

令和5年度（2023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	昭和35年11月28日		
②職員数 (うち経営指導員数)	6名（経営指導員4名）（令和6年3月31日現在）		
③所管地域	泉北郡忠岡町		
④管内事業所数	608（令和3年度経済センサス）		
⑤管内小規模事業者数	406（令和3年度経済センサス）		
⑥会員数（組織率）	749（令和6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。			

(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、相談者が求める単発的な支援だけでなく、隠れた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、専門家である中小企業診断士と地域に詳しい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。

地域活性化事業では、セミナーの集客プラットフォームを利用し、集客を図るとともに会場（リアル）と配信（オンライン）で受講しやすい環境を整えた。

「ただおかあきんど応援事業」では、事業承継と新事業チャレンジを切り口として、アイデンティティ型デザイン経営として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、実践企業の工場に向いて戦略等を視覚的に紹介するなど、デザインを切り口とする経営の在り方を学び実践していただいた。

「現場デカラの支援事業」では、MOBIOと連携し環境変化に対応するため、プレゼン×Youtube、求人、新事業展開(ドローン活用)等について、セミナー・ワークショップ・交流会を実施した。

「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BCP相談窓口の設置、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。後日、今回のセミナー講師に個別に事業所支援の実施を依頼した参加者や参加者同士の企業訪問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まだまだ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。

特に後継者不在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。地域活性化事業においても、販売促進や人材育成、企業の持続的発展を念頭に企画したいと考える。また、昨年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						
<p>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回奇数月に商工ニュースを発行し、忠岡町内に新聞折込した。施策（補助金、創業、インボイス、BCP、人材募集、商談会など）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るよう心掛け、伴走支援につなげることにポイントをおいた。</p> <p>②専門家との連携：専門家である中小企業診断士等と連携し、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。</p> <p>③労務支援：業務中の労災事故や交通事故、従業員の退職に伴う労務トラブルなどの相談が増加した。</p> <p>④創業支援：創業前、創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。</p> <p>⑤主な成果：労務支援64件、新創業融資5件、「忠岡町起業・創業支援補助金」採択6件、「新事業展開テイクオフ補助金」採択1件。</p> <p>⑥代表事例：週3日だけ営業するシフォンケーキと焼き菓子の店の創業支援。創業前から事業計画策定支援を実施し忠岡町の起業・創業支援補助金採択、店舗の開業資金については日本政策金融公庫の新創業融資で調達を支援、記帳支援ではレジ連動のソフトの活用をアドバイス。営業日はインスタグラムで周知して、開店後数時間で売り切れが続出する人気店となっている。</p>						
支援メニュー	指標	目標数値	実績数値	達成率	事業評価	
事業所カルテ・サービス提案	事業所	230	215	93.5%	5	
支援機関等へのつなぎ	支援数	10	5	50.0%	3	
金融支援（紹介型）	支援数	25	23	92.0%	5	
金融支援（経営指導型）	支援数	20	5	体とし、出店	2	
マル経融資等の返済条件緩和支援	事業所	1	2	200.0%	5	
資金繰り計画作成支援	事業所	12	20	166.7%	5	
記帳支援	事業所	30	73	243.3%	5	
労務支援	支援数	50	64	128.0%	5	
人材育成計画作成支援	事業所	3	1	33.3%	2	
マーケティング力向上支援	事業所	3	0	0.0%	1	
販路開拓支援	支援数	28	33	117.9%	5	
事業計画作成支援	支援数	12	14	116.7%	5	
創業支援	事業所	12	15	125.0%	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	10	21	210.0%	5	
財務分析支援	事業所	5	7	140.0%	5	
5S支援	事業所	0	0		-	
IT化支援	事業所	5	2	40.0%	3	
債権保全計画作成支援	事業所	1	1	100.0%	5	
事業承継支援	事業所	5	7	140.0%	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	11	22.0%	2	
結果報告	事業所	228	215	94.3%	5	
II 専門相談支援事業						
支援のポイント・成果						
<p>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。</p> <p>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効果があった。</p> <p>税務相談では、所得税・消費税(特にインボイス)・相続税など税理士でないと対応できない専門的な相談が目立った。</p> <p>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適切な提案となるような支援に傾注した。</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
法務相談	継続	延相談件数	18	15	83.3%	5
税務相談	継続	延相談件数	18	16	88.9%	5
金融相談						
労務相談						
その他相談	継続	延相談件数	12	14	116.7%	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、セミナーについてコロナ禍で定着した会場（リアル）と配信（オンライン）の併用を引き続き採用し、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、後継者の育成や事業承継を念頭に事業承継セミナーを実施。新たな事業へのチャレンジを応援するため弱みの克服や強みを活かした販売促進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。</p> <p>「デザイン活用による地域中小企業支援事業」 ブランディングを切り口に新商品や新サービスの開発のヒントとなるセミナーとワークショップを実施。実践企業の工場を訪問し、ブランディング戦略を視覚的に紹介。ワークショップでは参加者がペアを組み相互インタビューからニーズを掘り起こし、アイデア出しの体験を行った。専門家による個別相談では、製品開発、販路等についての相談を行った。成果としては、オリジナル商品を開発に着手するなど新たな取り組みにつながった。</p> <p>「現場チカラの支援事業」 ①求人票の書き方②プレゼン×Youtubeの活用術③新事業展開の3本立て、部門担当者向けに開催。実務家やコンサルタントを講師に、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、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したわかりやすい動画をアップして成約につなげようと試み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。</p> <p>「求人・求職マッチング事業」 企業と求職者をつなぐ合同就職面接会を近隣会議所と連携して実施。求職者へのPRの方法に工夫するとともに、面接マナーや新しい働き方をテーマとした就職セミナーも開催。成果として、5社で7名の採用が決定した。</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	15	17	113.3%	94.1%	事業引継ぎに向け意識が高まったと回答した割合	75%	76.5%	102.0%	5
○	デザイン活用による地域中小企業支援事業	30	26	86.7%	100%	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答えた企業の割合		88.0%		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	
○	現場チカラの支援事業	45	45	100.0%	89.6%	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%	72.1%	96.1%	5
○	商工展示即売会事業	40	36	90.0%	75.0%	認知度が向上した、または収集した消費者ニーズを活かすと回答した企業数	25	27	108.0%	5
○	求人・求職マッチング事業	20	16	80.0%	43.8%	本面接会により求職者を採用した企業	5	5	100.0%	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。

