

# 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	忠岡町商工会	
	代表者職・氏名	会長 萬野 俊史	
	所在地	大阪府泉北郡忠岡町忠岡中1-1-23	
	担当者	職・氏名	事務局長 森 孝博
		連絡先	T E L（直通）： 0725-33-3208
F a x： 0725-32-4880			
		E - m a i l： info@tadaoka.or.jp	
①設立年月日 ②職員数 （うち経営指導員数） ③所管地域 ④管内事業所数 ⑤管内小規模事業者数 ⑥会員数（組織率）		昭和35年11月28日 6名（経営指導員4名）（令和5年3月31日現在） 泉北郡忠岡町 580（平成28年度経済センサス） 401（平成28年度経済センサス） 750（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）			
①商工業に関し相談に応じ又は指導を行うこと。 ②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。 ③商工業に関する調査研究を行うこと。 ④商工業に関する講習会又は講演会を開催すること。 ⑤展示会、共進会等を開催し又はこれらの開催の斡旋を行うこと。 ⑥商工業に関する施設を設置し、維持し又は運用すること。 ⑦商工会としての意見を公表しこれを国会、行政庁等に具申し又は建議すること。 ⑧行政庁等の諮問に応じて答申すること。 ⑨社会一般の福祉の増進に資する事業を行うこと。 ⑩大阪府商工会連合会の委託を受けて商工貯蓄共済事業を行うこと。 ⑪商工業者の委託を受けて当該商工業者が行うべき事務(その従業員のための事務を含む)を処理すること。 ⑫行政庁から委託を受けた事務を行うこと。 ⑬外国人研修生の受入に関する事業を行うこと。 ⑭前各号に掲げるもののほかその他商工会の目的を達成するために必要な事業を行うこと。			

## 2. 事業概要

忠岡町商工会

### (1) 事業の目標

事業者が抱える問題点と課題を的確に把握しその解決を図るため、諸施策のPR・情報提供を継続的に実施する。課題解決を目指す企業に対して相談事業として経営指導員による企業カルテ・サービス提案を行い、種々の支援メニューの利用を促進し総合的に支援することにより相談事業所の持続的な発展に寄与する。また、地域活性化事業では、大阪府施策に則った事業や単独で実施するよりも広域で実施したほうが効果の上がる事業については近隣商工会・商工会議所とともに連携して広域で実施する。国の小規模企業振興基本法の施行を受け、ものづくり補助金や持続化補助金に代表される諸施策については、商工会が伴走しながら適切な支援を効果的に実施する。事業計画策定や販路開拓、資金調達、創業に軸足を置くとともに過年度相談のフォローアップにも傾注しながらビジネスチャンスの創出や地域経済全体の浮揚に繋げ活性化に寄与する。

### (2) 事業を実施した具体的な内容、方法及び工夫した点

相談事業では、経営指導員が相談当初において単発的な支援では終わらないよう相談者も気づいていない課題の把握に注力し、サービス提案時に適切な支援策を提案して行くことに努めた。  
専門相談支援事業では、中小企業診断士と経営指導員が同行し、現場の工場や店舗等で事業計画や販売促進計画の支援を行った。あわせて、専門家のノウハウを経営指導員が吸収することができた。  
金融支援では、日本政策金融公庫のコロナ特別融資のあっせんに注力し、地域金融機関（池田泉州銀行・大阪信用金庫）との連携においても事業者の緊急的な資金需要に対応した。  
地域活性化事業では、コロナ禍における感染症対策の徹底を念頭に実施。セミナーでは会場（リアル）と配信（オンライン）の併用を導入し、配信（オンライン）ではチャットを活用し意見交換を誘導した。  
「ただおかあきんど応援事業」では、小売・サービス業を対象に事業承継とM&Aを切り口として、クラウドファンディング、越境EC、メタバース等の活用により新たな事業へのチャレンジを応援した。  
「デザイン活用による地域中小企業支援」では、デザイン経営のセミナーとワークショップを開催し、講師と取組企業の社長によるトークセッションや個別相談も実施して、デザインを切り口とする経営の在り方を学び、その方法を実践していただいた。  
「現場チカラの支援事業」では、MOBIOと連携し事業環境の変化に対応するため、プレゼン理論とユーザー活用術や補助金活用、新事業展開（ドローン活用など）について、セミナー・ワークショップ・交流会を実施し、売上アップや環境変化に対応できる事業計画作成など工夫を凝らした。  
「商工展示即売会事業」では、大阪府技能士会連合会や近隣商工会と連携し、魅力ある出店者の呼び込みや抽選会の実施で地場産業製品の売上アップと製品等のPRを図る仕掛け作りに注力した。

