

平成30年度 事業実績報告書

申請者の概要

申請者	団体名	高槻商工会議所	
	代表者職・氏名	会頭 金田 忠行	
	所在地	〒569-0078 高槻市大手町3番46号	
	担当者	職・氏名	中小企業相談所長 鳥山 茂
		連絡先	電話番号（直通）： 072-675-0484
Fax： 072-675-3466			
		E-mail： toriyama@takatsukicci.or.jp	
①設立年月日 ②職員数 （うち経営指導員数） ③所管地域 ④管内事業所数 ⑤管内小規模事業者数 ⑥会員数（組織率） ※②、④、⑤、⑥については直近の数字を記載のこと		昭和22年7月25日 14名（9名）（平成31年3月31日現在） 高槻市 9,680（平成26年経済センサスデータによる） 6,306（平成26年経済センサスデータによる） 1,964（20.29%）（平成31年3月31日現在）	
□主な事業概要（定款記載事項等）			
(1) 商工会議所として意見を公表し、これを国会、行政庁等に具申または建議 (2) 行政庁等の諮問に応じた答申 (3) 商工業に関する調査研究 (4) 商工業に関する情報及び資料の収集または刊行 (5) 商品の品質及び数量、商工業者の事業の内容その他商工業に係る事項に関する説明、勘定及び検査 (6) 輸出品の原産地証明 (7) 商工業に関する施設の設置と維持及び運用 (8) 商工業に関する講演会及び講習会の開催 (9) 商工業に関する技術及び技能の普及及び検定試験 (10) 博覧会、見本市等を開催し、及びこれらの開催の斡旋 (11) 商事取引に関する仲介及び斡旋 (12) 商事取引の紛争に関する斡旋、調停及び仲裁 (13) 商工業に関して、相談と指導 (14) 商工業に関して、商工業者の信用調査 (15) 商工業に関して、観光事業等の改善発展を図る (16) 社会一般の福祉の増進に資する事業 (17) 行政庁から委託を受けた事務 (18) 全各号に掲げるものの外、本商工会議所の目的を達成するために必要な事業			

高槻商工会議所

(1) 事業の目標

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

一方、地域活性化事業においては、中小企業における人材育成・定着セミナー等の特にニーズが高いと思われるテーマのセミナーを開催するとともに、地域資源の発掘・普及・販売促進に関する事業のほか、創業・起業家支援、事業承継支援、雇用支援等に関する事業を中心に幅広く採り上げ、自治体はじめ公的機関・団体、地元金融機関等と連携を図りながら、着実に実施する。また、近隣会議所等との広域での地域活性化事業も積極的に実施する。

(2) 事業を実施した具体的な内容、方法及び工夫した点

①経営相談支援事業：今年度の支援実績事業所数は268であり、当初計画目標である260をクリアできた。当事業については、潜在的な経営課題への対応という観点から、来所による相談のみならず、当所から事業所へ訪問して代表者等にヒアリングを行うことで、経営課題の掘り起こしを図りながら、課題解決のためのアシストを能動的に行った。また、支援メニューの実績については、創業支援や多くの小規模事業者等が共通の課題としている販路開拓支援や事業計画作成の支援等を中心に行った。特に、創業支援は、昨年度は17件の実績であったが、今年度は、高槻創業支援ネットワーク参加機関と連携し、創業支援施策の更なる普及促進に努めたことなどにより43件に増加した。

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

③地域活性化事業：創業・起業、労働関係、IoT活用等、幅広いテーマの小規模事業者等のニーズの高いセミナーを開催する一方、地元高槻の名産品の普及・販売促進、販路開拓、中小企業の人材確保支援事業、ものづくり企業支援等を中心に地域活性化に資する実効性ある事業を展開した。

(3) 事業を実施した効果、所管地域の活性化の状況

①経営相談支援事業：管内小規模事業者が抱える潜在的な経営課題を当所から能動的に掘り起こし、事業所への訪問等によるヒアリングを基に現場を踏まえた経営実態を把握しつつ、相談内容に応じた適切な指導・アドバイスを実施することで、経営上の疑問点や課題解決に向けた支援を概ね行うことが出来た。

②専門相談支援事業：経営一般、税務、確定申告、金融、労働および専門家相談の6分野で、専門家による相談会および現場での指導を定期的または機動的に実施した。これらの専門分野での課題を抱える事業所の支援後の満足度は概ね良好であり、実質的な経営力向上に貢献することができた。

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

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

(4) 事業を実施した結果浮かび上がった課題

①経営相談支援事業：相談支援事業所数は268であったが、支援メニューとしては、販路開拓支援60件、事業計画作成支援45件、創業支援43件が比較的多い結果となった。これらについては、地域活性化事業等において、特に地元の土産や名産品の普及・販売促進支援、創業を希望する方から創業後間もない方まで総合的な支援、また、国の補助金申請のための事業計画策定支援等を中心として、担当指導員が相談者に密着しつつ親身になって支援した結果である。しかし、一方では、これまで扱ったことがない支援や支援実績の乏しいものもあることから、今後は相談者へ窓口を広げた相談体制を採ることで、様々な潜在的経営課題を掘り起こして対応する必要があると思われる。

②専門相談支援事業：今年度も6つの専門分野での相談会等を定期的実施したところ、年度を通じて、コンスタントに相談申込みがあった。ただし、無料定例相談会の存在は、地元の経営者や市民に浸透しているとは言えず、今後は、さらに当所HP、メールマガジン、会報折込等を通じて幅広くPRに注力していく。

③地域活性化事業：単独事業で4事業、また広域事業では11事業（うち、3事業は当所が幹事団体）の計15事業を精力的に実施した。その結果、各支援事業所に対して、直接又は間接的に経営力の向上とともに、その成長・発展に寄与することが出来た。

支援企業の実績率については、73.3%～152%となり、また利用者満足度は、56.4点～93.5点と一部低いものもあったが概ね良好であった。次年度以降もこれら実績向上のために小規模事業者のニーズに則した事業の企画およびPR方法等について努力する。

(5) 来年度への取り組み

①経営相談支援事業：小規模事業者、中小企業が抱える経営上の潜在的課題についてのニーズを経営指導員が、積極的かつ能動的なヒアリングで掘り起こし、当該事業所に対して、より多面的でフレキシブルな支援を講じることで、特にその強みを伸ばすことにより、経営力の向上や強化に繋がるようアシストする。また、そのためには、指導員自身の資質向上への弛まざる自助努力が前提であり、指導員に要求される能力向上に不断の努力を惜しまないようしたい。

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

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

高槻商工会議所

I 経営相談支援事業

支援のポイント・成果

当年度の具体的な経営相談の推進方法は、昨年度と同様に相談者の来所による窓口相談のみならず、経営指導員が当該事業所に積極的に出向いて、経営者もしくはそれに準ずる相談者とのヒアリングを通じて浮かび上がった経営課題を中心にサービス提案及び各種支援を行うことで、課題解決および経営力の向上に貢献することができた。

個別の経営相談にあたっては、当該事業所が現在直面している最優先課題だけでなく、そこから派生して関連する課題についても可能な限り支援するように努めた結果、支援事業所数の実績は、当初目標260に対して268と、ほぼ予定どおりとなった。

創業支援は、昨年度17件に対して、43件と大幅に増加した。これは、高槻創業支援ネットワーク参加機関と連携し、「産業競争力強化法に基づく特定創業支援事業」など創業支援施策の更なる普及促進に努め、創業を希望する方から創業後間もない方まで総合的な支援に注力した結果である。また、事業計画作成支援は、昨年度29件に対して、45件と増加した。今年度も小規模事業者が商工会議所と一体となって取り組む販路開拓支援「小規模事業者持続化補助金」や「ものづくり補助金」「IT導入補助金」「経営力向上計画」、高槻市の「創業・個店支援事業補助金」など補助金申請や持続的な経営に向けた経営計画の策定など種々事業計画書作成の支援を行った。

