

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	豊中商工会議所
	代表者職・氏名	会頭 吉村 直樹
	所在地	〒561-0884 大阪府豊中市岡町北1丁目1番2号
	担当者	職・氏名 事務局長・中小企業相談所長 吉田 哲平
	連絡先	T E L（直通）： 06-6845-8001 F a x： 06-6857-0474 E - m a i l： shien@ooaana.or.jp
①設立年月日	昭和24年12月	
②職員数 (うち経営指導員数)	12名（経営指導員6名）（令和6年3月31日現在）	
③所管地域	豊中市	
④管内事業所数	13,180（令和3年度経済センサス）	
⑤管内小規模事業者数	8,804（令和3年度経済センサス）	
⑥会員数（組織率）	2,696（20.4%/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、商工会議所としての意見を公表し、これを国会、行政庁等に具申し、又は建議すること。 2、行政庁等の諮問に応じて、答申すること。 3、商工業に関する調査研究を行うこと。 4、商工業に関する情報及び資料の収集及び刊行を行うこと。 5、商品の品質及び数量、商工業者の事業の内容その他商工業に係る事項に関する証明、鑑定及び検査を行うこと。 6、輸出品の原産地証明を行うこと。 7、商工業に関する施設を設置し、維持し、及び運用すること。 8、商工業に関する講演会及び講習会を開催すること。 9、商工業に関する技術及び技能の普及及び検定を行うこと。 10、博覧会、見本市等を開催し、及びこれらの開催のあつ旋を行うこと。 11、商事取引に関する仲介及びあつ旋を行うこと。 12、商事取引の紛争に関するあつ旋、調停及び仲裁を行うこと。 13、商工業に関して、相談に応じ、及び指導を行うこと。 14、商工業に関して、商工業者の信用調査を行うこと。 15、商工業に関して、観光事業の改善発達を図ること。 16、社会一般の福祉の増進に資する事業を行うこと。 17、行政庁から委託を受けた事務を行うこと。 18、前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を行うこと。		

(1) 事業の目標

新型コロナウイルス感染症により、大きな影響を受けた管内の中小企業が、事業継続と雇用維持、ウィズコロナ・アフターコロナ時代のビジネス変革を成し遂げられるようにすること。また、当所管内から成長企業の創出、イノベーションの促進、企業の経営強化、幅広い人材の活用などに取り組み、活性化が図られることを目標とする。

そのために、「気づき」とチャレンジマインド醸成の機会創出に広域で取り組む一方、自ら意欲的に経営課題の解決にチャレンジする企業に重点を置いて支援し、本年度も引き続き以下のとおり取り組む。

(1)自らを大胆に“変革”して新分野・新市場へ果敢に“挑戦”しようとする意欲的な企業に対して成長戦略の立案を支援するとともに、計画・実施・検証・改善活動の実践に伴走しながら、自律的にP D C Aを運用できる経営力のコア構築、強化を目指す。

(2)専門家や専門支援機関の活用および広域企業間連携を積極的にコーディネートすることで、経営戦略の精度向上と的確なP D C Aサイクルによる成果の顕在化を目指す。

(3)セミナー、交流会、展示会等の開催、成功事例集の作成配布等を通じて「気づき」とチャレンジマインド醸成の機会を創出し、意欲と潜在力を有する企業の発掘を目指す。

(4)目的意識を共有できる企業群による研究会を立上げ、P D C A実践による具体的な情報共有の促進および、ハンズオン支援による課題解決と成果創出を加速させていくと共に、広域での企業間連携の促進を目指す。

具体的には、WebとECを活用した販路開拓の強化、自社の魅力を引き出すセルフプロデュース力の向上、アフターコロナにおける新事業展開へのチャレンジ促進、脱炭素経営やカーボンニュートラルに貢献する商品・サービス開発の後押し、労働力人口減少における人材活用力の向上、事業承継できる会社を目指した経営力の強化、大阪・関西万博に向けた新商品開発とビジネスプランの構築、インバウンド需要取り込みによるビジネスチャンスの創出、業態転換・事業再編の取組み促進、事業継続力強化計画やBCPの策定、持続可能な開発目標(S D G s)経営、独立系フリーランスなど働き方改革とコロナ禍により顕在した多様な起業の在り方促進など、ウィズコロナ・アフターコロナ時代における中小企業や小規模事業者によるチャレンジングな経営モデルの推進にフォーカスしていく。

(2) 事業を実施した具体的な内容、方法及び工夫した点

物価・燃料・人件費高騰、人手不足、コロナ禍の影響等で苦境が続いている中小企業・小規模事業者からの経営相談や各種申請等の対応に注力しつつ、以下のポイントで事業を実施した。

小規模事業者が個々に抱える課題に対し、経営指導員が持つ各々の得意分野(WEB/IoT活用・労務/人事・販路開拓・税務・金融・事業計画作成支援等々)に合わせて対応するとともに、地域活性化事業として取り組んだ各事業において、それぞれの担当経営指導員が専門相談支援事業の各専門家・外部の支援機関等とも連携し、相談者の課題解決や売上アップに向けた経営改善等の支援にあたった。なかでも、事業承継等、様々な専門性が求められる相談案件に対しては、大阪府事業承継・引継ぎ支援センターの活用や、北摂地域中小企業支援プラットフォームによる専門家派遣の積極的な活用をコーディネートし、中小企業診断士や社会保険労務士、税理士、弁護士、ITコーディネーター等の資格を有する専門家、経験豊富な知識や技術を持つサポーター・アドバイザーによる支援体制を充実させ、相談者に対する高品質できめ細かい支援メニューの提供に努めた。また、認定経営革新等支援機関・事業継続力強化支援計画認定商工会議所である強みも活かして、新規事業へのチャレンジを応援する各種助成制度の活用をサポートするとともに、経営戦略の再構築から事業計画作成・実践までを伴走支援するように努めた。

さらに支援の成功事例の共有という観点から、支援先企業を担当した経営指導員が自ら取材を行い、機関誌への記事寄稿や支援事例集を編纂し、冊子・Web/SNSを活用して積極的に事業者の活用事例を発信するとともに、各種セミナーや勉強会等を実施して相談ニーズの掘り起こしに努めた。

(3) 事業を実施した効果、所管地域の活性化の状況

経営相談支援事業では、主にアフターコロナ・ニューノーマル時代において積極的に経営改善、回復・成長を図ろうとする企業に対して、経営課題を整理するとともに、課題解決に向けて適切な支援施策や制度、支援機関等の活用を提案し、必要な経営支援を行うことができた。事業の効果として、国・大阪府・豊中市等の各種支援施策をコーディネートし、コロナ禍で変容した消費動向への対応や、物価・燃料・人件費高騰・人手不足の影響への対策を講じていただくとともに、デジタル化や各種補助金採択、認定制度承認、ビジネスプランコンテストでの表彰等を通じて、アフターコロナへの新たな取組をスタートする企業を一定数輩出することができた。

専門相談支援事業では、中小企業・小規模事業者の経営に関する様々な相談や悩みに対して、経営指導員がコーディネートした上で各分野の専門家へ繋ぎ、課題解決を図ることができた。定例相談として、創業/経営・税務・記帳・IT活用・知財(商標・意匠等)・ビジネス法務・労務の各窓口を開設するとともに、プロモーション・デザイン・ブランディング等のその他分野や相談内容に応じたスポット対応も実施することで、企業を取り巻く課題が高度化・複雑化するなか、経営指導員だけでは対応が困難で専門的な個別課題に対しても、各企業の状況に応じた最善の「答え」をワンストップでスピーディーに提供することができた。

また、主として以下のテーマで地域活性化に取り組むとともに、事業所の経営課題の多様化、複雑化に対応して、一律ではない個別支援を各種実施することができた。

- WEB活用とEC化の促進：低感染リスク型ビジネスモデルへの転換を目的としたWEB活用とEC化の促進、ならびに越境ECの参入も支援し、「個の稼ぐ力・情報発信力」の強化を後押しした。
- プロモーション力の強化：自社の強み・魅力を再発見・把握し、その事業を必要としている顧客に正確に届ける発信力の向上をサポートした。
- コロナ後の新たな事業展開支援：事業再構築や新事業展開により意欲的に回復・成長を図ろうとする事業者に対し、事業計画策定や伴走支援、事業者ネットワークの構築を手掛けた。
- 脱炭素経営の推進：2050年のカーボンニュートラル、脱炭素社会の実現に向けて、中小企業が得意な脱炭素経営やカーボンニュートラルに貢献する商品・サービスの開発を支援した。
- 人手不足対策と人材活用の向上：フリーランス等の活用も含めた多様な人材の活用力を提案するとともに、採用後の人材育成・定着を図ることで、人材活用力を総合的に向上させた。
- 事業承継対策：経営者の高齢化と後継者不足による廃業が加速していくなか、事業承継の円滑な促進を図るべく、承継前企業への事業計画作成やM&A等による各種支援を実施した。
- 大阪・関西万博に向けた対策：豊中を含む豊能地域が一丸となって当地の魅力を創出できるように、「売れる」商品の開発をビジネスプラン面から後押しし、地域活性化に繋げた。
- インバウンド対策：2025年の大阪・関西万博を契機として、地域の中小企業が域外（海外）からの需要の取込みにも繋げられるようにビジネスチャンスの創出を支援した。
- 事業継続力の強化：企業の自然災害等への事前の備え、事後のいち早い復旧を支援するため、BCPの策定ならびにBCMへの取組を促進した。

(4) 事業を実施した結果浮かび上がった課題

経営相談支援事業においては、アフターコロナ・ニューノーマル時代において積極的に経営改善、回復・成長を図ろうとする中小企業・小規模事業者からの経営相談や各種申請等に数多く対応し、目標を上回る実績数値を計上することができた一方、カルテ化の支援内容においては、未対応や実績数の低い支援メニューもあった。支援内容の極端な偏りを生じることなく、経営相談支援事業で幅広い支援メニューをカルテ化できるようにバランスを取り、専門相談支援事業との連携体制を含めてより戦略的に支援していくことを課題としたい。

専門相談支援事業においては、各種補助金事業の特別枠（政策枠）条件や加点要件を満たすためと思われる各種相談が引き続き多かった。なかでも小規模事業者持続化補助金においては、創業枠要件となっていることもあり、特定創業支援事業を目的とした創業相談が増加し、経営指導員による対応だけではカバーできず、創業・経営支援の窓口が逼迫する状況が生じた。国・府・市等の支援施策が充実すると、それに付随した専門相談の需要も比例して増加する傾向があり、支援ニーズへの対応の観点からも、マンパワー不足の観点からも、専門相談窓口の安定的な提供は事業者支援にとって欠かせない課題と認識しているところである。

地域活性化事業においては、支援テーマのなかで以下の課題感が見られた。

- WEB活用とEC化の促進：継続した取り組みが求められ、何れも即効性はないため、成果として現れるまでには時間を要する部分があること。またPDCAに取り組まれている事業者は着実に成果に現れ始めているものの、単年度で成果を計測するのは難しさがあること。
- セルフプロデュース力の向上：ブランディング・販促ツール作成ともに定期的な見直しが必要であり、受講生同士の勉強会も引き続き行っていく必要があること。
- 新事業展開の支援：テイクオフ支援事業に不採択となった申請者に対して、他の補助金制度を案内し、作成した事業計画書を活用してもらったが、新事業展開自体を断念される方もいたため、不採択後のフォローアップにも今後注力していく必要があること。
- 人材活用力の向上：中小企業の人手不足感が一層加速する中、求人票のブラッシュアップによって多くの求職者にPRするとともに、面接受験者を逃すことのないように企業支援をしていく必要があること。
- カーボンニュートラルの推進：省エネ・脱炭素に関する補助金の公募が締め切られる前にセミナーを開催することで、当テーマへの関心を高めていくように工夫していく必要があること。
- 事業承継支援：連携支援機関とも連携を深め、多くの層に周知できるように努めていく必要があること。
- インバウンド対策：受講者の利便性を考えて会場とオンライン配信のハイブリッド型で開催したが、受講者のお声の中にライブ受講だけでなく、オンデマンド型での受講希望もあり、受講者満足度を上げるためにもセミナー内容に応じて多様な受講方法を提供できるようにしていく必要があること。
- 万博ビジコンの開催：審査の進め方や関係機関との協力のあり方、エントリーシートのフォーマットその他改善点も多く見つかったため、仕組みを再検討してより多くの事業者に参加していただけるようにしていくこと。

(5) 次年度の取り組み

(4)の課題に対応して各事業をブラッシュアップしていくほか、コロナ禍の影響による消費者側の意識・行動の変容や働き方の多様化などで大きな影響を受け、物価・燃料・人件費高騰、人手不足などの苦境に喘ぐ管内の中小企業が、事業継続と雇用維持、ニューノーマル時代のビジネス変革を成し遂げられるようにする。また、当所管内から成長企業の創出、イノベーションの促進、企業の経営強化、幅広い人材の活用などに取り組み、活性化が図られるようにする。