### (3) 事業を実施した効果、所管地域の活性化の状況

相談事業の実施により、地域事業者において商工会経営指導員の的確で親切な対応に対する信頼度が高まり、高度な相談も増えている。事業者が自社の当面の課題解決につながっただけでなく、事業の現状を見直す契機となっている。  
地域活性化事業の実施により、参加した企業及び従業員の意識改革やスキルアップができた。  
その他の事業についても(2)で記載した工夫により、事業終了後や交流会では、連携した支援機関や講師だけでなく、参加者同士の名刺交換や意見交換も活発に行われた。その延長で後日、参加者同士が互いの事業所を訪問することにより、新たな取引の話し合いが行われるなど地域内取引の活性化につながっている。  
このように実施事業により事業者及び地域に対して大きな波及効果があった。

### (4) 事業を実施した結果浮かび上がった課題

相談事業の利用事業者や地域活性化事業の参加事業者は、概ね効果があったと回答いただいている。しかし、地域には本事業を利用や参加していない事業者もあり、地域全体にこの事業の効果が行き渡っていないことが考えられる。  
また、働き方改革や税制改正（インボイスや電子帳簿保存法）、その他法律改正など社会の仕組みの変化に、対応できていない事業者が多く見受けられる。事業主の高齢化や後継者問題、若手創業者の減少も地域の活性化を阻む大きな原因及び課題と考えられる。  
特に高齢に伴う廃業が顕著となっており、引き続き創業支援や事業承継支援の取り組みが必要と考えられる。

### (5) 次年度の取り組み

上記課題を解決するため、まずは広報・PRに力を入れる。  
喫緊の課題としては、(4)の通り、事業承継の推進による後継者問題の解決である。広報ツールとしては、会報、ホームページ等を利用する。日々変化している支援施策、地域の動向、事例等を地域の事業者へ情報提供し、まず事業者の課題解決を図ることによって事業の継続を支援する。コロナ終息後は感染拡大前の状況への回復とさらなる発展を支援していく。地域活性化事業においても、アフターコロナを念頭に企画したいと考える。また、本年3月に認定された事業継続力強化支援計画の実施により、その計画策定の重要性を認識いただくための啓発と実際の計画支援を実施する。

### 3. 経営相談支援事業・専門相談支援事業 忠岡町商工会

#### I 経営相談支援事業

##### 支援のポイント・成果

###### ①相談事業者の発掘

相談事業を積極的に進めるため、年6回奇数月に商エニユースを発行し、忠岡町内に新聞折込した。施策（補助金、創業、インボイス、BCP、新型コロナウイルス関連施策など）の情報、最近の相談例等を掲載し、新規の相談利用者には敷居を低く、過去の相談利用者には潜在的な課題を発見してもらえよう心掛け、伴走支援につなげることにポイントをおいた。

###### ②専門家との連携

専門家である中小企業診断士と連携し、事業所の事業計画や販売促進計画の支援を行った。専門家の経営支援に関するノウハウを経営指導員が吸収しながら事業者の経営課題解決に注力した結果、事業者と指導員との距離が縮まり新たな相談につながった。

###### ③労務支援

新型コロナウイルス感染症に社員や特別加入者が罹患した場合の労災の考え方や従業員との労務トラブルなどの相談が増加した。

###### ④創業支援

創業前、開業後の事業者に対して、新創業融資（無担保・無保証人・低利）のあっせんや事業計画・資金計画の策定支援により、補助金の獲得などスムーズな創業の実現に寄与した。

⑤主な成果：労務支援73社、「起業・創業補助金」採択4件、「事業再構築補助金」採択1件。

⑥代表事例：複数の事業や飲食店を展開する企業に対して、新分野展開を目指す事業計画作成支援。大型商業施設のテナントなど複数の飲食店を展開している企業に対して、食材製造の内製化のために設備投資する事業再構築計画作成を支援し採択された。

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	235	213	90.6%	5
支援機関等へのつなぎ	支援数	10	9	90.0%	5
金融支援（紹介型）	支援数	25	25	100.0%	5
金融支援（経営指導型）	支援数	20	13	65.0%	3
マル経融資等の返済条件緩和支援	事業所	1	0	0.0%	1
資金繰り計画作成支援	事業所	18	29	161.1%	5
記帳支援	事業所	18	61	338.9%	5
労務支援	支援数	50	73	146.0%	5
人材育成計画作成支援	事業所	5	0	0.0%	1
マーケティング力向上支援	事業所	5	0	0.0%	1
販路開拓支援	支援数	28	30	107.1%	5
事業計画作成支援	支援数	12	14	116.7%	5
創業支援	事業所	15	15	100.0%	5
事業継続計画（BCP）作成支援	事業所	10	1	10.0%	1
コスト削減計画作成支援	事業所	6	9	150.0%	5
財務分析支援	事業所	5	2	40.0%	3
5S支援	事業所	0	0		-
IT化支援	事業所	5	0	0.0%	1
債権保全計画作成支援	事業所	1	0	0.0%	1
事業承継支援	事業所	5	8	160.0%	5
災害時対応支援	事業所	0	0		-
フォローアップ支援	事業所	50	12	24.0%	3
結果報告	事業所	232	213	91.8%	5