代表事例としては、インテリア製品の製造・卸業S社への総合的な経営支援が挙げられる。まず、自社製品のブランド力向上とBtoCによる販路拡大の相談には、「大阪ものづくり優良企業賞2018」への申請を提案し、応募申請書の作成を支援した。同賞認証後は、従業員のモチベーションアップに繋がり、地域活性化事業である「茨木・高槻 匠企業フェア」等各種展示会に出展されるなど認証をきっかけに販売促進活動を積極的に行っている。さらに当所会報へ同社の紹介記事の登載により、広域性ある会社PR・販路拡大が実現できた。

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	265	268	101.1%	5
支援機関等へのつなぎ	支援数	41	41	100.0%	5
金融支援（紹介型）	支援数	21	23	109.5%	5
金融支援（経営指導型）	支援数	34	34	100.0%	4
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	9	11	122.2%	5
記帳支援	事業所	0	0		
労務支援	支援数	26	27	103.8%	5
人材育成計画作成支援	事業所	0	0		
マーケティング力向上支援	事業所	16	13	81.3%	4
販路開拓支援	支援数	60	60	100.0%	5
事業計画作成支援	支援数	44	45	102.3%	5
創業支援	事業所	39	43	110.3%	5
事業継続計画（BCP）作成支援	事業所	0	0		
コスト削減計画作成支援	事業所	0	0		
財務分析支援	事業所	20	19	95.0%	4
5S支援	事業所	0	0		
IT化支援	事業所	0	0		
債権保全計画作成支援	事業所	0	0		
事業承継支援	事業所	1	1	100.0%	3
結果報告	事業所	265	268	101.1%	5

II 専門相談支援事業

支援のポイント・成果

特に小規模事業者・中小企業における専門分野の各種課題解決に向けた個別の相談案件に的確に対応するため、専門相談会等を6分野に亘って実施した。具体的には、金融・経営・税務・確定申告・労働の各専門相談会では、それぞれ日本政策金融公庫、中小企業診断士、税理士、社会保険労務士の各分野の専門家を活用して、当所において予約制無料相談会を年間を通じて定期的・継続的に開催した。また、専門家相談（出張経営相談）では、当該事業所の業種・業態に精通した中小企業診断士等と同行し、店舗等の現場に於いて実情に即した具体的指導を行った。開催回数の内訳は、専門相談会については、金融相談14回、経営相談24回、税務相談7回、確定申告相談2回、労働相談8回、また専門家相談は、40回実施して相談事業所の喫緊の課題解決、売上向上に繋がるアドバイスを的確に行うことができた。

なお、各専門相談における指導件数の実績は、下記のとおりであった。また、当事業は、相談者毎に必要な充分な時間を確保することで、専門家から余裕を持って具体的な指導を受けられる環境を提供した。そのため、かなり深掘りした個別の課題についての質問についても、的確なアドバイスを受けることで、経営上の専門的な課題解決に役立たせることが出来た。

事業名	新規/継続	指標	目標数値	実績数値	達成率	事業評価
金融相談	継続	指導件数	20	23	115.0%	5
経営相談	継続	指導件数	40	42	105.0%	5
専門家相談	継続	指導件数	15	12	80.0%	4
税務相談	継続	指導件数	10	16	160.0%	5
確定申告相談	継続	指導件数	5	6	120.0%	5
労働相談	継続	指導件数	10	10	100.0%	4

高槻商工会議所

Ⅲ 地域活性化事業

支援のポイント・成果

地域活性化事業においては、広域連携事業を含めて15事業を実施した。その内大阪府施策連携事業で単独事業及び広域連携事業で幹事を務めたものについては、大阪府の担当セクションや他商工会議所・商工会と講師選定や内容等について、企画段階から協議・調整を行った。また、広報面においても、それぞれにメールマガジンやホームページへの掲載等によるPRを行うなど連携を図ることにより参加者の申込みを促進した。

特徴的な事業としては、地元百貨店との共催による地域名産品の紹介・販売促進支援、合同就職面接会や求人求職マッチングフェア等の中小企業の人材確保支援事業等、多岐分野に亘った幅広い事業を意欲的に推進し、支援事業所の成長・経営改善等に貢献することができた。また、「起業家育成事業」においては、創業塾の受講生34名のうち、創業後間もない又は創業間近の受講生8名（内6名は創業塾開始以降に創業）は経営知識の習得のほか創業後の不安の払拭や人的ネットワークの形成に役立ち、23名は創業に向けて準備を開始または前向きに検討するなど創業に向けてアクションを起こす契機を提供することができた。さらに、「ものづくり優良企業賞応募企業発掘・支援事業」では、今回初めて「茨木・高槻 匠企業フェア」を開催した。茨木市と高槻市の大阪ものづくり優良企業賞認証企業の13社とMOB I Oなど支援機関6団体が出展し、販路開拓に向けた自社製品・技術力や匠の認証制度についておおいにPRを行った。フェアを通して匠企業が新たなビジネスチャンスを獲得し、新しい一歩を踏み出すきっかけ作りに寄与した。

(1) 単独事業

府施策連携	事業名	支援対象企業	支援企業	支援実績率	利用者満足度(点)	目標の指標	目標値	実績	達成率	事業評価
○	起業家育成事業	25	38	152.0%	89.1	アンケートで今後の経営に役立つと回答した人の割合(%)	90	96.2	106.9%	5
		30	34	113.3%	89.7	創業・創業予定者数の割合(%)	60	71.0	118.3%	5
○	中小企業人材育成・定着支援事業	25	18.5	74.0%	91.3	人材定着に関して具体的な対策を講じると回答した企業割合(%)	90	100	111.1%	5
		20	29	145.0%	93.5	コミュニケーションに関して意識が向上したと回答した人の割合(%)	80	100	125.0%	5
○	高槻求人求職マッチングフェア	25	22	88.0%	56.4	参加企業のうち、書類選考や面接等まで行った企業数	10	7	70.0%	4
						来場者数	70	30	42.9%	3
	"高槻名産品"普及・販売促進支援事業	35	38	108.6%	85.3	アンケートで今後の自社のPR・販売促進に役立ったと回答した出展者の割合(%)	90	76.8	85.3%	4
						アンケートで他店との交流を行えた と回答した出展者の割合(%)	50	68.4	136.8%	5
						購入者数	8,500	8,500	100.0%	5

(2) 広域事業(幹事事業のみ)

府施策連携	事業名	支援対象企業	支援企業	支援実績率	利用者満足度(点)	目標の指標	目標値	実績	達成率	事業評価
○	ものづくり優良企業賞応募企業発掘・支援事業	15	13	86.7%	73.1	名刺交換件数	75	234	312.0%	5
		15	6	40.0%	90.0	経営支援セミナーの参加企業数	30	23.5	78.3%	4
						説明会後のアンケートで、「今後、ものづくり優良企業賞に応募する」 または「ものづくり優良企業賞応募 を検討する」と回答した企業の割合 (%)	50	100	200.0%	5
○	BCP・BCMの普及促進	25	27.5	110.0%	90.9	BCPの策定および・BCM実施を 検討する企業の割合(%)	85	100	117.6%	5
○	IoT活用セミナー	30	22	73.3%	87.8	IoTの概要を学び、導入に向けた意識 が向上した事業所の割合(%)	80	91.3	114.1%	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。

