

平成30年度 事業実績報告書

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 北本 明	
	所在地	〒573-8585 大阪府枚方市大垣内町2-12-27	
	担当者	職・氏名	中小企業相談所 堀家 歳史
	連絡先	電話番号（直通）：	072-843-5154
		Fax:	072-841-0173
		E-mail:	horie@kitaosaka-cci.go.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)		47名(うち経営指導員21名)	
③所管地域		枚方市・寝屋川市・交野市	
④管内事業所数		20,073事業所	
⑤管内小規模事業者数		13,304事業所	
⑥会員数(組織率)		3,503事業所(17.5%)	
※②、④、⑤、⑥については直近の数字を記載のこと			
□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			

北大阪商工会議所**(1) 事業の目標**

人口や事業所数などの環境が異なる枚方市・寝屋川市・交野市において、その特徴に応じた効果的な支援を行う。また他の商工会議所・商工会と広域連携し、当所単独では困難な事業を実施することで、管内事業者のニーズに応える。

継続事業においても、これまでの実施状況や事業者の声を活かすことで改善を図り、目標とする支援企業数や満足度を高める。

平成30年度より相談事業及び府施策として事業承継支援が新規に設けられており、当所においても支援体制を構築し、事業者への啓蒙・後継者の育成を図る。

(2) 事業を実施した具体的な内容、方法及び工夫した点

相談事業に関しては、管内の枚方市・寝屋川市・交野市の事業者を中心に、中小企業相談所及び各支所において、経営指導員による経営指導を実施。マルケイ融資推薦業務による金融支援及び事業の方向性を定める事業計画書作成支援を重点的に行った。上記の支援において経営方針及び財務面を把握できることにより、小規模事業者持続化補助金等の申請支援にも繋げる事ができた。当所情報センターではIT活用を推進する支援を行い、その特性を活かした支援を行った。府施策として位置付けられている事業承継支援に関してもアンケートを中心に啓蒙・相談窓口案内を行えた。専門相談事業に関しては、15名の専門家を登録したことで相談者への包括的な支援や、知的財産などの専門性の高い支援も行うことができた。地域活性化事業に関しては、18事業を実施し、その内の11事業は他地域の商工会議所・商工会と連携し、半数以上の事業において、当所が幹事団体として企画・運営の中心的な役割を担い、単独開催が困難な団体にも支援を受ける機会を提供した。

(3) 事業を実施した効果、所管地域の活性化の状況

相談事業において、今期は事業計画書作成で成果を上げる事ができた。支援件数は前年度と比較して20件増加した。マルケイ融資に関しても、件数は前年度を下回ったが、高い水準をキープできている。事業計画書を作成することにより補助金への申請や融資への相談へスムーズに進むことができ、相談事業者への総合的な支援に繋がっている。相談事業者は資金確保・販路拡大・生産性向上へスピーディーに動くことができるようになってきている。地域活性化事業では、地域資源「天野川」活用による地域ブランド創出事業では、メディアに取り上げられる等、資源を活用した商品開発にて地域の活性化の成果を上げている。新規創業者へのサポートを目的とした創業塾を含めた事業所の運営強化・人材育成に関する8事業では、専門的な知識や技術を提供することにより管内事業所の労働生産性を向上させている。販路拡大やIT活用を目指した7事業では個店や商店街の魅力をPRし、新たな販路の開拓、展示会等での技術力・サービス力のPRを行い、ビジネスマッチングの活性化に繋げている。

(4) 事業を実施した結果浮かび上がった課題

相談事業では、今年度もマルケイ融資において多くの相談を受けた。事業者への資金需要に応える事は大事だが、消費税増税等が控える今後の経済状況を考慮すると資金使途及び適正な希望額をさらに詳しくヒアリングする必要があると考えられる。今年度、多く支援することができた事業計画書作成支援のノウハウから事業状況や今後の展開を明確に把握し、融資に頼らない事業改善の提案も同時に行っていくことが必要である。地域活性化事業では、営業秘密管理普及促進事業・事業承継支援事業において目標とする支援企業数に達しなかった。営業秘密に関してはテーマが専門的であり興味を引きにくいという事が原因だと考えられる。事業承継に関しては国を挙げての施策ということでさらなる掘り起しが必要である。枚方市駅前回遊性向上事業では、電子スタンプの仕組みが複雑であると受け止められた。さらなる効果を出すために参加事業所がわかりやすく簡単に導入できる仕掛けを、今一度再考し、スムーズな運営を進めていくことが必要である。

(5) 来年度への取り組み

相談事業では、次年度においてもマルケイ融資推薦業務と事業計画作成支援に積極的に取り組んでいきたい。上記にも記載しましたが、経済状況を把握した上で、融資希望金額の調整や、事業計画書に基づく事業改善の提案を行っていくことにより適格かつ継続的な支援を行っていく。専門的な事案、高度な経営相談に関しては今まで以上に専門家との連携を密接に行い、専門アドバイザーの活用の充実化を図りたい。地域活性化事業では、メディア等で取り上げられ注目を頂いている地域ブランド創出事業に関して、さらなるブラッシュアップを行い、商品化等にて成果を上げられるよう取り組んでいきたい。その他の事業に関しても、販路拡大・人材育成・IT化（キャッシュレス事業含む）に取り組み、相談事業との相乗効果を図りながら成果を出せるように取り組んでいきたい。

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

今年度の支援の特徴として、事業計画書作成支援・マルケイ融資の推薦（金融支援経営指導型）を重点的に行う事ができた。また情報処理専門部署である当所情報センターでのIT化支援において、その特色を活かした支援を行う事ができた。事業計画書作成支援に関しては、各種補助金申請に必要な書類を揃えるという点も、事業継続に必要な経営方針や経営資源を再認識して頂けるだけでなく、計画書が様々な制度や補助金に活用できることを理解して頂ける事ができた。マルケイ融資の推薦に関しては、引き続き、当所では高い水準をキープできている。経営指導員が日本政策金融公庫守口支店との緊密な連携を継続して行っている事と、会議所全体でマルケイ融資利用のメリットを広報し続けていることが結果に繋がっていると考えられる。事業者への運転資金確保や設備投資などの資金需要に応え、事業の維持・発展に大いに貢献できている。IT化支援に関しては、独自で開催するセミナー・地活事業での支援の中から、アフターフォローを通じて、IT活用による業務改善等に繋げる事ができた。

代表事例 建築設計 H社（法人）

管内において、建築設計会社をされている。順調な経営を続けてこられたが、2年前に取引先との大きなトラブルにより売掛金の未回収が発生した。代表者の奮起により、前年度に大きく改善はされたものの運転資金の不足等が発生しており、今後の運営に関して会議所に相談に来られた。元々はしっかりとした経営をされていたので、今後の5年間についてじっくりヒアリングを行い、事業計画書の作成を支援させて頂いた。売上目標や経費削減のプランにより、5年後には債務超過を脱する予定となっている。また、この事業計画書をベースに現在必要な資金を計算し、マルケイ融資にて運転資金を調達することに繋げることができた。現在も定期的に面会し事業の進捗を伺っている。

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	320	317	99.1%	5
支援機関等へのつなぎ	支援数	30	31	103.3%	5
金融支援（紹介型）	支援数	10	11	110.0%	5
金融支援（経営指導型）	支援数	70	76	108.6%	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	0	0		
記帳支援	事業所	3	1	33.3%	3
労務支援	支援数	20	18	90.0%	5
人材育成計画作成支援	事業所	18	12	66.7%	4
マーケティング力向上支援	事業所	20	20	100.0%	5
販路開拓支援	支援数	20	11	55.0%	3
事業計画作成支援	支援数	90	90	100.0%	5
創業支援	事業所	25	25	100.0%	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	2	2	100.0%	5
財務分析支援	事業所	5	4	80.0%	5
5S支援	事業所	5	3	60.0%	4
IT化支援	事業所	20	31	155.0%	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	75	64	85.3%	5
結果報告	事業所	320	317	99.1%	5

II 専門相談支援事業

支援のポイント・成果

今年度も、弁護士・中小企業診断士・社労士・弁理士・企業OB等、様々な専門家を登録し、幅広い分野の支援を行った。法務・税務に関しては定例相談を設け、事業におけるトラブルに関し、定期的な相談を行うことで安心感を提供できたと考えている。労務・経営・知財・マーケティングに関しては、事業者の要望に応じてどの分野のアドバイザーに繋ぐか選定し、速やかな解決を図るべく対応ができた。継続して専門家との相談を受けたいとの声も多く、専門相談への需要は高い。「その他」の支援ではものづくり補助金への申請や人材育成に関する助成金申請等、踏み込んだ支援を行えている。

