

平成30年度 事業実績報告書

申請者の概要

申請者	団体名	堺商工会議所	
	代表者職・氏名	会頭 前田寛司	
	所在地	〒591-8502 堺市北区長曾根町130番地23	
	担当者	職・氏名	総務課 係長 篠原一樹
	連絡先	電話番号（直通）：	072-258-5581
		Fax:	072-258-5580
		E-mail:	scci2702@sakaicci.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		明治12年9月13日 34名（25名）（平成31年4月1日現在） 堺市 30,128社（平成26年事業所統計調査による） 26,347社（平成26年事業所統計調査による） 4,993社（16.6%）（平成31年4月1日現在）	
□主な事業概要（定款記載事項等）			
当商工会議所は、地区内における商工業者の共同社会を基盤とし、商工業の総合的な改善発達を図り、兼ねて社会一般の福祉の増進に資し、もってわが国商工業の発展に寄与することを目的とする。			
<ul style="list-style-type: none"> ・ 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。 ・ 行政庁等の諮問に応じて答申する。 ・ 商工業に関する調査研究を行う。 ・ 商工業に関する情報及び資料の収集又は刊行を行う。 ・ 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、鑑定又は検査を行う。 ・ 輸出品の原産地証明を行う。 ・ 商工業に関する施設を設置し、維持し、又は運用する。 ・ 商工業に関する講演会又は講習会を開催する。 ・ 商工業に関する技術及び技能の普及は又は検定を行う。 ・ 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う。 ・ 商事取引に関する仲介又はあっせんを行う。 ・ 商事取引の紛争に関するあっせん、調停又は仲裁を行う。 ・ 商工業に関して、相談に応じ、又は指導を行う。 ・ 商工業に関して、商工業者の信用調査を行う。 ・ 商工業に関して、観光事業の改善発達を図る。 ・ 社会一般の福祉の増進に資する事業を行う。 ・ 行政庁から委託を受けた事務を行う。 ・ その他本商工会議所の目的を達成するために必要な事業を行う。 			

堺商工会議所

(1) 事業の目標

全ての事業において、単に数値目標を達成するだけでなく、事業終了後のフォローアップをニーズに応じて実施することで参加企業が抱える課題の把握と解決に向け、伴走型支援に繋げていく。

また、事業効果の最大化を図るために、経営指導員・専門相談員間の連携を深め、行政や産業支援機関、近隣地域の商工会議所と情報交換も積極的に行う。

(2) 事業を実施した具体的な内容、方法及び工夫した点

経営相談支援事業では、単に各種支援施策の普及や利用促進を図るだけでなく、小規模事業者が抱える経営課題の解決のために、最も有効な施策を、最も効果的に活用できるように支援を行った。特に、当所の他の事業（専門相談支援事業・地域活性化事業）の活用を促し、課題解決に必要な支援を伴走型にて行い、「企業の自立」を促進した上で、企業の継続・発展のための新たな課題が顕在化した際に、再び効果的な支援ができる関係づくりに注力した。

地域活性化事業では、昨年度に引き続き、販路開拓支援事業、人材確保支援事業に特に注力した。「ものづくり企業商談会」「自社商品売込み商談会」の逆マッチング商談会では、域内中小・小規模企業が気軽に参加しやすい形式としたこともあり、これまでに当所の事業に参加したことのない事業所に数多くご利用いただいた。また、「就職フォーラム」「求人ネットワーク事業」「大学等就職担当者向け地元企業見学バスツアー」では、参加企業が、各事業終了後にも活用できる関係づくりも念頭に入れた取り組みを行った。

(3) 事業を実施した効果、所管地域の活性化の状況

飲食店・地場製品など域内資源の活性化支援事業では、昨年度を上回る来場者があり、メイドイン堺の商品を広く一般消費者に認知してもらうことができた。加えて、地域の商品の魅力を伝える場である商談会等を通じてBtoBの販路開拓支援を行った。これらの相乗効果もあり、地元大型小売店では、「堺製」「堺産」であることをポップ広告で常設しているケースや、随時、地産地消を促す催事を開催される等、地域活性化事業への参加を契機に、域内中小・小規模企業の販路が拡大した事例もあり、大きな成果を得ることができた。

また、人材不足に悩んでいる中小企業に対して、「就職フォーラム」「求人ネットワーク事業」「企業×学生交流会」「女性求職者等の採用・戦力化支援事業」等、様々な角度の支援事業を実施した他、限られた人材のスキルアップを目的とした研修もきめ細かく開催し、概ね目標を上回る参加企業を得て、中小・小規模企業の人材確保・育成に大きく貢献した。

さらに、IT系セミナーの開催により、中小企業者のITリテラシーの向上が図られ、ホームページの新規開設またはスマホ対応のレスポンスデザインへのリニューアルなどの相談案件が増え、情報発信力の向上、新規顧客の確保、販路拡大の事例も確認できた。

(4) 事業を実施した結果浮かび上がった課題

地域活性化事業を通じて浮かび上がった課題として、小規模事業者は、ギリギリの人員配置で経営しているため、“将来に備えた対応”をする余裕がなく、啓発の意図も含んだ事業については、業務に支障をきたすことを理由に辞退されることが少なくなかったことが挙げられる。小規模事業者にはよくあるケースであり、今後も根気強く、IT活用セミナーをはじめとする生産性向上に寄与する事業を継続することで解決につなげていきたい。また、スキルが追いつかないとの判断で展示会や商談会への出展・参加を見送るケースや、参加したものの販路開拓の機会を上手く活用できないケースも見受けられたことから、商談スキル向上に資する事前セミナーや経営相談支援事業・専門相談支援事業を、更に充実させ対応していく必要がある。

また、インターネット等で企業経営に資する情報収集は、以前に比べて容易となっているものの、各種支援施策を有効に活用するためには、各小規模事業者が抱える顕在的課題のみならず、潜在的な課題解決も意識した支援が不可欠であることから、経営指導員は、より一層の資質向上が急務であり、スキルアップのための所内外の研修会への参加促進を図りながら、企業からの期待に応えられる経営指導員の育成に努める。また、情報発信力の不足等により、当所事業の活用企業に偏りが生じている傾向があるため、より一層裾野を広げていく努力が必要である。

(5) 来年度への取り組み

一定年度継続している地域活性化事業については、事業の改善を利用者目線で実施することにより、マンネリ化による支援事業実績率、及び利用者満足度の低下を防ぐ。そのためにも、支援対象企業に対するヒアリング等を通じてニーズを掴むとともに、他の支援機関における成功事例等の把握に努め、事業のより一層の魅力化を取り組んでいく。加えて、消費増税を控えた次年度は、販路開拓・販売促進に関する地域活性化事業の重要度が増すものと思われることから、企業経営における喫緊かつ重要な課題である人材確保・人材育成に関する事業とともに、相談事業との相乗効果を意識した取り組みを進めたい。

