

平成30年度 事業実績報告書

申請者の概要

申請者	団体名	守口門真商工会議所		
	代表者職・氏名	会頭 土居 正明		
	所在地	〒571-0045 大阪府門真市殿島町6番4号		
	担当者	職・氏名	商工振興部 中小企業相談所 所長 小西 敬人	
		連絡先	電話番号（直通）：	06-6909-3303
Fax：			06-6909-3409	
		E-mail：	konishi@mk-cci.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45年4月 20名（14名） ※平成31年3月31日現在 守口市・門真市 守口市・門真市 合計12,343 （平成26年 経済センサス） 守口市・門真市 合計 8,946 （平成26年 経済センサス） 2,883件（組織率23.34%） （平成31年3月31日現在）		
□主な事業概要（定款記載事項等）				
(1) 商工会議所としての意見を公表し、これを国会、行政庁等に具申し、又は建議すること (2) 行政庁等の諮問に応じて答申すること (3) 商工業に関する調査研究をおこなうこと (4) 商工業に関する情報及び資料の収集又は刊行をおこなうこと (5) 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、鑑定又は検査をおこなうこと (6) 輸出品の原産地証明を行なうこと (7) 商工業に関する施設を設置し、維持し、又は運用すること (8) 商工業に関する講習会又は講演会を実施すること (9) 商工業に関する技術及び技能の普及又は検定を行なうこと (10) 博覧会、見本市等を開催し、又はこれらの開催のあっせんを行なうこと (11) 商事取引に関する仲介又はあっせんを行なうこと (12) 商事取引の紛争に関するあっせん、調停又は仲裁を行なうこと (13) 商工業に関して、相談に応じ、又は指導を行なうこと (14) 商工業に関して、商工業者の信用調査を行なうこと (15) 商工業に関して、観光事業の改善発達を図ること (16) 社会一般の福祉の増進に資する事業を行なうこと (17) 行政庁から委託を受けた事務を行なうこと (18) 商工業に関する図書を集集し、一般の閲覧に供すること (19) 前各号に掲げるもののほか、本商工会議所の目的を達成するために必要な事業を行なうこと				

守口門真商工会議所

(1) 事業の目標

商工業ともにイベントや事業を実施する中で、事業者が抱える課題の解決策の提示と実行支援、及び支援機関等へコーディネートを行う。支援方法として専門家や地域の支援機関で組織する「もりかど産業支援機関ネットワーク」を活用することで、単独組織の支援では成し得ない「こまやかな支援」を実現する。商業は個店の魅力（ブランド）強化を支援すると共に、行政、商店街、商業団体と連携し、地域ブランドを創出することで、地域全体の活性化を図る。工業は幅広い連携体制のもと、認定事業や補助金等を活用し、当地域のものづくり企業の代表といえる事業所を複数発掘・育成することを目標とする。

【事業体系】

- 商業関係：①商業活性化促進事業 ②小規模事業所来店者促進事業 ③売りメッセ取引商談会in東大阪
- 工業関係：①守口門真ものづくり元気企業 ②展示会事業 ③リサイクル技術委員会
- ④北大阪高等職業技術専門学校活用事業
- 全般：①人材確保定着事業 ②事業承継円滑化事業 ③創業塾 ④CSR
- 税務、法務、労務、その他経営に関する専門家による支援

(2) 事業を実施した具体的な内容、方法及び工夫した点

上記目標のもと、経営課題の把握やニーズの掘り起しを行い相談事業へ繋げるため、本年度も巡回活動を実施した。今年度の巡回は5月～11月を集中期間として取組み管内事業所との接点を多く持つことができた。商業関係においては、個店強化の取り組みをおこなった。逸品紹介冊子「名店パスポート」については、継続することで認知度が向上していると考えられる。また、「大商業祭」については、メインターゲットであるファミリー層へのPRを実施。地域の公立幼稚園・保育園・認定こども園にチラシを配布した。今年度の取り組みとして、出展者・来場者に対して電子決済（オリガミ・ペイ）利用体験を行い、今後のキャッシュレスの導入に繋げることができた。工業関係においては、「守口門真ものづくり元気企業」認定事業を実施し、10社を認定した。ステップアップを狙ったハンズオン支援も定着しつつあり、過去の元気企業認定事業所4社を「大阪ものづくり優良企業賞」認定に繋げた。この事業体系が評価され、第128回日本商工会議所事業活動表彰を受賞。展示会事業は展示会補助事業と効果的に連携を図れており、延べ47社の販路開拓に役立つことができた。創業塾においては、女性にターゲットを絞った創業カフェを開催した。この参加者に対し創業塾をPRすることで、意欲と能力の高い参加者の確保に繋げることができた。事業実施後も積極的な支援を行った結果、昨年度より多くの創業を実現することができた。今年度からの新規事業として「事業承継円滑化事業」を実施し、中小企業の中で大きな問題となっている後継者問題を解決すべくセミナー及び実際に承継をした立場・受けた立場からの実体験を語る講演会を実施した。また「人材確保定着事業」では、地域の中小企業が人材を確保するため、採用専用ホームページ作成活用セミナーを実施し、人材不足で悩む中小企業の問題の解決を図った。

