

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	北大阪商工会議所
	代表者職・氏名	会頭 久門 哲男
	所在地	〒573-1159 大阪府枚方市車塚1-1-1 輝きプラザきらら6階 枚方市立地域活性化支援センター内
	担当者	職・氏名 中小企業相談所長 中島 要
	連絡先	TEL（直通）： 072-843-5154 Fax： 072-841-0173 E-mail： k.nakaiima@kocci.or.jp
①設立年月日	昭和23年4月17日	
②職員数 （うち経営指導員数）	60名（経営指導員30名）（令和6年4月1日現在）	
③所管地域	枚方市・寝屋川市・交野市	
④管内事業所数	18,511事業所（令和3年度経済センサス）	
⑤管内小規模事業者数	11,653事業所（令和3年度経済センサス）	
⑥会員数（組織率）	3,993事業所（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	
<input type="checkbox"/> 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の公表、国会、行政庁等に具申・建議、行政庁等の諮問への答申 ②商工業に関する相談・指導、情報収集・提供、調査研究、講習会又は講演会の開催、施設の設置・維持・運用 ③商品の品質又は数量、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、鑑定又は検査 ④輸出品の原産地証明 ⑤商工業に関する技術又は技能の普及又は検定 ⑥博覧会、見本市等の開催・あっせん ⑦商事取引に関する仲介又はあっせん、紛争に関するあっせん、調停又は仲裁 ⑧商工業者の信用調査、観光事業の改善発達 ⑨行政庁から委託を受けた事務 ⑩社会一般の福祉の増進に資する事業 ⑪上記のほか、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。）を処理し、その他商工会議所の目的を達成するために必要な事業		

<p>(1) 事業の目標</p>
<p>枚方本所・寝屋川支所・交野支所・情報センターに経営指導員を配置し、管内事業者に対して、地域の特性や経営指導員の得意分野を活かした支援を行っていく。当所単独で実施困難な事業については、他商工会議所・商工会との広域連携や大阪産業局をはじめとした各関係支援機関と連携していくことで管内事業者の販路拡大や人材育成・ITの推進に貢献していく。経営指導員の習熟度を向上させることと併せて、幅広い分野の専門家を配置させることで、迅速かつ丁寧に経営課題の解決を図る。</p>
<p>(2) 事業を実施した具体的な内容、方法及び工夫した点</p>
<p>相談事業では前年度に引き続き、補助金申請に必要となる事業計画書の作成支援に注力している。より質の高いアドバイスの提供や経営指導員の全体的な指導スキルの向上を図るため、ミーティング・グループウェアで支援情報や事例を共有させている。管内の創業件数を増加させるため、三市産業支援部門・地域金融機関と連携し、特定創業支援等による支援を実施している。</p> <p>地域活性化事業で実施した「新産業創造プログラム」他では、目標とする支援事業者数を達成するため、ターゲットとしている参加者層に高い関心を持っていただけることを主眼にテーマを設定している他、府施策連携事業においては、企画段階で関連部局とすり合わせを行うことで、事業目的の達成に努めている。</p> <p>また事業への満足度を高めるため、PDCAサイクルを実施することで、企画・運営のレベルアップを図っている。</p>
<p>(3) 事業を実施した効果、所管地域の活性化の状況</p>
<p>相談事業において、事業計画書作成支援に注力したことで、支援件数は423件となり、令和5年度中に公募された小規模事業者持続化補助金においても、当所の支援により309事業者にご申請いただいた。この取り組みにより事業者に経営計画の策定・見直しを実施していただいた他、補助金に採択された事業者は販路開拓に必要な経費の一部が補助されることとなった。</p> <p>創業支援においては、行政・地元金融機関・当所の三者で連携し、創業者・創業希望者を支援したことで「経営・財務・人材育成・販路開拓」など経営に必要な知識・スキルを習得いただいた他、支援証明書交付によるメリットを享受いただいている。</p> <p>地域活性化事業においては新産業創造プログラムで「女性起業家同士の交流会」「事業者とクリエイターとの交流会」を開催している。小規模の交流会ではありつつも、複数回開催することで、参加者同士の取引の創出や、大阪産業局をはじめとした各関係機関の役割を周知するに至っている。</p>
<p>(4) 事業を実施した結果浮かび上がった課題</p>
<p>数年来、国から様々な補助金が公募されており、支援ニーズも補助金に関連したものが多く、経営指導員もこれらに対応する知識・ノウハウを蓄積することを優先させてきたため、支援業務の範囲を拡大させることが課題である。</p> <p>地域活性化事業においては、交流事業の開催による参加者のモチベーション向上やネットワーク構築だけにとどまらず、事業実施をきっかけとした参加者同士の取引件数を増加させることや、起業段階をステップアップさせることが課題である。</p>
<p>(5) 次年度の取り組み</p>
<p>質の高い経営支援を提供することや幅広い分野の相談ニーズに対応するため、経営指導員内での情報共有や意見交換・勉強会の開催をこれまで以上に行っていく他、資格取得の推奨やそれに向けた支援を行っていく。</p> <p>クリエイター活用による成果を、さらに情報発信していくことで、管内小規模事業者が本事業を活用することを促し、デザイン活用やブランド化による競争力強化に向けた取り組みに対し貢献していくことや、事業実施後のフォローを積極的に行うことで、女性起業家の起業段階のステップアップ・女性の社会進出に寄与していく。</p>

3. 経営相談支援事業・専門相談支援事業 北大阪商工会議所

I 経営相談支援事業					
支援のポイント・成果					
<p>令和5年度においては、前年より引き続き小規模事業者持続化補助金が年間4回公募されたことから、申請に必要な事業計画書作成に対する支援ニーズが多かった。また創業相談をはじめとしたその他の相談者に対しても、経営指導員より補助金の活用を提案したことで、事業計画書作成支援の件数を確保している。また質の高いアドバイスを提供することを目的に、補助金に関する情報や支援事例を経営指導員間で共有させている。</p> <p>採択により販促活動の経費が補助されたことだけではなく、これまで事業計画書の作成経験が少ない小規模事業者のSWOT分析・STP分析・マーケティングミックスの検討に対し、親身になったアドバイスを通じ、自社の経営計画の具体化や見直しに貢献している。</p> <p>代表事例 専業農家H 特徴ある野菜を生産し、百貨店や地元飲食店をメインに出荷している枚方市内の専業農家は、売上を増加させるとともに廃棄野菜を減少させ、利益を確保するという課題を有していた。</p> <p>経営指導員が小規模事業者持続化補助金の活用を提案し、栄養分析結果など自社野菜の品質性の高さ及び自社野菜を用いたレシピをSNS上で情報発信し売上増加をさせることや、廃棄野菜を活用した加工食品の開発及び生産効率を高めるための機材導入し、利益率を高めるという事業計画書の作成を支援した。</p> <p>取引先の業種ごとにニーズを洗い出すことやそれらのニーズに対し、自社の強みが活かされた事業計画とすべきことを助言している。</p> <p>支援の結果、専業農家Hの案件は補助金に採択され、売上・利益増加に向けた取り組みに必要な資金の一部が補助され他、自社の現状把握・外部環境・強みの再認識を通じ、今後の経営方針を具体化させている。</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	420	423	100.7%	5
支援機関等へのつなぎ	支援数	14	11	78.6%	4
金融支援（紹介型）	支援数	55	58	105.5%	5
金融支援（経営指導型）	支援数	40	42	105.0%	5
マル経融資等の返済条件緩和支援	事業所	0	0		-
資金繰り計画作成支援	事業所	1	1	100.0%	5
記帳支援	事業所	30	33	110.0%	5
労務支援	支援数	18	16	88.9%	4
人材育成計画作成支援	事業所	1	0	0.0%	1
マーケティング力向上支援	事業所	38	29	76.3%	4
販路開拓支援	支援数	10	6	60.0%	3
事業計画作成支援	支援数	190	214	112.6%	5
創業支援	事業所	46	40	87.0%	4
事業継続計画（BCP）作成支援	事業所	3	3	100.0%	5
コスト削減計画作成支援	事業所	0	0		-
財務分析支援	事業所	0	0		-
5S支援	事業所	0	0		-
IT化支援	事業所	46	52	113.0%	5
債権保全計画作成支援	事業所	0	0		-
事業承継支援	事業所	0	0		-
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	420	423	100.7%	5