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（3.97km²）で、人口は令和4年12月末現在16,675人。前年同期16,793人と比べて118人が減少している。人口比率は、府内平均と比べて、①老年人口（65歳以上 4,717人 28.2%）は高く、②生産年齢人口（15歳以上64歳以下 10,058人 60.3%）と③年少人口（14歳以下 1,886人 11.3%）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47.3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、狭い商圈内で営業活動をされていることが多い。人口が減少するということは、自社の経営の良し悪しに関わらず、お客様が減るということであるため、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5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 事業承継セミナー 3/21 支援実績 17社17人 アイデンティティ型デザイン経営の手法による後継者、アトツギ等が事業承継のタイミングで取り組んだ事業（「ツギカツ」）等の事例を紹介し、新たな事業へのチャレンジを応援するため、大阪府事業承継・引継ぎ支援センター、池田泉州銀行等と連携し実施した。</p> <p><事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載></p> <table border="1"> <tr> <td>①府施策連携</td> <td colspan="7">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、広報活動、集客等に効果があった。</td> </tr> <tr> <td>②広域連携</td> <td colspan="7">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。</td> </tr> <tr> <td>③市町村連携</td> <td colspan="7">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。</td> </tr> <tr> <td>④相談相乗</td> <td colspan="7">大阪府事業承継・引継ぎ支援センター、池田泉州銀行との連携により、事業承継、新事業へのチャレンジ等の課題対応の相談等につなげることができた。</td> </tr> </table>								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、広報活動、集客等に効果があった。							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	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。							④相談相乗	大阪府事業承継・引継ぎ支援センター、池田泉州銀行との連携により、事業承継、新事業へのチャレンジ等の課題対応の相談等につなげることができた。						
	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、広報活動、集客等に効果があった。																																							
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	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。																																								
④相談相乗	大阪府事業承継・引継ぎ支援センター、池田泉州銀行との連携により、事業承継、新事業へのチャレンジ等の課題対応の相談等につなげることができた。																																								
計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	15.0	総支援企業数(実績)	17.0	支援実績率	113.3%	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>参加者は事業承継間もない代表者、間もなく引き継ぐ予定の後継者、M&Aにより譲受に向けて動いている事業者、創業予定者などで、この事業に参加する動機も様々ではあったが、それぞれの事業承継や新しい事業への取り組みへの意識を高めることができた。</p> <p>また事業終了後には名刺交換・意見交換が活発に行われ、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	事業引継ぎに向け意識が高まったと回答した割合																																							
	数値目標	75%	実績数値	76.5%	目標達成度	102.0%																																			
成果の代表事例	(M&Aによる事業の譲受に取組んでいる事例) 主たる事業が放課後デイサービスである事業者が、新規事業への取り組みについてM&Aによる事業の譲受を検討していたところ、今回の事業に参加。令和6年度から大阪府事業承継・引継ぎ支援センターへの相談を始めるきっかけを作ることができた。																																								
	その他目標値の実績	目標値(計画)		目標値(実績)		目標達成度																																			
実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	令和6年度の本事業としては、2025大阪・関西万博の関連施策を活用した情報発信や販売促進を支援する。その中で、引き続き後継者等に対する事業承継支援を実施していく。具体的な事業承継の支援については、他の地域活性化事業（広域連携事業）や大阪府事業承継・引継ぎ支援センターとの連携等による経営相談事業で対応していく。																																							

