に導入を検討している企業も多く、双方にとって有意義な交流会となったといえる。来年度も、IT提供事業者及びデジタル化に興味のある企業同士が交流しやすい場の仕掛けづくりを工夫していき、参加企業の販路拡大に寄与する事業としていきたい。

堺商工会議所

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---------------|---|---|------|------------|-------|--------|-----|-----|-------|--------|--|--|--|--|--|--|--|-------|-------------------------------------|--|--|--|--|--|--|--------|--|--|--|--|--|--|--|-------|---|--|--|--|--|--|--|
| 事業名 | | ものづくり企業交流事業 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 想定する実施期間 | | H30 年度～ 未定 年度まで ※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 事業の概要 | 事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか) | <p>府域内には、優れた製品・技術を持ちつつ、企業交流・連携を契機とした新製品開発や製品改良に積極的に取り組む、意欲あるものづくり事業者が多数存在している。大手・中堅企業からの発注案件は、量産型・単一加工が減少し、複数の加工技術を駆使する必要がある完成部材の一括発注が増加する傾向にある。このような中、既存の下請け・協力企業では対応できない案件も増加していることに加え、人手不足による取引機会ロスも生じている。</p> <p>一方、下請け・協力企業数社におけるグループを形成し、各工程をそれぞれ分担し連携することで、受注に対応している例もある。企業としては、他社との連携を拡充し多種多様な受注に対応していきたいとのニーズを有しているものの、他社がどのような事業に取り組む、かつどういった製品・技術を保有しているかの情報を把握できていない状況も伺える。</p> <p>については、「交流・接触を契機に、新たな商談・取引に結び付くことが多い」との事業者からの声を踏まえ、気軽に情報・名刺交換が可能な交流の場を用意し、事業者間ネットワークの構築・強化、取引機会の創出、地域経済活性化の推進を図っていく。</p> | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | 支援する対象 (業種・事業所数等) | 優れた製品・技術、自社独自の製品・技術を持っており、販路開拓に積極的に取り組む中小モノづくり系企業を対象とする。 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | 実施時期・具体的な内容及び事業手法 | <p>【交流会】</p> <p>≪開催日時≫令和4年3月16日（水）14:00～17:00</p> <p>≪開催場所≫堺商工会議所 大会議室・オンライン（ハイブリッド）</p> <p>≪内 容≫</p> <p>「堺ものづくりビジネスネットワーク拡大交流会」という名称で開催。第1部は受託加工、受託生産型中小企業の営業力強化セミナーを開催。第2部では、各社が参加者全員の前で自社のプレゼンを行った他、各社持参のサンプルや自社の特徴をPRする動画を活用し、名刺交換や情報交換を行う交流会を開催。堺市内のものづくり企業を中心に活発な交流が行われた。</p> <p><事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載></p> <table border="1"> <tr> <td>①府施策連携</td> <td colspan="7"></td> </tr> <tr> <td>②広域連携</td> <td colspan="7">和泉商工会議所と共催で開催し、広報を含めて連携して事業を実施に努めた。</td> </tr> <tr> <td>③市町村連携</td> <td colspan="7"></td> </tr> <tr> <td>④相談相乗</td> <td colspan="7">交流会当日に向けては、参加企業の提案・プレゼンテーションノウハウや展示方法等に係る相談を行うことで、相談事業相乗効果創出に努めた。</td> </tr> </table> | | | | | | | | ①府施策連携 | | | | | | | | ②広域連携 | 和泉商工会議所と共催で開催し、広報を含めて連携して事業を実施に努めた。 | | | | | | | ③市町村連携 | | | | | | | | ④相談相乗 | 交流会当日に向けては、参加企業の提案・プレゼンテーションノウハウや展示方法等に係る相談を行うことで、相談事業相乗効果創出に努めた。 | | | | | | |
| | ①府施策連携 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| ②広域連携 | 和泉商工会議所と共催で開催し、広報を含めて連携して事業を実施に努めた。 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| ③市町村連携 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| ④相談相乗 | 交流会当日に向けては、参加企業の提案・プレゼンテーションノウハウや展示方法等に係る相談を行うことで、相談事業相乗効果創出に努めた。 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 事業全体の実績／目標達成度 | 計画に対する実績（数値） | 総支援企業数(計画) | 50 | 総支援企業数(実績) | 46 | 支援実績率 | 92% | 満足率 | 84.8% | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 事業全体の実績／目標達成度 | 目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか) | 参加企業各社が名刺交換に留まらず、自社の状況や製品・技術・サービスの特徴・課題等について情報交換（交流）を行うことで、将来的な商談に繋がる契機となることが期待できる結果となった。 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | 代表指標 | 交流会を将来的な商談に繋がる機会と捉えた企業数 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | 数値目標 | 15社 | 実績数値 | 20社 | 目標達成度 | 133.3% | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 事業全体の実績／目標達成度 | 成果の代表事例 | <p>【交流会】</p> <p>参加企業のA社は、工場内の監視用小型カメラの設置について相談を受け、後日B社を見学し打合せの上、見積書の提出を行うことになった。</p> <p>また、参加企業のC社は、金属の精密加工の外注について相談を受け、詳細な仕様について、後日D社と打合せを行うことになった。</p> | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | その他目標値の実績 | 目標値(計画) | | 目標値(実績) | | 目標達成度 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 実施結果 | 課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか) | 参加企業からは、商談・交流の結果に関わらず「大変満足」「満足」という回答が8割を超えた。本事業は、令和3年度で終了となるが、事業者のネットワーク構築や取引促進について、一定の成果を得ることができた。 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