事業名	新規/継続	指標	目標数値	実績数値	達成率	事業評価
法務支援	継続	相談件数	26	29	111.5%	5
税務支援	継続	相談件数	165	207	125.5%	5
労務支援	継続	相談件数	24	27	112.5%	5
経営支援	継続	相談件数	10	9	90.0%	5
知的財産支援	継続	相談件数	10	13	130.0%	5
マーケティング支援	継続	相談件数	40	48	120.0%	5
事業継承支援	新規	相談件数	0	0		
その他	継続	相談件数	160	162	101.3%	5

北大阪商工会議所

事業名		地域資源「天野川」活用による地域ブランド創出事業																																							
想定する実施期間		30 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 <small>(現状や課題をどのような状態にしたいか)</small>	<p>当所は平成29年度中小企業庁の補助事業「地域力活用新事業∞全国展開プロジェクト」で【ふるさと名物「天の川」を活用した特産品開発に向けた調査事業」という事業に取り組んできた。</p> <p>上記事業では、枚方・交野両市の地域資源である天野川に生息するセイタカヨシという植物の葉をパウダーにし、食品加工できないか調査を行い、様々な食品への加工が可能なのことが分かった。優れた栄養素と天野川のストーリーの両面からPRを行っていき、本地域の地域ブランドとして定着させる。</p> <p>枚方市・交野市・両市観光協会・京阪ホールディングス(株)・摂南大学・関西外国語大学・大阪府都市魅力創造局・当所で組織する「枚方・交野 天の川ツーリズム推進協議会」が中心となり、5月頃に刈り取りを行い、パウダーの量産を予定している。</p> <p>地域の事業者サンプル配布し、様々な加工食品を販売いただくことで、事業者の販路拡大及び地域ブランド創出を狙う。</p> <p>地域ブランドとして定着させるためにヨシパウダーを活用した商品のガイドブックを作成し、京阪交野線各駅等で配布を行う。</p>																																							
	支援する対象 <small>(業種・事業所数等)</small>	枚方市・交野市の食品製造業者及び商店街のスイーツ店等を対象とする。ヨシパウダー自体はそれほどクセのある味ではないため様々な食品に加工が可能。																																							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>平成30年7月に、枚方市・交野市7月号広報、JCOM北河内、FMひらかた、月刊アゴラ、当所所報及び枚方市・交野市ホームページ・フェイスブック、当所ホームページでサンプル配布の情報提供を行った。</p> <p>24社にサンプルを配布することができ、支援実績率96%を達成した。</p> <p>各事業者にはヨシパウダーを活用して様々な試作品を製作いただき、9月6日には合同試食会を開催した。複数のメディアが取材に来られ、その後、毎日放送「ちちんぷいぷい」やNHK関西ラジオワイドでも取り上げていただいた。</p> <p>12月からガイドブック製作にあたり、サンプル配布先に商品化状況のヒアリングを行った。1月26日に14社を掲載したガイドブックを3,000冊発行し、枚方市・交野市内の各施設やイベント等で配布した。</p>																																							
		<p><事業手法(①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果)の具体的な連携・効果を記載></p> <table border="1"> <tr> <td>①府施策連携</td> <td colspan="7">府施策連携商6番「地域産業資源を活用した事業」大阪府経営支援課経営支援グループと連携し、事業を行った。</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">枚方市・交野市とは、「枚方・交野 天の川ツーリズム推進協議会」の活動を通じて引き続き連携を図った。</td> </tr> <tr> <td>④相談相乗</td> <td colspan="7"></td> </tr> </table>								①府施策連携	府施策連携商6番「地域産業資源を活用した事業」大阪府経営支援課経営支援グループと連携し、事業を行った。							②広域連携								③市町村連携	枚方市・交野市とは、「枚方・交野 天の川ツーリズム推進協議会」の活動を通じて引き続き連携を図った。							④相談相乗							
	①府施策連携	府施策連携商6番「地域産業資源を活用した事業」大阪府経営支援課経営支援グループと連携し、事業を行った。																																							
②広域連携																																									
③市町村連携	枚方市・交野市とは、「枚方・交野 天の川ツーリズム推進協議会」の活動を通じて引き続き連携を図った。																																								
④相談相乗																																									
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)	24	支援実績率	96.0%	満足度	90																																	
事業の実績/目標達成度	目標の達成度 <small>(支援企業をどう変化させることができたか)</small>	<p>サンプル配布先全てに電話にて商品化の状況をヒアリング。商品化に成功した事業所は14社となった。</p> <p>当初の想定ではサンプル配布先のほとんどが商品化に成功すると思われたが、実際にお店に出せるレベルの商品にならないと断念される方もおられ、目標達成度は70%に留まった。しかしながら、ガイドブックに掲載されている商品はどれも評価の高い商品ばかりで、想定以上の商品に仕上がっている。</p>																																							
		指標	商品化に成功した事業所数																																						
		数値目標	20	実績数値	14	目標達成度	70.0%																																		
成果の代表事例	成果の代表事例	<p>パン屋 天然酵母にこだわったパン屋を夫婦で経営されている。地域の食材を活用した商品開発を行えたことで、今後のやる気に繋がった。また、毎日放送等で商品が取り上げられ、お店の知名度が向上した。</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 <small>(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)</small>	<p>各メディアでセイタカヨシが取り上げられる際に、天野川の説明を必ずしていただいている。枚方市・交野市の地域資源のPRを通じて両市の知名度向上を図ることができた。併せて各個店の販路開拓にも繋がってきている。</p> <p>次年度も本年度同様に7月からヨシパウダーの提供を開始する。新たな試みとして、両市のイベント(マルシェやまつり等)に出展し、事業と各個店のPRを行っていく。</p>																																							

北大阪商工会議所

事業名		枚方市駅前回遊性向上事業	
想定する実施期間		30 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>平成28年、平成29年と枚方市駅前商業施設や商店街の活性化を目的として、「枚方市駅前大収穫祭連絡会議」＜構成団体：北大阪商工会議所・同青年部・枚方市・京阪ホールディングス(株)・枚方信用金庫＞を組織し、枚方市駅前、岡東中央公園で行っているドイツビールの祭典「枚方オクトーバーフェスト」を中心に周辺商店街（川原町商店会、ひらかたサンプラザ3号館振興会）や商業施設で様々なイベントを実施しており、その調整役を当所が担っている。企画段階から商店街組織や商業施設と連携し、10日間で計6つのイベントを行った結果、30～40代のファミリー層を中心に、市内外から約2万5,000人の来街者を集めている。</p> <p>しかしながら、個店事業所からなる商店街においては、イベント告知力が低く、さらに営業形態も様々であるため、当イベントを活用した積極的な集客活動につながっているとは言い難い状況にある。</p> <p>今回、当イベントの来街者に向けて駅前のイベントや各個店を紹介するため、スタンプラリー事業を実施することで、店舗の発見、顧客の定着化を図る。</p> <p>実施にあたり、管内の大学である関西外国語大学、大阪工業大学と協力する。</p> <p>関西外国語大学には、スタンプラリーマップの作成にあたっての学生・若者ならではの視点による店舗の発掘、取材の協力を要請。大阪工業大学には、事業実施後のアンケートを分析し、その結果を各個店へ提示するための報告書の作成を要請。</p> <p>学生ならではの視点から、取材、分析を行うことで若者世代を取り込みやすくなり、顧客層の増加につながる。</p>	
	支援する対象 (業種・事業所数等)	<p>枚方市駅周辺半径300m圏内にある商店街（川原町商店会、ひらかたサンプラザ3号館振興会）を中心とした飲食店約300店舗をターゲットとする。</p> <p>*両商店街ともほぼ飲食店で占められている</p>	
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>開催期間：2018年9月14日（金）～24日（月）</p> <p>参加店舗：36店舗が参加</p> <p>○スタンプラリー実施方法</p> <p>紙の台紙ではなく、スマートフォンの画面に直接スタンプを押すことができる電子スタンプを使用。各店舗内にスタンプを配置。来店者がサービスを受けるとスタンプがもらえる仕組みとした。</p> <p>関西外国語大学には、マップの企画・作成をインターンシップにて募集したが、参加者集まらず。</p> <p>枚方市駅前大収穫祭の各イベント来場者への参加を促すため、イベント会場を含め京阪電鉄各駅、商業施設、商店街での配布を依頼した。</p> <p>アンケート回答者の内60名には周辺各商業施設よりいただいた協賛品を賞品としてお送りした。</p> <p>○スタンプラリー告知方法</p> <p>ガイドマップは実数で17,000部配布した。</p> <p>また、K-PRESS9月号（20万部発行）に全面広告を掲載。</p> <p>○アンケート分析方法</p> <p>大阪工業大学の協力の下、AIを用いた解析ソフトによる分析を行い、来場者の参加目的や動機・嗜好性、また各イベントにおける課題について調査報告書を成果物としてまとめた。</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>	
	①府施策連携	府施策連携商8番「地域住民や商店街以外の団体と連携した新たな商店街活性化の促進」 商業・サービス産業課 商業振興グループと連携。	
	②広域連携		
	③市町村連携	広報誌に本事業の案内を掲載、幟等広報物の設置などの枚方市より協力が得られた。	
	④相談相乗		