高槻商工会議所

事業名		起業家育成事業								
想定する実施期間		25年度～30年度まで ※複数年段階の実施事業は別紙にて計画を提出すること								
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	管内経済は緩やかに回復しているものの、多くの中小企業・小規模事業者が実感するまでに至っておらず、取り巻く環境は依然として厳しい状況にある。さらに、経営者の高齢化による廃業もあり、新たな事業創出や既存事業の活性化が課題となっている。そこで、当所では、新規創業の促進、廃業防止、地域雇用機会の創出・確保を図り、地域経済の活性化と安定的発展に寄与することを目的として創業塾を開催し、当該地域の対象者に対して、創業に向けて具体的にアクションを起こす契機を提供する。								
	支援する対象 (業種・事業所数等)	対象者は、高槻市内を中心とした近隣の市町村（茨木市・島本町等）在住の創業に関心のある方、創業に向けて準備中の方、創業間もない方。※会場へ受講の為の来所が可能であれば、大阪府下に在住の方も対象とする。								
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<input type="checkbox"/> 創業スタートアップセミナー（人材交流型） ■日時：平成30年7月1日（日）14:00～16:00 ■会場：高槻商工会議所 4階大ホール ■講師：(株)プラクティカルマネジメント 代表取締役 中小企業診断士 福田尚好氏 ■実施内容：【講義】①創業することとは ②創業にむけての心構え ③自己の棚卸し ④創業者の適性診断 ⑤創業に成功する人、失敗する人 ⑥創業までのスケジュール ⑦ビジネスチャンスの発掘【支援施策の紹介】 ■受講者数：25名 <input type="checkbox"/> たかつき創業塾2018（人材交流型） ■日時：（創業塾）平成30年8月18日（土）～9月15日（土）の毎土曜日の計5回開催 各日とも10:00～16:30 （フォローアップ研修）平成31年1月27日（日）13:30～16:30 ■会場：高槻商工会議所 4階大ホール ■講師：(株)プラクティカルマネジメント 代表取締役 中小企業診断士 福田尚好氏 (有)ジェイド・コンサルティング 代表取締役 中小企業診断士 税理士 大庭みどり氏 ■実施内容：①創業の心構えと成功のポイント ②これだけは知っておきたい創業の基礎知識Ⅰ・Ⅱ ②創業体験談を聞く ③マーケティングの基礎知識 ④ビジネスプランの作成Ⅰ～Ⅳ ⑤創業に役立つ公的支援 ⑥ビジネスプランの発表 ■受講者数：34名 <input type="checkbox"/> 新米経営者のための基本スキル習得講座実践編！（人材育成型） ■日時：第1回 平成31年1月9日（水）、第2回 1月23日（水）、第3回 2月6日（水）、第4回 2月27日（水）の計4回開催 第1・3・4回13:30～15:30、第2回13:30～16:00 ■会場：高槻商工会議所 3階会議室 ■講師：(株)プラクティカルマネジメント 代表取締役 中小企業診断士 福田尚好氏 鈴木浩税理士事務所 税理士 鈴木浩氏 ■実施内容：第1回 税務会計実務編①「税金の基礎知識を学ぶ」、第2回 税務会計実務編②「個人事業主が知っておきたい会計・経理の実務」、第3回 広告宣伝・販売促進編「商売繁盛のコツを教えます」、第4回 会社設立編「会社設立の方法と流れを学ぶ」 ■受講者数：38名（内訳：第1回23名、第2回24名、第3回20名、第4回12名 以上延べ79名）								
		<事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載>								
		①府施策連携	商業・サービス産業課新事業創造グループ配信のOsaka起業家応援メールマガジンにて受講者募集の記事掲載を行う。また、セミナーや創業塾で大阪府スタートアップ事業をはじめ府の創業支援施策について説明した。							
②広域連携										
③市町村連携	高槻市との共催にて本事業を実施。市の広報紙「たかつきDAYS」平成30年6月号と7月号に受講者募集の記事掲載を行う。									
④相談相乗	カルテ化の割合は、創業塾の実参加者数34名の内、30名をカルテ化し、目標の50%に対し88.2%であった。									
事業の実績／目標達成度	計画に対する実績（数値） （人材育成型）	支援企業数（計画）	25	支援企業数（実績）	38	支援実績率	152.0%	満足度	89.1	
	計画に対する実績（数値） （人材交流型）	支援企業数（計画）	30	支援企業数（実績）	34	支援実績率	113.3%	満足度	89.7	
	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)	創業塾全体としての満足度について、受講者アンケートに回答した33名中、19名が「満足」、11名が「やや満足」、3名が「普通」と回答した。また、受講後の創業への想いを問う設問に対し、未創業の受講者の31名中、22名が「創業に向けて本格的に準備を始めると回答した。受講者からは、「創業に関する基礎知識を学べた。」、「ビジネスプランを作成することにより、具体的な創業計画を立てることが出来た。」、「受講生の熱を肌で感じ、刺激になった。」などという感想があった。この結果が示すとおり、受講者の満足度は高く、創業に向けてアクションを起こす契機を提供することができたと思われる。								
	指標	（人材育成型）アンケートで今後の経営に役立つと回答した人の割合								
	数値目標	受講者の90%以上	実績数値	96.2%	目標達成度	106.9%				
指標	（人材交流型）創業・創業予定者数									
数値目標	受講者の60%以上	実績数値	71.0%	目標達成度	118.3%					

	成果の代表事例	カフェの開業を目指して兄弟で創業塾に参加されたN氏。以前より、創業の準備を進めていたが、本創業塾でビジネスプランの内容を具体化した。創業塾終了後も講師である福田氏と経営指導員の支援を継続的に受ける。その後、日本政策金融公庫より創業融資を受け、高槻市の補助金制度（店舗改装費）など支援施策を活用し、平成31年2月に店舗をオープンした。					
	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)	たかつき創業塾については、受講者数は目標30名に対し結果は34名であり目標を達成できた。次年度は、より効果的な周知方法を検討し、さらなる受講者数アップを目指したい。また、アンケート結果を分析すると、事業全体では満足度が高く好意的な意見が見受けられる一方で、カリキュラムについて改善を求める声があったので、次年度は内容をより受講者のニーズに則したものとなるよう再検討して本事業を継続する予定である。					