具体的には、令和5年度の内容を補強し磨きをかけつつ、WebとECを活用した販路開拓の強化、自社の魅力を引き出すセルフプロデュース力の向上、脱炭素経営やカーボンニュートラルに貢献する商品・サービス開発の後押し、労働力人口減少における人材活用力の向上、事業承継できる会社を目指した経営力の強化、大阪・関西万博に向けた新商品開発とビジネスプランの構築、インバウンド需要取り込みによるビジネスチャンスの創出、事業再構築や新事業展開へのチャレンジ促進、事業継続力強化計画やBCPの策定、持続可能な開発目標(SDGs)経営、独立系フリーランスなど働き方改革と女性経営者の参画による地域振興、多様な起業の在り方促進など、ニューノーマル時代における中小企業や小規模事業者によるチャレンジングな経営モデルの推進にフォーカスしていく。

また、豊中商工会議所の中期の基本方針でもある以下の3つの項目には重点的に取り組んでいく。

1. チャレンジングな“人財づくり”：「次世代を牽引する起業家の輩出」を目指して、多様な経営人財のチャレンジングな事業実践と、切磋琢磨を促すネットワークの拡充に取り組み、地域経済の新陳代謝に繋げる。

2. チャレンジングな“企業づくり”：「チャレンジングな経営モデルの創出」を目指して、グローバル市場開拓やデジタルトランスフォーメーション(DX)などの推進に取り組み、独立系フリーランスを含めた小規模事業者や中小企業の伴走型支援を通じて、地域経済の新たな発展に繋げる。

3. チャレンジングな“地域づくり”：「持続可能な地域経済の発展」を目指して、頻発する自然災害や感染症、サイバー攻撃などにより、企業による事業活動の継続に支障をきたさないよう、省エネや脱炭素経営を踏まえた事業継続力の強化支援に取り組み、地域経済の強靱化に繋げる。

3. 経営相談支援事業・専門相談支援事業 豊中商工会議所

I 経営相談支援事業

支援のポイント・成果

主に経済社会の変化に対応、積極的に経営改善、回復・成長を図ろうとする322社に対して、経営課題の整理と課題解決に向けて適切な支援施策や制度、支援機関等の活用を提案し、各種の経営支援を行った。支援対象企業については、自治体をはじめ地域金融機関や各種支援機関とも連携して、積極的に支援メニューを提供し、経営の立て直し・経営改善を図る企業、新規事業に取り組む企業や創業者を支援するとともに、経営革新・販路拡大・生産性の向上に前向きな企業を掘り起こし、課題の多様化、複雑化に対応した個別支援を実施した。

なかでも、コロナ後の苦境が続いている企業、原材料・エネルギー価格等の高騰により厳しい経営環境に置かれている企業には引き続き重点を置き、インボイス制度への対応、新事業展開に向けた支援も組み入れながら、支援機関へのつなぎ、事業計画作成支援、記帳支援、労務支援、販路開拓支援、金融支援、財務分析支援にて課題の解決に取り組んだ。

具体的な支援策として、国・大阪府・豊中市の各種施策を活用することで「小規模事業者持続化補助金」「大阪府新事業展開テイクオフ支援補助金」「豊中市チャレンジ事業補助金」「豊中市商品高付加価値化応援金」「豊中市売上アップ応援金」「豊中市IT化促進補助金」等の採択に繋げるとともに、「日本政策金融公庫の各種融資」「大阪府制度融資の各種資金」、大阪産業局の各種実施事業、豊中市の特定創業支援事業、等の活用に繋げることができた。

支援成果の主な内容の一端として、新商品開発と販路開拓、デジタル化や会計ソフト導入、各種補助金採択・認定制度承認、インボイス制度・各種融資対応、ビジネスプランコンテストでの表彰等が挙げられ、これらの支援により、経済社会の変化に対応する企業を一定数輩出することができた。代表事例は下記のとおりである。

<経営支援の代表事例>

●【記帳支援のほかセミナー参加と税理士との個別相談でインボイス制度に対応】

前職で培ったリサイクルに関するノウハウを活かしてコンサルタントとして活動し、世界中を飛び回り活躍されている事業者に対し、数年前より記帳・確定申告に関する支援を実施。2023年10月からインボイス制度が開始されることが決まり、当所では数年前からインボイスセミナーや税理士による無料の相談窓口を開設してきたが、コンサルタントやフリーランスの方々は影響が大きく、特に制度導入前後は多くの方が相談に来られていた。この方も影響を大きく受ける事業者の1人であり、セミナーに参加され制度や対策について学んでいただくとともに、専門家との個別相談も案内。インボイスは事業者の規模や取引先の状況によって登録すべきかどうかや登録後の対応が変わる為、税理士と1対1で個別具体的に相談していただくことで、インボイスの登録方法、登録後の会計処理、初めての消費税申告等についても理解していただくことが出来た。

●【新商品開発と販路開拓に向けて継続的にサポート】

2021年5月の創業以来「スタンプ」を中心に事業展開している企業より、スタンプの技術を活用した出産記念アイテムを新たに開発したい、ということでご相談いただき、ちょうど公募期間であったことから大阪府の「令和5年度新事業展開テイクオフ支援事業」の活用を提案。申請に向けたサポートを実施し、無事採択に至った。採択後は対面やメール、オンラインなどにより定期的な進捗確認と情報提供を実施し、商品のリリースに向けた支援を継続している。また、既存事業のスタンプに時折海外からの引き合いがありこちらの販路開拓強化も希望されていたことから、令和5年度に開催した「海外プロモーション実践塾」の受講を提案。3日間の受講により海外で売っていくためのポイントを掴むとともに、他の受講者との交流を深めていただくことが出来た。

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	315	322	102.2%	5
支援機関等へのつなぎ	支援数	100	99	99.0%	5
金融支援（紹介型）	支援数	10	10	100.0%	4
金融支援（経営指導型）	支援数	9	8	88.9%	4
マル経融資等の返済条件緩和支援	事業所	1	0	0.0%	-
資金繰り計画作成支援	事業所	1	1	100.0%	3
記帳支援	事業所	60	65	108.3%	5
労務支援	支援数	33	33	100.0%	5
人材育成計画作成支援	事業所	1	0	0.0%	-
マーケティング力向上支援	事業所	1	0	0.0%	-
販路開拓支援	支援数	27	27	100.0%	4
事業計画作成支援	支援数	85	89	104.7%	5
創業支援	事業所	3	3	100.0%	3
事業継続計画（BCP）作成支援	事業所	5	5	100.0%	3
コスト削減計画作成支援	事業所	1	0	0.0%	-
財務分析支援	事業所	10	10	100.0%	4
5S支援	事業所	1	0	0.0%	-
IT化支援	事業所	5	5	100.0%	4
債権保全計画作成支援	事業所	1	0	0.0%	-
事業承継支援	事業所	2	0	0.0%	2
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	315	322	102.2%	5

II 専門相談支援事業

支援のポイント・成果

中小企業・小規模事業者の経営に関する様々な相談や悩みに対して、経営指導員がコーディネートした上で各分野の専門家へ繋ぎ、課題解決を図った。具体的には、定例相談として、創業/経営・税務・記帳・IT活用・知財(商標・意匠等)・ビジネス法務・労務の各窓口を開設するとともに、プロモーション・デザイン・ブランディング等のその他分野や相談内容に応じたスポット対応も実施し、以下のようなポイントで専門相談支援を提供した。

●法務相談：弁護士より、契約や法令、取引先とのトラブルや役職員間のハラスメント、労務問題、社内規程や社内決裁フロー、個人情報取り扱い、事業承継に関連する法務、などを対応。

●税務相談：税理士・記帳アドバイザーより、経理処理・決算・確定申告など財務会計的な支援、業務改善や課題解決・経営の意思決定に関わる管理会計的な支援。また2023年10月に導入されたインボイス制度への対応支援、2024年1月から義務化された電子帳簿保存法、IT(クラウド会計)の活用促進、事業承継に関連する税務、などを対応。

●金融相談：中小企業診断士より、資金調達・資金繰り支援として国・大阪府の制度融資の説明、融資に伴う銀行対策についてのアドバイス、借入を行うための事業計画の策定に関するサポート、などを対応。

●労務相談：社会保険労務士より、労働時間制度、賃金、採用・退職・解雇、安全衛生、労働契約書、労使協定書、労働・社会保険手続き、メンタルヘルス対策、問題社員対策、人事諸制度の改定・構築、就業規則策定、といった人事労務管理上の問題、雇用・労働分野の助成金などを対応。

●その他相談(創業・経営革新)：中小企業診断士より、特定創業支援事業にも対応した創業者支援、経営改善・経営革新に関するアドバイス、持続化補助金・事業再構築補助金・ものづくり補助金・経営革新計画・経営力向上計画・先端設備等導入計画の申請における事業計画作成やブラッシュアップ支援、などを対応。

●その他相談(IT活用、プロモーション等)：ITサポーターや販路開拓分野の各種専門家等より、SNS等の活用支援、ECによる直販支援、WEB活用による顧客開拓・売上アップ、販路開拓に不可欠となる新たなサービスの開発・商品(商材)の発掘等支援、ITの最新情報を踏まえた専門診断、商品管理・取引先管理・売上分析、ITによる生産性向上やコストダウン支援、DX(デジタルトランスフォーメーション)の推進、商品・サービスの認知拡大、プロモーション・デザイン・ブランディングによる顧客獲得、などを対応。

以上の専門相談体制により、企業を取り巻く課題が高度化・複雑化するなかで、経営指導員だけでは対応が困難で専門的な個別課題に対しても、各企業の状況に応じた最善の「答え」をワンストップでスピーディーに提供することができた。

事業名	新規/継続	指標	目標数値	実績数値	達成率	事業評価
法務相談	継続	相談回数	36	31	86.1%	4
税務相談	継続	相談回数	150	206	137.3%	5
金融相談	継続	相談回数	20	7	35.0%	3
労務相談	継続	相談回数	20	2	10.0%	3
その他相談	継続	相談回数	310	438	141.3%	5

Ⅲ 地域活性化事業

支援のポイント・成果

・消費者のネット活用の頻度が、コロナ禍が明けた現在でも定着しており、スマホによるネット依存度は依然として高い状態が続いている。また、コロナ後の渡航制限の解除による訪日外国人の増加により、事業者は新規顧客の獲得や既存顧客の客離れを防ぐために、ネットを活用した情報発信が求められる。そこで、Web/EC/SNS活用販路開拓支援事業においては、特に小売業・サービス業を営む事業者に対して、顧客情報を活用したりピーター獲得を促すSNSツールの効果的な活用方法を、また実店舗を営む事業者に対して、来店を促すためのWEBサイトとSNS活用対策としての取り組み、さらにPDCAサイクルの具体的な実践と継続による計画の立て方などを、商売の基礎となる部分にも立ち返って理解を深められるように注力した。

・自社の魅力を引き出すセルフプロデュース力向上支援事業においては、より効果的に自社（商品・サービス）のセルフプロデュースを実践できるようサポートすべく、①自社の強み・ウリ（USP）の把握、②真のターゲット層へのアプローチの模索と戦略的で訴求力の高いツールの制作・改善、③①②を個別サポートするハンズオン支援を実施した。講座やハンズオン支援で自社の強み・ウリを整理し、それを活かした販売戦略策定とツール構築を行うことは、ブレつつあった自社の事業目標を再設定し軸を定め、自信を持って販促活動にあたることに繋がり、結果、新規顧客の獲得や販路拡大への後押しとなっている。

・新事業で輝かしい未来へテイクオフ支援事業においては、過去の採択事例を用いて解説を行い、新たな事業展開の必要性とヒントをつかんでいただいた。また、チャレンジ意欲を醸成するとともに、各社が抱えていた課題や悩みを解決するヒントを得て、その後の実践に繋げることを支援ポイントとした。当事業により新事業展開・事業再構築による成果創出に向けた足掛かりにすることができ、ハンズオンを通じて新たな事業展開に着手させることができた。また、テイクオフ支援事業3社の採択に寄与できた。

・カーボンニュートラルの実現に向けた脱炭素経営推進事業においては、中小企業の変革・投資を促し、脱炭素経営や新商品・サービスの創出を生み出すことを目的に「カーボンニュートラルに向けた 省エネ・脱炭素経営セミナー」、「脱炭素商品開発・ブランディングセミナー」を実施。脱炭素経営に対する意識変革、脱炭素商品の開発・改良に関する支援を実施した。