#### II 専門相談支援事業

##### 支援のポイント・成果

専門的・高度な相談に対応するため、弁護士等の士業と連携して、以下の専門相談を実施した。法律相談（個別無料）は弁護士が年6回商工会事務所において、経営法務に関わる相談に対応した。弁護士が説明する法律の解釈をもとに適切な対応に移すことができるなどの効果があった。

税務相談では、所得税・消費税・相続税・贈与税・不動産譲渡の取扱など税理士でないに対応できない専門的な相談が目立った。

経営相談では中小企業診断士と経営指導員が連携して事業所を訪問することで、相談がスムーズに行われ、事業計画書のブラッシュアップについても、机上の空論にならないよう現場での支援に注力した。

事業名	新規/継続	指標	目標数値	実績数値	達成率	事業評価
法律相談	継続	延相談件数	18	17	94.4%	5
税務相談	継続	延相談件数	18	19	105.6%	5
経営相談	継続	延相談件数	12	12	100.0%	5

Ⅲ 地域活性化事業										
支援のポイント・成果										
<p>地域活性化事業では、コロナ禍における感染症対策の徹底を念頭に実施。セミナーでは会場（リアル）と配信（オンライン）の併用を導入し、配信（オンライン）ではチャットを活用し意見交換を誘導した。</p> <p>「ただおかあきんど応援事業」            小規模な小売業やサービス業等の各事業者・個店において、積極的な事業運営を展開するには後継者の育成や事業承継が必要である。そのため、事業承継、M&amp;A支援のセミナーやマーケティング講座を介して①弱みの克服に取り組むこと②強みを活かした販売促進に取り組むこと等をポイントとして支援した。成果としては、参加者同士の名刺交換や意見交換が活発となり参加者のモチベーションアップにつながった。特に承継途中の参加者でこのセミナー参加したことによって、承継の全体像が見えてきたと高評価をいただいた。</p> <p>「デザイン活用による地域中小企業支援事業」            デザインを切り口に「デザインするモノづくり」を浸透させ新商品や製品の開発に役立ててもらおうとセミナーとワークショップを実施。理論説明からその事例や実際に商品開発に取り組み成功している企業の社長をゲストに迎えてトークセッションを実施し、ワークショップでは参加者がペアを組み実際にアイデア出しの体験を行った。また、大阪府デザインセンターの専門家による個別相談も実施し、パッケージデザイン、ウェブデザイン、販路等についての相談を行った。成果としては、参加者同士で商談しふるさと納税返礼品の新製品開発が進んでいる。</p> <p>「現場デカラの支援事業」            ①プレゼン×YouTubeの活用術②補助金活用③新事業展開の3本建て、部門担当者向けに特化し、中小企業診断士や専門家を講師に、情報提供だけで終わることなく、自社の強みや課題を把握することや名刺交換をカリキュラムに入れた。新事業展開では、レベル4飛行が可能となったドローンの活用などトレンドを取り入れた。成果としては、本事業に参加して得たノウハウをベースに、端材を利用した試作品の動画をアップして再生数も伸びている事業者がある。</p> <p>「商工展示即売会事業」            集客増を図るため、大阪府技能士会連合会や近隣商工会と連携し、魅力ある出店者の呼び込みや抽選会の実施で地場産業製品の売上アップと製品等のPRを図る仕掛け作りに注力した。全体的に売上が減少する中、セット販売など売り方に工夫を凝らした事業者が売上を伸ばしたことが注目された。また、アンケートも出展者と来場者にも行い、来場者については、QRからスマホでのアンケートに答えていただくようにしたため、IT化が進み、集計時間の削減が図られた。その他、コロナ禍の開催でマスクや手指消毒の徹底、飲食禁止で物販のみの出店により、会場内での顧客の滞留時間を短くした。</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	
○	ただおかあきんど応援事業	20	19.5	97.5%	85.7%	事業承継の取組が進んだ企業の割合	50%	50.0%	100.0%	5
○	デザイン活用による地域中小企業支援事業	15	12.5	83.3%	83.3%	商品企画・開発や販売促進に役立つと回答した企業の割合	80%	83.3%	104.1%	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	
○	現場デカラの支援事業	45	49	108.9%	90.2%	ワークショップで得た知識等を自社で応用することができた企業の割合	75%	66.00%	88.0%	5
○	商工展示即売会事業	40	26	65.0%	57.7%	認知度の向上及び収集した消費者ニーズを活かせるか回答した企業数	25	15	60.0%	3

