

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		泉大津商工会議所
	代表者職・氏名		会頭 白谷 喜世彦
	所在地		〒595-0062 大阪府泉大津市田中町10番7号
	担当者	職・氏名	経営支援課 三崎 真豊
		連絡先	T E L（直通）：
F a x：			0725-23-1115
		E - m a i l：	shienka@izumiotsu-cci.or.jp
①設立年月日		昭和22年3月26日	
②職員数 （うち経営指導員数）		11名（経営指導員9名）（令和4年3月31日現在）	
③所管地域		泉大津市	
④管内事業所数		3,269（平成28年度経済センサス）	
⑤管内小規模事業者数		2,318（平成28年度経済センサス）	
⑥会員数（組織率）		1,544（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）			
<p>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。</p> <p>② 行政庁等の諮問に応じて答申すること。</p> <p>③ 商工業に関する調査研究を行うこと。</p> <p>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。</p> <p>⑤ 商品の品質及び数量、商工業者の事業の内容その他商工業に係る事項に関する証明、鑑定又は検査を行うこと。</p> <p>⑥ 輸出品の原産地証明を行うこと。</p> <p>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。</p> <p>⑧ 商工業に関する講演会又は講習会を開催すること。</p> <p>⑨ 商工業に関する技術及び技能の普及又は検定をおこなうこと。</p> <p>⑩ 博覧会、見本市等を開催し、又はこれらの開催の斡旋を行うこと。</p> <p>⑪ 商事取引に関する仲介又は斡旋を行うこと。</p> <p>⑫ 商事取引の紛争に関する斡旋、調停又は仲裁を行うこと。</p> <p>⑬ 商工業に関して、相談に応じ、又は指導を行うこと。</p> <p>⑭ 商工業に関して、商工業者の信用調査を行うこと。</p> <p>⑮ 商工業に関して、観光事業の改善発達を図ること。</p> <p>⑯ 社会一般の福祉の増進に資する事業を行うこと。</p> <p>⑰ 行政庁から委託を受けた事務を行うこと。</p> <p>⑱ 前各号に掲げるもののほか、本商工会議所の目的を達成するために必要な事業を行うこと。</p>			

(1) 事業の目標

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

(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】**

コロナをはじめとした経営環境の変化に対応するための新たなビジネスモデルの構築や新たな商品・サービスの創出、提供方法の変更等を通じ、持続可能な経営に向けた事業計画作成支援や販路開拓支援を中心に事業の経営課題に対応した丁寧かつきめ細かい支援を行った。

【専門相談支援事業】

多岐にわたる相談内容に対し、専門相談支援として経営、税務、法律、労務、金融等の専門分野に精通した専門家による定期的な相談会を実施。その上で、経営指導員と専門家が連携し、課題の解決に向けた専門性の高い支援を行った。

【地域活性化事業】

経営相談支援事業と同様に、コロナをはじめとした経営環境の変化に対応するために、EC販売やWebプロモーションの促進、デジタルトランスフォーメーション（DX）の推進に関する事業を実施した。また、深刻な人材不足や後継者不足、創業・第二創業を支援するために、求人・求職マッチング事業や事業承継対策事業、起業塾を実施した。事業者が今求める支援と長期的な成長に繋がる支援に重点を置き事業を実施した。

(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】**

小規模事業者の多様化・複雑化した経営課題に対応した伴走型の支援を行うことで、経営課題解決に導くことができた。特にコロナ禍での事業見直しのために、事業計画書作成支援にて本格的に自社の事業を見直し、そして新しい一手を考えることにより自社の事業継続を意識していただくことができた。

【専門相談支援事業】

経営指導員では対応できない専門的な知識を必要とする事業者の経営課題に対して、適格な経営指導を通して経営課題の解決につながった。特に各種補助金活用に係る相談が多く見受けられ、経営指導員と専門家が連携し、事業者の経営課題の把握から今後の経営方針を定めた精度の高い事業計画を作成することができた。

【地域活性化事業】

セミナーや交流会等を通じて、経営者が取り組むべき課題への「気づき」の機会創出につながった。この「気づき」により自社の経営課題が明確となり、自ら経営改善・事業再構築を立案することで、PDCAサイクルを意識した経営力の向上及び強化につながった。

(4) 事業を実施した結果浮かび上がった課題

今後は、近年における消費者のライフスタイルや嗜好の多様化、オンライン購買行動の活発により、消費者のニーズを的確に分析し、自社にしかできないモノやコトを提案し、共感を得ることで「ファン」を作るビジネスモデルが求められるが、現状は従来のビジネスモデルから脱却できていない事業者がまだまだ多い。構造変化が加速する中、自社のビジネスモデルを見直す必要性を認識してもらうことでイノベーションを促進し、持続可能な経営への取組みのサポートを強化していく必要がある。

(5) 次年度の取り組み

従来のビジネスモデルを見直し、コロナをはじめとした社会変化に対応した持続可能な経営への取り組みをサポートしていく。具体的に以下を中心とした事業展開をしていく。

① デジタル化への対応

生産性・収益力の低下の解消や企業の付加価値額の増加を図るためには、今後デジタル技術を活用した生産性向上や業務効率化は必要不可欠である。直近では、電子帳簿保存法の改正や電子インボイスによって業務のあり方が大きく変わることが想定され、企業の会計業務におけるデジタル化はめまぐるしく進化していることから、デジタル化への対応をサポートしていく。