堺商工会議所

I 経営相談支援事業

支援のポイント・成果

カルテ化するに至らない軽微な相談にも真摯に向き合うことから始めること等により、事業者が気軽に相談出来る身近な支援拠点としての役割を果たし、経営相談支援が、地域経済の活性化等に繋がるように事業を展開した。尚、より大きな成果を上げるための取り組みとして、各経営指導員の強みを活かす支援を心がけ、経営指導員間で相談者に関する緊密な情報交換を行なった。さらに、個々の経営指導員の支援の幅と能力を向上させるために、ある特定の分野に強い経営指導員が、その分野に弱い経営指導員を教育する体制を整え、多様化する相談ニーズに対応できるよう心掛けた。地域活性化事業を実施するにあたっては、参加企業が抱える課題やニーズを拾い出して経営相談支援事業と連動させることを意識した。その結果、ほぼ当初の計画通りのカルテ相談件数となった。PDCAサイクルを強く意識することで、相談者の課題を十分に把握することができ、次年度地域活性化事業の充実につながっている。

【代表事例】

創業3年目を迎えるA社は、主にネットショップで自動車パーツ（サスペンション・スプリング・ショック等）を販売している。平成30年4月、更なる販路拡大を目指し、自社ホームページの開設の相談があった。

同社に対し、スマホ対応（レスポンス・デザイン）のホームページの作成の提案と指導を行い、独自ドメインの取得、レンタル・サーバーの手続きを終え、5月に完成。既存のFacebookページとの連携、SEO対策などを施した結果、自社名での検索用語ではトップに、自社ブランド名と「ベンツ」の複合検索でも2位にランキングされるなど、情報発信力の強化に成功。自社ホームページ経由による問い合わせが増えるなど新規顧客の獲得に成功するとともに、ヤフーショッピングでの輸入車パーツの売上が好調に推移し、自社ホームページを作成した後の約1年間で、売上は対前年比約40%増加した。売上の拡大に伴い、仕入れ費用が急増したため、運転資金の確保のため、平成31年3月にマル経融資の申し込みがあり、融資が満額決定された。これにより、資金繰りが改善されるとともに、商品のまとめ買いによって仕入れ単価を下げ、利益率の向上を図ることが可能となり、より戦略的な事業計画を志向できる状況となった。

今後は、実店舗での販売にも力を入れたいとの意向もあり、引き続きホームページの更新指導を行うことによって、より一層の情報発信力強化を図り、販路拡大の支援を行っていく予定。

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	873	881	101%	5
支援機関等へのつなぎ	支援数	67	68	101%	5
金融支援（紹介型）	支援数	64	65	102%	5
金融支援（経営指導型）	支援数	121	129	107%	5
マル経融資等の返済条件緩和支援	事業所	2	2	100%	5
資金繰り計画作成支援	事業所	31	31	100%	5
記帳支援	事業所	26	26	100%	5
労務支援	支援数	225	228	101%	5
人材育成計画作成支援	事業所	3	3	100%	5
マーケティング力向上支援	事業所	7	6	86%	4
販路開拓支援	支援数	207	216	104%	5
事業計画作成支援	支援数	252	252	100%	5
創業支援	事業所	6	6	100%	5
事業継続計画（BCP）作成支援	事業所	2	2	100%	5
コスト削減計画作成支援	事業所	1	1	100%	5
財務分析支援	事業所	16	16	100%	5
5S支援	事業所	0	0	-	-
IT化支援	事業所	37	37	100%	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	10	10	100%	5
結果報告	事業所	867	876	101%	5

Ⅱ 専門相談支援事業

支援のポイント・成果

経営難に直面している中小企業に対しては、経営安定特別相談室（倒産防止）の専門相談員との連携により簡易診断・助言を行った結果、経営の改善に繋がった。

税務支援事業においては、市内小規模事業者を対象に、最終的に確定申告書が作成できるよう日々の記帳指導を実施した。

事業名	新規/継続	指標	目標数値	実績数値	達成率	事業評価
倒産防止	継続	指導日数	18	18	100%	5
税務支援	継続	指導日数	60	60	100%	5

堺商工会議所

Ⅲ 地域活性化事業

支援のポイント・成果

当所が主体となった全事業において、支援実績率及び利用者満足度は概ね高い数値となっていることから、事業評価の自己評価は高いものとしている。当所では、昨年度に引き続き、「販路開拓支援」「人材確保支援」「IT化支援」を大きなテーマに掲げ、単に事業の参加企業数を追いかけるのではなく、実際にどのように売上に結び付いたのか、良い人材が確保できたのか、事業の効率化に貢献できたのかという結果にこだわって事業を展開している。また、自社商品売込み商談会、ものづくり企業商談会に関しては、例年どおり、複数の近隣商工会議所や金融機関と連携を図って事業を展開したことで、事業対象者への周知を徹底できたとともに、連携会議所経営指導員間のネットワークの構築に役立っている。加えて、経営相談支援事業との相乗効果を高めるべく経営指導員が中心となり全事業を展開した。

次年度以降も、これまでに蓄積したノウハウを活かした継続事業、対象企業の声を積極的に取り入れた新規事業を展開することで、高い実績を目指していきたい。

(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
	堺ブランド「堺技衆」認証事業	88	88	100%	83	新規顧客獲得数	20	22	110%	4
○	創業準備セミナー	80	59	74%	94	創業準備イメージ割合	80	91	114%	5
	ものづくり企業交流事業	80	91	114%	82	商談の機会を掴んだ企業数	20	38	190%	4
○	ビジネスの未来を変えるIoTセミナー	50	65	130%	85	IoTを導入した企業数	2	1	50%	4
○	中小企業国際化支援セミナー	25	21	84%	95	海外展開の具体的検討企業数	1	6	600%	4
○	BCP策定支援事業	25	36	144%	84	BCP策定のイメージ数	10	11	110%	4