令和3年度（2021年度）小規模事業経営支援事業 地域活性化事業実績報告書

堺商工会議所

| | | | | | | | | | | |
|---------------|---|--|--|------------|-------|-------|--------|-----|-------|--|
| 事業名 | | 飲食店・地場製品等域内資源の活性化支援事業 | | | | | | | | |
| 想定する実施期間 | | H21 年度～ 未定 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 | 事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか) | 域内には『こだわりのメニューを提供する飲食店』や『特徴ある自社製品（商品）を取扱う中小・小規模事業者』が多数存在する。これらは広域からの集客を期待できる地域資源と考えているが、自社・店単独では広域PRを展開する場やノウハウを有していないため、販売機会を逸しているケースが多い。そこで、これら事業者の販路開拓支援を通じて、地域活性化を推進するため、展示即売会「メイドインさかいフェア」を開催した。 | | | | | | | | |
| | 支援する対象 (業種・事業所数等) | 下記域内企業 ・伝統産品や自社製品（商品）を取扱う中小・小規模卸小売事業者（50社・店） ・こだわりのスイーツを取扱う中小・小規模小売事業者（17社・店） ・手づくり体験を通じて自社商品の販路開拓・会社のPRを目指す中小・小規模小売事業者（2社・店） | | | | | | | | |
| | 実施時期・具体的な内容及び事業手法 | 《公開期間》令和3年11月13日（土）～14日（日） 《公開場所》堺市産業振興センターイベントホール 《内 容》市域内外から広く来場者を集め開催する展示即売会 ＜事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載＞ | | | | | | | | |
| | | ①府施策連携 | | | | | | | | |
| | | ②広域連携 | 支援対象事業者が消費者に対し、自社商品PR・販売できる展示即売会（BtoC）として開催した。出展募集、広報にあたっては高石商工会議所との連携のもと行い、双方の会報誌への掲載や地元小学校でのチラシの配布、各種情報配信サービスを活用するなど、市域内外からの集客に努め、出展企業の認知度向上と誘客を図った。 | | | | | | | |
| ④相談相乗 | | イベント当日までには、プロモーション戦略など、出展企業とは頻りにやり取りを行い、その中でも出展企業の経営課題を十分に把握することが出来たため、販路開拓支援以外の事業計画作成や金融相談など、多面的に支援することが出来た。 | | | | | | | | |
| 事業全体の実績／目標達成度 | 計画に対する実績（数値） | 総支援企業数(計画) | 90.0 | 総支援企業数(実績) | 69.0 | 支援実績率 | 76.7% | 満足率 | 81.2% | |
| | 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) | 【出展による効果についての回答から(複数回答有)】 ①自社独自の販促活動とは異なる販路開拓の機会を得ることができた。(39社・55%) ②自社ブランドや商品に対する消費者の意見が収集できた。(33社・47%) ③多数の企業が出展するイベントなので企業間交流ができた。(36社・52%) ④一般消費者以外からの引合いがあった。(2社・1%) ⑤その他(1社・1%) | | | | | | | | |
| | | 代表指標 | イベント終了後の新規顧客・売上の増加率 | | | | | | | |
| | | 数値目標 | 10% | 実績数値 | 10.0% | 目標達成度 | 100.0% | | | |
| | 成果の代表事例 | 食品小売業のP社のイベント当日の売上は79万円、来場者のうち500人に対して商品の紹介ができた。来場者には自社チラシを配布していたことが奏功して、会期終了後の購入客数・売上はともに33%近く伸びた。 | | | | | | | | |
| その他目標値の実績 | 目標値(計画) | 27,000 | 目標値(実績) | 16,000 | 目標達成度 | 59.3% | | | | |
| | 各支援対象企業に対する来場者については、計画当初、1社約300名を想定していたが、各出展企業からのアンケート回答を基に実施したヒアリングでは、支援企業69社に対し1社あたり約230名の来場者が訪れたことが分かった。コロナ禍による一部計画を縮小したことが理由で、計画当初よりも約70名下回る結果となったが、各企業の販路開拓機会の創出には大きく寄与したことが伺えた。 | | | | | | | | | |
| 実施結果 | 課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか) | 各出展企業（支援対象企業）のアンケート調査結果からは「お店に伺いたいとの声が複数ありました」といった評価が得られるなど、80%の出展企業から満足・ほぼ満足との回答を得た。一方、実店舗でのPR不足や催事でのより効果的な展示ノウハウの不足を今後の課題に挙げる声も聞かれたことから、今後も引き続き当該事業を推進するとともに、催事出展前後を通じて上記のようなノウハウを提供する場を設ける等、より一層成果の多い事業として推進していきたい。 | | | | | | | | |

堺商工会議所

| | | |
|----------|--|---|
| 事業名 | | 自社商品売込み商談会 |
| 想定する実施期間 | | H21 年度～ 未定 年度まで ※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること |
| 事業の概要 | 事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか) | 魅力的な商品を取扱っていないながら、営業力や販売ルートが不足しているため、新たな取引先を開拓できない中小・小規模事業者が多数存在する。これら事業者を対象に、営業力強化に資するセミナーを開催するほか、大手小売店等をブース出展者とした商談会を開催し、新規販売ルートの創出といった支援を行うとともに、域内経済の活性化を図る。 |
| | 支援する対象 (業種・事業所数等) | 自社商品を取り扱う中小・小規模事業者。 |
| | 実施時期・具体的な内容及び事業手法 | <p>①営業力強化セミナー（第12回自社商品売込み商談会in堺プレセミナー） 開催日時：11月24日（水）15：00～17：00 開催方法：オンライン 内 容：受講後の商品提案及び商談を効果的・効率的に行うこと、また「第12回自社商品売込み商談会in堺」での商談成約率向上を目的として、『オンライン商談成功の秘訣セミナー』を開催し、コロナ禍における新たな営業シーンであるオンライン商談のポイント（対面形式でも活用可）について解説を行った。</p> <p>②A商談会（第12回自社商品売込み商談会in堺） 開催日時：12月2日（木）13：00～16：00 開催場所：堺市産業振興センターイベントホール 出展企業：14社 内 容：大型および中堅の小売店（百貨店、スーパー等）や通販会社、卸売会社等の仕入れ担当者（バイヤー）が出展者となり、そこへ販路開拓をめざす最終消費財（住居・生活用品・雑貨、文具、食料品、衣料品等）を取り扱う市内企業の製造業者、卸売業者が自社商品売り込む「逆見本市形式」の商談会を実施。来場企業からは事前に来場申込書（会社概要・売込みたい商品概要を記載）の提出を受け、出展企業に商談希望企業の情報が事前に分かる方式を採用した。</p> <p>②B商談会 自社商品売込み商談会（事前予約型） 魅力ある商品を取り扱いたい大手小売り業者3社が、事前に発注内容をホームページ等で提示した上で、出展企業1社に対し複数社の商談が可能となる事前予約型の商談会を延べ4日間実施した。</p> <p>開催日時：4月14日（水）13：00～16：30 開催場所：堺商工会議所 小会議室 出展企業：コーナン商事㈱ 商談社数：7社</p> <p>開催日時：4月26日（月）10：00～16：00 開催場所：堺商工会議所 小会議室 出展企業：アズワン㈱ 商談社数：6社</p> <p>開催日時：8月2日（月）10：00～17：00 開催場所：堺商工会議所 小会議室 出展企業：イオンリテール㈱ 商談社数：15社</p> <p>開催日時：8月3日（火）11：00～17：00 開催場所：堺商工会議所 小会議室 出展企業：イオンリテール㈱ 商談社数：9社</p> <p>③自社商品PRシートの作成支援 内容：第12回自社商品売込み商談会in堺で来場した支援対象事業者同士が各社商品情報を交換できるシートを作成・掲出する際の支援を行った。</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> |
| | | ①府施策連携 |
| | ②広域連携 高石・和泉・泉大津・岸和田・貝塚・泉佐野・八尾商工会議所等と連携することによって効果的に来場企業を募集する。 | |