	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	40	支援企業数(実績)	36	支援実績率	90.0%	満足度	74
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)	枚方市駅周辺半径300m圏内にある商店街（川原町商店会、ひらかたサンプラザ3号館振興会）を中心とした飲食店約300店舗を訪問し、参加を呼びかけた結果、計画40社に対して実績36社、実績率90%を達成できた。 会期後のアンケートで「来店者が増加したと答える個店」は、目標20社に対して実績12社、目標達成度60%に留まった。毎年の課題となっているが、参加店舗はワンコインメニューの提供には積極的に取り組まれるが、スタンプラリーには非常に消極的で、利用者アンケートからも「スタンプ対象店舗がスタンプについて認知していない」等のネガティブ意見が出ている。参加店舗が積極的に取り組んでいただける仕組みや方法について考える必要がある。							
	指標	来店者が増加したと答える個店							
	数値目標	20	実績数値	17	目標達成度	85.0%			
	成果の代表事例	居酒屋T店 電子スタンプ押印数1位の店舗。昨年3店舗目として枚方市駅前に出店され、知名度向上のために参加された。初めて来店される方も多く、良いPRの機会となった。11日間の結果は、ワンコインメニュー注文数63件、スタンプ押印数45件であった。							
	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)	<p>会期後に各参加店に対して行ったアンケート結果によると、昨年度よりワンコインメニューの注文数は増えてはいるが、電子スタンプの押印数は少なく、アプリからブラウザに手法を変更してもさほど効果は上がらなかった。来店者の年齢層が比較的高いこともあり、スマホを持っていない参加者が多かったと聞いている。若者世代を取り込まなければ利用は拡大しないため、次年度ははやくから関西外国語大学の学生部と連携を図り事業を実施していく。</p> <p>○スタンプラリー実施方法 本年度包括的連携協定を締結したリコージャパン(株)と連携を予定している。アプリを作成し、店内に設置したポスターを撮影することで、スタンプがたまるAR機能を利用する。スタンプを集めた方のうち、アンケートに回答された方の中から抽選で景品をプレゼントする。</p> <p>○スタンプラリー告知方法 関西外国語大学と連携し、参加店舗が分かるスタンプラリーマップを作成（約2万部を配布、インバウンド対応予定）。スタンプラリーマップの作成にあたって学生・若者ならではの視点からPR方法・インバウンド対応について企画段階より検討を実施。20代の若者世代や留学生へのPRとインバウンド対応を実施する。また、開催期間中もアプリの利用促進について連携を図る。</p> <p>○アンケート分析方法 本年度同様、大阪工業大学に協力を依頼する。</p>							

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		26 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)	「日本経済再生に向けて、最大のチャレンジは働き方改革である」の考え方から政府主導の「働き方改革実現会議」が実行計画を平成29年3月に出している。国会審議はまだされていないが、「長時間労働」に焦点を置き、人的損失やマンアワーあたりの生産性の低さを重視している。有休取得促進や時間外・休日労働削減・変形労働時間制導入等の法制面と疾病やメンタル等の健康障害予防のための過重労働対策が必要となる。過重労働対策を行うことによる、労働者の人的損失の防止、マンアワーあたりの生産性向上とモチベーションアップを引き出す。							
	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							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	○開催日時 平成30年11月14日(水) 午後1時30分～午後4時15分 ○開催場所 北大阪商工会議所 会議室 ○実施方法 座学形式 2時間45分 ○講師 北大阪労働基準監督署 角田智紀氏/京阪奈社会保険労務士事務所 武居利記氏 ○セミナーの内容 ①北大阪労基署 働き方改革関連法の概要 36協定の指針 無料健康相談案内等 ②武居社労士 過労死の定義・企業の責任・判例・法律・認定基準・過重労働防止 働き方改革の意味・実行計画・法案・時間外労働・年次有給休暇・同一労働同一賃金 等について ③総合労働事務所の方から事務所の概要や行っている業務、セミナーの案内をいただいた ＜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	7月に総合労働事務所で行った。以降、メール等で日程調整やチラシの内容確認等を行った。チラシを総合労働事務所に設置し、また、総合労働事務所のメルマガ配信していただいた。セミナー当日、北河内地域担当の3名に来ていただいた。						
		②広域連携 ③市町村連携							
④相談相乗		事業参加者からカルテ化1社							
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	支援実績率	108.0%	満足度	95
	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①労働時間と過労死については、時間外労働時間が月100時間超または3か月80時間超になると死亡した場合、他の要因は考慮せずに過労死と判断されてしまうことが分かった。過労死の労働時間基準を周知し従業員の意識改革と上席者の意識向上が必要である。時間外労働の上限規制を導入等の回答があった。②36協定については4月提出分から新様式になるため、変更点が分かってよかったとの回答が多かった。③その他には、労働時間管理や年次有給休暇の取得実務に向けた実態把握に役立てる。従業員の健康保持・推進に取組む。管理監督者の説明資料として使用する。有休付与・同一労働同一賃金について認識不足の部分の参考になった。過重労働防止に努めたい等の回答があった。また、仕事を通して従業員が成長し昇給し会社も成長し続けていくしくみをつくりたいという回答もあった。殆どの企業で今回のセミナーは業務に活用できると回答があった。以上の内容から参加企業及び事業の内容においての満足度も高く、事業目的の働き方改革に伴う変化への対策を促す事ができた。							
		指標	参加者アンケートから適切な過重労働対策を行うまたは今後行っていきたいと回答した企業数						
		数値目標	17	実績数値	24	目標達成度	141.2%		
成果の代表事例	製造業A社。従業員数300名弱。ほぼ正社員。アンケートでセミナーの資料は社内の管理監督者の説明資料として使用したいと回答があったので、後日聞き取りで確認を行ったところ、部内(管理部)での周知用等に使用してもらい参考にした。有休については一斉付与しているが、取得できない人には声がけしていく。中小企業扱いなので時間外の上限規制の対応をこれからしていく。セミナーは十分役に立ってますとの返事をいただいた。								

	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)	説明がわかりやすいとのことであったが、一部に内容が多いまたはもう少し時間を長くというのがあった。次期については、もう少し掘り下げ、書類送検や是正勧告を受けた事例をもとに会社としての対処方法や未然に防ぐための方法を講義する予定にしている。事例の内容は「安全衛生・同一労働同一賃金・有給休暇・労働時間・過労死」等を予定している。					