・人材活用力向上事業においては、副業・フリーランス人材活用に向けて企業の活用促進を支援したほか、フリーランス自身のスキルアップに向けたモチベーションを高めるセミナーを開催した。また、建設業等の2024年問題に対応すべく、建設業を対象を絞った業種限定セミナーを開催したほか、人材の採用・定着・育成に向けたセミナーを実施するなど、多面的な支援を実施した。

・小規模事業者のためのスモールM&Aを活用した事業承継支援事業においては、小規模事業者をメインターゲットに、M&Aの基礎知識を学んでいただき、M&Aに対するマイナスイメージを払拭した。また、スモールM&Aの活用事例を紹介し、小規模事業者の間でも盛んにM&Aが行われていることを示すことで、スモールM&Aの利用を促した。個別具体的な相談については、専門家又は他の支援機関と連携し、財務・税務・法務・事業再生など多角的な支援を実施した。

・EXPO2025をインバウンドに繋げる事業においては、今後の大阪におけるインバウンドの動き・可能性と海外メディアを通じた情報発信のポイント、海外向けプレスリリースの仕組みについて学んでいただくとともに、北摂に在住する外国人材・多言語人材との交流、大阪・北摂地域のインバウンド実践事例とアイデア出しを行った。またハンズオンにて、アメリカ人ツアーガイド事業者による現地訪問型の支援を実施し、大阪・関西万博に向けて実践的でありながら外国人対応の場にする事ができた。

・大阪・関西万博に向けた新商品発掘&開発プランコンテストにおいては、公募説明会や個別のアプローチ、また観光協会等への周知の結果、38社50商品の応募があり、これらにエントリーシート作成その他場面に応じた伴走型支援を実施し、最終的に3社を表彰対象として決定、3社に対し継続支援を実施することで、大阪国際空港での販売決定に繋げることができた。

(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	
(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	
	Web/EC/SNS活用販路開拓支援事業	155	110.5	71.3%	98.2%	Web/EC/SNSの活用により新規顧客を獲得した事業者数	40	36	90.0%	4
	自社の魅力を引き出すセルフプロデュース力向上支援事業	94	85	90.4%	98.9%	当講座への参加により自社や商品の強みを活かして何らかの改善・改良を行うつもりである、または行ったと回答した企業の割合	80	100	125.0%	5
○	新事業で輝かしい未来へテイクオフ支援事業	22	18	81.8%	100%	新事業展開テイクオフ支援事業にチャレンジした（応募した）事業者の数	4	5	125.0%	5
○	カーボンニュートラルの実現に向けた脱炭素経営推進事業	36	19.5	54.2%	94.7%	脱炭素経営の導入にあたり、活用できる制度への申請やISO14001の構築に取り組んだ企業。カーボンニュートラルに貢献する商品・サービスの開発に取り組んだ企業	1	1	100.0%	4
○	人材活用力向上事業	92	66	71.7%	72.7%	長時間労働対策や人材採用に向けて取り組みを始めた企業数	5	4	80.0%	4
○	小規模事業者のためのスモールM&Aを活用した事業承継支援事業	32	16	50.0%	93.8%	連携機関の事業承継マッチング支援へ繋いだ件数	10	5	50.0%	3
○	EXPO2025をインバウンドに繋げる事業	35	31	88.6%	93.5%	大阪・関西万博を活用してインバウンド対策を行う企業数	5	6	120.0%	4
○	大阪・関西万博に向けた新商品発掘&開発プランコンテスト	43	43	100.0%	97.7%	大阪・関西万博に向けて製品・商品開発に取り組む企業数	3	3	100.0%	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、個別調書の記載と合わせてください。

豊中商工会議所

事業名	Web/EC/SNS活用販路開拓支援事業
想定する実施期間	2013 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
	<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>経済産業省 令和3年度電子商取引に関する市場調査報告書によると、日本国内のBtoC-EC(消費者向け電子商取引)市場規模は、20.7兆円(前年19.3兆円、前々年度19.4兆円、前々比7.35%増)であり、BtoC-ECの市場規模及び各分野別の伸長率では、物販系分野2020年12兆2,333億円(EC化率8.08%)、2021年13兆2,865億円(EC化率8.78%)であり、2021年のEC伸長率は8.61%(2020年のEC伸長率は8.08%)と拡大傾向にある。しかし世界のBtoC-EC化率は、2019年で19.6%と推計されており、日本国内の8.78%と比較すると、現状においても日本国内のEC化はかなり遅れているといえる。豊中市および広域連携エリアにおいても同様の印象であるが、逆に言えば市場の伸びしろは大きく、更なる市場拡大と日々更新されるトレンドへの対応に向けて各種支援が必要となる。特に本年度は2025年の大阪・関西万博の開催に向けて、また円安基調を背景として、海外に向けた顧客開拓としての越境ECや、海外で利用されているSNSを活用した情報発信によるインバウンドを対象とした顧客開拓も視野に入れたい。ただし、これまでEC等に取り組んでいなかった事業者が、新たにEC等への取組みを始めても直ぐに売上に反映するものではなく、Webを始め各種SNSサービス等の機能を駆使した地道な情報発信活動を続け、認知を高めていく必要がある。当事業では、コロナ禍における変革期において、事業を持続的に発展させられるよう、域内小規模事業者に対してWebを活用したより感染リスクの低いビジネスモデル導入の更なる促進と、2025年の大阪・関西万博の開催に向けて海外の顧客開拓を視野に入れた「個の稼ぐ力・情報発信力」の強化を後押ししたい。</p>
	<p>支援する対象 (業種・事業所数等)</p> <p>本市においては、サービス業と卸小売業を合わせると約50%となることから、これらの支援の必要性は非常に高い。本市を含む北摂地域に拠点を構え、かつBtoCサービス業(小売を含む)、特にWeb/SNSを活用した顧客の販路開拓に取り組んでいるものの成果が得られていない事業者、コロナ禍で新たな販路としてECサイトを開設したが売上が伸び悩む者等が主な対象となる。また、これまで当事業で支援した事業者のうち、さらに精力的に学び実践しようとする事業者(EC研究会等所属者計約210名)のWeb戦略やビジョン再構築や実践をサポートする。</p>

<p>事業の概要</p> <p>実施時期・具体的な内容及び事業手法</p>	<p>【人材育成型】</p> <p>①リピーター顧客を獲得するSNS活用セミナー【定員30名】 実施日:2023年5月16日(火)14:00~17:00で実施。 実店舗やECサイトをお持ちの事業者向けに、顧客情報を活用したリピーター獲得を促すSNSツールの活用についてを習得いただく内容として実施。一度でも店舗に来店されご利用いただいた顧客に対し、リターゲティングを行う手法やSNSの仕組みにベネフィットをアプローチする手法を取り入れ、商品認知から商品の購買意欲を向上させる提案を行う内容として実施。</p> <p>【人材交流型】</p> <p>②越境EC開設セミナー【定員15名×2回連続講座】 実施日:2023年8月2日,9日の2日間で14:00~17:00に実施。 コロナ明けで外国人観光客の増加に伴い越境ECの需要が高まっている中、海外向けECはハードルは依然として高い。そんな中、低コストで、国内取引のような感覚で世界に向けて商品を販売することができる越境ECモールもあり、海外への販路拡大のハードルは下がってきている。越境ECの中でも、主にB to Cでの販売ノウハウ、事例を挙げ海外での人気商品、最新のトレンドについて学んでいただける内容として実施。本セミナーを通じて、自社製品の海外需要の有無をグループディスカッションにて他社の目線を以て意見をj得る機会として実施した。</p> <p>③Web Design 講座【定員15名×3回連続講座】 実施日:2023年6月21日, 28日, 7月5日 の3日間で14:00~17:00に実施。 まずは、お手本となるチラシやPOPを模倣しながらデザインの基礎を学習。Webサイトデザインでは、チラシはPOPとは異なるレイアウトの四法則を取り入れ判読性等レイアウトルール(グループ化・ライン・コントラスト)を学んでいただきワイヤーフレームの制作に取りかかっていたり流れて実際にWeb制作実践として実施。グループディスカッションでは、考えたデザインをグループ内で発表し他者視点での意見を貰いながら更にブラッシュアップできる内容として実施。</p> <p>④今すぐ始めるLive Commerce StartUp 講座【定員15名×3回連続講座】 実施日:2023年9月5日, 12日, 19日の3日間で14:00~17:00に実施。 市場の現状とライブコマースの現状を踏まえ、自社のターゲット層、自社のUSP(強み)の確認と行動心理・購買心理や共感と行動について学んだ上で、ライブを活用した収益化を目指す内容とした。また、最近のSNS Aiの動向やアルゴリズムの仕組みについても学んでいただく内容とした。最終日は、過去年度の当所ネットショップ塾 実践編の卒業生であり実際にライブコマースでも売上げを伸ばしているホットな事業者をゲストに招き、インタビューを交えながら、他の販売方法との違いや今後の動向について学び、参加事業者がライブコマースで実践を予定している商材等についてグループ内でも意見を交わし講座後に直ぐにでもライブコマースにチャレンジしていただける内容として実施した。</p> <p>⑤見込み客を100倍にする集客マーケティング術セミナー【定員15名×3回連続講座】 実施日:2023年11月7日, 14日, 28日の3日間で14:00~17:00に実施。 やみくもにSNSを活用した投稿では効果が薄い。そこで集客の基礎(プロフィール最適化・コンテンツ戦略・インタラクション・ビジュアルコンテンツ、分析と改善を前提にPDCAの考え方)やセールスファネルを講義で学び、各ビジネスにおいてどのSNSが効果があるのかの理解を深めた。グループディスカッションでは、自社が考えるカスタマージャーニーやセールスファネルについてグループ内で意見交換を行い、他者の考え方からも発見がある学びある機会とした。</p> <p>⑥新しくなったGA4を解説。HPとSNSのアクセスを把握する解析入門講座【定員15名×3回連続講座】 実施日:2024年2月6日, 13日, 20日の3日間で14:00~17:00に実施。 実際のサイト来訪者の動きを分析・解析し課題を抽出。UAから新しくなったGA4を駆使して勘にたよらず、データに基づいた正しいページ修正を繰り返しPDCAを実践できるよう、その手法・ポイント等について学び、PDCAの実践時に適切な取り組みができるような内容とした。グループディスカッションでは、アクセス解析を行う前に自社サイトの見つけ直し、ターゲット客、ターゲット客の課題解決となる内容であるか?その課題を自社で解決できるサービスを提供しているか?の視点を書き出し、グループ内で発表しながら改善への理解を深める内容とした。自社サイトの改善策なども発表し、グループ内の他者の意見を参考にてできる機会とした。</p>
---------------------------------------	---

⑦成長ストーリーから学ぶマーケティング戦略講座【定員15名×3回連続講座】

実施日:2023年9月8日, 15日, 22日の3日間で14:00~17:00に実施。

行動経済学講座というタイトルでは、難しいイメージに捉えられ参加者の募集時に影響がある可能性があったため、タイトルを上記に変更。米国サングラスメーカー及び、同日本法人代表でEC戦略に長けた講師を招き、17年で客単価を4倍にしヒット商品開発の秘話から組織作りや価格競争に巻き込まれない為のブランディング戦略などの要素を取り入れた内容として実施。グループディスカッションでは、PDCA表を作成しグループ内にて発表を行い他者の意見を取り入れる内容として事業者同士の交流も深めた。

⑧訴求力を一歩先へ『SNSでウケるshort動画制作セミナー』【定員20名×3回連続講座】

実施日:2023年10月4日, 11日, 18日の3日間で14:00~17:00に実施。

ショート動画の制作スキルを習得して情報発信や集客スキル向上のためのカリキュラムで実施。主に自社の商品やサービスの認知度拡大の他、人材募集にも役立てる内容とした。グループディスカッションでは、他者の制作動画を見ながらアイデア交換を交え、成果検証と改善プラン、持続的な成果を得るための長期ビジョン構築などについて互いにアドバイスし合って交流も深めた。

【ハンズオン型】

⑨Web プロモーション勉強会【定員8】※毎回、参加メンバーの変動あり。

実施日:2023年12月19日 15:00~18:00, 2024年3月5日 16:00~18:00

過年度を含む過去に当所で実施したWebプロモーション(SNS活用を含む)関連のセミナー/講座の参加者の中から学ぼうとする意欲の高い事業者を主な対象として、ブラッシュアップの目的で実施。実施内容は、ネット上におけるマーケティングや営業戦略(セールスファネル)の他、セールスピッチについて勉強会を実施。また、参加事業者のWebサイトのGA4情報を確認しながら、より具体的な改善策について支援を行った。業務の都合で勉強会に参加できなかった事業者については、当所担当指導員と講師、事業者の3者による個別面談の場を設けて、各社が抱えるWeb/SNS等を活用した集客の課題等についてアドバイスをする機会を設けた。