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

忠岡町商工会

事業名		ただおかあきんど応援事業							
想定する実施期間		H31 年度～ 年度まで ※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること							
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	<p>忠岡町は日本一小さな町（3.97km<sup>2</sup>）で人口は16,806人（令和3年11月末）。人口比率は、府内平均と比べて、①老年人口（65歳以上 4,792人 28.5%）は高く、②生産年齢人口（15歳以上64歳以下 10,085人 60.0%）と③年少人口（14歳以下 1,929人 11.5%）は低い。忠岡町の人口減少、高齢化のスピードは大阪府内の各自治体と比べると緩やかであるものの、平均年齢も47.2歳と大阪府内の水準では高いとみられる。</p> <p>町内の小売業やサービス業は、狭い商圏内で営業活動をされていることが多い。人口が減少することは、自社の経営の良し悪しに関わらず、お客様が減ることであるため、経営は厳しくなるものと考えられる。また、経営者自体の年齢も上がっており、投資意欲の低下やリスクを回避する傾向が高くなってきている。そのため、利益向上のためには事業承継や後継者の育成等も重要となっている。さらにコロナ禍により加速した消費行動の変化により対応すること、例えば実店舗とオンラインをうまく活用すること等も課題となってきた。これらの状況を放置しておく「あのお店は●●だから行かない」とお客様の選択肢から外れる可能性がある。</p> <p>そこで本会では、小規模な小売業やサービス業等の各事業者・個店が各種施策の活用を事業機会と捉え、①弱みの克服に取り組むこと、②強みを活かした販売促進に取り組むこと等を支援し、経営の改善を図ることを目的として、本事業を実施した。</p>							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	忠岡町内の小売業、サービス業等の事業者・個店、忠岡町小売商連合会会員等。							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>令和4年度は以下の事業を会場（リアル）と配信（オンライン）を併用して実施した。</p> <p>1) 「事業承継」「M&amp;A」支援セミナー 1/26 支援実績 11社12人 大阪府が実施する「インターネット《事業引継ぎ支援》プロジェクト」、M&amp;A引継ぎによる起業などを含め事業承継のポイントなどを情報提供した。</p> <p>2) 事業承継のためのマーケティング応援講座(クラウドファンディング×EC×メタバース活用編) 3/17、3/22 支援実績 8.5社9人 当時の後継者である現代表者が講師となって、事業承継時の生々しい現状やそれを打破するため取り組んだEC事業等の事例等の紹介し、クラウドファンディング、越境EC、メタバース等の活用により新たな事業へのチャレンジを応援するため実施した。</p> <p>&lt;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&gt;</p> <p>①府施策連携 大阪府、大阪府事業承継・引継ぎ支援センター、大阪産業局等と連携したことにより、それぞれの事業内容をわかりやすく紹介ができたことや広報活動に効果があった。</p> <p>②広域連携</p> <p>③市町村連携 広報ただおかへの掲載、忠岡町役場・南海本線忠岡駅陳列スペースにおいて広報資料の配布など広報活動で連携し、集客効果があった。</p> <p>④相談相乗 本事業において、新事業にチャレンジすること等を啓発したことで、以後の経営相談につなげることができた。</p>							
	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)	19.5	支援実績率	97.5%	満足率	85.7%
事業全体の実績／目標達成度	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	<p>事業承継間もない代表者や事業承継を控えた役員など、この事業への参加する動機は企業によって様々ではあったが、参加者それぞれの事業承継や販路開拓に向けての意識を高めることができた。また事業終了後に事務局より会場内で率先して行った名刺交換・意見交換は、コロナ禍が収束しようとしていた時であったこともあり、参加者同士にも波及し活発となった。参加者のモチベーションアップにつながったものと思われる。</p>							
	代表指標	事業承継の取組みが進んだ企業の割合							
	数値目標	50%	実績数値	50.0%	目標達成度	100.0%			
成果の代表事例	<p>(従業員から昇格した法人役員が事業承継等に取り組んでいる事例)</p> <p>本社は大阪市内の法人が忠岡町内に令和4年4月事業所を新たに開設。現経営者から将来の事業承継を見越して、役員が所長に就任。本会としては新たな事業展開や事業承継等について提案し、巡回やセミナーの参加を通じて、事業承継へのモチベーションを上げることができ、スケジュールなどを整理することができた。</p>								
その他目標値の実績	目標値(計画)		目標値(実績)		目標達成度				