(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
	飲食店・地場製品等域内資源の活性化支援事業①	90	90	100%	84	新規顧客・売上の増加率	10	11	110%	4
	飲食店・地場製品等域内資源の活性化支援事業②	-	-	-	-	来場者	27,000	31,818	118%	-
	自社商品売込商談会①	100	82	82%	87	商談のノウハウを掴んだ割合	70	87	124%	4
	自社商品売込商談会②	320	295	92%	85	商談件数	1,350	1,107	82%	4
	自社商品売込商談会③	-	-	-	-	PRシート掲示	120	158	132%	-
○	中小企業人材確保支援事業①	54	53	98%	84	内定者人数	30	18	60%	4
○	中小企業人材確保支援事業②	-	-	-	-	来場者数	400	160	40%	-
○	中小企業人材確保支援事業③	20	25	125%	90	学生に対する理解度を深めた企業数	15	22	147%	5
○	中小企業人材確保支援事業④	45	50	111%	86	参加企業と各校とのネットワーク構築数	15	50	333%	4
○	中小企業人材確保支援事業⑤	6	6	100%	83	アンケート調査による満足度	70	83	119%	4
○	中小企業人材確保支援事業⑥	30	24	80%	86	女性求職者等の採用に対する理解度を深めた企業数	25	24	96%	4
○	中小企業人材確保支援事業⑦	40	32	80%	84	社会人としての自覚を持つことができた受講生の割合	70	93	133%	4
○	中小企業人材確保支援事業⑧	30	27	90%	84	基本スキルを習得できた受講生の割合	70	81	116%	4
○	中小企業人材確保支援事業⑨	30	34	113%	94	「部下とのコミュニケーションの大切さ」を認識することができた割合	70	97	139%	5
○	中小企業人材確保支援事業⑩	30	27	90%	86	課題解決力・コミュニケーションなどのスキルを身につけることができた割合	70	89	127%	4
○	中小企業人材確保支援事業⑪	30	32	107%	86	コミュニケーション、マネジメントなどのスキルを身につけることができた割合	70	92	131%	4
	WEB・クラウド販路開拓支援事業①	20	20	100%	84	Excelで経営分析を実施した企業数	10	12	120%	4
	WEB・クラウド販路開拓支援事業②	50	54	108%	92	プレゼン技術を営業等に活用した企業数	10	11	110%	5
	WEB・クラウド販路開拓支援事業③	55	57	104%	87	ネットショップをオープン・改良した企業数	10	12	120%	5
	WEB・クラウド販路開拓支援事業④	20	21	105%	87	HTMLでHPの更新し、販路拡大となった企業数	5	6	120%	4
	WEB・クラウド販路開拓支援事業⑤	20	44	220%	62	iPhoneのスマホアプリの開発を行った企業	5	7	140%	4
	WEB・クラウド販路開拓支援事業⑥	50	54	108%	92	動画活用によるSEO対策を実施した企業数	10	9	90%	5
	WEB・クラウド販路開拓支援事業⑦	20	20	100%	91	HPの更新作業を自社で行ない、販路拡大となった企業数	5	8	160%	5
	WEB・クラウド販路開拓支援事業⑧	20	20	100%	83	パワーポイント技術を営業やプレゼン等に活用した企業数	10	13	130%	4
	WEB・クラウド販路開拓支援事業⑨	45	45	100%	91	各種クラウドを新規に導入した企業数	10	9	90%	5
	WEB・クラウド販路開拓支援事業⑩	55	65	118%	86	ネットショップをオープン・改良した企業数	10	13	130%	4
	WEB・クラウド販路開拓支援事業⑪	35	25	71%	85	クラウド会計を導入した企業数	5	4	80%	4
	WEB・クラウド販路開拓支援事業⑫	20	32	160%	68	Androidのスマホアプリの開発を行った企業	5	4	80%	4
	ものづくり企業商談会①	50	56	112%	100	効果的な販路開拓手法等が習得できた企業の割合	70	76	109%	5
	ものづくり企業商談会②	150	155	103%	70	商談件数	400	491	123%	5
	ものづくり企業商談会③	-	-	-	-	PRシート掲示	60	59	98%	-
○	事業承継支援事業①	10	10	100%	100	事業承継計画書等の作成数	10	10	100%	5
○	事業承継支援事業②	-	-	-	-	セミナー参加者数	70	72	103%	-
○	創業ゼミ	30	36	120%	94	創業計画書(コンセプトが中心)の作成	15	16	107%	5
	メンタルヘルス対策セミナー	60	61	102%	92	メンタルヘルス対策の重要性や体制作り等について理解できた企業の割合	70	92	131%	4

※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。

堺商工会議所

事業名	堺ブランド「堺技衆」認証事業							
想定する実施期間	18 年度～ 未定 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)	堺市内には、優秀な技術を有しているにもかかわらず、知名度の低さから市場において優位性を保つことができない企業が多い。当事業では、そうした優秀な技術を有している企業を発掘し、堺商工会議所がブランド企業として認証することにより、対象企業の知名度向上と、高い技術を有する産業集積地としての堺地域のイメージアップという相乗効果を図る。2006年以来企業認証を続けており、今後も優秀な企業の発掘を続けていく。							
支援する対象 (業種・事業所数等)	優れた技やサービスを有する域内の企業。							
事業の概要 実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>「ブランドの認知度向上」及び「認証企業と企業の交流・情報発信」を目的に下記のとおり事業を実施した。</p> <p>■ブランドの認知度向上</p> <p>「ものづくりマッチング商談会in堺」 《開催日時》 平成30年7月12日(木) 12:30~17:00 《開催場所》 堺商工会議所 大会議室</p> <p>「自社商品売込み商談会in堺」 《開催日時》 平成30年7月26日(木) 13:00~16:00 《開催場所》 堺市産業振興センターイベントホール</p> <p>「東京・さかい交流会」 《開催日時》 平成30年9月29日(土) 14:00~19:00 《開催場所》 都市センターホテル</p> <p>「パネル常設展示」 《開催日時》 平成30年9月3日(月)~28日(金)・平成31年2月1日(金)~28日(木) 《開催場所》 堺市産業振興センター 常設展示場</p> <p>「大阪勧業展」 《開催日時》 平成30年10月17日(水) 10:00~17:00 18日(木) 9:30~16:00 《開催場所》 マイドームおおさか</p> <p>「メイドインさかいフェア」 《開催日時》 平成30年11月10日(土)・11日(日) 10:00~16:00 《開催場所》 堺商工会議所及び堺市産業振興センターイベントホール等</p> <p>■認証企業間等の連携・交流・勉強会</p> <p>○交流会 《開催日時》 平成31年3月22日(金) 17:00~18:30 《開催場所》 堺商工会議所 大会議室 《内 容》 ①新規認証企業の自社紹介 ②新規認証企業と更新認証企業との懇親会</p> <p>○勉強会 《開催日時とテーマ》 YouTube・SNS活用・動画作成セミナー(全4回) いずれも14:00~16:00 平成30年11月19日(月) 新マスメディア(スマホ)時代の情報発信法 平成30年11月30日(金) YouTubeによる集客戦略 平成30年12月10日(月) YouTubeへの動画アップの仕方・動画作成方法 平成31年1月25日(金) 無料ホームページの紹介と作成方法 《開催場所》 堺商工会議 中会議室・大会議室</p> <p>■更新認証・新規認証 以下のスケジュールにて、更新及び新規企業の認証を行った。認証期間は平成31年4月1日~令和4年3月31日。</p> <p>○認証募集 更新:平成30年9月18日(火)~10月15日(月) 新規:平成30年10月16日(火)~11月15日(木)</p> <p>○審査会 《開催日時》 平成31年1月31日(木) 10:00~11:30 《開催場所》 堺商工会議所 議員談話室</p> <p>○認証状交付式 《開催日時》 平成31年3月14日(木) 11:30~12:00 《開催場所》 堺商工会議所 貴賓室</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></td> </tr> <tr> <td>③市町村連携</td> <td>協議会のメンバーに、堺市が参画することで、より多角的な視点からの協議が可能となり、連携することでスムーズな事業運営が可能となった。</td> </tr> <tr> <td>④相談相乗</td> <td>商談会時におけるヒアリングや、認証申請時におけるヒアリングや提出書類による財務状況等の把握により、経営指導に活かすことができた。</td> </tr> </table>	①府施策連携		②広域連携		③市町村連携	協議会のメンバーに、堺市が参画することで、より多角的な視点からの協議が可能となり、連携することでスムーズな事業運営が可能となった。	④相談相乗
①府施策連携								
②広域連携								
③市町村連携	協議会のメンバーに、堺市が参画することで、より多角的な視点からの協議が可能となり、連携することでスムーズな事業運営が可能となった。							
④相談相乗	商談会時におけるヒアリングや、認証申請時におけるヒアリングや提出書類による財務状況等の把握により、経営指導に活かすことができた。							