⑩EC/成長戦略勉強会【定員7】※毎回、参加メンバーの変動あり。

実施日:2024年1月18日, 3月14日のそれぞれ14:00~17:00に実施。

過年度を含む過去に当所で実施したネットショップ塾 実践編の参加者の内、学ぼうとする意欲の高い事業者を主な対象としてブラッシュアップの目的で実施。実施内容は、講義で学んだ内容に関して、その時は理解していたと思っても実践をしていく中で思うように実施できなかったり、確認をしたいことが出てくる事に対してのフォローアップとして実施。また、各参加事業者がお互いの現況を報告し合い、情報を共有することで励みになったり、自身のことに置き換えて参考にしてもらうための内容として実施。また、勉強会とは別日にて、当所担当指導員と講師、事業者の3者による個別面談の場を設けて、各社が抱えるEC運用だけでなく経営に関する課題等についてアドバイスをする機会を設けた。

	<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	豊中商工会議所が主幹となり各事業の企画・調整・広報・運営・事後フォローを担当し、共催として参画する団体は、参加者募集広報、終了後の個別相談支援等を分担・連携し推進。広域連携により、参加企業募集の範囲が拡大することから企業の多様な交流が広がり、当事業の活性化と企業間連携の意識が高まった。							
	③市町村連携								
	④相談相乗	カルテ化率 24.7%							
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)	155	総支援企業数(実績)	110.5	支援実績率	71.3%	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)	Web活用においてだけのことではなく、以下のようなPDCAの実行が目標達成に欠かせないことへの理解を深めていただくことができた。具体的には、①ブランディングを意識したペルソナ設定とそのペルソナがベネフィットを感じられるような情報と商品写真やリール等のショート動画がアップされているか。②また、顧客の情報収集方法がWeb検索だけでなくGoogleビジネスプロフィール等、スマホアプリからや、SNS上からのタグ検索に加えて動画へと移行していることを理解し、スマホアプリ上や、SNSへの露出頻度を高める戦略の検討を実施。③マーケティングの基礎として、自社のビジネスに初めて触れる人が、製品・サービスを認知し、購入・契約を経て、継続的な顧客となるまでのプロセスを段階分けしたセールスファネルの実践。④その目標に対する進捗管理、目標不達の場合の理由の分析と課題抽出および対策立案。⑤①～④を踏まえた新たな行動実践(PDCA)に移し始めた。※但し、取り組み直後すぐに成果に現れるものではなく、取り組み開始後、更に継続をすることで徐々に成果に現れてくるものと期待している。							
		代表指標	Web/EC/SNSの活用により新規顧客を獲得した事業者数						
		数値目標	40社	実績数値	36社	目標達成度	90.0%		
	成果の代表事例	害虫・害鳥の駆除を行っている事業者の事例になるが、害虫駆除は季節によって受注の増減が激しく、特に冬の時期は受注は減少傾向にある。くらしのマーケットで受注率を高めたい意向。くらしのマーケットの事業者紹介ページのトップスライドショー部分に制作したPR動画掲載し集客したいと考えておられた。実際に、くらしのマーケットにアクセスし競合他社のリサーチを行っていただいたところ、まだ殆どの事業者が静止画中心の掲載であったため、PR動画の掲載は非常に有効であると思われた。くらしのマーケットにPR動画を掲載するには厳しい審査をパスする必要があるため、既に掲載済みである他社のPR動画をリサーチし、参考に制作を勧めた。PR動画の内容に関しては、自社の売り込みばかりではなく、見込み客が知りたい情報を把握した上で、シナリオや見せ方を考えるとよいとアドバイス。審査をパスするまでは複数の動画を作成せず、まず1本作成して審査にパスしてから同じパターンで作成すると効率的である。そのためにも、できるだけ画質が良く、見やすく伝わりやすいシンプルな内容にすることを心掛けていただいた。その後、くらしのマーケットにPR動画を投稿。受注が増加傾向となり、受注後の仕事が丁寧であるため評価4.93と高評価を得た。また、良いクチコミが373件まで増えた。その後、年末に開催された、くらしのマーケットアワー2023 害虫・害獣駆除部門において金賞を受賞。更に今後の受注増が期待される。							
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)	当事業で提供した内容は、継続した取り組みが求められるものであり、何れも即効性はないため、成果として現れるまでには時間を要するものである。当事業で重要視しているのはPDCAへの取り組みとその継続である。PDCAを継続して取り組まれている事業者は着実に成果に現れて始めているものの、単年度で成果を計測するのは難しいと感じている。PDCAを実践されていない場合でも瞬発的に売上・利益が上がることはあるがそれは一時的なことであり、長期で安定的に売上・利益を得ていくためにはPDCAの継続実践は欠かせないが長期でPDCAが実践できている事業者は僅かである。今期は特にPDCAの継続に重点を置いて、ブランディングやマーケティングの他、新たに行動経済学の要素も取り入れるなど当事業の目標を高く設定して実施した。来期は開催が迫る大阪・関西万博に向けた更に越境ECを意識したWEB/EC/SNSを活用した販路開拓に向けた新しいトレンドを取り入れてチャレンジしたいと考えている。							

【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)	30.0	支援企業数(実績)	17.0	支援実績率	56.7%	満足率	94.1%
	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)	SNSを活用したりピーター顧客へのアプローチにより再来店・再利用を促す具体的な戦術を学び実践に移せるようになった。							
		指標	本セミナーにより、今後の活用方針を得られた事業者数						
	数値目標	15	実績数値	18	目標達成度	120.0%			
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)	15.0	支援企業数(実績)	7.0	支援実績率	46.7%	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)	自社製品の海外需要にも目を向け、販路として海外も視野に入れていただくことを目標に実施。越境ECに向いている商材(国産のもので競合が少ない)であることへの理解等を深めた。							
		指標	実際に越境ECに商品を出品された事業者の数。						
	数値目標	5	実績数値	1	目標達成度	20.0%			
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)	8.0	支援実績率	53.3%	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)	自身でWebサイトを制作し、自社の販路開拓ツールとして自力で運用を可能とした。初めてWebサイトを開設した事業者もおられ問い合わせへの効果が現れ始めている。							
		指標	実際にサイト制作を行い公開された事業者の数。						
	数値目標	5	実績数値	4	目標達成度	80.0%			
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④	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)	12.0	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)	新たな販路開拓としてライブコマースに活路を見出すことにチャレンジするために必要な機材、運営に必要な準備物等について理解を深め、実際に実践を開始された事業者の受注アップに繋がった。							
		指標	実際にライブ配信された事業者の数						
	数値目標	5	実績数値	7	目標達成度	140.0%			
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)	15.0	支援企業数(実績)	15.0	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)	効果が得られる販路開拓ツールとしてSNS活かすため、PDCAを回すために必要な取り組みと、ただ闇雲に情報発信するのではなくマーケティングとブランディングについての理解を深めた。							
		指標	販路開拓を目的としてSNSの活用を再開又は新たに活用を開始した事業者数						
	数値目標	5	実績数値	6	目標達成度	120.0%			
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⑥	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)	12.5	支援実績率	83.3%	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)	自社サイトの改善ポイントが把握できるようになり、分析結果から対策が可能となった。着地点である、お問い合わせやECサイトであれば受注へ至るまでの壁が見えるようになり、これらの改善に向けたPDCAの取り組みの方向性が理解できるようになった。							
		指標	解析ツールを活用し自社サイトの分析を行った事業者数						
	数値目標	5	実績数値	9	目標達成度	180.0%			
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									
実績／達成度⑦	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)	7.5	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）	消費者の購買行動を自然に高めるための理論だけではなく、行動経済学だけでは語れない企業としてのコアバリュー、ミッションとビジョン、ブランディングや人材育成について学びを深めた。これらの内容に加えてPDCAの取り組みが如何に重要であるかの理解を深めた。							
		指標	講座内で説明したノウハウに基づき新たな取組みを開始された事業者数						
		数値目標	8	実績数値	6	目標達成度	75.0%		
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⑧	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)	18.5	支援実績率	92.5%	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）	従来の集客方法では費用対効果が悪くなってきている中で、ショート動画を広報・集客および売上アップの手段の一つとして取り組み集客に役立てることができるようになった。							
		指標	セミナーでの学びを活かし、販路拡大のためにショート動画を制作された事業者数。						
		数値目標	8	実績数値	13	目標達成度	162.5%		
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⑨	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	8.0	支援企業数(実績)	8.0	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）	Web/SNSを活用したファン創りに必要な自社のブランディングを意識した情報発信の他、PDCAが実践できるようにPDCAの取り組みに必要な内容を学んだ。							
		指標	新規顧客の開拓による前年度比売上5%アップした事業者数						
		数値目標	8	実績数値	3	目標達成度	37.5%		
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⑩	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	7.0	支援企業数(実績)	5.0	支援実績率	71.4%	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）	PDCAへの取組に対するモチベーションの向上または維持に向けて、事業者が現在抱えている課題を個々にヒアリングし新たなPDCAにチャレンジするための方向性を示すことができた。							
		指標	PDCAに取り組み、対前年比5%の売上アップした事業者数						
		数値目標	5	実績数値	3	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				

豊中商工会議所

事業名	自社の魅力を引き出すセルフプロデュース力向上支援事業
想定する実施期間	2019 年度～ 年度まで ※複数段階的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)	豊中を中心とした豊能地域は里山・観光地・工業エリア・新旧商業エリア・良質な住宅地域等、非常に多種多様な性格を持つ地域である。その地域特性から多種多彩な事業が存在するが、東大阪市や堺市などのように地域を代表するような産業集積がない。それ故に地域としての発信力は弱く、そこからもたらされる経済的な波及効果に乏しい。新型コロナウイルス感染症による経営の影響が長引く中、営業自粛要請は行われなくなったものの、感染拡大は今も続いているうえに、円安基調やエネルギー・原材料高騰による物価高が重なり、一般消費者の消費活動は悪化している。また、多くの中小・小規模事業者においては消費税インボイス制度への対応や、賃上げへの取組などから、コスト面においても向かい風が続く。このような状況下において、コロナ後の消費活動を見据えて変革すると共に、自社の事業を本当に必要としている顧客層に強みや魅力を伝えることができないければ、今後の売上維持又は増加は見込めず、事業の発展・成長は見込めない。よって、豊能地域ではこれに備えるべく、自社の強み・魅力を再発見・把握し、その事業を必要としている顧客に正確に届ける発信力を身に付け、事業の多様性をもって地域の発信力向上を図る事業としたい。
支援する対象 (業種・事業所数等)	コロナ禍および原材料・燃料高等の影響を特に受けているであろうBtoC事業を行う小売業・飲食業・サービス業などの中小企業のうち、経営理念や事業計画が明確化されていない等、企業としての基盤が整っていない小規模事業者、および発信力に課題を持つ小規模事業者を対象とする。特にこれらの課題が顕著な、創業から5年以内の事業者または事業承継後5年以内の小規模事業者を想定する。過去6年間に亘って実施したプロモーション支援事業の受講者又は過去3年間実施した自社のええとこ発信・発見支援事業の受講者のうち、上記の課題を持つ事業者や、小規模事業者持続化補助金採択事業者のうち事業成果が乏しい事業者、クラウドファンディングを活用して新事業展開を始めた事業者、その他過去の経営相談事業における販促支援カルテ化企業等、約300社程度を想定。