II 専門相談支援事業

支援のポイント・成果						
<p>弁護士・税理士・社会保険労務士・中小企業診断士・弁理士の士業の他、MBA取得者・シニア企業OB・マーケティングを得意とする専門家を配置することで、事業者の様々なニーズに対応している。</p> <p>令和5年10月よりインボイス制度が導入されたが、税理士が適切なアドバイスを小規模事業者提供することで、制度導入後の経理処理や取引先との関係に対する不安を払拭させている。</p> <p>MEBICに登録しているクリエイターを令和5年度より当所専門相談員として配置し、ブランディングやSNSを活用した情報発信に関する相談について対応している。</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	相談件数	35	44	125.7%	5
税務相談	継続	相談件数	200	207	103.5%	5
労務相談	継続	相談件数	25	22	88.0%	4
その他相談	継続	相談件数	205	210	102.4%	5

Ⅲ 地域活性化事業										
支援のポイント・成果										
<p>単独事業および当所が幹事となった広域事業8事業の内、半数の4事業を府施策連携事業として大阪府産業部局他と連携し、それらが実施する施策と整合性をもたせた事業の企画・運営を行っている。</p> <p>「新産業創造プログラム」においては、大阪産業局より事業に対し、企画段階での助言や講師の紹介、広報面の協力が得られたことで、目標としていた支援企業数および指標の達成率を大きく上回ることができ、併せて高い利用者満足率を達成している。また北大阪高等職業技術専門校の要請により地活事業での講座数を増加させたことや、技専校が独自で実施するテクノ講座や事業者に対する説明会・見学会にも協力を行い、管内事業者の技専校事業活用を推し進めている。</p> <p>販路開拓事業に注力し、非幹事の広域事業も含め6事業を実施している。いずれの事業も目標とする支援企業数を上回るとともに高い満足率を確保している。展示会事業については事業者のコスト負担を軽減させるため、管内3市が実施する出展料補助金の活用を提案するとともに、3市産業部署に対して事業の有効性を訴えるとともに、事業の維持・拡大を提言している。</p> <p>各事業の広報については会報誌・HP以外に、当所公式LINEの活用、管内3市の広報誌など様々なツールを用いて幅広く広報している。管内事業者に地域活性化事業を周知させ、目標とする支援者数を確保するとともに、事業活用の機会を提供し、経営改善・販路開拓に貢献している。</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	
○	新産業創出プログラム事業	92	142	153.8%	96.1%	有益な情報交換やネットワークを構築できたと回答したセミナーのアンケートから、「法律を遵守し適切に労務管理することがトラブルを未然に防ぐと思った」と回答した企業	80%	95.1%	118.9%	5
○	雇用・労働啓発セミナー	25	28	110.0%	92.3%	「これだけは！」シートをおおむね作成した事業所の数	18	25	138.9%	5
○	BCP策定セミナー	25	18	70.0%	94.1%	集客につながったと答えた商店街数の割合	20	11	55.0%	3
	商店街魅力発掘事業	19	19	100.0%	94.7%	交流会を通じて商談に繋がった事業所数	60%	94.7%	157.8%	5
	ビジネスマッチング交流会開催による販路開拓ネットワークの構築	35	80	228.6%	92.5%	事業課題解決に役立つとしたとする事業所数の割合	5	9	180.0%	5
	課題別人材育成事業	54	77	141.7%	98.6%		90%	100%	111.1%	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	
○	大阪府北大阪高等職業技術専門校活用事業	216	128	59.0%	95.8%	参加事業者の内、業務へ実践出来ると回答する割合	90%	96%	106.4%	3
	小規模事業者向け販促Webサイト構築支援事業	135	150	111.1%	96.0%	上記変化のいずれかの様子が見られ、課題解決策を得て、その対策に取り組んだ事業者の割合	50%	57.9%	115.8%	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。

北大阪商工会議所

事業名		新産業創出プログラム事業							
想定する実施期間		R3 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>当所相談においてニーズが高いと見受けられる「デザイン」「女性起業家」の2つを今年度の主要テーマとして支援機関と連携を図り、新産業創出事業者の掘り起こしを行い、交流会によるネットワークづくりを行う。</p> <p>「デザイン」 中小企業において、デザインの活用やブランド化というのが有効な戦略であるが、クリエイターとつながる場がないといった課題が挙げられる。 MEBICと連携し、管内事業者とクリエイターとが良好な関係を築くための場が必要である。</p> <p>「女性起業家」 女性起業家から、身近に相談できる先輩女性起業家とつながりたいという希望や支援をしてもらえる窓口がほしいとの希望もお聞きしている。先輩女性起業家の体験談を聞く交流会を行い、女性起業家同士のつながりを構築するとともに、交流会の中でLED関西のビジネスプランコンテストを案内、希望者にはLED関西と連携した個社支援を行っていく等、女性起業家を大阪産業局と連携して支援していく。</p>							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	新事業者の中で、「デザイン」「女性起業家」に関する支援を希望される事業者、創業者							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>「大人数制（16人程度）の交流会」（事業者とクリエイターとの交流会をクリエイティブサロンと称す）</p> <p>①令和5年6月2日開催 参加者28名・28社（クリエイティブサロンVol.11「さまざまな『もの』『こと』をつなぐクリエイティブの力」）</p> <p>②令和5年7月24日開催 参加者18名・16社（クリエイティブサロンVol.12「オープンファクトリー交流会」）</p> <p>③令和5年10月13日開催 参加者20名・19社（クリエイティブサロンVol.13「事例で学ぶ デザインの視点を取り入れた販路開拓方法」）</p> <p>④令和6年2月9日開催予定 参加者31名・30.5社（クリエイティブサロンVol.14「貴社の身だしなみ、整っていますか？ ビジネスチャンスを見逃さない！頭(名刺)からつま先(HP)の整え方」）</p> <p>「女性起業家交流会（少人数制の交流会）」</p> <p>①令和5年8月3日開催 参加者13名・13社（LED関西ビジネスプランコンテストファイナリストを講師として実施）</p> <p>②令和5年10月5日開催 参加者10名・10社（LED関西ビジネスプランコンテストファイナリストを講師として実施）</p> <p>③令和5年11月17日開催 参加者14名・14社（LED関西ビジネスプランコンテストファイナリストを講師として実施）</p> <p>④令和6年1月30日開催予定 参加者11名・11社（LED関西ビジネスプランコンテストファイナリストを講師として実施）</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	「デザイン」MEBICに交流会の広報の協力や事業所のデザイン相談のニーズに関するの助言などをいただいた。 「女性起業家」大阪産業局大阪イノベーションハブより、LED関西ファイナリストの講師を紹介していただき、LED関西エンターリー者の掘り起こしを行った。						
		④相談相乗	参加企業に対する2割のカルテ化を目標として設定 実績：支援事業所145件中2件（1.3%）のカルテ化を行った。						
事業全体の実績／目標	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)	141.5	支援実績率	153.8%	満足率	96.4%
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	<p>「デザイン」 クリエイターと事業所の交流会を4回開催した。目標の支援企業数64社に対し、大幅に上回る93.5社が参加した。前半のセミナーでは自社の魅力の伝え方やデザインを活用した販路開拓事例などをテーマとしたセミナーを開催し、デザイン活用の有効性やクリエイターとの協業について学んでいただいた。 交流会においては、交流会参加者の96%が有益な情報交換やネットワークを構築できたと回答いただいております、管内事業所とクリエイターの良好な関係を築く場を提供することが出来た。</p> <p>「女性起業家」 女性起業家交流会を4回開催した。目標の支援人数28人に対し、48人の支援人数という結果となった。 各交流会では、LED関西ビジネスプランコンテストファイナリストを講師としてお招きし、LED関西ビジネスプランコンテストや自身の起業ストーリーを語っていただいた。 参加者には同じ考えや悩みを持つ起業家と交流いただき、参加者同士の情報交換やネットワークを構築に寄与することができた。</p>							
		代表指標	有益な情報交換やネットワークを構築できたと回答した事業者						
		数値目標	80%	実績数値	95.1%	目標達成度	118.9%		