実施結果	課題及び次期以降への取組み（実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか）	事業承継の課題対応は息の長い支援になるため、色々な施策を紹介し啓発を続けていく。また令和4年度事業は、コロナ等の影響により本会の事業実施が全体的に遅れた。令和5年度事業については影響が極力少なくなるよう日程や事務局体制を考慮して実施する。
------	--	---

【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)	10.0	支援企業数(実績)	11.0	支援実績率	110.0%	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）	事業承継やM&Aの施策や現状を知ること、事業承継に取り組む契機とすることができた。							
		指標	事業承継の取組みが進んだ企業の割合						
		数値目標	50%	実績数値	50.0%	目標達成度	100.0%		
その他目標値の実績	目標値（計画）		目標値（実績）		目標達成度				
実績／達成度②	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	10.0	支援企業数(実績)	8.5	支援実績率	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）	事業承継の時期に既存商品の市場開拓等の取り組みとして、クラウドファンディングやECに対応し、オンラインと実店舗（オフライン）を使った顧客関係性の強化・販売促進に取り組むことの重要性を理解し、実践することができた。							
		指標	顧客関係性の強化や販売促進に取り組んだ企業の割合						
		数値目標	75%	実績数値	87.5%	目標達成度	116.7%		
その他目標値の実績	目標値（計画）		目標値（実績）		目標達成度				

忠岡町商工会

事業名		デザイン活用による地域中小企業支援事業							
想定する実施期間		R4 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)	IoTやDX, 5G、ウィズコロナやニューノーマルなど、目まぐるしく変化していく社会の中で、変化に対応できず窮地に立たされている中小企業は多い。忠岡はかつては繊維製品（毛布・ニット等）製造業中心の街であったが、安価な海外製品の流入や生産拠点の海外移転に伴い、町内の企業数・生産額ともに減少の一途をたどっている。 忠岡の地域産業は下請け中心が大半で、独自技術を持ってはいるものの十分生かし切れていない企業や技術的な価値の認識すらない事業者も多数存在している。地域産業の低迷の原因を探ると外的要因のみならず、提案力・販売力の不足などの内的要因にもあると考えられる。どんな小さな会社でも必ず”強み”がある。大企業ではできない、小規模ならではの魅力を込めた商品やサービスを開発し、新しい市場へ参入するために、中小企業が漠然と考えている”強み”を明確にとらえることが必要である。 また商品デザインということは、単に設計して色や柄を決めるだけではなく、それをどう見せて、どういう切り口で売るか、きっちりと出口を見据え、企画から流通までの一連をデザインするモノづくりに変えていく必要がある。そこで、「デザイン」を切り口に、地域の中小企業が持っている技術（強み）を生かし、社会の変化に対応した新商品企画・開発のきっかけづくりになるよう本事業を実施した。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	「現状を打破する新商品を開発したい」「商品の魅力がうまく伝わらない」「ブランド力を強化したい」と考えている忠岡町内の製造業・商業の中小企業・小規模事業者（246事業所）、スタートアップ企業等							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	令和4年度は、「中小企業×技術×デザインセミナー～デザイン経営のはじめ方・導入編～」を10/21、11/4（各日2.5時間）の2日間コースで会場（リアル）のみで実施し、12社13名（計画15社）が受講した。 10/21の前半部では、基礎的なデザイン経営の理論、講師が行ったプロデュース事例から、デザイン経営は大企業の為だけの概念ではなく中小企業にこそ必要とされていることを紹介した。後半部は、実際にデザイン経営を取り入れてBtoBからBtoC向け商品開発に挑戦した経営者をゲストとして迎え、講師とのトークセッション形式で行った。 11/4はワークショップ・交流形式で行った。2名でペアを組み、相互のインタビューからニーズや課題を整理し、アイデア出しをする体験を行い、新規の商品・サービス考え出す「きっかけ」となった。 11/4のセミナー後、事前予約制で3社4名、大阪府産業デザインセンターの専門家による製品・パッケージデザイン、ウェブデザイン、販路等の個別相談会を行った。							
		<事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載>							
		①府施策連携	大阪府産業デザインセンターと連携したところにより、セミナー時の事業紹介や受講者への広報活動に効果があった。また2日目のセミナー後に個別相談会を実施したことで、事業者への商品開発やデザインに関する悩みに対して、課題解決へと導いた。						
	②広域連携								
	③市町村連携	忠岡町と連携し、町広報に載せ参加者募集活動を行った。							
	④相談相乗	販路開拓支援や事業計画支援（カルテ化）を通して、以後の経営相談につなげることができた。							
事業全体の実績／目標達成度	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	15.0	総支援企業数(実績)	12.5	支援実績率	83.3%	満足率	83.3%
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	デザイン経営という言葉自体を初めて聞いた受講者の方が大半であったが、受講者に多かった繊維業でのデザイン経営を取り入れた事例で解説したり、実際にデザイン経営を取り組んだ製造業の経営者からトークセッションで質疑応答を行ったことで、「中小企業や小規模事業者でも規模に関わらずできることがあると分かった」等、経営におけるデザインの重要性を認知してもらうことができた。ワークショップでは初めにアイスブレイクを取り入れたことにより場の緊張がほぐれ、話しやすい雰囲気となり受講者間の交流を促すことができた。また、題材をもとにアイデア出し等を体感してもらうことで、新製品・新サービスの開発のきっかけとなった。							
		代表指標	本事業で得た知識や情報が商品企画・開発や販売促進に役立つと回答した企業の割合						
		数値目標	80%	実績数値	83.3%	目標達成度	104.1%		
	成果の代表事例	<衣料品プリント加工業者の事例> 起業して1年程度なのでまだ町内企業との交流が少なかったが、セミナー受講後、参加していた繊維関係の町内企業と互いの工場を行き来するようになった。加工業なので最終商品はなかったが、BtoC向けにふるさと納税返礼品等の開発に向けて奔走している。							
その他目標値の実績	目標値(計画)		目標値(実績)		目標達成度				

