

令和4年度（2022年度） 事業実績報告書

1. 申請者の概要

申請者	団体名		大阪府商工会連合会
	代表者職・氏名		会長 早川 巖
	所在地		〒540-0029 大阪市中央区本町橋2-5 マイドームおおさか6階
	担当者	職・氏名	事務局長 中島 和典
連絡先		TEL（直通）：	06-6947-4340
		Fax：	06-6947-4343
		E-mail：	shokoren@osaka-sci.or.jp
①設立年月日		昭和 36 年 10 月 17 日	
②職員数 （うち経営指導員数）		16 名（経営指導員 15 名）（令和 5 年4月1日現在）	
③所管地域		大阪府内全域	
④管内事業所数		382, 940（平成28年度経済センサス）	
⑤管内小規模事業者数		257, 517（平成28年度経済センサス）	
⑥会員数（組織率）		16商工会（令和 5 年4月1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>本商工会連合会は、地域（大阪府）内における商工会の健全な発達を図り、もって商工業の振興に寄与することを目的とする。この目的を達成するため、次に掲げる事業を行う。</p> <ol style="list-style-type: none"> (1) 商工会の組織又は事業について指導又は連絡を行うこと。 (2) 商工業に関する専門的事項について相談に応じ、又は指導を行うこと。 (3) 商工業に関する情報又は資料を収集し、及び提供すること。 (4) 商工業に関する調査研究を行うこと。 (5) 展示会、共進会等を開催し、又はこれらの開催のあっせんを行うこと。 (6) 商工業に関する技術又は技能の普及又は検定を行うこと。 (7) 商工貯蓄共済事業を行うこと。 (8) 関係団体との提携又は連絡を行うこと。 (9) 商工会の意見を総合してこれを発表し、又は国会・行政庁等に具申し、若しくは建議すること。 (10) 行政庁等の諮問に応じて答申すること。 (11) 前各号に掲げるもののほか、本連合会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</p>
<p>府内商工会地域企業の約96%が小規模企業であり、その内、約70%が従業員2名以下の企業である。これら企業は、資本力、開発力等の経営体質の脆弱な企業が多く、新型コロナウイルス感染拡大の影響を大きく受け、長引くデフレや世界的エネルギー不足などの環境の変化や昨今の原材料価格の高騰や使用電力料金増、消費税増税等の経営圧迫要因等によって、厳しい業績悪化をきたし、休業、廃業や倒産に至る企業も少なくない。またタオルや毛布、メリヤス製造等の繊維産業や竹細工、ガラス工芸品や毛筆等の商工会地域の地場産業も衰退あるいは衰退傾向にある。本会の景況調査の結果によると、前述の環境要因や経営圧迫要因等の影響により、景況D Iはマイナスを示している。このため、新型コロナウイルス感染拡大の影響を受けながらも、商工会の支援能力を強化するとともに、これら企業の抱える問題点、課題等の解決や環境変化等に対応し得る体質強化に向けた支援活動を広域的に実施し、企業活力の強化を図り、地域活性化を促すことを目標とした。</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>
<ol style="list-style-type: none"> 1.商工会と本連合会との一体的なワンストップ相談機能をより強化するため、新型コロナウイルス感染拡大の影響を受けながらも、経営指導員ならびに専門家活用による支援の迅速化等を図り、倒産防止等を含めたあらゆる問題点等の解決支援の相談対応を行った。また、各種セミナー（オンライン等）を開催し、現代的知識等の習得を促した。 2.地域活性化を促すため、地域資源等を活用した新事業の発掘とその助成、そして、地域コミュニティの形成、強化のためのSB/CB、NPOの支援、育成活動等を実施した。 3.地域企業の販路開拓の促進支援に向け、販路開拓セミナーの開催と併せ、販路を現実に生み出すため、大阪商工会議所等との共催で、大阪勧業展を開催した。さらに、地域資源を活用した新商品の市場性の把握・他地域へのPRや販路開拓を目的として全国物産展への出展支援を実施した。 4.これからの企業人育成のため、事業承継者等（若手経営者、後継者）、地域に根ざした女性経営者等の育成支援を実施した。 5.大災害等の際への事業継続対策であるBCP・BCM策定支援や企業のコスト削減を促すコスト削減計画作成支援等を実施した。 6.新型コロナウイルス感染拡大の影響を受けた中小企業・小規模事業者の経営力向上を図るため、事業計画作成支援並びに立案した計画の実行支援を実施した。
<p>(3) 事業を実施した効果、所管地域の活性化の状況</p>
<p>商工会とも一体となった広域的な地域企業の支援活動を、ワンストップ相談機能を強化して実施し、地域企業が抱える経営上の様々な課題や問題点の解決、労務問題や財務知識、財務分析等の習得などの幅広い支援を実現できた。また、専門家活用による企業の抱える専門的事項の解決支援や地域資源（一次産品を含む）や機械技術等を活用した新事業の創出、地域コミュニティの育成、強化、ビジネスチャンス創出に向けた取り組み、更に販路開拓やコスト削減、災害時対策支援など、地域活性化、企業活力醸成に向けた支援活動等、地域及び地域企業から望まれる必要な支援を体系的に強化して実施し、企業活動の強化・地域活性化の推進に寄与できた。新型コロナウイルス感染拡大の影響を受けた中小企業・小規模事業者の経営力向上を図るため、事業計画作成支援並びに立案した計画の実行支援を実施したことで、資金調達もでき、事業を円滑にすすめることができた。</p>
<p>(4) 事業を実施した結果浮かび上がった課題</p>
<p>各商工会間の支援能力の差異を、本連合会の広域支援体制の中で解消すべく努めてきたが、商工会によっては未だ組織、財政基盤の違い等から事業面での隔たりがうかがえる。このため、各商工会の支援能力の更なる平準化を図る必要がある。また、本連合会と各商工会は一体となって企業支援活動に取り組んでいるが、CSR啓発事業やSB/CB支援事業のように各商工会議所との連携を前提として企画している事業について、各商工会議所との連携が充分とは言えない状況下にあるため、この連携構築が課題となっている。地域企業への各種施策等の情報提供、浸透活動としてホームページ等にて普及、啓発を実施してきたが、企業への浸透活動に更に力を入れ、各企業に応じた施策の紹介、活用を促進していく必要があると考えている。</p>
<p>(5) 次年度の取り組み</p>
<p>各商工会間の支援能力の差異を完全に解消し、各商工会の支援能力の更なる平準化を図る必要があるため、経営指導員研修と経営指導員OJT事業について、より一層充実を図り、実施していく。あわせて地域経済の支援を担う商工会等の支援機能強化支援を行い、持続的な支援業務の体制づくりの支援を行う。また、本連合会と各商工会が一体となって企業支援活動に取り組んでいくために適宜情報共有を図っていく。2025年開催の大阪・関西万博に向けた事業としては、大阪府内の商工会地域等で実施されている地域資源・観光資源のブランド化に取り組む府内中小企業・小規模事業者について、広報力、訴求力向上の支援を行ない、販路開拓につなげる。CSR啓発事業やSB/CB支援事業のように各商工会議所との連携を前提として企画している事業について、事業への参画を検討してもらえるよう各商工会議所を巡回し、事業について丁寧に説明を行っていく。</p>

3. 経営相談支援事業・専門相談支援事業 大阪府商工会連合会

I 経営相談支援事業

支援のポイント・成果

- ・大阪府内の事業所約**38.2**万社を対象として、各種の相談、支援を行った。
- ・本事業推進にあたっては、とりわけ、各商工会や専門家、関係機関等との連携を強化し、あらゆる相談等に対し対応し得る体制を整備して、ワンストップ機能の一層の向上、充実化に努めた。また、熊本地震や大阪北部地震等を経て、災害等の際の事業継続対策として、企業に対し、事業継続計画（BCP）の必要性や対策に関する知識強化等の相談支援を実施した。
- ・各商工会や専門家、関係機関等との連携の強化により、高度な相談に対してもより円滑に支援ができた。BCP・BCM策定支援など時宜を得た支援活動を実施し、より適切、効果的な支援が行えた。

(代表事例)

大阪中東部地域の仮設機材の卸売業。仮設機材のOEM製作及び輸入販売を行っている。今後は自社オリジナルの仮設機材の製作及び販売という新規事業に取り組みたいと考え、事業計画書作成支援を行った。その結果、新規事業についてコンセプト、実行計画等が明確になり、円滑にスタートすることができた。また大阪府の経営革新計画の承認を受けることができた。

支援メニュー	指標	目標数値	実績数値	達成率	事業評価
事業所カルテ・サービス提案	事業所	360	385	106.9%	5
支援機関等へのつなぎ	支援数	13	5	38.5%	5
金融支援（紹介型）	支援数	5	0	0.0%	3
金融支援（経営指導型）	支援数	12	0	0.0%	3
マル経融資等の返済条件緩和と支援	事業所	2	0	0.0%	3
資金繰り計画作成支援	事業所	2	0	0.0%	3
記帳支援	事業所	100	143	143.0%	5
労務支援	支援数	225	165	73.3%	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	17	4	23.5%	5
販路開拓支援	支援数	7	1	14.3%	5
事業計画作成支援	支援数	5	4	80.0%	5
創業支援	事業所	5	3	60.0%	5
事業継続計画（BCP）作成支援	事業所	94	123	130.9%	5
コスト削減計画作成支援	事業所	50	112	224.0%	5
財務分析支援	事業所	10	20	200.0%	5
5S支援	事業所	10	4	40.0%	5
IT化支援	事業所	170	168	98.8%	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	5	1	20.0%	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	120	0	0.0%	3
結果報告	事業所	360	385	106.9%	5

II 専門相談支援事業

支援のポイント・成果

最善策支援を行うため、専門スタッフを配置し経営安定相談室を本会に設置しており、倒産の恐れのある府内中小企業者を対象として、関係機関等と連携・協力しながら円滑に支援した。経営的に見込みのある企業に対しては、再建方策を講じるとともに、法務、税務、労務、経営の各課題について必要な支援を行い、見込みのない企業に対しては、円滑な整理を勧め、その整理方法等の相談支援を実施した。本事業を通じ、企業再建に資するとともに、中小企業の倒産に伴う社会的混乱等の未然防止に寄与した。

事業名	新規/継続	指標	目標数値	実績数値	達成率	事業評価
経営安定特別相談事業	継続	相談件数	30	30	100.0%	5
法務支援	継続	相談件数	50	52	104.0%	5
税務支援	継続	相談件数	20	5	25.0%	5
労務支援	継続	相談件数	110	101	91.8%	5
経営支援	継続	相談件数	263	285	108.4%	5

Ⅲ 地域活性化事業										
支援のポイント・成果										
<p>・ 各商工会と本連合会が一体となった広域的な事業展開をベースとして、商工会全体の支援能力の更なる平準化や補完、強化を図るとともに、事業の基本としては、商工会地域全体にかかる課題、問題点等をテーマとした事業や府施策との連携による事業、地域資源活用等により新たな取組みを行う企業の発掘等に力点を置いた。</p> <p>事業は広域的に実施し、新型コロナウイルス感染拡大防止への観点から、セミナー実施においてはWEB開催も実施する等、コロナ禍においてもより多くの人に参加してもらう方法で、各地域や地域企業に共通する課題、問題点等への対応や府施策の浸透等に努めた。</p> <p>・ これら事業を通じて、各種セミナー事業等による企業人としての意識の高揚、各種情報、知識力の強化等を促した。全国物産展、全国のポップアップストア、大阪勧業展への出展により、企業の販路創出や商品、製品の市場性把握の機会を提供した。事業継続計画（BCP）の必要性の啓発普及、計画策定支援を行った。あわせて府施策の周知浸透等を行い、効果があった。</p> <p>・ 新型コロナウイルス感染拡大の影響を受けた中小企業・小規模事業者の経営力向上を図るため、事業計画作成支援並びに立案した計画の実行支援を実施したことで、事業の現状を把握、将来の計画を見える化・具体化、精査した計画を作成することができ、補助金の採択や金融機関からの借入条件が緩和される等、事業を円滑に実施する事業者を輩出することができた。</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	
○	創業支援事業	40	37	92.5%	75.7%	創業に取り組みたくなった参加者割合	70%	75.7%	108.1%	5
(2) 広域事業（幹事業のみ）										
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	
	次代を担う若手経営者等の育成支援事業	228	223	97.8%	93.3%	経営上の課題解決及び事業の発展につながるセミナー受講した事業者割合	70%	81.1%	115.9%	5
○	女性経営者等による地域リーダー養成事業	196	216	110.2%	93.5%	知識および施策の理解ができたと感じた企業割合	80%	90.7%	113.4%	5
○	新商品販路開拓支援事業	20	17	85.0%	88.6%	バイヤーとの商談ができた企業割合	30%	35.3%	117.6%	5
○	事業継続計画(BCP)策定支援事業	190	188	98.9%	97.9%	事業計画策定済みの事業者、実施済みの事業者割合	100%	98.9%	98.9%	5
○	経営トピックセミナー配信事業	465	333.5	71.7%	93.1%	セミナー等に対する理解および意識の高まった企業割合	70%	92.7%	132.4%	5
○	事業計画作成・実施支援事業	217	99	45.6%	93.9%	事業計画・実施計画の策定、実行計画策定の進捗が向上した事業者割合	70%	97.0%	138.5%	5