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)	急速に変化する社会に対応できずに窮地に立たされている中小企業・小規模事業者は多いが、新しい事業の立ち上げや、新サービスの提供を考えたくてもそれらに充てる時間、人材、資金が不足している場合も少なくない。忠岡はかつては繊維産業（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移転に伴い、町内の企業数・生産額ともに減少の一途を辿っている。また、忠岡の地域産業は下請けが大半で、独自技術を持ってはいるものの十分活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。自社の強みや魅力を活かし新しい取り組みを始めるために、まず自社のパーパスを見つめ直しブランディング視点で事業やサービスについて考える必要があると考える。物が飽和状態のいまの時代では、ただ良いものというだけでなく、人から人に伝えたい商品やサービスを作る必要があり、ブランディングが重要である。経営資源では決して大企業に勝てない中小企業にこそブランディングが必要だと感じ本事業を実施する。						
	支援する対象 (業種・事業所数)	忠岡町内の製造業・商業の中小企業・小規模事業者（251事業所）、スタートアップ企業を対象						
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>令和5年度はブランディングを切口に、新商品や新サービスの開発のヒントとなるセミナー・ワークショップを実施した。</p> <p>1) 町工場からブランディングを学ぶ 10/18 (2時間) デザイン経営を先行している実践企業の工場を直接訪問し、現場を見ることでデザイン経営の取り入れ方やブランディング戦略等を視覚的に紹介。消費者向けブランドの立ち上げ、企業ロゴの刷新・ウェブコンテンツの強化などの企業ブランディング、目指すビジョンを語る経営者のトークセッションを実施。大阪府産業局（デザイン活用支援oidc）の事業紹介。</p> <p>2) ブランディングワークショップ 10/31 (2.5時間) デザイン経営の観点でみるブランディングの重要性を解説。2人1組でペアを組み、相互のインタビューからニーズを掘り起こし、自社の新製品アイデア出しのワークショップを実施。講師は会場と東京からのオンラインで登壇。セミナー終了後には事前予約制で1社、大阪府産業局（デザイン活用支援oidc）の専門家による製品開発・販路等の個別相談会を開催。</p> <p>3) WEBブランディングセミナー 11/30 (2時間) ブランディング・WEBサイト作成・WEBマーケティングの連携のトライアングルの必要性の啓発。キーワードから自社の事業を再発見するワークショップを実施。大阪府産業局（デザイン活用支援oidc）の事業紹介。</p> <p><事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載></p>						
	①府施策連携	(商-19 デザイン、マーケティング、コンテンツ等の活用による、地域中小企業支援事業) 大阪府産業局（デザイン活用支援oidc）との連携により、セミナー時に担当者より事業紹介を行い大阪府の施策普及に努めた。また10/31開催のセミナー後に商品開発やデザインに関する悩みに対する個別相談会を実施し、事業者へ今後取組のアドバイス等を行った。						
	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（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。							
計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	30.0	総支援企業数(実績)	26.0	支援実績率	86.7%	満足率	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)	デザイン経営の観点からみるブランディングの重要性の啓発を行った。実際にブランディングに取り組まれている事業者実践現場である工場を訪問しリアルな情報が得られたことで身近に感じてもらうことが出来た。ワークショップでは、参加事業者がペアになり、相手企業に対してインタビューやアイデア出しを行ったことで、自分たちが”ふつう”だと感じていることの中に潜む独自性を発見することができた等の回答が得られた。事業者同士が交流を深め、既存製品やサービスの向上、新製品やサービスの創出に向けた機会を生み出し、参加者から高い満足度を得ることができた。						
	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答えた企業の割合						
	数値目標	75%	実績数値	88.0%	目標達成度	117.3%		
成果の代表事例	(家具製造業者の事例) 新製品の開発や販売力の不足を課題に感じ本事業に参加された。自社の強み打ち出したホームページに改修したりオリジナル商品を開発するなど新たな取り組みを行うきっかけとなった。							