(3) 事業を実施した効果、所管地域の活性化の状況

今年度の巡回活動は、事業承継・人材確保・キャッシュレス等の課題について、支援やヒアリングを行った。また例年に引き続き、補助金活用のニーズも多く、各種補助金について積極的な相談事業による支援を実施した。商業関係においては、実施事業により新規来店者の増加や、既存顧客の満足度向上など様々な効果が報告されており、個店の魅力向上及び強化に繋がり、経営者のモチベーションアップにも寄与した。工業関係においては、認定事業による技術力の高い事業所の掘り起こしと一定のブランド化を図れている。また、経営指導員による事業や技術内容の把握により、適切な補助金等の活用に向けた支援策の提案が容易となってきており、経営相談支援事業との相乗効果による質の高い支援へと繋げている。

(4) 事業を実施した結果浮かび上がった課題

巡回活動については、経営課題の把握やニーズの掘り起こしを引き続き積極的に行う必要がある。そのような中、経営指導員によってヒアリング力・質問力・提案力に個人差があることが課題である。商業においては、様々な施策に積極的な個店とそうでない個店の格差が広がっている。事業やイベントとしては成功しているものの、売上に繋げていくための見せ方や売り方が出来ていない個店も多く、事業主の意識改革が課題である。工業においては、若手並びに専門的知識・能力のある人材の確保が課題となっている。また、営業力とPR力の強化も課題であり、地域ものづくり企業のブランド化について進めていく必要がある。

(5) 来年度への取り組み

商業においては、地域全体で販路拡大を行う必要があり、意識の高い若手経営者を中心に個店の魅力強化を進めていく。それと併せて、魅力的な地域イベントの開催や各個店の商品・サービスのPRは継続していく。また、商業者に対しキャッシュレス化及び消費税軽減税率対策等に対応するため、セミナーの実施や各種補助金の支援を積極的に行っていく。工業においては、認定事業にて技術力の高い事業所の掘り起こしを行い、ブランド化を進める。さらに人材確保・定着を図るためインターンシップ制度の導入に向けた支援、技術の伝承を円滑に行えるよう事業承継支援も継続的に行っていく。

守口門真商工会議所

Ⅰ 経営相談支援事業

支援のポイント・成果

事業所カルテにおいて、事業計画目標には届かなかったが、相談を受けた事業所には様々な課題について総合的に支援をすることができた。支援のポイントとして事業者ニーズや経営課題を聞き取り、課題のある事業所については随時、相談支援事業にて対応した。

金融支援が計画以上の実績数値を残しており、資金繰り計画作成支援を含め、指導員が金融機関と密な調整を行い、相談者に対し効果的な資金調達を行えるように支援した。また創業支援については創業塾受講者に対し創業に向け様々な支援を行い、創業後も記帳支援、販路開拓支援など総合的にフォローを行った。守口門真ものづくり元気企業のステップアップとして、大阪ものづくり優良企業賞「匠」や関西ものづくり新撰への申請支援、各種補助金申請支援や経営力向上計画、先端設備導入計画策定といった事業計画書作成支援も積極的に行った。

【成果の代表事例】

当社は自動車整備・板金塗装業を営んでいる。平成11年創業と業歴も長く、順調に収益を上げてきている。当社の強みは塗装技術で、モーターショー等で展示される車両の光沢のある塗装技術が高く評価されてきた。近年、受注が徐々に増え工場の改装資金としてマル経融資による資金調達支援を行った。またこの技術力を製造業といったこれまで取引のない業界にも進出するため、今年度はホームページのリニューアルのための補助金申請支援や展示会出展打診を行い、販路開拓支援を積極的に行った。