| | | | | | | | | | |
|---------------|--|--|--|------------|-------|-------|--------|-----|-------|
| | | ③市町村連携 | 域内の逸品を発掘し、これを行政と協力して全国に売り出していききっかけとする。 | | | | | | |
| | | ④相談相乗 | 取扱商品等の企業情報が盛り込まれた申込み用紙の受付段階で、その来場企業のイチオシ商品が明確に分かることから、事後の経営指導員による販路開拓支援、企業紹介等を行なうことが容易になる。 | | | | | | |
| 事業全体の実績／目標達成度 | 計画に対する実績（数値） | 総支援企業数(計画) | 300.0 | 総支援企業数(実績) | 318.0 | 支援実績率 | 106.0% | 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) | <p>①営業力強化セミナー 『オンライン商談成功の秘訣セミナー』 「第12回自社商品売込み商談会in堺」での来場企業の商談成約率向上のため、商談会プレセミナーとして、リアルでも活かせるオンライン商談成功の秘訣セミナーを開催した。当日は域内企業45社55名の参加を得た。講演内容に対して、受講者の97.8%が「大変満足」、「満足」と回答しており、大変満足いただけたとと言える。</p> <p>②A商談会（第12回自社商品売込み商談会in堺） 当商談会を12月に開催し、来場企業132社・商談件数426件を数えた。通販業界で成功する極上の秘訣！セミナーを事前に開催し、当日に挑むことにより、企業にとって買い手側のニーズに沿った商品提案をすることができ、今後に繋がる商談会となった。商談会では内容の濃い商談が多数行われ、商談成立企業数14社・成約案件17件の実績を得た。また左記商談成立の他、新たな取引への発展が期待できる商談中の企業数24社・商談件数34件も報告されており、今後さらに商談成立となる企業が複数でてくると想定される。</p> <p>②B商談会 自社商品売込み商談会（事前予約型） 当商談会を4月、8月に開催。来場企業数37社・商談件数も同様に37件となった。商談会では、事前予約型の利点を活かした内容の濃い商談が多数行われ、商談成約企業数24社の実績を得た。</p> | | | | | | | |
| | 成果の代表事例 | 代表指標 | 商談件数 | | | | | | |
| | その他目標値の実績 | 数値目標 | 650 | 実績数値 | 463 | 目標達成度 | 71.2% | | |
| | | 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>①営業力強化セミナー 『通販業界で成功する極上の秘訣！セミナー』では、目標達成に至らなかったものの、ネット通販で売上を上げる方法や効果的な提案営業のポイントを事前に学ぶことにより、商談会の成約実績のみならず、今後の各企業事業展開にも貢献することができた。</p> <p>②A・B商談会 両商談会では、参加者より好評を得たため、次年度も引き続き開催を検討しているが、新規出展企業の誘致や効果的な広報手段を考える等、より多くの参加者増加を目指していきたい。</p> | | | | | | | |

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

| | | | | | | | | | |
|---------|---------------------------------|-----------|--|-----------|------|-------|--------|-----|-------|
| 実績／達成度① | 計画に対する実績（数値） | 支援企業数(計画) | 60.0 | 支援企業数(実績) | 45.0 | 支援実績率 | 75.0% | 満足率 | 97.8% |
| | 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) | 指標 | 営業力強化に資するノウハウを学ぶことにより、受講後の商品提案や商談を効果的・効率的に行うことができるようになる。 | | | | | | |
| | | 数値目標 | 70% | 実績数値 | 100% | 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) | 160.0 | 支援企業数(実績) | 169.0 | 支援実績率 | 105.6% | 満足率 | 81.7% |
| | 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) | 来場した支援対象事業者が、商談会を通じ事後に引き合いや取引を獲得することで、各事業者の成長が促進される。 | | | | | | | |
| | | 指標 | 来場企業数 | | | | | | |
| | | 数値目標 | 112 | 実績数値 | 163.00 | 目標達成度 | 145.5% | | |
| その他目標値の実績 | 目標値(計画) | | 目標値(実績) | | 目標達成度 | | | | |
| | | | | | | | | | |
| 実績／達成度③ | 計画に対する実績(数値) | 支援企業数(計画) | 80.0 | 支援企業数(実績) | 104.0 | 支援実績率 | 130.0% | 満足率 | - |
| | 目標の達成度(支援企業をどう変化させることができたか) | 商談会において、自社商品PRシートを作成・掲示することで、支援対象事業者間の情報交換・連携を促進する。 | | | | | | | |
| | | 指標 | PRシート提出枚数 | | | | | | |
| | | 数値目標 | 56 | 実績数値 | 104.00 | 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 | | | | |
| | | | | | | | | | |