実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	令和4年度はチラシやメルマガでの事業PRが遅くなってしまい、2回連続のコースとしていたため、両日参加の日程調整できず参加を見送った事業所があったので、早めの告知が必要であったと反省している。全体的に高評価であり、参加事業所からは「事業者間で交流でき意見を聞けて良かった」という感想やセミナー後に実際に互いの事務所に行きあい、コラボ商品などの話も出てきているので、今後も事業者間で交流がとれるものが望ましいと感じた。
------	--	---

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

忠岡町商工会

事業名		現場デカラの支援事業							
想定する実施期間		H28 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)	製造業の今後の課題は、技術力・品質力・現場力の裏付けとなる蓄積されたデータを、いかに戦略的に製造工程やマーケティングに活用することができるかだと、ものづくり白書では指摘している。新型コロナウイルス感染症の拡大によるニューノーマルに対応するために、ものづくり人材にはデジタル技術を活用できるスキルがより一層求められると同時に、熟練技能の能力向上も今まで通り求められている。そこで、これらの課題について、泉北地域の中小企業間で交流の機会を設け、知識・ノウハウ等を共有することで、人材育成と組織の持続的発展を支援した。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	泉北地域（広域連携する高石市、和泉市、泉大津市、忠岡町を中心とした）ものづくり企業1518事業所を、主たる支援事業所として実施する。							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>部門担当者向けに、初級～実践的なワークショップ・交流会を中心に実施した。 令和4年度は以下の事業を実施。内容によって、①と②はハイブリッド開催（会場とオンライン）と③は会場開催のみとして実施した。 ハイブリッド開催においては、会場参加者間の名刺交換や交流は活発に行えたが、WEB参加者に対して、事務局からもチャット等を活用し、意見交換できるよう誘導した。</p> <p>①中小企業だからこそ売上アップにつながる「プレゼン×YouTubeの活用術」（9/15） 21.5社23名 中小企業の皆様を対象に売上アップや求人募集につながるプレゼン理論とYouTubeの活用術を紹介し、自社の経営資源の棚卸を実施。</p> <p>②事業環境の変化に対応する「補助金活用セミナー」（11/28） 14社14名 「インボイス」「賃上げ」「入国制限の緩和」などのキーワードやそれを支援する補助金等を紹介し、事業環境の変化に対応するための事業計画書の作成を支援。</p> <p>③ドローンから考える自社のいいところを伸ばす「新事業展開セミナー」（2日間コース 1/24、2/9）15社16名 令和4年12月に改正航空法によるレベル4飛行（目視外、有人地帯飛行）が可能になったドローンの活用と新事業展開をテーマに実施。</p> <p>&lt;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&gt;</p> <p>①府施策連携 広報、講師選定、事業実施において、大阪府ものづくり支援課、MOBIO等に協力いただいたことで、事業実施後の支援についても情報提供することができた。</p> <p>②広域連携 単独実施では参加することのない地域の企業との交流を促進することができた。</p> <p>③市町村連携</p> <p>④相談事業相乗 本事業で紹介した事例・手法やワーク等で得た知識を自社で活用いただけるようフォローすることができた。</p>							
	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	45.0	総支援企業数(実績)	49.0	支援実績率	108.9%	満足率	90.2%
	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)	<p>①～③の各事業においてはノウハウの情報提供だけで終わることなく、それぞれ自社の強みや課題を把握することや名刺交換をカリキュラムに入れた。これにより新たな事業のアイデアだしをする事業者、変化している事業環境への対応しようとする事業者、自社で作成した動画や試作品の評価判断を求めてくる事業者などを掘り起こすことができた。引き続き積極的な事業者を集めることができるよう企画していきたい。</p> <p>代表指標 ワークショップで得た知識等を自社で応用することができた企業の割合</p> <p>数値目標 75% 実績数値 66.0% 目標達成度 88.0%</p>							
成果の代表事例	(YouTubeやクラウドファンディングに取り組んでいる事業者の事例) 本事業に参加し得たノウハウをベースに、端材を使った試作品の動画編集に取り組んだ。製造工程のなめらかさや完成品の美しさもあって動画再生数も増えており、Makuakeなどクラウドファンディング挑戦に向けブラッシュアップを重ねている。								
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)	テーマや事業のねらいを考えて、①や②の事業についてはハイブリッド開催、③については会場開催のみとした。結果、支援企業数は計画より上回った。オンライン参加者については開催当日や後日にメール等のフォローが中心ではあるが、事業自体の満足度が高かったため概ね良い反応であった。しかしながらハイブリッド開催については通信面での不具合が生じたりすることもある。会場参加者の方が今回の事業には効果的であったと思われる。運営面も含めより高いレベルの支援を目指し事業を実施したい。
------	--	---