高槻商工会議所

事業名		中小企業人材育成・定着支援事業							
想定する実施期間		26年度～30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)	景気回復の兆しが見え始め、大企業を中心に、積極的な採用活動が展開されている。そのような中、中小企業にとっては学生を含む若年者の獲得は、大きな課題となっている。さらに、採用しても3年以内に離職する社員の割合は約3割程度と大きく、今後は、いかに若手社員を定着させ、事業成長を図っていくかが重要である。そこで、若手社員の定着率を向上させるノウハウの修得や人材育成、雇用に関する助成金活用に関するセミナーを開催する。セミナーでは、グループワークを取り入れ、受講者間での問題意識の共有や解決を目指す事業を開催する。また、若手社員が定着するためには、経営者や人事担当者等のみの問題だけでなく、若手社員自身のビジネススキル向上が必要であるため、若手社員向けコミュニケーション力向上セミナーを開催する。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	中小企業経営者、管理職、総務・人事担当者、個人事業主、若手社員							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>□経営者・人事担当者のための「若手社員定着率向上セミナー」(人材交流型)</p> <p>■日時：平成30年10月4日(木)・11日(木)・18日(木) 13:30～16:30</p> <p>■会場：高槻商工会議所 4階大ホール</p> <p>■講師：天野社会保険労務士事務所 代表 天野 勉 氏</p> <p>■実施内容：①3年以内に辞める若者のホンネと中小企業ができる対策②自社にとっての「いい人材」とは？～定着につながる採用活動～③活用したい助成金情報④若手社員が気になるワークライフバランスとは～中小企業の実態と勘違い社員への対応策⑤若手社員を依存から自立へ導くために必要なこと⑥アンガーマネジメントと叱り方～「パワハラ」と言われない指導法～⑦チーム力を活かす「承認」とリーダーシップ⑧組織づくりのための真・報連相～できるリーダーの仕事の進め方～⑨自社でかんたん！評価制度のつくり方～自ら決めた評価基準が人を育てる～</p> <p>セミナーでは、講師による講義だけではなく、グループワークや受講生と講師の対話により問題解決に取り組む双方向型の研修を行った。 ※講義後に個別相談会を開催</p> <p>■参加者数：18事業所18名(内訳：10月4日(木)10事業所10名、11日(木)12事業所12名、18日(木)8事業所8名)(支援対象企業は18、5事業所)</p> <p>□「若手社員向けコミュニケーション力向上セミナー」(人材育成型)</p> <p>■日時：平成31年2月5日(火)・12日(火) 13:30～16:00</p> <p>■会場：高槻商工会議所 4階大ホール</p> <p>■講師：天野社会保険労務士事務所 代表 天野 勉 氏</p> <p>■実施内容：①コミュニケーションの基本と聴き方、伝え方②報・連・相が大事な理由(チームワークが業績を生む)③信頼関係を構築するコミュニケーションとは④協調と同調の違い(組織に貢献する協調性とは)⑤フォローとして上司を補佐する⑥組織への関わり方と依存型からの脱却⑦アサーティブコミュニケーションのコツ⑧イラっとしたときのアンガーマネジメント⑨社外(お客様との)コミュニケーションのポイント</p> <p>セミナーでは、講師による講義だけでなく、他社の同世代の若手社員と共に具体的な事例を交えた1名対1名のロールプレイング、グループワークや受講生と講師の対話により社内外のコミュニケーションについて、意識向上に取り組む双方向型の研修を行った。</p> <p>■参加者数：24事業所43名(内訳：2月5日(火)30事業所37名、12日(火)19事業所30名)(うち、支援対象企業数29事業所40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	就業促進課企業支援グループの担当者と、連絡を密に取り合いセミナーを実施した。また、商工労働部配信のメールマガジンにて、本セミナーのPR記事掲載を行った。							
	②広域連携								
③市町村連携									
④相談相乗	若手社員定着率向上セミナー終了後、講師による若手社員の人材定着に関する個別相談会を開催したところ10月4日(木)、11日(木)、18日(木)の3日間で合計5事業所が利用し、カルテ化した。カルテ化企業の割合は、目標の10%に対し27%であった。								
事業の実績/目標達成度	計画に対する実績(数値)(人材交流型)	支援企業数(計画)	25	支援企業数(実績)	18.5	支援実績率	74.0%	満足度	91.3
	計画に対する実績(数値)(人材育成型)	支援企業数(計画)	20	支援企業数(実績)	29	支援実績率	145.0%	満足度	93.5
	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)	若手社員定着率向上セミナーの受講者アンケートでは、今回のセミナーを受講しての満足度について、10月4日(木)で10名中5名が満足、4名がやや満足、11日(木)で12名中9名が満足、3名がやや満足、18日(木)8名中4名が満足、4名がやや満足と回答し、参加者全体の満足度は91.3%であった。また、セミナー受講後の自社(自店)の変化について問う設問に対し、10月4日(木)で6名が、11日(木)で5名、18日(木)で7名が若手社員の人材確保・定着について情報やアドバイスを得ることができ、自社で取り入れたいと回答した。この結果が示すとおり、受講者に対して、新たな気づきや取組みのきっかけを与えることができたと思われる。一方、若手社員向けコミュニケーション力向上セミナーの受講者アンケートでは、2月5日(火)で34名中24名が満足、9名がやや満足、12日(火)で28名中20名が満足、7名がやや満足と回答し、参加者全体の満足度は93.5%であった。また、セミナー受講後の自身の変化について当てはまるものを選択せよ(複数回答可)という設問に対し、2月5日(火)で41名が、12日(火)で36名が社内外コミュニケーションの重要性の認識や自身で取り組むべき課題が掴めたと回答した。この結果が示すとおり、受講者に対して、新たな気づきや取組みのきっかけを与えることができたと思われる。							
	指標	人材定着に関して具体的な対策を講じると回答した企業割合							
	数値目標	90%以上	実績数値	100.0%	目標達成度	111.1%			
指標	コミュニケーションに関して意識が向上したと回答した人の割合								
数値目標	80%以上	実績数値	100.0%	目標達成度	125.0%				

	<p>成果の代表事例</p>	<p>アンケートの集計により、「アンガーマネージメントについて活用したい」3社、「若手OJTに活用したい」1社、「持ち味カードを活用したい」1社、「若手社員の依存から脱却へ（わかればやる）が非常に参考になりました」1社等、新たな気づきや取組みのきっかけを与えることができた。現在のところ、人材確保・定着に関する具体的な事例は掌握できていないが、今後成果に繋がると思われる。</p>					
	<p>その他目標値の実績</p>	<p>目標値 (計画)</p>		<p>目標値 (実績)</p>		<p>目標達成度</p>	
<p>実施結果</p>	<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>支援企業数は、目標25社に対し結果は18.5社となった。非常に関心のあるテーマだったので、参加者全体の満足度が91.3%と好調であった。その要因の一つは、昨年度の受講者アンケートの中でパワハラと言われない指導法や若手社員のやる気を引き出す方法を学びたいという回答があり、そのことを踏まえてカリキュラムを変更したことと思われる。次年度は、若手社員が定着するためには、経営者や人事担当者等のみの問題だけでなく、若手社員に直接指導にあたる中堅社員や若手社員自身のビジネススキル向上が必要であると感じたため、中堅社員や若手社員向けのコミュニケーション力向上セミナーを開催し、講師の選定を含めたカリキュラムの変更により、受講者の更なる満足度を図りたい。</p>					

