

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		高槻商工会議所
	代表者職・氏名		会頭 金田 忠行
	所在地		〒569-0078 高槻市大手町3番46号
	担当者	職・氏名	事務局長・中小企業相談所長 鳥山 茂
		連絡先	TEL（直通）： 072-675-0484
Fax： 072-675-3466			
		E-mail： sodan@takatsukicci.or.jp	
①設立年月日		昭和 22 年7月 25 日	
②職員数 （うち経営指導員数）		11 名（経営指導員 7 名）（令和5年3月31日現在）	
③所管地域		高槻市	
④管内事業所数		9,320 （平成 28 年経済センサスデータによる）	
⑤管内小規模事業者数		5,969 （平成 28 年経済センサスデータによる）	
⑥会員数（組織率）		1,953 （ 20.95% ）（令和5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）			
<ul style="list-style-type: none"> (1) 商工会議所として意見を公表し、これを国会、行政庁等に具申または建議 (2) 行政庁等の諮問に応じた答申 (3) 商工業に関する調査研究 (4) 商工業に関する情報及び資料の収集または刊行 (5) 商品の品質及び数量、商工業者の事業の内容その他商工業に係る事項に関する説明、勘定及び検査 (6) 輸出品の原産地証明 (7) 商工業に関する施設の設置と維持及び運用 (8) 商工業に関する講演会及び講習会の開催 (9) 商工業に関する技術及び技能の普及及び検定試験 (10) 博覧会、見本市等を開催し、及びこれらの開催の斡旋 (11) 商事取引に関する仲介及び斡旋 (12) 商事取引の紛争に関する斡旋、調停及び仲裁 (13) 商工業に関して、相談と指導 (14) 商工業に関して、商工業者の信用調査 (15) 商工業に関して、観光事業等の改善発展を図る (16) 社会一般の福祉の増進に資する事業 (17) 行政庁から委託を受けた事務 (18) 全各号に掲げるものの外、本商工会議所の目的を達成するために必要な事業 			

(1) 事業の目標

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

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

(2) 事業を実施した具体的な内容、方法及び工夫した点

①経営相談支援事業：今年度の支援実績事業所数は**238**であり、当初計画目標である**230**をクリアできた。当事業については、新型コロナウイルス感染症拡大による影響で事業活動継続に不安を感じる小規模事業者等の経営課題解決のため窓口及び巡回相談にて迅速に対応した。また、支援メニューの実績については、コロナ禍で資金繰り相談、補助金や助成金の申請相談、事業継続・事業再構築の相談件数が多く、事業計画作成の支援等を中心に行った。さらにコロナ禍で果敢に創業にチャレンジする相談者を支援した。

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

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

(3) 事業を実施した効果、所管地域の活性化の状況

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

②専門相談支援事業：金融、経営、税務、労務および専門家派遣相談の**5**分野で、専門家による相談会および現場での指導を定期的または機動的に実施した。これらの専門分野での課題を抱える事業所の支援後の満足度は概ね良好であり、実質的な経営力向上に貢献することができた。

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

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

(4) 事業を実施した結果浮かび上がった課題

①経営相談支援事業：相談支援事業所数は**238**であったが、支援メニューとしては、事業計画作成支援が**73**件で比較的多い結果となった。これらについては、新型コロナウイルス感染症拡大による影響で事業活動継続に不安を感じる小規模事業者等からの相談に対して、資金繰りの改善や事業の継続を目的とした補助金・助成金等申請のための事業計画策定支援等を中心として、担当指導員が相談者に密着しつつ親身になって支援した結果である。しかし、一方では、これまで扱ったことがない支援や支援実績の乏しいものもあることから、今後は相談者へ間口を広げた相談体制を採ることで、様々な潜在的経営課題を掘り起こして対応する必要があると思われる。

②専門相談支援事業：今年度も**5**つの専門分野での相談会等を定期的に実施したところ、年度を通じて、コンスタントに相談申込みがあった。ただし、無料定例相談会の存在は、地元の経営者や市民に浸透しているとは言えず、今後は、さらに当所HP、メールマガジン、会報折込等を通じて幅広くPRに注力していく。

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

支援企業の実績率については、**40.3%~100%**となり、また利用者満足率は、全て**90%**以上で良好であった。次年度以降もこれら実績向上のために小規模事業者のニーズに則した事業の企画およびPR方法等について努力する。

(5) 次年度の取り組み

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

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

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

3. 経営相談支援事業・専門相談支援事業 高槻商工会議所

I 経営相談支援事業						
支援のポイント・成果						
<p>当年度の具体的な経営相談の推進方法は、昨年度と同様に相談者の来所による窓口相談のみならず、オンライン相談や経営指導員が当該事業所に出向いて、経営者もしくはそれに準ずる相談者とのヒアリングを通じて浮かび上がった経営課題を中心にサービス提案及び各種支援を行うことで、課題解決および経営力の向上に貢献することができた。</p> <p>個別の経営相談にあたっては、新型コロナウイルス感染症拡大による影響で事業活動継続に不安を感じる小規模事業者等からの相談に対し、経営課題解決のため窓口及び巡回相談等により、238の事業所を支援した。</p> <p>今年度は、コロナ禍で資金繰り相談、補助金や助成金の申請相談、事業継続・事業再構築の相談件数が多く、事業計画作成の支援等を中心に行った。資金繰りや事業継続の相談をきっかけに、新型コロナウイルス感染症対策関連の融資の斡旋をはじめ、「小規模事業者持続化補助金」、「ものづくり補助金」、「IT導入補助金」「事業再構築補助金」など補助金申請を通じて持続的な経営に向けた経営計画の策定など種々事業計画書作成の支援を行った。さらにコロナ禍で果敢に創業にチャレンジする相談者を支援した。</p> <p>代表事例としては、コロナ禍に創業した業歴の浅いアリーステージ段階のアパレル販売K店への総合的な経営支援が挙げられる。お店の認知度を上げるための効果的なPR方法についての相談には、まず、当所会報へ同店の紹介記事の登載により、広域性ある店舗PRや新規顧客獲得など販路の拡大が実現できた。さらに新型コロナウイルス感染症拡大の影響による資金繰り相談には、新型コロナウイルス対策マル経融資の申込を提案し、日本政策金融公庫へ推薦を行った。同時に店主自ら資金繰りの管理ができるように、一定期間内の現金の動きをまとめ、手持ち資金の過不足を可視化できる資金繰り計画作成支援を実施した。</p>						
支援メニュー	指標	目標数値	実績数値	達成率	事業評価	
事業所カルテ・サービス提案	事業所	235	238	101.3%	5	
支援機関等へのつなぎ	支援数	21	22	104.8%	5	
金融支援（紹介型）	支援数	3	4	133.3%	5	
金融支援（経営指導型）	支援数	23	22	95.7%	5	
マル経融資等の返済条件緩和支援	事業所	0	0	-	-	
資金繰り計画作成支援	事業所	13	13	100.0%	5	
記帳支援	事業所	10	11	110.0%	5	
労務支援	支援数	4	2	50.0%	3	
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	2	2	100.0%	5	
販路開拓支援	支援数	50	52	104.0%	5	
事業計画作成支援	支援数	75	73	97.3%	5	
創業支援	事業所	38	42	110.5%	5	
事業継続計画（BCP）作成支援	事業所	0	0	-	-	
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	8	7	87.5%	5	
5S支援	事業所	0	0	-	-	
IT化支援	事業所	0	0	-	-	
債権保全計画作成支援	事業所	0	0	-	-	
事業承継支援	事業所	1	1	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	0	0	-	-	
結果報告	事業所	235	238	101.3%	5	
II 専門相談支援事業						
支援のポイント・成果						
<p>特に小規模事業者・中小企業における専門分野の各種課題解決に向けた個別の相談案件に的確に対応するため、専門相談会を4分野に亘って実施した。具体的には、金融・経営・税務・労務の各専門相談会では、それぞれ日本政策金融公庫、中小企業診断士、税理士、社会保険労務士の各分野の専門家を活用して、当所において予約制無料相談会を年間を通じて定期的・継続的に開催した。また、専門家派遣相談では、当該事業所の業種・業態に精通した中小企業診断士等と同行し、店舗等の現場に於いて実情に即した具体的な指導を行った。開催回数の内訳は、専門相談会については、金融相談12回、経営相談22回、税務相談9回、労務相談7回、また専門家派遣相談は、34回実施して相談事業所の喫緊の課題解決、売上向上に繋がるアドバイスを的確に行うことができた。</p> <p>なお、各専門相談における指導件数の実績は、下記のとおりであった。また、当事業は、相談者毎に必要な時間を確保することで、専門家から余裕を持って具体的な指導を受けられる環境を提供した。そのため、かなり深掘りした個別の課題についての質問についても、的確なアドバイスを受けることで、経営上の専門的な課題解決に役立たせることが出来た。</p>						
事業名	新規/継続	指標	目標数値	実績数値	達成率	事業評価
金融相談	継続	相談件数	18	21	116.7%	5
経営相談	継続	相談件数	37	50	135.1%	5
専門家派遣相談	継続	相談件数	15	13	86.7%	5
税務相談	継続	相談件数	14	21	150.0%	5
労務相談	継続	相談件数	12	15	125.0%	5