② プロモーション力の強化、販売戦略の強化

コロナ禍により、あらゆる産業においてオンラインの需要が急激に高まっており、ネットショップの活用やWebプロモーション活動に対する動きが急加速している状況である。今後、BtoB企業が新たにBtoCに参入するケースも増加すると考えられる。消費者のニーズを的確に分析し、自社にしかできないモノやコトを提案し、「ファン」を作るためのブランディングや情報発信力の向上をサポートしていく。

③ 新たな地域経済の担い手の創出

コロナや高齢化により、管内事業所数及び従業員数ともに減少傾向にある中、円滑な事業承継により廃業率の抑制を図り、創業・第二創業等を支援していくことで、今後の商工業を担っていく創業者の育成に取り組んでいく。

④ 持続可能な経営を目指す中長期的な経営計画の策定

回復の見込めない事業から新ビジネスへの転換やイノベーションの促進、中小企業には難しいデジタル化やサプライチェーンの再構築、脱炭素への対応の手助けなど、企業ニーズを的確に捉えた支援を行うことで、倒産や廃業を防止するとともに成長の機会を確保する。

3. 経営相談支援事業・専門相談支援事業 泉大津商工会議所

I 経営相談支援事業

支援のポイント・成果

コロナ禍を克服するために積極的に経営改善を図ろうとする小規模事業者263社に対して、経営課題を整理するとともに、課題解決に向けて適切な支援を行った。支援機関へのつなぎ、金融支援、販路開拓支援、事業計画作成支援、5S支援に重点的に取り組んだ。

小規模事業者持続化補助金をはじめとする各種補助金の活用を通して、コロナ禍で販路開拓や事業再構築を図ろうとする事業者からの相談が多く、事業計画作成支援へのニーズが高まった。また、各種補助金・助成金・融資・創業での相談が多かったことから、当所の専門相談支援事業・外部の支援機関へのつなぎ支援も増加した。

<代表事例>

そろばん教室を運営する事業者より、ポストコロナを見据えたそろばん教室のオンライン形式授業を新たに取り組むにあたり、事業計画作成の相談を受けた。その後、「小規模事業者持続化補助金」を活用するため、事業計画のブラッシュアップとして、当所の専門相談窓口を活用し、補助金申請のサポートを行った結果、採択となった。また、当該事業に必要な運転資金の調達については、日本政策金融公庫の融資申込をサポートし、融資決定となった。

支援メニュー	指標	目標数値	実績数値	達成率	事業評価
事業所カルテ・サービス提案	事業所	258	263	101.9%	5
支援機関等へのつなぎ	支援数	30	30	100.0%	5
金融支援（紹介型）	支援数	31	30	96.8%	4
金融支援（経営指導型）	支援数	14	14	100.0%	5
マル経融資等の返済条件緩和支援	事業所	1	1	100.0%	5
資金繰り計画作成支援	事業所	2	2	100.0%	5
記帳支援	事業所	12	13	108.3%	5
労務支援	支援数	7	7	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	4	4	100.0%	5
販路開拓支援	支援数	112	117	104.5%	5
事業計画作成支援	支援数	46	47	102.2%	5
創業支援	事業所	10	10	100.0%	5
事業継続計画（BCP）作成支援	事業所	6	6	100.0%	5
コスト削減計画作成支援	事業所	3	3	100.0%	5
財務分析支援	事業所	4	4	100.0%	5
5S支援	事業所	24	22	91.7%	4
IT化支援	事業所	4	4	100.0%	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	10	10	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	4	4	100.0%	5
結果報告	事業所	258	263	101.9%	5

II 専門相談支援事業

支援のポイント・成果

小規模事業者が抱える専門性の高い経営課題に対し、国家資格を有する専門家と連携を図り、経営課題の解決に向けた支援を実施した。経営指導員が事業者の経営課題を把握し、経営課題に応じた専門相談につなぐことにより、より専門性の高い経営指導につながった。特に、新型コロナウイルス感染症関連の経営相談が多く、専門家のアドバイスによる各種補助金等を活用した経営課題の解決を図ることができた。

事業名	新規/継続	指標	目標数値	実績数値	達成率	事業評価
法務支援	継続	回数	8	12	150.0%	5
税務支援	継続	回数	25	43	172.0%	5
経営基盤強化支援	継続	回数	24	85	354.2%	5
金融支援	継続	回数	4	18	450.0%	5