達成度	成果の代表事例	<p>「デザイン」 不動産業 E社 交流会で出会った事業所とクリエイターが協業し、事業所の新店舗オープンにあたってロゴや看板のデザイン制作を取り組んだ。</p> <p>「女性起業家交流会」 サービス業 S氏 交流会にてLED関西のご案内を行い、実際に来所いただき、事業計画書作成をはじめ、エントリーの支援を行った。</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)	<p>「デザイン」 事業者にデザイン活用やクリエイターの協業のメリットを広く普及するために、積極的な事例の発信や事業者目線でのセミナーの開催等の必要があると思われる。</p> <p>また、クリエイター同士の交流会の開催も行い、さらなるネットワーク構築において新たな取り組みを行っていく。</p> <p>「女性起業家交流会」 女性起業家にとって有益な情報取得ができるテーマを選定し、必要な際には個別支援に繋げる等コミュニケーションを図っていく。</p> <p>また、LED関西のエントリー者の掘り起こし、支援を行う。</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)	64.0	支援企業数(実績)	93.5	支援実績率	146.1%	満足率	95.6%
	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)	<p>【デザイン】自社発信のためのデザイン活用について学んでいた。また、クリエイターや異業種の方と交流いただくことにより新たなネットワークを構築いただけた。</p> <p>指標 有益な情報交換やネットワークを構築できたと回答した事業者</p>							
		数値目標	80%	実績数値	94.7%	目標達成度	118%		
	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)	28.0	支援企業数(実績)	48.0	支援実績率	171.4%	満足率	97.9%
	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>【女性起業家交流会】 他の女性起業家と交流いただくことで、自身の課題に気づきモチベーションアップにつなげることができた。</p> <p>また、参加者同士でのネットワーク構築に寄与することができた。</p> <p>指標 有益な情報交換やネットワークを構築できたと回答した事業者</p>							
		数値目標	80%	実績数値	95.8%	目標達成度	119.8%		
	その他目標値の実績	目標値(計画)		目標値(実績)		目標達成度			

北大阪商工会議所

事業名 雇用・労働啓発セミナー

想定する実施期間 H26 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

事業の目的
(現状や課題をどのような状態にしたいか)
毎年、厚生労働省が公表している「個別労働紛争解決制度の施行状況」の最新公表の令和3年度をみると、民事上の個別労働紛争相談件数は複数相談を含め、352,914件あり、うち、解雇・退職勧奨・雇止めは72,138件であった。これに自己都合退職を含めると112,639件となり、「退職」に関する紛争が浮かび上がる。相談におよばないが紛争となったケースはかなりの件数になると推測される。法律のルールを理解し、遵守し、民事トラブルに発展しないための正しい労務管理の運用を企業に提供していただき、職場の安定と紛争で費やす時間・費用等を会社の運用に当てていただくことを目的とする。

支援する対象
(業種・事業所数等)
経営者・管理職・人事労務担当者

事業の概要
実施時期・具体的な内容及び事業手法
○開催日時 令和5年11月8日(水) 午後1時30分～午後4時40分
○開催場所 枚方ビオルネ ビーゴ イベントルームA・B
○実施方法 座学形式 ①社会保険労務士によるセミナー ②大阪府からの事業案内
③大阪府による個別相談会
○講師 社会保険労務士
○セミナーの内容
①社会保険労務士のセミナーから
・法律行為(契約・売買・心裡留保等)・法の優先順位 ・自己都合退職(意味・効力発生・事例等)
・契約満了(適用法令・原則・無期転換・喪失原因等) ・解雇(種類・意味・法的要件・有効要件・判例・予防対策(就業規則の重要性・事前対策)等) ・退職勧奨(意義・トラブル回避等)
②大阪府商工労働部労働環境課から労働改善事業について案内
③大阪府商工労働部労働環境課の個別労働相談 2社

<事業手法(①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果)の具体的な連携・効果を記載>
①府施策連携 6月大阪府の担当者とメール等でセミナーの日時を決定。8月に当所に来ていただき(2名)チラシの内容確認等を行う。10月にメルマガ配信を2回、チラシの設置をしていただいた。セミナー当日は、北河内地区担当の3名来所。セミナーの参加者の中から2社個別相談を行った。
②広域連携
③市町村連携
④相談相乗 カルテ 0件

計画に対する実績(数値)	総支援企業数(計画)	25.0	総支援企業数(実績)	27.5	支援実績率	110.0%	満足率	92.3%
--------------	------------	------	------------	------	-------	--------	-----	-------

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)
セミナーのアンケートから、セミナーに参加された動機(問題点等)について尋ねたところ、何らかの問題が発生したことがあるまたは発生する可能性があるという回答された企業について会社の予防策が参考になった、事例が参考になったとの回答があり、また、法的側面についての理解が進んだ。知識習得のために参加された企業についても会社の予防策が参考になった、有期雇用の考えが変わった等の回答があった。すべての回答の中では、就業規則の重要性についての理解が進み、規程類の充実や見直しを行うという回答が多かった。また、辞めさせることが目的ではなく改善が目的であることがわかった、教育が重要だと思った、今後の従業員との向き合い方に活用できる等の回答をいただき、教育・指導・研修の重要性を分かっていたと思う。セミナーで得た情報を研修の資料にする、関連メンバーで情報共有するという回答もあり活用していただけたと思う。業務に活用できるという回答を多くいただき、一定の成果はあったと思われる。

代表指標 セミナーのアンケートから、「法律を遵守し適切に労務管理することがトラブルを未然に防ぐと思った」と回答した企業数

数値目標	18社	実績数値	25社	目標達成度	138.9%
------	-----	------	-----	-------	--------

成果の代表事例 A社 サービス業 後日の聞き取りから、小規模ではあるが会議を行った際、セミナーの内容を発表して情報共有を図った。セミナーの話は役立ってます、またセミナーの案内をして欲しいとのことであった。

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)
セミナーのアンケートから次回以降のセミナーの希望テーマが何件かは上がってはいるが、一応の目標は達したと思う。当セミナーも平成24年から10回を数え、目的も達したのかなと思う。事業としては一応これで終了としたい。

北大阪商工会議所

事業名		BCP策定セミナー								
想定する実施期間		R2 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)	甚大な被害をもたらす自然災害や依然猛威を振るう新型コロナウイルス感染症など、事業者を取り巻く外部環境は不確実性が高く、多くのリスクにさらされている。そのような環境下において事前の備えが必要であると理解していても、実際にBCPを策定している事業者の割合は様々な調査で2～3割と言われており、策定していない事業者のほうが圧倒的に多い。一方で取り組む意思はあるがなんらかの理由で取り組んでいない事業者も多いことから、事業者のBCP策定段階に応じて知識習得型とワークショップ型の2種類のセミナーを別日で開催することにより関心を高め、全体として幅広く多くの事業者にBCP策定のきっかけ作りや防災意識の向上を図ることを目的とする。								
	支援する対象 (業種・事業所数等)	北大阪管内（枚方市・寝屋川市・交野市）の経営者・管理者・防災担当者								
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>日時：2023年10月26日と11月28日にセミナーを開催。 場所：ビーゴ枚方本店 テーマ：～従業員の安全と事業の継続のために出来ることを今はじめよう！～</p> <p>●1回目：10月26日（木）14:00～16:00 セミナーにて自然災害・感染症のリスクおよびBCP策定の必要性を講師に説明いただき、講師との質疑応答を実施。その後、参加者は超簡易版BCP「これだけは！」シートを記入。 1. 「事業継続計画（BCP）の概要と策定のポイント」 2. 超簡易版BCP「これだけは！」シート策定 参加数：9社10名 アンケート回答数：9社10名</p> <p>●2回目：11月28日（火）14:00～16:00 ワークショップを通じて事業継続と発展のヒントを見つけることをテーマに3つのブースにてワークショップと説明会を実施。 1. 「XR技術を用いた災害時における認知バイアスを考慮した意思決定支援システムの体験」 2. 枚方市の災害リスクとハザードマップの見方を学ぶ 3. 超簡易版BCP「これだけは！」シート策定 参加数：8社8名 アンケート回答数：8社8名</p> <p><事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載></p>								
		①府施策連携	大阪府担当者にセミナー内容を事前確認いただいた。大阪府超簡易版BCP「これだけは！」シート作成を通じて参加者にBCP策定の必要性を実感いただいた。							
		②広域連携								
		③市町村連携	枚方市危機管理部職員に枚方市の災害リスクとハザードマップの見方をワークショップで参加者に説明いただいた。ワークショップ後、参加者の理解は深まった。							
	④相談相乗	カルテ化は実績無し。目標としていた参加事業者の2割のカルテ化は達成できなかったが、「緊急事態に備えてBCPを策定したい」、「防災体験を通じて事業所内レイアウトを見直したい」という声を参加者から聞くことが出来た。								
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)	25.0	総支援企業数(実績)	17.5	支援実績率	70.0%	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)	・参加数が目標25社に対して17.5社18名となり、支援実績率は70.0%となった。今年度は前年度の反省を踏まえて集客力の高い媒体利用、および事業者のBCP策定段階に応じて2回に分けてセミナー開催したことで、一定の参加数を確保出来た。 ・満足度が94.1%となった要因は、参加者が自ら必要とするセミナーを選択できたこと、また他では実施していない体験型のセミナーを用意したことと考える。 ・参加者からは、「BCP策定についてこれから取り組む」や「災害時における意思決定について体験できたことは、今後起こりうるリスクを想定する上での大きな一助となった」などの前向きな意見を聞くことが出来た。								
		代表指標	「これだけは！」シートをおおむね作成した事業所の数							
		数値目標	20.0	実績数値	11.0	目標達成度	55.0%			
	成果の代表事例	<福祉事業者Iからの声> 災害時の意思決定支援システムによる体験を経て、事業所内レイアウトを見直すよいきっかけとなった。								
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)	集客は目標値には達しなかったものの、前年度の反省を生かしたことで目標値の70%を達成することができた。また、参加者の満足度は94.1%と前年度に続き高い結果になった。一方で、代表指標「これだけは！」シートをおおむね作成した事業所の数は目標値の55%と未達成となった。セミナー後半をシート作成の時間にあてたため参加者の集中力が低くなったこと、個別支援が行き届かなかったことが要因と考えられる。今後はセミナープログラムの構成変更や個別支援の充実が必要である。								