Ⅲ 地域活性化事業										
支援のポイント・成果										
<p>地域活性化事業においては、広域連携事業を含めて14事業を実施した。その内大阪府施策連携事業で単独事業及び広域連携事業で幹事を務めたものについては、大阪府の担当セクションや他商工会議所・商工会と講師選定や内容等について、企画段階から協議・調整を行った。また、広報面においても、それぞれにメールマガジンやホームページへの掲載等によるPRを行うなど連携を図ることにより参加者の申込みを促進した。</p> <p>主な事業としては、「若手人材の採用・定着支援事業」や「高槻求人求職マッチングフェア」等の中小企業の人材確保支援事業、「BCP・BCMの普及促進」等、多岐分野に亘った幅広い事業を意欲的に推進し、支援事業所の成長・経営改善等に貢献することができた。また、「起業家育成事業」においては、創業塾の受講者21名のうち未創業の16名全員が受講者アンケートで「創業に向けて準備を開始する」または「前向きに検討する」と回答するなど創業に向けてアクションを起こす契機を提供することができた。さらに新事業「クリエイターと連携した新ビジネス・価値創出支援事業」では、クリエイティブ課題を抱える中小企業と、そういった中小企業との接点を持ちたいクリエイターとの出会いの場となるマッチングの機会を提供することができた。さらに「ものづくり優良企業賞応募企業発掘・支援事業」では、「匠企業商談会2022」を開催し、参加した高槻市、茨木市、摂津市、守口市、門真市、八尾市の大阪ものづくり優良企業賞認証企業41社に対し、個別商談会を通して新たなビジネスチャンスを獲得し、新しい一歩を踏み出すきっかけ作りに寄与した。</p>										
(1) 単独事業										
府施策連携	事業名	総支援企業数		支援実績率	利用者満足率	目標の指標				事業評価
		計画	実績			項目	目標値	実績	達成率	
○	起業家育成事業	75	72	96.0%	99	創業に向けて本格的に準備を始めると回答した人の割合(%)	70	62.5	89.3%	5
○	若手人材の採用・定着支援事業	85	73.5	86.5%	100	若手人材採用・定着に関して具体的な対策を講じると回答した企業割合(%)	90	100	111.1%	5
○	高槻求人求職マッチングフェア	20	20	100.0%	100	参加企業のうち、採用に至った企業数	5	4	80.0%	5
○	クリエイターと連携した新ビジネス・価値創出支援事業	38	35.5	93.4%	94.1	クリエイティブ課題を持つ事業者の実例等から課題解決の糸口を見出すノウハウを習得し、実践的に活用する、もしくは活用を検討する事業所の割合(%)	70	88.9	127.0%	5
(2) 広域事業（幹事事業のみ）										
府施策連携	事業名	総支援企業数		支援実績率	利用者満足率	目標の指標				事業評価
		計画	実績			項目	目標値	実績	達成率	
○	BCP・BCMの普及促進	31	12.5	40.3%	100	事業継続計画等の作成件数	31	12.5	40.3%	3
○	ものづくり優良企業賞応募企業発掘・支援事業	99	79.5	80.3%	100	商談件数	230	175	76.1%	4

※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。

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

高槻商工会議所

事業名		起業家育成事業							
想定する実施期間		2013 年度～ 年度まで ※複数年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)	新型コロナウイルス感染症の影響による景気の不透明感が強く、小規模事業者を取り巻く経営環境は依然として厳しい状況にある。さらに、経営者の高齢化による廃業もあり、新たな事業創出や既存事業の活性化が課題となっている。そこで、当所では、新規創業の促進や創業後間もない廃業防止による地域雇用機会の創出・確保を図り、地域経済の活性化と安定的発展に寄与することを目的として起業家育成事業を実施し、当該地域の対象者に対して、創業に向けて具体的にアクションを起こす契機を提供する。特に新型コロナウイルス感染症の影響下において新たにチャレンジする人々の創業を後押しする。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	対象者は、高槻市内を中心とした近隣の市町村（茨木市・島本町等）在住の創業に関心のある方、創業に向けて準備中の方、創業間もない方。※会場へ受講の為に来所が可能であれば、大阪府下に在住の方も対象とする。							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<input type="checkbox"/> 創業スタートアップセミナー（人材育成型） ■日時：令和4年7月3日（日）14:00～16:00 ■会場：高槻商工会議所 4階大ホール ■実施内容：【講義】①創業することとは ②創業に向けての心構え ③自己の棚卸し ④起業家の適性診断 ⑤創業に成功する人、失敗する人 ⑥創業までのスケジュール ⑦ビジネスチャンスの発掘【支援施策の紹介】 ■受講者数：27名 <input type="checkbox"/> たかつき創業塾2022（人材交流型） ■日時：（創業塾）令和4年7月23日～8月27日の間の土曜日、計5回開催 7月23日・30日・8月20日は10:00～16:30 8月6日は10:00～17:00 8月27日は10:00～15:30 （フォローアップ研修）令和5年1月29日（日）13:30～15:30 ■会場：高槻商工会議所 4階大ホール ■実施内容：①創業の心構えと成功のポイント ②これだけは知っておきたい創業の基礎知識Ⅰ・Ⅱ・Ⅲ ③創業体験談を聞く ④マーケティングの基礎知識 ⑤ビジネスプランの作成Ⅰ～Ⅳ ⑥創業に役立つ公的支援 ⑦ビジネスプランの発表 ■受講者数：21名 <input type="checkbox"/> 新米経営者のための基本スキル習得講座実践編！（人材育成型） ■日時：第1回 令和5年1月25日（水）、第2回 2月15日（水）、第3回 2月22日（水）、第4回 3月8日（水）の計4回開催 第1回 13:30～16:00、第2・3回 13:30～15:30、第4回 14:30～16:30 ■会場：高槻商工会議所 4階大ホール ■実施内容：第1回 税務会計実務編「個人事業者を対象とした会計・経理の実務」、第2回 広告宣伝・販売促進編「商売繁盛のコツを教えます」、第3回 IT活用編「Web集客の基本を学ぶ」、第4回 資金繰り対策編「事業に必要なお金の話し」 ■受講者数：24名（内訳：第1回14名、第2回15名、第3回14名、第4回13名 以上延べ56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	商業・サービス産業課新事業創造グループ配信のOsaka起業家応援メールマガジンにて受講者募集の記事掲載を行う。また、セミナーや創業塾で大阪起業家グローイングアップ事業をはじめ府の創業支援施策について説明した。						
		②広域連携							
		③市町村連携	高槻市との共催にて本事業を実施。市の広報紙「たかつきDAYS」令和5年6月号と7月号に受講者募集の記事掲載を行う。						
④相談事業相乗	経営（創業）相談利用者を本事業へ誘導した他、希望者に対して経営指導員や専門家による個別支援を実施し、カルテ化を行う。								
計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	75.0	総支援企業数(実績)	72.0	支援実績率	96.0%	満足率	99.0%	
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)	本事業全体としては、総支援企業数75名の計画に対し実績は72名であり、おおむね目標を達成した。まず創業スタートアップセミナーにおいては、創業に関心のある方、創業を検討している方などを対象に、後日開催する創業塾のプレセミナーとして開催した。結果、27名の方が受講し、その内6名の方が創業塾を受講した。次に、たかつき創業塾では、受講者21名を対象に、創業に関する基礎知識の習得のための講義やビジネスプランの作成支援を行った。結果、受講者のうち、既に創業済み又は創業間近の方は経営知識の習得のほか創業後の不安の払拭や人的ネットワークの形成に役立ち、未創業の方は創業に向けて準備を開始、または前向きに検討するなど創業に向けてアクションを起こす契機を提供することができた。次に新米経営者のための基本スキル講座では、創業間もない方や創業に向けて準備中の方が悩みを抱えがちな経営課題をテーマに取り上げ、4回シリーズでセミナーを開催した。結果、24名の方が受講し、アンケートでは、受講者の98.2%が「満足した」「今後の経営（創業）に役立つ」と回答した。							

目標達成度	代表指標	創業に向けて本格的に準備を始めると回答した人の割合					
	数値目標	70%以上	実績数値	62.5%	目標達成度	89.3%	
	成果の代表事例	勤務経験を活かし、総菜・弁当販売での開業を目指して創業塾に参加されたH氏。本創業塾で経営のノウハウを学び、さらにビジネスプランの内容を具体化した。創業塾終了後も講師や経営指導員の支援を継続的に受ける。その後、特定創業支援事業など支援施策を活用し、令和4年11月に店舗をオープンした。					
実施結果	その他目標値の実績	目標値(計画)		目標値(実績)		目標達成度	
	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)	たかつき創業塾については、受講者数は25名の計画に対し実績は21名であり、目標達成には至らなかった。次年度は、本創業塾のより効果的な周知方法を検討し、受講者数アップを目指したい。また、アンケート結果を分析すると、事業全体では満足度が高く好意的な意見が見受けられる一方で、コロナ禍での開催であったため、受講者同士の交流の場が少なく、特にその点についてカリキュラムの改善を求める声があったので、次年度も内容をより受講者のニーズに則したものとなるよう再検討して本事業を継続する予定である。さらに飲食業が本市産業の重要な位置にあることから、来年度は飲食店の新規出店を促進するセミナーを実施する。					