事業の概要	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>【人材育成型】</p> <p>①商品・サービスの魅せ方を学ぶ WEBマーケティング編 売れている事業所はどんな取り組みをしているのか、魅せ方次第で販路は広がるという成功事例「WEBマーケティング編」として実施した。 ・実施日時：2023年10月12日 14時～17時 ・開催場所：豊中商工会議所4階大会議室 ・参加者数：17社18名 ・支援企業数（実績）16社</p> <p>②商品・サービスの魅せ方を学ぶ 販促企画編 売れている事業所はどんな取り組みをしているのか、魅せ方次第で販路は広がるという成功事例「販促企画編」として実施した。 ・実施日時：2023年10月19日 14時～17時 ・開催場所：豊中商工会議所4階大会議室 ・参加者数：16社18名 ・支援企業数（実績）15社</p> <p>③商品・サービスの魅せ方を学ぶ パッケージ・ロゴデザイン編 売れている事業所はどんな取り組みをしているのか、魅せ方次第で販路は広がるという成功事例「パッケージ・ロゴデザイン編」として実施した。 ・実施日時：2023年10月26日 14時～17時 ・開催場所：豊中商工会議所4階大会議室 ・参加者数：8社8名 ・支援企業数（実績）8社</p> <p>④目指せ！味のあるPOP 筆ペンPOP講習会 筆ペンPOPは味があり、日本語との相性もバッチリ。主に飲食店・小売店のメニューやファサード改善につながるよう、基本から応用まで、初めてでもすぐに実践できる作成のコツを学んでいた。 ・実施日時：2023年9月25日 14時～17時 ・開催場所：信用保証ビル3階多目的オフィス（千里中央） ・参加者数：11社13名 ・支援企業数（実績）11社</p> <p>【独自提案型】</p> <p>⑤帰ってきたファン創り名刺作成講座 自社および自社商品・サービスの本当の強みや魅力をあらゆる角度から分析し、それをお客様にどのようにアプローチしていくのかワークショップ等で考え抜き、そのプレゼンツールとして4面勝負名刺を作成した。講座中1回は写真撮影と編集、もう1回は無料アプリCanvaの使い方を学んでデザイナーを介さず自分で作成できるよう支援した。 ・実施日時：2023年10月3日・17日・24日、11月7日・14日、12月5日 いずれも14時～17時 ・開催場所：豊中商工会議所3階第1・第2会議室 ・参加者数：6社6名 ・支援企業数（実績）5社</p> <p>【人材交流型】</p> <p>⑥自社の魅力発信勉強会「どう使う？生成AI 応用次第で販促活動がラクになる！」 プロモーション支援事業・自社のええとこ発見・発信支援事業・自社の魅力を引き出すセルフプロデュース力向上支援事業の過去参加企業を対象に、最近よく耳にする生成AIのメリット・デメリット、その活用方法について、実際にその場で使用しながら様々な疑問点の解決を図る交流型勉強会を行った。 ・実施日時：2024年1月26日 15時～17時 ・開催場所：豊中商工会議所3階第1・第2会議室 ・参加者数：10社10名 ・支援企業数（実績）10社</p> <p>⑦海外プロモーション実践塾 海外プロモーションについて事例とノウハウを伝え、ワークショップ形式で参加者相互交流のもと実践的に身に付けていく講座を実施した。 ・実施日時：2023年10月25日、11月8日・29日 いずれも14時～17時 ・開催場所：豊中商工会議所4階大会議室 ・参加者数：17社17名 ・支援企業数（実績）13社</p> <p>【ハンズオン型】（5社）</p> <p>⑧ ①～④・⑥・⑦の受講企業のうち、社内への浸透及び利活用のため個別に支援が必要とする企業、または個別でツール作成等を支援する必要がある企業に対し個別で支援を行った。</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></td> </tr> <tr> <td>②広域連携</td> <td>豊中商工会議所が幹事として企画・運営全般を実施。箕面商工会議所、能勢町・豊能町の各商工会は主に広報協力を実施。連携先からも数社の参加があり、個別支援も行い改善に至っているとの報告もあった。</td> </tr> <tr> <td>③市町村連携</td> <td></td> </tr> <tr> <td>④相談相乗</td> <td>人材育成型・人材交流型参加企業の31%をカルテ化。</td> </tr> </table>	①府施策連携		②広域連携	豊中商工会議所が幹事として企画・運営全般を実施。箕面商工会議所、能勢町・豊能町の各商工会は主に広報協力を実施。連携先からも数社の参加があり、個別支援も行い改善に至っているとの報告もあった。	③市町村連携		④相談相乗
①府施策連携									
②広域連携	豊中商工会議所が幹事として企画・運営全般を実施。箕面商工会議所、能勢町・豊能町の各商工会は主に広報協力を実施。連携先からも数社の参加があり、個別支援も行い改善に至っているとの報告もあった。								
③市町村連携									
④相談相乗	人材育成型・人材交流型参加企業の31%をカルテ化。								

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)	94.0	総支援企業数(実績)	85.0	支援実績率	90.4%	満足率	98.9%
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	<p>①大手有名企業から個人事業まで、様々な規模・ジャンルの企業のWEBコンサルタントとして伴走する講師から、成功事例をもとにWEBでの魅力発信のコツや注意点などを学んでいただいた。</p> <p>②数々のヒット企画を仕掛けてきた広報コンサルタントの講師より、成功事例をもとにヒットに繋がる企画の考え方・共通点・コツをワークを交えて学び、体感していただいた。</p> <p>③地域密着型・町デザイナーの講師から、パッケージやロゴデザインを変えることで商品に付加価値を付けることができるということと、そのデザインの考え方やコツなどを学んでいただいた。</p> <p>④日本語と相性のいい筆ペンでのPOPを中心に、基本から応用まで、文字の書き方・ペンの使い方・キャッチの考え方・写真やイラストを使った装飾方法・掲示のコツ等を伝授した。</p> <p>⑤自社の強み・ウリ・魅力をワークを通じて整理し、それを1番喜んでくれるお客様に向けてのアプローチをとことん考え、販促ツールとして4面名刺を作成した。撮影講座では実際にお互いを撮影・編集し、スマホの機能でも十分な撮影ができることを知ってもらい、Canva講座では様々な機能を目の前で実践しながら、自身でデザインできるように伝授した。最終日に一旦作成した名刺をもとに参加者同士でシミュレーションや意見交換を行い、講座終了後もブラッシュアップを重ねた結果、完成度のかなり高い「勝負名刺」が出来上がった。</p> <p>⑥よく耳にするようになった生成AIだが、よくわからない、恥ずかしくて聞けないなどの事業者の声から、勉強会を実施した。少人数で実際に体験しながら、個々の事業にどう活かせるか考える機会となった。</p> <p>⑦各社が自社の商品・サービスの強みを再確認し、海外への販路開拓の必要性や規模が小さくとも実績を残せることを理解し、実際のアクションに取り組んだり今後の海外展開について考える機会となった。</p> <p>⑧事業者が現在直面している個々の課題に対して、販促物の強化やブランディングの見直し、SNSへのチャレンジなどを支援した。</p>							
	代表指標	当講座への参加により、自社や商品の強み・ウリとそれを喜ぶお客様を見出し、プレゼンツールとして名刺原稿が完成した企業の割合							
	数値目標	80%	実績数値	100%	目標達成度	125.0%			
成果の代表事例	早速作成した4面名刺を使って挨拶をしたところ、狙い通りのトークに発展した、自身の事業に興味を持ってもらえ資料請求が来た、契約数増加に繋がったとの喜びの声をいただいた。自身で試行錯誤しながら作りこんだ名刺は、誰のためにやるのか、何のためにやるのかといったワークを繰り返し内容を考えたことから、必要な人にはきっと喜んでもらえるという事業者の自信にも繋がっていると感じる。								
	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)	本事業の講座に参加することにより、自身や自社のUSP(ウリ・強み)のあぶり出し、またそれを活かした販促活動について実践した事業所が多く、大変好評であった。今後もブランディングとそれを活かした販促活動に関するセミナーやフォローアップの必要性を強く感じている。ブランディング・販促ツール作成ともに定期的な見直しが必要であり、受講生同士の勉強会も引き続き行っていきたい。							

【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	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>大手有名企業から個人事業まで、様々な規模・ジャンルの企業のWEBコンサルタントとして伴走する講師から、成功事例をもとにWEBでの魅力発信のコツや注意点などを学んでいただいた。</p> <p>指標 当セミナーへの参加により自社や商品の強み・ウリを伝えるためのWEBコンテンツの魅せ方・工夫を理解したと回答した企業の割合</p>							
	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	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>数々のヒット企画を仕掛けてきた広報コンサルタントの講師より、成功事例をもとにヒットに繋がる企画の考え方・共通点・コツをワークを交えて学び、体感していただいた。</p> <p>指標 当セミナーへの参加により自社や商品の強み・ウリを伝えるための販促企画の考え方のコツを理解したと回答した企業の割合</p>							
	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)	15.0	支援企業数(実績)	8.0	支援実績率	53.3%	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)	<p>地域密着型・町デザイナーの講師から、パッケージやロゴデザインを変えることで商品に付加価値を付けることができるということと、そのデザインの考え方やコツなどを学んでいただいた。</p> <p>指標 当セミナーへの参加により自社や商品の強み・ウリを伝えるための商品デザインの考え方のコツを理解したと回答した企業の割合</p>							
	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④	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)	11.5	支援実績率	76.7%	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)	<p>日本語と相性のいい筆ペンでのPOPを中心に、基本から応用まで、文字の書き方・ペンの使い方・キャッチの考え方・写真やイラストを使った装飾方法等を伝授した。</p> <p>指標 当講習会への参加により自社や商品の強み・ウリを伝える効果的なPOP作成について理解できたと回答した企業の割合</p>							
	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⑤	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)	5.0	支援実績率	83.3%	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)	<p>自社の強み・ウリ・魅力をワークを通じて整理し、それを1番喜んでくれるお客様に向けてのアプローチをとことん考え、販促ツールとして4面名刺を作成した。撮影講座では実際にお互いを撮影・編集し、スマホの機能でも十分な撮影ができることを知ってもらい、Canva講座では様々な機能を目の前で実践しながら、自身でデザインできるように伝授した。最終日に一旦作成した名刺をもとに参加者同士でシミュレーションや意見交換を行い、講座終了後もブラッシュアップを重ねた結果、完成度のかなり高い「勝負名刺」が出来上がった。</p> <p>指標 当講座への参加により、自社や商品の強み・ウリとそれを喜ぶお客様を見出し、プレゼンツールとして名刺原稿が完成した企業の割合</p>							
	数値目標	80%	実績数値	100%	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			
実績／達成度⑥	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	8.0	支援企業数(実績)	10.0	支援実績率	125.0%	満足率	100.0%
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	<p>よく耳にするようになった生成AIだが、よくわからない、恥ずかしくて聞けないなどの事業者の声から、勉強会を実施した。少人数で実際に体験しながら、個々の事業にどう活かせるか考える機会となった。</p> <p>指標 他の参加企業の取組やここで学んだことを参考に、自社販促ツールの改善や戦略再構築に取り組んだ企業の割合</p>							
	数値目標	70%	実績数値	80%	目標達成度	114.3%			
	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⑦	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	92.3%
	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)	各社が自社の商品・サービスの強みを再確認し、海外への販路開拓の必要性や規模が小さくとも実績を残せることを理解し、実際のアクションに取り組んだり今後の海外展開について考える機会となった。							
		指標	当講座への参加により海外への販路開拓やプロモーションへの取組を開始した企業の割合						
	その他目標値の実績	数値目標	70%	実績数値	53.8%	目標達成度	76.9%		
目標値(計画)			目標値(実績)		目標達成度				
実績／達成度⑧	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)	事業者が現在直面している個々の課題に対して、販促物の強化やブランディングの見直し、SNSへのチャレンジなどを支援した。							
		指標	学んだことを会社の取組として社内で実践もしくは、販促ツール作成に生かして改善・改良を行った企業の割合						
	その他目標値の実績	数値目標	80%	実績数値	80%	目標達成度	100.0%		
目標値(計画)			目標値(実績)		目標達成度				

豊中商工会議所

事業名		新事業で輝かしい未来へテイクオフ支援事業								
想定する実施期間		2023 年度～ 2023 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)	帝国データバンクによる2022年度上半期の調査結果では、倒産件数が3123件と2019年度上半期以来の増加となった。長引くコロナ禍の渦中、原油・物価高や円安によるコストの増加が事業者を襲い、多くの企業が倒産を余儀なくされた結果と思われる。さらに令和5年度には3割以上の事業者がゼロゼロ融資の元本返済が始まり、首が回らなくなる事業者が今後も増えると予想される。経済環境が激しく変わる中で、企業を存続させるには、変化に適応した新規事業を展開し、新たな売上の創出が必要となる。そこで、新たな事業を生み出そうとする事業者に対し、大阪府の「新事業展開テイクオフ支援事業」への応募を促し、事業化への支援を行うことにより新規事業を上昇気流に乗せ、中小・小規模事業者の環境変化への適応を図る。また、前年度行ったアフターコロナV字回復チャレンジ事業で支援した事業者のフォローアップを行い、同様に事業を軌道に乗せる支援を行う。								
	支援する対象 (業種・事業所数等)	飲食業、旅行関連業他サービス・小売業等、コロナ禍や物価・原油高、円安の影響を大きく受けた業種を中心に、20社程度を想定。前年度行ったアフターコロナV字回復チャレンジ事業で支援した事業者も対象とする。								
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	①アナタの挑戦を応援します！新事業展開テイクオフ支援セミナー 2023年度に大阪府が実施する「新事業展開テイクオフ支援事業」について、2022年度の採択事例を例に、どのような点で苦勞をしたか、採択された結果どのような支援を受けられたかを具体的に解説。 ・実施日時：2023年4月26日 14時～16時 ・開催場所：豊中商工会議所大議室 ・参加者数：16社19名 ・支援企業数（実績）16社 ②上記の参加者を中心に2社を対象に、事業計画策定および不採択となった場合のフォローアップをハンズオンにて行う。 <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	セミナーにおいて、大阪府及び大阪産業局からも過去の採択事例や活用事例を紹介していただき、新事業展開テイクオフ支援事業について説明いただいた。							
		②広域連携	各種事業の告知・募集にあたっては、広域連携の各商工会・商工会議所と連携して会報での告知や各指導員からの個別勧誘による協力を受けた。							
		④相談相乗	支援企業18社のうち、7社をカルテ化（38.8%）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)	22.0	総支援企業数(実績)	18.0	支援実績率	81.8%	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)	【人材育成型】においては、新事業展開テイクオフ支援事業の活用方法として、過去の採択事例を基に解説したことにより、活用方法についてより具体的なイメージを掴むことができた。新事業展開を検討していた事業者に対しても、ビジネスアイデア発掘のヒントとなった。 【ハンズオン型】においては、新事業展開テイクオフ支援事業に申請を希望する事業者に対し、それぞれの課題に対し、個別支援を行った。								
		代表指標	新事業展開のために事業計画書の作成や補助金の活用に前向きになったか。							
		数値目標	4	実績数値	5	目標達成度	125.0%			
	成果の代表事例	エビの脱皮ガラを使用したエビ出汁カレーの開発について、新事業展開テイクオフ支援事業に採択。エビ出汁カレーのレシピ開発だけでなく、レトルト化などOEMに向けての開発ができた。								
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)	新事業展開テイクオフ支援事業の公募前にセミナーを開催したことにより、開催日に申請書類や公募要領などを受講者に対し用意することができなかった。公募が開始された際には、各受講者宛にメールにてお知らせし、申請を促すことができた。新事業展開テイクオフ支援事業に不採択となった申請者に対しては、他の補助金制度を案内し、作成した事業計画書を活用してもらったが、新事業展開を断念される方もいたため、不採択後のフォローアップに今後は注力したい。
------	--	--