北大阪商工会議所

事業名		商店街魅力発掘事業							
想定する実施期間		H29 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>本事業は、商店街・小売市場を取り巻く環境が益々厳しさを増すなか、商店街の魅力向上による地域商業の活性化を目的とする。</p> <p>管内（枚方・寝屋川・交野市）市街地の賑わいの創出は、商業を活性化させるだけでなく、地域コミュニティや高齢者等の社会的弱者の「居場所」や「見守りの場」を作るうえでも重要である。</p> <p>そこで、各商店街の実施する催しやサービスを管内の商店街が共有・連携して、地域にとって魅力的なイベントや催事を企画し、広域かつ集中的・効果的にPRすることで、普段、地域の催事等を気に留めていない潜在顧客の興味をひき、来街者を増やし、商店街・小売市場の活性化を図る。また来街者が増加することで自然と地域コミュニティも形成され、商店街が安心・安全であり、「人々が集う生活になくはない場所」として認知されることで、地域商業の継続的な賑わいも期待できる。</p>							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	枚方市（13）・寝屋川市（27）・交野市（5）の45商店街、市場、市内個店等が対象							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>今回の地域活性化事業の趣旨を説明するため、商店街・商業団体にDMを送付したのち、個別に訪問し説明を行った。その時に商店街として魅力ある事業やサービスを掘り起し、掲載内容・割引特典の内容をコーディネートし、写真撮影・制作・印刷を行った。完成したチラシは、掲載した商店街だけではなく、枚方市・寝屋川市・交野市内の新聞購読者へ配布し、掲載した商店街・商業団体にも設置した。</p> <p>【参加説明会】 令和5年10月5日 会場：北大阪商工会議所 【発行日】 令和5年12月3日発行 【仕様】 B4サイズ フルカラー両面2ページ 【発行部数】 146,000部 【掲載団体数】 19団体 【配布方法】 新聞折込・掲載商店街・商業団体・当会議所窓口等設置</p> <p><事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載></p>							
		①府施策連携							
	②広域連携								
	③市町村連携								
	④相談相乗	支援した商店街に属する店舗の内6店舗のカルテ化を行った。							
事業全体の実績／目標達成	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	19.0	総支援企業数(実績)	19.0	支援実績率	100.0%	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)	<p>商店街・商業団体に対して、地域活性化のため行事・取組み等の情報を発信する情報掲載紙発行に関する説明を7月上旬より、個別に訪問して説明を行った。</p> <p>10月初旬に参加商店街・商業団体に対して事業説明を行った。</p> <p>商店街・商業団体の行事・取組み等を地域に発信することができたと考えられる。</p> <p>また、コロナ感染が収束し、コロナ渦以前の賑わいを取り戻すために、商店街・商業団体の創出と地域活性化につなげることができた。</p> <p>また事業者が、新規顧客獲得のためにチラシを積極的に配布を行ったり、商店街の行事に合わせて新商品のプロモーションに活用するなど、商店街参加による自社PRの新たな手法として利用いただくことができた。</p> <p>そして、満足度に関してはアンケートにより事業の満足度を評価し、5段階評価で配点を定め満足度を集計をした結果、目標を達成する事が出来た。指標に関しては、効果や変化を感じる事が出来たかの問いに対して、期待以上の結果により目標を達成出来たと考える。</p>							
	代表指標	集客につながったと答えた商店街数の割合							
	数値目標	60%	実績数値	94.7%	目標達成度	157.8%			

成 度	成果の代表事例	<p>A商店会：本事業に参加することで商店街予算をかけずに広く当商店街の取組みを告知することができた。また、本事業に参加する上で商店街参加加盟店との会合を持つことができた。個店と商店街の一体感醸成に役立ち、このような集客事業により商店街を露出化できた事は、非常に有用だと感じている</p> <p>B団体：今回、初めて参加させていただき、商店街近隣地区以外の消費者にもお店を知ってもらえ、商品・サービスの提供に結び付けることが出来たと考える。このような状況だからこそ、地域で連携し、お互い支えあいながら事業継続を模索していくことが必要であると感じる事ができた。</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)	<p>商店街魅力発掘事業と関連して各個店への経営支援を行った。また、取組みや行事等の情報公開と発行を合わせることで個店への消費者誘引のため支援を行った。商店街・商業団体の魅力を伝えることで、商店街への来客誘導、取組み・事業等を併せて掲載し、WEBでの公開を行い、告知に重点化した。</p> <p>イベント情報や安心・安全な取組をアナウンスしたことで、消費者に商店街・商業団体の取組を周知することができ、今後も継続して行っていきたいと考えている。</p> <p>商店街の行事等は年末に集中していたが近年秋になり始めた頃にイベントが行われているケースが多くなっていることから、来年度以降については参加商店街・商業団体と調整の上発行時期を決定する必要がある。アフターコロナになって、コロナ渦以前の生活に戻りつつあるが、消費者のライフスタイル（働き方、コミュニケーション等）が変化した。</p> <p>アフターコロナの変化に対応した情報発信を行い、消費者誘致効果を向上させたいと考えている。</p> <p>引き続き、商店街・商業団体の事業所でホームページやSNS等の情報発信をあまり行った事がない事業所において積極的な情報発信ができるようIT化支援等のフォローを行っていく。</p>			

北大阪商工会議所

事業名		ビジネスマッチング交流会開催による販路開拓ネットワーク構築事業																	
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)	コロナウイルス感染症による社会変化により、消費者の行動・事業環境が大きく変化している現況において、地域の事業者にとって、新たなビジネスモデルの構築・販路開拓等が喫緊の課題となっている。そこで事業者が本交流会において情報交換・意見交換できる場を提供することにより参加者がつながり、新たなビジネスモデル構築のヒントを得たり、新規取引先を見つけることを目的として実施。また事業者同士の口コミによる販路拡大（広告効果）をメインに、中長期的にはSNSを活用した販路開拓のためのネットワーク構築やネットワーク上でのビジネスマッチングも促した。																	
	支援する対象 (業種・事業所数等)	大阪府内の中小企業・小規模事業者																	
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	新規取引先・事業連携先の開拓を希望する事業者を商工会議所HPや公式LINE等で募集し、ビジネスマッチング交流会を開催した。交流会では、専門アドバイザー事業に登録している中小企業診断士にコーディネーターとして参加頂き、適切な情報提供やアドバイスを行ったり、関係機関への繋ぎ等を行ったことで参加者の経営力も向上させることができた。日々の営業活動において交流会で知り合いになった事業者を紹介しあえる仕組みの重要性を説明し、交流会以外のビジネスシーンでも、当交流会でのネットワークを活用いただけるようにした。中長期的には上記仕組みを補完するために、参加企業同士のSNSでの連携（コミュニティ作り）を職員主導で行い、販路開拓や事業者連携を進めた。 開催場所：枚方市駅周辺の貸会議室・貸スペース 開催内容：府内小規模事業者によるビジネスマッチング交流会、中小企業診断士がコーディネーターとして参加。 開催手順 <ol style="list-style-type: none"> 職員から交流会の趣旨と開催の流れを説明 中小企業診断士から販路開拓の重要性の説明と経営に関するアドバイス実施 参加者による事業内容や繋がりたい業種などの発表 意見交換を含めた名刺交換会 (お互いが日々の営業で知り合う方々へ紹介してもらいたい事業内容を共有) 経営指導員からの国・府・市の経営に関する施策や支援策等の情報提供 口コミをベースとしたネットワークを補完するためのSNS（FB）への登録依頼 開催日時 <table border="0"> <tr><td>7月20日</td><td>20.5件</td></tr> <tr><td>8月17日</td><td>13.5件</td></tr> <tr><td>10月19日</td><td>17件</td></tr> <tr><td>12月21日</td><td>14件</td></tr> <tr><td>1月18日</td><td>15件</td></tr> </table> いずれも14：00～16：00にて開催								7月20日	20.5件	8月17日	13.5件	10月19日	17件	12月21日	14件	1月18日	15件
	7月20日	20.5件																	
	8月17日	13.5件																	
10月19日	17件																		
12月21日	14件																		
1月18日	15件																		
	<事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載>																		
	①府施策連携																		
	②広域連携																		
	③市町村連携																		
	④相談相乗	参加事業所に対し、1割には満たなかったが0.6割5件のカルテ化支援を行った。																	
事業全体の実績	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)	80.0	支援実績率	228.6%	満足率	92.5%										
	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)	支援実績が228%となった。小規模な交流会を意図していたが、参加希望者が多く、計5回の開催で35社のところ、80社となった。満足率は、80社の内74社が満足・概ね満足と回答している。積極的に参加者同士の交流が図られた結果といえる。交流会を通じて商談につながった企業は5件目標のところ、9件と目標を少し上回る程度であったが、将来的につながりそうであるという回答は70%あり、参加者同士での将来的な関係性の構築に寄与したといえる。 本交流会を通じてビジネスマッチングが有用であると感じられた参加者も多く、自社のマーケティングなども行えた事業者もあり、異業種による販路開拓活動が大切であるという意識変化につながった。																	