- ①マル経融資制度を活用した設備資金調達支援
- ②小規模事業者が苦手とされる補助金申請書作成支援
- ③既存のホームページの拡充を図る販路開拓支援

今後についても補助金申請支援や展示会出展などを勧めていくことで、収益増加に貢献していく。

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	390	372	95.4%	4
支援機関等へのつなぎ	支援数	15	14	93.3%	4
金融支援（紹介型）	支援数	25	26	104.0%	5
金融支援（経営指導型）	支援数	50	52	104.0%	5
マル経融資等の返済条件緩和支援	事業所	2	2	100.0%	5
資金繰り計画作成支援	事業所	7	10	142.9%	5
記帳支援	事業所	35	40	114.3%	5
労務支援	支援数	35	38	108.6%	5
人材育成計画作成支援	事業所	1	1	100.0%	5
マーケティング力向上支援	事業所	20	17	85.0%	4
販路開拓支援	支援数	65	80	123.1%	5
事業計画作成支援	支援数	112	100	89.3%	4
創業支援	事業所	37	41	110.8%	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	20	13	65.0%	4
財務分析支援	事業所	17	26	152.9%	5
5S支援	事業所	0	0	—	—
IT化支援	事業所	36	40	111.1%	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	5	4	80.0%	4
結果報告	事業所	305	374	122.6%	5

Ⅱ 専門相談支援事業

支援のポイント・成果

事業所が抱える課題の解決を専門的知識を持つものによる相談を行う。税理士による適正な税務を推進する税務相談、弁護士による法律相談、金融関係者による金融相談等、企業の高度な問題の解決に向けて積極的な支援を行っている。また、特許等特殊な産業財産権やISO、貿易実務等についても対応できるよう随時専門相談員と連絡がとれる体制づくりを行い、幅広い課題の解決にも対応できるようにしている。ものづくり補助金等の各種補助金申請相談や特許相談等、その他相談については経営相談にて対応した。

事業名	新規/継続	指標	目標数値	実績数値	達成率	事業評価
税務支援	継続	相談者数	4	4	100.0%	5
税務（確定申告）	継続	相談者数	20	20	100.0%	5
法務支援	継続	相談者数	11	12	109.1%	5
労務支援	継続	相談者数	8	8	100.0%	5
経営支援	継続	相談者数	77	76	98.7%	4

守口門真商工会議所

事業名		商業活性化促進事業							
想定する実施期間		22 年度～ 年度まで ※複数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)	地域商業者の集結するイベントの開催により、個店の活性化を図る。地域の個店が低迷する理由としては、①消費者ニーズが捉えられていない、②少子高齢化による客数の減少、③大型店・スーパーの出店（オーバーストア状態）、④経営者の高齢化及び後継者不足などが挙げられる。イベントを通じて、消費者ニーズを把握し、大型店やスーパー等との差別化を図るため、特色ある個店を目指すと共に、PRを行う。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	地域商業の活性化に向けて積極的に取り組む姿勢を持つ、前向きな事業所、及び、自慢の逸品を持つ事業所を対象とする。							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	H30.5.11 第1回商業振興委員会 H30.10.1～ 商工会議所報にて事業者への出店案内 H30.10.25 第2回商業振興委員会 H30.11.26 出店者説明会 H31.1.27 第9回大商業祭開催（於：守口門真商工会館） 出店者説明会を通じて、各個店によるPR方法について助言を行う。当日は、家族で来場できるようなイベント（100円イベント、大阪国際大学・守口門真商工会議所女性会による子供向けブース、産官学交流プラザによるクラフトビールの試飲など）を取り入れることで商業活性化に努めた。来場者数を増やし、販売促進効果を高めた。							
		<事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載>							
		①府施策連携							
②広域連携									
③市町村連携	守口市及び門真市の担当課に委員会へ出席いただき、本事業の実施方法についてのアドバイスをいただいた。また、後援はもちろん、両市広報へ開催告知を掲載していただくと共に、当日は両市のゆるキャラも参加して販売促進イベントの一助となった。								
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)	45	支援企業数(実績)	44	支援実績率	97.8%	満足度	75
	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)	昨年度の成功実績をより推し進めるため、メインターゲットのファミリー層へPRを行う。地域の公立幼稚園・保育園・認定こども園にチラシを配布したほか、地元FM局でもPRを行った。寒さ、強風が厳しい一日であったため、来場者数は昨年の4,000人超と比べると3,300名に減少したが、昨年より売上げの多かった事業所もあり、非常に有効なアピールの場になったことには変わりない。さらにその様な中、新商品や定番商品のリニューアル等、消費者と直接コミュニケーションを図り、ニーズの把握に努めた。 アンケートでは、「自店のPRができた」、「来店につながる」、「昨年美味しかったから今年も楽しみにしていた」など、製品・商品のPR、消費者とのコミュニケーション、直接に売上アップにつながる内容の回答が見受けられただけでなく、「他の出店者と交流でき、事業の参考になった」などの回答もあり、事業者間でのネットワークの構築が図られたと感じる。							
		指標	消費者ニーズを把握することで、販売促進につながった事業所の割合						
		数値目標	80%	実績数値	55%	目標達成度	68.8%		
	成果の代表事例	多くの来場者に対して、PRを行うことができた。実店舗へ誘引するPR活動ができたので新規顧客獲得の期待ができた。また、普段の客層でない方々のニーズを知ることができ、今後の商品開発にも参考になった。出店者同士の交流を図ることができた。							
その他目標値の実績	目標値(計画)	4,000	目標値(実績)	3,300	目標達成度	82.5%			
	参加店への顧客数を増やし、その店舗の商品・サービスの認知度アップを図り常連客となってもらうことを目標とし、参加企業1社あたり平均90名の来客を見込んでいたが、当日は午前中雪が舞うなど気温が低く、強風であったことから来客数は昨年を下回った。昨年は来場者が午前中に集中したが、今年は午後から天気が回復したため、終盤まで途切れることがなかった点はよかった。								
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)	指標対象企業の満足度82点。昨年に引き続き、様々な場面でのPRが効果を発揮したことと、行政との連携により、地域住民への大きなPRの機会となった。 また、事前の出店者説明会において、出店者自身が来場客を実店舗へ誘引するPR活動を積極的に行うようアドバイスをしたため、実践したところについては、「お店をPRすることができ、来店につながると考える」との声を聞くことができた。寒さ、強風により来場者数が昨年より下回ったため売上が減少した店もあったが、昨年売上げを超える店も多々あり、自店の呼びかけや工夫の差が目立った結果となった。忙しくても、2人以上で接客する等のアドバイスを行う必要がある。							