Ⅲ 地域活性化事業										
支援のポイント・成果										
<p><起業塾> 創業に必要な知識（経営・財務・人材育成・販路開拓）を学ぶことで、創業に向けて何が必要か、どんな準備をしていく必要があるかといった不安を解消し、創業に対する意欲の向上を図った。イノベーションの生み出し方、ビジネスプランの構築、SNSを使用した販路開拓、経営の資金繰りの基本を学ぶことで、創業の可能性や実現化に向けた意識改革を促すことができた。</p> <p><事業承継支援事業> 事業主の高齢化が年々進む中、本セミナーの受講者にとっては、後継者への事業承継をいかに円滑に行うかが重要であることを再認識し、事業承継はいつ起こってもおかしくない問題であることや後継者の引継ぎだけが事業承継ではないこと、事業承継に必要な準備を理解することができた。また、事業承継の現状や事例の紹介を聞くことにより自社の課題を見つけどう解決していくかを深く考えるきっかけとなり、事業承継に対する意識が格段に高まった。</p> <p><EC・Webプロモーション戦略事業> コロナの影響によりEC販売やSNS活用が急速に進む中、本セミナーの受講者にとってはEC販売への理解を深め、効果的なSNSの活用方法を学ぶ良い機会となった。セミナー当日は一方的な講義ではなく、スマートフォンを用いたワークショップを交えることで、受講者に肌で感じてもらいながら理解を深めることができた。本事業を通して、どのような戦略で自社をPRし、消費者に対してアプローチしていくべきかを深く考えるきっかけとなり、EC販売やSNSを用いた宣伝活動の意識が格段に高まった。</p> <p><デジタルトランスフォーメーション(DX)推進事業> 新たなデジタル技術を活用してどのようにビジネスを変革していくかを検討する良い機会となった。セミナーでの導入事例の紹介や、視察見学で、実際の具体例を知ることによって、自社に活用できる部分を発見することができ、デジタルトランスフォーメーションを徐々に取り入れ、将来に向けたビジネスプランの策定に繋がるきっかけとなった。</p> <p><求人・求職マッチング事業> 就職面接会に参加した企業からは、本事業を通して現在の事業内容を見つめ直すことができ、求職者への発信方法を改善する良い機会となった等、前向きな回答があった。求職者と直接会話することで、自社のアピールポイントや求職者の求めている内容が理解でき、今後の採用活動の参考となった。また、この事業で人材を採用できたことで、欠員の出ていた事業の立て直しにつながったと報告があった。</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	
○	起業塾	25	21	84.0%	80.0	創業する事業者数	5	0	0.0%	3
○	事業承継支援事業	30	26	86.7%	96.2	事業承継に必要な準備を理解し、事業承継を進めようと思った事業者	6	8	133.3%	5
○	EC・Webプロモーション戦略事業	90	93	103.3%	98.9	新たにEC販売をする事業者	5	5	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	
○	デジタルトランスフォーメーション(DX)推進事業	30	22	73.3%	90.5	DXについての理解を深め、DX導入のきっかけとなった事業者	10	8	80.0%	4
○	求人・求職マッチング事業	20	13	65.0%	69.2	本面接会により求職者を採用した企業	3	2	66.7%	3

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

泉大津商工会議所

事業名		起業塾
想定する実施期間	R2	年度～ 年度まで ※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること
事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	我が国の経済は緊急事態宣言が発令された令和2年4月-6月期のGDPがリーマンショック時を超える戦後最大の落ち込みを記録し、11月以降に再び新型コロナウイルス感染症の拡大の影響を受け、経済回復の足取りは依然として重いままである。中小零細企業においても未だ深刻な人手不足や事業承継問題、働き方改革等、コロナ禍で更に厳しい環境が続くと予想される。泉大津市の事業所の業績は未だに回復傾向になく、さらに地場産業においては経営者の高齢化による廃業に加え、新型コロナウイルスの影響により経営環境は悪化の一途を辿っている。こうした中、アフターコロナの新しい環境に適応したビジネス創出が求められ、コロナ禍を好機ととらえ新ビジネスモデルを検討した創業者や、新たな地域経済の担い手を創出するべく、今後、泉大津市の商工業を担っていく創業者の育成に取り組んでいく必要がある。よって、泉大津市内での創業者を増加させるため、泉大津市内で創業する人、泉大津市内で創業して5年以内の人を対象に、創業に関する知識習得や人脈作りを提供し、創業に向けての関心を持ってもらい、泉大津市内での創業者を増やし地域活性化を図る。	
支援する対象 (業種・事業所数)	泉大津市内で起業する人、泉大津市内で創業して5年以内の人	
事業の概要	<p>【人材交流型】</p> <p>創業予定者の発掘を積極的に行っていくため、創業を検討されている方、創業後5年未満の創業間もない方を対象に4日間（計12時間）の起業塾を開催した。授業ではイノベーションの生み出し方や具体的な事業計画書の作成方法、資金繰りの考え方などを学んでもらい、参加者同士で創業プランの発表や意見交換を行った。</p> <p>(1日目)</p> <p>テーマ：経営・人材育成・ビジネスプランの発表 日 程：令和3年7月3日(土)13:00～16:00 会 場：泉大津商工会議所 2階大ホール 出 席：25名 内 容：・ビジネスの構造設計図ービジネスモデルキャンバスを装着する ・あなたのビジネスをデザインしよう ・あなたのお宝リソースをマイニング（発掘）しましょう</p> <p>(2日目)</p> <p>テーマ：販路開拓 日 程：令和3年7月10日(土)13:00～16:00 会 場：泉大津商工会議所 2階大ホール 出 席：22名 内 容：・お客さんのHappyをデザインするーValue Proposition Canvasの装着 ・お客さんを観察し、学ぶ ・柔軟に多様な価値をデザインする</p> <p>(3日目)</p> <p>テーマ：販路開拓 日 程：令和3年7月17日(土)13:00～16:00 会 場：泉大津商工会議所 2階大ホール 出 席：21名 内 容：・SNSの昨今（それぞれの違いと使い分け） ・ビジネス発信する目的と効果（USPとベネフィット） ・スマホカメラの基本設定（構図・アングルなど） ・求められる写真とは（Instagram事例紹介） ・ハッシュタグとフォロワー数（効果UPの為に） ・動画の訴求力と活用方法（YouTube・リールなど）</p>	
実施時期・具体的な内容及び事業手法		