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

令和4年度（2022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

大阪府商工会連合会

事業名		創業支援事業							
想定する実施期間		平成28 年度～ 年度まで ※複数年度段階の実施事業は別紙にて計画を提出すること							
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	大阪府内の創業の促進を積極的に推進し、起業家の育成、強い大阪企業の実現を目指す。創業が気になっているが具体的にはどうしてよいかわからない者から、創業を考えている者、創業を目指す者、副業・兼業を考えている者までを広く対象とし、自身のアイデアを形づかせるようなセミナー、創業機運醸成するようなセミナーをし、創業を働き方の一つとして検討してもらうことを目的とする。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	大阪府内において創業が気になっている者、創業を考えている者、副業・兼業を考えている者、新たな事業を立ち上げようとする大阪府内中小企業経営者、中小企業従業員、大学生等							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	①創業キックオフセミナーの開催（スキル） 「ちょっと聞いてみよ！創業入門セミナー」 日時：令和4年7月23日（土）・28日（木）14時～16時 場所：大阪商工会議所5階会議室 参加者数：23名 創業に興味・関心を持っている方を対象に開催した。講師に女性社労士を迎え、自身の創業時の話を通じて創業への意欲を喚起するようにし、次の段階につながるようにした。また、商工会地域での創業支援についても周知を行い、各地域での創業支援窓口として商工会等を紹介した。							
		②創業キックオフセミナーの開催（地域） 「あ。これ聞いてみよ 創業入門セミナー」 日時：令和4年11月26日（土）・29日（火）・令和5年2月10日（金）14時～16時 方法：zoomによるWEB開催 参加者数：14名 地域に根付いた創業への興味、意欲を喚起するような内容にし、地域資源を利用した開業の成功事例や、起業する上での発想法などを紹介した。また、商工会地域での創業支援についても周知を行い、創業支援窓口として商工会を紹介した。							
		①府施策連携	セミナー内で大阪府創業支援ポータルサイトの紹介やビジネスプランコンテスト等、大阪府の創業施策説明を行った。						
		②広域連携							
③市町村連携	創業支援事業計画に参画している市町村等と広報で連携した。								
④相談相乗	セミナー受講後の問い合わせ対応など、個別の受講者に相談対応を行った。								
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)	40.0	総支援企業数(実績)	37.0	支援実績率	92.5%	満足率	75.7%
	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)	漠然と創業したいと考えている方が創業入門セミナーを受講し、創業に必要な知識の習得や成功事例を知ることにより、創業への具体的な取組みを実行するきっかけになった。また、講師や他の参加者と交流を深めることで、創業実現へのモチベーションアップにつながったと考えられる。							
		代表指標	創業に取り組みたくなった参加者割合						
		数値目標	70%	実績数値	75.7%	目標達成度	108.1%		
	成果の代表事例	参加者の中で、地元でキッチンカーをつかった飲食店の開業を実現しようとする方がおり、個別相談や専門家派遣による相談に結び付いた。							
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)	今年は緊急事態宣言がない状態下での開催となったので、夏開催のセミナーはリアル開催とした。結果は予想を超える参加者数となり、参加者の方々の交流もあって満足していただけた。また、秋以降のコロナウイルス感染の様子が不透明であったためWEB開催としたが、リアル開催のほうが参加者が多い結果となった。次年度は基本的にリアル開催とし、内容もそれに沿った形で実施する。 また、参加者の創業に対するの思いや取組みに差があるので、より具体的な創業目標のある参加者には、当連合会による直接支援、府施策の紹介や商工会の窓口相談を利用するように積極的に働きかけ、スムーズな創業に繋げる。							

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

実績／達成度①	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	20.0	支援企業数(実績)	23.0	支援実績率	115.0%	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）	本セミナー（スキル）を受講し、事業展開に必要な自身のスキルを発見または向上させることにより、創業できる可能性を検討し、開業後の明確なビジョンを持つことによって、創業への意欲が高まった。 また、大阪府内の身近な創業支援機関として商工会およびその事業を紹介することで、地域で開催している創業セミナー等への参加する機会となった。							
		指標	創業に取り組みたくなった参加者割合						
		数値目標	70%	実績数値	73.9%	目標達成度	105.6%		
その他目標値の実績	目標値（計画）		目標値（実績）		目標達成度				
実績／達成度②	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	20.0	支援企業数(実績)	14.0	支援実績率	70.0%	満足率	71.4%
	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）	本セミナー（地域）を受講し、地域資源や地域人材を活用した事業について考える機会となり、創業へのモチベーションが高まり、地域で開催している創業セミナーへの参加を検討する機会となった。 また、創業を考えた時に大阪府内の身近な創業支援機関として商工会があるということを知る機会になり、利用することができた。							
		指標	創業に取り組みたくなった参加者割合						
		数値目標	70%	実績数値	78.6%	目標達成度	112.3%		
その他目標値の実績	目標値（計画）		目標値（実績）		目標達成度				

大阪府商工会連合会

事業名	次代を担う若手経営者等の育成支援事業
想定する実施期間	平成29 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	<p>事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)</p> <p>東京商工リサーチによると、平成30年における老舗企業（創業100年以上）の倒産・休廃業・解散件数は、465件発生し過去最多となったとのことである。背景には後継者不足に加え、昨今の急激な経営環境の変化に耐えられず、経営が行き詰ったことが挙げられる。特に近年の経済社会情勢は、上記以外にも少子高齢化による人材不足、消費税増税、キャッシュレス化、IT化の推進等、その変化は目まぐるしいものであり、老舗企業だけでなく、日本の大半を占める小規模事業者にも降りかかるであろう問題でもある。このような時代で、今後も安定的に事業を持続していくためにも、近年の急激な変化に取り残されず、柔軟に対応できる経営者及び後継者候補の育成が重要となる。</p> <p>そこで本会では次代を担う若手経営者・後継者候補（以下、若手経営者等）が所属する事業所が抱える経営上の課題・問題点及び社会経済情勢を把握し、経営力の向上（販路開拓、人材育成、事業承継、DX推進等）や次世代の若手経営者等自身の資質の向上を支援し、これにより地域の活性化にも寄与することを目的として、大阪府内15商工会との広域連携により本事業を実施する。</p>
	<p>支援する対象 (業種・事業所数等)</p> <p>今後大阪府の地域経済を担っていくであろう概ね45歳以下の若手経営者・後継者候補等を対象とする。</p>
	<p>【交流研修会】</p> <p>①日 時：令和4年11月29日（火） 参加企業数：60社 テーマ：「人材定着に必要な経営者としての心構え～うちの会社はこんな取組してまっせ!!～」</p> <p>②日 時：令和5年3月8日（水）参加企業数：53社 テーマ：「私の事業の仕組み、包み隠さず全て話します！ ～webでの事業再構築、webマーケティングによる販路拡大～」</p> <p>※①、②ともにYouTubeによるアーカイブ配信を実施。</p> <p>【勉強会】</p> <p>北、中、南の3ブロックにて実施。</p> <p>①北ブロック：摂津市 日 時：令和5年2月1日（水） 参加企業数：35社 テーマ：「大阪府BCP「これだけはシート」で学ぶ 今から始める我が社のBCPづくり」 ※会場とZoomによるハイブリッド開催</p> <p>②中ブロック：羽曳野市 日 時：令和4年10月25日（火） 参加企業数：45社 テーマ：「DX時代のマーケティング」</p> <p>③南ブロック：忠岡町 日 時：令和5年3月24日（金） 参加企業数：23社 テーマ：「みるみる商品（自分）が売れていく ドラマティックマーケティング」</p> <p>【ハンズオン支援】 7社 若手経営者等が事業計画の作成に取り組むことで、自社の現状及び課題を把握し、課題解決のきっかけとすることができた。</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>
①府施策連携	
②広域連携	<p>広域連携により、他地域の情報を得る事ができ、自社に活用できるノウハウや知識を共有することができた。併せて交流の時間を設けることによって事業者同士のマッチングにもつながった。</p>
③市町村連携	
④相談相乗	<p>各事業においては、大阪府内15商工会と連携し、事業プラン、計画等のブラッシュアップを支援し相乗効果を図った。</p>

事業全体の実績／目標達成度	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	228.0	総支援企業数(実績)	223.0	支援実績率	97.8%	満足率	93.3%	
	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)	少子高齢化による人材不足やDXの普及、物価上昇等、日本経済は日々変化しており、この多様な変化に生き残るためには経営者には柔軟な思考力を養うことが需要であると考え。そこで本年はDXや人材定着等といった昨今トレンドであろうセミナーを実施した。また、ただ専門家から知識を得るだけでなく、実際に自社で取り組んでいる経営者の経験談を重点的に取り入れることで、経営者目線で話を聞くことができたことにより、参加者自身の事業所が実際に取り入れることを想像しやすくするよう配慮した。その結果、90%を超える満足率を得ることができ、また、実際にセミナーの内容を取り入れたいと回答する事業所も80%近くいたため、参加した事業者に大変実りあるセミナーになったのではないかとと思う。								
		代表指標	経営上の課題解決及び自身の資質向上につながったと回答した事業者の割合							
		数値目標	70%	実績数値	81.1%	目標達成度	115.9%			
	成果の代表事例	セミナー後のヒアリングにより、従業員のために福利厚生を充実させるといった回答やWEB広告を実施したという声を聞くことができた。今後も必要とあれば伴走支援を実施していく。								
その他目標値の実績	目標値(計画)		目標値(実績)		目標達成度					
実施結果	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)	令和4年度は新型コロナウイルス感染症の影響も落ち着きが見られたこともあり、集合型セミナーに特化して実施したが、参加できなかった事業者からオンライン導入の要望の声も聞かれた。交流研修会については後日配信という形で実施したが、ブロック別勉強会においては実施できなかった。令和5年度はオンライン配信も検討し、準備を進めていく必要があると感じた。また令和5年度はアフターコロナ、物価高騰、インボイス制度の導入等、事業者の経営環境が大きく変化する1年になると考える。そのため、令和5年度は人材定着・事業効率化・インボイス等のセミナーの実施を検討し、時代の変化に柔軟に対応できる若手経営者等の育成に注力していく。								

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

実績／達成度①	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	111.0	支援企業数(実績)	113.0	支援実績率	101.8%	満足率	93.8%	
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	交流研修会：参加者同士で交流し、意見交換し合うことで若手経営者等の意識改革につながり、自社の課題や強みを認識できる。								
		指標	自社の課題や強みを認識できたと回答							
		数値目標	70%	実績数値	84.8%	目標達成度	121.1%			
その他目標値の実績	目標値(計画)		目標値(実績)		目標達成度					
実績／達成度②	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	107.0	支援企業数(実績)	103.0	支援実績率	96.3%	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)	勉強会：若手経営者等として必要な知識を習得し、自社の経営に取り入れることができる。								
		指標	必要な知識を習得し、自社の経営に取り入れたいと回答							
		数値目標	70%	実績数値	82.5%	目標達成度	117.9%			
その他目標値の実績	目標値(計画)		目標値(実績)		目標達成度					
実績／達成度③	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	10.0	支援企業数(実績)	7.0	支援実績率	70.0%	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)	若手経営者等が事業計画の作成に取り組むことで、自社の現状及び課題を把握し、課題解決のきっかけとすることができる								
		指標	事業計画の作成等の取り組みを実施した事業所数							
		数値目標	10社	実績数値	7社	目標達成度	70.0%			
その他目標値の実績	目標値(計画)		目標値(実績)		目標達成度					

令和4年度（2022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

大阪府商工会連合会

事業名		女性経営者等による地域リーダー養成事業								
想定する実施期間		平成28年度～ 年度まで ※複数年段階の実施事業は別紙にて計画を提出すること								
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	成長戦略の3本目の矢である「女性が輝く日本!」、また、OSAKA女性活躍推進会議が発表した「女性が輝くOSAKA行動宣言」に女性の進出が掲げられているように、府内女性経営者約41,000人（東京商工リサーチ調査2019年度調査）のうちの商工会に属する地域の女性経営者等の約440名余りが大阪府の施策・経営に関する知識や地域、地域企業の取り組みについて学ぶ機会を提供することで、資質向上・事業力向上を支援し、各事業所の経営の安定、売上の向上につなげる。また地域（農林水産物や鉱工業品、技術、観光資源、人）や地域企業の取組について学び、地域で発信（口コミ、SNS等）することや自身が取り組むことで、地域活性化の担い手として、地域での事業力向上や新規事業の取り組みを増やし、地域の活性化等に繋げることを目的とする。								
	支援する対象 (業種・事業所数等)	府内商工会地域の女性経営者等								
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	○経営セミナー メイン会場と14商工会をオンラインで結ぶハイブリッド型で実施 令和4年7月12日（火） テーマ：これからの経営のヒント！ファンづくりに取り組んでみませんか ～関係性マーケティングのすすめ～ 参加企業数：107社								
		○地域をよく知るセミナー（北ブロック） 幹事商工会と4商工会をオンラインで結ぶハイブリッド型 令和4年10月7日（金） テーマ：作る責任・使う責任、くらしをみなおす 参加企業数：41社								
		○地域をよく知るセミナー（河内ブロック）藤井寺市市民総合会館 令和4年9月26日（月） テーマ：モノやサービスを売るな！「ストーリー」を売れ！ ～あなたのサービス・商品が変わる！90分の衝撃体験～ 参加企業数：46社								
		○地域をよく知るセミナー（南ブロック）熊取交流センター煉瓦館 令和4年9月26日（月） テーマ：モノやサービスを売るな！「ストーリー」を売れ！ ～あなたのサービス・商品が変わる！90分の衝撃体験～ 参加企業数：22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	経営セミナーにおいて、ホームページ無料診断や個別相談につながるように、大阪府産業デザインセンターの施策を紹介した。							
		②広域連携	大阪府内14商工会と連携して実施した。							
		③市町村連携								
		④相談相乗	事業所の現状や課題を把握することで、経営相談事業につなげ事業所支援を実施した。							
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)	196.0	総支援企業数(実績)	216.0	支援実績率	110.2%	満足率	93.5%	
	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)	女性経営者等としての必要な知識、スキルについて、研修を通じて底上げが図られたと思われる。また、地域に根差す女性経営者等づくりに着手した。女性経営者等として自社へのファンづくりというファンマーケティングや自社の発信力強化や企業として避けられないSDGsや脱炭素化について学ぶ機会を提供することで、改めて女性経営者等としての資質向上等につながったと考える。また、その成果を社内での情報共有はもちろんのこと、社外、地域においても発信することで地域全体の経営力向上につながったと考える。コロナ禍での事業実施であったが、対面型とオンライン配信を両方行うことで、感染対策を講じ、各商工会や研修会場で少人数ながら集まることできた。そのことでコロナ禍での各企業それぞれの事業の取組みや今後の展開等について意見交換、情報交換といった交流を図ることができ、今後の経営へのステップアップのきっかけになった。								
		代表指標	知識および施策の理解ができたと回答した企業割合							
		数値目標	80%	実績数値	90.7%	目標達成度	113.4%			
	成果の代表事例	「ファンマーケティング」をテーマにした研修を受けたことで、社内、社外での関係づくりを見直し、コロナ禍における新たな新規事業を展開するにあたり、習得した知識を活用できた。								