	計画に対する実績(数値)	支援企業数(計画)	88	支援企業数(実績)	88	支援実績率	100%	満足度	83
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>■商談会等でのPRについて 本事業及び堺ブランド「堺技衆」認証企業を、一般企業及び一般市民等に広くアピールするため、堺商工会議所主催の商談会、産業イベント並びに大阪勧業展において、本事業のPRブース等を設け、本事業の「のぼり」を立て、紹介映像を液晶テレビで映し出し、PRツールや認証企業の会社・製品案内を配布すること等によって、認知度の向上を図った。 また、商談会やイベント、大阪勧業展にブース出展する認証企業に対して、本事業の「のぼり」をブース内に設置することによって、堺ブランド「堺技衆」の認知度の向上を図ることができた。</p> <p>■セミナー・イベント等でのPRについて 商談会の他、各種セミナー・イベントでのパンフレット配布・配架、ホームページやFacebookページへの掲載による情報発信を行なうことによって、堺ブランド「堺技衆」の認知度向上を図ることができた。</p> <p>■ブランド価値について 上記PRを1年を通して継続的に実施することによって、『堺ブランド「堺技衆」認証企業』＝『高い技術力を持つ企業である』との認識が深まり、結果的に、同ブランド価値を高めることにつながった。 ヒアリング調査によると、1年を通して、堺ブランド「堺技衆」を活用することにより、新規顧客の獲得に至った企業は22社にのぼる。</p>							
		指標	ブランド認証取得による新規顧客獲得数						
		数値目標	20	実績数値	22	目標達成度	110%		
	成果の代表事例	<p>新聞やテレビ等のマスコミへ、堺ブランド「堺技衆」認証企業を紹介することによって、以下のとおりマスコミへ取り上げられ、同ブランド及び認証企業の認知度を高めることにつながった。</p> <p>①堺の伝統産業である注染和晒を営むA社は、もともと技術力の高さに定評があったが、堺ブランド「堺技衆」へ認証されることにより注目され、テレビや雑誌などのメディアで取り上げられるようになり、新規顧客が増え、売上が伸びた。 ②食品メーカーのB社は、他社にない独自の商品を数多く開発し、もともと地元消費者からの支持が高かったが、堺ブランド「堺技衆」認証により、さらに広域に認知され、テレビや雑誌などのマスコミにも取り上げられる機会が増え、ネット経由での売上也伸びた。 ③看板製作のC社は、堺ブランド「堺技衆」認証がきっかけとなり、緊急時・非常時に看板が車イスやストレッチャーに変わる自社商品がテレビで紹介され、防災対策商品として全国から問い合わせがくるようになった。</p> <p>その他、新マスコミ(HP・SNS・YouTube等)を使った効果的・合理的な情報発信法、動画作成法、YouTubeへのアップ方法を学ぶ勉強会を4日間にわたり開催したことによって、情報発信力の強化、販路拡大に寄与した。</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 (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>認証募集に係る問合せが継続的にある等、企業間における認知度は高まりつつあると思われる。 今後も引き続き、認知度向上に向けて、地域イベントや常設展示等を活用しながら、積極的に情報発信していきたい。</p>							

堺商工会議所

事業名		創業準備セミナー							
想定する実施期間		13 年度～ 未定 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3年以降、開業率が廃業率を下回っており、企業数は減少し続けている。この状況下、政府は成長戦略で開業率を英米並みの10%程度に高める目標を掲げ、開業率の底上げに向けて支援を強化している。</p> <p>このような中、堺市内においても、創業者数の増加を図ることは、地域活力を維持・増大するために必要不可欠である。</p> <p>そこで、創業に関する基礎知識を一日で習得する当セミナーを開催することは、創業に対する基礎的な知識のない創業希望者が、創業への最初の一步を踏み出すための支援として必要である。</p>							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	堺市内外の広域の創業検討者。特に、将来に創業をしたいとの希望は持っているものの、何から始めたらいいのか、どのような準備が必要であるかという創業の基礎知識が不足しており、創業への一步が踏み出せていない者。							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>創業準備セミナー 《開催日時》 平成31年3月2日(土) 9:30~16:30 《開催場所》 堺商工会議所 大会議室 《内 容》 将来の創業を考えてはいるものの、何から始めてよいか、どのような準備が必要であるのか、創業の基礎知識が不足している人を対象とした創業の基礎を学ぶセミナー。具体的には、「創業の心構え」「創業のアイデア創出」「創業計画書の作成」「各種創業支援施策の活用」「開業の手続き」「インターネットでの販路開拓」の内容を1日で実施した。開業に向けた基礎知識が習得できるよう、講師の体験談を踏まえながら、要所を押さえた確にわかりやすく解説した。</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>							
		①府施策連携	大阪府施策と連携した創業支援を、専門家を講師としたセミナー形式により実施し、創業予定者に円滑な創業実現のための支援を実施した。また、セミナー内で、大阪府スタートアップ事業について説明した。						
		④相談相乗	当セミナーを受講後、当所専門相談窓口の利用や経営指導員による個別相談により、創業支援につなげる。						
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)	80	支援企業数(実績)	59	支援実績率	74%	満足度	94
	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>●受講者アンケート満足度 今回のアンケート調査により、「満足」が76%、「やや満足」が18%となっており、満足度の高いセミナーであった。</p> <p>本セミナーにより、創業者としての心構えや事業アイデアの磨き方を知り、創業計画書作成の必要性について認識するとともに、事業に必要な資金を割り出し、利益を残していくための計画を数字の面で捉える重要性を理解していただくことができた。更に、公的な融資の種類、創業時の各種手続き、インターネットを利用した販路開拓についても学ぶことができた。</p> <p>受講者からは「創業に対する漠然とした不安が解消され、具体的な難しさ、厳しさが理解できるようになった」「開業に向けたイメージ、考え方が非常に分かり易く、実行してみようと思う」「創業計画を書いて実現に向けて行動していきたい」となどという感想があり、創業を検討している者に創業の基礎知識をわかりやすく解説することで、不安感を払拭し、創業意欲を高め、創業への最初の一步を踏み出す一助とするという目標は達成できたと考える。</p>							
		指標	創業に関する知識が深まり創業準備がイメージできた受講生の割合						
		数値目標	80%	実績数値	91%	目標達成度	114%		
	成果の代表事例	<p>当セミナーに参加したA氏は、訪問介護事業を7月に開業希望で、当所の創業専門相談窓口を利用し相談。その後、本セミナーを受講。創業への意識が高まり、これまでの事業アイデアを磨く方法、開業に向けた具体的な手続き等を身に付けた。今後は、引き続き創業専門相談窓口等による個別相談の支援を受けながら、令和2年3月までの開業を目指し準備を進めている。</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	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、満足度は94%と高かったことから、次年度も引き続き同様の内容での実施を予定している。また今後の課題としては、定員80名に対し、定員割れした点が挙げられ、原因の一つとしては、開催日の前後に堺市内外で創業者向けのセミナーが幾つかあったことが考えられる。今後の対策として、新たな広報手段の検討や当所の充実した創業支援体制・創業支援実績をアピールした案内にするなどにより集客を考えていく必要がある。</p> <p>創業を予定している方々が実際に開業に至るよう、今後、創業相談窓口や、経営指導員による支援へ誘導し、創業計画書や事業アイデアのブラッシュアップ、資金調達支援を図っていくなど、継続的に支援していく。</p> <p>なお、アンケート結果では、受講者の、59名のうち25名、約半分もの人が、開業時期が未定であったことから、今後、開業時期を目標設定させ、具体的な開業に向けてフォロー支援を行っていく。</p>							