	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)	セミナーの内容に新規性を持たせていることと実際に手を動かすようなワークショップを入れていることで体感してもらえていることから満足度が高い。他団体の広域連携事業を含めセミナーの開催時期が10月、11月に多く重なってしまっていたため、参加できないという声があったため令和6年度は開催時期をずらす。					

【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)	8.0	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)	デザイン経営やブランディングに取り組まれてきた先駆者から直接ケーススタディを学べたことで、具体的な戦略方法に触れることができた。またアンケートより「競争力強化のためにブランディングの重要性を認知することができた」、「自社の目的やビジョンを見つめ直すきっかけとなった」と回答した事業者が多かった。							
		指標	自社の目的・ビジョンを見つめなおすことができたと回答した企業の割合						
	数値目標	75%	実績数値	75%	目標達成度	100.0%			
その他目標値の実績	目標値		目標値		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)	8.0	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)	ペアでの相互インタビューを通じてお互いのニーズや期待を理解し合うことで、新しい製品アイデアのヒントを得ることができた。顧客目線での新商品・新サービスの考える手法を身に付けることができ、自ら考え実践する意欲が向上した。							
		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	75%	実績数値	88%	目標達成度	117.3%			
その他目標値の実績	目標値		目標値		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)	10.0	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)	参加者は自社のホームページを持っている事業者は少なかったが、これからWEBサイトを作成する際のポイントについて知識を得ることができた。またWEBサイトは作成するだけでなく「見つけてもらう」ための方策が必要であることを理解して頂けた。							
		指標	本事業で得た知識がWEBサイト作成時に役立つと回答した企業の割合						
	数値目標	75%	実績数値	90%	目標達成度	120.0%			
その他目標値の実績	目標値		目標値		目標達成度				