(4日目)

テーマ：財務・資金調達

日程：令和3年7月31日(土)13:00~16:00

会場：泉大津商工会議所 2階大ホール

出席：20名

内容：・現金収支と収益の違い～リードタイムと運転資金の発生他
 ・資金繰り表の作り方～(業種別)実績と予測の立て方他
 ・資金繰り表作成ワークショップ～事例をもとに6か月実績と6か月予測を立てる
 ・資金計画の立て方～3か年資金計画と見直しのタイミング、銀行融資の仕組み他
 ・資金調達のタイミングと適正な調達先の選び方～資金調達の種類、多様な資金調達方法のメリット・デメリット他
 ・事業計画書作成ワークショップ～創業を想定した事業計画づくり

【ハンズオン型】

起業塾の受講者で創業5年未満(サービス業)の方で、受講後に販路開拓について、個別相談を行った。創業間もない事業者にとって、経営が創業時に立てた創業計画と大きく乖離することは少なくない。そのような創業間もない事業者に当所経営指導員による個別相談で課題を抽出し、課題解決に向けて支援を行った。(1名)

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

①府施策連携	商13番：起業家の育成、創業の促進事業。起業塾の受講者に対して大阪起業家グロースアップ事業を紹介し、参加を呼びかけた。オール大阪起業家支援プロジェクトのホームページの「セミナー・イベント・交流会情報ページ」に「起業塾」の情報を掲載。
②広域連携	
③市町村連携	泉大津市の「認定連携創業支援事業者」として特定創業支援等事業の認定証明書の申請支援等の参加促進を実施した。創業融資を利用して資金調達を行う者には、泉大津市の利子補給制度、家賃補助制度を紹介した。
④相談相乗	起業塾の受講者の中でIT導入やWebを利用した販路拡大の個別相談を受けて、販路開拓支援、支援機関等へのつなぎ(カルテ化)を行った。

事業全体の実績/目標達成度	計画に対する実績(数値)	総支援企業数(計画)	25.0	総支援企業数(実績)	21.0	支援実績率	84.0%	満足率	80.0%
	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>創業・経営に必要な知識(経営・財務・人材育成・販路開拓)を学ぶことで、創業に向けて何が必要か、どんな準備をしていく必要があるかといった不安を解消し、創業に対する意欲を向上させることを目標とし、4日間(計12時間)で「起業塾」を開催した。その結果、イノベーションの生み出し方、ビジネスプラン構築、最新のSNSを使用した販路開拓、経営の資金繰りの基本知識を学ぶことで創業の可能性や実現化に向けた意識改革を促すことができた。しかし、今回の受講者は起業準備者が少なく、多数が起業希望者で、中でも「創業イメージが漠然としている段階」の方が多かった。起業希望者の方が「やりたいことが明確になった段階」となり、創業に向けて前進したが、今年度内に実行(創業)までは至らなかった。</p>							
	代表指標	創業する事業者数							
	数値目標	5	実績数値	0	目標達成度	0.0%			
	成果の代表事例	<p>泉大津市に在住の60代男性のA氏は定年退職後、新たに自分で事業(地場産物の製造販売業)を行ってみたいと思ったが創業に対する考え方や事業目標の立て方に迷いや不安があった。起業塾に参加した結果、当初考えていた事業計画はサービスの対象やサプライチェーンが乏しいと気づき、もっと深掘りして事業計画を立てる必要があるという意識に変化した。創業2年目Webデザイン業を営む20代女性のB氏は起業塾に参加されるまでは、ビジネスに関する知識は独学であったため、間違っていないか不安であった。事業計画や資金繰りについて、理解が深まり、経営の改善を図るきっかけとなった。</p>							
その他目標値の実績	目標値(計画)		目標値(実績)		目標達成度				

実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	<p>本事業全体の実施結果として、本事業の受講者の特徴として起業希望者の前の段階である潜在的起業希望者が多く目立った。受講者が創業に向けて一歩前進したと感じられ、受講者から高評価を得ることができた。また、泉大津市の商工業を担っていく創業者を育成することができたことが良かった点である。しかし、潜在的起業希望者と創業済み5年未満の方では、創業・経営に対する意識や悩みが乖離しており、全ての受講者を満足させる事業内容を提供することが、今後の課題である。</p> <p>次期以降の取組みとして、創業計画書・事業計画書作成のニーズが高いことから、事業内容を再度見直しながらか引き続き実施していきたい。今後はさらに受講後、創業に向けて、個別に応じた具体的な支援を増やしていくことができるよう事業内容を検討していく。</p>
------	--	--