	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)	令和4年度も新型コロナウイルス感染拡大の影響でハイブリッド型で開催した。各商工会では距離的、時間的制約の面からもコロナ禍がおさまった後でも、ハイブリッド型で開催してほしいという声がある。また、 2025 大阪・関西万博に向けて、地域に流入をもたらすために、地域について知見を深め、魅力ある地域づくりに寄与していきたいという声もあるため、令和5年度は 2025 大阪・関西万博に向けて自社、地域として新しい取り組みについてのテーマに研修会を開催していく。					

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

実績/達成度①	計画に対する実績(数値)	支援企業数(計画)	97.0	支援企業数(実績)	107.0	支援実績率	110.3%	満足率	88.8%
	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)	女性経営者等が知識を習得し、大阪府の施策を知り、資質向上・事業力向上を図るとともにその内容を自社で情報共有および地域コミュニティ等で情報発信をすることで地域全体の経営力向上につなげる。また、アンケート等により、今後の事業支援(カルテ化)につながる。							
		指標	知識および施策の理解ができたと回答した企業割合						
		数値目標	80%	実績数値	90.7%	目標達成度	113.4%		
	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)	99.0	支援企業数(実績)	109.0	支援実績率	110.1%	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)	女性経営者等が地域資源や地域企業の取り組みを知り、資質向上を図るとともにその内容を自社で情報共有および地域コミュニティ等で情報発信をすることで地域全体の経営力向上につなげる。また、アンケート等により、今後の事業支援(カルテ化)につながる。							
		指標	新たな取組みへの喚起になったと回答した企業割合						
		数値目標	80%	実績数値	92.7%	目標達成度	115.9%		
	その他目標値の実績	目標値(計画)		目標値(実績)		目標達成度			

令和4年度（2022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

大阪府商工会連合会

事業名	新商品販路開拓支援事業
想定する実施期間	令和4 年度～ 年度まで ※複数年段階の実施事業は別紙にて計画を提出すること
事業の概要	<p>事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)</p> <p>新商品を開発する中で、あと一歩何かが足りず、なかなか商品の開発に繋がらず悩んでいる事業者は多く存在している。本事業はこうした事業者を対象に新商品を開発するためのきっかけとしてデザイン・マーケティングについての意識啓発を行い、また開発した商品をテストマーケティングすることで、商品の課題を発掘しさらなる発展に繋げることを目的とする。その手段として全国商工会連合会が開催する複数の販売会・催事、商談会に参加出展し、出展企業に商品・製品・技術力のPRの場を提供し、ビジネスチャンスの発見と獲得、販路拡大など、新たな顧客ニーズ探索、首都圏での販売やバイヤー・消費者との顧客接点の機会を通じて消費者ニーズの把握と地域活性化を図ることを目的として実施する。</p>
	<p>支援する対象 (業種・事業所数等)</p> <p>大阪府内の中小企業・小規模事業者</p>
	<p>実施時期・具体的な内容及び事業手法</p> <p>①デザイン・マーケティングセミナーの実施 計2回 配信：令和4年7月24日（月）～11月30日（木） YouTube限定公開 内容1： ・事業者の、ニッポン全国物産展もきっかけの一つとする、これまでの事業でのマーケティング、ブランディングやデザインの経験を、コンサルタントのパネルディスカッション、および、まとめのプレゼンテーションにて引き出し、見える化・共有知とした。 ・大阪府産業デザインセンターの支援内容—中小企業のための新商品開発マニュアル、中小企業のためのデザイン経営など、およびそれらの事例を収録したYouTubeのチャンネルを紹介した。 ・本年度の首都圏でのテストマーケティングの機会となる事業の内容、日程を紹介した。 視聴：17社 収録:令和4年7月15日（金） 14-17時 大阪商工会議所 2A会議室 内容2： ・1回目の事例事業者の経験・実践された内容をコンサルタントが平易に説明することで、テストマーケティングとその工夫のポイント、検証のポイントを具体的に設定して展示販売会の機会へ臨むこと、具体的にペルソナを設定する際の具体例を説明、さらに今年度の事業の概要を説明し、機会の利活用を呼び掛けた。 ・大阪府産業デザインセンターの支援内容—デザイン総合相談を紹介した。 視聴：17社 収録:令和4年9月27日（火） 14-17時 大阪商工会議所 404会議室</p> <p>②新商品のブラッシュアップのための支援 計5回 4社 ・ニッポン全国物産展、ポップアップストア、スーパーマーケットトレードショー事業へ出展を意図する事業者へお困りごと、その解決の進め方の討議を行い、課題を定義、解決の方向性を定義。 ・パッケージの開発・改良の課題、解決の方向性を定義。 令和4年8月26日（金）、10月18日（火）1社を2回 10月17日（月）3社、各1回</p> <p>③販売会・催事、商談会への出展、成果発表会の実施 ニッポン全国物産展： 日程：令和4年11月18日（金）～20日（日） 会場：東京・池袋サンシャインシティ 展示ホール A・B 応募・出展事業者数：5社 専門家に会場にて実際に商品展示や販促グッズの展示について直接支援を受けていただいた。会期中は一般の消費者をはじめ、百貨店、週刊誌、通信販売業者等のバイヤーへの売り込み支援を通じて、広く全国に向けて販路を拡大することを支援した。</p> <p>ポップアップストアへの出展： 日程：令和4年10月29日（土）～11月27日（日） 会場：GRANSTA TOKYO（グランスタ東京） 東京駅構内 応募・出展事業者数：1社 日程：令和4年12月1日（木）～令和5年1月31日（火） 会場：ルミネ立川店 応募・出展事業者数：4社 日程：令和5年1月25日（水）～2月23日（木） 会場：NAMBAなんなん 応募・出展事業者数：4社 日程：令和5年2月1日（水）～2月7日（火） 会場：伊勢丹 立川店 選出・出展事業者数：1社 日程：令和5年2月15日（水）～2月21日（火） 会場：ジェイアール名古屋タカシマヤ 選出・出展事業者数：1社</p> <p>出展経験の事例・知見の共有セミナーの収録・配信 配信：令和5年2月20日（月）～3月17日（金） YouTube限定公開 視聴：12社 収録:令和5年2月9日（金） 13-16時 マイドームおおさか サロン（会議室） ・バイヤーズワン、バイヤーズルーム、ニッポン全国物産展へ出展した事業者、バイヤーズルームへ出展した事業者、ニッポン全国物産展へ出展した事業者、それぞれの事業での経験・教訓を、コンサルタントとのパネルディスカッション、および、まとめのプレゼンテーションにて引き出し、見える化・共有知とした。 ・本年度実施の首都圏を中心とするテストマーケティングの機会となる事業の内容、日程を振り返り、来年度の事業がある場合、ぜひ活用いただくよう紹介した。</p>

	<p>④buyer' room(バイヤーズルーム)、buyer' one(バイヤーズワン)への商品出展 2社 バイヤーズワンへの応募： 支援期間：令和4年7月下旬～10月下旬 1社 バイヤーズルームへの出展： 審査日：令和4年9月13日(火)－1社応募。ゴールド賞(受賞対象=1社のみ) 令和5年11月22日(火)－2社応募。1社が中小企業庁長官賞(受賞対象=1社のみ)、同社2商品が全国商工会連合会賞。1社が審査員特別賞。 buyer' room(バイヤーズルーム)は大手流通バイヤーが審査員となり出展商品を取引を前提とした試食等により審査を行い、バイヤーが希望する商品には審査員特別賞を授与し、個別商談の機会を創出する事業。 buyer' one(バイヤーズワン)は、現役バイヤーが担当商品を選択し、バイヤー企業の売場で取り扱うことを前提に、商品開発・改良時点から販路開拓まで一貫通貫てハンズオン支援を行う事業。 <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	大阪府産業デザインセンターの支援内容－中小企業のための新商品開発マニュアル、中小企業のためのデザイン経営、それらの事例を収録したYouTubeのチャンネルを紹介、およびデザイン総合相談をデザイン・マーケティングセミナーにて紹介した。							
	②広域連携	大阪府内地域産業資源の活性化に積極的に取り組む商工会と連携し、幅広く事業者を募集・支援を実施した。							
	③市町村連携	無							
	④相談相乗	無							
	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)	17.0	支援実績率	85.0%	満足率	88.6%
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デザイン・マーケティングセミナーの実施 実績17社 デザイン・マーケティングセミナーの1回目にて、事業や商品をデザインすること、そのためのコンセプト構築、ペルソナの利活用などから経営理念まで幅広く、実際に過去に事業を利活用された事業者の経験を共有できたことにより、事業者の商品デザインへの意欲が高まった。また、本年度の事業を網羅的に同時に紹介することにより、本年度事業を利活用する意欲を高めていただくことができた。 2回目は1回目の事例事業者の経験・実践された内容をコンサルタントが平易に説明することで、テストマーケティングとその工夫のポイント、検証のポイントを具体的に設定して展示販売会の機会へ臨むこと、具体的にペルソナを設定する際の具体例を理解いただき、活用してみようとの動機づけが高まった事業者を増やせた。</p> <p>②新商品のブラッシュアップのための支援 実績4社 新商品やパッケージなどのお困りごとを解決したい事業者の聞き取りをすることで課題解決の方向性を定義した。相談のポイントを明確に質疑につなげることができた。</p> <p>③販売会・催事、商談会への出展、成果発表会の実施 実績12社 ニッポン全国物産展、ポップアップストア出展により、東京を中心とした関東地方の一般消費者への展示・販売をはじめスーパー、量販店、専門店、通販事業者等バイヤーをはじめテレビ局からの取材・放映に加えて、週刊誌、月刊誌ほか業界紙等や報道関係者等への紹介や商談、引き合い等積極的に展開し、市場の確保と今後の売上に結び付く重要なイベントとなった。各事業者のそれぞれの目標であるところの新商品の宣伝・PR、一般消費者のニーズ把握、市場性調査、バイヤーとの商談、新商品開発のアイデア収集、商品開発の情報交換、マーケティング情報等を通じて、新商品の更なる性能アップや販売方法の研究、新商品開発や販路拡大に相当な目途が立ったところである。また、販売方法の新たな取り組みや、消費者ニーズの取り込み、バイヤーからの商品改良意見の聴取等今後の商品開発や改良のための重要な場となり、出展企業にとって得た情報は計り知れないものとなった。今後は当情報をもとに、各企業の販売促進に一層貢献できるものと思われる。出展企業の熱心な事業取り組みにそれぞれの企業が相当な成果をあげた。</p> <p>④buyer' room(バイヤーズルーム)、buyer' one(バイヤーズワン)への商品出展 実績2社 バイヤーズワンへの応募者は新たな商品を開発、バイヤーズルームへも出店、受賞し、取引企業も数社予定されている。また、バイヤーズルームのみへ出展、受賞した事業者も大手百貨店などの取引企業も数社予定されている。今後の商品開発・改良のための一助にもなった。</p>							
	代表指標	バイヤーとの商談ができた企業割合							
	数値目標	30%	実績数値	35.3%	目標達成度	117.6%			