【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)	16.0	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)	新たな事業アイデアを創出し、計画書作成のための相談を行った。また、計画書の作成に着手した。							
		指標	新事業展開のために事業計画書の作成や補助金の活用に前向きになったか。						
		数値目標	4	実績数値	5	目標達成度	125.0%		
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)	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)	新事業展開のために事業計画書を完成させた。							
		指標	新規事業について事業計画を実際に策定するに至ったか。						
		数値目標	2	実績数値	2	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				

豊中商工会議所

事業名		カーボンニュートラルの実現に向けた脱炭素経営推進事業							
想定する実施期間		2023 年度～ 2024 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>2030年に温室効果ガス排出量を46%削減し、2050年にカーボンニュートラルを実現するという目標に向け、2022年、大阪府は「おおさかカーボンニュートラル推進本部」を設置し、豊中市は「とよなか・ゼロカーボンプラン」を策定した。これらを踏まえ、環境保全に対する様々な規制や要請は、今後ますます強化されると予想される為、中小企業においても環境マネジメントにより体系的に取り組むことが必要とされる。</p> <p>また、SDGsの浸透により消費者の環境意識が急速に高まってきていたり、2025年の大阪関西万博におけるパビリオンでも、カーボンニュートラルを中心とした「2050年の社会像」を意識した展示が実施予定である等、カーボンニュートラルに貢献できる商品・サービスを提供し、環境にやさしい企業であることも求められている。</p> <p>この事業は商工会議所からカーボンニュートラルに関するセミナーをきっかけとした積極的な働きかけを行い、中小企業の変革・投資を促し、脱炭素経営や新商品・サービスの創出を生み出すことを目的とする。</p>							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	豊能地域をはじめとした大阪府内の中小企業・小規模事業者の中で、そもそもカーボンニュートラルとは何かを知らない事業者、カーボンニュートラルに関心があり、脱炭素経営や環境マネジメントシステムの構築を検討されている事業者、製造業等でカーボンニュートラルに貢献できる商品・サービスの開発を検討されている事業者等。							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>【人材育成型】</p> <p>①「カーボンニュートラルに向けた 省エネ・脱炭素経営セミナー」 「脱炭素に向けた経済産業省の政策動向」、「大阪府の脱炭素に向けた取り組み」、「CO2の見える化への取り組み」について解説した。 ・実施日時：2023年10月6日 14時～16時 ・開催場所：豊中商工会議所4階大会議室 ・参加者数：13社、14名 ・支援企業数（実績）11社</p> <p>②「脱炭素商品開発・ブランディングセミナー」 「企業ブランディング」と脱炭素時代に求められる「商品開発・ブランディング」の手法について解説した。 ・実施日時：2023年12月22日 14時～15時30分 ・開催場所：豊中商工会議所4階大会議室 ・参加者数：7社、8名 ・支援企業数（実績）7社</p> <p>【ハンズオン型】</p> <p>③ ①②参加企業のうち、更に個別具体的に事業活用サポートを希望する企業に向けて、当事業期間中に随時ハンズオン支援を実施した。1社。</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>メルマガ等によるセミナー集客の協力、セミナー内で大阪府の支援施策の紹介。</td> </tr> <tr> <td>②広域連携</td> <td>企画立案運営等の主管業務は豊中が担当、広報・募集・運営補助・フォロー等の業務は箕面・豊能・能勢と分担。広域実施により参加企業の拡大と連携の可能性向上を目指した。</td> </tr> <tr> <td>③市町村連携</td> <td></td> </tr> <tr> <td>④相談事業相乗</td> <td>人材育成型・人材交流型参加企業の5%をカルテ化。</td> </tr> </table>	①府施策連携	メルマガ等によるセミナー集客の協力、セミナー内で大阪府の支援施策の紹介。	②広域連携	企画立案運営等の主管業務は豊中が担当、広報・募集・運営補助・フォロー等の業務は箕面・豊能・能勢と分担。広域実施により参加企業の拡大と連携の可能性向上を目指した。	③市町村連携		④相談事業相乗
①府施策連携	メルマガ等によるセミナー集客の協力、セミナー内で大阪府の支援施策の紹介。								
②広域連携	企画立案運営等の主管業務は豊中が担当、広報・募集・運営補助・フォロー等の業務は箕面・豊能・能勢と分担。広域実施により参加企業の拡大と連携の可能性向上を目指した。								
③市町村連携									
④相談事業相乗	人材育成型・人材交流型参加企業の5%をカルテ化。								

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)	36.0	総支援企業数(実績)	19.5	支援実績率	54.2%	満足率	94.7%
	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)	【①人材育成型】の「カーボンニュートラルに向けた 省エネ・脱炭素経営セミナー」においては支援実績率は低かったが、満足度は高く、多くの割合の事業者が自社の脱炭素経営に取り組むことを検討されることになった。 【②人材育成型】の「脱炭素商品開発・ブランディングセミナー」においては支援実績率が低かったため、脱炭素商品開発を検討される事業者は少なかったが、満足度は高く、ブランディングの手法を取り入れることを検討される事業者は多かった。 【③ハンズオン型】では脱炭素商品の開発・販路開拓を目指す事業者の個々の課題に対応した。							
		代表指標	脱炭素経営の導入にあたり、活用できる制度への申請やISO14001の構築に取り組んだ企業。カーボンニュートラルに貢献する商品・サービスの開発に取り組んだ企業。						
	数値目標	1	実績数値	1	目標達成度	100.0%			
	成果の代表事例	廃棄米(流通規格外米)をアップサイクルさせて作る米粉を使用したレトルトカレーを開発。新ブランドを立ち上げられ、多くのメディアに取り上げられた。また農林水産省、環境省、消費者庁が主催するコンテスト「サステナアワード2023」にも参加された。							
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)	2023年度は2回のセミナーを実施したが、どちらも計画していた参加者数を下回った。セミナー内容や参加メリットがチラシに具体的に反映されていなかったことおよび、既に省エネ・脱炭素に関する補助金の公募が締め切られていたこと、年末での開催であったこと等が原因であると考えている。 2024年度は適切な時期に実施するとともに、セミナー参加で得られる情報、メリット等をより明確にし、参加者数の増加を図りたい。							

【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)	11.0	支援実績率	55.0%	満足率	90.9%
	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)	カーボンニュートラルの概要を理解し、自社における脱炭素経営に取り組むようになること。							
		指標	自社の脱炭素経営に取り組む企業、取り組むことを検討する企業						
	数値目標	10	実績数値	9	目標達成度	90.0%			
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)	15.0	支援企業数(実績)	7.5	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)	カーボンニュートラルの概要、今後の社会的・消費者ニーズを把握し、自社の商品・サービス開発に活かすようになること。							
		指標	カーボンニュートラルに貢献する商品・サービスの開発に取り組む企業、取り組むことを検討する企業						
	数値目標	5	実績数値	2	目標達成度	40.0%			
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)	1.0	支援企業数(実績)	1.0	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)	カーボンニュートラルの実現に向けて、脱炭素経営の導入等の取り組みを実行する。							
		指標	脱炭素経営の導入にあたり、活用できる制度への申請やISO14001の構築に取り組んだ企業。カーボンニュートラルに貢献する商品・サービスの開発に取り組んだ企業。						
	数値目標	1	実績数値	1	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				

豊中商工会議所

事業名		人材活用力向上事業
想定する実施期間		2022 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)	中小企業は新卒採用においても中途採用においても大企業に比べて難しい状況にあり、今後一層人材確保が困難となることから、求人活動の見直しによる改善を支援するほか、外部人材の活用も含めた多様な人材の活用を検討するきっかけを提供し、実際の活用に向けて支援を行う。 また、採用後の定着率向上に向けて社内環境の改善や法令順守等につながる支援を提案する。
	支援する対象 (業種・事業所数等)	豊中市内約13,000の事業所のほか、本市を管轄する池田公共職業安定所の管轄地域である能勢町・豊能町・箕面市の事業所も対象として見込んでいる。また、過去に当所で実施した労務系のセミナーについては、大阪府地域労働ネットワークのメールマガジンにより大阪府東部や南部からの参加者も多く、オンラインまたはハイブリッドで実施することにより大阪府下全域の事業所が対象となり得る。また、フリーランスとして働く方に対する支援も実施することで、企業が多様な人材を活用できる環境整備にも寄与していく。
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>①「中小企業だからこそ取り組むべき 副業・プロ人材の活用術について」【人材育成型】 第1部では副業・プロ人材の活用について事例を交えて解説、第2部では実際にフリーランスを活用して業務改善した事業者による事例発表を行っていただいた。 ・実施日時：2023年7月10日 14時～16時 ・開催場所：豊中商工会議所4階大会議室およびオンライン ・参加者数：17社17名 ・支援企業数（実績）16社</p> <p>②「実践者に聞く、フリーランス売上獲得セミナー」【人材育成型】 フリーランスとして活躍するためのポイントや注意点等について解説を行った。 ・実施日時：2023年7月13日 14時～15時30分 ・開催場所：オンライン ・参加者数：45社45名 ・支援企業数（実績）23社</p> <p>③「『超・人手不足時代』に必要な、人材採用・定着・育成」【人材育成型】 人材の採用・定着・育成に関するノウハウや注意点等について実践的な解説を行った。 ・実施日時：2024年3月12日 14時～16時 ・開催場所：豊中商工会議所4階大会議室およびオンライン ・参加者数：14社14名 ・支援企業数（実績）10社</p> <p>④「中小建設業の為の採用・定着セミナー」【人材育成型】 人材の採用・定着・育成に関するノウハウや注意点等について実践的な解説を行った。 ・実施日時：2023年10月24日 14時～16時 ・開催場所：豊中商工会議所4階大会議室およびオンライン ・参加者数：15社16名 ・支援企業数（実績）15社</p> <p>【ハンズオン型】 ⑤ ①②③④参加企業等を対象に、人材に関する個別具体的な取り組みについてハンズオン支援を行った。2社。</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	それぞれのセミナーにおいて大阪府の人材関連支援施策について紹介を行うほか、①・②のセミナーにおいては「中小企業のための人材採用コンシェルジュ」事業の案内を行った。
②広域連携	各種事業の告知・募集にあたっては、広域連携の各商工会・商工会議所と連携して会報での告知や各指導員からの個別勧誘による協力を受けた。	
③市町村連携		
④相談相乗	カルテ化率 1.2%	