泉大津商工会議所

事業名		事業承継支援事業									
想定する実施期間		R3 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)	新型コロナウイルス感染症によりビジネスの経営環境は大きく変化している。仕事のオンライン化、デジタル化、ロボット化が加速的に普及し、新たな販路としてEC化への対応が求められている。円滑に事業承継を進め、成長の種を持つ小規模事業者の経営をしっかりと次世代に引き継ぐことは、地域経済を活性化させるには必要不可欠である。現状、多くの企業が抱える課題として、従来型のビジネスモデルから脱却できていないことが挙げられる。従来型の『競争戦略』ではなく、社会に必要とされる企業だけが生き残る『生存戦略』が求められている中、新たなビジネスモデルを構築していくには、経営資源に限りのある中小ものづくり企業にとって企業間連携は、非常に有効な手段である。しかし、企業間連携を考えるのは二代目、三代目の後継者社長が多い。これは、一代目は自力で会社を大きくしてきたという自負があるが、二代目以降は、外の力も借りながら、会社を大きくしていくことが多いためと考えられる。後継者が企業間連携を含めた新たなビジネスモデルの構築や新たな販路としてのEC化への対応がやりやすくなるように事業承継を円滑に進めるための支援を行う。									
	支援する対象 (業種・事業所数等)	業種問わず、事業承継を検討している事業者30社									
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	【人材交流型】									
		<p><セミナーの開催></p> <p>実施時期：令和3年6月18日（金）午後6時30分～8時 会場：泉大津商工会議所 2階大ホール 参加企業数：26社26人</p> <p>セミナー① 「事業承継に待たなし！ 円滑な事業承継に向けた支援策について」 講師：中小企業診断士 実施内容：事業承継の取り巻く現状と進め方や、事業承継税制・民法の特例等の支援を説明</p> <p>セミナー② 「事業承継に係る事例の紹介」 講師：大阪府よろず支援拠点コーディネーター 実施内容：講師自ら経験された、父からの事業承継と子への事業引き渡しの実体験を説明</p> <p><交流会の開催></p> <p>実施時期：令和3年6月18日（金）午後8時～8時30分 会場：泉大津商工会議所 2階大ホール 参加企業数：26社26人 実施内容：参加者を3つの班に分け、各班にそれぞれ入り、事業承継に関する参加事業者が抱かえる課題の共有、解決に向けた取組について意見交換した。また、意見交換を行うことで、専門知識を持ったコーディネーターによる相談、専門家派遣や関係機関の紹介につなぐことができ、より密接した支援を行うことができた。</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>商9番：大阪府事業承継・引継ぎ支援センター（大阪商工会議所）、大阪府よろず支援拠点と連携し、上記セミナー・交流会を開催した。経営に関する勉強をしていく中で具体的な問題に直面した場合は、専門相談や大阪府事業承継・引継ぎ支援センター エリアコーディネーターと連携し支援した。</td> </tr> <tr> <td>②広域連携</td> <td></td> </tr> <tr> <td>③市町村連携</td> <td></td> </tr> <tr> <td>④相談相乗</td> <td>事業承継対策セミナー参加事業者に対し、後日、個別支援希望アンケートを郵送し、希望者には大阪府事業承継・引継ぎ支援センター エリアコーディネーターに繋ぎ、具体的な支援を行った。</td> </tr> </table>				①府施策連携	商9番：大阪府事業承継・引継ぎ支援センター（大阪商工会議所）、大阪府よろず支援拠点と連携し、上記セミナー・交流会を開催した。経営に関する勉強をしていく中で具体的な問題に直面した場合は、専門相談や大阪府事業承継・引継ぎ支援センター エリアコーディネーターと連携し支援した。	②広域連携		③市町村連携		④相談相乗	事業承継対策セミナー参加事業者に対し、後日、個別支援希望アンケートを郵送し、希望者には大阪府事業承継・引継ぎ支援センター エリアコーディネーターに繋ぎ、具体的な支援を行った。
①府施策連携	商9番：大阪府事業承継・引継ぎ支援センター（大阪商工会議所）、大阪府よろず支援拠点と連携し、上記セミナー・交流会を開催した。経営に関する勉強をしていく中で具体的な問題に直面した場合は、専門相談や大阪府事業承継・引継ぎ支援センター エリアコーディネーターと連携し支援した。										
②広域連携											
③市町村連携											
④相談相乗	事業承継対策セミナー参加事業者に対し、後日、個別支援希望アンケートを郵送し、希望者には大阪府事業承継・引継ぎ支援センター エリアコーディネーターに繋ぎ、具体的な支援を行った。										