【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)	15.0	支援企業数(実績)	21.5	支援実績率	143.3%	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)	自社の強みを把握することができ、まず知ってもらうためのYouTubeによる効果的な情報発信とプレゼンの手法を習得していただくことができた。							
		指標	情報発信に取組んだ企業の割合						
	数値目標	75%	実績数値	70.0%	目標達成度	93.3%			
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)	15.0	支援企業数(実績)	14.0	支援実績率	93.3%	満足率	78.6%
	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)	新型コロナウイルス収束後において、安全衛生、社内ルールの整備など、事業継続、持続的発展に繋がるきっかけとすることができた。							
		指標	職場環境の改善に取組んだ企業の割合						
	数値目標	75%	実績数値	64.3%	目標達成度	85.7%			
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)	13.5	支援実績率	90.0%	満足率	85.7%
	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)	改正航空法によりチャンスが広がったドローンをテーマにすることで、自社が考えている新事業のアイデアの具体化や展開を考えるきっかけとすることができた。							
		指標	新たな気づきを得ることができたとした企業の割合						
	数値目標	75%	実績数値	61.5%	目標達成度	82.0%			
その他目標値の実績	目標値(計画)		目標値(実績)		目標達成度				

忠岡町商工会

事業名		商工展示即売会事業
想定する実施期間		H22 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)	<p>当事業は、忠岡町及び泉州地域において、減少する製造業者とそれに伴い衰退する小売・卸売・飲食業者等を支援するものである。近隣の企業のもつ優れた製品や商品、食品を最終消費者へ販売する機会をつくることにより、企業の認知度向上や製品・商品のPRを後押しする。また大阪府技能士会連合会と連携したものづくり教室の開催により、子供・若者にものづくり体験の場を提供し、古き技術の継承を起すキッカケに繋げることを目的とする。令和4年度は大阪府テントシート技能士会、大阪府印章技能士会、大阪府裁縫技能士会の3団体に来店いただいた。出店内容は下記のとおり。</p> <p>大阪府テントシート技能士会：「ハトメ打ち教室」                      大阪府印章技能士会： 「石のはんこづくり教室」                      大阪府裁縫技能士会： 「アクセサリーポーチ教室」</p>
	支援する対象 (業種・事業所数等)	忠岡町を中心に泉州地域の中小・小規模事業者。主にモノづくり企業や小売・卸売・飲食業等を想定している。(令和2・3・4年度は新型コロナウイルス感染症対策のため、飲食ブースをなしとして実施した。)
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>商工展示即売会事業（商工カーニバル）                      日時：令和4年11月13日(日)                      会場：忠岡町民グラウンドにおいて実施。                      出店企業：26社</p> <p>購入者や出店者同士でコミュニケーションをはかり、企業認知度の向上や消費者ニーズのリサーチを支援するためのイベントとして開催した。また大阪府技能士会連合会との連携によるものづくり教室は3ブース出店頂き、若者等にものづくり体験の機会を提供した。</p> <p>&lt;コロナ禍・雨天での開催&gt;                      令和3年度に続いて、コロナ禍での開催のため、出店者は物販のみとし会場内での飲食は禁止・マスク着用・短時間での開催（元年度より2時間短縮の9～13時）など感染症対策の上開催した。また出店ブース間の距離を2m空け、2つある出入口には消毒液を配置し、来場者が入場と同時に消毒できるようにした。令和4年度は参加企業数は令和3年度同様だったが、開催中に雨が降り来場者の数がうまく伸びなかった。</p> <p>&lt;過去の実績値の推移&gt;                      ( R4年度実績：参加企業26社、総売上高210万円、来場者数約2,800人)                      ( R3年度実績：参加企業25社、総売上高300万円、来場者数約3,000人)                      ( R2年度実績：参加企業28社、総売上高260万円、来場者数約3,000人)                      ( R元年度実績：参加企業40社、総売上高750万円、来場者数約8,000人)                      (H30年度実績：参加企業42社、総売上高620万円、来場者数約8,000人)</p> <p>令和2年に新型コロナウイルス感染症が流行して以来時間短縮・物販のみという開催方法で開催を続けてきた。