堺商工会議所

事業名		ものづくり企業交流事業	
想定する実施期間		30 年度～ 未定 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)	<p>府域内には、優れた製品・技術を持ちつつ、企業交流・連携を契機とした新製品開発や製品改良に積極的に取り組む、意欲あるものづくり事業者が多数存在している。</p> <p>大手・中堅企業からの発注案件は、量産型・単一加工が減少し、複数の加工技術を駆使する必要のある完成部材の一括発注が増加する傾向にある。</p> <p>このような中、既存の下請け・協力企業では対応できない案件も増加していることに加え、人手不足による取引機会ロスも生じている。</p> <p>一方、下請け・協力企業数社におけるグループを形成し、各工程をそれぞれ分担し連携することで、受注に対応している例もある。企業としては、他社との連携を拡充し多種多様な受注に対応していきたいとのニーズを有しているものの、他社がどのような事業に取り組み、かつどういった製品・技術を保有しているかの情報を把握できていない状況も伺える。</p> <p>については、「交流・接触を契機に、新たな商談・取引に結び付くことが多い」との事業者からの声を踏まえ、気軽に情報・名刺交換が可能な交流の場を用意し、事業者間ネットワークの構築・強化、取引機会の創出、地域経済活性化推進を図っていく。</p>	
	支援する対象 (業種・事業所数等)	年2回の交流会は、いずれも、優れた製品・技術、自社独自の製品・技術を持っており、販路開拓に積極的に取り組む中小モノづくり系企業を対象とする。	
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>【交流会①】</p> <p>《開催日時》平成30年9月21日(金) 14:00~17:00</p> <p>《開催場所》堺市産業振興センター コンベンションホール</p> <p>《内 容》</p> <p>自社の技術・製品を積極的に紹介し、その販路を開拓したい企業が集まり、企業紹介パネルや自社のパンフレット・製品を活用し、活発に名刺交換や意見交換を行い、ビジネスチャンスの創出を図った。また、希望企業については、自社製品やサービスの特徴を紹介する時間(1社3分)を設け、参加者相互の企業理解をより一層深めた。</p> <p>【交流会②】</p> <p>《開催日時》平成31年2月21日(木) 14:00~17:00</p> <p>《開催場所》堺商工会議所 大会議室</p> <p>《内 容》</p> <p>参加企業が自社簡易ブースを拠点として他社ブースを訪問し、名刺交換や各社ブース展示のカタログやサンプル等をテーマに情報交換できる展示型交流会として開催。なお当日は、参加企業を2・3のゾーンに分散させ、時間毎に各ゾーンを集中的に訪問するオペレーションとする等、各社交流を促進するための方策を講じた。</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		
②広域連携			
③市町村連携			
④相談相乗	交流会当日に向けては、参加企業の提案・プレゼンテーションノウハウや展示方法等に係る相談を行うことで、相談事業相乗効果創出に努めた。		

	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	80	支援企業数(実績)	91	支援実績率	114%	満足度	82
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)	【交流会①】（36社） 今回実施した交流会に関して、交流会後にアンケート調査を実施したところ、総数283社（1社平均7.8社）との商談・交流が行われ、43社（1社平均1.2社）において、後日打合せや商談に結び付きそうであるとの回答を得た。 また、「自社製品のPRができた」「将来的なネットワーク構築に役立った」などの意見が寄せられ、参加企業にとっては商談成立以外のメリットもあることが分かった。							
		【交流会②】（55社） 今回実施した展示交流会に関して、交流会後にアンケート調査を実施したところ、総数688社（1社平均13社）との商談・交流が行われ、121社（1社平均2.2社）において、後日打合せや商談に結び付きそうであるとの回答を得た。 また、「情報収集に役立った」「自社製品のPRができた」などの意見が寄せられ、出展企業にとっては商談成立以外のメリットもあることが分かった。満足度でも本交流会を「良くなかった」・「あまり良くなかった」と回答した企業は僅かであり、多くの企業にとって販路拡大のための良い機会となったことが伺える。							
	交流会を将来的な商談に繋がる機会と捉えた企業数								
	数値目標	20	実績数値	38	目標達成度	190%			
成果の代表事例	【交流会①】 堺市内の出展企業A社が商談会当日は7社と商談・交流を行い、うち2社と具体的な打合せ・商談、見積の提示が行われ、2社ともに受注が成立された。								
	【交流会②】 堺市内の出展企業B社が商談会当日は21社と商談・交流を行い、うち10社と今後の打合せ・商談に繋がり、今後継続的な取引に発展することが期待できる。								
その他目標値の実績	目標値(計画)		目標値(実績)		目標達成度				
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)	【交流会①】 今般の商談会は、自社の魅力を凝縮した企業紹介パネルを活用したことで、名刺交換のみの商談会と比べて、よりスムーズな商談が行われた。約9割の参加企業の方が「大変満足した」、「満足した」という回答いただき、1社平均約8社の名刺交換・活発な商談等により、ビジネスチャンスの創出に繋がった。今後もこのような場を継続的・定期的に提供していく必要があると考える。							
		【交流会②】 出展企業からは、商談・交流の結果に関わらず「参加して良かった」という意見が多数寄せられた。今後はものづくり企業を中心に、ものづくり企業が連携することにより新製品開発等につながるデザイナーや、販路を担う企業との交流も含めた場とすることを検討する。							