北大阪商工会議所

事業名		営業秘密管理普及促進事業																																							
想定する実施期間		30 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)	近年、会社の重要な企業秘密について、第三者への漏洩・流出が問題となっており、これは、大企業に限らず中小企業においても大きな経営リスクとなっている。例えば、金属加工業では金型の設計図、食品製造業ではレシピ、素材の混合比率、そして顧客情報など、企業にとって外に出てしまえば困る情報が会社の中には溢れているにも関わらず、営業秘密管理を行っている事業所は少ないのが現状である。 そこで本事業では、営業秘密管理の重要性を理解し、必要な対策に自立的に取り組めるように大阪府ものづくり支援課及びINPIT近畿統括本部と連携し支援を行う。																																							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	営業秘密管理に取り組んだことのない事業所を対象とする。主には、枚方市・寝屋川市・交野市のものづくり企業を想定する。																																							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>【営業秘密管理セミナー】 大阪府ものづくり支援課と連携し、営業秘密管理に関するセミナーを開催する。併せて、INPIT近畿統括本部についても説明を行い、その利用促進を図る。</p> <p>時期 平成30年12月20日(木) 15:00~16:30 会場 北大阪商工会議所101号室 講師 INPIT近畿統括本部 知財戦略エキスパート 深町 裕一 氏 内容 会社の重要な技術情報や営業情報等が第三者に漏洩することを防止するために、何を隠して、何を権利化するかの判断のしかたと、管理規程や管理体制の主要点を、具体的な事例を交えて、分かり易く説明いただいた。</p>																																							
		<p><事業手法(①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果)の具体的な連携・効果を記載></p> <table border="1"> <tr> <td>①府施策連携</td> <td colspan="7">大阪府ものづくり支援課・技術支援グループと連携し、企画から募集・実施、その後のフォローまで電話・メールで連絡を取り合い事業を行った。</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"></td> </tr> <tr> <td>④相談相乗</td> <td colspan="7"></td> </tr> </table>								①府施策連携	大阪府ものづくり支援課・技術支援グループと連携し、企画から募集・実施、その後のフォローまで電話・メールで連絡を取り合い事業を行った。							②広域連携								③市町村連携								④相談相乗							
	①府施策連携	大阪府ものづくり支援課・技術支援グループと連携し、企画から募集・実施、その後のフォローまで電話・メールで連絡を取り合い事業を行った。																																							
②広域連携																																									
③市町村連携																																									
④相談相乗																																									
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)	10	支援企業数(実績)	8	支援実績率	75.0%	満足度	63																																
	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>「営業秘密情報管理」というテーマ設定ながら実績率75%を達成した。参加者には、営業秘密管理の重要性を理解していただくことができた。ただ、知財に関する個別相談に興味を示す方はおられず、MOBIO知財サポートチームへの繋ぎはゼロ件であった。</p> <table border="1"> <tr> <td>指標</td> <td colspan="7">INPIT近畿統括本部への繋ぎ</td> </tr> <tr> <td>数値目標</td> <td>1</td> <td>実績数値</td> <td>0</td> <td>目標達成度</td> <td colspan="3">0.0%</td> </tr> </table>								指標	INPIT近畿統括本部への繋ぎ							数値目標	1	実績数値	0	目標達成度	0.0%																		
指標	INPIT近畿統括本部への繋ぎ																																								
数値目標	1	実績数値	0	目標達成度	0.0%																																				
	成果の代表事例	創業間もない事業者J社 営業秘密の要件と不正競争防止法で保護される内容の違いについて理解していただくことができた。今後は営業秘密を守るための具体的な契約書の内容や書き方について学びたいとのことであったので、MOBIO知財サポートチームと連携して支援を行う。																																							
	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)	大阪府ものづくり支援課・技術支援グループと連携し、「知的財産マネジメント促進事業」「海外展開リスクマネジメント事業」「営業秘密情報管理普及事業」と4年間事業を実施してきたが、知財関連の支援ニーズの低さを実感する結果となっている。本事業に関係なくMOBIO知財サポートチームへの繋ぎ支援は行っており、利用者には満足いただいているため、地域活性化事業での知財関連の支援は本年度で終了とし、今後は案件がある毎にMOBIO知財サポートチームと連携し支援を実施していく。																																							

北大阪商工会議所

事業名		事業承継支援事業							
想定する実施期間		30 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)	小規模事業者の経営者の高齢化が進む中で、多くの経営者が引退と会社を次世代へ承継する場面に直面している。親族や役員・従業員に事業を承継する経営者もいれば、第三者に事業を譲渡・M&Aすることで次世代に引き継ぐ経営者もいる。しかしながら円滑に事業承継を進めていくためには、経営者が早期に準備の必要性を認識し、自社の経営状況や経営課題等を把握していくことが必要となる。 継続的な支援体制を整え、本事業を実施することにより、事業承継が必要な小規模事業者への気付きや後継者の育成を促し、事業承継の促進・円滑化を図る。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	経営者が高齢である管内の小規模事業者を対象とする							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>平成30年 7月 6日「事業承継税制とこれからの事業承継対策」セミナー 15.5社</p> <p>平成30年10月 5日「事業承継はまさに株式承継！今からすべき株式管理」セミナー 14.5社</p> <p>平成31年 2月 4日実施予定「円滑な事業承継を実現する事業承継の成功例・失敗例①」 13社</p> <p>平成31年 3月13日「円滑な事業承継を実現する事業承継の成功例・失敗例②」 4.5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> <p>①府施策連携 大阪府事業承継ネットワークに関する事業周知を行っている。また拠点会議所として、ブロックコーディネーターを配置している。</p> <p>②広域連携</p> <p>③市町村連携 本事業の実施につき、担当部署でチラシの配架など広報面での協力が得られた。</p> <p>④相談相乗 事業参加者の内、3事業者をカルテ化している。</p>							
	計画に対する実績(数値)	支援企業数(計画)	60	支援企業数(実績)	48	支援実績率	79.2%	満足度	83
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	<p>○事業承継にかかる全般的な諸問題について周知・理解・周知を深めた。</p> <p>○平成30年度税制改正による事業承継税制特例制度の創設およびその内容について周知・理解を深めた。</p> <p>○経営承継円滑化法の利用による遺留分対策について理解を深めた。</p> <p>○株式管理に関して理解を深めた。</p> <p>○他社の事業承継の成功例・失敗例より、自社での問題発見、対策検討を行った。</p> <p>○大阪府事業承継ネットワークおよびその実施事業について、周知することが出来た。</p> <p>○事業参加者の内、北大阪地域ブロックコーディネーターを活用いただき、個別・具体的なアドバイスを提供した。</p>							
事業の実績/目標達成度	成果の代表事例	サービス業 D社 「事業承継はまさに株式承継！今からすべき株式管理」に参加。事業終了後、北大阪地域ブロックコーディネーターとの個別面談を提案し、活用いただいた。セミナー内で株式管理の知識を深めるとともに、ブロックコーディネーターよりD社決算書をもとに事業承継税制の適用可否および税制活用した場合のリスクなどに関する理解を深めている。							
	その他目標値の実績	指標	専門家、他の連携機関に引き継いだ件数					目標達成度	83
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)	数値目標	10	実績数値	5	目標達成度	50.0%		
		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)		<p>課題は支援計画数に達していない支援企業数を増加させること、また事業終了後の個別支援を強化させていくことである。当地域においても経営者の高齢化は国内全域と同様に進んでいるため、次年度以降も経営者に対する問題意識の掘り起こしを引き続き行っていく。</p> <p>セミナーで取り扱った事例企業と個人事業者をはじめとした参加企業の規模・資産などに違いがあったため、「期待していた内容と異なった」などの回答があった。対象およびテーマを対象企業に明確に伝え、参加満足度を高めていく必要がある。</p> <p>次年度はセミナー事業に加え、ワンストップ相談会の実施を予定している。</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		商店街魅力発掘事業							
想定する実施期間		29 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らない場所」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（平成28年度経済センサス調査結果3209社）							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>DMにて参加商店街を募集し、参加いただけなかった商店街は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イベント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・交野市の協力のもと市役所や公共施設、管内JRの駅、観光スポットにも設置しました。</p> <p>【説明会】 平成30年6月7日 会場：北大阪商工会議所 5事業所 【発行日】 平成30年10月1日発行 【仕様】 B4サイズ フルカラー両面2ページ 【発行部数】 60,000部 【掲載団体数】 枚方9商店街・寝屋川4商店街・交野2商店会 合計15団体 【配布方法】 街頭配布・掲載店設置・スポット設置・公共施設の窓口・管内JR駅 アミューズメント施設、当会議所窓口等設置</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								
	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5店舗のカルテ化をおこなった。							
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)	15	支援企業数(実績)	15	支援実績率	100%	満足度	80
	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>商店街のイベント情報を掲載してもらうにあたり6月当初から事業説明を開始した。商店街参加事業者の強みを再認識してもらい商品・サービスを地域に発信することができた。地域には名所旧跡・観光スポットが商店街周辺域にあることから商店街の行事情報等とともに紹介することで、読者は商店街の魅力や再発見し街歩きを楽しみ、賑わいの創出と地域活性化を図ることができた。</p> <p>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、商店街のイベント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。また、商店街事業所への顧客誘引が生じたことから地域経済発展の効果があつた。</p> <p>満足度に関しては、アンケートより事業の満足度を3段階評価に配点を定め満足を集計をした結果で目標を達成した。指標に関しては、効果や変化を感じれたかの問いに同様に満足以上の集計をした結果で目標を達成した。</p>							
成果の代表事例	指標	集客向上に対する貢献度							
	数値目標	60%	実績数値	80%	目標達成度	133%			
	成果の代表事例	<p>A商店街：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、個店と商店街の一体感醸成に役立ち、本事業の目的のひとつである「安心・安全」についても考える良い機会となった。更に他の商店街が集客のために行っている取組みを知ることができた。</p> <p>貴金属宝石販売店B社：商店街の魅力を発信し商店街への顧客誘引とともに自社への誘導ができるため商店街として参加することは意義がある。またこれまでのプロモーションは商店街内でのチラシ等にとどまっていたが、広くプロモーションを行うことで、商店街近隣地区以外の消費者にもお店を知ってもらいたいとの申し出があり、商品・サービスのセールスポイントを明確にしたプロモーションを支援した。実際にチラシを持って来店された方があったということで、新規顧客獲得ができた上、既存顧客の深耕に繋げることができた。よって広域プロモーションの必要性を理解いただいた。</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>予定どおりの発行ができ、商店街事業と関連して各個店への相談を行った。また、行事等の情報公開と発行を合わせることで個店や観光スポットへの消費者誘引ができた。個店の魅力を伝えることで、その個店が参加している商店街への来客誘導、観光スポットや行事情報等が充実し、行事等の見どころと商店街の紹介が掲載し、併せてインターネットでの公開を行い告知をしている。また、地域ラジオによる紹介、ミニコミ誌への広告等告知に重点化した。また駅前での配布などを行った。しかし、設置場所やその告知が不十分であったため設置場所については事前の交渉・配布時の告知を十分に行いたい。</p> <p>事業所への誘客は業種によってややばらつきがあつたが、イベント情報や観光スポットの紹介を管轄市に分けてページ構成を行ったこと、魅力ある個店が加盟している商店街であることで商業集積効果との相乗効果により消費者の周遊を高めることができた。商店街の行事等は年末に集中するが、発行時期を10月上旬とし告知期間を十分に取ることを優先した。そこで広告効果が薄れる時期に地域ラジオで紹介してもらい、広告効果の延長を図っている。</p> <p>商店街内事業所にとっては、新規顧客の獲得に繋がった後の上得意・リピーターへの展開にサポートが必要であるから、引き続き販路拡大等のフォローを行っていく。また、ホームページやSNS等の情報配信の環境がととのっていない事業者においてもフォローの必要性がある。</p>							