	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)	26.0	支援実績率	86.7%	満足率	96.2%	
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>事業主の高齢化が年々進む中、本セミナーの受講者にとっては、後継者への事業承継をいかに円滑に行うかが重要であることを再認識し、事業承継はいつ起こってもおかしくない問題であることや後継者の引継ぎだけが事業承継ではないこと、事業承継に必要な準備を理解することができた。また、事業承継の現状や事例の紹介を聞くことにより自社の課題を見つけどう解決していくかを深く考えるきっかけとなり、事業承継に対する意識が格段に高まったと言える。</p>								
	代表指標	事業承継に必要な準備を理解し、事業承継を進めようと思った事業者								
	数値目標	6	実績数値	8	目標達成度	133.3%				
	成果の代表事例	<p>理容業を営むA氏は、父親から事業を引き継ぎ現在に至っている。現在は、奥さん・長男・次男の4人で運営している。二人の息子のどちらに経営を引き継げば良いか等悩んでいるところに、本セミナーの誘いがあり参加することとなった。A氏は、数年前より、事業承継を意識し、いつ引き継いでも良いように、各々の役割分担や顧客管理、経理関係など、システムを構築し、経営内容の見える化を図っているものの、事業承継に対して具体的には進んでいない。受講後は、自社の具体的な課題が見つかり、本格的に事業承継を進めて行きたいとのことで、後日、大阪府事業承継・引継ぎ支援センター エリアコーディネーターに繋ぎ、具体的な支援を行うこととなった。</p>								
その他目標値の実績	目標値(計画)		目標値(実績)		目標達成度					
実施結果	課題及び次期以降への取組み(実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	<p>案内当初は「難しそう」「まだ必要ではない」など参加を敬遠される方が多かったが、具体的に話し込み、ヒアリングしていくことで、準備の必要性等を感じセミナーへの参加につながった。参加者の中には、事業承継の課題が顕在されておらず、課題解決のための方向性が見えていない方が多く見受けられた。今後の本所の取組みとしては、事業承継の重要性、また早期の準備の重要性を如何に意識付けるかが課題となる。日々の経営相談の際、後継者の有無をヒアリングするなどしながら、課題の掘り起こしに努めていき、大阪府事業承継・引継ぎ支援センター エリアコーディネーターに繋ぐなど、支援を行っていきたい。</p>								

泉大津商工会議所

事業名		EC・Webプロモーション戦略事業	
想定する実施期間		R3 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)	<p>新型コロナウイルス感染症の影響により人々の移動に制限が生じ、あらゆる産業において、オンラインの需要が急激に高まっている。今まではオンライン化を検討していなかった小規模事業者を含む中小企業においてもEC活用やWebプロモーション活動に対する動きが急加速している状況である。また今後、携帯電話の通信システムにおいて「5G」が普及することで、VR/ARを使った新しいサービスやビジネスモデルが普及し、ECの利用がさらに進むことが予想される。</p> <p>事業者にとっては、これまで以上にリアルとECの両立、それに伴うSNSを始めとしたWebプロモーション活動が重要になってきており、いかにユーザーが購入しやすいサービスを提供していくのかという点が非常に重要になってくる。そのため、本事業において、EC活用及びWebプロモーションセミナーの開催を通して、EC活用やWebプロモーション活動の支援を行う。</p>	
	支援する対象 (業種・事業所数等)	最終消費者に商品の販売やサービスの提供をしている繊維製造業者・商業者 90社	
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>【人材育成型】</p> <p><ネットショップ出店セミナーの開催（2日間コース）> (1日目) ネットショップ出店編 日 程：令和3年7月20日 14:00～16:00 会 場：泉大津商工会議所2階大ホール 内 容：ネットショップ出店準備・各出店ツールについて</p> <p>(2日目) ECサイトで映える写真・動画撮影編 日 程：令和3年7月21日 14:00～16:00 会 場：泉大津商工会議所2階大ホール 内 容：自社商品の撮影ノウハウを学ぶ</p> <p><Instagramセミナーの開催> 日 程：令和3年8月19日 14:00～16:00 会 場：泉大津商工会議所2階大ホール 内 容：Instagramの活用方法、映える写真撮影方法について</p> <p><Googleマイビジネスセミナーの開催> 日 程：令和3年8月26日 14:00～16:00 会 場：泉大津商工会議所2階大ホール 内 容：Googleマイビジネスの使い方、写真撮影のコツ、ロコミの活用について</p>	
	<事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載>		
	①府施策連携	商14番：デザイン、マーケティング、コンテンツ等の活用による、地域中小企業支援事業 ネットショップ出店セミナー（2日目）時に、大阪府産業デザインセンターのパンフレットを配布。また、大阪府産業デザインセンターの事業紹介動画を放映し、デザイン相談窓口を案内した。	
	②広域連携		
	③市町村連携		
	④相談相乗	ネットショップ出店セミナー及びInstagramセミナーの参加事業者に対し、専門家等派遣事業を通してEC活用やWebプロモーション活動の販路開拓支援（カルテ化）を行った。	

事業全体の実績／目標達成度	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	90.0	総支援企業数(実績)	93.0	支援実績率	103.3%	満足率	98.9%
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	<p>コロナの影響によりEC販売やSNS活用が急速に進む中、本セミナーの受講者にとってはEC販売への理解を深め、効果的なSNSの活用方法を学ぶ良い機会となった。セミナー当日は一方的な講義ではなく、スマートフォンを用いたワークショップを交えることで、受講者に肌で感じてもらいながら理解を深めることができた。本事業を通して、どのような戦略で自社をPRし、消費者に対してアプローチしていくべきかを深く考えるきっかけとなり、EC販売やSNSを用いた宣伝活動の意識が格段に高まったと言える。</p>							
		代表指標	新たにEC販売をする事業者						
	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>手芸店を営むA社は、実際経営者が高齢であり今後は実際経営者の娘が事業を担っていくが、現在の既存顧客は年配の方がメインであり、今後はターゲットを中年層にも拡張していきたいとのニーズがあり、本セミナーに参加。セミナー終了後は、専門家派遣事業を通して支援を行った。具体的には、ネットショップの運用方法やInstagram・LINE・TwitterのSNSの活用方法についての指導をした。今後はネットショップでの販売を開始し、SNSで効果的なPRすることで顧客増加が期待できる。</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>本事業全体の実施結果として、多くの事業者に対し支援することができ、受講者から高評価を得ることができたことは良かった点である。しかし、本事業で学んだことを各社の事業所で実践するまでの個社支援への取組がまだまだ不足していることが課題である。</p> <p>次期以降の取組みとして、EC販売やSNSを始めとしたWebプロモーション活動におけるニーズは高いことから、事業内容を再度見直しながらか引き続き実施していきたい。今後はさらに各種専門機関窓口の周知を強化を図り、個社に応じた具体的な支援を増やしていくことができるよう事業内容を検討していく。</p>						