項 目 標 達 成 度	代表指標	交流会を通じて商談に繋がった事業所数					
	数値目標	5	実績数値	9	目標達成度	180.0%	
	成果の代表事例	システム開発会社B社 限られた時間の中ではあったが自社事業の商談につながった。自社が行っているサービスのためのセミナーへ集客することができた。					
実施結果	その他目標値の実績	目標値 (計画)		目標値 (実績)		目標達成度	
	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	92%の参加者から満足とのお声をいただいた。今回の交流会から実際どのような商談につながったのか、カルテ化の件数が目標には達していなかったため、事業者のフォローを含めて参加企業とどのように継続的な接点を持つが課題となっている。参加者からの課題もアンケート等で吸い上げる必要がある。また、商談できなかった回答者からのニーズも吸い上げ、結びつきやすい業種毎の開催なども検討する必要がある。					

北大阪商工会議所

事業名		課題別人材育成事業							
想定する実施期間		H25 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・小規模事業者の経営力強化にとって、人材の能力育成が課題である一方で、独自で職場外教育訓練を実施することは、費用などの諸問題により困難であることが見受けられる。そこで地域の経営支援機関である商工会議所・商工会が研修事業を実施することにより、中小・小規模事業者に対する人材育成の場を提供し、その経営力強化を図る。本事業では経営課題別の人材育成事業を実施する。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	全業種を対象とする。 経営課題を認識し、課題解決を目指す中小・小規模事業者の経営者又は社員を対象とする。							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	1回目 「新入社員研修セミナー」 令和5年4月26日(水)10:00～15:00 支援事業所数31.5社 参加者数41人							
		2回目 「コミュニケーション力養成講座」 令和5年11月17日(日)13:00～16:00 支援事業所数45社 参加者数45人							
		<事業手法(①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果)の具体的な連携・効果を記載>							
①府施策連携			②広域連携		③市町村連携		④相談相乗	参加事業者の1割のカルテ化を目標。 結果：カルテ化3件	
計画に対する実績(数値)	総支援企業数(計画)	54.0	総支援企業数(実績)	76.5	支援実績率	141.7%	満足率	98.6%	
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)	総支援企業数目標54社に対して、76.5社の支援を行うことができた。 ○新入社員研修セミナー 「社内コミュニケーションの円滑化」をテーマとし、まずは「好印象な人の特徴」や「第一印象の重要性」などを理解した上で、「笑顔エクササイズ」や「伝わる発声練習」などの実技を交え、「電話対応」や「名刺交換」や「美しい立ち居振る舞い」や「アサーティブコミュニケーション」などを学ぶセミナーを開講した。即日実践可能な内容であった為、若手社員の迅速なスキルアップに繋がった。 ○コミュニケーション力養成講座 コミュニケーション術の中でも「場づくり」を得意とする講師によるセミナーを通じて、新規顧客獲得のための営業術、好印象な接客術、社内外におけるチームビルディング、プライベートも含めた人間関係円滑化等に役立つコミュニケーション力を身に付けて頂き、後半にはそのスキルを実践する為の参加者によるワークショップを開催した事から、営業力や接客力に悩みを抱えた中小企業・小規模事業者の課題解決に寄与する事ができた。							
		代表指標	事業課題解決に役立ったとする事業所数の割合						
	数値目標	90%	実績数値	100.0%	目標達成度	111.1%			
成果の代表事例	新入社員セミナーにご参加された歯科医院Oより 「表情や姿勢、普段名刺交換をする機会がない為、詳しく学べて良かった。アポ取りをする事が多い為、言葉遣いや声のトーンに気を付け、笑顔を意識しようと思う。」といったお声を、参加者の方より頂いた。								
	その他目標値の実績	目標値(計画)		目標値(実績)		目標達成度			
実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	「新入社員研修セミナー」について、令和5年度開催分においては、支援事業所数32社・参加者数41人と多くの方々にご参加頂き、大変満足して頂いた。その中の要望として、「1～2年目の若手社員だけではなく、入社後数年経過した中堅層の社員にも受けさせたい。」といったものが多かった事から、次年度開催分については、対象とする社員の年齢層を広げ、より多くの方が受講できる内容のセミナーにアップデートしていく必要がある。							

【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)	23.0	支援企業数(実績)	31.5	支援実績率	137.0%	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)	新入社員研修セミナー 「社内コミュニケーションの円滑化」をテーマとし、まずは「好印象な人の特徴」や「第一印象の重要性」などを理解した上で、「笑顔エクササイズ」や「伝わる発声練習」などの実技を交え、「電話対応」や「名刺交換」や「美しい立ち居振る舞い」や「アサーティブコミュニケーション」などを学ぶセミナーを開講した。即日実践可能な内容であった為、若手社員の迅速なスキルアップに繋がった。								
		指標	事業課題解決に役立ったとする事業所数の割合							
		数値目標	90%	実績数値	100%	目標達成度	111.1%			
	その他目標値の実績	目標値(計画)		目標値(実績)		目標達成度				
実績／達成度②	計画に対する実績(数値)	支援企業数(計画)	31.0	支援企業数(実績)	45.0	支援実績率	145.2%	満足率	97.8%	
	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)	コミュニケーション力養成講座 コミュニケーション術の中でも「場づくり」を得意とする講師によるセミナーを通じて、新規顧客獲得のための営業術、好印象な接客術、社内外におけるチームビルディング、プライベートも含めた人間関係円滑化等に役立つコミュニケーション力を身に付けて頂き、後半にはそのスキルを実践する為の参加者によるワークショップを開催した事から、営業力や接客力に悩みを抱えた中小企業・小規模事業者の課題解決に寄与する事ができた。								
		指標	事業課題解決に役立ったとする事業所数の割合							
		数値目標	90%	実績数値	100%	目標達成度	111.1%			
	その他目標値の実績	目標値(計画)		目標値(実績)		目標達成度				