守口門真商工会議所

事業名		小規模事業所来店促進事業							
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)	守口門真地域の商業の活性化を図るため、商品やサービスなどを付加価値を付けてPRする。守口門真地域に所在する小規模店を中心にマップ等で広くPRすることにより、来店者数の増加を支援すると共に、その上で、再来店につなげられるよう支援を行う。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	商品やサービスを提供する小規模事業所。主に小売業、サービス業、飲食業。							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	H30.5.11 第1回商業振興委員会 H30.7.1～ 商工会議所報にて事業者へ募集案内 H30.10.25 第2回商業振興委員会							
		個店を掲載した「名店パスポート」を作成し、10月1日に20,000部を発行・配布。掲載事業所、守口市役所、門真市役所、金融機関、郵便局、大学にそれぞれ設置。また当所HPにおいて掲載したほか、参加店で買い物したレシートを貼って応募する「お買い物しようキャンペーン」を実施、105名の応募の中から抽選で63名の方に賞品をプレゼントした。							
		<事業手法(①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果)の具体的な連携・効果を記載>							
①府施策連携									
②広域連携									
③市町村連携	守口市及び門真市の担当課に委員会へ出席いただき、本事業の実施方法についてのアドバイスをいただいた。また、両市商業連盟とも連携を行った。								
④相談相乗	掲載にあたり検討した各事業所のアピールポイントを活用することで、効果の増大を図った。								
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)	100	支援企業数(実績)	95	支援実績率	95.0%	満足度	65
	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)	名店パスポートとしてお店の逸品を紹介する冊子を発行し、両市役所および地域の金融機関等の協力により、人が多く集まる場所を中心に設置。確定申告時に会館内で設置したことでより多くの消費者の手に行きわたった。継続して発行しているため、より消費者に事業が認知されてきている。なお、昨年度に引き続き自店の逸品を特集したことにより、セールスポイントや商品の特徴を再考していただき、各事業所が「何を」「どう」売り出すかを考え、実践する機会となった。また、「お買い物しようキャンペーン」を実施したことにより、自店が消費者へPRする機会にもなり、消費者の声を参加店に届けることもできた。							
		指標	来店客数が増加した企業数						
		数値目標	80	実績数値	32	目標達成度	40.0%		
	成果の代表事例	①小売店：昨年度は売上につながらなかったが、今年は売上・新規来店につながった。時間をかけて商工会議所と一体で売上増加に向けて取り組んできた結果が出た。 ②小売店：会議所の方に声をかけてもらい初めて参加したが、お店・商品のPRができてよい宣伝になった。新規のお客様も来てくださったし、既存客との話題にもなりとてもよかった。							
その他目標値の実績	目標値(計画)		目標値(実績)		目標達成度	#DIV/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)	指標対象企業の満足度77点。事業が地域に浸透してきており、名店パスポートを郵便局で見たいとの事業所があった他、冊子をもらえるのを楽しみにしている、発行時期はまだですか、といった声を頂戴した。昨年に引き続き逸品を特集、事業所のPRを強調し、飲食業は特典を付けることで新規来店に結びつける事業所も多かったが、飲食業以外の参加店にとっては、来店促進につながらなかったとの声も多かった。また、参加事業所から消費者の反応が薄い、冊子を手にとっているものの利用する人が少ないといった声もあったことから、今年は「お買い物しようキャンペーン」を実施した。消費者の声を参加店に届けることができたがキャンペーンのPR不足の為、応募者が105名と少ない結果に終わった。次年度以降、効果的なPRを行うと共に、買い物の機会や消費者の声のフィードバック数を増やしていく方法を検討する必要がある。							