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

実績／達成度①	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	30.0	支援企業数(実績)	33.0	支援実績率	110.0%	満足率	100.0%
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	<p>ネットショップ出店セミナー（2日間コース） 受講者：33社</p> <p>受講者の多くがネットショップの運用に漠然とした不安を抱えていたが、ネットショップ出店に係る準備や様々ある出店ツールについての知識を深めることができた。また、ECサイト上で表示する商品写真等の撮影方法をワークショップを交えて講義を行ったことで、より実践的なスキルを身につけることができた。</p>							
		指標	新たにEC販売をする事業者						
	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)	60.0	支援企業数(実績)	60.0	支援実績率	100.0%	満足率	98.3%
	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>Instagramセミナー 受講者：38社 ※うち2社支援対象外 Googleマイビジネスセミナー 受講者：25社 ※うち1社支援対象外</p> <p>自社の商品やサービスを一本調子で発信するのではなく、ターゲット層のニーズを考察し簡潔明瞭な情報を発信することで、自社の「ファン」をつくる意識が重要であることを認識することができた。情報を発信する際の写真撮影の方法、SEO対策やMEO対策についての理解を深めることができ、SNSを効果的に活用するモチベーションを高めることができた。</p>							
		指標	新たにInstagramやGoogleマイビジネスの運用を始める事業者						
	数値目標	10	実績数値	10	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				

泉大津商工会議所

事業名		デジタルトランスフォーメーション（DX）推進事業
想定する実施期間		R3 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)	近年、企業において働き方改革、顧客との関係性強化、サプライチェーンやオペレーションの最適化などデジタル技術で事業を変革する「デジタルトランスフォーメーション（DX）」が最重要課題となっている。IT時代で競争上の優位性を得るためには、デジタルという観点でビジネスモデルを見直し、新たな価値を生み出すことが重要である。しかし、具体的に自社でどのようにDXを進めていけば良いのかわからないという事業所が多い。そこで、実際の具体例を知ることによって、自社に活用できる部分を発見し、DXを成功させるためのポイントを知ることによってDXを進めることが可能となる。
	支援する対象 (業種・事業所数等)	業種を問わず、デジタルトランスフォーメーションを進めたい中小企業・小規模事業者30社
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>【人材交流型】</p> <p><セミナーの開催></p> <p>実施時期：令和3年8月17日(火) 15：15～16：15 会場：泉大津商工会議所2階大ホール 参加企業数：21社 内容：事業者が抱える課題に沿ったDX導入手法。デジタル技術で生産性が向上した中小企業の事例とITもわかる社内人材の育成について。 「大阪府DX推進パートナーズ」の取組の説明。</p> <p><視察見学会の開催></p> <p>実施時期：令和3年8月17日(火) 13：45～15：15 見学先：株式会社HCI ロボットセンター、ロボット・AIラボ 内容：（HCIロボットセンター） 企業から一般の方まで、ロボットを身近に体感してもらえ 南大阪初のロボットセンターでロボットシステムをインテグレートされた装置やロボットシステム・AIを実機で体感。 （HCIロボット・AIラボ） 国内最大級のロボットシステムインテグレータが保有するロボット・AIの開発拠点で「スピード!!!」をテーマとした、南大阪の新たなロボット・AIシステム導入促進を体験。</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-3 「大阪府DX推進パートナーズ」と連携し、事業者が日々の業務で抱える課題をデータやデジタル技術を活用して解決に導く。セミナー参加企業に対し、ヒアリングシートを用いて経営上の課題を洗い出し、必要に応じて当該企業のDX導入支援やアフターフォローを実施する。
	②広域連携	隣接する商工会議所・商工会と連携することで効果的な広報・募集活動を行い、DXに対して導入を検討している企業の掘り起こしをし、参加企業数の増加に繋げる。
③市町村連携		
④相談事業相乗		