【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。

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)	27.0	支援実績率	135.0%	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)	創業スタートアップセミナーにおいては、創業に関心のある方、創業を検討している方などを対象に、後日開催する創業塾のプレセミナーとして開催した。結果、27名の方が受講し、その内6名の方が創業塾を受講した。この結果が示すように創業に対して関心レベルから行動を起こすレベルまで引き上げることができたと思われる。										
	その他目標値の実績	指標	創業に向けて行動を始めたいと回答した人の割合					数値目標	40%	実績数値	40.7%	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)	25.0	支援企業数(実績)	21.0	支援実績率	84.0%	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)	創業塾全体としての満足度について、受講者アンケートに回答した19名中、14名が「満足」、5名が「やや満足」と回答した。また、受講後の創業への想いを問う設問に対し、未創業の受講者16名中、10名が「創業に向けて本格的に準備を始めると回答した。受講者からは、「開業されている方のお話を聞けたり、色々な分野の先生のお話を聞けたり、有意義な時間を過ごせた」、「ビジネスプランの立て方について知識を高めることができた」という感想があった。この結果が示すとおり、受講者の満足度は高く、創業に向けてアクションを起こす契機を提供することができたと思われる。										
	その他目標値の実績	指標	創業に向けて本格的に準備を始めると回答した人の割合					数値目標	70%	実績数値	62.5%	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)	30.0	支援企業数(実績)	24.0	支援実績率	80.0%	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)	新米経営者のための基本スキル講座全体としての満足度について、受講者アンケートに回答した延べ56名中、40名が「満足」、15名が「やや満足」、1名が「やや不満」と回答した。また、今後の経営(創業)に役立ったかを問う設問に対し、32名が「おおいに役立つ」、23名が役立つ、1名が「わからない」と回答した。受講者からは、「税務会計について、会計ソフトでの実演が勉強になった」、「インボイス制度についての知識を得た」「キャッチコピーの作り方やプレスリリースなど販路開拓の基本を学べた」、「WEB集客について知ることができた」、「創業時の資金繰りに関する知識が整理できて非常に有意義なセミナーだった」、などという感想があった。この結果が示すとおり、受講者の満足度は高く、新規創業者の順調なテイク・オフや早期廃業抑止及び事業継続の安定化等につながったと思われる。										
	その他目標値の実績	指標	今後の経営に役立つと回答した人の割合					数値目標	90%	実績数値	98.2%	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

高槻商工会議所

事業名

若手人材の採用・定着支援事業

想定する実施期間

2013 年度～ 年度まで ※複数年段階の実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)

中小企業は学生を含む若年者の獲得が、大きな課題となっている。さらに、採用しても3年以内に離職する社員の割合は約3割程度、特に入社1年目の新入社員離職率は1割以上と共に大きく、今後は、いかに若手人材を定着させ、事業成長を図っていくかが重要である。そこで、若手人材の定着率を向上させるノウハウの習得や人材育成等のセミナーを開催する。セミナーでは、グループワークを取り入れ、受講者間での問題意識の共有や解決を目指す事業を開催する。また、若手社員が定着するための階層別（経営者・若手社員・中堅社員）コミュニケーション力向上セミナーや入社1年目の新入社員が定着するためのセミナーを開催する。

支援する対象
(業種・事業所数等)

中小企業経営者、管理職、総務・人事担当者、個人事業主、若手人材、中堅社員

事業の概要

実施時期・具体的な内容及び事業手法

〈若手人材採用・定着セミナー〉全2回連続講座
□経営者・人事担当者のための若手人材採用・定着セミナー（人材交流型）
■日時：令和4年10月13日（木） 13：30～16：00
■会場：高槻商工会議所 4階大ホール
■実施内容：①求人企業・求職者調査⇒求人/仕事探して使った媒体②欲しい人材に選ばれる求人⇒基本的な視点・考え方③データで読み解く、欲しい人材が目にする求人情報とは④うっかり使うと…気を付けたい求人キャッチコピー⑤欲しい人材に響く！求人票の書き方と事例⑥求人採用で使える「自社の魅力PR」ワークショップ⑦欲しい人材を見逃さない！⇒採用面接の進め方⑧令和4年度⇒人材採用/定着に活用できる助成金
■日時：令和4年10月20日（木） 13：00～16：00
■会場：高槻商工会議所 4階大ホール
■実施内容：①部下を育てる上司に必要な「承認力」を身に付ける
上記2セミナーでは、講師による講義だけではなく、グループワークや受講生と講師の対話により問題解決に取り組む双方向型の研修を行った。 ※講義後に個別相談会を開催
■参加者数：11事業所13名（内訳：10月13日（木）9事業所9名、10月20日（木）4事業所5名）（支援対象企業は11.5社13名）

〈経営者向けコミュニケーション力向上セミナー〉全2回連続講座
□経営者・管理職・人事担当者のためのコミュニケーション力向上と組織活性化セミナー（人材交流型）
■日時：令和4年11月17日（木）・24日（木） 13：30～16：30
■会場：高槻商工会議所 4階大ホール
■実施内容：①コミュニケーションの基本と聴き方・伝え方～職場とオンラインコミュニケーションの違い②生産性向上に繋がるコミュニケーション（管理職に求められること）③パワハラとまらない人を育てる叱り方～アンガーマネジメントとハラスメント対策～④「持ち味カード」を活用した若手を伸ばす関わり方⑤モチベーション向上に繋がる承認力⑥自らの成長を促す人事制度・評価制度の作り方
セミナーでは、講師による講義だけではなく、グループワークや受講生と講師の対話により問題解決に取り組む双方向型の研修を行った。
■参加者数：13事業所15名（内訳：11月17日（木）12事業所13名、11月24日（木）6事業所7名）（支援対象企業は14社15名）

〈若手社員向けコミュニケーション力向上セミナー〉全2回連続講座
□若手社員向けコミュニケーション力向上セミナー（人材交流型）
■日時：令和4年12月1日（木）・8日（木） 13：30～16：00
■会場：高槻商工会議所 4階大ホール
■実施内容：①コミュニケーションの基本と職場での課題②質の高い仕事に求められるコミュニケーションとは③協調性と組織に求められる力④伝え方と相手の視点⑤自己の思いを伝えるアサーティブコミュニケーション⑥怒り・不満を適切に伝えるアンガーマネジメント⑦社外（お客様）とのコミュニケーションのポイント
セミナーでは、講師による講義だけでなく、他社の同世代の若手社員と共に具体的な事例を交えた1名対1名のロールプレイング、グループワークや受講生と講師の対話により社内外のコミュニケーションについて、意識向上に取り組む双方向型の研修を行った。
■参加者数：15事業所20名（内訳：12月1日（木）14事業所19名、12月8日（木）11事業所14名）（支援対象企業は17.5社20名）

〈中堅社員向けコミュニケーション力向上セミナー〉
□中堅社員向けコミュニケーション力向上セミナー（人材交流型）
■日時：令和5年1月19日（木） 13：30～16：30
■会場：高槻商工会議所 4階大ホール
■実施内容：①中堅社員の役割②後輩社員のモチベーションを高める③中堅社員としてのビジネススキルアップ（聞く力、話す力を習得）④後輩・部下を指導・育成するための褒め方と叱り方⑤職場環境を良くする“改善のコツ”を身に付ける
セミナーでは、講師による講義だけでなく、他社の中堅社員と共に具体的な事例を交えた1名対1名のロールプレイングや受講者と講師の対話により社内コミュニケーションについて、意識向上に取り組む双方向型の研修を行った。
■参加者数：13事業所19名（支援対象企業は16社19名）