守口門真商工会議所

事業名		創業塾							
想定する実施期間		26 年度～ 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)	創業を志す方々に対して、創業に対する心構え、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する。また、女性の創業者のサポートや人脈構築につながる支援も積極的に行い、創業に対する意欲が高く、実現可能性が高い方々の掘り起しを行う。事業化を実現させることで、管内の産業活性化を図る。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	おもに門真市・守口市内をメインに大阪府下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	<p>【実施概要】</p> <p>○女性のための創業カフェ 日時 平成30年6月30日(土) 10:00~12:00 会場 守口文化センター3F 受講者数 17名 講師 三根 早苗 氏(有限会社パワーエンハンスメント 代表取締役社長)</p> <p>○創業塾2018 日時 平成30年8月4日(土)・8月18日(土)・8月25日(土)・9月1日(土)・9月8日(土)・9月22日(土) 9:30~12:00 会場 守口門真商工会館 受講者数 44名(金融機関込み) 講師 中小企業診断士 駒井 俊雄 氏(株式会社クリエート・バリュー 代表取締役)</p> <p>【本事業に付随する支援内容】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・本事業は、産業競争力強化法に基づく認定市町村(守口市・門真市)から特定創業支援事業に認定されている。受講することで、経営・財務・人材育成・販路開拓に必要な知識の習得並びに支援証明書取得に向けた支援。 ・受講者に対し、守口市・門真市内の商店街等の空き店舗物件紹介。 ・当所をはじめとする地域の金融機関、産業支援機関、行政機関等とのネットワークに参加されている金融機関の創業支援メニュー紹介並びに金融機関との融資相談会の開催。 ・希望者のうち、優れたビジネスプランには、大阪起業家スタートアップ事業への推薦。 <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	カリキュラムとして、大阪スタートアップ事業について説明。また、ビジネスプラン発表に際しても、ビジネスプランコンテストの参加申込書雛形を使用し、積極的な申込みを勧める。						
		③市町村連携	守口市・門真市と協力し、両市ホームページ及び両市広報への掲載、及び両市市役所や守口市子育て支援センター等にチラシを配架頂くなどの広報を行う。また、両市の特定創業支援事業を通じ、証明書発行希望者に創業塾の受講証明書を発行。						
④相談相乗	経営相談事業者を本事業へ誘導した他、希望者に対して個別支援を実施し、事業所カルテ化を行う。								
計画に対する実績(数値)①	支援企業数(計画)	20	支援企業数(実績)	17	支援実績率	85.0%	満足度	92	
計画に対する実績(数値)②	支援企業数(計画)	40	支援企業数(実績)	31	支援実績率	77.5%	満足度	87	
事業の実績/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>○創業にあたってのリスクや心構えの理解</p> <p>○経営・財務・人材育成・販路開拓に必要な知識の習得</p> <p>○マーケティングミックス・ポジショニングマップの理解</p> <p>○営業プロセスの作成及び集客手段の確立</p> <p>○収益・資金繰り計画の理解</p> <p>○創業予定者同士のディスカッションによる自身の気づき</p> <p>○自身の事業開始レベルの理解</p> <p>○現時点での創業可否の判断</p>								
	指標①	創業に向けて理解を深めた受講者の割合							
	数値目標	80%	実績数値	93%	目標達成度	116.3%			

標達成度	指標②	創業に向けて取組を始めた創業予定者数				
	数値目標	5	実績数値	5	目標達成度	100.0%
	成果の代表事例	創業カフェからの女性参加者を始め、飲食業・各種サービス業などを創業予定の方に参加頂いた。また、既に創業されている方の参加もあり、創業塾終了後も引き続き交流を深めているという声を頂いた。最終的には創業塾受講者から創業者が5名（うち特定創業支援による証明書発行者3名）、創業に関して継続支援中の創業予定者が4名ということで、創業塾の受講から創業に繋がる事例が多く見受けられた。				
その他目標値の実績	目標値（計画）		目標値（実績）		目標達成度	
実施結果	課題及び次期以降への取組み（実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか）	行政や地域金融機関等の協力のもと、多くの受講者が参加。特に最終日の専門家によるクラウドファンディングを使用した資金調達方法や金融相談会については受講者が熱心に耳を傾けており、創業への関心の高さが表れていた。今後も地域機関との連携を強化し、受講後の創業進捗をしっかりと確認できるよう取り組んでいく。				