成果の代表事例	ニッポン全国物産展へ出展した製造販売事業者の1社は催事出展の経験があまりなく、東京での催事出展も初めてであったが、専門家の指導により装飾などを見直した結果、魅力あるブースになった。売り上げは目標に達しなかったが、目的であった関東の顧客の感触を確かめられ製品に対する自信を持つことができ、全国対象のインターネットのサイト構築へ着手するなど事業拡張への動機付けが高まった。					
その他目標値の実績	目標値(計画)	4,440	目標値(実績)	5,700	目標達成度	128.4%
	事業者の商品への接触人数として、ニッポン全国物産展の来場者数を適用。入場者数は3日間で58,083人。通路数11より5,200名と推計する。他に、ポップアップストア5か所(東京駅グランスタ東京、ルミネ立川店、NAMBAなんなん、伊勢丹立川店、ジェイアール名古屋タカシマヤ)の入店者・通行者数が発生し、各100と推計する。					
実施結果	<p>課題及び次期以降への取組み(実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)</p> <p>新商品販路開拓事業の中心であったニッポン全国物産展は、今年度はフードコートを主体とするコンセプトにて実施、物販は食品・雑貨とも事務局選定の少数の事業者のみとなった。大阪府商工会連合会よりはフードコートでの調理販売を行う事業者5社のみの出展となり、例年出展している食品・雑貨の物販の事業者の出展機会がなくなった。</p> <p>来年以降もフードコート中心、雑貨・食品物販が無い方向性のため、商品・販路開拓を別の事業で行う。</p> <p>バイヤーズワン、バイヤーズルームの出展事業者は、その価値を感じられ、事例・教訓共有セミナーでも共有いただいた。来年はそちらの事業を、事業としては出展しないが、紹介していきたいと考える。</p>					

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

実績/達成度①	計画に対する実績(数値)	支援企業数(計画)	20.0	支援企業数(実績)	17.0	支援実績率	85.0%	満足率	97.1%
	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)	デザインやマーケティングに資するノウハウを学ぶことにより、受講後の商品開発のためのヒントを習得できた。							
		指標	デザインやマーケティングについて理解をした事業者の割合						
	数値目標	70%	実績数値	94.1%	目標達成度	134.4%			
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)	6.0	支援企業数(実績)	4.0	支援実績率	66.7%	満足率	75.0%
	目標の達成度(支援企業をどう変化させることができたか)	ニッポン全国物産展、ポップアップストア、スーパーマーケットトレードショー事業にてテストマーケティングしたい事業者を募集し、課題解決の方向性を定義できた。							
		指標	新商品の開発に必要なノウハウを習得できた事業者の割合						
	数値目標	80%	実績数値	75.0%	目標達成度	93.8%			
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)	10.0	支援企業数(実績)	12.0	支援実績率	120.0%	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)	ニッポン全国物産展の出展者が消費者の声を直接聞取ることができ、開発した商品に対する自信を持って、方向性も定めることができた。また、認知、販路拡大の機会となった(12社が複数の事業に出展、各社の各事業ごとの満足度より満足率を算出)							
		指標	首都圏での販売、バイヤー・消費者との接点を通じ、新たなニーズ探索・把握、あるいは販路拡大につながった、と回答する事業者の割合						
	数値目標	80%	実績数値	91.7%	目標達成度	114.6%			
その他目標値の実績	目標値(計画)	4,440	目標値(実績)	5,700	目標達成度	128.4%			
	ニッポン全国物産展での商品への接触人数として、来場者数を適用。入場者数は3日間で58,083人。通路数11より5,200名が接触と推計する。他に、ポップアップストア5か所(グランスタ東京、ルミネ立川店、NAMBAなんなん、伊勢丹立川店、ジェイアール名古屋タカシマヤ)にて、各100名が接触と推計する。								
実績/達成度④	計画に対する実績(数値)	支援企業数(計画)	2.0	支援企業数(実績)	2.0	支援実績率	100.0%	満足率	100.0%
	目標の達成度(支援企業をどう変化させることができたか)	バイヤーからパッケージデザインや商品のアピールのポイントなど、具体的な改善点などの出展者へのフィードバックによりブラッシュアップの方向性を定められ、新規の取引先商談・取引へ至った。							
		指標	ブラッシュアップの方向性をおおむね理解した事業者の割合						
	数値目標	80%	実績数値	100.0%	目標達成度	125.0%			
その他目標値の実績	目標値(計画)		目標値(実績)		目標達成度				

大阪府商工会連合会

事業名		事業継続計画(BCP)策定支援事業
想定する実施期間		平成24 年度～ 年度まで ※複数年段階の実施事業は別紙にて計画を提出すること
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	地震や台風、豪雨などの自然災害や、新型コロナウイルスをはじめとした感染症などのリスクに直面するなか、企業には事業資産への影響を最小限にとどめ、事業の継続や早期の復旧が求められている。そのため、さまざまなリスクに対する企業活動への影響を想定し、発生後の対応措置などを事前に準備しておくことは、事業の継続のみならず企業価値の維持・向上の観点からも重要となっている。 防災・減災の重要性は増している中、依然として中小企業における事業継続計画(以下、 BCP)の策定率は低く、当会では商工会・商工会議所と連携し、大阪府内の経営者に BCP 取り組みの必要性を説いていき、 BCP の策定を進めていく。 また、ただ BCP を策定するだけで運用をしなければ、 BCP は形骸化したものとなるので、ブラッシュアップ支援を行い、今後は事業継続マネジメント(以下、 BCM)について、普及・啓蒙をしていく必要がある。
	支援する対象 (業種・事業所数等)	帝国データバンクの調査(2021年5月)によると事業継続計画(BCP)を「策定している」と回答した企業の割合は 16.1% (前年比 0.8 ポイント増)となったとはいえ、低水準であり、未策定の府内中小企業・小規模事業者に対し支援を行う。 既に策定済みの企業には BCP 発動演習(避難訓練)や BCP の見直しなどのブラッシュアップ支援やレジリエンス認証取得準備支援を行う。また BCP の策定の有無に関わらず、新型コロナウイルスマニュアルについては早急に作成していただくよう引き続き呼び掛けていく。
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	①専門家が企業に2回出向き、現地で企業支援を実施(A コース) 31 社 事業継続計画書、初動・復旧対応手順書の作成など簡易版の BCP を策定支援を実施した。 ②専門家が企業に4回出向き、現地で企業支援を実施(B コース) 11 社 事業継続計画書、初動・復旧対応手順書ならびに事業継続方針等の作成など本格的な策定支援を実施した。 ③専門家が企業に2回出向き、現地で企業支援を実施(C コース) 43 社 策定済み BCP のブラッシュアップ支援の実施、訓練の実施に向けた準備を行った。 ④専門家が企業に3回出向き、現地で企業支援を実施(D コース) 3 社 内閣官房長官国土強靱化推進室が制定した「国土強靱化貢献団体の認証に関するガイドライン」に基づくレジリエンス認証取得のために必要な申請手続きについて支援を実施した。 ⑤専門家が企業に2回出向き、現地で企業支援を実施(E コース) 17 社 新型コロナウイルスにおける予防対策・感染者対策・復旧対応に重点を置いたマニュアルの策定について支援を実施した。 ⑥超簡易版これだけはシート(自然災害版)の策定支援を実施 83 社 大阪府が作成した超簡易版これだけはシート(自然災害版)の策定について支援を実施した。
		<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 大阪府経営支援課経営革新グループと連携し、 BCP の啓発並びに策定・見直し、訓練、レジリエンス認証の取得準備支援を行った。	
	②広域連携 府内商工会・商工会議所と連携し、 BCP 策定支援制度の啓発活動(BCP 策定支援制度チラシの配布等)及び簡易版を中心とした BCP の策定支援を行った。	
	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)	190.0	総支援企業数(実績)	188.0	支援実績率	98.9%	満足率	97.9%
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>4年度はBCPを策定するだけでなく、運用していくように周知した結果として、BCPのブラッシュアップに取り組む事業者が多かった。また、その支援の中で、社内でのBCP教育や策定したBCPの周知に苦労しているという声が多くあったので、その点についても手厚く支援を行った。Dコースについては、事業継続力強化計画認定制度の認定件数の増加、Eコースについては新型コロナウイルスの感染状況が落ち着きを見せたこともあり、昨年よりも支援数が少なくなった。</p>							
	代表指標	<ul style="list-style-type: none"> ・事業継続計画(BCP)を策定した企業割合 ・新型感染症対応マニュアルを策定した企業割合 							
	数値目標	100%	実績数値	98.9%	目標達成度	98.9%			
	成果の代表事例	<p>BCPを策定するにあたっては、予め多くの従業員に参加していただくことを奨励しているが、4年度は従業員を多く巻き込み、BCPの策定をする企業が多くみられた。訪問介護を行っている介護事業所では各部署のリーダーを集め、重要業務の選定などをボトムアップで実施していた。そのため、事業の優先順位の洗い出し等がスムーズに進み、BCP策定開始から4ヶ月程度で事業継続力強化計画の認定を受けた。従業員への教育も円滑に行うことができると思われるので、このような支援モデルを増やすことが必要であると考えます。</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>課題として、昨年度同様、Bコースの申し込みが少なかった。今年度は規模が比較的大きい会社はBコースを薦めていたが、あまり数は伸びなかったため、周知の仕方を変えていく必要があると考えます。R5年度は既存のA～Eコースに「Fコース」を追加し、より幅広い脅威に対応できるように、体制を構築する。また、サイバーセキュリティのセミナーについては、脅威を知るだけでなく、脅威が発生した際、事業継続に繋げる内容にしていきたい。</p>							

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

実績／達成度①	計画に対する実績(数値)	支援企業数(計画)	30.0	支援企業数(実績)	31.0	支援実績率	103.3%	満足率	96.7%
	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)	自社の課題認識、影響度分析をすることで脅威を把握し、本格的なBCP策定に取り組む企業を創出した。							
		指標	簡易版BCPを策定した企業割合						
	数値目標	70%	実績数値	103.3%	目標達成度	147.6%			
その他目標値の実績	目標値(計画)			目標値(実績)				目標達成度	
実績／達成度②	計画に対する実績(数値)	支援企業数(計画)	20.0	支援企業数(実績)	11.0	支援実績率	55.0%	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)	自社の課題認識、影響度分析をすることで脅威を把握し、本格的なBCP策定に取り組む企業を創出した。							
		指標	BCPを策定した企業割合						
	数値目標	70%	実績数値	55%	目標達成度	78.6%			
その他目標値の実績	目標値(計画)			目標値(実績)				目標達成度	
実績／達成度③	計画に対する実績(数値)	支援企業数(計画)	25.0	支援企業数(実績)	43.0	支援実績率	172.0%	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)	BCPの定期的なブラッシュアップの必要性を理解し、また発動演習に着手する企業を創出した。							
		指標	策定済みのBCPをブラッシュアップ、またBCPの発動演習を行った企業割合						
	数値目標	70%	実績数値	172%	目標達成度	245.7%			
その他目標値の実績	目標値(計画)			目標値(実績)				目標達成度	
実績／達成度④	計画に対する実績(数値)	支援企業数(計画)	10.0	支援企業数(実績)	3.0	支援実績率	30.0%	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)	レジリエンス認証制度の概要を理解し、申請書の作成に着手する企業を創出した。							
		指標	レジリエンス認証を取得した企業割合						
	数値目標	50%	実績数値	30%	目標達成度	60.0%			
その他目標値の実績	目標値(計画)			目標値(実績)				目標達成度	
実績／達成度⑤	計画に対する実績(数値)	支援企業数(計画)	25.0	支援企業数(実績)	17.0	支援実績率	68.0%	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)	新型コロナウイルスの対策について理解し、マニュアルの策定に着手する企業を創出した。							
		指標	新型コロナウイルス対応マニュアルを策定した企業割合						
	数値目標	70%	実績数値	68%	目標達成度	97.1%			
その他目標値の実績	目標値(計画)			目標値(実績)				目標達成度	
実績／達成度⑥	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)	83.0	支援実績率	103.8%	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)	BCPの必要性を実感されるとともに、「簡易版BCP」に取り組む企業を創出した。							
		指標	「これだけは！」シートをおおむね作成した企業割合						
	数値目標	100%	実績数値	103.8%	目標達成度	103.8%			
その他目標値の実績	目標値(計画)			目標値(実績)				目標達成度	