堺商工会議所

事業名		ビジネスの未来を変える IoT活用セミナー									
想定する実施期間		29 年度～ 未定 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>様々なモノ、機械、人間の行動は膨大な情報を生成しており、これらの情報を収集して可視化することで、様々な問題が解決できるようになる。従来のように人間がパソコン類を使用してデータを入力するのではなく、モノに取り付けたセンサーが人手を介さずに自動的にデータを収集し、その膨大なデータを分析することによって、離れた場所の『モノ』の状態を知り、操作し、安全で快適な生活を実現できるようになる。身近な例として、①各種情報機器のモニタリング・リモコン制御、②工場内、ビル内、店舗内、病院内、学校内や屋外等あらゆる場所に設置された様々なセンサーの情報を取得し、人の出入り、不具合等をチェック。</p> <p>このようなIoTの活用事例を紹介することによって、今後のビジネスに役立てる可能性を検討できるようにする。</p>									
	支援する対象 (業種・事業所数等)	IoTに興味を持つ中小企業経営者、従業員が対象。セミナー参加企業50社を想定し、業種は問わない。									
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>IoTとはどういうもので、どう活用されているのかを理解いただくため、以下のとおり、セミナーを2回開催。希望の事業者には、個別相談にも対応。</p> <p>★「IoT」のビジネス活用方法 《開催日時》 平成30年9月27日(木) 14:00～17:00 《開催場所》 堺商工会議所 大会議室 《内 容》 ①IoTで進める生産性向上・新サービスの創造 ②IoTを活用する実践法 「IoTで生産性向上・新サービス創造セミナー」というセミナー名で開催。2つのテーマについて講演。IoTの概要説明に続き、IoTの課題や、IoTを生産ラインに導入するシステム(クラウドサーバーモデルと社内サーバーモデル)について、実物を紹介しながら、詳細を解説。最後に、IoT時代に対応するための人材育成について説明。参加者は、IoTの活用方法を具体的にイメージすることができ、今後の導入に向け検討できる状況となった。</p> <p>★「IoT」ビジネスの最前線 《開催日時》 平成31年2月26日(火) 14:00～16:00 《開催場所》 堺商工会議所 大会議室 《内 容》 ①そもそもIoTとは？ ②スマホを最強のIoTとして使い倒す ③IoTで人材不足を解消させる市場はまだまだ伸びる ④儲からないビジネスモデルから、稼げるビジネスモデルへチェンジ 「IoTで広がる未来のビジネスセミナー」というセミナー名で開催。日本より遥かに先に行く世界のIoTビジネス、AIビジネス、RPA(ロボティック・プロセス・オートメーション)の現状を、アマゾンエコーの実演を織り交ぜながら解説。</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	大阪府担当部署と連携を図り開催。大阪府商工関連ニュースへの掲載など、広報面でも連携した。								
	②広域連携										
	③市町村連携										
	④相談事業相乗	セミナーに参加した企業とは、IoT分野はもちろん、それに関連するIT分野の様々な相談・支援に結びついており、その後の経営指導に活かすことができた。									
実績(数値)に対する計画	1	「IoT」のビジネス活用方法	支援企業数(計画)	25	支援企業数(実績)	18	支援実績率	72%	満足度	72	
	2	「IoT」ビジネスの最前線	支援企業数(計画)	25	支援企業数(実績)	47	支援実績率	188%	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)	<p>●受講者アンケート満足度 2つのセミナーを合わせたアンケート調査によると、5段階評価で、「大満足」が49%、「満足」が31%となり満足度の高いセミナーであった。</p> <p>●IoT利用について セミナー後、追跡調査(TELでのヒアリング調査)を実施したところ、IoT導入の初期投資が高額になる傾向にあるとの判断から、導入に至ったところは1件と少なかったが、参加企業65社のうち、ものづくり企業を中心に15社が、将来的にIoTの生産ラインへの導入や、IoTを使った新しいビジネスモデルの構築を検討中とのことであった。このセミナーを受講することによって、IoTを利用する心構えや方向性を改めて学ぶことのできる良い機会を提供できたと考える。</p>					
		指標	IoTを導入した企業数				
	数値目標	2	実績数値	1	目標達成度	50%	
	成果の代表事例	<p>刺繍、ユニフォーム、腕章等の受注製造・販売をおこなっているA社は、刺繍機器にIoT対応のセンサーを取り付け、製品の製造状況、歩留まり率、従業員の離席状況などのデータを無線で飛ばし、パソコンで逐次状況を管理し、データ分析によって導き出された結果をもとに、業務改善を行うことによって、生産性を3%向上させることに成功。今後は、収集したデータの分析方法を再検討し、さらに生産効率の向上を図っていく予定。</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>日本におけるIoT技術の活用事例としては、生産ラインに取り付けたセンサーから収集するビッグ・データを解析し、人の動きやラインの歩留まり等の統計データを現場にフィードバックすることによって「生産性向上」に結び付けていくという切り口で浸透しており、中小企業にとっては初期投資が莫大になりがちで、導入が遅れている。</p> <p>一方で、ドイツでは「インダストリー4.0」と銘打って、国ぐるみで「工場の見える化、スマート化」に取り組んでいる。アメリカも「産業のインターネット化」をスローガンに、大手企業を主軸として大規模な取り組みが行なわれている。</p> <p>また、IoTは生産ラインに取り付けるものばかりではなく、スマホそのものがIoT機器でもある。そのため世界では、スマホから収集されるビッグデータを収集しAIで分析し、抽出された結果をもとに新しいビジネスモデルがどんどん誕生している。例えば、「ウーバー」が展開するスマホ専用アプリを使った配車サービスは、欧米はもとより、東南アジアで急速に浸透している。一方で、日本では、タクシー事業における許認可など、厳しい法規制があり、普及はごく限定されている。このように、IoT分野で、日本は世界と比べると周回遅れの感がある。</p> <p>今後、日本は、IoT分野で世界にキャッチアップするため、IoTリテラシーを高め、生産性向上はもちろん、新しいビジネスモデルを構築していく必要がある。そのため、当所では今後も、IoTセミナーを開催し、中小企業のIoTの活用を推進する手助けを行なっていきたいと考えている。</p>					