守口門真商工会議所

事業名		守口門真ものづくり元気企業								
想定する実施期間		24 年度～ 年度まで ※複数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)	<p>工業関連企業を取り巻く状況は近年の一層のグローバル化により、他企業との差別化が重要な課題の一つとなっている。そのような中、守口・門真地域の工業活性化を図るべく、差別化を進めるために本年度も「守口門真ものづくり元気企業」を認定する。これは大企業の下請け等で培った多くの魅力的な製造技術、品質管理技術をもつ企業群を1つのパッケージとし、効果的にPRすることを目的とする。</p> <p>また認定企業の中でも、より魅力的な企業を大阪ものづくり優良企業賞や関西ものづくり新撰の認定に向けて支援することで、上位の認定事業申請への取り組みを容易にし、積極的な販路開拓を促す狙いがある。</p> <p>さらに、認定メリットにロゴ使用やHP、パンフレット掲載だけでなく、展示会合同出展や出展料補助など、他の販路開拓事業との連携も図る。</p>								
	支援する対象 (業種・事業所数等)	製造業事業所（主たる部会：金属工業部会と一般工業部会の487社）								
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>【準備委員会① 平成30年7月23日（月）午後1時30分～2時30分】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・募集要領、応募申請書、申立書、募集案内、選定委員、選定基準の承認 ・実施スケジュールの確認 ・認定事業所のフォロー状況報告 <p>【元気企業 平成24年～29年度認定事業所パンフレット作成】</p> <p>【元気企業応募期間 平成30年8月1日（水）～8月31日（金）】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・申込10件 <p>※応募企業については経営指導員により、認定事業の効果的な活用方法と魅力的な申請書作成方法について支援を行った。</p> <p>【選定委員会 平成30年11月19日（月）午後3時～4時】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・守口門真商工会館にて実施。受付企業10社のうち7社について審査を実施。 <p>【MOBIO企画展 守口門真ものづくり元気企業PR出展 平成30年11月5日（月）～29日（木）】</p> <p>【きたしんビジネスマッチングフェア 会議所PRブース出展 平成30年11月13日（火）～14日（水）】</p> <p>【ビジネスチャンス発掘フェア2018 ブース出展 平成30年11月28日（水）～11月29日（木）】</p> <p>【認定式・交流会 平成31年2月7日（木）午後3時00分～ （基調講演：午後4時00分～ 交流会：午後5時10分～）】</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	認定企業を「大阪ものづくり優良企業賞2019」（中小企業支援室 ものづくり支援課）の推薦に繋げる。（4社申請4社認定）							
	②広域連携									
	③市町村連携									
	④相談相乗	申請書作成の際、事業内容を明確に把握できるため、大阪ものづくり優良企業賞の申請や、各種補助金申請時に必要な事業計画策定を中心に積極的に支援を拡大させている。								
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)	10	支援企業数(実績)	7	支援実績率	70.0%	満足度	82	
	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	90	支援企業数(実績)	88	支援実績率	97.8%	満足度	67	
	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>守口市・門真市内のものづくり企業の技術力、製品力等を認定することで、地域を代表とする企業として信用力が高まった。また、当所より積極的な情報発信や販路開拓支援などを通じ、ビジネスの拡大を支援した。詳細は下記の通り。</p> <p>①自社の技術的な強みやQCDレベルの再確認</p> <p>②情報発信による企業知名度・技術力・製品力PR（日刊工業新聞、日本経済新聞、会議所HP、会議所会報、各認定事業所HP、パンフレット、大阪府内36商工会・商工会議所へパンフレット発送 MOBIO企画展示、きたしんビジネスマッチングフェア、ビジネスチャンス発掘フェア、大規模展示商談会、ショッピングモール設置の掲示版、他各種イベント等）</p> <p>③認定事業者同士の情報交換・交流によるモチベーションの向上</p> <p>④大阪ものづくり優良企業賞・各種補助金をはじめとする支援施策の活用推進</p> <p>⑤本事業が第128回日本商工会議所事業活動表彰を受賞</p>								
		指標	認定事業所のうち自社技術の強みを理解し、PRできた企業割合							
		数値目標	70%	実績数値	71.4%	目標達成度	102.0%			
	指標	認定事業所のうち自社のPRに繋がっている実感のある企業割合								
	数値目標	70%	実績数値	59.1%	目標達成度	84.4%				