	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)	22.0	支援実績率	73.3%	満足率	90.5%
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>新たなデジタル技術が次から次へ登場する中で、それらを活用してどのようにビジネスを変革していくかを検討する必要があるが、現状、デジタルを駆使した戦略を模索している企業は多いものの、単にDXの必要性が認識されるだけで、具体的な検討が欠けていることも多い。今回は、セミナーでの導入事例の紹介や視察見学で、実際に目で見て体感することで、ビジネスをどのように変えるかを具体的に検討するきっかけになった。</p>							
	代表指標	DXについての理解を深め、DX導入のきっかけとなった事業者							
	数値目標	10	実績数値	8	目標達成度	80.0%			
	成果の代表事例	<p>スチールラックを主力に物流システム、書架等の保管機器、植物工場やソーラー架台、フロー材等の構造物、実験・研究設備の開発・製造・販売メーカーのA社は、A.Iによる自動ピッキングロボットができないか、塗装ラインのつり掛け、つり降し工程のロボット化はできないかと、社内で検討され、DX導入に大きく前進した。</p>							
その他目標値の実績	目標値(計画)		目標値(実績)		目標達成度				
実施結果	課題及び次期以降への取組み(実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	<p>当初、デジタルという観点でビジネスモデルを見直し、新たな価値を生み出すことが重要であるが、具体的に自社でどのようにDXを進めていけば良いのかわからないという事業所が多かった。本事業を実施したことで、実際の具体例を知ることによって、自社に活用できる部分を発見することができ、DXを徐々に取り入れ、将来に向けたプランの策定に繋がるきっかけとなった。経営者のDXに対する認知をさらに上げていくこと、また、社内の従業員のDXに対する認知を浸透していくことが、今後の課題である。</p>							

泉大津商工会議所

事業名		求人・求職マッチング事業
想定する実施期間		H23 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)	新型コロナウイルスの影響で、売り手市場から買い手市場へと転換し、また説明会や面接もオンライン化するなど、就職市場は急変しており、就活に悩む求職者は増加している。一方、小規模事業者は、オンラインでの採用面接には慣れておらず、自社の雰囲気やスキルをうまく伝えられずに優秀な人材を獲得するチャンスを活かしきれていない。当事業は、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適切に結び付ける機会を提供し、ミスマッチを解消することにより地元企業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 (業種・事業所数等)	業種を問わず区内で従業員を雇用している、また雇用したい企業及び求職者（全年齢）
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>実施日：令和3年11月16日（火）13：00～16：30 会場：テクスピア大阪</p> <p>①合同就職面接会 参加企業：16社（うち支援対象外：3社） 来場者数：74名 採用：2社2名 泉大津公共職業安定所、大阪府商工労働部雇用推進室労働環境課、泉大津市、高石市、忠岡町、泉大津商工会議所、高石商工会議所、忠岡町商工会にて実行委員会を構成し、会場やスケジュール、参加企業募集の方法、求職者へのPR方法等を決定し、各種相談コーナー等も加えて、合同就職面接会を実施した。 参加企業は、泉大津公共職業安定所と商工会・商工会議所が巡回等により依頼。求職者は、泉大津公共職業安定所からの推薦や各市町・商工会・商工会議所の広報誌、ホームページ等にてPRした。</p> <p>②求職者セミナー（同内容を2回開催） 参加者数：27名（1回目）18名（2回目）9名 内容：面接時のマナー・自己アピールのコツ 講師：中小企業診断士</p> <p>③高齢者向けの仕事説明会（別内容を3回開催） 参加者数：延べ28名（1回目）14名（2回目）10名（3回目）4名</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	<p>労9番：求人求職マッチング事業 大阪府商工労働部雇用推進室労働環境課と連携し、労働相談・情報コーナーの設置及びホームページ・メールマガジンを活用し、企業・求職者への広報を行った。</p>
	②広域連携	管内の2市1町の商工会議所、商工会との連携による当日の運営、参加企業の募集、来場者への広報を行った。
③市町村連携	各市町のホームページや広報紙を活用し、参加企業及び求職者への広報を行った。	
④相談相乗	—	

	計画に対する実績(数値)	総支援企業数(計画)	20.0	総支援企業数(実績)	13.0	支援実績率	65.0%	満足率	69.2%
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>参加企業 : 16社 (うち支援対象外: 3社) 来場者数: 74名 面接者数: 26名 採用企業数: 2社 採用者数: 2名 採用率 : 7.7%</p> <p>参加企業数は、新型コロナウイルス感染症対策として面接ブースの間隔をとり、密にならない会場レイアウトとしたため、計画していた20社の配置ができず、8割の16社となったが、当日の面接会では、プロジェクターやポスター等を使用し積極的に採用活動を行っている企業も見られた。 参加した企業からは、本事業を通して現在の事業内容を見つめ直すことができ、求職者への発信方法を改善する良い機会となった等、前向きな回答があった。</p>							
	代表指標	本面接会により求職者を採用した企業							
	数値目標	3	実績数値	2	目標達成度	66.7%			
	成果の代表事例	(採用に至った企業の事例) 当日、求職者と直接会話することで、自社のアピールポイントや求職者の求めている内容が理解でき、今後の採用活動の参考となった。また、この事業で人材を採用できたことで、欠員の出ていた事業の立て直しにつながったと報告があった。							
その他目標値の実績	目標値(計画)	80	目標値(実績)	74	目標達成度	92.5%			
	来場者数については、本事業で実施したセミナー等との相乗効果もあり、おおむね目標値に近い実績となった。								
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)	面接者の多い企業と少ない企業で満足度が二極化し、満足率は69.2%となり、コロナ禍ではあるものの就職面接会としては活気が不足していた点が課題である。面接者数がゼロであった企業もあり、参加企業数に対しての面接者数がまだまだ少ない。今回の実施結果より、公共職業安定所からの紹介で面接に至っているケースが多いことから、次期以降の取組みとしては公共職業安定所との連携を強化しつつ、紙媒体での募集だけでなく、ネット媒体での募集を画策し、求職者を引き付ける工夫を行っていく。							