コロナ禍での制約もあり参加企業数・総売上高・来場者数が減少傾向にある。</p> <p>&lt;来場者の集客方法&gt;                      チラシ折込・商連加盟店にポスターを張ってもらうなどして告知した。展示即売会にくわえて、さらなる集客のため、大抽選会・チビッコ抽選会などの催し物を充実させた。</p> <p>&lt;効果測定の手法&gt;                      ①出店者の売上                      各出店者が購入者に配布した大抽選会用の抽選補助券（※）枚数から売上を把握する。                      (※)各出店者が200円お買い上げにつき1枚配布する。抽選補助券10枚で大抽選会にて1回抽選できることとした。                      ②来場者の満足度や感想、次回開催にあたっての意見などの調査                      抽選補助券裏面にQRコードを印字し、スマホからアンケートに回答できるようにした。対象は小学生以下の子をもつ“子育て世代”とし、家族連れの参加を促進する材料とした。大抽選会とは別にチビッコ抽選会として実施し、回答いただいた方の中から、抽選により景品をプレゼントする。副次的効果として、商工展示即売会事業を知る若い世代の増加に繋げることを目的とした。                      (現状では、高齢者の参加割合が高い。)</p> <p>&lt;スケジュール&gt;                      出店企業募集：9月1日～ 出展者説明会：9月21日                      チラシ折込11月12日(土) 忠岡町及び近隣市に10,000枚                      開催後、アンケートを実施し、効果や改善点について検証した。</p>

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

忠岡町商工会

事業名		商工展示即売会事業								
		<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>								
	①府施策連携	大阪府人材育成課、大阪府技能士会連合会と連携し、ものづくり教室を開催した。（3ブース出店いただいた。）								
	②広域連携	泉州地域の商工会を共催団体とし、出店者・来場者募集を行った。								
	③市町村連携	忠岡町に後援・忠岡町小売商連合会に協賛を依頼し、出店者募集並びに広報によるイベント周知等を実施した。								
	④相談相乗	募集・説明会・個別による出店調整やフォローアップの中で、経営指導員が企業の経営課題を把握することにより、販路開拓以外の支援につなげる効果があった。								
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)	26.0	支援実績率	65.0%	満足率	57.7%	
	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)	普段消費者と関わることの少ない事業者にとって直接感想を聞けたり、直接商品の良さをアピールできる機会、また市場調査の機会として活用して頂けた。また在庫整理やリピート客の発掘など、売上増のための販売機会としても積極的に活用して頂けた。 長年にわたって出店していただいている事業者が多く、来場者との関係を構築し毎年来てくれるリピーターも獲得できている。								
		代表指標	認知度の向上及び収集した消費者ニーズを活かすると回答した企業数							
		数値目標	25社	実績数値	15社	目標達成度	60.0%			
	成果の代表事例	コロナ禍での開催のため、多くの企業が例年比で売上が減少した。しかし、服飾・タオルなどの販売を行う企業には、複数個購入で割引するなどセット販売を実施して、売り上げを伸ばした出店者の方もいた。また寝具を販売する事業者の中で、毛布等を購入すると袋も無料で付けるというサービスを実施した事業者があり、上手く他事業者との差別化を行い、売り上げ拡大に繋げていた。								
	その他目標値の実績	目標値(計画)	4,000	目標値(実績)	2800	目標達成度	70.0%			
実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	飲食を何年も中止しており、物販のみの展示即売会にはマンネリ感がある。またアンケート調査においても事業者・来場者双方から飲食の復活が望まれていることが分かり、来年以降は復活させたい。 イベント当日は雨が降り、午後には地面が大きくぬかるんでしまい来場者がかなり少なくなってしまった。屋外での開催のためどうしても売上等が天候に左右されるが、雨でも楽しめるようなイベントを目指す。								