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		25 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)	大阪の成長戦略2016年12月版では、「成長を支える基盤となる人材の育成力強化」が示されており、地域の強みを活かしたものづくり人材の育成、高等職業技術専門学校の産業人材育成の拠点化が具体的取組として挙げられている。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。2012年の企業単位における製造業のひとりあたりの労働生産性は大阪府が6,460千円であるのに対し、枚方市が4,885千円、寝屋川市が4,063千円、交野市が4,025千円、守口市が2,433千円、門真市が8,602千円、大東市が5,141千円、四条畷市が4,825千円であり、1市を除いて総じて低いため、製造業従業者の生産性を高めていく必要がある。商工会議所・商工会が管内事業者に対する人材育成事業を高等技術専門校に委託して事業を実施し、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。														
	支援する対象 (業種・事業所数等)	北大阪・守口門真・大東商工会議所・四條畷市商工会管内のものづくり企業及び建設業者														
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>北大阪高等職業技術専門学校へのオーダーメイド講座として下記講座を開催</p> <ul style="list-style-type: none"> ○安全衛生と機械製図講座 平成30年5月9日・11日 10社12名 ○中小企業の総務・経理の日常業務入門 平成30年5月12日・19日・26日 27社28名 ○汎用旋盤作業と安全 平成30年5月18日・21日 7社8名 ○汎用フライス盤作業と安全 平成30年5月24日・25日 5.5社7名 ○機械図面作成のためのAutoCAD基礎講座平日コース 平成30年6月6日・13日・20日 16社18名 ○3次元CAD 入門講座 平成30年10月4日・11日・18日 16.5社20名 ○研削砥石 特別教育 平成30年6月26日・28日・29日 7.5社8名 ○建築図面作成のためのJwCAD基礎講座 土曜コース 平成30年7月7日・14日・21日 17社19名 ○IoTの基礎 平成30年9月4日・11日・19日・26日 4社4名 ○3次元CAD応用講座 平成30年10月25日・11月1日・8日 12.5社14名 ○建築図面作成のためのJwCAD基礎講座 平日コース 平成30年11月1日・8日・15日 17社19名 ○機械図面作成のためのAutoCAD基礎講座 土曜コース 平成30年11月3日・10日・24日 10.5社 11名 <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>講座内容・実施時期設定など企画段階より北大阪技専校と十分な打ち合わせを行っている。また北大阪技専校が単独で実施する建設系テクノ講座の開催について、北大阪管内の建設業者に周知・案内を行っている。</td> </tr> <tr> <td>②広域連携</td> <td>北大阪が主幹となり実施。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した。</td> </tr> <tr> <td>③市町村連携</td> <td></td> </tr> <tr> <td>④相談相乗</td> <td></td> </tr> </table>							①府施策連携	講座内容・実施時期設定など企画段階より北大阪技専校と十分な打ち合わせを行っている。また北大阪技専校が単独で実施する建設系テクノ講座の開催について、北大阪管内の建設業者に周知・案内を行っている。	②広域連携	北大阪が主幹となり実施。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した。	③市町村連携		④相談相乗	
	①府施策連携	講座内容・実施時期設定など企画段階より北大阪技専校と十分な打ち合わせを行っている。また北大阪技専校が単独で実施する建設系テクノ講座の開催について、北大阪管内の建設業者に周知・案内を行っている。														
②広域連携	北大阪が主幹となり実施。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した。															
③市町村連携																
④相談相乗																
事業の実績/目標	計画に対する実績(数値)	支援企業数(計画)	168	支援企業数(実績)	151	支援実績率	89.9%	満足度	87							
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)	<ul style="list-style-type: none"> ○「安全衛生と機械製図講座」では若手社員の安全衛生意識を高め、図面の読み方の理解を深めた。 ○「汎用旋盤と安全」「汎用フライス盤と安全」では汎用工作機械の操作スキルを高めた。 ○厚生労働省令で定める危険又は有害な業務に労働者を就かせる際には、その業務に関する安全又は衛生のための特別の教育を行わなければならないとされており、「研削砥石特別教育」でその教育機会を提供した。 ○「建築図面作成のためのJwCAD」「機械図面作成のためのAutoCAD」「3次元CAD」では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。 ○「中小企業の総務・経理の日常業務入門」では労務・経理に関する手続き面の実務や年間の業務フローを学習することで、全体像を理解を深めた。 ○「IoTの基礎」では組込技術を目指す者にプログラミングやクラウドサービスに関する理解を深めた。 ○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。 															

達成度	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	94%	目標達成度
	成果の代表事例	<p>製造業Y社 機械設計開発者を養成するために本事業「汎用フライス盤作業と安全」を活用。実際に汎用フライス盤により金属加工いただいたことで、どのような加工が可能であるかを設計の際にイメージすることが可能となった。今後の設計業務に役立てていただくことが期待される。</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>実績が目標とする支援企業数に達していないため、目標とする支援企業数を確保することが課題である。目標に達していない理由として、汎用旋盤とフライス盤講座、IoT講座の受講者数が少なかったことが挙げられる。次年度では汎用旋盤とフライス盤講座を統合し、機械工作入門講座として実施する。IoT講座を廃止し、事務系講座への入れ替えを行う。</p> <p>また、ものづくり人材を育成している大阪府立北大阪高等職業技術専門校の役割を更に地域へと周知し、新たな利用企業の掘り起こしを行っていくことが課題である。</p>			