〈新入社員定着セミナー〉
□新入社員フォローアップ研修（人材交流型）
■日時：令和4年9月9日（金） 13：30～16：30
■会場：高槻商工会議所 4階大ホール
■実施内容：①入社してから今までを振り返る②ビジネスマナーの再確認③効果的な仕事の進め方を習得④ビジネススキルをアップする
セミナーでは、講師による講義だけでなく、他社の新入社員と共に具体的な事例を交えた1名対1名のロールプレイングや受講者と講師の対話により仕事について、行動意欲向上に取り組む双方向型の研修を行った。
■参加者数：12事業所17名（支援対象企業は14.5社17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	就業促進課企業支援グループの担当者と、連絡を密に取り合いセミナーを実施した。また、商工労働部配信のメールマガジンにて、本セミナーのPR記事掲載を行った。						
		②広域連携							
		③市町村連携							
		④相談相乗	経営者・人事担当者のための若手人材採用・定着セミナー終了後、講師による若手社員の人事採用・定着に関する個別相談会を開催したところ10月13日（木）、20日（木）の2日間で合計2事業所が利用し、カルテ化した。						
	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	85.0	総支援企業数(実績)	73.5	支援実績率	86.5%	満足率	100.0%
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>経営者・人事担当者のための若手人材採用・定着セミナーの受講者アンケートでは、満足度について、10月13日（木）で9名中6名が満足、3名がやや満足、20日（木）で5名中5名が満足と回答し、参加者全体の満足度は100%であった。セミナー受講後の自社（自店）の変化について問う設問に対し、10月13日（木）で5名が、20日（木）で5名が若手人材の採用・定着について情報やアドバイスを得ることができ、自社で取り入れたいと回答した。次に、経営者・管理職・人事担当者のためのコミュニケーション力向上と組織活性化セミナーの受講者アンケートでは、満足度について、11月17日（木）で13名中11名が満足、2名がやや満足、24日（木）で7名中6名が満足、1名がやや満足と回答し、参加者全体の満足度は100%であった。セミナー受講後の自身の変化について問う設問に対し、11月17日（木）で13名が、24日（木）で7名が、社内コミュニケーションの重要性の認識や自身で取り組むべき課題が掴めたと回答した。次に、若手社員向けコミュニケーション力向上セミナーの受講者アンケートでは、満足度について、12月1日（木）で19名中14名が満足、5名がやや満足、8日（木）で14名中11名が満足、3名がやや満足と回答し、参加者全体の満足度は100%であった。セミナー受講後の自身の変化について問う設問に対し、12月1日（木）で17名が、8日（木）で12名が、社内外コミュニケーションの重要性の認識や自身で取り組むべき課題が掴めたと回答した。次に、中堅社員向けコミュニケーション力向上セミナーの受講者アンケートでは、満足度について、1月19日（木）で19名中15名が満足、4名がやや満足と回答し、参加者全体の満足度は100%であった。セミナー受講後の自身の変化について問う設問に対し、19名が社内コミュニケーションの重要性の認識や自身で取り組むべき課題が掴めたと回答した。次に、新入社員フォローアップ研修の受講者アンケートでは、満足度について、9月9日（金）で17名中10名が満足、7名がやや満足と回答し、参加者全体の満足度は100%であった。セミナー受講後の自身の変化について問う設問に対し、15名が仕事に対する行動意欲の向上や自身で取り組むべき課題が掴めたと回答した。この結果が示すとおり、受講者に対して、新たな気づきや取組みのきっかけを与えることができたと思われる。</p>							
		代表指標	若手人材採用・定着に関して具体的な対策を講じると回答した企業割合						
		数値目標	90%	実績数値	100%	目標達成度	111.1%		
		成果の代表事例	<p>アンケート項目の『セミナー受講後の自社（自店）の変化について、具体的にお答えください』を要約すると、「価値観の共有ワークを活用したい」4社、「ハローワークへの求人票の書き方を取り入れたい」3社、「アングーマネジメントを取り入れたい」2社、「承認の大切さがわかった」1社等となり、新たな気づきや取組みのきっかけを与えることができた。現在のところ、人材採用・定着に関する具体的な事例は把握できていないが、今後成果に繋がるとと思われる。</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>支援企業数は、経営者・人事担当者のための若手人材採用・定着セミナーでは目標20社に対し結果は11.5社となり、経営者・管理職・人事担当者のためのコミュニケーション力向上セミナーと組織活性化セミナーでは目標10社に対し結果は14社となり、若手社員向けコミュニケーション力向上セミナーでは目標15社に対し結果は17.5社となり、中堅社員向けコミュニケーション力向上セミナーでは目標20社に対し結果は16社となり、新入社員フォローアップ研修では目標20社に対し結果は14.5社となった。非常に関心のあるテーマだったので、参加者全体の満足度はそれぞれ100%と好調であった。その要因の一つは、昨年度の受講者アンケートの中でハローワークへの求人票の出し方、持ち味カード、面接のあり方、アングーマネジメント等をもっと学びたいという回答があり、そのことを踏まえてカリキュラムを変更したことと思われる。次年度は、経営者・人事担当者等に更なる参加をして頂くため、若手人材採用セミナーと若手人材定着セミナーを分けて開催し、講師の選定を含めたカリキュラムの変更により、中小企業の参加を積極的に図りたい。</p>							

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

実績／達成度①	計画に対する実績(数値)	支援企業数(計画)	20.0	支援企業数(実績)	11.5	支援実績率	57.5%	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)	経営者・人事担当者のための若手人材採用・定着セミナーの受講者アンケートでは、満足度について、10月13日(木)で9名中6名が満足、3名がやや満足、20日(木)で5名中5名が満足と回答し、参加者全体の満足度は100%であった。セミナー受講後の自社(自店)の変化について問う設問に対し、10月13日(木)で5名が、20日(木)で5名が若手人材の採用・定着について情報やアドバイスを得ることができ、自社で取り入れたいと回答した。							
		指標	若手人材採用・定着に関して具体的な対策を講じると回答した企業割合						
	数値目標	90%	実績数値	100%	目標達成度	111.1%			
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)	10.0	支援企業数(実績)	14.0	支援実績率	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)	経営者・管理職・人事担当者のためのコミュニケーション力向上と組織活性化セミナーの受講者アンケートでは、満足度について、11月17日(木)で13名中11名が満足、2名がやや満足、24日(木)で7名中6名が満足、1名がやや満足と回答し、参加者全体の満足度は100%であった。セミナー受講後の自身の変化について問う設問に対し、11月17日(木)で13名が、24日(木)で7名が、社内コミュニケーションの重要性の認識や自身で取り組むべき課題が掴めたと回答した。							
		指標	コミュニケーション能力が向上し、自社で活かせると回答した人の割合						
	数値目標	80%	実績数値	80%	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③	計画に対する実績(数値)	支援企業数(計画)	15.0	支援企業数(実績)	17.5	支援実績率	116.7%	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)	若手社員向けコミュニケーション力向上セミナーの受講者アンケートでは、満足度について、12月1日(木)で19名中14名が満足、5名がやや満足、8日(木)で14名中11名が満足、3名がやや満足と回答し、参加者全体の満足度は100%であった。セミナー受講後の自身の変化について問う設問に対し、12月1日(木)で17名が、8日(木)で12名が、社内外コミュニケーションの重要性の認識や自身で取り組むべき課題が掴めたと回答した。							
		指標	コミュニケーション能力が向上し、自社で活かせると回答した人の割合						
	数値目標	80%	実績数値	81.8%	目標達成度	102.3%			
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)	20.0	支援企業数(実績)	16.0	支援実績率	80.0%	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)	中堅社員向けコミュニケーション力向上セミナーの受講者アンケートでは、満足度について、1月19日(木)で19名中15名が満足、4名がやや満足と回答し、参加者全体の満足度は100%であった。セミナー受講後の自身の変化について問う設問に対し、19名が社内コミュニケーションの重要性の認識や自身で取り組むべき課題が掴めたと回答した。							
		指標	コミュニケーション能力が向上し、自社で活かせると回答した人の割合						
	数値目標	80%	実績数値	89.5%	目標達成度	111.9%			
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⑤	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)	14.5	支援実績率	72.5%	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)	新入社員フォローアップ研修の受講者アンケートでは、満足度について、9月9日(金)で17名中10名が満足、7名がやや満足と回答し、参加者全体の満足度は100%であった。セミナー受講後の自身の変化について問う設問に対し、15名が仕事に対しての行動意欲の向上や自身で取り組むべき課題が掴めたと回答した。							
		指標	仕事に対して行動意欲が向上し、自社で活かせると回答した人の割合						
	数値目標	80%	実績数値	88.2%	目標達成度	110.3%			
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