北大阪商工会議所

事業名		大阪府立北大阪高等職業技術専門学校 活用事業
想定する実施期間		H25 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)	管内では、平成25年4月に大阪府立北大阪高等職業技術専門学校が津田サイエンスヒルズに開校されており、ものづくり・建築関連事業者の人材育成事業が実施されている。2016年経済センサス（RESAS調べ）において、企業単位における製造業ひとりあたりの労働生産性は大阪府が8,422千円であるのに対し、枚方市7,242千円・寝屋川市6,705千円・交野市6,382円・守口市4,440千円・門真市9,494千円・大東市6,111千円・四條畷市4,493千円となっており、総じて低いため、製造業従業者の生産性を継続して高めていく必要がある。管内事業者に対する人材育成事業を実施し、大阪の成長を支える上で不可欠な基盤である人材を育成・労働生産性を高める事を目的とする。
	支援する対象 (業種・事業所数等)	北大阪商工会議所・守口門真商工会議所・大東商工会議所・四條畷市商工会管内の製造業・建設業をメインとした事業所を支援対象とする。また、事務系職員を対象とした講座にも好評があり、幅広い職種への支援も行う。技術習得講座が多いため、技専校対応可能数をベースに支援企業数を調整していく。
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	①測定基本、誤差の原因対策（前期）令和5年5月10日・11日 7.5社支援 ②中小企業の総務・経理の日常業務入門（前期）令和5年5月12日・15日・17日 16.5社支援 ③建築図面作成のためのJw_cad基礎講座（前期）令和5年5月19日・26日・6月2日 8.5社支援 ④自由研削砥石特別教育 令和5年5月22日・23日 4社支援 ⑤工業簿記入門 令和5年6月1日・5日・7日 6社支援 ⑥安全衛生と機械製図（手書き）令和5年6月13日・14日 7社支援 ⑦宅地建物取引士勉強会 令和5年7月5日・12日・8月9日・30日・9月6日 10社支援 ⑧マシニングセンタ（プログラミング編）令和5年7月12日・13日・14日 4.5社支援 ⑨機械製図（寸法・幾何公差編） 令和5年7月24日・25日 7.5社支援 ⑩3次元CAD入門（SolidWorks2012）令和5年8月9日・23日・30日 6.5社支援 ⑪はじめから学ぶ簿記知識入門 令和5年9月8日・11日・13日 13社支援 ⑫測定基本、誤差の原因対策（後期）令和5年10月2日・3日 4社支援 ⑬機械加工入門（フライス盤・旋盤）令和5年10月24日・26日 3社支援 ⑭中小企業の総務・経理の日常業務入門（後期）令和5年11月8日・9日・14日 9.5社支援 ⑮建築図面作成のためのJw_cad基礎講座（土曜）令和5年11月11日・18日・25日 4社支援 ⑯機械加工（フライス盤・旋盤）技能編 令和5年11月13日・14日・17日 5社支援 ⑰3次元CAD応用（SolidWorks2012）令和5年12月1日・8日・15日 5社支援 ⑱マシニングセンタ（加工・段取り）令和6年1月15日・16日・17日 6社支援
		<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 講座内容・実施時期設定など企画段階より大阪府立北大阪高等職業技術専門学校と十分な協議を行った。また北大阪府立北大阪高等職業技術専門学校が単独で開催する建設系テクノ講座に関して、北大阪商工会議所管内の建設業者に周知・案内を行った。	
	②広域連携 北大阪商工会議所が主幹となり実施。単独事業としては実施困難である商工会議所・商工会が連携することで、その管内事業所に従事する就業者に対して、その能力向上に寄与できた。	
	③市町村連携	
	④相談相乗	

事業全体の実績／目標達成度	計画に対する実績(数値)	総支援企業数(計画)	216.0	総支援企業数(実績)	127.5	支援実績率	59.0%	満足率	95.8%
	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)	<p>○測定基本、誤差の原因対策 測定器を使用した各種測定方法を理解することで、課題実習を通して測定力と効率的な測定方法を習得する機会を提供した。</p> <p>○中小企業の総務・経理の日常業務入門 請求、回収、支払い、小切手、手形、印紙の取り扱いなどを学習していただき、日頃の業務を再点検する機会を提供した。</p> <p>○建築図面作成のためのJw_cad基礎講座 建築事業者に対し、CADを用いた設計を学習させ、作業の効率化に寄与した。</p> <p>○自由研削砥石特別教育 ものづくり系企業の社員の方々を対象に労働安全衛生法に基づく「自由研削砥石の取替作業」の特別教育を実施した。</p> <p>○工業簿記入門 製造業を営む中小企業の生産性向上を図るため、製造業会計の基本的な仕組みを理解し、活用できるような知識習得の機会を提供した。</p> <p>○安全衛生と機械製図(手描き) 若手社員の安全衛生意識を高め、図面の読み方を理解いただいた。</p> <p>○宅地建物取引士勉強会 不動産の関係法令や建築に係る知識について学んでいただいた。</p> <p>○マシニングセンタ(プログラミング編) マシニングセンタ(加工・段取り) マシニングセンタの段取りの流れを通して、加工するまでの作業内容を習得いただいた。 マシニングセンタのプログラムに必要な知識をもとに、プログラムを作成する知識を習得いただいた。</p> <p>○機械製図(寸法・幾何公差編) 機械部品製造における製図に関する業務の効率化をめざして、加工を考慮した図の描き方や寸法記入法について、実際の部品測定による寸法・幾何公差・表面性状を理解し、機械製図の部品図及び組立図に関する実践的な知識、技能を習得いただいた。</p> <p>○3次元CAD入門(SolidWorks2012) 建築及びものづくり事業者に対し設計後のデータが把握しやすくなるよう、ソリッドモデル作成及び解析の基礎を学んでいただいた。</p> <p>○はじめから学ぶ簿記知識入門 経理作業や日常業務で必ず必要とされる経理作業の効率を格段に上げる簿記知識を習得いただいた。</p> <p>○機械加工入門(フライス盤・旋盤) 新規入職者が生産に関われるよう、加工課題をととして汎用フライス盤・汎用旋盤の安全な取扱いを座学中心に学んでいただいた。</p> <p>○機械加工(フライス盤・旋盤)技能編 汎用フライス盤・汎用旋盤の安全な取扱いについての技能を習得いただいた。</p> <p>○3次元CAD応用(SolidWorks2012) 建築及びものづくり事業者に対し、CADを用いた設計を学習させ、作業の効率化に寄与した。</p> <p>上記の講座や周知活動により、北大阪技専校のものづくり人材を育成する産業基盤としての認識を高めた。</p>							
	代表指標	参加事業者の内、業務へ実践出来ると回答する割合							
	数値目標	90%	実績数値	96%	目標達成度	106.4%			
成果の代表事例	<p>機械工作(フライス盤・旋盤)技能編 製造業 N社 「回転数・送り速度・切り込み量など機械加工の3要素の相関図について学ぶことができた。」 「加工の手順と方法を学ぶことができ、今後は業務の効率化を図ることができる」との声をいただき、参加者の技術向上に寄与することができた。</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	<p>課題及び次期以降への取組み(実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)</p> <p>支援数が目標に達する事ができなかった。 幅広い業種への案内、講座受講による知識取得・技術向上の効果を周知することが不足していた。 幅広い業種の会員企業様により講座を活用いただけるよう、事前に年間スケジュールをご案内する等、より一層広報に力を入れていく。</p>								