堺商工会議所

| | |
|--------------------------------|---|
| 事業名 | 中小企業人材確保支援事業 |
| 想定する実施期間 | H22 年度～ 未定 年度まで ※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること |
| 事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか) | 就職内定率は新型コロナウイルス影響前では改善傾向にあり売り手市場であったものの、現在では、買い手市場の傾向も見え、非常に先行き不透明な状況になっている。このような中、依然として、中小企業への関心は高くない状況が続いており、中小企業の「人材確保」が重要視されている。加えて、企業維持・発展のため、更なる生産性向上の観点も非常に重要であることから、「人材育成」の観点においても支援の必要がある。については、人材の「確保」「育成」に焦点を絞った事業を展開する中で、確保ではこれまでよりも内定者の創出、育成では各ステージに合ったスキル習得により、社員定着を図る。 |
| 支援する対象 (業種・事業所数等) | 「人材確保」「人材育成」の観点において、興味を抱き、経営維持・発展に資する人材の採用やスキルアップを目指す地元中小企業 |
| 事業の概要 実施時期・具体的な内容及び事業手法 | <p>① 求人ネットワーク事業 開催日時：令和4年2月10日（木）13:30～15:50（堺市立堺高等学校） 令和4年2月22日（火）9:30～12:30（大阪府立堺工科高等学校） 開催場所：堺市立堺高等学校、大阪府立堺工科高等学校 内 容：高校生等の若年層の人材を求める中小企業の経営者等が各校を訪問し、高校2年生等に対し企業説明を行うなど、企業の魅力を伝える機会を設ける。また、中小企業の経営者等と高校の進路指導担当者との意見交換会を開催し、高校生等の採用にかかる学校との強いネットワークを構築する。</p> <p>② 大学別企業説明会 開催日時：令和3年12月3日（金）12:30～15:30（羽衣国際大学） 令和3年12月10日（金）10:30～12:30（桃山学院大学） 開催場所：羽衣国際大学、桃山学院大学 内 容：地元中小企業が優秀な人材と巡り合える絶好の機会を提供するため、当所近隣大学の各学内にて、新卒者を対象とした企業説明会を開催した。</p> <p>③ 企業×大学就職担当者及び学生との意見交換会 開催日時：令和4年3月7日（月）13:30～15:30 開催場所：堺商工会議所 大会議室 内 容：当所近隣大学の就職担当者との情報交換を行う事で、大学間での関係性構築及び学生の価値観を共有でき、効果的な採用活動に寄与することができた。</p> <p>④ 女性求職者等の採用・戦力化支援事業 開催日時：令和4年2月22日（火）15:00～17:00 開催場所：オンライン開催 内 容：女性社員を対象に、中小企業で実践できる女性との雇用課題と解決方法を学ぶセミナーを開催した。</p> <p>⑤ 採用担当者向けセミナー 開催日時：令和3年8月18日（水）15:00～17:00 開催場所：オンライン開催 内 容：域内企業の採用担当者を対象に、新型コロナウイルスの影響により状況が変化している現在の採用市場の状況やそれに適した採用ノウハウを学ぶセミナーを開催した。</p> <p>⑥ 中堅社員セミナー 開催日時：令和3年8月24日（火）14:00～16:00 開催場所：オンライン開催 内 容：中堅リーダーとして持つべき人財力（課題設定能力・解決力・耐力・胆力・組織を高める力・コミュニケーション能力）を身に付けるセミナーを開催した。</p> <p>⑦ 管理職向けセミナー 開催時期：令和3年11月17日（水）14:00～17:00 開催場所：堺商工会議所 大会議室 内 容：現管理職や管理職候補を対象に、管理職としての考え方や部下への指導方法や部や課においてのマネジメント等を身に付けるセミナーを開催した。</p> <p>⑧ 経営者層・幹部候補向けセミナー 開催時期：令和4年3月17日（木）15:00～17:00 開催場所：オンライン開催 内 容：経営的な観点で会社の置かれた現状を把握し、経営戦略の必要性を理解するとともに課題解決に向けた実行力・推進力（リーダーシップ）を身に付けるためのセミナーを開催。</p> <p>⑨ 女性社員スキルアップセミナー 開催日時：令和3年10月28日（木）14:00～17:00 開催場所：オンライン開催 内 容：女性社員を対象に、「コミュニケーション力」、「問題解決力」、「キャリアプラン」等を学ぶセミナーを開催した。</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 | 参加企業に対し、OSAKAしごとフィールドのPRを行ない、会員登録の誘導を図るなど、大阪府の労働施策の普及活動に努めた。 | | | | | | | |
| | | ②広域連携 | 中小企業人材確保支援事業の一連の事業(9事業)を、地域経済の振興を担う当所と高石商工会議所と広域連携事業として実施することにより、来場者募集にかかるスケールメリットを発揮させ、地域に密着した雇用人材の確保にかかる事業の相乗効果を図ることができた。 | | | | | | | |
| | | ③市町村連携 | | | | | | | | |
| | | ④相談相乗 | | | | | | | | |
| 計画に対する実績(数値) | | 総支援企業数(計画) | 600.0 | 総支援企業数(実績) | 378.0 | 支援実績率 | 63.0% | 満足率 | 92.9% | |
| 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>① 求人ネットワーク事業 年度当初の支援目標企業数であった40社を下回る28社(28名)の参加となり、アンケート結果では、受講者の多くから「大いに参考になった」「参考になった」という声をいただき、一定の評価を得られた。</p> <p>② 大学別企業説明会 新型コロナウイルス感染拡大の影響が続き、学校側との調整も難しく開催が困難な状況であった。そのため、年度当初の支援目標企業数であった30社を下回る25社(25名)の参加となったが、受講者の多くから「満足」「おおむね満足」という声をいただき、一定の評価を得られた。</p> <p>③ 企業×大学就職担当者及び学生との意見交換会 年度当初の支援目標企業数であった50社を下回る36社(36名)の参加となったが、受講者の多くから「満足」「おおむね満足」という声をいただき、一定の評価を得られた。</p> <p>④ 女性求職者等の採用・戦力化支援事業 年度当初の支援目標企業数であった30社を下回る24社(25名)の参加となったが、受講者の多くから「大いに参考になった」「参考になった」という声をいただき、一定の評価を得られた。</p> <p>⑤ 採用担当者向けセミナー 年度当初の支援目標企業数であった50社を下回る47社(50名)の参加となり、アンケート結果では、受講者の多くから「大いに参考になった」「参考になった」という声をいただき、一定の評価を得られた。</p> <p>⑥ 中堅社員セミナー 年度当初の支援目標企業数であった50社を下回る45社(94名)の参加となったが、受講者の多くから「大いに参考になった」「参考になった」という声をいただき、一定の評価を得られた。</p> <p>⑦ 管理職向けセミナー 年度当初の支援目標企業数であった50社を下回る42社(63名)の参加となったが、受講者の多くから「大いに参考になった」「参考になった」という声をいただき、一定の評価を得られた。</p> <p>⑧ 経営者層・幹部候補向けセミナー 年度当初の支援目標企業数であった50社を下回る36社(42名)の参加となったが、受講者の多くから「大いに参考になった」「参考になった」という声をいただき、一定の評価を得られた。</p> <p>⑨ 女性社員スキルアップセミナー 年度当初の支援目標企業数であった50社を下回る39社(59名)の参加となったが、アンケートで「共感できることがたくさんあった」「興味深く楽しく受講することができた」等の声をいただき、一定の評価を得られた。</p> | | | | | | | | |
| | 代表指標 | | 内定者数 | | | | | | | |
| | 数値目標 | | 20 | 実績数値 | 4 | 目標達成度 | 20.0% | | | |
| | 成果の代表事例 | | S社は、採用担当者向けセミナーで得たノウハウを活かして求人ネットワーク事業、大学別企業説明会に参加し、管理職向けセミナー、経営者層・幹部候補向けセミナー、女性社員スキルアップセミナーを活用して人材の育成を行い、人材の定着を図った。 | | | | | | | |
| 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) | ① 求人ネットワーク事業 高校生に対して自社の魅力を訴求することができ満足した企業が多数見られた。また、学校での履修内容や就職状況等詳細な情報を入手することができ有益であるとの感想が参加企業からあった。支援企業数が計画を下回ったものの、満足度も高いことから継続的に実施する。 |
| | | ② 大学別企業説明会【廃止】 求職者を一堂に介した合同就職説明会「就職フォーラム」を取りやめ、大学別の合同企業説明会を開催するも、新型コロナウイルス感染拡大の影響が続き、学校側との調整も難しく開催が困難な状況であった。そのため、令和4年度は、事業を一旦実施を見送る。 |
| | | ③ 企業×大学就職担当者及び学生との意見交換会 「時間が短かった」「担当者との話をもう少し聞きたかった」などの課題が見つかった。これに対し、「ディスカッション時間を長く設定する」などの運営も必要であると思われる。 |
| | | ④ 女性求職者等の採用・戦力化支援事業 中小・小規模事業者に対して、潜在労働者、とりわけ再就職を目指す女性求職者（復職女性）の存在周知や採用を訴求することができ、今後の女性の採用・活躍へ積極的に取り組む意思のある企業が見られた。しかし、日頃から当事業へのニーズの高さが窺えず、少人数制での開催となっていることから、依然として、女性の採用・活躍に対し、重要性を感じていない経営者が多いように思われるため、更なる啓発に努めていく。 |
| | | ⑤ 採用担当者向けセミナー 人材採用に関する各種手法を学び、満足した企業が多数見られた。一方で、各種就職支援サイトを利用した採用が主流で、最も効果的との説明の中で、それらの利用料は中小企業にとって、大企業と同じように支出できるものでないとの声も有ったため、中小企業の実状に即した効果的な採用方法を提案できるように、次年度はセミナー内容を工夫したい。 |
| | | ⑥ 中堅社員セミナー 職場をまとめていくリーダーとして必要な「課題設定力」、「問題解決力」、「コミュニケーション能力」などを習得する内容で実施した。グループ討議や演習を多く取り入れ実践的な内容としたことで好評であった。次年度においても、演習等を多く取り入れ、より実践的な内容で実施する。 |
| | | ⑦ 管理職向けセミナー 管理職として必要な「役割」、「部下のモチベーション管理の重要性」、「部下に業務効率化を図らせる技術」などを習得する内容で実施した。実践的な内容としたことで好評であった。次年度においても、より実践的な内容で実施する。 |
| | | ⑧ 経営者層・幹部候補向けセミナー 経営者・経営幹部に必要な「経営戦略の重要性」と「リーダーシップの重要性」内容を中心としたセミナーを実施した。講義時間が短いなどの意見があり、次年度においては、講義内容の検討も必要であると思われる。 |
| | | ⑨ 女性社員スキルアップセミナー 女性として必要な「コミュニケーション力」、「問題解決力」、「キャリアプラン」などを習得する内容で実施した。実践的な内容としたことで好評であった。次年度においても、より実践的な内容で実施する。 |