高槻商工会議所

事業名		高槻求人求職マッチングフェア																																						
想定する実施期間		2011 年度～ 年度まで ※複数年段階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)	大阪府の2021年10月の有効求人倍率は1.12と先月と同水準であった。また、大阪府の完全失業率は3.6%（同年7月～9月平均）と二期連続で同水準であったが、全国値2.70%と比較すると高い値となっている（大阪労働局調べ）。新型コロナウイルスの影響で急激に悪化した2020年からはやや改善したものの、雇用情勢は回復していない状況である。大そのような中、地元の中小企業・小規模事業者は人材確保のチャンスであるが、単独では求人募集しても有能な人材の確保は難しく、また実際に募集しても人が集まらないと言う声が多い。当イベントは、少しでも有能な人材を求める企業側とより良い職場を求める求職者の両者を結び付ける機会を提供し、中小企業・小規模事業者の雇用確保と求職者の雇用促進を図ることを目的とする。																																						
	支援する対象 (業種・事業所数等)	業種を問わず人材採用を検討している中小企業・小規模事業者の経営者や採用担当者と一般求職者（全年齢を対象）																																						
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>■開催日：2022年11月22日（火）</p> <p>■時 間：13：00～16：00</p> <p>■会 場：高槻市立生涯学習センター1階、3階</p> <p>■参加企業：25社（支援対象企業数は20社）</p> <p>■総来場者：35名（面接会参加者：21名）</p> <p>■内 容：合同企業面接会、オープニングセミナー（第一印象アップセミナー）13名、就職お役立ちセミナー5名、就活相談ブース0名、若者就職サポートブース1名</p> <p>感染対策を取りながら、1階に20社（うち4社は予約者ゼロのため参加せず、1社は大企業で計5社は支援対象外）、3階に5社とブース間の間隔を空けて配置して安全安心な事業運営を行った。</p> <p><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">大阪府労働環境課労働環境推進グループと連携し、求人企業募集や面接会のPR面で連携を図った。また、イベント告知として、11月には商工労働部、OSAKAしごとフィールド、大阪労働協会の各メルマガ配信を実施した。</td> </tr> <tr> <td>②広域連携</td> <td colspan="7"></td> </tr> <tr> <td>③市町村連携</td> <td colspan="7">当所とともに企業面接会を運営し、求人企業募集、求職者への告知等を行った。</td> </tr> <tr> <td>④相談相乗</td> <td colspan="7">支援対象企業の3社は販路開拓、事業計画作成支援でカルテ化した。</td> </tr> </table>							①府施策連携	大阪府労働環境課労働環境推進グループと連携し、求人企業募集や面接会のPR面で連携を図った。また、イベント告知として、11月には商工労働部、OSAKAしごとフィールド、大阪労働協会の各メルマガ配信を実施した。							②広域連携								③市町村連携	当所とともに企業面接会を運営し、求人企業募集、求職者への告知等を行った。							④相談相乗	支援対象企業の3社は販路開拓、事業計画作成支援でカルテ化した。						
	①府施策連携	大阪府労働環境課労働環境推進グループと連携し、求人企業募集や面接会のPR面で連携を図った。また、イベント告知として、11月には商工労働部、OSAKAしごとフィールド、大阪労働協会の各メルマガ配信を実施した。																																						
	②広域連携																																							
③市町村連携	当所とともに企業面接会を運営し、求人企業募集、求職者への告知等を行った。																																							
④相談相乗	支援対象企業の3社は販路開拓、事業計画作成支援でカルテ化した。																																							
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)	20.0	支援実績率	100.0%	満足率	50.0%																																
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>参加企業は21社（支援対象企業は20社）。当日の来場者総数は35名、オープニングセミナーは13名、個別レッスン1名、就職お役立ちセミナー5名、相談ブース利用者1名であった。（重複含む）</p> <p>企業ごとの内訳として、6名の面接等訪問者があった企業は1社、1～2名が15社（うち1社は対象外）であったものの、訪問者ゼロの企業も5社あった。その中で、面接等を後日実施した結果、最終5社で5名（うち1社は対象外）の採用が決まった。</p> <p>アンケート結果より満足度は、「満足」2社、「やや満足」8社となった。求職者の訪問・面接がゼロあるいは少ないところは総じて満足度が低く、また魅力ある人材が見つからなかったケースが多かった。</p>																																						
	代表指標	参加企業のうち、採用に至った企業数																																						
	数値目標	5社	実績数値	4社	目標達成度	80.0%																																		
	成果の代表事例	当日、面接や説明を行った企業数は16社であった。その後、面接等を実施した結果、4社で4名の採用が決まった。この4社とも1名のみ面接者であったが、魅力的な人材ということで結果その方々を採用することとなった。																																						
その他目標値の実績	目標値(計画)	60	目標値(実績)	21	目標達成度	35.0%																																		
実施結果	<p>新型コロナウイルス感染症拡大防止対策をとりながらの開催であったが、最終的には21社（支援対象企業数20社）での実施となった。今回も主として面接会を実施した。昨年来場者増加に寄与したオープニングセミナーや就職お役立ちセミナーを今年も実施したが、13名と5名の参加でふるわず、面接者増にも貢献しなかった。また、イベント告知を主催団体、大阪府商工労働部、OSAKAしごとフィールド等でも実施したが、参加者増には繋がらなかった。</p> <p>コロナ禍であるが、大企業を中心に採用活動を活発化させる動きもあり、中小企業にとっては、より良い人材を採用できる機会が少なくなる可能性もある。継続して同事業を実施することで中小企業の採用をサポートするとともに、面接者増のために求められる求人内容の企業参加を募る。次年度は参加企業数を絞り、より面接者が訪問したくなる企業を集めることに注力し、来場者増加に取り組んでいきたい。</p>																																							

高槻商工会議所

事業名		クリエイターと連携した新ビジネス・価値創出支援事業
想定する実施期間		2020 年度～ 年度まで ※複数年段階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)	中小零細事業者が淘汰されるこの厳しい景況を切り抜けるため、また、他社との差別化を図るために、デザインの活用やブランドを構築することによる、競争力強化や販売力、広報力の向上が求められている。しかし、「デザインやブランド構築には何をどのように進めたら良いかわからない」「どのくらい費用がかかるのか?」「デザイナーなどクリエイターに業務相談や発注してみたいけど、誰にどのように相談すれば良いかわからない」という声も多く見受けられる。そこで本事業では、府内中小企業に対して広義のデザイン等のクリエイティブ活用を促し、自社商品・サービスの開発に寄与することで経営・マーケティングの付加価値向上に繋げる。さらに、クリエイティブ課題の実践的な解決支援を行う中で、デザインサービス売り込みたいクリエイター等デザイン関連事業者に対して、商談の機会を提供することでクリエイター等の育成支援につなげる。また、当該事業を通じて、高槻市内事業者へのクリエイティブニーズ発掘アンケート実施やクリエイター事業者のネットワークづくりを行いながら、中期的に、高槻市内にクリエイティブの交流・情報発信拠点づくりを目指す。
	支援する対象 (業種・事業所数等)	業種を問わず、デザインを活用し、あるいはブランドを構築し、広報力強化や付加価値向上を図りたい中小企業経営者、小規模事業者、従業員（商品企画・マーケティング・デザイン・開発担当者等）、創業予定者等、デザイン関連事業者（クリエイター、カメラマン、ライター等）
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>I. クリエイティブ活用促進セミナー</p> <p>■開催日：令和4年12月13日（火）14:00～16:00</p> <p>■会場：高槻商工会議所 4階大ホール</p> <p>■実施内容：</p> <p>①クリエイティブ活用セミナー テーマ：「デザインがもたらす価値 ～デザイナーと仕事をはじめの前に知っておきたいこと～」 参加者数：16事業所17名（支援対象企業数：16.5事業所17名）</p> <p>②実践事例 テーマ：「モノが語るパッケージデザイン ～デザインに企業の「想い」と「強み」を込めて～」</p> <p>③クリエイティブ施設の活用「大阪のクリエイティブ産業振興施設のご紹介」</p> <p>④交流会「参加事業者とクリエイターの名刺交換会」</p> <p>II. 高槻クリエイティブ共創プロジェクトミーティング</p> <p>■開催日：令和5年1月26日（木）14:00～16:00</p> <p>■会場：シェアアトリエ 福寿舎</p> <p>■実施内容：</p> <p>①人材交流セミナー テーマ：「～寄って、集って、クリエイティブしよう!～」 参加者数：15事業所18名（支援対象企業数：16事業所18名）</p> <p>②事業者からのプレゼンテーション 「クリエイターと一緒に事業に取り組みたい」高槻市内事業者3社からのプレゼンテーション（うち1社は連携企業との共同プレゼンを実施）</p> <p>③名刺交換・交流会</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	クリエイティブネットワークセンター大阪 メビックの担当者と実施内容について企画段階から連携を図りながら運営を行った。また、メビック等の配信メールマガジンにてPR記事掲載を行った。
②広域連携		
③市町村連携		
④相談相乗	本事業に参加したプレゼン企業に対し、参加者アンケートの回答結果に基づき、別途フォローアップを実施した。	