堺商工会議所

事業名		中小企業国際化支援セミナー							
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)	人口減少や取引先の海外移転等による国内需要の減少に伴い、大企業だけでなく中小企業においても成長著しいアジア等の海外需要を取り込むため、海外展開が拡大傾向にある。また、海外展開を行っている企業は、海外展開を行っていない企業より国内の従業員数を増加させる傾向にあり、海外市場で自社の強みを発揮することにより、国内事業を活性化している多くの事例がある。他方、中小企業が海外展開する際には、国内とは異なる特有の課題・リスクに対応しなければならず、それぞれの企業の取組みの中でしっかり対策を講じていくことが必要となることから、その情報提供としてセミナーを開催する。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	海外展開を検討しつつ、自社では有効・的確な情報やネットワーク、具体的なアクションに向けたノウハウを有していない中小・小規模事業者。							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>「越境ECを成功に導く国際戦略化セミナー」を堺貿易振興協会・(公財)大阪産業振興機構と共同開催した。</p> <p>【開催日時】平成30年9月20日(木)14:00～17:00</p> <p>【開催場所】堺商工会議所 大会議室</p> <p>【内 容】講演(14:00～15:00)</p> <p> テーマ 「越境ECの取引で想定される知的財産関連リスク」</p> <p> 事例発表(15:00～16:00)</p> <p> テーマ 「現地パートナーとの協働による中国Eコマースへの取組み」</p> <p> 施策紹介(16:00～16:10)</p> <p> 大阪府商工労働部 国際ビジネス企業誘致課 担当者</p> <p> 大阪府商工労働部 ものづくり支援課 担当者</p> <p> (公財)大阪産業振興機構 担当者</p> <p> 個別相談会(16:10～17:00 希望者のみ)</p> <p> (公財)大阪産業振興機構コーディネーター</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	「大阪ビジネスサポートデスク」をはじめとする各種支援策を紹介し、その施策利用を促進する。							
	②広域連携								
③市町村連携									
④相談相乗	本セミナーを通じて、海外展開に向けた情報提供・啓発を行うことにより、経営相談による継続的な支援に繋げていく。								
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)	21	支援実績率	84%	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)	<p>セミナー受講企業の海外展開(越境EC)を支援すべく、最新の海外経済情報並びに各種支援策に関する情報を提供した。アンケート結果からは、約95%の参加者が「大変参考になった」「参考になった」と回答するなど、目標は充分達成できた。</p> <p>具体的には、「知的財産の内容は非常に参考になった」「中国への越境ECに向けて現地パートナーの重要性がとても分かり易かった」等の意見があるなど、中小企業の海外展開を推進する機会を提供することができた。</p>							
		指標	海外展開を具体的に検討する企業数						
		数値目標	1	実績数値	6	目標達成度	600%		
	成果の代表事例	<p>セミナー終了後、5社が個別相談を利用した他、多くの企業が大阪ビジネスサポートデスク等の支援策に関心を示すなど、中小企業の海外展開に向けた啓発に成果を得た。またこれら啓発を通じ6社が海外展開を具体的に検討したいと回答するなど、より踏み込んだ成果を得る事ができた。この内、舞妓パフォーマーを海外に派遣する「舞妓プロジェクト」を展開しつつ、着物関連雑貨を開発・販売するA社は、海外における知的財産リスクや越境ECに関する知識を深め、3月上旬南仏にて同社企画のファッションショー並びに雑貨販売を開催するに至る等、今後本格的に越境ECをはじめとする海外展開に着手するノウハウと基盤が構築された。</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>企業の海外展開は必要不可欠である反面、一定の規模(経営資源)が必要であることから、その支援対象は限定される。今後、当事業を継続して展開していくのであれば、各種支援機関との連携をより一層強化し、企業(主には小規模業事業者)のニーズ把握に努め、実情に即した最適なテーマ設定を行う必要があると考える。</p>							

堺商工会議所

事業名		BCP策定支援事業								
想定する実施期間		27 年度～ 未定 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)	大規模な被害が想定される南海トラフ巨大地震などの自然災害や、サイバー攻撃など、昨今の経営環境を取り巻く脅威は様々である。突然襲ってくる脅威の影響を最小限に抑え、速やかに事業を復旧するためにはBCPの策定が欠かせない。しかし、策定率は低く、未だ策定が進んでいない企業が多い状況である。そこで中小・小規模事業者には、まずはBCP策定の必要性を認識してもらい、策定支援につなげていくことが重要である。								
	支援する対象 (業種・事業所数等)	堺市内を中心としたBCP未策定の中小企業								
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	事業継続計画(BCP)策定セミナー 地震などの災害対策と情報セキュリティ～脅威に負けない組織作り～ 《開催日時》 平成30年9月14日(金) 14:00～16:00 《開催場所》 堺商工会議所 大会議室 《内 容》 第一部 地震等災害対策とBCP 第二部 サイバー攻撃の脅威 第一部は具体的な事例を交えながら、BCP策定の重要性や策定の流れ、仕組等について説明を行った。 第二部ではデモンストレーションを交え、サイバー攻撃の手法や対策について解説を行った。 ＜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	大阪府担当部署と連携を図り、セミナー当日には大阪府施策についての説明を併せて実施した。 また、大阪府商工関連ニュースへの掲載など、広報面でも連携を図った。							
		②広域連携								
③市町村連携										
④相談相乗	セミナー受講によりBCPに関心を持った企業への社内教育用にDVDの貸し出し、策定支援制度の利用促進を図った。									
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)	25	支援企業数(実績)	36	支援実績率	144%	満足度 (100点満点中)	84	
	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)	受講者アンケートではBCPを策定するうえで「大いに参考になった」「参考になった」との回答が大部分を占め、満足度は非常に高いものであった。BCPの仕組みや役割、策定の重要性などを理解し、BCP策定に前向きに取り組んでいくきっかけとなった。								
	指標①	セミナー受講後、BCP策定をイメージできた企業数								
	数値目標	10	実績数値	11	目標達成度	110%				
	成果の代表事例	精密機械部品を製造するA社は、広島、瀬戸にも工場を有し、災害発生時にどのように事業継続させるかを大阪府北部地震を機に真剣に取り組み、セミナー受講。セミナー受講後は、「BCPをどのように社内に浸透させていくか」を課題とし、現在、自社内でチームを作り、BCP策定に取り組んでいる。								
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)	会報誌や府・市メール配信・当所HP・Facebookページ・DMなどで積極的に広報したことに加え、台風21号等の影響もあり、参加企業数は昨年度より増加した。 セミナー受講により得た知識を「BCPの重要性を社内共有し理解を深める」「BCP策定時、運用時に活用する」という企業が100%を占めた。また、サイバー攻撃の脅威についてもさらに詳しく知りたいという意見も複数寄せられた。今後はセミナー受講企業の策定支援制度の利用を推進することにより、セミナー参加者へのフォロー支援を充実させ、策定企業の増加につなげたい。また、未だに中小企業ではBCPの認知度は低く、今後はBCPの必要性についてセミナー開催だけではなく、各種事業開催時、窓口、巡回相談時などにおいて積極的に説明をする機会を増やしていく。								