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

実績／達成度①	計画に対する実績(数値)	支援企業数(計画)	12.0	支援企業数(実績)	7.5	支援実績率	62.5%	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)	測定基本、誤差の原因対策(前期) 測定器を使用した各種測定方法を理解することで、課題実習を通して測定力と効率的な測定方法を習得する機会を提供した。								
		指標	参加事業者の内、業務へ実践出来ると回答する割合							
		数値目標	90%	実績数値	100%	目標達成度	111.1%			
その他目標値の実績	目標値		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)	12.0	支援企業数(実績)	16.5	支援実績率	137.5%	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)	中小企業の総務・経理の日常業務入門(前期) 請求、回収、支払い、小切手、手形、印紙の取り扱いなどを学習していただき、日頃の業務を再点検する機会を提供した。								
		指標	参加事業者の内、業務へ実践出来ると回答する割合							
		数値目標	90%	実績数値	100%	目標達成度	111.1%			
その他目標値の実績	目標値		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)	12.0	支援企業数(実績)	8.5	支援実績率	70.8%	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)	建築図面作成のためのJw_cad基礎講座(前期) 建築事業者に対し、CADを用いた設計を学習させ、作業の効率化に寄与した。								
		指標	参加事業者の内、業務へ実践出来ると回答する割合							
		数値目標	90%	実績数値	85.7%	目標達成度	95.2%			
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④	計画に対する実績(数値)	支援企業数(計画)	12.0	支援企業数(実績)	4.0	支援実績率	33.3%	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)	自由研削砥石特別教育 ものづくり系企業の社員の方々を対象に労働安全衛生法に基づく「自由研削砥石の取替作業」の特別教育を実施した。								
		指標	参加事業者の内、業務へ実践出来ると回答する割合							
		数値目標	90%	実績数値	100%	目標達成度	111.1%			
その他目標値の実績	目標値		目標値		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)	12.0	支援企業数(実績)	6.0	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)	工業簿記入門 製造業を営む中小企業の生産性向上を図るため、製造業会計の基本的な仕組みを理解し、活用できるような知識習得の機会を提供した。								
		指標	参加事業者の内、業務へ実践出来ると回答する割合							
		数値目標	90%	実績数値	100%	目標達成度	111.1%			
その他目標値の実績	目標値		目標値		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)	12.0	支援企業数(実績)	7.0	支援実績率	58.3%	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)	安全衛生と機械製図(手描き) 若手社員の安全衛生意識を高め、図面の読み方を理解いただいた。								
		指標	参加事業者の内、業務へ実践出来ると回答する割合							
		数値目標	90%	実績数値	100%	目標達成度	111.1%			
その他目標値の実績	目標値		目標値		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)	12.0	支援企業数(実績)	10.0	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)	宅地建物取引士勉強会 不動産の関係法令や建築に係る知識について学んでいただいた。							
		指標	参加事業者の内、業務へ実践出来ると回答する割合						
		数値目標	90%	実績数値	100%	目標達成度	111.1%		
	その他目標値の実績	目標値		目標値		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)	12.0	支援企業数(実績)	4.5	支援実績率	37.5%	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)	マシニングセンタ(プログラミング編) マシニングセンタのプログラムに必要な知識をもとに、プログラムを作成する知識を習得いただいた。							
		指標	参加事業者の内、業務へ実践出来ると回答する割合						
		数値目標	90%	実績数値	100%	目標達成度	111.1%		
	その他目標値の実績	目標値		目標値		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)	12.0	支援企業数(実績)	7.5	支援実績率	62.5%	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)	機械製図(寸法・幾何公差編) 機械部品製造における製図に関する業務の効率化をめざして、加工を考慮した図の描き方や寸法記入法について、実際の部品測定による寸法・幾何公差・表面性状を理解し、機械製図の部品図及び組立図に関する実践的な知識、技能を習得いただいた。							
		指標	参加事業者の内、業務へ実践出来ると回答する割合						
		数値目標	90%	実績数値	85.7%	目標達成度	95.2%		
	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⑩	計画に対する実績(数値)	支援企業数(計画)	12.0	支援企業数(実績)	6.5	支援実績率	54.2%	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)	3次元CAD入門(SolidWorks2012) 建築及びものづくり事業者に対し設計後のデータが把握しやすくなるよう、ソリッドモデル作成及び解析の基礎を学んでいただいた。							
		指標	参加事業者の内、業務へ実践出来ると回答する割合						
		数値目標	90%	実績数値	66.7%	目標達成度	74.1%		
	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⑪	計画に対する実績(数値)	支援企業数(計画)	12.0	支援企業数(実績)	13.0	支援実績率	108.3%	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)	はじめから学ぶ簿記知識入門 経理作業や日常業務で必ず必要とされる経理作業の効率を格段に引上げる簿記知識を習得いただいた。							
		指標	参加事業者の内、業務へ実践出来ると回答する割合						
		数値目標	90%	実績数値	100%	目標達成度	111.1%		
	その他目標値の実績	目標値		目標値		目標達成度			
実績／達成度⑫	計画に対する実績(数値)	支援企業数(計画)	12.0	支援企業数(実績)	4.0	支援実績率	33.3%	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)	測定基本、誤差の原因対策(後期) 測定器を使用した各種測定方法を理解することで、課題実習を通して測定力と効率的な測定方法を習得いただいた。							
		指標	参加事業者の内、業務へ実践出来ると回答する割合						
		数値目標	90%	実績数値	100%	目標達成度	111.1%		
	その他目標値の実績	目標値		目標値		目標達成度			

実績／達成度 ⑬	計画に対する実績(数値)	支援企業数(計画)	12.0	支援企業数(実績)	3.0	支援実績率	25.0%	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)	機械加工入門(フライス盤・旋盤) 新規入職者が生産に関われるよう、加工課題をとおして汎用フライス盤・汎用旋盤の安全な取扱いを習得いただいた。							
		指標	参加事業者の内、業務へ実践出来ると回答する割合						
		数値目標	90%	実績数値	100%	目標達成度	111.1%		
その他目標値の実績	目標値		目標値		目標達成度				
実績／達成度 ⑭	計画に対する実績(数値)	支援企業数(計画)	12.0	支援企業数(実績)	9.5	支援実績率	79.2%	満足率	88.9%
	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)	中小企業の総務・経理の日常業務入門(後期) 請求、回収、支払い、小切手、手形、印紙の取り扱いなどを学習していただき、日頃の業務を再点検する機会を提供した。							
		指標	参加事業者の内、業務へ実践出来ると回答する割合						
		数値目標	90%	実績数値	100%	目標達成度	111.1%		
その他目標値の実績	目標値		目標値		目標達成度				
実績／達成度 ⑮	計画に対する実績(数値)	支援企業数(計画)	12.0	支援企業数(実績)	4.0	支援実績率	33.3%	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)	建築図面作成のためのJw_cad基礎講座(土曜) 建築事業者に対し、CADを用いた設計を学習させ、作業の効率化に寄与した。							
		指標	参加事業者の内、業務へ実践出来ると回答する割合						
		数値目標	90%	実績数値	100%	目標達成度	111.1%		
その他目標値の実績	目標値		目標値		目標達成度				
実績／達成度 ⑯	計画に対する実績(数値)	支援企業数(計画)	12.0	支援企業数(実績)	5.0	支援実績率	41.7%	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)	機械加工(フライス盤・旋盤)技能編 新規入職者が生産に関われるよう、加工課題をとおして汎用フライス盤・汎用旋盤の様々な加工技能を習得いただいた。							
		指標	参加事業者の内、業務へ実践出来ると回答する割合						
		数値目標	90%	実績数値	80%	目標達成度	88.9%		
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 ⑰	計画に対する実績(数値)	支援企業数(計画)	12.0	支援企業数(実績)	5.0	支援実績率	41.7%	満足率	80.0%
	目標の達成度(支援企業をどう変化させることができたか)	3次元CAD応用(SolidWorks2012) 建築及びものづくり事業者に対し、CADを用いた設計を学習させ、作業の効率化に寄与した。							
		指標	参加事業者の内、業務へ実践出来ると回答する割合						
		数値目標	90%	実績数値	100%	目標達成度	111.1%		
その他目標値の実績	目標値		目標値		目標達成度				
実績／達成度 ⑱	計画に対する実績(数値)	支援企業数(計画)	12.0	支援企業数(実績)	6.0	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)	マシニングセンタ(加工・段取り) マシニングセンタの段取りの流れを通して、加工するまでの作業内容を習得いただいた。							
		指標	参加事業者の内、業務へ実践出来ると回答する割合						
		数値目標	90%	実績数値	100%	目標達成度	111.1%		
その他目標値の実績	目標値		目標値		目標達成度				

北大阪商工会議所

事業名	小規模事業者向け販促Webサイト構築支援事業
想定する実施期間	H27 年度～ 年度まで ※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること
事業の概要	<p>事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)</p> <p>販路としてWebを活用することが一般的となって久しいが、その手法は進化し続けている。また、コロナに加え円安・物価上昇など企業を取り巻く環境の著しい変化に伴い、Webを活用した販路拡大への必要性が更に高まっている。このような現状で、Webサイトを軸としてインターネットを活用したプロモーションや集客に力を入れ、販路拡大に成功した事例を目にすることが多い。しかし、中小企業とりわけ小規模事業者の場合、人材やスキル等の問題により、最新情報の収集や手法の理解が進まず、必要性を理解しながらもWebサイトの開設に至っていない、あるいは、販路拡大のための効果的な活用が進んでいない状況が依然として見受けられる。Webサイト活用は要点を押さえれば事業者の規模にかかわらず取り組むことができ、小規模事業者にとって強力な販路となり、活用成否は事業への影響が大きい。そこで、当事業では、小規模事業者のWebサイト活用を成功に導くため、Webサイト構築支援と集客プロモーション支援を行う。</p>
	<p>支援する対象 (業種・事業所数等)</p> <p>あらゆる業種の小規模事業者を対象とする。エリアは昨年度と同様に北大阪（枚方・寝屋川・交野）・東大阪・豊中・守口・門真とする。</p>
	<p>●人材交流型 【A】Webサイト構築</p> <p>A-① 戦略策定、サイト基礎構築 経営戦略を意識しWeb集客戦略を立てるとともに、Webの最新動向と効果あるサイト構築に必要な正しい基礎知識を提供した。戦略にそってサイトのベースとなるトップページを中心とした基礎ページを作成いただいた。</p> <p>《北大阪商工会議所（会場：枚方ビーゴ）》 ・2023年6月20日、27日、7月4日、11日 ・2023年10月6日、13日、20日、27日 《東大阪商工会議所（会場：東大阪商工会議所）》 ・2023年8月28日、9月1日、4日、8日 ・2023年10月23日、27日、30日、31日 ・2024年2月19日、22日、26日、29日</p> <p>A-② 販路に活用できるサイト構築 A-① 終了程度の知識前提、Web集客戦略の確認から開始、サイト活用の目標を明確にし、SEO対策や訪問者の動線を考慮した構成の検討、コンテンツへの落とし込みを行い、目標達成に向けてサイト構築または改善を行っていただいた。</p> <p>《北大阪商工会議所（会場：枚方ビーゴ）》 ・2024年2月6日、13日、20日、27日</p> <p>①②とも、ワークにより各種手法の定着を、参加者間のディスカッションにより顧客視点の気づきや新たな強み発見を狙った。最終日には専門家がレビューを行い講座後のブラッシュアップを促した。ページ作成やサイト構築は1人1台のパソコンでCMSを用いて行った。</p> <p>●人材育成型 【B】Webサイト集客プロモーション 集客やプロモーションにサイトを活用する手法について要点を解説しスムーズな実施へと導いた。具体的には、検索エンジン対策・広告によるサイトへの訪問者増、SNSとサイトを連携させたファンづくり促進、それらの実施効果把握（GoogleアナリティクスやSNSインサイト）とPDCAの重要性について、適宜組み合わせたセミナーを行った。講座中にフォローが必要な難易度が高い方を①、座学で理解可能な難易度が低い方を②とした。</p> <p>B-① 《北大阪商工会議所（会場：枚方ビーゴ）》 ・2023年11月27日 ・2024年2月9日 B-② 《北大阪商工会議所（会場：枚方ビーゴ）》 ・2023年11月17日 ・2024年2月15日</p> <p>※【A】【B】とも今年度はコロナが収束したためリアル会場開催のみとした。</p>