	<p>成果の代表事例</p>	<p>●門真市内の製造業A社の事例 これまで本事業所は当事業のような認定を受けたことがなかったが、今回、商工会議所が認定事業を行っていることを知り、認定に向けて申請書の作成に挑戦。申請書を作成することで自社の強みや課題を把握することが出来た。認定を受け、次年度は大阪ものづくり優良企業賞「匠」の認定に向け、現在、申請書のブラッシュアップを行っている。今後は、展示会出展にも興味を示しており、販路開拓支援を行うほか、設備導入に向けて今回、作成した事業計画書をベースに補助金申請書作成支援を行う。</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>守口門真ものづくり元気企業認定に向け、ハンズオンで支援した事業所からの満足度は高いものの、過去に認定を受けた事業所からの満足度は70に満たない数値に留まった。販路開拓・新規顧客開拓として当所HPのリニューアルや認定事業所のみが対象となる大規模展示商談会への出展料補助などを行うことでさらなるPRを図っていききたい。また認定事業所のメリットとして大規模展示会出展料補助やISO等の工業規格の新規取得・更新費用の一部補助を行った。自動車・航空宇宙・医療機器関係分野を含む品質管理基準の取得率を高め、地域全体の競争力を強化し、元気企業ブランド向上に努めていく。</p>					

守口門真商工会議所

事業名		人材確保定着事業								
想定する実施期間		29 年度～ 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)	近年、中小企業に求められるニーズは技術・サービスのみならず、各種対応力や調整力など多岐にわたり、求められるレベルも高まってきている。そのような中、依然としてネームバリューの低い中小企業は最低限の人材確保にも苦戦している状況である。そこで今後、安定的に優秀な人材の確保を行うこと目的に当事業を実施する。								
	支援する対象 (業種・事業所数等)	守口市・門真市内の従業員を雇用している、もしくは雇用を考えている中小企業。								
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	人材不足対応セミナー「中小企業のための、採用専用ホームページ作成活用セミナー」 採用専用ホームページの作成ポイントや活用事例、運営方法を学ぶことで、中小企業における人材確保の可能性を高めるためのセミナーを実施。 日時：平成30年7月4日(水) 14時～16時 講師：大阪ビジネスサポートセンター 代表 南一啓 氏 場所：守口門真商工会館 3階 特別会議室B 参加企業：22社26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	募集において大阪府メールマガジンを活用。参加者にOsakaしごとフィールドと大阪府プロフェッショナル人材戦略拠点の資料を配布し、周知を行った。							
		④相談相乗	専門相談の活用を促したものの、専門相談やカルテ化にはつながらなかった。							
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)	20	支援企業数(実績)	24	支援実績率	117.5%	満足度	82.6	
	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)	参加企業数は計画値を上回り、引き続き中小企業における人材不足が深刻な課題であることが見て取れる。しかしながら、採用におけるホームページ活用は中小企業にとって、販路開拓や企業PRに比べ後回しになってきた部分であり、これから取り掛かる事業所も多い。 その様な中、ターゲットの明確化・運用の重要性・各コンテンツの有効性を理解した上で、ホームページ作成運用に取り組むことは今後の雇用確保に向けて良い結果をもたらすものと考えられる。また、講師は当所専門相談員であり、適切なタイミングで進捗や内容を相談することができる体制となっている。								
		指標	採用専用HPの有効性を理解し、導入に向けて検討する企業割合							
		数値目標	70%	実績数値	90.9%	目標達成度	130%			
	成果の代表事例	採用専用ホームページ作成活用セミナーに参加のM社。社長へのインタビューや先輩社員の声の載せるなど、採用ページに工夫を凝らしている。今後、よりターゲットに響くコンテンツを増やしていく。また、ホームページは運営が重要であることも認識している。さらに、インターンシップの受け入れなど、積極的な採用活動も見られる様になってきている。								
	その他目標値の実績	目標値(計画)		目標値(実績)		目標達成度				
実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	時間が短く、各コンテンツの作成活用ポイントの有効性を伝えきれていない箇所も見受けられた。豊富な実例を交えた内容である場合、時間設定を見直す必要がある。中小企業の人材不足をテーマにしたセミナー内容はニーズとマッチングしており、今後とも継続的な支援が必要であるため、経営相談や専門相談にて、個別に課題対応を行っていく。								