令和4年度（2022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

大阪府商工会連合会

事業名	経営トピックセミナー配信事業	
想定する実施期間	令和3 年度～ 年度まで ※複数年段階の実施事業は別紙にて計画を提出すること	
事業の概要 実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)</p>	<p>経営において重要なテーマではあるが、商工会単独では集客が難しいものについて、連合会が大阪市内でセミナーを実施し、同時に商工会にオンライン配信することで、地域の事業者は地域外（大阪市内など）で行われるセミナーに対して、時間、距離という障壁が解消され、経営力向上への機会をもつことができる。この事業を実施しなかった場合、事業者にとって新たな取り組みへの機会喪失となり、経営力の弱体化等が考えられることから、この事業は大阪府内の事業者の経営力格差を埋めることにつながる。また、商工会の会議室等で事業者にセミナーを視聴してもらうことで、経営指導員との接点を増やし、セミナー後の個別支援を円滑に進められる。</p>
	<p>支援する対象 (業種・事業所数等)</p>	<p>大阪府内の中小企業・小規模事業者</p>
		<p>以下の7テーマを、開催会場で参加、中継配信を商工会および事業者事業所で視聴 のハイブリッド方式で実施、さらに後日に収録（アーカイブ）動画を事業者事業所でオンデマンド視聴 の方式にて実施。</p> <p>①経営革新セミナー 参加企業：58.5社 日時：令和4年8月22日（月）14時～16時 場所：大阪商工会議所 6階末広の間(CD) 配信期間：令和4年8月26日（金）～10月28日（金） 経営革新に取り組もうとする中小・小規模事業者を対象に、制度や支援策、計画策定方法について、および経営革新計画承認企業の事例（1社）についてのセミナーを実施。</p> <p>②事業承継セミナー 参加企業：38社 日時：令和4年9月21日（水）14時～16時 場所：大阪商工会議所 6階末広の間(CD) 配信期間：令和4年9月27日（火）～11月25日（金） 大阪府事業承継・引継ぎ支援センターの支援内容の紹介、親族内承継・第三者承継・スモールM&Aの3手法とメリットデメリットの紹介、よくある課題と解決の方向性を例示、第三者承継の事例の承継、経営者保証解除の支援の内容と進め方について紹介するセミナーを実施。</p> <p>③越境ECセミナー 参加企業：46.5社 日時：令和4年8月3日（水）14時～16時 場所：大阪商工会議所 4階402B会議室 配信期間：令和4年8月9日（火）～9月30日（金） 越境ECの市場、コロナ禍・円安下での拡大など市場機会の変化、EC販路利用時の注意点など前提となる情報を紹介。さらに、一般的なEC開始時の課題、地域市場ごとの特徴、ECサイト選択肢・事業者立地国の使い分け、推奨するECサイトなど具体的な情報を説明。</p> <p>④DXセミナー 参加企業：47社 日時：令和4年11月9日（水）14時～16時 場所：大阪商工会議所 地下1階 2号会議室 配信期間：令和4年11月14日（月）～12月23日（金） 中小・小規模事業者の事例を、市場・顧客への働きかけの領域、自社の業務プロセス改善の2つの領域に大別し紹介。具体的には、マーケティング・コミュニケーションでのSNS—InstagramやYouTube、およびGoogleマイビジネスの利活用、食品製造のプロセスへの機械化部分の導入、勤怠管理のシステム化、情報共有システム導入による営業・営業支援効率向上、POSレジ導入などを紹介。事例とともに、IT導入の考え方の枠組みを紹介、DXに取り組むのは難しいと考えている企業に向けて、DX化についての理解を深め、動機づけるセミナーを実施した。</p> <p>⑤人材確保セミナー 参加企業：37.5社 日時：令和4年10月5日（水）14時～16時 場所：大阪商工会議所 6階末広の間(CD) 配信期間：令和4年10月11日（火）～12月2日（金） 中小・小規模事業者の求人チャネルの全体像などデータの紹介、および主となるハローワークの求人票の各項目の書き方のポイントを紹介、またミニワークショップで紹介内容の実践を実施</p> <p>⑥ネットショップセミナー 参加企業：49.5社 日時：令和4年7月6日（水）14時～16時 場所：大阪商工会議所 6階末広の間(CD) 配信期間：令和4年7月12日（火）～9月9日（金） マーケティング戦略について学び、自分の会社にとってどのような手法がより良いか知ってもらい、ネットショップに出店する際にどのような種類や違いがあるのか、どのような選び方をするかを知ってもらう内容のセミナーを実施。</p> <p>⑦プレスリリースセミナー 参加企業：56.5社 日時：令和4年11月30日（水）14時～16時 場所：大阪商工会議所 地下1階 2号会議室 配信期間：令和4年12月2日（金）～令和5年1月9日（月） これまでプレスリリースをしたことがない事業者を対象に、マーケティング戦略やプレスリリースの基本について学び、プレスリリースを活用した情報発信力や売上の向上に取り組めるような内容のセミナーを実施。</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	<p>(a)①経営革新→商-13 経営革新の支援、府経営支援課経営革新グループと連携し、企画段階より協議しセミナーを開催。経営革新制度の活用について紹介。</p> <p>②事業承継→商-10事業承継の支援事業、大阪府事業承継・引継ぎ支援センターと連携しセミナーを開催。受講後相談者を大阪府事業承継・引継ぎ支援センターへ引継ぎ。</p> <p>③越境EC→商-16デザイン、マーケティング、コンテンツ等の活用。大阪府商業・サービス産業課 大阪府産業デザインセンターと連携、中小企業のためのデザイン経営について紹介。</p> <p>④DX→商-3大阪府DX推進パートナーズの活用。大阪府産業創造課産業化戦略グループと連携しセミナーを開催。大阪府DX推進パートナーズ、大阪DX推進プロジェクトの活用について紹介。</p> <p>⑤人材確保→商-1人材ニーズ対応支援。公益財団法人大阪産業局HR戦略部と連携し、企画段階より協議しセミナーを開催した。中小企業のための人材採用コンシェルジュについて紹介。</p> <p>⑥マーケティング（IT活用）→商-16デザイン、マーケティング、コンテンツ等の活用。大阪府商業・サービス産業課 大阪府産業デザインセンターと連携、ホームページ無料診断の活用について紹介。</p> <p>⑦マーケティング（広報）→商-16デザイン、マーケティング、コンテンツ等の活用。大阪府商業・サービス産業課 大阪府産業デザインセンターと連携、デザイン総合診断、ホームページ無料診断の活用について紹介。</p>
②広域連携	大阪府内16商工会と連携、当日の配信、アーカイブ動画の後日視聴を実施。
③市町村連携	無
④相談相乗	セミナー受講後、更なる支援として相談を行い各事業所の課題解決につなげた。

計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	465.0	総支援企業数(実績)	333.5	支援実績率	71.7%	満足率	93.1%
--------------	------------	-------	------------	-------	-------	-------	-----	-------

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経営革新セミナー 大阪府の経営革新承認制度について理解をするとともに、新分野への進出等の新たな顧客等の獲得と売上向上につながる事業計画作成に取り組む機会となった。</p> <p>②事業承継セミナー 事業承継の必要性を理解するとともに、親族外の第三者承継、経営者保証解除支援について知る機会となった。</p> <p>③越境ECセミナー 越境ECの市場、市場機会の変化、EC取組利用時の注意点など前提となる情報を知り、ECサイト選択肢・事業者立地国の使い分け、推奨するECサイトなど具体的な情報により、越境ECへ取り組む機会となった。</p> <p>④DXセミナー 市場・顧客への働きかけ、自社の業務プロセス改善に小規模事業者でも取り組めることを理解し、大阪府DX推進パートナーズ、大阪DX推進プロジェクトの活用について理解し、DXへ第1歩を進める機会となった。</p> <p>⑤人材確保セミナー 中小・小規模事業者の求人チャネルの全体像、および主となるハローワークの求人票の各項目の書き方のポイントを紹介、またミニワークショップ実施により人材確保へ取り組む機会となった。</p> <p>⑥ネットショップセミナー マーケティング戦略について学び、ITやSNSを活用した集客方法について必要なことを知り、売上向上へ取り組む機会となった。</p> <p>⑦プレスリリースセミナー マーケティング戦略やプレスリリースの基本について学び、プレスリリースの作成にについて必要なことを知り、売上向上へ取り組む機会となった。</p>
	代表指標	セミナーテーマに対する理解および意識の高まった企業割合

数値目標	70%	実績数値	92.7%	目標達成度	132.4%
------	-----	------	-------	-------	--------

事業全体の実績／目標達成度

	成果の代表事例	経営革新セミナーを受講された事業者が、経営革新計画の承認申請書の作成へ着手され、当会の支援の元で申請、承認された。			
	その他目標値の実績	目標値 (計画)		目標値 (実績)	目標達成度
実施結果	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)	様々な課題を抱える事業者がテーマにあったセミナーを受講することで、課題解決につながった。 配信で実施されるセミナーと似るテーマが増え集客の難度が増し、現地会場参加、商工会会議室等での中継配信への参加者数が減少している。 開催日前の申込に対し、開催日後の受講の機会としてアーカイブ配信しているが、開催日以降の新たな申込機会を提供していなかったため、開催日以降のアーカイブ視聴申込の機会提供と、アーカイブ配信期間を長くすることにより、開催日に受講できない事業者の受講機会を増やし、また、アーカイブ配信期間中に、メールマガジン、セミナー告知ウェブサイトなどによる追加の告知にて募集を行う。			

【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)	54.0	支援企業数(実績)	58.5	支援実績率	108.3%	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)	大阪府の経営革新承認制度について理解をするとともに、新分野への進出等の新たな顧客等の獲得と売上向上につながる事業計画作成に取り組む機会となった。							
		指標	経営革新に対する理解および意識が高まった企業割合						
		数値目標	70%	実績数値	93.1%	目標達成度	133.0%		
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)	63.0	支援企業数(実績)	38.0	支援実績率	60.3%	満足率	92.1%
	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)	事業承継の必要性を理解するとともに、親族外の第三者承継、経営者保証解除支援について知る機会となった。							
		指標	事業承継に対する理解および意識が高まった企業割合						
		数値目標	70%	実績数値	92.1%	目標達成度	131.6%		
その他目標値の実績	目標値(計画)		目標値(実績)		目標達成度				
実績/達成度③	計画に対する実績(数値)	支援企業数(計画)	67.0	支援企業数(実績)	46.5	支援実績率	69.4%	満足率	89.1%
	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)	越境ECの市場、市場機会の変化、EC販路利用時の注意点など前提となる情報を知り、ECサイト選択肢・事業者立地国の使い分け、推奨するECサイトなど具体的な情報により、越境ECへ取り組む機会となった。							
		指標	越境EC導入に対する理解および意識が高まった企業割合						
		数値目標	70%	実績数値	89.1%	目標達成度	127.3%		
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④	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	68.0	支援企業数(実績)	47.0	支援実績率	69.1%	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）	市場・顧客への働きかけ、自社の業務プロセス改善に小規模事業者でも取り組めることを理解し、大阪府DX推進パートナーズ、大阪DX推進プロジェクトの活用について理解し、DXへ第1歩を進める機会となった。							
		指標	DXに対する理解および意識が高まった企業割合						
	数値目標	70%	実績数値	91.5%	目標達成度	130.7%			
その他目標値の実績	目標値（計画）		目標値（実績）		目標達成度				
実績／達成度⑤	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	66.0	支援企業数(実績)	37.5	支援実績率	56.8%	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）	中小・小規模事業者の求人チャネルの全体像、および主となるハローワークの求人票の各項目の書き方のポイントを紹介、またミニワークショップ実施により人材確保へ取り組む機会となった。							
		指標	人材確保に対する理解および意識が高まった企業割合						
	数値目標	70%	実績数値	100.0%	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⑥	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	72.0	支援企業数(実績)	49.5	支援実績率	68.8%	満足率	91.8%
	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）	マーケティング戦略について学び、ITやSNSを活用した集客方法・ネットショップについて必要なことを知り、売上向上へ取り組む機会となった。							
		指標	ITやSNSを活用した集客・ネットショップに対する理解および意識が高まった企業割合						
	数値目標	70%	実績数値	91.8%	目標達成度	131.2%			
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)	75.0	支援企業数(実績)	56.5	支援実績率	75.3%	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）	マーケティング戦略やプレスリリースの基本について学び、プレスリリースの作成について必要なことを知り、売上向上へ取り組む機会となった。							
		指標	広報・プレスリリースに対する理解および意識の高まった企業割合						
	数値目標	70%	実績数値	98.2%	目標達成度	140.3%			
その他目標値の実績	目標値（計画）		目標値（実績）		目標達成度				

令和4年度（2022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

大阪府商工会連合会

事業名		事業計画作成・実施支援事業	
想定する実施期間		令和4 年度～ 年度まで ※複数年段階の実施事業は別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	コロナの影響を受けた中小・小規模事業者の経営力向上を図るため、事業計画作成支援並びに立案した計画の実施支援を行い支援企業の経営力向上を図り、大阪府内の中小・小規模事業者の価値の維持・向上を目指す。	
	支援する対象 (業種・事業所数等)	府内商工会・商工会議所地域の中小・小規模事業者	
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>①事業計画作成セミナー 参加企業：47社 日時：令和4年6月6日（月）14時～16時（中継配信・収録とも） 場所：大阪商工会議所 4階402会議室 配信：令和4年6月13日（月）～6月20日（月） 会場で参加、中継配信を商工会・商工会議所および事業者事業所で視聴のハイブリッド方式で実施。さらに後日に収録（アーカイブ）動画を事業者事業所でオンデマンド視聴の方式にて実施。 専門家による事業計画策定の必要性、計画書の内容、手順を説明。 大阪府「新事業支援Vチャレンジ」事業のチラシとともに、大阪産業局開催のセミナーの日程を紹介。</p> <p>②事業計画作成と実施に向けた支援（ハンズオン支援） 支援実施企業：17社 令和4年7月から12月にかけて、セミナーの受講者や個別に相談があった事業者のうち、事業計画の必要性を考え、取り組みを希望する中小・小規模事業者に対し事業計画作成と実施に向けた支援を実施。</p> <p>③事業計画作成の事例・知見共有セミナー（収録した動画を配信） 参加企業：37社 配信：令和5年3月9日（木）～3月26日（日） 収録（アーカイブ）動画を事業者事業所でオンデマンド視聴できる環境を提供する方式にて実施。 大阪府商工会連合会の支援により、本年に事業計画を作成した事業者の事例を、事業者、商工会経営指導員、専門家へのインタビュー形式にて紹介する動画を収録・配信する方式で共有。 事業者が実現しなかった事、困りごとと専門家の支援の内容を具体的な事例で紹介、支援団体および専門家の支援の内容を具体的に理解いただけるよう事業者本人の言葉で説明する内容とした。 最後に、専門家より、事業計画を作成するメリット、作成する上でのポイントを説明し、具体事例とともに、事業計画作成のメリット、ポイントを理解いただけるよう説明。</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「新事業支援Vチャレンジ」事業と連携、チラシの配布による大阪産業局の実施する「セミナー&ワークショップ」セミナーと事業の広報を実施、大阪産業局と相互にセミナーの日時を案内。
②広域連携	大阪府内16商工会、豊中商工会議所、大東商工会議所と連携、当日の配信、アーカイブ動画の後日オンデマンド視聴を実施。		
③市町村連携			
④相談相乗	セミナー受講後、更なる支援として相談を行い各事業所の課題解決につなげた。		