高槻商工会議所

事業名		高槻求人求職マッチングフェア																																							
想定する実施期間		23 年度～ 30 年度まで ※複数年度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)	大阪府の平成29年10月の有効求人倍率は1.65と平成以降最高値を更新。また、完全失業率は3.6%（同年7月～9月平均）と前期比よりは低下しているが、全国値2.8%（同年10月）に比べると高い値となっている（大阪労働局調べ）。このような超売り手市場では大企業に人材が集中するなか、地元の中小企業・小規模事業者にとっては単独で求人を募集しても有能な人材の確保は難しく実際に募集しても人が集まらないと言う声が多い。当イベントは、少しでも有能な人材を求める企業側とより良い職場を求める求職者の両者を結び付ける機会を提供し、中小企業・小規模事業者の雇用確保と求職者の雇用促進を図ることを目的とする。																																							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	業種を問わず人材採用を検討している中小企業・小規模事業者の経営者や採用担当者と求職者（全年齢）																																							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>■開催日：平成30年7月12日（木）</p> <p>■時間：12：45～16：00</p> <p>■会場：高槻市立生涯学習センター1階、3階</p> <p>■参加企業：24社（支援対象企業数22社）</p> <p>■求職者：30名</p> <p>■内容：合同企業説明会、オープニングセミナー 戦略的な就活コンサルティング、就労・生活応援ブース、就活メイク講座</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">大阪府総合労働事務所と連携し、求人企業募集や説明会などPR面で連携を図った。</td> </tr> <tr> <td>②広域連携</td> <td colspan="7"></td> </tr> <tr> <td>③市町村連携</td> <td colspan="7">当所とともに企業説明会を運営し、求人企業募集、求職者への告知等を行った。</td> </tr> <tr> <td>④相談相乗</td> <td colspan="7">カルテ化の状況は、支援対象企業数22社に対して2社。目標の20%に対して9.1%であった。</td> </tr> </table>								①府施策連携	大阪府総合労働事務所と連携し、求人企業募集や説明会などPR面で連携を図った。							②広域連携								③市町村連携	当所とともに企業説明会を運営し、求人企業募集、求職者への告知等を行った。							④相談相乗	カルテ化の状況は、支援対象企業数22社に対して2社。目標の20%に対して9.1%であった。						
	①府施策連携	大阪府総合労働事務所と連携し、求人企業募集や説明会などPR面で連携を図った。																																							
	②広域連携																																								
③市町村連携	当所とともに企業説明会を運営し、求人企業募集、求職者への告知等を行った。																																								
④相談相乗	カルテ化の状況は、支援対象企業数22社に対して2社。目標の20%に対して9.1%であった。																																								
計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	25	支援企業数(実績)	22	支援実績率	88.0%	満足度	56.4%																																	
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>会場は昨年と変更して高槻市立生涯学習センターで行い、応募企業数は大阪府内より30社と当初予定を超えたが、スペースの関係で25社に絞り説明会を開催した。ただ、直前に1社キャンセル、一部支援対象とならない企業があり、最終の支援企業は22社となった。</p> <p>当日の来場者総数は30名、オープニングセミナーは6名、戦略的コンサルティング4名、就労・生活相談ブース1名、就活メイク講座10名が参加した。（重複含む）</p> <p>満足度については、企業アンケート集計から、面接者が多い企業は概ね満足度が高い傾向が見られた。すなわち、全体的には、「満足」2社、「やや満足」5社、「普通」6社、「やや不満」5社、「不満」4社となった。</p> <p>また、来場者数が少ない中で、D社に14名、T社に9名の求職者が訪れる一方、求職者が1名も訪れない企業は8社あり、企業間で大きな差がみられた。</p> <table border="1"> <tr> <td>指標</td> <td colspan="7">参加企業のうち、書類選考や面接等まで行った企業数</td> </tr> <tr> <td>数値目標</td> <td>10</td> <td>実績数値</td> <td>7</td> <td>目標達成度</td> <td colspan="3">70.0%</td> </tr> </table>								指標	参加企業のうち、書類選考や面接等まで行った企業数							数値目標	10	実績数値	7	目標達成度	70.0%																			
指標	参加企業のうち、書類選考や面接等まで行った企業数																																								
数値目標	10	実績数値	7	目標達成度	70.0%																																				
成果の代表事例	来場者数が少ない中、書類選考企業数8社（12名）、面接を行った企業数は2社（4名）であった。結果としては内定・採用はなかったものの、その中でD社は当日14名の訪問者があった。最終的には採用に結びつかなかったが、希望する人材や来て欲しいと思う人材が見つかるなど満足度は高かった。																																								
その他目標値の実績	目標値(計画)	70	目標値(実績)	30	目標達成度	42.9%																																			
		来場者は30名、企業ブースには延べ55名の訪問があった。1企業訪問数平均が2.29名、最高が14名であった。昨年より来場者数は微増したが、延べ人数は減少した。																																							
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>企業側の参加意欲は高く応募段階で30社と予定数を超えたが、スペースの関係もあり最終24社（1社直前でキャンセル）で実施した。今回は対象者を広く一般求職者として、間口を広げ、会場もJRや阪急の駅に近い高槻市役所で行った。時期も7月平日の開催とし、広報も金融機関の窓口にポスターやチラシを配架して集客を図るも十分に浸透しなかった。また、6月には大阪北部地震、7月には豪雨災害と天災が続いたこと、その後は猛暑となったことで、求職者のマインドが低下したのも一因ではないかと考えられる。</p> <p>大企業を中心に景気が回復し、求人倍率の上昇、完全失業率の低下、人手不足もあり雇用環境は売り手市場が続いている。しかし、中小企業にとっては、自社単独ではマッチングの機会がなかなか設定できないため、その機会創出の場が必要であると思われる。当事業は継続して実施するが、今までの反省も踏まえ、次回は面接会を主体でイベントを開催する。</p>																																							

平成30年度小規模事業経営支援事業 地域活性化事業実績報告書

事業名		“高槻名産品”普及・販売促進支援事業							
想定する実施期間		22 年度～ 30 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)	高槻市内には地域として誇れる地元名産品を製造・販売する事業所が点在しており、それら事業所は小規模・零細事業所である事から、自社の商品を効果的にPRする事は困難であり、販売場所や販売機会においても限界があるといえる。そこで、これら店舗を地元百貨店で一堂に出展して、販売機会を提供する事により、地元名産品の認知度の向上と販売促進を支援する事を目的とする。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	高槻市内に所在し、地域として誇れる飲食料品・工芸品等を製造・販売する事業所を対象とし、約35事業所を目標とする。							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>■催事名：高槻ご当地味めぐり</p> <p>■開催時期：10月4日（木）～10日（水）</p> <p>■会場：西武高槻店 4階催事会場</p> <p>■出展事業所：40店（支援対象企業38店）</p> <p>■売上合計：1,890万円（前年比115.3%）</p> <p>西武百貨店との共催で、地元名産品に特化した物産展として開催した。なお、出展事業所の募集については、当所会報及び高槻市広報誌等での出展募集の他、経営指導員の候補事業所への訪問等による直接的勧誘を積極的に行った。</p>							
	①府施策連携								
	②広域連携								
③市町村連携	高槻市の後援を取って、市が発行する高槻市広報誌を通じて同催事の周知活動を行った。								
④相談相乗	事業所への出展要請のヒアリングを基に、特に販路開拓に関するアドバイスをを行いカルテ化した。カルテ化は当初計画の20事業所に対し、実績は10事業所（50%）であった。								
計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	35	支援企業数(実績)	38	支援実績率	108.6%	満足度	85.3	
事業の実績／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>支援企業目標35事業所のところ、実績は38の事業所であり、実績率108.6%であった。当事業は市内各地域に点在する事業所を地元百貨店に集約して催事を実施したものであったため、出展者にとって店舗や商品の効果的なPRに繋がったといえる。</p> <p>これはアンケート結果において、76.8%の事業所から「PR・販売促進に役立った」との回答を得ており、その証左となっている。また、販売場所・販売機会の提供の観点からは、目標の売上高に対する実績の満足度は67.9%で昨年の42.5%を上回った。また、次回出展については26事業所が希望する結果となった。今回は、10回目と記念になる年で、新規事業所が20店出展し、当催事終了後、来店客が増加して売上も右肩上がりに増加している事業所も多く、当事業が出展事業所に対するPR効果と、それに伴う新規顧客による売上向上に繋がっているといえる。</p>							
		アンケートで今後の自社のPR・販売促進に役立つと回答した出展者の割合							
	数値目標	90%以上	実績数値	76.8%	目標達成度	85.3%			
		アンケートで他店との交流を行えたと回答した出展者の割合							
数値目標	50%以上	実績数値	68.4%	目標達成度	136.8%				
成果の代表事例	<p>今回、第10回記念として、北摂エリアの阪急沿線からのお店も新規出店し、イトインでも楽しめるごちそうグルメも多数登場した。また、記念のイベントとして限定品もあるので、ビールやワインなどドリンクとともに飲食出来るようにした。イベント限定のスイーツやパンなどを販売した結果、開催から5日間で前回売上を大きく達成することが出来た。魅力ある出店事業所を新規に誘致したことが売上向上策につながる結果となった。</p>								
その他目標値の実績	目標値(計画)	購入者数8,500名	目標値(実績)	8,500名	目標達成度	100.0%			
実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	<p>今回で10回目となる記念の事業であったが、エンドユーザーへの浸透は来場者数からも十分なされていると思われる。これは事業所PRの点から考えると大変効果的であるといえる。日常自店で販売している「定番商品」よりも、むしろ「催事期間限定商品」に人気が集まったことから、再度、出展者に対して「催事限定商品」に注力することを奨励して、今後も今回の売上を更新ができるように、魅力ある新規出店者の発掘や店舗PRに注力していきたい。</p>							