【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。

| | | | | | | | | | |
|--------------|-----------------------------|---|-----------------------------|-----------|-------|--------|-------|-----|-------|
| ① 求人ネットワーク事業 | 計画に対する実績(数値) | 支援企業数(計画) | 40.0 | 支援企業数(実績) | 28.0 | 支援実績率 | 70.0% | 満足率 | 96.4% |
| | 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) | 今まで高校等とのネットワークがなかった中小企業に対して、学校教育の現場を知る機会を提供し、加えて、地元工業高校等の就職担当者とのネットワークを構築することで、今後の若年層の求人の確保につながるとともに、採用後の雇用のミスマッチによる離職回避が期待できる。 | | | | | | | |
| | | 指標 | 参加企業と各校とのネットワークが構築されたとする企業数 | | | | | | |
| | 数値目標 | 10 | 実績数値 | 28 | 目標達成度 | 280.0% | | | |
| その他目標値の実績 | 目標値(計画) | | 目標値(実績) | | 目標達成度 | | | | |
| | | | | | | | | | |
| ② 大学別企業説明会 | 計画に対する実績(数値) | 支援企業数(計画) | 30.0 | 支援企業数(実績) | 25.0 | 支援実績率 | 83.3% | 満足率 | 88.0% |
| | 目標の達成度(支援企業をどう変化させることができたか) | 優秀な人材を確保することによって、企業価値の向上が期待できる。 | | | | | | | |
| | | 指標 | 内定者数 | | | | | | |
| | 数値目標 | 20 | 実績数値 | 4 | 目標達成度 | 20.0% | | | |
| その他目標値の実績 | 目標値(計画) | 200 | 目標値(実績) | 56 | 目標達成度 | 28.0% | | | |
| | 各大学での来場者数 | | | | | | | | |

| | | | | | | | | | |
|-------------------|-----------------------------|--|--|-----------|-------|--------|-------|-----|--------|
| ③ 企業×大学意見交換会 | 計画に対する実績(数値) | 支援企業数(計画) | 50.0 | 支援企業数(実績) | 36.0 | 支援実績率 | 72.0% | 満足率 | 94.4% |
| | 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) | 大学別に就職担当者との関係性が構築でき、自社アピールや認知度を高めるとともに、永続的な採用活動も期待できる。また、学生の働く事に対する価値観等の現状を知る事により、学生に対する理解度が深まり、採用のミスマッチの解消に繋げる。 | | | | | | | |
| | | 指標 | 新たに大学との繋がりが持て、今後の採用活動に役立つとされる企業数かつ、採用時の学生に対する理解度を深める事ができた企業数 | | | | | | |
| | 数値目標 | 30 | 実績数値 | 36 | 目標達成度 | 120.0% | | | |
| その他目標値の実績 | 目標値(計画) | | 目標値(実績) | | 目標達成度 | | | | |
| | | | | | | | | | |
| ④ 女性採用力セミナー | 計画に対する実績(数値) | 支援企業数(計画) | 30.0 | 支援企業数(実績) | 24.0 | 支援実績率 | 80.0% | 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) | 潜在労働者、とりわけ女性求職者の雇用に関する知識・ノウハウが身に付き、企業の採用力アップが期待でき、人手不足の解消へと繋がった。 | | | | | | | |
| | | 指標 | 女性求職者の採用に対する理解度を深めることができた企業数 | | | | | | |
| | 数値目標 | 20 | 実績数値 | 24 | 目標達成度 | 120.0% | | | |
| その他目標値の実績 | 目標値(計画) | | 目標値(実績) | | 目標達成度 | | | | |
| | | | | | | | | | |
| ⑤ 採用担当者向けセミナー | 計画に対する実績(数値) | 支援企業数(計画) | 50.0 | 支援企業数(実績) | 47.0 | 支援実績率 | 94.0% | 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) | 新卒者、中途(転職)、女性、シニア、パート(アルバイト)など様々な企業の人材採用における市場感や効果的な手法などを知ることで、採用活動の幅が広がり、自社に適した人材確保へと繋がった。 | | | | | | | |
| | | 指標 | 新たな人材確保における市場感や手法などを学ぶことができた企業数 | | | | | | |
| | 数値目標 | 25 | 実績数値 | 47 | 目標達成度 | 188.0% | | | |
| その他目標値の実績 | 目標値(計画) | | 目標値(実績) | | 目標達成度 | | | | |
| | | | | | | | | | |
| ⑥ 中堅社員セミナー | 計画に対する実績(数値) | 支援企業数(計画) | 50.0 | 支援企業数(実績) | 45.0 | 支援実績率 | 90.0% | 満足率 | 91.1% |
| | 目標の達成度(支援企業をどう変化させることができたか) | 仕事の進め方の基本を再認識し、抱えている問題の解決が可能となる。加えて自分の将来像を見据えることによる意識の向上につながり、ひいては今後、社の中核をなす人物の育成に寄与された定着も期待できる。 | | | | | | | |
| | | 指標 | 中核人材となるための基本スキルを習得できた受講者数 | | | | | | |
| | 数値目標 | 30 | 実績数値 | 45 | 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 | | | | |
| | | | | | | | | | |
| ⑦ 管理職向けセミナー | 計画に対する実績(数値) | 支援企業数(計画) | 50.0 | 支援企業数(実績) | 42.0 | 支援実績率 | 84.0% | 満足率 | 88.1% |
| | 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) | 管理職としての考え方や部下への指導法、課や部におけるマネジメントなどを学ぶことにより、自身のスキルアップ並びに部下の定着率向上にも期待できる。 | | | | | | | |
| | | 指標 | 管理職としての考え方や部下への指導法について基本スキルを習得できた受講者数 | | | | | | |
| | 数値目標 | 30 | 実績数値 | 42 | 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 | | | | |
| | | | | | | | | | |
| ⑧ 経営者層・幹部候補向けセミナー | 計画に対する実績(数値) | 支援企業数(計画) | 50.0 | 支援企業数(実績) | 36.0 | 支援実績率 | 72.0% | 満足率 | 97.2% |
| | 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) | 部下に対して戦略を徹底して実現させるとともに、課題解決に向けたリーダーシップを身につける素地ができた。 | | | | | | | |
| | | 指標 | 改めて自社の中期計画の重要性を認識するほか、リーダーシップの発揮方法を学ぶことができた受講者数 | | | | | | |
| | 数値目標 | 30 | 実績数値 | 36 | 目標達成度 | 120.0% | | | |
| その他目標値の実績 | 目標値(計画) | | 目標値(実績) | | 目標達成度 | | | | |
| | | | | | | | | | |
| ⑨ 女性社員スキルアップセミナー | 計画に対する実績(数値) | 支援企業数(計画) | 50.0 | 支援企業数(実績) | 39.0 | 支援実績率 | 78.0% | 満足率 | 92.3% |
| | 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) | 女性社員のスキルが向上するとともに、モチベーションアップすることにより、企業において女性社員が生き生きと働くことができる。 | | | | | | | |
| | | 指標 | 課題解決力・コミュニケーション力などのスキルを身につけることができた受講者数 | | | | | | |
| | 数値目標 | 30 | 実績数値 | 39 | 目標達成度 | 130.0% | | | |
| その他目標値の実績 | 目標値(計画) | | 目標値(実績) | | 目標達成度 | | | | |
| | | | | | | | | | |