		<事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載>							
	①府施策連携								
	②広域連携	北大阪（枚方・寝屋川・交野）・東大阪・豊中・守口門真エリアで事業を展開する。北大阪商工会議所がセミナー内容監修役となり、流行が早いWeb最新動向を考慮したセミナー内容となるように調整する。							
	③市町村連携								
	④相談相乗	セミナー受講によって得られるWeb戦略策定における基本プロセスおよび実践を上手く自社に適用し販促に繋がられるよう、終了後も経営指導員による伴走型継続支援を行う。（カルテ化20%）							
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)	135.0	総支援企業数(実績)	150.0	支援実績率	111.1%	満足率	96.0%
	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>支援企業数内訳 ・北大阪社95社、東大阪35社、豊中3社、守口門真17社</p> <p>参加企業で起きた様々な変化 ・異業種交流により新たな気付きを得られる ・Web販路開拓戦略は経営戦略と連携していることを認識する ・顧客視点で考えることの重要性に気付く ・情報技術や消費者動向の変化に応じた販促の必要性に気付く ・自社の強みの分析等が販路開拓の要因として重要であることに気付く ・新たな販路として活用できるWEBサイトのベースが構築できる ・Webサイトプロモーション手法を理解する ・PDCAによる継続運営の重要性に気付く</p>							
	代表指標	上記変化のいずれかの様子が見られ、課題解決策を得て、その対策に取り組んだ事業者の割合							
	数値目標	50%	実績数値	57.9%	目標達成度	115.8%			
	成果の代表事例	<p>A-① 戦略策定、サイト基礎構築 A社：WEBサイト構築の基礎知識とCMSツールの活用を学んだことにより、自社でWEBサイト構築ができると判断。セミナーで考えたホームページ掲載内容を社内で深掘りし、WEBサイト開設が出来た。その後、サイトへの訪問も増えた、今後はさらに掲載内容を充実させ問い合わせに繋がりたいと積極的。</p> <p>A-② 販路に活用できるサイト構築 Y社：自社の強み・ターゲット・価値を考える方法と、WEBサイトのアクセス解析ツールの基礎知識を学んだことにより、自社WEBサイトの改善内容を決め、集客を図ることが出来た。</p> <p>B Webサイト集客プロモーション O社：各種SNSの特徴や投稿形式を学んだことにより、自社に最適なのはInstagramの動画投稿であると判断。試行した結果、視聴数とフォロワー数が増加。今後は学んだインサイトも活用しながらホームページへの誘導を促し、問い合わせの増加につなげたいと積極的。</p>							
その他目標値の実績	目標値(計画)		目標値(実績)		目標達成度				
実施結果	課題及び次期以降への取組み(実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	<p>販路としてのWeb活用の重要性は小規模事業者も認識しているが、その手法は多岐に渡り、新しいものが次々と登場することから、自社に適した方法の模索を行う事業者が多く見られた。その結果、仕組みの理解や基本戦略立案に関する講座が人気を集め、現状をベースにステップアップを目指す《A-②》への参加数が少なかったと思われる。</p> <p>継続する来年度の《A-②》については「新しい手法を取り入れつつ、現状を改善してステップアップを目指す」というアプローチとし、他商工会議所にも《A-②》参加のメリットを共有し、参加者の募集を促していく。</p>							

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

実績／達成度①	計画に対する実績(数値)	支援企業数(計画)	66.0	支援企業数(実績)	76.0	支援実績率	115.2%	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)	《A-①》 支援企業数内訳 ・実績：北大阪社26社、東大阪35社、豊中2社、守口門真13社 参加企業で起きた様々な変化 ・異業種交流により新たな気付きを得られる ・Web販路開拓戦略は経営戦略と連携していることを認識する ・顧客視点で考えることの重要性に気付く ・情報技術や消費者動向の変化に応じた販促の必要性に気付く ・自社の強みの分析等が販路開拓の要因として重要であることに気付く ・新たな販路として活用できるWEBサイトのベースが構築できる ・Webサイトプロモーション手法を理解する ・PDCAによる継続運営の重要性に気付く							
		指標	上記変化のいずれかの様子が見られ、課題解決策を得て、その対策に取り組んだ事業者の割合						
		数値目標	50%	実績数値	57.9%	目標達成度	115.8%		
その他目標値の実績	目標値(計画)		目標値(実績)		目標達成度				
実績／達成度②	計画に対する実績(数値)	支援企業数(計画)	19.0	支援企業数(実績)	13.0	支援実績率	68.4%	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)	《A-②》 支援企業数内訳 ・北大阪社12社、東大阪0社、豊中1社、守口門真0社 参加企業で起きた様々な変化 ・異業種交流により新たな気付きを得られる ・Web販路開拓戦略は経営戦略と連携していることを認識する ・顧客視点で考えることの重要性に気付く ・情報技術や消費者動向の変化に応じた販促の必要性に気付く ・自社の強みの分析等が販路開拓の要因として重要であることに気付く ・新たな販路として活用できるWEBサイトのベースが構築できる ・Webサイトプロモーション手法を理解する ・PDCAによる継続運営の重要性に気付く							
		指標	上記変化のいずれかの様子が見られ、課題解決策を得て、その対策に取り組んだ事業者の割合(A-①終了程度の知識前提であるため難易度が上がる)						
		数値目標	40%	実績数値	61.5%	目標達成度	153.8%		
その他目標値の実績	目標値(計画)		目標値(実績)		目標達成度				
実績／達成度③	計画に対する実績(数値)	支援企業数(計画)	20.0	支援企業数(実績)	31.0	支援実績率	155.0%	満足率	96.8%
	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)	《B-①》 支援企業数内訳 ・北大阪社30社、東大阪0社、守口門真1社 参加企業で起きた様々な変化 ・異業種交流により新たな気付きを得られる ・Web販路開拓戦略は経営戦略と連携していることを認識する ・顧客視点で考えることの重要性に気付く ・情報技術や消費者動向の変化に応じた販促の必要性に気付く ・自社の強みの分析等が販路開拓の要因として重要であることに気付く ・Webサイトプロモーション手法を理解する ・PDCAによる継続運営の重要性に気付く							
		指標	講座内容を理解し、上記変化のいずれかの様子が見られた事業者の割合						
		数値目標	70%	実績数値	74.2%	目標達成度	106.0%		
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)	30.0	支援企業数(実績)	30.0	支援実績率	100.0%	満足率	96.7%
	目標の達成度(支援企業をどう変化させることができたか)	《B-②》 支援企業数内訳 ・北大阪社27社、東大阪0社、守口門真3社 参加企業で起きた様々な変化 ・異業種交流により新たな気付きを得られる ・Web販路開拓戦略は経営戦略と連携していることを認識する ・顧客視点で考えることの重要性に気付く ・情報技術や消費者動向の変化に応じた販促の必要性に気付く ・自社の強みの分析等が販路開拓の要因として重要であることに気付く ・Webサイトプロモーション手法を理解する ・PDCAによる継続運営の重要性に気付く							
		指標	講座内容を理解し、上記変化のいずれかの様子が見られた事業者の割合						
		数値目標	70%	実績数値	73.3%	目標達成度	104.7%		
その他目標値の実績	目標値(計画)		目標値(実績)		目標達成度				