高槻商工会議所

事業名	ものづくり優良企業賞応募企業発掘・支援事業
想定する実施期間	30 年度～ 30 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)
	支援する対象 (業種・事業所数等)
	実施時期・具体的な内容及び事業手法
	①府施策連携 ②広域連携 ③市町村連携 ④相談相乗
大阪府内ものづくり中小企業・小規模事業者は、優れた技術や製品を生産しているにもかかわらず、日常業務に追われ、それを有効活用するノウハウを持ち合わせていない企業が多い。そこで当所では、高槻市内を中心とした府内ものづくり中小企業が持つ経営課題に対し、大阪の産業の活性化と地域社会に貢献する「大阪ものづくり優良企業賞」に関する説明会の開催及び受賞に向けた個別支援を実施する。優れた技術力や品質管理等を持ち、市場での高い評価が期待できる優秀な「ものづくり中小企業」を発掘し、販路開拓等に繋げる。	
主に中小企業・小規模事業者(但し、ものづくり優良企業賞の申請については、大阪府内に本社を有する中小企業者で、業種が製造業または組込ソフトウェア業として、工業製品の設計、製造技術に関連する事業を営む会社または個人(創業または事業開始から3年以上を経過した事業者)に限る)	
I. 茨木・高槻「匠企業」フェア 茨木市・高槻市の【大阪ものづくり優良企業賞】認証企業(匠企業)から出展を募り、共同で匠企業のPRを行い、販路開拓のための展示商談会を開催した。 ■開催までのスケジュール 9月～10月 出展者募集 11月 出展者決定 12月 出展者説明会 ■開催日：平成31年2月20日(水) 10:00～16:30 交流会17:30～19:00 ■会 場：立命館いばらきフューチャープラザ1階イベントホール(交流会のみ茨木商工会議所会議室) ■実施内容： ①茨木・高槻「匠企業」フェア 匠企業ブース展示13社(内訳：高槻10社、茨木3社)、支援機関ブース展示(MOBIO、立命館大学、茨木市・茨木商工会議所、高槻市・高槻商工会議所)、匠企業の紹介ボード、来場者数101名 ②匠企業のイノベーションセミナー(匠企業フェア内で開催) テーマ：「イノベーションをはばむ壁をどう突破すればよいのか?～中小企業の優れた事例から並ぶ～」 講 師：立命館大学大学院テクノロジー・マネジメント研究科 教授・研究科長 名取隆 氏 支援対象企業数：23.5社25名 II. 「大阪ものづくり優良企業賞2019」応募準備説明会 ■開催日：平成31年3月14日(木) 14:00～16:00 ■会 場：高槻商工会議所 3階第1・第2会議室 ■実施内容： ①2018年度の実績企業の取組事例：(有)シンメ 真目芳美 氏、高槻商工会議所 コーディネーター 森茂治 氏 ②2019年度の募集説明、質疑：大阪府商工労働部中小企業支援室ものづくり支援課 販路開拓支援グループ職員 ■支援対象企業数：6社6名 ※各説明会後に応募予定企業に対し、6月の応募締切に向けて申請書作成方法等に関する個別支援を行う予定である。	
<事業手法(①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果)の具体的な連携・効果を記載> ①府施策連携 ものづくり支援課 販路開拓支援グループの担当者と実施内容について企画段階から連携を図りながら運営を行った。また、商工労働部、MOBIO等の配信メールマガジンにてPR記事掲載を行った。 ②広域連携 当会議所と広域連携である茨木商工会議所の担当者と企画段階から打合せを重ね、チラシの作成は当所が行い、双方でPRに努めた。チラシ配布、HPや広報誌への掲載、メルマガ配信等のPR面で連携を図った。開催当日は各所担当者が協力して運営を行った。 ③市町村連携 茨木市・高槻市の後援を受け、市のメルマガや広報にてPR記事掲載を行った。また、高槻市ものづくり企業交流会などの会合において周知ご協力いただいた。 ④相談相乗 2018年に開催した説明会終了後、大阪ものづくり優良企業賞に応募予定企業に対し個別支援を行い、当所が支援した3社、茨木が支援した2社ともに匠企業として受賞された。2019年募集分に関しては応募締切が6月14日までとなっており、応募予定企業が数社あるため引き続き支援を継続する。	

事業の実績／目標達成度	計画に対する実績(数値)	支援企業数(計画)	15	支援企業数(実績)	13	支援実績率	86.7%	満足度	73.1		
	計画に対する実績(数値)	支援企業数(計画)	15	支援企業数(実績)	6	支援実績率	40.0%	満足度	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)	<p>2019年2月開催の茨木・高槻「匠企業」フェアについて、開催後1か月に実施したフォローアップ調査によると、商談成果(成約)の合計件数は11件、合計金額は40万円、名刺交換件数は合計234件であった。その中には、匠企業同士の交流から商談に発展した案件もあった。しかし、開催から期日が経っていない中で調査であったため、商談継続中が比較的多く、成約にまで至っていないケースが少なからず見受けられた。</p> <p>出展者の約42%が「他社の新製品・商品・技術・事業への取り組みを知ることができた」、約32%が「異業種企業などからのアドバイスを得ることができた」と回答するなど、特に情報収集において本事業が役立ったとうかがえる。また、約23%が「販路拡大イベントへの参加意欲が増した」、約18%が「異業種との交流意欲が増した」、約27%が「展示商談会の出展ノウハウを習得することができた」との回答から、販路開拓に対する意識向上に貢献したと考えられる。</p> <p>また、フェア内で開催したセミナーに関して、支援企業数は、目標30社のところ実績が23.5社であった。受講者アンケートでは、セミナーの内容に関する満足度は、25名中16名が満足、6名がやや満足、3名が普通と回答し、参加者全体の90.4%が満足と良好であった。</p> <p>また、2019年3月には説明会を開催し、支援企業数は、目標15社のところ実績が6社であった。参加者アンケートでは、説明会の内容に関する満足度は、6名中3名が満足、3名がやや満足と回答し、参加者全体の90%が満足と良好であった。</p> <p>説明会の参加動機(ものづくり優良企業賞に何を期待しているか。複数回答可)に関しては、「販路開拓、自社PRへの活用」との回答が4名、「自社の技術能力の分析、知的資産の洗い出し」が3名、「他社に対する競争力強化」が2名、「従業員のモチベーションアップ」が3名であった。「ものづくり優良企業賞の応募申請予定」の質問に対し、「応募する」との回答が2名、「検討する」が4名であった。</p> <p>以上から、参加事業者は、同賞を販路開拓等に活用することで、自社の強みの発見や知的資産の洗い出し、競合他社との優位性の保持、従業員のモチベーションアップを図るなど、経営力を向上させたい意向がうかがえる。本説明会への参加により、大阪ものづくり優良企業賞に関する基礎知識や応募申請書の作成手法、その活用ノウハウについて相当の理解が得られ、今後の経営への積極的な活用推進の素地ができ、大阪ものづくり優良企業賞の応募に対する意識向上に繋がられた。</p>									
		指標	名刺交換件数								
		数値目標	75件	実績数値	234件	目標達成度	312.0%				
		指標	説明会後のアンケートで、「今後、ものづくり優良企業賞に応募する」または「ものづくり優良企業賞応募を検討する」と回答した企業の割合								
		数値目標	50%以上	実績数値	100.0%	目標達成度	200.0%				
	成果の代表事例	<p>2018年の説明会終了後、S社に対し個別支援を行ったところ見事に大阪ものづくり優良企業賞を受賞された。「匠」ロゴを入れた名刺を作ったり、展示会等では「匠」の看板を活用することで、引き合いが以前より増え、大いに自社PRに役立っている。「匠」受賞を機に地域情報誌から取材を受け、従業員の士気も上がっている。匠企業フェア出展時には、他の匠企業と商談し、当社の新商品に必要な商材を購入できた。匠受賞後は着実に売上を伸ばし、新たな従業員の雇用にも繋がるなど手応えを感じている。今後も引き続き、「匠」を有効活用しながら積極的に展示会等に出展し、新規顧客開拓に注力していく予定である。</p>									
	その他目標値の実績	目標値(計画)	30社	目標値(実績)	23.5社	目標達成度	78.3%				
		経営支援セミナー(匠企業のイノベーションセミナー)の参加企業数									
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>匠企業フェアに関して、初めての開催だったことから、出展者アンケートに「来場者が少ない。認知度が低い」との回答があった。また、来場者アンケートの満足度は84%と良好だったが、「出展企業が少ない。」との回答もあった。結果的にまだまだ認知度不足であると感じた。行政や支援機関、金融機関など各方面との連携を深め、とりわけ広報面を強化する必要性を感じると共に、商談から成約の可能性を上げるために更に事前マッチングに注力する必要がある。</p> <p>また、応募準備説明会の指標『「今後、ものづくり優良企業賞に応募する」または「ものづくり優良企業賞応募を検討する」』とアンケートで回答した企業の割合は、目標50%に対し実績100%で数値目標を大きく上回り、意欲的な企業が多いことがうかがえる。参加者の満足度も9割に達し、概ね好評であった。2018年に実施した説明会の参加企業への個別支援により、高槻2社、茨木2社、枚方1社が大阪ものづくり優良企業賞を受賞された。受賞を機に着実に売上を伸ばした匠企業は「従業員のモチベーションアップにも繋がった」と喜びの声をいただいた。しかし、2019年3月に開催した説明会の支援対象企業数が目標15社に対し実績6社と目標を大きく下回ったのは、開催周知にあまり時間が取れなかったことなどが主な要因である。次年度は、大阪府ものづくり支援課や広域連携となる茨木商工会議所、摂津市商工会、金融機関等との連携を深め、開催時期や会場についてよく協議し、広報手段を改善・工夫することにより説明会の参加者数アップを、ひいては、大阪ものづくり優良企業賞受賞企業の増加を図りたい。</p>									