堺商工会議所

| | |
|--------------------------------|--|
| 事業名 | ものづくり企業商談会 |
| 想定する実施期間 | H20 年度～ 未定 年度まで ※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること |
| 事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか) | 優れた技術を持ちながら、営業力不足や機会不足等により新たな取引先を見つけることのできない中小製造業者が多く存在する。この課題を解決するために、中小・小規模ものづくり企業を対象に、販路開拓及びマッチング機会の創出を目的とする。 |
| 支援する対象 (業種・事業所数等) | 域内の中小・小規模ものづくり企業 |
| 事業の概要 実施時期・具体的な内容及び事業手法 | ○ものづくりマッチング商談会in堺（事前予約型） 本年度は、①オープン型を令和3年9月29日（水）に開催に向けて準備を行うが、コロナ禍の影響により中止とし、②クローズ型に切り替えて開催した。外注先や協力企業を募集している大手・中堅メーカーの資材調達担当者（13社）が、事前に①オープン型に申し込まれた府内中小ものづくり企業中心に選定し、個々に商談を行う「事前予約型」（逆指名）で、延べ19日間実施した。 |
| | 日 時 令和3年10月18日（月）13:00～16:30 場 所 当所3階中会議室 出展企業 小川工業(株) 来場企業 8社 |
| | 日 時 令和3年10月21日（木）13:00～17:00 令和3年10月25日（月）13:00～17:00 場 所 当所2階小会議室 出展企業 (株)SDAT 来場企業 18社 |
| | 日 時 令和3年10月22日（金）13:00～16:00 場 所 当所2階小会議室 出展企業 智頭電機(株) 来場企業 8社 |
| | 日 時 令和3年10月28日（木）14:00～15:00 場 所 オンライン 出展企業 (株)ダイキファイン 来場企業 1社 |
| | 日 時 令和3年11月15日（月）13:00～17:00 令和3年11月16日（火）13:30～16:00 場 所 オンライン 出展企業 (株)イノアック住環境 来場企業 11社 |
| | 日 時 令和3年11月17日（水）10:30～14:00 場 所 当所2階小会議室 出展企業 (株)堀田ハガネ 来場企業 7社 |
| | 日 時 令和3年12月6日（月）14:00～17:00 場 所 当所2階小会議室 出展企業 (株)マルトミレンタ 来場企業 8社 |
| | 日 時 令和3年12月14日（火）13:30～16:30 場 所 当所2階小会議室 出展企業 (株)テクノタイヨー 来場企業 7社 |
| | 日 時 令和3年12月17日（金）13:00～14:00 場 所 当所3階中会議室 出展企業 富士インパルス(株) 来場企業 3社 |
| | 日 時 令和4年1月13日（木）14:00～15:30 令和4年1月18日（火）13:00～16:00 令和4年1月19日（水）13:30～16:00 場 所 オンライン 出展企業 (株)トクビ製作所 来場企業 17社 |
| | 日 時 令和4年1月13日（木）14:00～15:30 令和4年1月14日（金）13:30～15:30 令和4年1月28日（金）14:00～14:30 場 所 オンライン 出展企業 (株)マキシコー 来場企業 5社 |
| | 日 時 令和4年2月15日（火）10:00～11:30 令和4年2月24日（木）14:00～15:00 場 所 当所2階小会議室 出展企業 (株)小泉製作所 来場企業 8社 |
| | 日 時 令和4年2月22日（火）9:00～12:00 場 所 オンライン 出展企業 HILLTOP(株) 来場企業 9社 |

| | | | | | | | | | |
|---------------|--|--|---|------------|-------|-------|-------|-----|-------|
| | | ①府施策連携 | | | | | | | |
| | | ②広域連携 | 他地域の7商工会議所と連携することによって、広域的に来場企業を募集することができた。 | | | | | | |
| | | ③市町村連携 | 堺市のメール配信等を通じて広報の連携を行った。 | | | | | | |
| | | ④相談相乗 | 受付段階で技術等の情報を盛り込んだ申込用紙を受領していたため、事後の経営相談や企業マッチングの際に活用とすることができた。 | | | | | | |
| 事業全体の実績／目標達成度 | 計画に対する実績（数値） | 総支援企業数(計画) | 150.0 | 総支援企業数(実績) | 110.0 | 支援実績率 | 73.3% | 満足率 | 93.6% |
| | 目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか) | 【商談会】 今回実施した商談会に関しては、商談会後にフォロー調査を実施したところ、5社において、商談が成立し（案件数9件、総額約118万円）、また19社からは、現在商談中であるとの回答を得た（案件数19件(機密保持のため、金額未定の回答あり)）。 他方、見積り依頼や商談会後の打ち合わせにまで商談が進展しなかった場合でも、「情報収集に役立った」「つながりができたので引き続きやりとりをしている」などの意見が寄せられ、来場企業にとっては商談成立以外のメリットもあることが分かった。フォロー調査でも本商談会を「良くなかった」「あまり良くなかった」と回答した企業は僅かであり、多くの企業にとって本商談会が販路拡大のための良い機会となったことが伺える。 また、発注を受けた企業が他の企業に発注を出すというケースも見られ、実質的な経済効果はフォロー調査結果よりも大きなものになると考えられる。 | | | | | | | |
| | | 代表指標 | 商談件数 | | | | | | |
| | | 数値目標 | 400 | 実績数値 | 110 | 目標達成度 | 27.5% | | |
| | 成果の代表事例 | 来場企業A社は、出展企業B社から総額42万円の受注があった。大阪府内同士の企業ということもあり、これをきっかけに継続的な取引へと繋がっており、受注額は今後増加するものと見込まれている。 | | | | | | | |
| | その他目標値の実績 | 目標値(計画) | 60 | 目標値(実績) | 53 | 目標達成度 | 88.3% | | |
| 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) | 商談会において、自社技術PRシートを作成・掲出することで、支援対象事業者間の情報交換・連携を促進した。 | | | | | | | |
| | | 来場企業からは、商談の成否に関わらず「参加して良かった」「来年度も来場したい、開催継続を望む」という意見が多数寄せられた。ただし、幅広い業種の新規出展企業や、運営方法の変更を望む意見もあった。地域中小企業の特性に合致した出展企業の掘り起こしを行う等、更なる出展企業・来場企業満足度向上に繋げていく予定である。 | | | | | | | |