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)	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。コロナ禍後の社会変化やイノベーションに対応するため、ものづくり人材にはデジタル技術を活用できるスキルだけでなく、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した。																																											
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>MOBIOと連携し「おでかけMOBIO-Cafe」として、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。事業内容によって、①と②は会場とオンライン併用開催として、③は会場開催のみとして実施した。</p> <p>①書き方を変えれば反響が変わる!? 「実践! 求人票の書き方セミナー」(8/23) 16.5社17名 「求人票ひとすじ」の講師からハローワークの求人票を事例に理論、ノウハウ、書き方を伝授し、個別相談に応じた。</p> <p>②売上アップや求人募集につながる「プレゼン×YouTubeの活用術」(2日間コース 10/3、10/10) 13社15名 売上や求人につながるプレゼン理論とYouTubeの活用術を紹介し、ネタ作り・動画作成・アップロードまで実践した。</p> <p>③ドローンをヒントに考えてみよう! 自社のいいところを伸ばす「新事業展開セミナー&交流会」(1/30) 15.5社16名 バンドのPVやイベントで活用される築60年の繊維工場跡で、ドローンの活用事例をヒントに新たな事業の展開や広報戦略を考え、参加者同士の交流を図った。</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="8">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。</td> </tr> <tr> <td>②広域連携</td> <td colspan="8">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。</td> </tr> <tr> <td>③市町村連携</td> <td colspan="8"></td> </tr> <tr> <td>④相談事業相乗</td> <td colspan="8">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。</td> </tr> </table>								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。								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									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。							
	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。																																											
	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																																													
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。																																												
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)	45.0	支援実績率	100.0%	満足率	89.6%																																					
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>①～③の各事業では、ノウハウや中小企業の支援施策などの情報提供、それぞれ自社の強みや課題を把握することができるワークショップ、参加者同士の名刺交換、交流会等をカリキュラムに入れた。新たな事業のアイデアだしをする事業者、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、広報活動に積極的に取り組む事業者などを掘り起こすことができた。何よりコロナ禍が収束してきたことによって、積極的な情報交換ができた。参加したからには、前向きになって、今日から取り組める内容を企画していきたい。</p> <table border="1"> <tr> <td>代表指標</td> <td colspan="8">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</td> </tr> <tr> <td>数値目標</td> <td>75%</td> <td>実績数値</td> <td>72.1%</td> <td>目標達成度</td> <td colspan="4">96.1%</td> </tr> </table>								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								数値目標	75%	実績数値	72.1%	目標達成度	96.1%																					
	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																																											
	数値目標	75%	実績数値	72.1%	目標達成度	96.1%																																							
成果の代表事例	<p>(YouTubeにより情報発信している不動産業の事例)</p> <p>本事業に参加して得た知識やノウハウをベースに、YouTubeの動画作成に取り組んだ。タイトル、説明文、タグ、サムネイルなどGoogleやYouTubeの特性を勘案し作成した動画は、従前のものと比べ視聴している方にわかりやすいものとなった。本会としてもフォローアップしつつ、定期的な動画のアップロードをこなしながらコツをつかんでもらいたい。</p>																																												
その他目標値の実績	目標値		目標値		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)	オンライン参加者に対しては、事前予告、当日のチャットやメールやSNS等で事後フォローし、特にYouTubeの動画配信など実践していただけた例もあったが、事業全般としては、顔の見えにくいオンライン参加者へのフォローは十分とは言えなかった。会場参加者間の名刺交換や交流は活発に行えた。これをオンライン参加者にも波及できるように仕掛けていきたい。																																											

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

実績／達成度①	計画に対する実績(数値)	支援企業数(計画)	15.0	支援企業数(実績)	16.5	支援実績率	110.0%	満足率	82.4%
	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)	自社の強み等の掘り起こしができ、人材採用活動の見直しをすることができた。また求人・求職マッチング事業や大阪産業局の支援施策の活用につなげることができた。							
		指標	人材の確保や育成等の改善に取り組みたいとした企業の割合						
	数値目標	75%	実績数値	62.5%	目標達成度	83.3%			
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)	13.0	支援実績率	86.7%	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)	自社の強みを把握し、SNS等を使った効果的な情報発信・プレゼンの手法を習得し、実践することができた。							
		指標	情報発信に取り組んだ企業の割合						
	数値目標	75%	実績数値	58.3%	目標達成度	77.7%			
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)	15.5	支援実績率	103.3%	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)	今後、自社が取り組むことができる既存事業の広報活動や新事業への展開の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	93.3%	目標達成度	124.4%			
その他目標値の実績	目標値(計画)		目標値(実績)		目標達成度				