	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	38.0	総支援企業数(実績)	35.5	支援実績率	93.4%	満足率	94.1%
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>前年度に続いて2年目の開催となったが、「デザインがもたらす価値～デザイナーと仕事を始める前に知っておきたいこと～」をテーマに、中小企業のクリエイターを活用して付加価値向上を図るためのデザインの重要性を説く内容であった。当日キャンセル等もあったため、結果として支援対象企業数16.5事業所17名の参加であった。</p> <p>参加者アンケートによる満足度は94%とかなり好評だった。本事業の参加動機は、「情報収集のため」との回答が45%と最多で、「クリエイティブな課題を持つ事業者と新たに連携し、販路開拓を図りたい」が28%、「クリエイティブ課題があり、クリエイターと出会って業務相談や発注してみたい」が14%、「事業にデザインを取り入れて、クリエイターと連携して課題解決を図り、付加価値を高めたい」が10%と続いた。また、「本日のセミナーに参加されて、付加価値向上を図るため、デザインがもたらす価値や重要性を学び、経営へのクリエイティブの活用が必要と思われましたか？」との問いには、「大変思う」と「やや思う」の回答が合わせて100%と、大いに経営へのクリエイティブ活用の重要性を認識いただけた。「今後、クリエイターとの交流の機会を設ける予定ですが、機会があれば、参加したいと思われますか？」との問いには、「ぜひ参加したい」と「できるだけ参加したい」の回答が合わせて77%あり、引き続きクリエイターとの交流に意欲的であることがうかがえる。</p> <p>「高槻クリエイティブ共創プロジェクト・ミーティング」内で、人材交流セミナーを開催し、「～寄って、集って、クリエイティブしよう！～」をテーマに、クリエイティブ課題解決の糸口を見出す効果的なノウハウ習得や経営への活用の意義について理解していただく内容であった。当日キャンセル等もあったため、結果として支援対象企業数16事業所18名の参加であった。</p> <p>参加者アンケートによる満足度は93%と好評だった。本事業の参加動機は、「クリエイティブな課題を持つ事業者と新たに連携し、販路開拓を図りたい」と「情報収集のため」の回答が同率の29%と最多で、「クリエイティブ課題があり、クリエイターと出会って業務相談や発注してみたい」と「事業にデザインを取り入れて、クリエイターと連携して課題解決を図り、付加価値を高めたい」の回答が同率の16%と続いた。</p> <p>「全体を通し、『共創する取組み』について、関心を持たれましたか？」との問いには、「大いに関心を持った」と「やや関心を持った」の回答が合わせて100%であった。「クリエイティブ課題解決において参考となるノウハウや活用できる情報はありましたか？」との問いには、「大いにあった（活用したい）」と「ややあった（活用を検討したい）」の回答が合わせて89%であった。従って、クリエイティブ課題解決の糸口を見出すノウハウを習得し、実践的に活用しようとする意識向上に役立ったと言える。</p> <p>また、「高槻クリエイティブ共創プロジェクトミーティングに参加されて、どのような交流ができましたか？」の問いには、「他の参加者との交流により、刺激を受けることができた」の回答が67%、「他の参加者からクリエイティブ課題解決に役立つノウハウのアドバイスをいただくことができた」の回答が29%と、クリエイティブ課題の解決にはクリエイター等と人材交流することが不可欠であることが認識できたことがうかがえる。</p> <p>クリエイターとのマッチングに関しては、事前に高槻市内のクリエイティブ課題を持つ中小企業（プレゼンしていただく企業）を3社募集し、「高槻クリエイティブ共創プロジェクト・ミーティング」内のプレゼンテーション及び交流会において、自社商品・サービスのデザインやブランディング等の発注を希望する中小企業と、そういった中小企業とのコラボレーションや課題解決を図り、付加価値を高めたいデザイン等の事業者を引き合わせるマッチング（面談）の機会を設けた。</p> <p>参加者満足度は、100%と大変好評であった。プレゼン企業からは、「工場見学や商談を予定しているクリエイターがいる。」「参加クリエイターとそれぞれ商談を実施し、その結果、自社商品のマーケティング戦略支援を受ける契約を交わすことが出来た。」などの感想をいただき、クリエイターからは、「様々な発想や視点が聞けてとても新鮮でした。ありがとうございました。」などの感想をいただくなど、一定の成果に繋がった。</p> <p>以上から、クリエイティブ課題を抱える中小企業と、そういった中小企業との接点を持ちたいクリエイターの両側面から見て、マッチングの機会提供に貢献できたと考えられる。</p>							
	代表指標	クリエイティブ課題を持つ事業者の実例等から課題解決の糸口を見出すノウハウを習得し、実践的に活用する、もしくは活用を検討する事業所の割合							
	数値目標	70%以上	実績数値	88.9	目標達成度	127.0%			
	成果の代表事例	本事業の企画段階においてS社に対し個別支援を行っていた事から、本事業への参加をすすめた。交流会においてクリエイターと新たな繋がりができ、面談したクリエイターと契約を交わし、マーケティング戦略のサポートを受け、自社商品の展開方法のノウハウを学んでいる。今後も引き続きクリエイターの支援を受けながら、積極的に経営にクリエイティブ活用を取り入れ、付加価値向上を図っていく。							
その他目標値の実績	目標値(計画)		目標値(実績)		目標達成度				
実施結果	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)	「クリエイティブ活用促進セミナー」と「高槻クリエイティブ共創プロジェクト・ミーティング」のスケジュールの間隔がタイトであったこと、当会議所以外での会場のキャパシティが厳しかったことから、集客面に多少影響が出たように感じている。次年度は、開催スケジュールや実施会場を見直し、企業のクリエイティブ課題を解決できるマッチング事業をより丁寧に進めたい。また、参加者アンケートに「今後もクリエイターとの交流会があれば、ぜひ参加したい。」という回答があったため、今後の事業実施に際しての検討材料としたい。							

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

実績 /達成度 ①	計画に対する 実績(数値)	支援企業 数(計画)	20.0	支援企業 数(実績)	16.5	支援 実績率	82.5%	満足率	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)	前年度に続いて2年目の開催となったが、「デザインがもたらす価値 ~デザイナーと仕事をはじめの前に知っておきたいこと~」をテーマに、中小企業のクリエイターを活用して付加価値向上を図るためのデザインの重要性を説く内容であった。当日キャンセル等もあったため、結果として支援対象企業数 16.5事業所17名 の参加であった。 参加者アンケートによる満足度は 94% とかなり好評だった。本事業の参加動機は、「情報収集のため」との回答が 45% と最多で、「クリエイティブな課題を持つ事業者と新たに連携し、販路開拓を図りたい」が 28% 、「クリエイティブ課題があり、クリエイターと出会って業務相談や発注してみたい」が 14% 、「事業にデザインを取り入れて、クリエイターと連携して課題解決を図り、付加価値を高めたい」が 10% と続いた。また、「本日のセミナーに参加されて、付加価値向上を図るため、デザインがもたらす価値や重要性を学び、経営へのクリエイティブの活用が必要と思われましたか?」との問いには、「大変思う」と「やや思う」の回答が合わせて 100% と、大いに経営へのクリエイティブ活用の重要性を認識いただけた。「今後、クリエイターとの交流の機会を設ける予定ですが、機会があれば、参加したいと思われますか?」との問いには、「ぜひ参加したい」と「できるだけ参加したい」の回答が合わせて 77% あり、引き続きクリエイターとの交流に意欲的であることがうかがえる。								
		指標	マーケティング力強化や付加価値向上を図るためのデザインやブランド戦略等の必要性を学び、クリエイターを活用する、もしくは活用を検討する事業所の割合							
		数値目標	70%以上	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 ②	計画に対する 実績(数値)	支援企業 数(計画)	15.0	支援企業 数(実績)	16.0	支援 実績率	106.7%	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)	「高槻クリエイティブ共創プロジェクト・ミーティング」内で、人材交流セミナーを開催し、「~寄って、集って、クリエイティブしよう!~」をテーマに、クリエイティブ課題解決の糸口を見出す効果的なノウハウ習得や経営への活用の意義について理解していただく内容であった。当日キャンセル等もあったため、結果として支援対象企業数 16事業所18名 の参加であった。 参加者アンケートによる満足度は 93% と好評だった。本事業の参加動機は、「クリエイティブな課題を持つ事業者と新たに連携し、販路開拓を図りたい」と「情報収集のため」の回答が同率の 29% と最多で、「クリエイティブ課題があり、クリエイターと出会って業務相談や発注してみたい」と「事業にデザインを取り入れて、クリエイターと連携して課題解決を図り、付加価値を高めたい」の回答が同率の 16% と続いた。 「全体を通し、『共創する取組み』について、関心を持たれましたか?」との問いには、「大いに関心を持った」と「やや関心を持った」の回答が合わせて 100% であった。「クリエイティブ課題解決において参考となるノウハウや活用できる情報はありましたか?」との問いには、「大いにあった(活用したい)」と「ややあった(活用を検討したい)」の回答が合わせて 89% であった。従って、クリエイティブ課題解決の糸口を見出すノウハウを習得し、実践的に活用しようとする意識向上に役立ったと言える。また、「高槻クリエイティブ共創プロジェクトミーティングに参加されて、どのような交流ができましたか?」の問いには、「他の参加者との交流により、刺激を受けることができた」の回答が 67% 、「他の参加者からクリエイティブ課題解決に役立つノウハウのアドバイスを得ることができた」の回答が 29% と、クリエイティブ課題の解決にはクリエイター等と人材交流することが不可欠であることが認識できたことがうかがえる。								
		指標	クリエイティブ課題を持つ事業者の実例等から課題解決の糸口を見出すノウハウを習得し、実践的に活用する、もしくは活用を検討する事業所の割合							
		数値目標	70%以上	実績数値	88.9	目標達成度	127.0%			
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)	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)	クリエイターとのマッチングに関しては、事前に高槻市内のクリエイティブ課題を持つ中小企業(プレゼンしていただく企業)を 3社 募集し、「高槻クリエイティブ共創プロジェクト・ミーティング」内のプレゼンテーション及び交流会において、自社商品・サービスのデザインやブランディング等の発注を希望する中小企業と、そういった中小企業とのコラボレーションや課題解決を図り、付加価値を高めたいデザイン等の事業者を引き合わせるマッチング(面談)の機会を設けた。 参加者満足度は、 100% と大変好評であった。プレゼン企業からは、「工場見学や商談を予定しているクリエイターがいる。」、「参加クリエイターとそれぞれ商談を実施し、その結果、自社商品のマーケティング戦略支援を受ける契約を交わすことが出来た。」などの感想をいただき、クリエイターからは、「様々な発想や視点が聞けてとても新鮮でした。ありがとうございました。」などの感想をいただくなど、一定の成果に繋がった。 以上から、クリエイティブ課題を抱える中小企業と、そういった中小企業との接点を持ちたいクリエイターの両側面から見て、マッチングの機会提供に貢献できたと考えられる。								
		指標	商談(面談)件数							
		数値目標	21	実績数値	21	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					