堺商工会議所

| | | | | | | | | | |
|----------|--|---|--------|--|-------|--|--------|--|-------|
| 事業名 | | Web・クラウド販路開拓支援事業 | | | | | | | |
| 想定する実施期間 | | H23 年度～ 未定 年度まで ※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること | | | | | | | |
| 事業の概要 | 事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか) | <p>個々のプラットフォームに依存しないクラウド型アプリケーションの普及とともに、AI×IoT×ビッグデータの活用、キャッシュレス化の進展により、便利で高度なITツール・ITサービスを利用することが可能になり、事務効率の飛躍的な向上も可能となった。一方、デジタル・デバイドの拡大も問題となっており、中小・零細企業向けのセミナーは不可欠であると考えられる。そのような状況を鑑み、本事業の目的は以下の通り設定する。</p> <p>①オフィス内から営業現場まで幅広い領域のアプリが存在する「業務系クラウド」について学び、業務の効率化、経営競争力の強化、販路開拓を図る。</p> <p>②Facebook等のSNSを活用した効果的なプロモーション手法、ターゲティング広告の活用、ブランディング化の方法、既存HPの活用方法、ネットショップ運営ノウハウ等の習得により、効果的な新規顧客の開拓、売上向上を図る。</p> <p>③Googleによる検索エンジンが、文字から動画へ軸足を移す中、SEO対策上、圧倒的に有利な「動画」を使った情報発信手法を学び、販路拡大を図る。</p> | | | | | | | |
| | 支援する対象 (業種・事業所数等) | IT導入による販路拡大・経営改善に興味を持つ、市内外の中小企業経営者、従業員が対象。業種は問わない。 | | | | | | | |
| | 実施時期・具体的な内容及び事業手法 | <p>下記セミナーを開催。①～③、⑤～⑧は堺商工会議所 大会議室にてオンラインによるハイブリッドで実施。④は、完全オンラインで開催。</p> <p>①ITツール活用・非対面営業技術習得セミナー（1月19日（水）14:00～16:00） 「ITツールを活用 インサイドセールスセミナー」という名称で開催。新型コロナウイルス感染症が蔓延する中で営業で必要な非対面接触営業技術について学んだ。</p> <p>②キャッシュレス・SNS活用セミナー（3月3日（木）14:00～16:00） 「LINEを活用し集客力アップセミナー」という名称で開催。既存のスマホ・アプリ（LINE公式アカウントやLINE Pay）をビジネス活用することによって、業務効率化とともに新規顧客の取り込みを図る方法を学んだ。</p> <p>③ YouTube動画で集客力アップセミナー（2月2日（水）14:00～16:00） 「中小企業がYouTubeをビジネスに活用すべき本当の理由とは？」という名称で開催。YouTubeなどの動画を活用し、ネットで効率よく低予算で集客し、販路拡大につなげる方法を具体的な事例を交えながら学んだ。</p> <p>④ テレワーク導入セミナー（7月19日（月）14:00～16:00） 「働き方改革から考えるテレワーク導入セミナー」という名称で開催。中小企業でテレワークを導入する手順や労務管理上の注意事項等について学んだ。</p> <p>⑤クラウド活用セミナー（6月17日（木）14:00～16:00） 「基礎から学べるクラウド活用セミナー」という名称で開催。業務効率の向上、経営力の強化を行うための最新クラウド・アプリやITツールについて学んだ。</p> <p>⑥Web広告活用セミナー（10月5日（火）14:00～16:00） 「初心者でも分かるネット・WEB広告活用セミナー」という名称で開催。近年、流行している各ネット広告と特徴や導入手順について学んだ。</p> <p>⑦ IT×法務で業務リスク予防セミナー（7月7日（水）14:00～16:00） 「IT時代だからこそ知っておきたい法律の基礎知識セミナー」という名称で開催。ITを活用する上で最低限必要になる法務知識を学んだ。</p> <p>⑧ 業務のDX化セミナー（10月21日（木）14:00～17:00） 「ITツール導入による企業変革セミナー」という名称で開催。中小企業のDX化を促進するために、DXの概要や導入手順、活用事例、具体的なツールの紹介を行った。</p> <p><事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載></p> <table border="1"> <tr> <td>①府施策連携</td> <td></td> </tr> <tr> <td>②広域連携</td> <td>高石商工会議所と連携して事業を行った。高石商工会議所管内および大阪府下の他市から多くの参加をいただいた。</td> </tr> <tr> <td>③市町村連携</td> <td></td> </tr> <tr> <td>④相談相乗</td> <td>セミナーに参加した企業のアンケート調査から、IT分野を含めた様々な相談・支援に結びついており、その後の経営指導に活かすことができた。</td> </tr> </table> | ①府施策連携 | | ②広域連携 | 高石商工会議所と連携して事業を行った。高石商工会議所管内および大阪府下の他市から多くの参加をいただいた。 | ③市町村連携 | | ④相談相乗 |
| ①府施策連携 | | | | | | | | | |
| ②広域連携 | 高石商工会議所と連携して事業を行った。高石商工会議所管内および大阪府下の他市から多くの参加をいただいた。 | | | | | | | | |
| ③市町村連携 | | | | | | | | | |
| ④相談相乗 | セミナーに参加した企業のアンケート調査から、IT分野を含めた様々な相談・支援に結びついており、その後の経営指導に活かすことができた。 | | | | | | | | |

| | | | | | | | | | |
|---------------|---|--|---------|------------|-------|--------|-------|-----|-------|
| 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) | 400 | 総支援企業数(実績) | 360 | 支援実績率 | 90.0% | 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) | ①⇒ZOOMやteamsなどのオンライン会議システムを利用し、リモートで営業を行うスタイルの確立ができた。 ②⇒ キャッシュレス決済の導入、SNSによる情報発信を実施し、新規顧客の獲得に成功した。 ③⇒YouTube動画による情報発信により、新規顧客の獲得に成功した。 ④⇒ テレワーク導入により、業務効率が向上した。 ⑤⇒基幹系クラウドアプリの導入による業務効率の向上を図ることが出来た。 ⑥⇒Web広告を利用することによる情報発信力が強化され、新規顧客の獲得に成功した。 ⑦⇒自社の機密やノウハウの保護のための法的対策を行った。 ⑧⇒ITツールや基幹業務系アプリ、グループウェアなどを導入し、業務のDX化を推進できた。 | | | | | | | |
| | 代表指標 | オンライン会議室システムによる営業活動の実施 | | | | | | | |
| | 数値目標 | 5 | 実績数値 | 5 | 目標達成度 | 100.0% | | | |
| 成果の代表事例 | 【代表事例①】 デザイン事務所のH社は、電子帳簿保存法が施行されたことにより、請求書のデータ保存や処理の負担が大きくなった。「⑧業務のDX化セミナー（10月21日）」を受講し、社内の課題解決に向けたITツールの導入の重要性を認識した。また、紹介されたITツールを導入したことでスマホで簡単に請求書管理ができるようになった。社内の事務作業の効率化を図ることで、営業等の販路開拓に時間を割けるようになり、新規顧客獲得数や売上の増加に繋がった。 | | | | | | | | |
| | 【代表事例②】 子供向けの音楽教室を営むM社は、「②キャッシュレス・SNS活用セミナー(3月3日)」を受講し、SNSを活用し情報発信していくことの重要性を認識した。その後SNSを活用し販路拡大を行い生徒数を大幅に増加させた。また、従来コミュニケーションアプリを活用し保護者1人1人と連絡を取り合っていたが、使い方を見直しGoogleを活用し一斉に連絡事項を送信できるシステムを構築させ業務の業務の効率化も図れた。 | | | | | | | | |
| 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 | 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） | | | | | | | | |
| | IT分野、DX分野は絶えず進化と変化を遂げている。特にコロナ禍では、テレワークや非対面営業、キャッシュレス等の対応が重要な案件となり、中小企業にとっての喫緊の課題を検討する機会を与えることができた。また、SNSの活用などが販路開拓において重要となる一方で、中小企業におけるITリテラシーの向上についても学べるセミナーを実施することができた。 IT系セミナーの開講とそれに伴うIT化支援、DX化支援は今後も重要となるため、中小企業が乗り遅れないようきめ細やかな導入支援を行っていく。次年度においても、「DX化の推進」というキーワードのもと、ITツールの活用やWeb広告、AI、ビッグデータ等、新しい技術に対応するため、その都度最新のIT系セミナーを開催し、支援を行っていく。 なお、③YouTube動画で集客力アップセミナー、⑤クラウド活用セミナーのオンライン配信において、音声等の問題が発生し満足率が低くなった。今後は、音響環境設備の強化を図り、安定したオンライン配信に努めていきたい。 | | | | | | | | |