	計画に対する実績(数値)	総支援企業数(計画)	217.0	総支援企業数(実績)	99.0	支援実績率	45.6%	満足率	93.9%
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事業計画作成セミナー 事業計画作成の必要性、項目・構成・内容、作成のポイントの理解を促進し、作成を動機づけた。現状とありたい姿の対比する考え方を伝える事により、現状の課題を考える機会となった。</p> <p>②事業計画作成と実施に向けた支援(ハンズオン支援) 個々異なる各社の課題・ニーズに合わせた計画の作成を支援した。自社の資産・強み・弱み分析などや、それらにより、実現可能な売上目標設定、費用低減策を共同で検討する、また、具体的な作業と日程とを定義した活動計画を作成するなどの支援を行った。</p> <p>③事業計画作成の事例・知見共有セミナー 大阪府商工会連合会の支援により、本年に事業計画を作成した事業者の事例を、事業者、商工会経営指導員、専門家へのインタビュー形式にて紹介する動画を収録・配信する方式で共有。事業者が実現したかった事、困りごとと専門家の支援の内容を具体的な事例で紹介、支援団体および専門家の支援の内容を具体的に理解いただけるよう事業者本人の言葉で説明する内容とした。 最後に、専門家より、事業計画を作成するメリット、作成する上でのポイントを説明し、具体事例とともに、事業計画作成のメリット、ポイントを理解いただけるよう説明。</p>							
		代表指標	各種施策・支援策の理解、及び事業計画作成の動機付けが高まった事業者の割合						
		数値目標	70%	実績数値	97.0%	目標達成度	138.5%		
	成果の代表事例	事業計画を作成することにより、事業の現状を把握、将来の計画を見える化・具体化、精査した計画を作成することができ、補助金を申請、採択された。その採択により金融機関からの借入条件が緩和され、より負担の少ない事業計画を作成でき、事業を円滑に実施できている。							
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)	<p>事業計画作成参加者募集セミナーの受講者募集時期に、コロナ罹患者数はそれ以前よりは減少していたが依然罹患懸念が強く、多くの申込を得ることができなかった。また、事例共有セミナーに想定していた案件が12月末までの支援となり、内容企画・講師含めた日程を早期に定められず、セミナー配信が遅くなった。</p> <p>次期は早期より募集し、募集期間を長くするとともに、現地ライブ開催以降のオンデマンド配信の期間を長く設定するとともに、オンデマンド配信期間を通じ受講者が申込及び視聴できる手段を構築し、現地ライブ以降での申込・視聴をより容易にする。また、告知の手段・媒体を増やし、広報の受け取り者の総数を増やす。</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)	100.0	支援企業数(実績)	45.0	支援実績率	45.0%	満足率	93.3%
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	事業計画策定の必要性、項目・構成・内容、作成のポイントの理解を促進し、作成を動機づけた。現状とありたい姿の対比する考え方を伝える事により、現状の課題を考える機会となった。							
		指標	事業計画作成の必要性に対する理解および意識が高まった事業者の割合						
	数値目標	70%	実績数値	96%	目標達成度	136.5%			
その他目標値の実績	目標値（計画）		目標値（実績）		目標達成度				
実績／達成度②	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	17.0	支援企業数(実績)	17.0	支援実績率	100.0%	満足率	100.0%
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	自社の資産・強み・弱み分析などや、それらより実現可能な売上目標設定、費用低減策を計画文書化できた。また、具体的な作業と日程とを定義した活動計画を作成、実行できた。							
		指標	事業計画を作成し、経営力向上につながった事業者の割合						
	数値目標	70%	実績数値	100%	目標達成度	142.9%			
その他目標値の実績	目標値（計画）		目標値（実績）		目標達成度				
実績／達成度③	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	100.0	支援企業数(実績)	37.0	支援実績率	37.0%	満足率	91.9%
	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）	本年に事業計画を作成した事業者の事例にて、事業者が実現しなかった事、お困りごとと専門家の支援の内容を具体的な事例で紹介することにより、事業計画の必要性、作成の意欲が高まった。							
		指標	各種施策・支援策、及び事業計画作成の動機付けが高まった事業者の割合						
	数値目標	70%	実績数値	97%	目標達成度	139.0%			
その他目標値の実績	目標値（計画）		目標値（実績）		目標達成度				

大阪府商工会連合会

事業名		経営指導員研修					
想定する実施期間		平成20 年度～ 年度まで ※複数年度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)	府内商工会議所、商工会の経営指導員に対して、経営支援力向上の為の研修事業を実施する。、大阪の中小企業の皆様のあらゆる経営相談に対応できる人材育成を目的とする。厳しい経営環境の中、多様化、専門化する大阪の中小企業の皆様からの経営相談に対応できる人材育成を目的とする。					
	支援する対象 (業種・事業所数等)	商工会、商工会議所の経営指導員					
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	(a) 経営情報トピックス					
		開催	テ ー マ	講 師 等	場 所	研修形態	参加者
		6/13～7/8	大阪府の小規模事業者支援施策の概要及び経営指導員に求められる役割について	大阪府商工労働部中小企業支援室経営支援課 経営支援グループ 担当者	配信	講義	51 人
		8/23～9/22	中小事業者の脱炭素促進へ向けた大阪府・市の支援策と活用。大阪スマートエネルギーセンターについて	大阪府環境農林水産部脱炭素・エネルギー政策課スマートエネルギーグループ 担当者	配信	講義	31 人
		3/1	地域中小企業向け各種補助金制度等の普及・活用について	近畿経済産業局産業部中小企業課 担当者	配信	講義	59 人
		7/11～8/5	事業承継 行政の支援◎小さな会社でもあきらめない事業承継・M&A 大阪府事業承継・引継ぎ支援センターの支援策と活用	大阪府事業承継・引継ぎ支援センター 承継コーディネーター 経営者保証コーディネーター	配信	講義	47 人
		7/11～8/5	大阪府の事業承継の支援策と活用	大阪府経営支援課経営支援グループ 担当者	配信	講義	36 人
		10/24～11/18	人材採用課題解決と「人材採用コンシェルジュ」の活用	公益財団法人大阪産業局 HR戦略部 担当者	配信	講義	16 人
		8/23～9/22	事業のデジタル化・プラットフォーム活用、行政の支援◎DXの推進と「大阪府DX推進パートナーズ」(OBDX(大阪DX推進プロジェクト))の活用	大阪府成長産業振興室産業創造課 産業課戦略グループ 担当者	配信	講義	30 人
		12/1～12/30	IT支援のための基本知識と、構想策定・生産性向上のツール	中小機構 近畿本部 連携支援部 連携支援課 中小企業支援アドバイザー	配信	講義	46 人
		(b) CSR・コンプライアンス・人権					
		開催	テ ー マ	講 師 等	場 所	研修形態	参加者
		6/13～7/8	私と部落問題	NPO法人サポートネットワークぬくもり理事長	配信	講義	36 人
		11/11～12/12	アンコンシャスバイアスへの気づきをもとに	大阪企業人権協議会 研修サポートセンター長	大阪商工会議所様の間+配信	講義	26 人
		(c) 経営相談・地域活性化 ～支援策等の活用を活かした実務支援～					
		開催	テ ー マ	講 師 等	場 所	研修形態	参加者
		7/11～8/5	事業継続力強化計画・BCP ◎BCPの必要性、大阪府のこれだけはシート活用	大阪府経営支援課経営革新グループ 担当者	配信	講義	46 人
		7/11～8/5	業継続力強化計画・BCP ◎国の事業継続力強化計画について	近畿経済産業局産業部中小企業課 担当者	配信	講義	38 人
	7/11～8/5	事業継続力強化計画・BCP ◎事業継続計画(BCP)策定支援について	大阪府商工会連合会職員	配信	講義	36 人	
	7/11～8/5	事業継続力強化計画・BCP ◎災害等リスクと保険による対策	東京海上日動火災保険株式会社 担当者 あいおいニッセイ同和損害保険株式会社 担当者	配信	講義	36 人	
	9/21～10/28	新市場や顧客価値を発見・提供する手法を学ぼう！ー「新商品開発マニュアル 中小企業デザイン開発思考」を用いた、製品・サービス開発プロセスの概要	大阪府商工労働部中小企業支援室 商業・サービス産業課 大阪府産業デザインセンター 担当者	配信	講義	39 人	
	8/23～9/22	「経営革新計画承認制度」の制度・利用方法 「経営革新計画と経営革新計画承認制度について	大阪府経営支援課経営革新グループ 担当者	配信	講義	32 人	
	10/11～11/11	コミュニケーションのデジタル化とセキュリティへの配慮	特定非営利活動法人 ヒューリット経営研究所 副理事長	大阪商工会議所2号会議室+配信	講義	32 人	
	9/26～10/28	インボイス・電子帳簿保存法対策のポイント、それら電子化を契機とする経営活力強化	特定非営利活動法人 ヒューリット経営研究所 担当者	大阪商工会議所2号会議室+配信	講義	59 人	
	11/2～12/12	デジタル化のためのデータ・情報流通ツールの使い方	特定非営利活動法人 ヒューリット経営研究所 担当者	大阪商工会議所様の間+配信	講義	46 人	

(d) 中堅～管理職支援の研修会									
開催	テ ー マ	講 師 等	場 所	研修形態	参加者				
12/6	なにわ地区フィールドワーク	アトリエ西濱 担当者	なにわ地区各所	フィールドワーク	10 人				
12/6	イベントから始まった「ひと・まち・しごとづくり」	A´ワーク創造館 館長	A´ワーク創造館	講義					
12/6	エスペランサ靴学院～東京から大阪移転～	エスペランサ靴学院 学院長	A´ワーク創造館	講義					
(d) 新任・若手経営指導員対象の研修会・勉強会									
開催	テ ー マ	講 師 等	場 所	研修形態	参加者				
7/25～8/26	<新任経営指導員研修> マルケイ融資の推薦書の書き方について	日本政策金融公庫 大阪支店 担当者	配信	講義	36 人				
11/24	<新任経営指導員研修> 労務の基礎知識強化講座	社会保険労務士	大阪商工会議所1号会議室	講義	27 人				
2/6	<新任経営指導員研修> 財務・税務入門講座	税理士・社会保険労務士	マイドームおおさか 8階第3会議室	講義	21 人				
(e) 中小企業大学校での学習									
開催	テ ー マ	講 師 等	場 所	研修形態	参加者				
8/16～9/9	中小企業支援担当者等研修 税務・財務診断【旧基礎研修Ⅰ】	中小企業大学校講師	中小企業大学校関西校	講義 グループワーク	2 人				
12/13～12/15	中小企業支援担当者等研修 ビジネスプラン策定の実践術	中小企業大学校講師	中小企業大学校関西校 中小企業大学校東京校	講義 グループワーク	2 人				
(f) 団体別オーダーメイド研修									
開催	テ ー マ	講 師 等	場 所	研修形態	参加者				
6/14	商工会のBCP策定について	ミネルヴァベリタス株式会社 コンサルタント	摂津市商工会	個人ワーク	6 人				
10/5	イラストレーター入門講座	グラフィックデザイナー	A´ワーク創造館	個人ワーク	8 人				
10/13	イラストレーター応用講座	グラフィックデザイナー	A´ワーク創造館	個人ワーク	4 人				
11/28	職場のハラスメントの理解と防止に向けて	大阪企業人権協議会 研修サポートセンター長	大阪府商工会連合会	講義	8 人				
1/23	クラウドファンディングの活用について	株式会社マクアケ 担当者	摂津市商工会	講義	12 人				
2/10	カルテ研修	秋田中小企業診断士事務所	泉大津商工会議所	講義	10 人				
<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									
④相談相乗									
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)	885.0	総支援企業数(実績)	888.0	支援実績率	100.3%	満足率	94.0%
	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)	府内中小企業・小規模事業者の多岐にわたる経営支援テーマを捉え、最善の研修を行い、経営指導員の支援レベルの向上に務めた。今年度も3年度同様、Zoomを利用しての生配信、研修を録画してのアーカイブ配信などを主に研修を組み立てた結果、計画を上回る参加者が受講した。満足度・理解度は昨年度よりも大きく向上し、研修内容についても充実したメニューを揃えられたのではないと思う。							
	代表指標	経営指導員の研修に対する満足度・理解度							
	数値目標	75%	実績数値	93.8%	目標達成度	125.1%			
	成果の代表事例	令和4年度は、DX推進のため、DXに関連する研修を複数行った。また人権研修にも力を入れ、座学を2テーマとフィールドワーク研修を実施した。参加者は10名と決して多くはなかったが、コロナ禍以降久しぶりのフィールドワークというのもあって、満足度は高かった。							
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)	R5年度はSDGs等をテーマとしたグループワークを取り入れる予定をしているが、配信での参加に慣れてしまった指導員に対して、いかに魅力的な研修であるかというのを伝えていく必要がある。 10月開始のインボイス制度への対策としては、基本的な内容からより実践的な内容の研修を行う予定をしている。また、インボイス制度の導入に際して免税事業者とその取引先との間で起こり得る独占禁止法・下請法に於ける研修も併せて組み入れる。							