北大阪商工会議所

事業名		創業塾							
想定する実施期間		H22 年度～ 年度まで ※複数年段階的実施事業は別紙にて計画を提出すること							
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	政府の日本産業再興プランにおいても「開業率が廃業率を上回る状態にし、開業率現状約5%から米国・英国レベルの10%台を目指す」と政策的にも重要課題としている。2017年度版中小企業白書によると起業に関心を持っている者が起業する割合は同水準なのに対して、起業に関心を持たない者の割合が高水準である。起業無関心者が多いのは、「リスクが高い(失敗時の負債等)」、「所得・収入が不安定」といったマイナスイメージが突出していることが原因であるといえ、起業のきっかけづくり・掘り起こしをするためには起業のプラス面をいかに周知できるかが課題となる。今回の事業において、創業に向けたイメージ改善のプレセミナーを行い、創業者の掘り起こしを行う。さらに、創業に対する意欲が高く、実現可能性が高い方々については、実践的な事業計画策定セミナーへの参加を促し、必要とされる手続きや知識を身につけていただき、具体的なビジネスプランの作成を支援し、事業化を実現させることで、管内の新規創業を促し、雇用創出までつなげたい。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	枚方市・寝屋川市・交野市・大東市内で創業を希望される方・創業に向けて準備中の方・創業間もない方							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	①創業塾プレセミナー「大人の学祭 明日から働き方が変わる」(人材育成型) 10月7日(日) 10:30~17:00 枚方T-SITE 10月8日(月・祝) 13:00~16:45 コワーキングスペースひらばにて開催、参加者40名(北大阪 39名、大東 1名) 「つたがく(枚方T-SITE)」、「ひらばの学校(コワーキングスペースひらば)」とコラボし、各分野のフリーランス、クリエイター、専門家11名をお呼びして、新しい働き方を考える場を提供。 ②創業塾(人材交流型) 平成30年11月3日(土)10日(土)の2日間開催。いずれも13時~17時で開催。 開催場所 北大阪商工会議所 中会議室 講師 若松経営情報研究所 中小企業診断士 若松敏幸 氏 参加者数 31名(北大阪 29名 大東 2名) ○創業に関する知識修得のための講義、ワークシートを用いた演習、創業プランの発表、参加者同士で意見交換を目的としたグループワーク。 ○フォローアップ事業終了後に受講者に対する個別フォローを実施。希望者に向け、アフターフォローを行った。 ○大東商工会議所と連携し、広域で実施することにより、創業予定者に受講機会を提供し、広域の交流が図った。 <事業手法(①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果)の具体的な連携・効果を記載>							
	①府施策連携	事業開催時に大阪起業家アッパー事業及び大阪府制度融資の事業説明を行っている。大阪府内創業支援機関ネットワークに参画している。							
	②広域連携	北大阪が主幹として実施。広域で連携することで、管内にとどまらない幅広い受講者間のネットワークを構築することができる。							
	③市町村連携	各市に対し、事業開催の広報協力を依頼。枚方市・広報ひらかた10月号、寝屋川市・広報ねやがわ11月号、交野市・広報かたの10月号へ掲載。また産業競争力強化法に基づく認定市町村の特定創業支援事業として各市より認定を受けている。							
④相談相乗	事業終了後、事後フォローを希望する事業参加者に対して、個別支援を実施(2件)。								
計画に対する実績(数値)	支援企業数(計画)	65	支援企業数(実績)	71	支援実績率	109.2%	満足度	89	
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)	創業塾プレセミナーにおいて、各分野のフリーランス、クリエイター、専門家11名が実際の体験談をもとに講演を行ったことで、参加者の創業に対するマイナスイメージの改善が図られた。 満足度も高く、アンケートにおいても創業を目指し具体的に活動を行いたい、イメージが改善したと回答した参加者が40名中34名といったことから伺える。 ■創業時における心構えについてビジネスフレームワークの活用法 ■SWOT分析による強み、弱み等内部環境の明確化 ■競合分析やポジショニングマップによる外的環境の理解 上記に基づくマーケティング計画・販促計画の策定セミナーでインプットされた知識をもとにビジネスプランを策定し、参加者同士で発表、ディスカッションを行うことで、プランのブラッシュアップ、知識のアウトプットが即時に行え、事業計画を明確化でき成果として残すことができた。参加者満足度も高く、現時点で創業・創業予定者の目標は達成していないが、当創業塾からの創業者は増えていくことが見込まれる。							
	成果の代表事例	創業者T氏 働く女性をメインターゲットとした飲食店の創業を希望されている。自身のプランのイメージを具体的に事業計画書として落とし込むことができた。アフターフォローの専門相談も利用され、最終利益計画までとりまとめた計画をもとに、日本政策金融公庫からの融資を受けることができ、平成30年2月に開業された。							
	その他目標値の実績	指標	創業・創業予定者						
	数値目標	10	実績数値	8	目標達成度	80.0%			
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)	目標とする参加者数の確保はできた。しかしプレセミナーにおいて、より参加を喚起するため、起業だけでなく、わかりやすいパラレルキャリアや新しい働き方といった観点のセミナーを実施したため、プレセミナーから創業塾への参加が1名と相関関係を強めることができなかった。次年度は、プレセミナーの内容をもう少し起業に特化した内容に変更し、プレセミナーで創業に対しての意欲を増進させ、創業塾での具体的な創業計画策定につなげられるような仕組みを作り上げたい。							

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		25 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OFF-JT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・社員を対象とする。						
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	「定着力と採用力向上に向けた取組法セミナー」 平成30年7月25日(水) 18:00~20:00 支援事業所数22社(北大阪22社 四條畷0社) 参加者数24名 「災害事例から学ぶ 地震や水害など緊急事態に負けない会社づくり」 平成30年10月31日(水) 14:00~16:00 支援事業所数11.5社(北大阪11.5社 四條畷0社) 参加者数12名 「クレームは『たったの3ステップ』で対応できる」 平成31年 ①1月21日(月)②2月5日(火) 共に18:30~20:30 支援事業所数53.5社(北大阪53.5社 四條畷0社) 参加者数64名 「『人材』から『人財』にするための指導・育成法を学ぶセミナー」 平成31年 ①1月30日(月)②2月13日(水) 共に18:30~20:30 支援事業所数35.5社(北大阪35.5社 四條畷0社) 参加者数43名 いずれも北大阪商工会議所 枚方本所内で実施。						
		<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	四條畷商工会と連携し管内事業所に従事する就業者に対して、能力向上を図った。セミナー毎にチラシを会報へ折り込み(約3,500通)、メルマガの配信や過去の受講者への案内も行った。							
③市町村連携								
④相談相乗	セミナー受講者から13件カルテ化							
計画に対する実績(数値)	支援企業数(計画)	120	支援企業数(実績)	123	支援実績率	102.5%	満足度	90
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)	○「定着力と採用力向上に向けた取組法セミナー」応募が来ない、採用してもすぐに辞めてしまうのはどうしてなのかを掘り下げ、実際に現場で効果が実証できている内容(声の掛け方や意識の変え方)を体感し、行動変容を促すよう理解させた。 ○「災害事例から学ぶ 地震や水害など緊急事態に負けない会社づくり」昨夏、北大阪地域を襲った大地震・豪雨・台風。本セミナーでは様々なリスクが発生した際の事業継続計画(BCP)の具体的な進め方や実際に取り組んでいる事例も挙げて紹介し、BCPを策定するよう理解を進めた。 ○「クレームは『たったの3ステップ』で対応できる」クレームの内容を客観的に分解していき、怒りのメカニズムを知り、相手の気持ちを落ち着かせる3ステップやタイプに合わせた対応をすることで怒りを増大させないルールを作り、最終的にはファンにするまでの行程を学んで頂いた。 ○「『人材』から『人財』にするための指導・育成法を学ぶセミナー」ハラスメントに過剰になるあまりコミュニケーション不足になりがちな昨今。褒める・叱るなど苦手になりがちな指導のあれこれをコーチングやティーチングを使って学び指導に自信をつけて頂いた。 ○指標に対する実績数値に関しては、目標に達することはできなかった。原因としては、アンケートにおける該当質問に対する未回答が根拠となっている。アンケートでは確認できなかったが、後のヒアリング等で満足度が高かったこともあり、実際に役立ったと感じている事業所は多いと考えられる。						
	指標	○経営者・従業員が本事業で取り上げたテーマに関する知識を深めることで、自社課題の問題点を浮き彫りにし、解決策を講じて事業運営を円滑化する						
	数値目標	90%	実績数値	69.91%	目標達成度	77.7%		
成果の代表事例	医療事業 M病院 「クレームはたったの『3ステップ』で対応できる」に参加。患者からのクレームもあるが、同業者からのクレーム的な怒りの対応に悩まされていた。一方的に謝ったり、単なるいい訳を繰り返すのではなく、まず相手の話に耳を傾け、何に対して怒っているのかを聴く。その後、こちらも丁寧に説明し、納得してもらおう。頭では分かっているが感情的になっていた。改めて勉強になった。							
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)	課題は目標とする支援企業数を増やしていくことである。平成30年度においては、クレーム対応に関心が高く、多くの企業で悩まされている実態が判明。反対にBCPの参加が予想より少なく、既に取り組んでいる企業と関心のない企業とに二分されている実態が明らかとなった。本事業全体として、目標とする支援企業数をほぼ確保したが、さらなる参加の呼びかけとセミナーの内容を吟味する必要がある。次期以降の取組として、社内の組織(チーム)づくり、コーチング、外国人雇用の諸問題、ビジネスマナー他、受講者アンケートなどを基にセミナーのテーマを設定し、話題性の高いテーマを速やかに企画していくことで、目標とする支援企業数の達成を図る。						