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

高槻商工会議所

事業名		BCP・BCMの普及促進								
想定する実施期間		2014 年度～ 年度まで ※複数年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)	東日本大震災や平成30年度に発生した大阪北部地震、関西を直撃した台風21号を契機として社会の防災・減災意識が高まりつつあり、また、近い将来南海トラフ地震が高い確率で発生すると予測されている。併せて、新型コロナウイルス感染拡大やサイバー攻撃増加の影響により、企業の対応力、事業継続力強化が求められている。このような観点から中小企業においてもBCP・BCMの普及促進がますます重要となってきた。しかし、残念ながら、現状は、中小・零細企業は2割に満たない程度の策定に留まっている。そこで、これらの企業を対象にBCP策定の必要性、手順等およびマネジメントについて解り易く解説してBCP・BCMの普及と定着の促進を図る。								
	支援する対象 (業種・事業所数等)	特定業種に限定せず、高槻市、茨木市、摂津市、島本町、能勢町の各事業所で、BCP・BCMについて基本的知識を持っているものの策定には至っていない企業、BCPを策定する必要性は理解しているものの、どのように着手すればよいか戸惑っている企業等を対象とする。								
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	■開催日：令和5年1月13日（金） ■時間：14:00～17:00 ■会場：高槻商工会議所 4階大ホール ■テーマ：基礎からわかる事業継続計画（BCP）策定セミナー ■実施内容：①防災と事業継続の違い②事業継続計画（BCP）策定のポイント（地震、風水害、感染症、テロ、サイバー攻撃などに対するBCP対策）③事業継続計画（BCP）の発動事例のご紹介④事業継続力強化計画認定制度について⑤大阪府超簡易版BCP『これだけは！』シートの策定等 また、大阪府が推奨する事業継続計画（BCP）の策定支援施策等の紹介 ■参加者数：14社15名（支援対象企業は12.5社13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	経営支援課経営革新グループの担当者と、連絡を密に取り合いセミナーを実施した。また、商工労働部配信のメールマガジンにて、本セミナーのPR記事掲載を行った。							
②広域連携		当会議所と広域連携である茨木商工会議所、摂津市商工会、島本町商工会、能勢町商工会の担当者間で連絡を密に取り合い、講師の選定やチラシの作成は当所が行い、双方でPRに努めた。具体的には、10月初旬からチラシ配布、HPや広報誌への掲載、メルマガ配信等のPR面で連携を図った。								
③市町村連携	高槻市の後援を受け実施。各市や各町のメルマガ等に記事の記載や公共施設へのチラシの配架など、本事業のPR面で協力を得た。									
④相談相乗	セミナー終了後、講師によるBCPに関する個別相談を実施したところ、2事業所が利用するものの、カルテ化はできなかった。									
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)	31.0	総支援企業数(実績)	12.5	支援実績率	40.3%	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)	支援企業数の内訳は、高槻7社、茨木1社、摂津1.5社、島本1社、能勢2社であった。受講者アンケートでは、今回のセミナーを受講しての満足度について、13名中11名が満足、2名がやや満足と回答し、参加者全体の100%が満足と好評であった。また、「セミナー受講後の自社の変化について当てはまるものを選択せよ（複数回答可）」という設問に対し、「BCP策定の必要性を理解することができた」が8名、「BCP策定の意識を高めることができた」が8名、「BCP策定にあたり自社で取り組むべき課題が掴めた」が5名、「策定済BCPの見直すべき点が掴めた」が1名の回答があった。この結果が示すとおり、受講者に対して、新たな気づきや取組のきっかけを与えることができたと思われる。ハンズオン支援については、新型コロナウイルス感染症の影響により支援先が見つからなかった。								
		代表指標	事業継続計画等の作成企業数							
		数値目標	31件	実績数値	12.5件	目標達成度	40.3%			
	成果の代表事例	アンケート項目の『今回のセミナーに関してどのような点が役に立ちましたか』を要約すると、「BCP策定の基本・考え方が理解できた」4社、「何からどのように取り組んでいくか理解することができた」3社、「自然災害だけでなく人為災害をも含めて対策する必要性を感じられた」1社等となり、新たな気づきや取組のきっかけを与えることができた。また、セミナーの中で大阪府超簡易版BCP『これだけは！』シートの策定を13件行った。現在のところ、BCP策定に関する具体的な事例は把握できていないが、今後成果に繋がるとと思われる。								
その他目標値の実績	目標値(計画)		目標値(実績)		目標達成度					
実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	支援企業数は、目標25社に対し結果は12.5社となった。新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、セミナー申込者のキャンセルが発生したことが参加者低迷の主な要因である。内容は、事業継続や防災等、非常に関心の高いテーマだったので、参加者全体の満足度が100%と好調であった。その要因の一つは、BCMよりもBCPに重点を置き、普及促進に力を入れたことと思われる。次年度は中小企業に更なる参加をして頂くため、今まで以上に高槻市、茨木商工会議所、摂津市商工会、島本町商工会、能勢町商工会とも連携をし、カリキュラムを従来のセミナーに加えて、サイバーセキュリティ対策に重きを置いた内容に変更し、普及啓発に努めたい。								

【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)	25.0	支援企業数(実績)	12.5	支援実績率	50.0%	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）	支援企業数の内訳は、高槻7社、茨木1社、摂津1.5社、島本1社、能勢2社であった。受講者アンケートでは、今回のセミナーを受講しての満足度について、13名中11名が満足、2名がやや満足と回答し、参加者全体の100%が満足と好評であった。また、「セミナー受講後の自社の変化について当てはまるものを選択せよ（複数回答可）」という設問に対し、「BCP策定の必要性を理解することができた」が8名、「BCP策定の意識を高めることができた」が8名、「BCP策定にあたり自社で取り組むべき課題が掴めた」が5名、「策定済BCPの見直すべき点が掴めた」が1名の回答があった。この結果が示すとおり、受講者に対して、新たな気づきや取組のきっかけを与えることができたと思われる。								
		指標	事業継続計画等の作成企業数							
		数値目標	31件	実績数値	12.5件	目標達成度	40.3%			
	その他目標値の実績	目標値(計画)		目標値(実績)		目標達成度				
実績／達成度②	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	6.0	支援企業数(実績)	0.0	支援実績率	0.0%	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）	新型コロナウイルス感染症の影響により、支援先が見つからなかった。								
		指標								
	その他目標値の実績	数値目標		実績数値		目標達成度				
	目標値(計画)		目標値(実績)		目標達成度					

高槻商工会議所

事業名		ものづくり優良企業賞応募企業発掘・支援事業
想定する実施期間		2017 年度～ 年度まで ※複数年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)	大阪府内ものづくり中小企業・小規模事業者は、優れた技術を有していたり、優れた製品を生産しているにもかかわらず、日常業務に追われ、それを有効活用するノウハウを持ち合わせていない企業が多い。そこで当所では、高槻市内およびその近隣地域を中心とした府内ものづくり中小企業が持つ経営課題に対し、大阪の産業の活性化と地域社会に貢献する「大阪ものづくり優良企業賞」受賞に向けた個別支援を実施する。優れた技術力や品質管理等を持ち、市場での高い評価が期待できる優秀な「ものづくり中小企業」を発掘するとともに、とりわけ、「大阪ものづくり優良企業賞」を既に受賞している企業に対し、フォローアップの一環でマッチングの機会を設け、重点的に販路開拓支援を行う。
	支援する対象 (業種・事業所数等)	主に中小企業・小規模事業者（但し、ものづくり優良企業賞の申請については、大阪府内に本社を有する中小企業者で、業種が製造業または組込ソフトウェア業として、工業製品の設計、製造技術に関連する事業を営む会社または個人（創業または事業開始から3年以上を経過した事業者）に限る）
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>I. 「匠企業ノウハウ交流会」 ～つながろう！ 逆風を跳ね返す 匠企業の底力！！～</p> <p>■開催日：令和4年10月4日（火）14:00～16:30</p> <p>■会場：守口門真商工会館 特別会議室</p> <p>■実施内容：</p> <p>①匠企業の実践活動報告と質疑（2社） テーマ：「逆風を跳ね返せ！ ～我が社の新しい「モノ・コトづくり」の挑戦～」 参加者数：34事業所46名（支援対象企業数：38.5事業所46名）</p> <p>②匠企業等のショートプレゼン&名刺交換・交流会の実施</p> <p>II. 「匠企業商談会2022」～つながろう！！高槻・茨木・摂津・守口・門真・八尾のものづくり企業～</p> <p>■開催日：令和4年11月29日（火）10:00～16:00</p> <p>■会場：守口門真商工会館 特別会議室</p> <p>■実施内容：</p> <p>事前申込制、匠企業等ものづくり優良企業の個別商談会 参加企業数：41社（匠企業、守口門真ものづくり元気企業、摂津ブランド認定企業） ※参加申込企業は当初43社の予定だったが、商談希望がない企業が3社あり、案内チラシには掲載が間に合わなかった急遽参加された企業が1社あり、結果的に41社の参加となった。 ※当日は雇用支援機関（(公財)産業雇用安定センター、ポリテクセンター関西）、大阪国際大学・摂南大学のリクルート担当者との面談機会を提供した。</p>
		<事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載>
	①府施策連携	ものづくり支援課 販路開拓支援グループの担当者と実施内容について企画段階から連携を図りながら運営を行った。また、MOBIO等の配信メールマガジンにてPR記事掲載を行った。
	②広域連携	当会議所と広域連携である茨木商工会議所、摂津市商工会、守口門真商工会議所、八尾商工会議所の担当者と企画段階から打合せを重ね、チラシの作成は当所が行い、双方でPRに努めた。チラシ配布、HPや広報誌への掲載、メルマガ配信等のPR面で連携を図った。開催当日は各所担当者が協力して運営を行った。
	③市町村連携	高槻市・茨木市・摂津市・守口市・門真市の後援を受け、市のメルマガや広報等にてPR記事掲載を行った。
	④相談相乗	2022年3月に開催した匠応募申請に向けたセミナー終了後、大阪ものづくり優良企業賞に応募予定企業に対し個別支援を行い、当所が支援した1社、茨木が支援した2社、摂津が支援した1社が匠企業として受賞された。既存匠企業に対し、フォローアップを行った。