【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) | 50 | 支援企業数(実績) | 47 | 支援実績率 | 94.0% | 満足率 | 74.5% |
| | 目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか) | ZOOMやteamsなどのオンライン会議システムを利用し、リモートで営業を行うスタイルの確立。 | | | | | | | |
| | 指標 | オンライン会議室システムによる営業活動の実施 | | | | | | | |
| | 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② | 計画に対する実績（数値） | 支援企業数(計画) | 50 | 支援企業数(実績) | 50 | 支援実績率 | 100.0% | 満足率 | 76.0% |
| | 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) | キャッシュレス決済の導入、SNSによる情報発信を実施し、新規顧客の獲得に成功。 | | | | | | | |
| | 指標 | キャッシュレス決済の導入やSNSの新規開設。 | | | | | | | |
| | 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③ | 計画に対する実績（数値） | 支援企業数(計画) | 50 | 支援企業数(実績) | 42 | 支援実績率 | 84.0% | 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） | YouTube動画による情報発信により、新規顧客の獲得に成功。 | | | | | | | |
| | | 指標 | YouTubeチャンネルの開設。 | | | | | | |
| | | 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④ | 計画に対する実績（数値） | 支援企業数(計画) | 50 | 支援企業数(実績) | 46 | 支援実績率 | 92.0% | 満足率 | 78.3% |
| | 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） | テレワーク導入により、業務効率が向上。 | | | | | | | |
| | | 指標 | テレワークシステムの導入。 | | | | | | |
| | | 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⑤ | 計画に対する実績（数値） | 支援企業数(計画) | 50 | 支援企業数(実績) | 52 | 支援実績率 | 104.0% | 満足率 | 65.4% |
| | 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） | 基幹系クラウドアプリの導入による業務効率の向上を図ることが出来た。 | | | | | | | |
| | | 指標 | 基幹系クラウドアプリの導入。 | | | | | | |
| | | 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⑥ | 計画に対する実績（数値） | 支援企業数(計画) | 50 | 支援企業数(実績) | 41 | 支援実績率 | 82.0% | 満足率 | 78.0% |
| | 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） | Web広告を利用することによる情報発信力が強化され、新規顧客の獲得に成功。 | | | | | | | |
| | | 指標 | Web広告の新規利用。 | | | | | | |
| | | 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⑦ | 計画に対する実績（数値） | 支援企業数(計画) | 50 | 支援企業数(実績) | 42 | 支援実績率 | 84.0% | 満足率 | 95.2% |
| | 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） | 自社の機密やノウハウの保護のための法的対策を行う。 | | | | | | | |
| | | 指標 | ITツールを利用するにあたって法的対策を行う。 | | | | | | |
| | | 数値目標 | 3 | 実績数値 | 4 | 目標達成度 | 133.3% | | |
| 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⑧ | 計画に対する実績（数値） | 支援企業数(計画) | 50 | 支援企業数(実績) | 40 | 支援実績率 | 80.0% | 満足率 | 92.5% |
| | 目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか） | ITツールや基幹業務系アプリ、グループウェアなどを導入し、業務のDX化を推進。 | | | | | | | |
| | | 指標 | 業務効率を向上させるITツールを導入 | | | | | | |
| | | 数値目標 | 5 | 実績数値 | 5 | 目標達成度 | 100.0% | | |
| その他目標値の実績 | 目標値（計画） | | 目標値（実績） | | 目標達成度 | | | | |
| | | | | | | | | | |

堺商工会議所

| | | | | | | | | |
|--------------|--|--|------------|------|-------|--------|-----|-------|
| 事業名 | | 事業承継支援事業 | | | | | | |
| 想定する実施期間 | | H30 年度～ 未定 年度まで ※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること | | | | | | |
| 事業の概要 | 事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか) | <p>中小企業・小規模事業者は雇用の担い手、多様な技術・技能の担い手として、わが国経済・社会において重要な役割を果たしている。</p> <p>しかし、個人事業主や法人企業の代表者の高齢化が進むなか、「経営改善が優先で、事業承継を考えている余裕がない。」と、事業承継に関する意識がまだまだ低く、課題を先送りにする企業が多い。</p> <p>そこで、事業承継への意識を啓発し、後継者不在による廃業等を減少させ、事業承継を円滑に成功させることにより、事業の継続・安定化を図ることを目的に、事業承継支援事業を実施する。</p> | | | | | | |
| | 支援する対象 (業種・事業所数等) | 後継者不在、後継者の育成等に悩んでいる企業 | | | | | | |
| | 実施時期・具体的な内容及び事業手法 | <p>①事業承継セミナー 開催日時：令和3年7月12日(月) 14:00～15:30 テーマ：ココイチ創業者が熱く語る 中小企業の経営と事業承継のコツ 開催場所：堺商工会議所 大会議 (Zoomによるオンライン形式も同時に実施)</p> <p>②専門家派遣による個別支援 10社</p> <p>③連絡会 開催日時：令和3年5月7日(金) 10:00～11:00 開催場所：堺商工会議所 小会議室 参加者：堺商工会議所・高石商工会議所・泉大津商工会議所 和泉商工会議所</p> <p><事業手法(①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果)の具体的な連携・効果を記載></p> | | | | | | |
| | ①府施策連携 | 大阪府事業承継ネットワークに参画を行うとともに、参画機関と連携し事業を実施。また、大阪府が国の採択を受けた「プッシュ型事業承継支援高度化事業」として、当所に泉北地域の事務局を設置し、相談先の発掘、事業承継ヒアリングシートの作成等に協力した。 | | | | | | |
| | ②広域連携 | 高石・泉大津・和泉商工会議所と連絡会を開催し、効果的に事業を実施。また、プッシュ型事業承継支援高度化事業では、各会議所に月1回窓口を設置。 | | | | | | |
| ③市町村連携 | | | | | | | | |
| ④相談相乗 | 専門家派遣の個別支援では、まず、経営指導員がヒアリングシートを作成し、その上で、専門家と同行して支援を実施し、その後は、経営指導員によるフォロー支援を実施した。 | | | | | | | |
| 計画に対する実績(数値) | 総支援企業数(計画) | 80.0 | 総支援企業数(実績) | 82.0 | 支援実績率 | 102.5% | 満足率 | 91.5% |
| 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) | <p>【事業承継セミナー】</p> <p>事業承継の課題を先送りする企業が多いなか、事業承継の成功事例を聞くことで、早期に取り組むべき課題と感じてもらうことができ、セミナーの参加を契機に事業承継に取り組む意欲を高めることができた。会場に加えて、Zoomを活用したオンライン配信も実施したことにより、遠方の事業者や多忙で会場に足を運ぶことが困難な事業者を取り込むことができ、間口を広げた支援を行うことができた。</p> <p>【個別支援】</p> <p>事業承継相談の目的が多様であり、同様に支援の成果も様々であった。専門家からの助言書や、事業承継計画書をもとに、事業承継に関しての課題整理をするとともに、課題解決するための方向性・手段について理解され、事業承継に向けて着手することができた。</p> <p>特に今年度は、特例承継計画の提出期限が迫る中、同計画に関する相談も見られ、国の施策を活用し、将来を見据えた中長期の計画とともに事業承継計画を策定する意識の高い企業も見られた。</p> | | | | | | |
| | 代表指標 | 事業承継の取り組みを検討した企業 | | | | | | |
| | 数値目標 | 15 | 実績数値 | 15 | 目標達成度 | 100.0% | | |