北大阪商工会議所

事業名		受発注交流・地域内取引促進事業																	
想定する実施期間		24 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)	2016年版小規模企業白書によると、小規模事業者の直近決算時における1年間の売上高の約6割が「同一市町村」を販売先としており、「近隣市町村」向けの約2割と併せ約8割を占めている。さらに、「同一都道府県」まで含めると9割弱となっており、小規模事業者の売上高のほとんどが同一都道府県内にとどまっていることが分かる。2017年版でも、小規模事業者の法人で47.2%、個人で61.5%が同一市町村を商圏として、法人で33.7%、個人で28.3%が同一都道府県を商圏としている。このことから地域内取引の活性化を行うことが、地域の経済団体には求められている。 北大阪商工会議所管内(枚方市・寝屋川市・交野市)四條畷市商工会管内(四條畷市)の事業所相互間の受発注情報を交換し、新規取引先の獲得に繋げていただくことを目標として本事業を開催する。																	
	支援する対象 (業種・事業所数等)	枚方市・寝屋川市・交野市・四條畷市内の製造業・建設業・卸小売業・サービス業などの事業者を対象とする。4市の小規模事業者約14,613社を対象とする。																	
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>【実施時期】 平成31年1月26日(土) 北大阪商工会議所 大ホール・中ホール 出展ブース62社(支援対象58社) 参加者271名(出展者118名、来場者153名) *当日受付を通過された人数で集計</p> <p>【具体的な内容及び事業手法】 本事業は、地域内での販路開拓支援、異業種交流を目的に、今回で7回目の開催となる。経済のグローバル化が進む中、今一度、地域の絆を見つめ直し、地域から経済の底上げを行うことによって、地域経済圏の再構築を図る取り組みとなる。製品やカタログ・会社案内などの展示を通じて受発注情報の交換を図れたほか、多くの来場者も訪れ盛大に行われた。 午後1時から中ホールで行われたオープニング基調講演は、ダイコロ(株)代表取締役社長の松本秀作氏にご登壇いただき、101名の聴講者が訪れて大盛況となった。 講演終了後、大ホールでは北大阪商工会議所 会頭の北本 明から開会の挨拶があり、交流会がスタートすると、各ブースに列ができるなど会場は熱気に包まれた。 また、3時からのビジネスセミナーでは、(一社)全国防犯啓蒙推進機構理事長の折元洋巳氏にご講演いただき、54名の聴講者が訪れた。 講演会中も大ホールでは、名刺交換を中心に交流会が進行しており、参加者が各ブースに足を止めて熱心にお互いの事業紹介を行い、交流を図る光景が多数みられた。 交流会終了後の出展者懇親会には35名の方々が参加され、PRタイムでの発表や名刺交換を通じて、交流を深めていただいた。</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>四條畷市商工会と連携して出展者募集及び当日の運営を行った。四條畷市商工会からは2社の出展があった。</td> </tr> <tr> <td>③市町村連携</td> <td></td> </tr> <tr> <td>④相談相乗</td> <td>支援企業58社のうちカルテ化できたのは12社で、21%という結果であった。他のメニューの支援に繋がれるように事後フォローに力を入れたい。</td> </tr> </table>								①府施策連携		②広域連携	四條畷市商工会と連携して出展者募集及び当日の運営を行った。四條畷市商工会からは2社の出展があった。	③市町村連携		④相談相乗	支援企業58社のうちカルテ化できたのは12社で、21%という結果であった。他のメニューの支援に繋がれるように事後フォローに力を入れたい。		
	①府施策連携																		
	②広域連携	四條畷市商工会と連携して出展者募集及び当日の運営を行った。四條畷市商工会からは2社の出展があった。																	
③市町村連携																			
④相談相乗	支援企業58社のうちカルテ化できたのは12社で、21%という結果であった。他のメニューの支援に繋がれるように事後フォローに力を入れたい。																		
計画に対する実績(数値)	支援企業数(計画)	62	支援企業数(実績)	58	支援実績率	93.5%	満足度	72											
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>当事業は7回目ということもあり、当所所報10・11月号の折込み広告による案内のみで支援対象外事業所も含むと62社の申し込みがあった。 事業開始当初から行っている、取引したい業種・製品などの内容を聞き取り、会社概要・自社PR等の情報をまとめたガイドブックは、参加事業所に事前配布することにより、名刺交換してみたい事業所のターゲットを絞れるといった効果をもたらすことができた。 著名人を呼んでオープニングトークセッション及びビジネスセミナーを開催したことは交流会への参加者動員の一助となった。 メインの交流会では、大ホールと4階エレベーターホールいっばいに並んだ62ブースで活発な受発注情報の交換が行われ、名刺交換687件、商談228件となり、成約100件の取引が行われた。 引き合い件数(名刺交換・商談)は915件となり、目標900件に対して上回る事ができた。</p> <table border="1"> <tr> <td>指標</td> <td colspan="4">引き合い件数</td> </tr> <tr> <td>数値目標</td> <td>900</td> <td>実績数値</td> <td>915</td> <td>目標達成度</td> <td>101.7%</td> </tr> </table>								指標	引き合い件数				数値目標	900	実績数値	915	目標達成度	101.7%
指標	引き合い件数																		
数値目標	900	実績数値	915	目標達成度	101.7%														
成果の代表事例	食品製造業D社 長年、個人客向けに和菓子の販売をしてこられたが、売上増加を図るために企業のノベルティや記念品等の販売を始められた。本事業に参加したことで、新規取引先を獲得することができ、企業間取引に力を入れていく方向性が固まった。 新たな出会いが新たなビジネスをつくる良い事例となった。																		
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)	小売業は取引しやすい金額ということもあり比較の実績があがっているが、製造業は中々成果には結び付いていない。しかしながら交流会で出会った企業が後に協力企業になったりとアンケートではみえない成果が出ている事例もある。 地域内の企業同士の繋がりをつくる良い事業ではあったが、次年度は会場の問題で実施することはできない。今後実施することがあれば、より多くの交流が図れるように、業種別に複数日開催する等の工夫を行いたい。																	

北大阪商工会議所

事業名		大阪東部地区商工会議所リサイクル技術委員会							
想定する実施期間		S57 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)	大阪東部地区商工会議所の合同により、廃棄物・排水等の減量化・再利用等をはじめ、企業のあらゆる環境問題に対しての相談事業、及び、環境保全に先進的に取り組む企業への視察研修会を実施することにより、資源の有効利用・環境保全を支援し、企業の業務改善、コスト削減、環境分野への新規ビジネス参入につなげる。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	大阪府東部地区商工会議所管内（枚方市、寝屋川市、交野市、守口市、門真市、大東市、東大阪市、八尾市、松原市）における、製造業・建築業・サービス業者等の中小企業。							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	リサイクル技術委員複数名の事業所訪問による技術指導を各月1回を予定し、環境保全に先進的に取り組む企業への視察研修会を開催。 平成30年度実績 5月：電気メッキ業 八尾、5月：金属ハネ製造 東大阪 6月：産業用機械製造業 大東、7月：木材加工業 松原 8月：再生可能エネルギー事業 北大阪、8月：化粧品製造業 守口門真 10月：化粧品製造業 東大阪、11月：植物園花卸業 八尾 2月：化粧品製造販売業 大東 2月：化粧品容器製造業 守口門真 3月：工業用電熱器等製造 松原 3月：ポンプ設計・製造、販売業 北大阪 ●環境保全優良企業視察 循環型社会を推進するため、環境問題に先進的に取り組む企業への視察・セミナーを開催。 平成30年度実績 大阪国際石油精製(株)・舞洲工場 平成30年12月5日(水) 参加企業・団体：32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							
②広域連携		大阪府東部地区商工会議所（北大阪、守口門真、大東、東大阪、八尾、松原）の合同により開催。近隣地域で連携することにより、地域・業種に共通する環境問題を共有し、ある事業所には廃棄物であっても別の事業所では資源として活用できるなど、各企業の排出廃棄物情報を集め、環境保全活動を促進する。							
③市町村連携									
④相談相乗									
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)	12	支援企業数(実績)	12	支援実績率	100.0%	満足度	83
	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)	環境・リサイクルに関する課題(生産行程の合理化、廃棄物・排水のリサイクル、廃製品のリサイクル、処理費用の削減等)を望む事業者に対して、下記の支援を行い、環境負荷低減の取り組みを支援した。 ○製造工程・排出廃棄物と処理処分方法・問題点を事前に調査し、課題を把握。 ○技術相談員と商工会議所職員による現地視察を実施、企業からの聞き取りにより、行程の改善、廃棄物のリサイクルによる有効活用が可能かどうか、経費削減策、環境法規等に関する指導を行った。 ○検討結果を報告書にまとめ、事業所に情報提供。廃棄物の減量化、再生利用の有効策について指導を行い、廃棄物のリサイクル受入先に関する情報を提供し、効果的な環境対策の実施を支援した。							
		指標	相談企業数						
		数値目標	12	実績数値	12	目標達成度	100.0%		
	成果の代表事例	木材加工業 Y社 工場内にバーチ材・木製パレット・MDFなどが溜まり、作業導線をふさいでしまっている。廃棄物処理の費用負担及び作業負担をかけずに課題の解決を目標とする。現在処理委託している事業所の費用単価については適正であるが、契約書などに問題があることが確認できた。多様な廃棄物を分別することで、処理費用の低減化及び売却に繋がると提案する。提案を受け、現状の費用などの処理が適正であることが確認でき、現状の契約について再度見直すことができた。							
その他目標値の実績	目標値(計画)	42	目標値(実績)	36	目標達成度	85.7%			
	今回は、大阪国際石油精製(株)および舞洲工場を視察した。大阪国際石油精製(株)においては、各精製工程における環境対策や製油所全体のカラーコーディネートなど、環境に配慮している点について見学した。リサイクルの取り組みに対する技術力はもちろんのこと、環境保全に対しての意識について知ることができた。舞洲工場では、最新の公害防止施設の機能や再生エネルギー設備について見学。見学先は環境配慮に対して高い意識を持っている。参加された企業からは、意識向上、意識改革につながったと意見を頂戴した。								
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)	環境問題について企業の規模を問わず取り組まれている事業所は多いが、ある程度規模の多い事業所でさえ担当者単位で改善策について日々検討しているという現状もある。事業所に対する豊富な現地指導経験を持つ専門家による実地指導は、事業所の環境負荷低減の意識向上のみならず、コスト削減にも効果的であり、引き続き、事業の推進に努めていきたい。より専門化しているリサイクルの課題に対して年各所1回の実施とし、重点的な支援を行う。							