高槻商工会議所

事業名		BCP・BCMの普及促進							
想定する実施期間		27年度～30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)	東日本大震災を契機として社会の防災・減災意識が高まりつつあり、また、近い将来南海トラフ地震が高い確率で発生すると予測されています。このような観点から中小企業においてもBCP、BCMの普及促進がますます重要となってきた。しかし、残念ながら現状は、中小・零細企業は2割に満たない程度の策定に留まっている。そこで、これらの企業を対象にBCP策定の必要性、手順等およびマネジメントについて解り易く解説してBCP、BCMの普及と定着の促進を図る。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	特定業種に限定せず、高槻市、茨木市、摂津市、島本町の各事業所で、BCP、BCMについて基本的知識を持っているものの策定には至っていない企業、BCPを策定する必要性は理解しているものの、どのように着手すればよいか戸惑っている企業等を対象とする。							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	■開催日：平成31年1月18日(金) ■時間：15:00～17:00 ■会場：高槻商工会議所 4階大ホール ■講師：ミネルヴァベリタス株式会社 代表取締役 松井 裕一朗 氏 ■テーマ：事業継続計画(BCP)策定セミナー ■実施内容：①事業継続計画(BCP)の必要性について②事業継続計画(BCP)策定のポイント③事業継続計画(BCP)の事例紹介 また、大阪府が推奨する事業継続計画(BCP)の策定支援策等の紹介 ■参加者数：25事業所35名(うち、支援対象企業数27.5事業所33名)							
		<事業手法(①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果)の具体的な連携・効果を記載>							
		①府施策連携	経営支援課企画調整グループの担当者と、連絡を密に取り合いセミナーを実施した。また、商工労働部配信のメールマガジンにて、本セミナーのPR記事掲載を行った。						
②広域連携		当会議所と広域連携である茨木商工会議所、摂津市商工会、島本町商工会の担当者間で連絡を密に取り合い、講師の選定やチラシの作成は当所が行い、双方でPRに努めた。具体的には、11月初旬からチラシ配布、HPや広報誌への掲載、メルマガ配信等のPR面で連携を図った。							
③市町村連携									
④相談相乗	セミナー終了後、講師によるBCPに関する個別相談を実施したところ、3事業所が利用するものの、カルテ化はできなかった。								
事業の実績／目標達成度	計画に対する実績(数値)	支援企業数(計画)	25	支援企業数(実績)	27.5	支援実績率	110.0%	満足度	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)	支援企業数の内訳は、高槻21社、茨木0社、摂津4.5社、島本2社であった。受講者アンケートでは、今回のセミナーを受講しての満足度について、33名中20名が満足、11名がやや満足と回答し、参加者全体の90.9%が満足と好評であった。また、「セミナー受講後の自社の変化について当てはまるものを選択せよ(複数回答可)」という設問に対し、「BCP策定の必要性を理解することができた」が19名、「BCP策定の意識を高めることができた」が26名、「BCP策定にあたり自社で取り組むべき課題が掴めた」が11名、「策定中のBCPを変更する点が明確になった」が1名の回答があった。この結果が示すとおり、受講者に対して、新たな気づきや取組のきっかけを与えることができたと思われる。							
		指標	BCPの策定および・BCM実施を検討する企業の割合						
		数値目標	85%以上	実績数値	100%	目標達成度	117.6%		
	成果の代表事例	アンケートの集計により、「防災とBCPの違いが理解できた」4社、「BCP策定にあたり目的・ポイントが理解できた」3社、「BCPの重要性と必要性が理解できた」3社、「会社の危機意識の低さを気付くことができた」2社、「BCPの基礎的な知識が得られた」2社等、新たな気づきや取組のきっかけを与えることができた。							
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)	支援企業数は、目標25社に対し結果は27.5社となった。事業継続や防災等、非常に関心の高いテーマだったので、参加者全体の満足度が90.9%と好調であった。その要因の一つは、BCMよりもBCPに重点を置き、普及促進に力を入れたことと思われる。また、今年度は自然災害が多く起きたこともあり、地活とは別に高槻市と連携をして、平成30年10月26日(金)にセミナーを開催した。上記のことを踏まえて、次年度は更なる参加をして頂くため、高槻市とも連携をし開催時期(9月～10月頃)やカリキュラム(情報セキュリティ対策等を取り入れた内容)を変更し、普及啓発に努めたい。							