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)	92.0	総支援企業数(実績)	66.0	支援実績率	71.7%	満足率	72.7%	
	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)	①においては外部人材の活用による雇用によらない人材確保についてご検討いただくことができた。②においては、フリーランスとしての働き方の提案を広く行うとともに、今後外部人材の活用を目指す企業にとっての側面的支援を行うことができたと考える。③については人手不足がより一層深刻となる中で、定着と育成への取り組みが重要となってきたことについて認識を深めていただいた。④については、人手不足が特に深刻でありまた2024年から残業規制への対策も必須となる建設業を対象を絞って、採用から定着まで一貫して解説するセミナーを実施し、ノウハウを習得していただいた。⑤については、社内の体制整備や人材採用体制の改善等、個別具体的な支援を実施することができた。								
		代表指標	長時間労働対策や人材採用に向けて取り組みを始めた企業数							
		数値目標	5	実績数値	4	目標達成度	80.0%			
	成果の代表事例	豊中市内の事業者が自社の労務管理状況について不備があることを理解し、労働条件通知書の適正化や給与計算の手間を簡略化するための固定残業制度導入等、取り組みを進めている。								
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)	2024年からの建設業の時間外労働上限規制への対応は早めに準備しなければならない内容で参加者アンケートの反応自体は良かったが当初想定より集客に苦戦した。タイトルや周知の仕方などさらに工夫する必要を感じた。中小企業の手不足感が一層加速する中、求人票ブラッシュアップにより多くの求職者にPRするとともに、面接受験者を逃すことのないよう、採用支援に一層注力していきたい。								

【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)	20.0	支援企業数(実績)	16.0	支援実績率	80.0%	満足率	62.5%	
	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)	フリーランス人材活用のポイントについてどの程度理解できたかをアンケートにより把握し、フリーランス人材の活用実際に取り組む企業数で変化を把握する。								
		指標	外部人材の活用もしくは導入を検討する企業数							
		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					
実績／達成度②	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)	23.0	支援実績率	76.7%	満足率	91.3%	
	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)	今後の事業拡大に向けた意欲がどの程度高まったかをアンケートにより把握し、開業届の提出や法人設立に取り組む人数で変化を把握する。								
		指標	開業届を提出、あるいは法人を設立したフリーランス人材数							
		数値目標	8	実績数値	4	目標達成度	50.0%			
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)	20.0	支援企業数(実績)	10.0	支援実績率	50.0%	満足率	20.0%	
	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)	人材育成・定着の必要性についてどの程度理解を深めたかをアンケートにより把握するとともに、人材育成・定着に取り組む企業数で変化を把握する。								
		指標	人材育成・定着に向けた新たな取り組みを始めた企業数							
		数値目標	5	実績数値	4	目標達成度	80.0%			
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)	15.0	支援実績率	75.0%	満足率	86.7%	
	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)	時間外労働上限規制への対応についてどの程度理解を深めたかをアンケートにより把握するとともに、長時間労働対策や人材採用など、規制への対応に取り組む企業数で変化を把握する。								
		指標	長時間労働対策や人材採用に向けて取り組みを始めた企業数							
		数値目標	5	実績数値	4	目標達成度	80.0%			
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)	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)	外部人材活用や人材育成、長時間労働対策等、総合的に取り組む企業数で変化を把握する。								
		指標	外部人材活用や人材育成、長時間労働対策等に取り組んだ企業数							
		数値目標	2	実績数値	2	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					

豊中商工会議所

事業名		小規模事業者のための スモールM&Aを活用した事業承継支援事業							
想定する実施期間		2018 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>日本政策金融公庫総合研究所の「中小企業の事業承継に関するインターネット調査（2019年調査）」によると、中小企業のうち後継者が決定している企業は12.5%にとどまる。一方、廃業を予定している企業は52.6%にもものぼり、大阪府内をみると、2009年に約34万社あった中小企業数は、2016年には約29万社と、わずか7年間で約5.5万社、約15%減少している。2014年から2016年までの2年間だけでも、約2.2万社、約7.9%減少している。また、中国のロックダウンなど新型コロナウイルス感染症の影響、ロシアによるウクライナ侵攻の影響等に起因する原材料費や光熱費・輸送コスト増、円安など、外部環境の変化により中小企業の業況も急速に悪化し、極めて厳しい状況にある。今後も倒産や転廃業が進むなど、経済に大きな影響をもたらすことが懸念される。同時に、経営者の高齢化も進んでいる。2021年版中小企業白書によると、2000年に経営者年齢のピーク（最も多い層）が「50歳～54歳」であったのに対して、2015年には経営者年齢のピークは「65歳～69歳」となっており、経営者年齢の高齢化が進んできたことが分かる。2020年を見ると、経営者年齢の多い層が「60歳～64歳」、「65歳～69歳」、「70歳～74歳」に分散しており、これまでピークを形成していた団塊世代の経営者が事業承継や廃業などにより経営者を引退していることが示唆される。一方で、70歳以上の経営者の割合は2020年も高まっていることから、経営者年齢の上昇に伴い事業承継を実施した企業と実施していない企業に二極化している様子が見て取れる。</p> <p>当地域でも、今後、経営者の高齢化と後継者不足による廃業が加速することが予想される。本事業においては、後継者のいない小規模事業者に対して、スモールM&Aという新たな選択肢を提案、事業の承継先との橋渡しとなるように連携機関と協力して支援を行う。上記により、大廃業時代においても地域経済の活力が減衰することなく持続的な発展を支援することを目的とする。</p>							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	事業を継続し20年、30年と続けていく中で、代表者が交代し新たな経営者がその事業を引き継ぐことは、業態・規模問わず必ず出てくる問題である。また、現時点で廃業予定の会社であってもM&AやEBOによる事業承継の可能性はどの企業にも有りえることであるため、地域内の全事業者が対象となる。その中でも、後継者がおらず、経営者が高齢化し、事業承継の問題に直面している小規模事業者に注力して支援を行う。							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>①ゼロベースで会社・お店の将来を考える「M&Aのキホンのキ」セミナー M&Aの基本的な流れやM&Aするために必要な準備などの基礎知識を解説。M&Aの成功の秘訣として、しっかりとした事前準備が必要であることを具体的な成功・失敗事例を交えながら説明した。 ・実施日時：2023年11月15日 14時～16時 ・開催場所：豊中商工会議所第1・2会議室およびオンライン ・参加者数：4社5名 ・支援企業数（実績）4社</p> <p>②シナジーを生み出せ！スモールM&Aで第2創業・新事業展開セミナー スモールM&Aについて、M&Aプラットフォームを活用して成功した事例を中心に解説。連携支援機関として、日本政策金融公庫十三支店及び大阪府事業承継・引継ぎ支援センターからも事業承継マッチング支援施策を解説していただいた。 ・実施日時：2024年3月13日 15時～17時 ・開催場所：豊中商工会議所大会議室およびオンライン ・参加者数：16社16名 ・支援企業数（実績）11社</p> <p>③上記の参加者を中心に2社を対象に、事業承継計画策定に向けたハンズオン型の支援を行った。</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>それぞれのセミナーにおいて、大阪府事業承継・引継ぎ支援センターから大阪府が行っている事業承継支援施策のご案内をしていただいた。</td> </tr> <tr> <td>②広域連携</td> <td>各種事業の告知・募集にあたっては、広域連携の各商工会・商工会議所と連携して会報での告知や各指導員からの個別勧誘による協力を受けた。</td> </tr> <tr> <td>③市町村連携</td> <td></td> </tr> <tr> <td>④相談相乗</td> <td>支援企業16社のうち1社をカルテ化（6.6%）した。</td> </tr> </table>	①府施策連携	それぞれのセミナーにおいて、大阪府事業承継・引継ぎ支援センターから大阪府が行っている事業承継支援施策のご案内をしていただいた。	②広域連携	各種事業の告知・募集にあたっては、広域連携の各商工会・商工会議所と連携して会報での告知や各指導員からの個別勧誘による協力を受けた。	③市町村連携		④相談相乗
①府施策連携	それぞれのセミナーにおいて、大阪府事業承継・引継ぎ支援センターから大阪府が行っている事業承継支援施策のご案内をしていただいた。								
②広域連携	各種事業の告知・募集にあたっては、広域連携の各商工会・商工会議所と連携して会報での告知や各指導員からの個別勧誘による協力を受けた。								
③市町村連携									
④相談相乗	支援企業16社のうち1社をカルテ化（6.6%）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)	32.0	総支援企業数(実績)	16.0	支援実績率	50.0%	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)	【①人材育成型】では、M&Aに対するマイナスイメージを払拭し、大企業だけでなく小規模事業者同士でも行われているという情報を伝えることで、M&A（第三者承継）へのハードルを下げた。 【②人材育成型】では、後継者不足に悩んでいる事業者に対し、支援機関が行っているM&Aマッチング制度や民間のM&Aサービスを紹介することで、事業承継の選択肢を増やし、自社の将来について廃業以外の選択肢があることを意識させた。 【③ハンズオン型】では、実際に事業承継に向けてアクションを起こした事業者に対し、専門家や他の支援機関と連携しながら、個別具体的な課題に対し解決を図った。							
		代表指標	連携機関の事業承継マッチング支援へ繋いだ件数						
		数値目標	10件	実績数値	5件	目標達成度	50.0%		
	成果の代表事例	親会社の代表が亡くなったことをきっかけに、グループ会社全体の事業が立ち行かなくなり、さらには親族間の相続に関する法律的な問題、資産整理や債務整理に伴う税金の問題など問題が多発し、相談者の心が折れかけていたが、様々な専門家にお繋ぎすることで一つ一つの問題をクリアし、連携支援機関に繋ぐことでより専門性の高い事業承継のスペシャリストから支援をもらえる体制を整えた。							
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）	支援企業数が計画時の数値と比べ、かなり低い結果となった。目標の再設定を行うとともに、より多くの事業者に対し、事業承継に対する意識改革ができるよう、広報について改善を行う。また、連携支援機関とも連携を深め、多くの層に周知できるように努める。							

【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)	15.0	支援企業数(実績)	3.0	支援実績率	20.0%	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)	M&Aに対するマイナスのイメージが変わった。M&Aを機会があれば活用したいというマインドにした。							
		指標	M&Aに対して前向きな回答をした企業の割合						
	数値目標	80%	実績数値	100%	目標達成度	125.0%			
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)	15.0	支援企業数(実績)	11.0	支援実績率	73.3%	満足率	90.9%
	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)	後継者がいないという事業者に対し、連携支援機関にお繋ぎし、M&Aプラットフォームや事業承継マッチング支援事業への登録を促した。							
		指標	連携機関の事業承継マッチング支援へ繋いだ件数						
	数値目標	10	実績数値	5	目標達成度	50.0%			
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③	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)	事業承継に対し具体的なアクションを起こし、将来を見据えた事業承継の計画に着手した。							
		指標	事業承継計画を策定した事業者数						
	数値目標	2	実績数値	2	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				