	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	99.0	総支援企業数(実績)	79.5	支援実績率	80.3%	満足率	100.0%
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>2022年10月開催の「匠企業ノウハウ交流会」に関して、支援企業数は、目標45社のところ実績が38.5社であった。参加者アンケートによる満足度は100%とかなり良好であった。匠企業ノウハウ交流会の参加動機は、「他のものづくり優良企業と交流を図り、販路開拓につなげたい」との回答が43%と最多で、「情報収集のため」が33%、「コロナ禍を乗り越えるものづくり優良企業の実践事例について学びたい」が22%と続いた。</p> <p>今後、自社での業務や営業面での活用について、「積極的に活かしたい」の回答が48%、「活用を検討したい」が48%と、本事業に参加して商談や営業ノウハウに対する意識が向上したと言える。また、「大阪ものづくり優良企業賞をはじめとする公的な認証制度に対する関心・興味は、向上しましたか？」との問いに、「向上した」との回答が78%あり、匠等の公的認証制度に対する意識向上に繋がられた。</p> <p>2022年11月開催の「匠企業商談会2022」において、匠企業等ものづくり優良企業の商談会を実施し、支援企業数は、参加実績41社であった。参加企業アンケートの集計結果によると、満足度は100%と好評であった。名刺交換件数は計232件、商談件数は175件、成約件数は4件、成約金額は計345,200円であった。後日、行ったフォローアップのアンケート結果を分析してみると、「現時点で受発注の実績はないが、新規のつながり（受発注先）ができた」との回答が36件、「見積りを取った／見積りの依頼を受けた⇒継続交渉中」との回答が6件あるなど成約件数や金額には表れない案件が多く、引き続き商談継続中との回答も非常に多かった。</p> <p>参加企業の課題の上位3項目が、「販売先を開拓したい」が32%、「外注先を開拓したい」が21%、「仕入れ先を開拓したい」が14%と続いたが、「匠」認証の営業活用について「積極的に活用したい」または「できるだけ活用したい」との回答が95%と、意識が非常に高かった。「今後、『匠企業による商談会』が開催されたら、参加を希望しますか？」との問いには「ぜひ参加したい」または「参加を検討したい」との回答が98%と次回への参加意欲も高かった。以上の回答から、参加企業の販路開拓に寄与でき、販路開拓に対する意識向上にも貢献できたと考えられる。</p>							
		代表指標	商談件数						
		数値目標	230件	実績数値	175件	目標達成度	76.1%		
	成果の代表事例	<p>2022年の匠応募申請に向けたセミナー終了後、A社に対し個別支援を行ったところ大阪ものづくり優良企業賞を受賞された。会社案内等に「匠」を活用することで問合せなど引き合いが以前より増え、自社PRに役立っている。また、匠企業商談会に参加することで他の匠企業との新規取引に繋がるなど、着実に売上を伸ばしており手応えを感じている。今後も「匠」を有効活用しながら積極的に販路開拓に注力する予定である。</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>依然として、新型コロナウイルス感染症の影響で不特定多数の集客を募る一般的な展示会の開催は困難であったため、2022年度も引き続き広域連携の守り門真商工会議所の会議室にて、感染症対策を取りながら「匠企業ノウハウ交流会」や事前申込制の「匠企業商談会」を開催した。匠企業ノウハウ交流会では匠企業の実践事例報告の形式で行い、匠企業商談会では北摂地域と守り門真・八尾市域の匠企業との交流が好評であった。</p> <p>匠企業ノウハウ交流会の参加者アンケートには「クラウドファンディングの活用、SDGsに対する考え方、会社全体でのビジョンづくりやオープンイノベーションの取組活動は自社の組織づくりに活かすことができるのではと大変参考になった。」と実践事例の報告形式が満足度の高さに繋がった。また、匠企業商談会の参加企業アンケートには「対面での商談会で、より具体的な話をするのができた。今回も良い出会いをいただき、とても勉強になった。今後も開催して欲しい。」や「これからもこういう企画をお願いします。当日追加で2社お願いしましたが、速やかに対応していただけて助かりました。」といった声があるなど商談会継続を希望する企業が多数あり、全体的には本事業の満足度は非常に高かった。次年度も匠企業商談会が中心となる企画を検討したい。</p> <p>一方で、匠企業商談会の支援企業数の参加実績が前年度より低調だったことが今年度の課題であった。それが商談件数や成約件数等にも影響したと考えられる。従って、広域連携先エリアのさらなる拡大や、各商工会議所・商工会、地元金融機関等との連携をさらに深める必要性を感じた。次年度は開催時期等についてもよく協議し、広報手段や開催手法を改善・工夫すること、また、匠企業の新たな受賞企業を増やすことで参加企業数の底上げを図っていきたい。</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②	計画に対する実績(数値)	支援企業数(計画)	45.0	支援企業数(実績)	38.5	支援実績率	85.6%	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>2022年10月開催の「匠企業ノウハウ交流会」に関して、支援企業数は、目標45社のところ実績が38.5社であった。参加者アンケートによる満足度は100%とかなり良好であった。匠企業ノウハウ交流会の参加動機は、「他のものづくり優良企業と交流を図り、販路開拓につなげたい」との回答が43%と最多で、「情報収集のため」が33%、「コロナ禍を乗り越えるものづくり優良企業の実践事例について学びたい」が22%と続いた。</p> <p>今後、自社での業務や営業面での活用について、「積極的に活かしたい」の回答が48%、「活用を検討したい」が48%と、本事業に参加して商談や営業ノウハウに対する意識が向上したと言える。また、「大阪ものづくり優良企業賞をはじめとする公的な認証制度に対する関心・興味は、向上しましたか?」との問いに、「向上した」との回答が78%あり、匠等の公的認証制度に対する意識向上に繋がられた。</p>							
		指標	参加者アンケートで、「匠企業等の実践事例を学び、そのノウハウを自社での業務や営業面で活用する意識が向上した」企業の割合						
	数値目標	70%	実績数値	96%	目標達成度	137.1%			
その他目標値の実績	目標値(計画)		目標値(実績)		目標達成度				
実績／達成度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)	41.0	支援実績率	75.9%	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)	<p>2022年11月開催の「匠企業商談会2022」において、匠企業等ものづくり優良企業の商談会を実施し、支援企業数は、参加実績41社であった。参加企業アンケートの集計結果によると、満足度は100%と好評であった。名刺交換件数は計232件、商談件数は175件、成約件数は4件、成約金額は計345,200円であった。後日、行ったフォローアップのアンケート結果を分析してみると、「現時点で受発注の実績はないが、新規のつながり(受発注先)ができた」との回答が36件、「見積りを取った/見積りの依頼を受けた⇒継続交渉中」との回答が6件あるなど成約件数や金額には表れない案件が多く、引き続き商談継続中との回答も非常に多かった。</p> <p>参加企業の課題の上位3項目が、「販売先を開拓したい」が32%、「外注先を開拓したい」が21%、「仕入れ先を開拓したい」が14%と続いたが、「匠」認証の営業活用について「積極的に活用したい」または「できるだけ活用したい」との回答が95%と、意識が非常に高かった。「今後、『匠企業による商談会』が開催されたら、参加を希望しますか?」との問いには「ぜひ参加したい」または「参加を検討したい」との回答が98%と次回への参加意欲も高かった。以上の回答から、参加企業の販路開拓に寄与でき、販路開拓に対する意識向上にも貢献できたと考えられる。</p>							
		指標	商談件数						
	数値目標	230件	実績数値	175件	目標達成度	76.1%			
その他目標値の実績	目標値(計画)		目標値(実績)		目標達成度				