守口門真商工会議所

事業名		事業承継円滑化事業																																											
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)	中小企業庁委託「企業経営の継続に関するアンケート調査」(株東京商工リサーチ:2016年11月実施)によると現経営者の高齢化が進む中、後継者が決まっていない中小企業が50%以上と多く存在している。事業承継は企業や地域社会にとっても重要な課題であり、円滑に進めていくことが必要である。課題解決のため、基礎的な知識・進め方を学ぶセミナー及び、これまでに円滑に事業承継ができた企業の経営者を招いて体験談を話して頂く講演会を実施し、事業承継への支援と地域社会の安定化を図ることを目的とする。																																											
	支援する対象 (業種・事業所数等)	業種は問わず、将来の事業承継に課題を抱えている事業所の全てを対象とする。																																											
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>事業承継セミナー 開催日時:平成30年10月24日(水) 14:00~16:00 場 所:守口門真商工会館 3階 特別会議室A 講 師:株式会社アズマネジメントコンサルティング 代表取締役 風谷 昌彦 氏 伊勢機販株式会社 相談役 伊勢 重治 氏 有限会社藤川樹脂 代表取締役 藤川 勝也 氏 参加人数:16社 18名</p> <p>セミナー前半では、中小企業診断士による事業承継に関する基礎的な事例や心構え、事業承継税制等実務面に関しての内容を聞いてもらうことで、事業主の事業承継に対する意識を高めることができた。 またセミナー後半では、親から子へ事業承継を行った経営者と、立場を変えて親から事業を引き継いだ経営者によるそれぞれの立場からの経験談を話して頂いた。事業承継を早い時期から準備することの大切さや、成功談だけに留まらない失敗談について経験者から話を聞くことで、今後自社で事業承継を考える際のポイントを支援対象である事業主に自分事として感じてもらうことができた。</p> <p><事業手法(①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果)の具体的な連携・効果を記載></p> <table border="1"> <tr> <td>①府施策連携</td> <td colspan="8">大阪府事業承継ネットワークの協力を得て、事業承継ヒアリングシートによる事業所の経営状態を把握した。</td> </tr> <tr> <td>②広域連携</td> <td colspan="8"></td> </tr> <tr> <td>③市町村連携</td> <td colspan="8"></td> </tr> <tr> <td>④相談相乗</td> <td colspan="8">事業承継を課題としている相談事業所の掘り起しを行ったものの、個別カルテには繋がらなかった。</td> </tr> </table>								①府施策連携	大阪府事業承継ネットワークの協力を得て、事業承継ヒアリングシートによる事業所の経営状態を把握した。								②広域連携									③市町村連携									④相談相乗	事業承継を課題としている相談事業所の掘り起しを行ったものの、個別カルテには繋がらなかった。							
	①府施策連携	大阪府事業承継ネットワークの協力を得て、事業承継ヒアリングシートによる事業所の経営状態を把握した。																																											
	②広域連携																																												
③市町村連携																																													
④相談相乗	事業承継を課題としている相談事業所の掘り起しを行ったものの、個別カルテには繋がらなかった。																																												
計画に対する実績(数値)	支援企業数(計画)	20	支援企業数(実績)	16	支援実績率	80.0%	満足度	91																																					
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)	<ul style="list-style-type: none"> ○事業承継を行うにあたっての心構えに対する理解 ○承継の進め方と後継者の確定・教育についての知識習得 ○円滑な事業承継を行うための課題や問題点の整理 ○株式・財産等の分配・贈与など税務面・実務面における知識習得 ○実際に起こった事業承継事例を通じて見えてくる問題点とその対策 																																											
		指標	事業承継の必要性・意識が高まった企業割合																																										
		数値目標	80%	実績数値	68%	目標達成度	85.0%																																						
	成果の代表事例	業種は問わず、事業承継を自社の課題としてとらえている企業に参加頂いた。参加者からは専門家によるセミナーだけでなく、実際に事業承継をしたもしくは受けた経営者を招き、事例について話を聞いてもらうことにより、事業承継が他人事ではなく自社の課題であるととらえることができたとの声が上がった。																																											
	その他目標値の実績	目標値(計画)		目標値(実績)		目標達成度	#DIV/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)	今後、日本全国で後継者不足による廃業が増加し、地域の経済や雇用に大きな影響を与えることが予想されているが、当事者である中小企業の危機意識はまだ低いと感じる。今後は事業承継における課題解決のために事業承継ネットワークや専門家の活用を進めていく他、具体的な後継者教育・育成についても事業所に考えてもらえるよう取り組んでいきたい。																																											