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)	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・若者にもものづくり体験の場を提供し、古き技術の継承を起こすキッカケに繋げることを目的とする。令和5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、大阪府調理技能士会の4団体に来店いただいた。出店内容は事業概要のとおり。								
	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。								
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>令和5年度は11月12日(日)に新浜緑地公園広場にて開催。 当初忠岡町民グラウンドでの実施を予定していたが、改修工事により会場が変更となった。 新浜緑地公園広場は電車でのアクセスが悪く、多くの来場者が車・自転車にて来場された。 4年ぶりに飲食ブースを復活させ、たくさんのキッチンカーを呼び忠岡町・大阪府町村長会と“グルメフェア”も共催した。</p> <p><大阪府技能士会連合会からの出展ブース> 大阪府タイル技能士協会 : 「モザイクアートわくわくタイル教室」 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」 大阪府調理技能士会 : 「アクセサリポーチ教室」</p> <p><大阪・関西万博PRブース、BCP相談ブース> 忠岡町役場と連携した「大阪・関西万博PRブース」と大阪府商工会連合会と連携した「BCP相談ブース」を開設した。 「大阪・関西万博PRブース」では、関西万博にちなんだ缶バッジや塗り絵を作成するブースを構え、パネルや横断幕を用いてPRを行った。 「BCP相談ブース」では、出店者はじめ来場者にも「事業継続計画（BCP）」の普及啓発チラシを配布して事業継続計画の普及発展を推し進めた。</p> <p><過去の実績値の推移> (R5年度実績：参加企業36社、総売上高490万円、来場者数約8,000人) (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) (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><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>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。 (4ブース出店いただいた。)</td> </tr> <tr> <td>②広域連携</td> <td>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。</td> </tr> <tr> <td>③市町村連携</td> <td>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。</td> </tr> <tr> <td>④相談相乗</td> <td>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。</td> </tr> </table>		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。 (4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
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。 (4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。									

	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)	36.0	支援実績率	90.0%	満足率	75.0%	
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>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ている。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。</p> <p>飲食関係の事業者について出店を募ったのが4年ぶりであったが、売り上げ拡大の機会として大いに活用していただくことができた。</p> <p>長年にわたって出店していただいている事業者も多く、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。</p>								
	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せると回答した企業数								
	数値目標	25社	実績数値	27社	目標達成度	108.0%				
	成果の代表事例	<p>キッチンカーの事業者A社は売り上げが抜きんでていた。</p> <p>車自体のサイズが大きく商品を豊富にもっていたということもあるが、のぼりを効果的に使用していたことや種類の多さなども売り上げの要因ではないかと考えられる。</p> <p>また、毛布・靴下を販売する事業者Bも売り上げを伸ばした。</p> <p>セット割など販促を進めるキャンペーンを実施し、売上拡大の機会として大いに活用していただけた。</p>								
その他目標値の実績	目標値(計画)	4,000名	目標値(実績)	8,000名	目標達成度	200.0%				
		会場内に駐車場を設置したこともあり、忠岡町内をはじめ近隣の市から多くの来場者が車を利用して訪れた。								
実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	<p>飲食ブースをはじめとした集客力により、想定を超える来場者が来場された。</p> <p>そのため公園前が混雑してなかなか会場にたどり着けない方もいた。</p> <p>令和6年度は会場が変更となるが必要に応じて警備を強化するなどして対応する</p> <p>令和5年度について飲食関係のブースは売り上げを伸ばすことができたが、製造・小売等のブースは売り上げが停滞した事業者もあった。会場変更による客筋の変化も考えられるが、PR方法等について支援を進める。</p>								