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	29 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)	WEBサイトを核としたインターネットによる販路開拓について、戦略策定から実践まで支援を行う。 インターネットによる販路開拓は、収益力向上を目的としたIT活用の1つとして位置づけられ、インターネットの利用があたり前となった今では経営戦略とは切り離せなくなっている。安価で簡易なサービスが現れ、企業規模の大小を問わず取り組み成果を得られる分野でもある。 しかし、小規模事業者においては取り組みが遅れていたり成果を得られていない場合が少なくない。日々自社業務を最優先に従事しWEB専任者不在の小規模事業者ゆえ、昨今のインターネットの急激な変化に対する情報収集・準備不足、一定の知識を必要とするWEBに関する理解・スキル不足が原因と考える。 そこで当事業では、販路として活用できるWEBサイト構築・改善を実践的に行う中で、インターネットの正しい情報やツールの知識を得、経営戦略とWEB販路開拓戦略の連携を認識しWEB活用の目的を明確にし、WEBサイトとともに販路開拓で用いるSNSについて学ぶ。 結果、インターネットを活用した販路開拓の仕組み理解し、自ら目標を持ち成果に向かって、WEBサイト構築・改善やWEBでの販路開拓への取り組みを開始できる小規模事業者を増加させる。								
支援する対象 (業種・事業所数等)	枚方・寝屋川・交野・東大阪・豊中エリアの業種にかかわらず、あらゆる小規模事業者を対象とする。(広域)								
事業の概要 実施時期・具体的な内容及び事業手法	【A】WEBサイト活用 A-① WEBサイト構築 新規サイト構築にもリニューアルにも対応した講座とした。まず経営戦略を意識し3C分析によりWEB集客戦略を立てた。WEB最新動向と効果的なサイト構築についての基礎知識を得た後、戦略にそってSEO対策を意識したコンテンツに落とし込み、1人1台のパソコン環境でCMSを使い実際にサイト構築を行った。構築したサイトは専門家のレビューによりブラッシュアップを行った。戦略立案時に参加者ディスカッションを行い、顧客視点からのサイト構築・改善点に、より気づきやすくなるよう促した。 1コース4日間、計6コースを実施した。 《北大阪商工会議所》 ・平成30年7月12日(木)、19日(木)、26日(木)、8月2日(木) ・平成30年9月18日(火)、25日(火)、10月2日(火)、9日(火) ・平成31年1月23日(水)、30日(水)、2月6日(水)、13日(水) 《東大阪商工会議所》 ・平成30年8月20日(月)、23日(木)、27日(月)、30日(木) ・平成30年10月15日(月)、18日(木)、22日(月)、25日(木) ・平成31年2月4日(月)、14日(木)、18日(月)、21日(木) 【B】SNS活用 B-① SNS入門・戦略策定編 SNSはサービスごとの特徴が大きく異なり、活用には正しい知識と理解が必要になる。SNSはお客様との関係性をつくる手段であることを理解した上で各サービスの基礎知識を得、活用戦略を立てた。戦略について、参加者ディスカッションを行い、自社に適したものを見出せるよう進めた。対象のSNSは、トレンドを考慮し、LINE@、Facebook、Instagram、Twitterとした。 1コース2日間、計1コースを実施した。 《北大阪商工会議所》 ・平成31年2月25日(月)、26日(火) <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> <table border="1" data-bbox="455 2055 1688 2427"> <tr> <td data-bbox="455 2055 555 2120">①府施策連携</td> <td data-bbox="555 2055 1688 2120"></td> </tr> <tr> <td data-bbox="455 2120 555 2237">②広域連携</td> <td data-bbox="555 2120 1688 2237">北大阪商工会議所が幹事となり、枚方・交野・寝屋川、東大阪、豊中エリアで事業を展開した。流行が早いWEB最新動向を考慮し、セミナー内容についても監修を務めた。</td> </tr> <tr> <td data-bbox="455 2237 555 2312">③市町村連携</td> <td data-bbox="555 2237 1688 2312"></td> </tr> <tr> <td data-bbox="455 2312 555 2427">④相談相乗</td> <td data-bbox="555 2312 1688 2427">セミナーで作成したWEB集客戦略やWEBサイトを上手く自社に適用し販促に繋げられるよう、経営指導員が伴走型支援を継続して行った。 カルテ化：参加82社中16社(約19.5%)</td> </tr> </table>	①府施策連携		②広域連携	北大阪商工会議所が幹事となり、枚方・交野・寝屋川、東大阪、豊中エリアで事業を展開した。流行が早いWEB最新動向を考慮し、セミナー内容についても監修を務めた。	③市町村連携		④相談相乗	セミナーで作成したWEB集客戦略やWEBサイトを上手く自社に適用し販促に繋げられるよう、経営指導員が伴走型支援を継続して行った。 カルテ化：参加82社中16社(約19.5%)
①府施策連携									
②広域連携	北大阪商工会議所が幹事となり、枚方・交野・寝屋川、東大阪、豊中エリアで事業を展開した。流行が早いWEB最新動向を考慮し、セミナー内容についても監修を務めた。								
③市町村連携									
④相談相乗	セミナーで作成したWEB集客戦略やWEBサイトを上手く自社に適用し販促に繋げられるよう、経営指導員が伴走型支援を継続して行った。 カルテ化：参加82社中16社(約19.5%)								

事業の実績／目標達成度	【A】 計画に対する 実績（数値）	支援企業 数(計画)	63	支援企業 数(実績)	67	支援 実績率	106.3%	満足度	89	
	【B】 計画に対する 実績（数値）	支援企業 数(計画)	14	支援企業 数(実績)	15	支援 実績率	107.1%	満足度	82	
	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】 67社（北大阪30社、東大阪34社、豊中3社） 【B】 15社（北大阪15社、東大阪0社） WEB販路開拓戦略が経営戦略と連携していることに気づく方が多かった。WEB活用を進める上で重要なポイントである。セミナー中にCMSで簡単にWEBサイトを作れるので「このまま、やっていけそう」と自信を持つ方も多く、これらが下記【A】の指標「気づきにより、課題解決策を得て、対策に取り組んだ」実績数値に結び付いたと考えられる。 様々な業種の参加者とディスカッションを行う中で、新たなアイデアを得たり、自己紹介からビジネスマッチングの機会に発展したり、顧客視点の重要性に気づき自社の強みの再確認を行ったりと、WEBサイトだけでなく事業そのものにも良い効果をもたらした。 SNS活用では戦略策定でファネル(*)を初めて知った方が多く、セミナー後の実運用で活用されている。（*ファネル：新規顧客を成約へ導く一連のマーケティング・営業プロセス）								
		【A】 指標	専門家や他の参加者から得た気づきにより、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	30%	実績数値	78%	目標達成度	260.0%			
		【B】 指標	多種のSNSサービスの違いを理解し、参加者同士の意見交換から、今後の利活用方法を見出せた事業者の割合							
		数値目標	70%	実績数値	73%	目標達成度	104.3%			
	成果の代表事例	【A】 WEBサイト活用 M工務店：ホームページ開設、運用開始、リノベーション物件のお問い合わせ窓口として活用している。 【B】 SNS活用 Aクリエイター：Instagram開始、作品発表の場として活用している。将来は作品展への集客につなげたいとのこと。								
	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)	WEBはうまく活用できれば小規模事業者の強力な販路となるが、課題を抱える事業者はまだ多い。今後もセミナーと相談事業を連携させ、より多くの事業者の支援を継続し行っていく。 東大阪エリアで定着したように、他のエリアでも支援メニューを利用できれば効果の上がる事業者が多いと考える。この手法を用い、府内全域の小規模事業者に対するWEB販促の充実を図るべく、対象エリアを順次広げたいと考える。								