令和4年度（2022年度）小規模事業経営支援事業 商工会等支援事業実績報告書

大阪府商工会連合会

事業名		経営指導員OJT事業							
想定する実施期間		R3 年度～ 年度まで ※複数年段階の実施事業は別紙にて計画を提出すること							
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	大阪府内全ての商工会の経営指導員の経営支援（経営革新、事業承継、DX、人材確保等支援等）能力向上のためにOJTを実施し、多様化、高度化する大阪の中小企業からのあらゆる経営相談に対応できる人材育成を目的とする。 新任経営指導員等OJT対象者のコミュニケーション能力の向上（苦手分野の克服、支援経験の蓄積）、全経営指導員の特定分野の支援能力の向上（高度支援の蓄積）を目的とする。 ※OJTとは、「On the Job Training」の略称で、実際の仕事を通じて業務を教え、知識、技術などを身に付けさせる教育方法							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	大阪府内全ての商工会に実施し、結果、大阪府内の中小企業・小規模事業者が支援を享受できる対象となる。							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	4月当初から開始し、前年度の事業の進捗状況の確認を行い、経営相談、創業支援、事業計画作成支援、事業継続計画(BCP)策定支援等を重点支援として実施し、年度内に終了した。 ＜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							
②広域連携									
③市町村連携									
	④相談相乗								
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)	106	総支援企業数(実績)	115	支援実績率	108.5%	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)	「ヒト」の部分の人材育成に注力し、商工会の経営指導員にOJTを実施した。 事業終了時には対象経営指導員別目標設定・評価シート等をもとに事業実施前と事業実施後での程度支援能力が上がったかを評価。 創業支援、事業計画策定支援、事業承継等を重点支援として行った。 OJT支援は当会職員で実施し、中小企業診断士等の専門家の派遣も実施した。							
		代表指標	対象経営指導員の支援スキルが向上した商工会						
		数値目標	16	実績数値	16	目標達成度	100.0%		
	成果の代表事例	大阪府内の経営指導員の経営支援スキルが向上し、相談者からの経営相談、事業計画作成支援を実施し、結果、大阪府内の中小企業・小規模事業者の経営が改善された。							
	その他目標値の実績	目標値(計画)				目標値(実績)			
目標達成度									
実施結果	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)	新型コロナウイルス感染拡大の影響で当会職員の派遣が重点となり実施した。専門家等の派遣については数回程度の支援となった。来年度については、経営指導員OB、専門家等の活用を増やしていく。							

大阪府商工会連合会

事業名		CSR普及啓発事業
想定する実施期間		2020 年度～ 2022 年度まで ※複数年度段階の実施事業は別紙にて計画を提出すること
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	<p>国際化・情報化・少子高齢化の進展や社会格差の拡大・地球環境問題の深刻化にともない、企業が関わる人権課題は複雑・多様化し、人権・安全・環境を柱としたCSR経営（CSRを根幹に据えた経営）の確立が社会的な要請となっている。</p> <p>CSR（企業の社会的責任）はあらゆる組織の社会的責任（SR）に拡張され、2010年11月にISO26000（ガイダンス規格）として国際標準化された。</p> <p>また、国連では2015年にSDGs（持続可能な開発目標）が採択され、具体的な達成目標をもってCSRに取り組むことが求められるようになってきている。</p> <p>2014年度～2016年度に実施したCSR経営実態調査及び2017年度より実施しているCSR経営モデル支援事業をふまえ、CSRの普及啓発の強化とCSR経営の推進と組織支援体制の整備に取組み、社会の持続可能な発展に貢献していく。</p>
	支援する対象 (業種・事業所数等)	府内16商工会・20会議所及び府内事業所393,000社
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>CSR経営実態調査と事例集の作成をふまえ、小規模企業への普及も推進できるようにCSR経営の普及啓発に各商工会等と連携して以下の通り、取り組んだ。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・昨年度のCSR経営モデル支援事業の検証結果をふまえ、支援マニュアルと支援方法の改善を図りながら、今年度も各商工会等と連携して新規に5社のモデル支援に取り組んだ。 ・昨年度の支援先のCSR基本計画の具体化に向けた支援（実施計画とCSRレポートの作成）も行った。 ・昨年度、実施計画作成支援を実施した企業には、PDCAを回しながらCSR活動を継続発展できるようにマネジメントシステムの構築支援に取り組んだ。 ・昨年度、マネジメントシステム構築支援を実施した企業には、SDGsを意識して目標を見直した実施計画を作成できるようフォローアップに取り組んだ。 ・モデル支援の実施に当たってはコロナ対応のため、面談に加えオンライン・電話・メール・FAXを使用しながら支援を行った。 ・CSR経営の普及啓発を推進するため、各商工会等でCSR経営者リーダー育成研修の実施を基本として、地域中小企業を対象にCSR経営セミナー等を開催した。 ・コロナ対応を連携先と相談しながら、感染予防対応をとりながらの集合形式やオンラインでのセミナーまたはオンラインと集合形式を併用のハイブリッド研修を行った。 ・普及啓発用冊子「ビジネスと人権」を作成配布し、更なる普及啓発と浸透をはかった。 ・メンタルヘルスセミナーは「健康経営」と「コロナ禍におけるメンタルヘルスケア」を切り口に、これまでと異なった状況でのメンタルヘルスマネジメントの具体的な取り組み方に力をいれた講座を提供した。（手法は上記のCSR経営セミナー等と同様） ・商工会等のCSR並びにメンタルヘルス経営推進職員の育成を図り、各商工会等におけるCSR経営の普及啓発とCSR経営モデル支援の実施の円滑化およびメンタルヘルスの取組みへの啓発意欲の向上を図った。 ・1月～2月にかけてCSRに関心のある企業とCSR先進企業とのCSR交流会「社会起業家育成事業者交流会」を実施した。受講者同士交流をすることで意欲の向上につなげ、社会課題から事業を考えることで、自身の事業の見直しを行い、CSRの普及の推進となるよう取り組んだ。 ・コロナ感染症の影響で1回ではあるが人権研修推進委員会を開催し、全体のとりくみ状況の点検と改善に向けた検討をおこなった。 ・当連合会においてCSR経営支援マニュアルの改善とCSR経営推進の取り組みに向けて行う、CSR経営推進委員会はコロナの影響で全て中止となった。 <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	
②広域連携	CSR経営の推進にあたっては、テーマや課題が複雑・多様化していることから、商工会等が単独で行うには限界がある。また、推進職員の育成、推進方策の開発やその実施にあたっては商工会・商工会議所と連携して取り組む方が効率的・効果的である。	
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)	1,230.0	総支援企業数(実績)	1,111.5	支援実績率	90.4%	満足率	96.0%
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>CSR経営実態調査と事例集の作成をふまえ、小規模企業への普及も推進できるようにCSR経営の普及啓発に各商工会等と連携して取り組んだ。昨年度のCSR経営モデル支援事業の検証結果をふまえ、支援マニュアルと支援方法の改善を図りながら、今年度も各商工会等と連携して新規に5社のモデル支援（基本計画作成）に取り組んだ。また、昨年度の支援先5社のCSR基本計画の具体化に向けた支援（実施計画とCSRレポートの作成）は各々4社行った。さらにPDCAを回しながらCSR活動を継続発展できるように5社のSDGsを活用したマネジメントシステムの構築と実施計画を作成できるようフォローアップ支援に取り組んだ。また、1月～2月にかけて（計3回）モデル支援先と今後取組みたい企業を主な対象に、CSR交流会「社会起業家育成事業者交流会」を実施した。満足度は100%であった。CSR経営の普及啓発を推進するため、CSR経営者リーダー育成研修を16商工会で実施し、平均満足度は97.64%と高く、満足度はほとんどの商工会で90%を超えており、地域リーダーのCSR・人権意識の向上に寄与することができた。CSR経営セミナーは12商工会と1会議所と連合会で開催し、239社が参加、平均満足度も95.82%と高く、地域中小企業へのCSR普及啓発に寄与することができた。メンタルヘルスセミナーは7商工会で開催し、平均満足度は100%と高く、地域中小企業のメンタルヘルスの意識向上に寄与することができた。CSR経営推進職員育成研修では、人権への「負の影響」に着目する「ビジネスと人権」をテーマに、これまでも積み重ねられてきた「企業の社会的責任」（CSR）重要性を紹介する研修を実施し、指導員の理解度がより深まった。メンタルヘルス推進職員育成研修でも働き方改革の推進や健康経営と共にコロナ禍でも不調者をだしにくい企業を目指した具体的な重点を置いた研修で、指導員の理解がより一層深まった。CSR普及啓発推進事業は15商工会・6商工会議所と連携して実施し、358社に普及啓発を行い、満足度は93.02%であった。</p>							
	代表指標	CSR経営に対する理解度が高まったと回答した企業の割合							
	数値目標	70%	実績数値	100.0%	目標達成度	142.9%			
成果の代表事例	<p>徐々にアフターコロナで経済が回復傾向になってきている中、CSRモデル支援の中でもCSRやSDGsを通じて自社の事業を見直すことが多くなってきている。例えば、地元食材を使い、商品化してきた方が、商品の良さのみを伝えるだけではなく、地域商品であることや生産農家に対する貢献やネットワークを構築し地域を持続可能にしていくなど、CSRやSDGsの観点を活用し発信することでメディアの取材など多数受ける事業所もあった。また、SDGsを通じた異業種交流の中で社会課題から事業を考えることやパートナーシップの重要性を感じ、連携することで自社での活動や取り組みを発展させようと思う意欲につながった企業も多く出てきた。さらに、CSRやSDGsの視点をういソーシャルライディングを活用し企業の価値を考えることで、新たな自社の良いところや地域の資源に気づくことができ、既存の顧客や社員との関係性が深まり未来の顧客や企業の新しい価値に気づかれる企業も多く現れた。</p>								
	その他目標値の実績	目標値(計画)	70%	目標値(実績)	100%	目標達成度	142.9%		
実施結果	CSR経営推進職員育成研修に参加した商工会等の経営指導員のCSRについての理解度								
	課題及び次期以降への取組み（実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか）	<p>中小企業のCSR経営についての認知度やCSR活動は全体として高まってきているが、CSRの基本的な考え方や取り組み方をISO26000を手引きとして統一していくことで企業の取組みの信頼性向上を引き続き図っていく必要がある。</p> <p>また、CSRとSDGsとの関係の整理も課題となっている。今年度実施したCSR経営モデル支援事業の取組みを踏まえ、さらにCSRを広めていくためにSDGsを活用し、より分かりやすく、企業が自ら活用できるマニュアルや支援方法の改善に取り組んでいく。</p> <p>年間2回開催予定の人権研修推進委員会は新型コロナ感染拡大に伴い、1回目の開催機会を逸した。今年度は、開催手法について早く判断し、必要に応じてオンライン会議などでも予定通りに実施したい。</p>							

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

CSR 本計画 作成支援 事業 (基)	計画に対する 実績(数値)	支援企業 数(計画)	5.0	支援企業 数(実績)	5.0	支援 実績率	100.0%	満足率	100.0%
	目標の達成度 (支援企業を どう変化させる ことができたか)	CSR経営について事前説明→ヒアリング→課題の絞り込み→基本計画の作成という手順を経て、CSR基本計画の作成を行うことで、当該支援企業は自社の理念とCSR経営における課題および優先順位を明確にできた。また、SDGsから社会課題を考えることで、より目標設定も明確になった。							
		指標	CSR基本計画作成企業数						
		数値目標	5	実績数値	5	目標達成度	100.0%		
その他目標値の 実績	目標値 (計画)		目標値 (実績)		目標達成度				
(CSR 実施 モデル 作成支援 事業)	計画に対する 実績(数値)	支援企業 数(計画)	4.0	支援企業 数(実績)	4.0	支援 実績率	100.0%	満足率	100.0%
	目標の達成度 (支援企業を どう変化させる ことができたか)	CSR基本計画をふまえ、基本計画を具体化するための課題・問題の洗い出し→ステークホルダー(利害関係者)との意見交換→必要に応じて専門家・専門支援機関との調整という手順を経て、CSR実施計画を作成することで、当該支援企業は自社の年間計画にCSR活動を組み込むことができた。							
		指標	CSR実施計画作成企業数						
		数値目標	4	実績数値	4	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				
(CSR レポート 作成支 援)	計画に対する 実績(数値)	支援企業 数(計画)	4.0	支援企業 数(実績)	4.0	支援 実績率	100.0%	満足率	100.0%
	目標の達成度 (支援企業を どう変化させる ことができたか)	CSR実施計画をふまえ、実施状況の点検→実施結果の検証→成果と課題の確認という手続きを経て、CSRレポートを作成した。							
		指標	CSRレポート作成企業数						
		数値目標	4	実績数値	4	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				
(CSR モデル 構築 支援 事業 シス テム)	計画に対する 実績(数値)	支援企業 数(計画)	5.0	支援企業 数(実績)	5.0	支援 実績率	100.0%	満足率	100.0%
	目標の達成度 (支援企業を どう変化させる ことができたか)	CSRレポートをふまえ、改善計画の作成支援→実施状況の点検→実施結果の検証→成果と課題の確認→CSRレポートの作成というPDCAを回すことで、当該支援企業はCSR担当者または担当組織の役割を明確にし、経営計画とCSR活動とを統合することができた。							
		指標	経営統合支援企業数						
		数値目標	5	実績数値	5	目標達成度	100.0%		
その他目標値の 実績	目標値 (計画)		目標値 (実績)		目標達成度				
CSR アップ 経営フ ォロー 事業	計画に対する 実績(数値)	支援企業 数(計画)	5.0	支援企業 数(実績)	5.0	支援 実績率	100.0%	満足率	100.0%
	目標の達成度 (支援企業を どう変化させる ことができたか)	事業所がSDGsを意識して目標を見直し、実施計画を作成できるようになった。							
		指標	CSR経営フォローアップ支援企業数						
		数値目標	5	実績数値	5	目標達成度	100.0%		
その他目標値の 実績	目標値 (計画)		目標値 (実績)		目標達成度				
CSR ダイ 経営者 リ	計画に対する 実績(数値)	支援企業 数(計画)	292.0	支援企業 数(実績)	254.0	支援 実績率	87.0%	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)	複雑多様化している人権課題を経営の課題として捉え、地域リーダーとしてCSR・人権課題に積極的に取り組む意欲が向上した。							
		指標	研修の内容の理解度が高まったと回答した企業の割合						
		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				