忠岡町商工会

事業名		求人・求職マッチング事業							
想定する実施期間		平成23 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)	平成22年以降、有効求人倍率は右肩上がりで上昇傾向であった。しかしながら、令和2年に新型コロナウイルス感染症が流行して以降、やや低い水準で推移している。求職者の大企業志向は依然として強く、地域の中小企業では必要な人材を確保することに苦勞しており、特に製造業・建設業・介護等は人が実際に不足している分野になかなか人が定着しないという流れが続いている。地域内の中小会員企業についても同様であり、何らかの支援策等を求める声は多い。 当事業では、人材を求める中小企業と勤め先を探す求職者をマッチングし、地元企業に求職者が就職し、中小企業・小規模事業者の人材不足を解消することを狙いとしている。							
	支援する対象 (業種・事業所数)	業種を問わず、地区内で従業員を雇用している、また従業員を雇用したい地元中小企業							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	日時：令和5年11月22日（水）午後1時～4時 場所：テクスピア大阪1階大ホール ①合同就職面接会 参加企業：16社 来場者数：46名 採用：5社7名 泉大津公共職業安定所、高石市、泉大津市、忠岡町、泉大津商工会議所、高石商工会議所、忠岡町商工会を実行委員会の構成メンバーとし、会場やスケジュール、参加企業募集の方法、求職者へのPR方法等を決定し、各種相談コーナー等も加えて、合同就職面接会を実施した。 参加企業は、泉大津公共職業安定所と商工会・商工会議所が巡回等により依頼した。 求職者は、泉大津公共職業安定所からの推薦や各市町・商工会・商工会議所の広報誌、ホームページ等でPRした。 ②知っておきたい面接マナー / 3DCADを活用した新しい働き方を考えよう 受講者数：25名 内容：基本的な面接マナーのセミナー / 3DCADを例に『新しい働き方』をテーマとしたセミナー							
		<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	府施策連携（労9番）大阪府商工労働部雇用推進室労働環境課と連携して企業・求職者への広報を行った。						
		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	各市町のホームページや広報紙を活用し、参加企業及び求職者への広報を行った。								
④相談相乗	当事業の参加者で個別支援を希望された事業者に対し、採用活動に係る具体的なヒアリング及びアドバイスを実施した。								
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)	20.0	総支援企業数(実績)	16.0	支援実績率	80.0%	満足率	43.8%
	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)	参加企業：16社 来場者数：46名 面接者数：33名 採用企業数：5社 採用者数：7名 採用率：21.2% 運送、介護、メーカー等の企業で雇用の充足を果たせた。 また採用ができた事業者は満足度が高かった。 全体として求職者と対面して話をする機会を持つことができ今後の採用方針等を模索したり、自社のPR方法を検討するきっかけの場となった。 一方で面接者のいなかった事業者もあったため、今後より一層事前告知・PR方法に工夫するなど力を入れる必要がある。							
		代表指標	本面接会により求職者を採用した企業						
	数値目標	5社	実績数値	5社	目標達成度	100.0%			
	成果の代表事例	参加企業各社に入社後のフォローアップや魅力的なポイントについて聴き取り、各実行委員会のホームページにて告知を行った。運送関係の企業A社・介護関係の企業B社においては、面接会当日もPRシートを効果的に活用して求職者へ自社のPRを行った。 結果としてA社は正社員2名、B社はパート社員2名の採用につながった。							
その他目標値の実績	目標値(計画)	80名	目標値(実績)	46名	目標達成度	57.5%			
	求職者などの来場者数が目標に達せず、さらなる集客の工夫が必要と思われる。								
実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	面接者・採用者の多い企業と少ない企業で満足度が二極化しており、満足率は43.8%であった。前年度に引き続き公共職業安定所の紹介で面接に至っているケースが多かった。 アンケート結果では来場者は1社のみ面接を受ける方が多く、参加企業の魅力がうまく求職者に伝わっていないと考えられる。 また、面接者数がゼロの企業がないように、事前告知の工夫や参加企業の魅力をより効果的にPRすることが必要と考える。							