高槻商工会議所

事業名		IoT活用セミナー																																	
想定する実施期間		30 年度～ 30 年度まで ※複数年段階の実施事業は別紙にて計画を提出すること																																	
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	労働者を取り巻く環境は現在めまぐるしく変化しており、グローバル化や少子高齢化といった外部環境や人手不足などの内部環境の課題を数多くの事業者が抱えている。そうした経営課題に対応し、労働生産性を向上させていくために、近年、あらゆるモノがインターネットにつながるIoT (Internet of Things) が注目されている。IoTを導入し、様々なモノをインターネットとつなげることで、新たなサービスの開発やコスト削減、販売力の強化に取り組む企業が増えてきている。そこで、本セミナーでは、事例を交えながら中小企業の現場でどのように活用・導入していけばよいのか分かりやすく解説し、経営者へのイノベーションへのモチベーション向上を図るための情報提供を行うことで、府内中小企業への円滑で迅速なIoT導入を促進する。																																	
	支援する対象 (業種・事業所数等)	業種を問わず、IoTを導入・活用し、生産性向上(業務効率化・付加価値向上)を図りたい中小企業経営者、小規模事業者、従業員、創業予定者等																																	
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>■講座名：現場目線の“超効率”IoT活用セミナー ■開催日：平成30年10月25日(木) ■時間：14:00～15:30 ■会場：高槻商工会議所 4階大ホール ■講師：大阪工業大学 工学部環境工学科 教授 皆川 健多郎 氏 ■内容： ・モノのインターネット『IoT』とは ・『IoTで現場を見える化』する効果と必要性 ・効果的なIoTの導入に不可欠な『カイゼン活動』 ・中小企業でも取り組めるIoT及びAIの活用・導入事例の紹介 など ⇒どのように現場を改善すれば、IoTをより効果的に導入できるか、事例を交えながら解説した。 ※講義後に個別相談会を開催 ■参加者数：25事業所27名(うち、支援対象企業数22事業所23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> <table border="1"> <tr> <td>①府施策連携</td> <td colspan="6">ものづくり支援課 産学官連携推進グループの担当者と実施内容について企画段階から連絡・協議しながら講師を選定し、セミナーを開催した。また、商工労働部のメールマガジンやIoT推進ラボ関係者へのDMにて、本セミナーのPRを行った。</td> </tr> <tr> <td>②広域連携</td> <td colspan="6">当会議所と広域連携である茨木商工会議所、摂津市商工会、島本町商工会の担当者間で連絡を密に取り合っており講師を選定し、チラシの作成は当所が行い、双方でPRに努めた。具体的には、8月上旬からチラシ配布、HPや広報誌への掲載、メルマガ配信等のPR面で連携を図った。開催当日は各所担当者が協力して運営を行った。</td> </tr> <tr> <td>③市町村連携</td> <td colspan="6"></td> </tr> <tr> <td>④相談相乗</td> <td colspan="6">セミナー終了後、IoT活用に関する個別相談会を開催し、2事業所が利用した。その結果、カルテ化企業の割合は目標の10%に対し9.1%であった。</td> </tr> </table>						①府施策連携	ものづくり支援課 産学官連携推進グループの担当者と実施内容について企画段階から連絡・協議しながら講師を選定し、セミナーを開催した。また、商工労働部のメールマガジンやIoT推進ラボ関係者へのDMにて、本セミナーのPRを行った。						②広域連携	当会議所と広域連携である茨木商工会議所、摂津市商工会、島本町商工会の担当者間で連絡を密に取り合っており講師を選定し、チラシの作成は当所が行い、双方でPRに努めた。具体的には、8月上旬からチラシ配布、HPや広報誌への掲載、メルマガ配信等のPR面で連携を図った。開催当日は各所担当者が協力して運営を行った。						③市町村連携							④相談相乗	セミナー終了後、IoT活用に関する個別相談会を開催し、2事業所が利用した。その結果、カルテ化企業の割合は目標の10%に対し9.1%であった。					
	①府施策連携	ものづくり支援課 産学官連携推進グループの担当者と実施内容について企画段階から連絡・協議しながら講師を選定し、セミナーを開催した。また、商工労働部のメールマガジンやIoT推進ラボ関係者へのDMにて、本セミナーのPRを行った。																																	
②広域連携	当会議所と広域連携である茨木商工会議所、摂津市商工会、島本町商工会の担当者間で連絡を密に取り合っており講師を選定し、チラシの作成は当所が行い、双方でPRに努めた。具体的には、8月上旬からチラシ配布、HPや広報誌への掲載、メルマガ配信等のPR面で連携を図った。開催当日は各所担当者が協力して運営を行った。																																		
③市町村連携																																			
④相談相乗	セミナー終了後、IoT活用に関する個別相談会を開催し、2事業所が利用した。その結果、カルテ化企業の割合は目標の10%に対し9.1%であった。																																		
事業の実績/目標達成度	計画に対する実績(数値)	支援企業数(計画)	30	支援企業数(実績)	22	支援実績率	73.3%	満足度	87.8																										
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>支援企業数の内訳は、高槻16社、茨木3社、摂津3社、島本0社であった。今回のセミナーの受講者アンケートでは、23名中13名が「満足」、7名が「やや満足」、2名が「普通」、1名が「やや不満」と回答し、満足度87.8%と良好であった。また、セミナーの習得度(理解度)において、23名中12名が「よく習得できた」、8名が「だいたい習得できた」、3名が「あまり習得できなかった」と回答し、受講者の理解度は87%であった。「セミナー受講後の自社の変化について当てはまるものを選択せよ」という設問に対し、「IoTを活用・導入し、経営(業務)に役立てていきたい」が11名、「今すぐではないが、IoTの活用・導入について今後、検討したい」が10名、「IoTを活用・導入する予定はない」が2名の回答があった。上記の回答結果が示すように、当セミナーによるIoTの活用法に関する基礎的知識の習得により、生産性向上や業務効率化ひいては売上向上につながるノウハウについて相当の理解が得られた。また、IoTを活用し経営に役立てようと意識が向上した企業の割合が全体の約91%を占めていることから、今後の積極的な経営への活用推進の素地ができた。</p> <table border="1"> <tr> <td>指標</td> <td colspan="4">IoTの概要を学び、導入に向けた意識が向上した事業所の割合</td> </tr> <tr> <td>数値目標</td> <td>80%以上</td> <td>実績数値</td> <td>91.3%</td> <td>目標達成度</td> <td>114.1%</td> </tr> </table>									指標	IoTの概要を学び、導入に向けた意識が向上した事業所の割合				数値目標	80%以上	実績数値	91.3%	目標達成度	114.1%															
指標	IoTの概要を学び、導入に向けた意識が向上した事業所の割合																																		
数値目標	80%以上	実績数値	91.3%	目標達成度	114.1%																														
成果の代表事例	<p>受講企業名：S社 本セミナー終了後の個別相談において、“生産工程の見える化をするにはどのようにIoTを活用すれば良いか”について、セミナー講師かつ相談員である皆川健多郎氏から具体的なアドバイスを受けることで、まずは作業の進捗をアナログで見える化し、次第にIoTを用いながらデジタル化するべきであると、IoT導入時において特に重要である現場での改善策を伝授され、自社で実践することで業務効率改善に繋がった。</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 うにフォローする のか)	<p>上記目標達成度を示した通り、指標「IoTの概要を学び、導入に向けた意識が向上した事業所の割合」の達成率は114.1%となり、数値目標を上回った。これは、IoTの活用ノウハウを習得することで、自社の業務効率化や生産性向上を図ろうとする企業ニーズと本事業の趣旨が合致したことによるものと考えられる。従って、本セミナーを開催することにより中小企業支援事業の一環として、一定の役割を果たしたと思われる。しかしながら、参加企業数は目標30社に対し実績は22社と目標を下回った。これは、当初はセミナー申込企業数は30社を上回っていたが、結果的には開催間際や当日キャンセルが多く、支援企業数の目標値を下回る結果となった。開催直前に参加確認の連絡を入れるなど、申込企業に対しフォローすべきであった。それと同時に、広報手段を改善、工夫することにより、更なる受講者数のアップを図りたい。また、参加者アンケートには、「より具体的かつ現場でのAIやIoT活用・導入事例を詳しく聞きたかった」という類の回答が多かったため、次年度も引き続き、中小企業でも活用でき、生産性向上に即効性のあるAIやIoTの導入手法や事例を紹介するセミナーを開催したい。</p>					