豊中商工会議所

事業名	大阪・関西万博に向けた新商品発掘&開発プランコンテスト
想定する実施期間	2023 年度～ 2024 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>2025年4月から10月に開催される大阪・関西万博（EXPO2025）では、2,820万人の想定来場者数、約2兆円の経済波及効果が試算されている。当万博では、①最先端技術など世界の英知が結集し新たなアイデアを創造発信、②国内外から投資拡大、③交流活性化によるイノベーション創出、④地域経済の活性化や中小企業の活性化、⑤豊かな日本文化の発信のチャンス、を実現することが掲げられるとともに、世界における圏域の認知度向上なども期待されているところである。</p> <p>「関西空港の将来的な航空需要を分析する調査委員会」の試算では万博期間中は年間発着回数上限を上回る見通しがなされており、大阪国際空港を利用しての来阪観光客の増加も考えられ、豊能地域の中小企業にとってもPRの機会増加につながる事が期待できる。</p> <p>本事業においては、商品・製品プランコンテスト&商談会形式で、豊能地域のPRに繋がるような製品・商品の開発・改良を支援していくことを事業の目的とし、万博会場での営業参加を目指すとともに、豊能地域の資源でもある大阪国際空港で「売れる」商品の発掘と開発を行い、万博による国内外からの来阪客の需要の取り込みに繋げられるような支援を実施することで、万博に向けた機運醸成と中小企業の商品・製品開発の動きを支援していきたい。</p>
	<p>支援する対象 (業種・事業所数等)</p> <p>EXPO2025への営業参加に向けて新商品・新製品の開発など新たな取組に意欲のある中小企業を想定し、主として豊能地域の飲食、小売・卸売業を中心に、約200社程度を対象とする。</p>
	<p>実施時期・具体的な内容及び事業手法</p> <p>①公募説明会【人材育成型】 第1部では「2023 空ー1グランプリ in Toyono」の事業説明を説明、第2部ではギフトショップ店長による動向の説明と具体的アドバイス、第3部では既存出展者を交えたパネルディスカッションを実施し、具体的なイメージを涵養する機会とした。 ・実施日時：2023年9月21日 13時～14時30分 ・開催場所：豊中商工会議所4階大会議室およびオンライン ・参加者数：17社20名 ・支援企業数（実績）8社（②・③に計上する者は重複となるため除外している）</p> <p>②エントリーシート作成支援【販路開拓型】 「2023 空ー1グランプリ in Toyono」へのエントリーを希望する事業者のエントリーシート作成を行い、エントリーに繋げた。 ・実施期間：2023年9月1日～10月31日 ・実施方法：対面およびオンライン ・参加者数：24社 ・支援企業数（実績）24社（③に計上する者は重複となるため除外している）</p> <p>③商品・製品プラン作成支援&ブラッシュアップ【販路開拓型】 エントリーシート提出事業者のうち希望する者に対し商品・製品や販売プラン等の参考となるよう支援を実施した。 ・実施期間：2023年9月1日～11月30日 ・実施方法：対面およびオンライン ・参加者数：8社 ・支援企業数（実績）8社</p> <p>④表彰対象者の伴走型支援【ハンズオン型】 ・実施期間：2023年12月12日～2024年3月29日 ・実施方法：対面およびオンライン ・参加者数：3社 ・支援企業数（実績）3社</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	大阪府中小企業支援室経営支援課経営支援グループと連携して事業を推進、公募説明会で府事業の説明や、府実施事業を参加者へPR等実施した。							
	②広域連携	各種事業の告知・募集にあたっては、広域連携の各商工会・商工会議所と連携して会報での告知や各指導員からの個別勧誘による協力を受けた。							
	③市町村連携								
	④相談相乗	カルテ化率 13.9%							
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)	43.0	総支援企業数(実績)	43.0	支援実績率	100.0%	満足率	97.7%
	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)	公募説明会参加者と「2023 空ーIグランプリ in Toyono」応募者を合わせた、全体としての支援事業者は47社、このうちエントリーに結び付いた事業者は39社（50商品）と、当初の想定を若干上回る結果となった。当所および他商工会議所・商工会の会員以外の事業者の参加も多く、事業を広くPRし万博に向けた新商品開発に意欲的な事業者の掘り起こしという成果は達成できたと考えている。また、表彰対象の3社とも空港内ギフトショップでの期間限定販売に結びつけることができ、特にその中の一社は「お土産商品」としての大幅なブラッシュアップにも成功した。							
		代表指標	大阪・関西万博に向けて製品・商品開発に取り組む企業数						
		数値目標	3	実績数値	3	目標達成度	100.0%		
	成果の代表事例	箕面市の事業者が、「2023 空ーIグランプリ in Toyono」への応募のため開発した新商品は、当初は当日～翌日が消費期限と、購入して食べるには良くても「お土産」と考えた場合制約が多いものだったが、本グランプリへの参加と表彰後のブラッシュアップを通じて、賞味期限の延長その他、「お土産」として多くの方が手に取りやすい商品として販売することができた。							
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）	補助事業者数そのほか目標値についてはクリアすることができたが、審査の進め方や関係機関との協力のあり方、エントリーシートのフォーマットその他改善点も多く見つかったため、次年度は仕組みを再検討してより多くの事業者に参加していただけるようにしていきたい。							

【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)	8.0	支援企業数(実績)	8.0	支援実績率	100.0%	満足率	87.5%
	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）	大阪・関西万博に向けて、新たな取組を目指す企業をアンケートで把握する。							
		指標	大阪・関西万博に向けた新規事業への取組を希望する企業数						
	数値目標	3	実績数値	3	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)	24.0	支援企業数(実績)	24.0	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）	大阪・関西万博に向けて商品・製品の開発等に取り組む商品・製品プランコンテスト&商談会へのエントリーを実施した企業数で把握する。							
		指標	エントリーシート作成企業数						
	数値目標	24	実績数値	24	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)	8.0	支援企業数(実績)	8.0	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）	大阪・関西万博に向けて商品・製品の開発や販路開拓等において具体的なプランを作成した企業数で把握する。							
		指標	ビジネスプラン作成企業数						
	数値目標	8	実績数値	8	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④	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）	大阪・関西万博に向けて商品・製品の開発や販路開拓等に向けた取り組みを開始した企業数で把握する。							
		指標	大阪・関西万博に向けて製品・商品開発に取り組む企業数						
	数値目標	3	実績数値	3	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				

豊中商工会議所

事業名		EXPO2025をインバウンドに繋げる事業							
想定する実施期間		2023 年度～ 2025 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>2025年4月から10月に開催される大阪・関西万博（EXPO2025）では、2,820万人の想定来場者数、約2兆円の経済波及効果が試算されている。当万博では、①最先端技術など世界の英知が結集し新たなアイデアを創造発信、②国内外から投資拡大、③交流活性化によるイノベーション創出、④地域経済の活性化や中小企業の活性化、⑤豊かな日本文化の発信のチャンス、を実現することが掲げられるとともに、世界における圏域の認知度向上なども期待されているところである。</p> <p>訪日外客数に目を向けると、新型コロナウイルスの影響で2020年以降の国際的な人の往来は激減してしまっただが、日本政府観光局（JNTO）の2022年12月レポートでは、11月が934,500人と前月498,600人から倍近くの伸びとなり、2019年同月比では4割近くまで回復してきている。2022年10月に日本政府が1日あたりの入国者数の制限を撤廃したことで、インバウンドの本格的な再始動が見えてきた状況である。</p> <p>一大イベントとなる万博（EXPO2025）を、回復が期待されるインバウンドに繋げることで、地域の中小企業がビジネスチャンスを創出できるようにしていくことを事業の目的とし、万博会場でイベントに参画できていない中小企業に対しては、万博開催時期に開催される関連イベントへの出展をはじめ、万博による域外（海外）からの需要の取込みに繋げられるような支援を実施することで、万博とインバウンド対策への気運醸成に向けた動きを創出していきたい。</p>							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	EXPO2025に向けたインバウンド需要の取込み意欲のある中小企業を想定し、主として豊能地域の飲食、小売、宿泊、サービス業を中心に、医療、介護や温泉、交通、観光関連業種などを対象とする。							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>【人材育成型】</p> <p>①「EXPO2025をインバウンドに繋げる対策セミナー」 一大イベントとなる万博（EXPO2025）を、インバウンドに繋げることで、ビジネスチャンスを創出できるように、今後の大阪におけるインバウンドの動き・可能性と海外メディアを通じた情報発信のポイント、海外向けプレスリリースの仕組みについて紹介した。 ・実施時期：2023年10月31日（火）14時00分～16時00分 ・場所：豊中商工会議所及びオンライン ・参加者数：15社、17名 ・支援企業数（実績）11社</p> <p>【人材交流型】</p> <p>②「外国人から学ぶ 誘客（インバウンド）実践交流会」 外国人材を活用したインバウンド向けの商品開発、外国人目線での誘客プロモーション、おもてなし等について、海外と日本の実情に精通した北摂在住の外国人にリアルな意見・アドバイスを聞ける交流会を開催した。 ・実施時期：2023年9月29日（金）15時00分～16時30分 ・場所：信用保証ビル 3F 多目的オフィス（千里中央） ・参加者数：10社、10名 ・支援企業数（実績）10社</p> <p>【ハンズオン型】</p> <p>③インバウンド×サービス（おもてなし）×集客（プロモーション）による現地訪問支援「大阪・関西万博に向けたハンズオンツアー」 アメリカ人ツアーガイド事業者をサポートに迎え、外国人目線で店頭対応・商品・サービス強化のほか、集客（プロモーション）の展開などをトータル的にアドバイスし、大阪・関西万博に向けたインバウンド対策として支援した。 ・実施時期：①2月15日（木）、②2月17日（土） ・場所：豊中市、能勢町、豊能町の参加事業所 ・参加者数：10社、10名 ・支援企業数（実績）10社</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>各事業で万博商談もずやんモールを紹介するなど、大阪・関西万博への参画と気運醸成に向けた啓発を行った。</td> </tr> <tr> <td>②広域連携</td> <td>企画立案運営等の主管業務は豊中が担当。広報・募集の業務は池田・箕面・能勢・豊能と分担。広域実施により豊中以外のエリアの企業にも広く周知することができ参加に繋げることが出来た。</td> </tr> <tr> <td>③市町村連携</td> <td></td> </tr> <tr> <td>④相談相乗</td> <td>支援企業25社のうち2社をカルテ化（8%）した。</td> </tr> </table>		①府施策連携	各事業で万博商談もずやんモールを紹介するなど、大阪・関西万博への参画と気運醸成に向けた啓発を行った。	②広域連携	企画立案運営等の主管業務は豊中が担当。広報・募集の業務は池田・箕面・能勢・豊能と分担。広域実施により豊中以外のエリアの企業にも広く周知することができ参加に繋げることが出来た。	③市町村連携		④相談相乗
①府施策連携	各事業で万博商談もずやんモールを紹介するなど、大阪・関西万博への参画と気運醸成に向けた啓発を行った。								
②広域連携	企画立案運営等の主管業務は豊中が担当。広報・募集の業務は池田・箕面・能勢・豊能と分担。広域実施により豊中以外のエリアの企業にも広く周知することができ参加に繋げることが出来た。								
③市町村連携									
④相談相乗	支援企業25社のうち2社をカルテ化（8%）した。								

	計画に対する実績(数値)	総支援企業数(計画)	35.0	総支援企業数(実績)	31.0	支援実績率	88.6%	満足率	93.5%
事業全体の実績／目標達成度	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	<p>【人材育成型】においては、大阪・関西万博におけるインバウンドの可能性と大阪観光局の取組みについて、また海外メディアを通じた情報発信の仕方について学んでいただくことができた。当セミナーを通じて、①万博に向けて外国人の誘客に取り組むこと、②大阪のインバウンド市場がこれからどうなるかを理解した上での対策、③外国メディアを意識した海外への情報発信、以上のアクションを生むことができた。</p> <p>【人材交流型】においては、北摂に在住する外国人材・多言語人材との交流、大阪・北摂地域のインバウンド実践事例とアイデア出しを行い、今回はニュージーランドと韓国のパネリストからリアルな意見とアドバイスを学んでいただくことができた。受講企業からは「外国の人からみて、商品(メニュー)の見え方が分かり、改善できるものをやっていきたい」といった声を得られた。</p> <p>【ハンズオン型】においては、「大阪・関西万博に向けたハンズオンツアー」として現地訪問型の支援を実施し、アメリカ人ツアーガイド事業者より、大阪・関西万博に向けて実践的でリアルな外国人対応の場に行うことができた。万博からの訪日外国人観光客に受け入れられるであろう新たなサービスの考案、他社との差別化への取り組み、PR動画を発信していくこと、多言語対応することによって外国からの観光客の利便性を向上させること、などの対策を講じるアイデア出しが行われた。</p>							
		代表指標	大阪・関西万博を活用してインバウンド対策を行う企業数						
		数値目標	5社	実績数値	6社	目標達成度	120.0%		
		成果の代表事例	大阪産(もん)のいちじく商品を製造販売されている企業においては、人材育成型のセミナーと人材交流型の交流会に参加をされ、外国人を意識した土産商品作りを進めており、大阪・関西万博を機にしたインバウンド対策への支援に繋がっている。						
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)	目標値(計画)		目標値(実績)		目標達成度			
		<p>人材育成型と人材交流型の事業においては、ともに満足度は高く提供した内容は良好な出来であったが、参加者が7割前後と計画より若干下回ったため、次期に向けて企画については引き続き継続して内容をブラッシュアップするとともに、広報面では訴求力をより高めていけるように改良したい。</p> <p>また、人材育成型セミナーについては受講者の利便性を考えて会場とオンライン配信のハイブリッド型で開催したが、受講者のお声の中にライブ受講だけでなく、オンデマンド型での受講希望もあったため、受講者満足度を上げるためにもセミナー内容に応じて多様な受講方法を提供できるようにしていきたい。</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)	15.0	支援企業数(実績)	11.0	支援実績率	73.3%	満足率	90.9%
	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）	海外メディアへの情報発信の仕方を学ぶことができ、自社、大阪、関西の魅力を世界へ発信していくノウハウを身に付けられた。							
		指標	大阪・関西万博に向けた具体的な参画プランを立てた企業数						
	数値目標	5社	実績数値	9社	目標達成度	180.0%			
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)	15.0	支援企業数(実績)	10.0	支援実績率	66.7%	満足率	90.0%
	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）	外国人から見た日本の魅力、商品の見え方などリアルな感想が分かり、インバウンド対策のアクションを起こされた。							
		指標	大阪・関西万博を活用してインバウンド対策を行う企業数						
	数値目標	5社	実績数値	6社	目標達成度	120.0%			
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)	5.0	支援企業数(実績)	10.0	支援実績率	200.0%	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）	外国人ツアーガイドのサポーターを通じて、外国人集客の各種対策を学んでいただき、大阪・関西万博に向けた準備を後押しすることができた。							
		指標	大阪・関西万博に向けて具体的な参画プランを立てインバウンド対策を行う企業数						
	数値目標	2社	実績数値	3社	目標達成度	150.0%			
その他目標値の実績	目標値（計画）		目標値（実績）		目標達成度				