CSR 経営 セミナー	計画に対する	支援企業	305.0	支援企業	238.5	支援	78.2%	満足率	95.4%
	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)	複雑多様化している人権課題を理解することにより、企業としてCSR・人権課題に取り組む意欲が向上した。							
		指標	CSR経営に対する理解度が高まったと回答した企業の割合						
		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		目標値		目標達成度			
メンタル ヘルス セミナー	計画に対する	支援企業	145.0	支援企業	128.0	支援	88.3%	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)	企業にとってメンタルヘルスの重要性を理解し、具体的な取り組みを知ることにより、メンタルヘルスへの取組み意欲が向上した。							
		指標	メンタルヘルスの取組みへの理解が高まったと回答した企業の割合						
		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		目標値		目標達成度			
CSR 経営 育成 研修 推進 職	計画に対する	支援企業	50.0	支援企業	44.0	支援	88.0%	満足率	93.2%
	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)	CSRについての最新の知識を習得し、企業にとってCSRに取り組むことの重要性を理解することで企業への啓発意欲が向上した。							
		指標	CSRへの理解度が高まったと回答した経営指導員の割合						
		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		目標値		目標達成度			
進 職 員 育 成 研 修 推 進	計画に対する	支援企業	30.0	支援企業	34.0	支援	113.3%	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)	メンタルヘルスについての知識を習得し、企業にとってメンタルヘルスに取り組むことの重要性を理解することで企業への啓発意欲が向上した。							
		指標	メンタルヘルスへの理解度が高まったと回答した経営指導員の割合						
		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		目標値		目標達成度			
CSR 経営 普及 啓	計画に対する	支援企業	355.0	支援企業	358.0	支援	100.8%	満足率	93.0%
	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)	「CSR経営啓発パンフレット」「CSR経営事例集」「啓発冊子」等を作成・配布し、経営指導員による地域中小企業等へのCSR経営の普及啓発を行うことで、CSR経営に取り組む事業者の掘り起こしに繋がった。							
		指標	CSR経営に対する意識が高まったと回答した企業の割合						
		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	393,000	目標値	393,000	目標達成度	100.0%		
CSR 交 流 会	計画に対する	支援企業	30.0	支援企業	32.0	支援	106.7%	満足率	100.0%
	目標の達成度 (支援企業を どう変化させる ことができたか)	CSR先進企業との交流を通じて地域中小企業のCSR経営に対する意識や人権に対する意識の向上が図られ、企業経営の健全化につながった。							
		指標	CSR先進企業との交流でCSR経営や人権意識が高まったと回答した企業の割合						
		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		目標値		目標達成度			

大阪府商工会連合会

事業名		SB/CB創出支援事業	
想定する実施期間		2020 年度～ 2022 年度まで ※複数年度段階の実施事業は別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	<p>2011年阪神大震災が起こり、ボランティア活動やその後の継続的な支援の経験が契機となって、地域や社会の課題解決に取り組む市民・NPO・企業が増え、SB（ソーシャルビジネス）・CB（コミュニティビジネス）への社会の関心が高まった。</p> <p>しかし、資金調達や人材確保、地域住民や関係者との協働や連携が不足しているなど多くの課題がある。SB/CBもビジネスである限りは課題解決の成果と適正な利益、組織としての社会的責任を果たしていく必要があるが、「非営利」（課題解決が使命）に関する誤解がその健全な発展を妨げている。</p> <p>SDGsの普及に伴い、企業が地域や社会の課題解決にビジネスとして取り組む事例も増え、結果として収益の改善や企業の再生にもつながる等注目されるようになったが、自社の新たなビジネスの展開としてではなく、本業外の社会貢献活動とだけとらえる傾向が強く、SB/CB事業者と連携したり、自社の事業に地域や社会の課題解決を組み込む中小企業を増やしていくことも課題となっている。</p>	
	支援する対象 (業種・事業所数等)	府内16商工会・20会議所	
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>各商工会等の経営指導員を対象にSB/CB推進職員育成研修を実施した。</p> <p>各商工会等と連携して、広域でSB/CB支援セミナーや交流会およびNPO育成セミナーを開催した。</p> <p>また、創業塾（創業塾・ハンドメイド創業塾）を通じて地域貢献型事業の創出を促進し、IT活用講座によって経営実務のレベルアップを図り、チャレンジショップで創業塾修了生の起業準備を支援した。</p> <p>さらに、各地域でSB/CBに取り組む団体・企業等の事業連携・販路拡大を支援するため、ブロックを単位としてSB/CB交流会を開催するとともに、ブロックを超えての事業連携・販路拡大支援のためにSB/CB視察研修も開催した。</p> <p>また、SB/CB事業者の交流会等も開催した。</p> <p>セミナーや交流会についての実施手法は、原則集合形式の研修や交流会であったが、新型コロナウイルス感染症の感染拡大防止策のため、WEBも活用してのセミナーや交流会も実施した。</p>	
		<事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載>	
		①府施策連携	
	②広域連携	SB/CBに取り組む企業やNPO等は活動領域や地域との関係も多様であるため、広域連携での支援体制を確立していくことが必要である。また、まちづくりや地域の活性化に向けて地域中小企業とSB/CBに取り組む企業やNPO等の交流や連携の推進も重要となっている	
	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)	687.0	総支援企業数(実績)	658.0	支援実績率	95.8%	満足率	94.4%
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>SB/CB推進職員育成研修も12年目となり、満足度は95.4%と高く、理解度も着実に高まった。SB/CB事業連携促進事業も計画数を超えて普及啓発に努め、セミナー・交流会への参加を掘り起した。</p> <p>商工会等と連携してSB/CB創出支援セミナーを実施し、満足度は97.62%を得た。</p> <p>4ブロック(13商工会3会議所)で開催したブロックSB/CB交流会は、109社の参加者を集め、参加者の満足度は100%と高かった。「広域」で行ったSB/CB事業者交流会は計画数には達しなかったが満足度は100%と高く、交流会等の中心となる事業者が集い、地域を越えての連携やまちづくりへの取り組み意欲を促進することができた。</p> <p>また、3ブロック(6商工会・2会議所)でのSB/CB視察研修は、体験交流による相互学習で現地ですべてSB事業の取組みに触れることにより、さらにSB/CBについての理解が深まった。</p> <p>また、年々事業意欲の高いNPOが増えていることから、NPO育成セミナーを今年度も開催し、NPO会計についての研修を行った。</p>							
	代表指標	経営意識または地域貢献意識が高まったと回答した企業の割合							
	数値目標	70%	実績数値	100.0%	目標達成度	142.9%			
	成果の代表事例	<p>府内4ブロックで開催したS B / C Bブロック交流会では、ソーシャルビジネス実践企業の取り組み報告に共感した参加事業者たちが、地域や社会の課題解決に積極的に取り組みたいという機運が高まった。また、地域や社会課題をキーワードにした連携をのぞむ参加者が多数みられた。さらに社会課題解決から多様な課題を取り上げグループワークや交流を行ったことを通して経営指導員のSB/CB推進職員研修では取組意欲が益々向上し、SB/CB事業への取組み相談も増加しつつある。</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>普及啓発・セミナー・交流会・視察研修等の取り組みを通じて地域中小企業等のSB/CBについての理解や認識を高めることができた。</p> <p>しかし、実際に支援で落とし込む具体的な支援方法など、今後の普及啓発の課題も明らかになった。</p> <p>さらに地域課題や地域の活性化プランについて交流会で話し合ったり、グループワークで企業やNPOの課題を話し合ったりしたが、商工会等との結果の共有と日常の連携による具体的取り組みの推進も今後の課題となっている。</p> <p>これらの取り組みを事業創出・経営改善・事業連携・地域活性化・まちづくりへとつなげていくために、事前の準備と事後のフォロー、各商工会・会議所との連携を強化・充実させていく。</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。

S B / C B 創 出 支 援 セ ミ ナ ー	計画に対する 実績(数値)	支援企業 数(計画)	38.0	支援企業 数(実績)	42.0	支援 実績率	110.5%	満足率	97.6%
	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)	アンケートによる意識調査を実施。企業にSB/CB事業を紹介し、交流会につながった。							
		指標	経営意識または地域貢献意識が高まったと回答した企業の割合						
		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			
S B / C B 事 業 者 交 流 会	計画に対する 実績(数値)	支援企業 数(計画)	20.0	支援企業 数(実績)	20.0	支援 実績率	100.0%	満足率	100.0%
	目標の達成度 (支援企業を どう変化させる ことができたか)	経験交流による事業意識の向上、事業連携の促進がはかれた。							
		指標	経営意識または地域貢献意識が高まったと回答した企業の割合						
		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			
S B / C B 推 進 職 員 育 成 研 修	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)	44.0	支援 実績率	88.0%	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)	経営指導員のSB/CB事業者についての認識を深め、サポート能力の向上がはかれた。							
		指標	経営意識または地域貢献意識が高まったと回答した職員の割合						
		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			
N P O 育 成 セ ミ ナ ー	計画に対する 実績(数値)	支援企業 数(計画)	20.0	支援企業 数(実績)	14.0	支援 実績率	70.0%	満足率	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)	改正NPO法の趣旨をふまえ、日常の経理処理も含めた知識の提供でNPOの実務能力の向上をはかれた。							
		指標	経営意識または地域貢献意識が高まったと回答した企業の割合						
		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			
S B / C B 視 察 研 修 (参 加)	計画に対する 実績(数値)	支援企業 数(計画)	38.0	支援企業 数(実績)	30.0	支援 実績率	78.9%	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)	ブロックを超えた広域でのSB/CB事業者の現場視察と意見交換で、企業等とのマッチングが促進できた。							
		指標	経営意識または地域貢献意識が高まったと回答した企業の割合						
		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			
S B / C B 視 察 研 修 (受 入)	計画に対する 実績(数値)	支援企業 数(計画)	3.0	支援企業 数(実績)	3.0	支援 実績率	100.0%	満足率	100.0%
	目標の達成度 (支援企業を どう変化させる ことができたか)	SB/CB事業実践者として、ブロックを超えた広域での現場視察受け入れて、企業等とのマッチングが促進できた。							
		指標	経営意識または地域貢献意識が高まったと回答した企業の割合						
		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			

創業塾	計画に対する	支援企業	20.0	支援企業	17.0	支援	85.0%	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)	事業コンセプトの明確化をはかる研修と参加者交流で、地域や社会貢献の視点を重視した創業意識を醸成することができた。							
	指標	経営意識または地域貢献意識が高まったと回答した企業の割合							
	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		目標値		目標達成度				
チャレンジ プロジェクト	計画に対する	支援企業	5.0	支援企業	7.0	支援	140.0%	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)	創業塾(ステップアップ)・ハンドメイド創業塾修了生のマーケティング力の向上がはかれた。							
	指標	経営意識または地域貢献意識が高まったと回答							
	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				
IT活用講座	計画に対する	支援企業	10.0	支援企業	9.0	支援	90.0%	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)	S B / C B 事業者等の事務実務能力・ビジネスでのIT活用力の向上とパソコン会計の導入、導入事業者のフォローがはかれた。							
	指標	経営意識または地域貢献意識が高まったと回答した企業の割合							
	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		目標値		目標達成度				
S B / C B 促進事業	計画に対する	支援企業	345.0	支援企業	345.0	支援	100.0%	満足率	90.1%
	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)	「S B / C B 啓発パンフレット」等を作成・配布し、経営指導員による地域中小企業等への普及啓発を行うことで、S B / C B の視点からニーズを探る重要性にも気づき、S B / C B 交流会等への今後の参加意欲に繋がった。							
	指標	経営意識または地域貢献意識が高まったと回答した企業の割合							
	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		目標値		目標達成度				
S B / C B 交流會	計画に対する	支援企業	123.0	支援企業	108.0	支援	87.8%	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)	S B / C B 事業者と企業等とのマッチングの促進がはかれた。							
	指標	経営意識または地域貢献意識が高まったと回答した企業の割合							
	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		目標値		目標達成度				
ハンド メイド 創業	計画に対する	支援企業	15.0	支援企業	18.0	支援	120.0%	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)	実践に役立つ研修で、ものづくりの楽しさだけでなく、経営感覚の醸成ができた。							
	指標	経営意識または地域貢献意識が高まったと回答した企業の割合							
	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		目標値		目標達成度				