堺商工会議所

事業名		飲食店・地場製品等域内資源の活性化支援事業																				
想定する実施期間		21 年度～ 未定 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)	域内には『こだわりのメニューを提供する飲食店』や『特徴ある自社製品(商品)を取扱う中小・小規模事業者』が多数存在する。これらは広域からの集客を期待できる地域資源と考えているが、自社・店単独では広域PRを展開する場やノウハウを有していないため、販売機会を逸しているケースが多い。そこで、これら事業者の販路開拓支援を通じて、地域活性化を推進するため、展示即売会「メイドインさかいフェア」を開催した。																				
	支援する対象 (業種・事業所数等)	下記域内企業 ・伝統産品や自社製品(商品)を取扱う中小・小規模卸小売事業者(56社・店) ・こだわりのスイーツを取扱う中小・小規模小売事業者(13社・店) ・こだわりのメニューを提供する中小・小規模飲食事業者(20社・店) ・手づくり体験を通じて自社商品の販路開拓・会社のPRを目指す中小・小規模小売事業者(5社) 上記の企業数の内、4社は2企画に出展したが、支援企業数としては1社として数える。																				
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>【展示即売会】 《開催日時》平成30年11月10日(土)・11日(日) 10:00~16:00 《開催場所》堺商工会議所及び堺市産業振興センターイベントホール等 《内容》市域内外から広く来場者を集め開催する展示即売会</p> <p><事業手法 ②広域連携 ④相談事業相乗効果></p> <table border="1"> <tr> <td>②広域連携</td> <td colspan="6">支援対象事業者が消費者に対し、自社商品PR・販売できる展示即売会(BtoC)として開催した。出展募集、広報にあたっては高石商工会議所との連携のもと行い、双方の会報誌への掲載や地元小学校でのチラシの配布、新聞折込み、各種情報配信サービスを活用するなど、市域内外からの集客に努め、出展企業の認知度向上と誘客を図った。</td> </tr> <tr> <td>④相談相乗</td> <td colspan="6">イベント当日までには、プロモーション戦略など、出展企業とは頻りにやり取りを行い、その中でも出展企業の経営課題を十分に把握することが出来たため、販路開拓支援以外の事業計画作成や金融相談など、多面的に支援することが出来た。</td> </tr> </table>							②広域連携	支援対象事業者が消費者に対し、自社商品PR・販売できる展示即売会(BtoC)として開催した。出展募集、広報にあたっては高石商工会議所との連携のもと行い、双方の会報誌への掲載や地元小学校でのチラシの配布、新聞折込み、各種情報配信サービスを活用するなど、市域内外からの集客に努め、出展企業の認知度向上と誘客を図った。						④相談相乗	イベント当日までには、プロモーション戦略など、出展企業とは頻りにやり取りを行い、その中でも出展企業の経営課題を十分に把握することが出来たため、販路開拓支援以外の事業計画作成や金融相談など、多面的に支援することが出来た。					
	②広域連携	支援対象事業者が消費者に対し、自社商品PR・販売できる展示即売会(BtoC)として開催した。出展募集、広報にあたっては高石商工会議所との連携のもと行い、双方の会報誌への掲載や地元小学校でのチラシの配布、新聞折込み、各種情報配信サービスを活用するなど、市域内外からの集客に努め、出展企業の認知度向上と誘客を図った。																				
④相談相乗	イベント当日までには、プロモーション戦略など、出展企業とは頻りにやり取りを行い、その中でも出展企業の経営課題を十分に把握することが出来たため、販路開拓支援以外の事業計画作成や金融相談など、多面的に支援することが出来た。																					
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)	90	支援実績率	100%	満足度	84														
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>【出展による効果についての回答から(複数回答有)】</p> <p>①自社独自の販促活動とは異なる販路開拓の機会を得ることができた。(50社・56%) ②自社ブランドや商品に対する消費者の意見が収集できた。(39社・43%) ③多数の企業が出展するイベントなので企業間交流ができた。(41社・46%) ④一般消費者以外からの引合いがあった。(11社・12%) ⑤その他(2社・2%)</p> <p>【出展による満足度についての回答から】</p> <p>①「満足」、「ほぼ満足」と回答した企業が全体の84%を占めた。 ②「普通」と回答した企業が約15%となった。 ③「やや不満」と回答した企業が約1%となった。</p> <p>⇒これら結果により、「販路開拓」や「自社ブランドに対する消費者意見の収集」「企業間交流」といった出展効果を得て、支援対象事業所の84%が「満足した」「ほぼ満足した」と評価したことが分かった。</p>																				
	成果の代表事例	食品小売業のA社のイベント当日の売上は21万円、来場者のうち600人に対して商品の紹介ができた。来場者には実店舗のチラシを配布していたことが奏功して、会期終了後の来店客数・売上はともに20%近く伸びた。また、イベントからも声がかかり、他の催事イベントに出展することとなっている。																				
	その他目標値の実績	目標値(計画)	27,000	目標値(実績)	31,818	目標達成度	118%															
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)	各出展企業(支援対象企業)のアンケート調査結果からは「今まで来店のなかったお客様との出会いがあり、イベント後の来店、売上に繋がった」といった評価が得られるなど、84%の出展企業から満足・ほぼ満足との回答を得た。 一方、実店舗でのPR不足や催事でのより効果的な展示ノウハウの不足を今後の課題に挙げる声も聞かれたことから、今後も引き続き当該事業を推進するとともに、催事出展前後を通じて上記のようなノウハウを提供する場を設ける等、より一層成果の多い事業として推進していきたい。																				

堺商工会議所

事業名		自社商品売込み商談会						
想定する実施期間		21 年度～ 未定 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 実施時期・具体的な内容及び事業手法	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	魅力的な商品を取扱っていないながら、営業力や販売ルートが不足しているため、新たな取引先を開拓できない中小・小規模事業者が多数存在する。これら事業者を対象に、大手小売店等をブース出展させた商談会を開催し、新規販売ルートの確保などの支援を行うとともに、域内経済の活性化を図る。今年度は事前登録型の商談会を2回(7月/2月)開催した。						
	支援する対象 (業種・事業所数等)	自社商品を取り扱う域内中小・小規模事業者						
		①ビジネスコミュニケーションカアップセミナー 《開催日時》平成30年6月21日(木) 15:00~17:00 《開催場所》堺商工会議所 大会議室 《内 容》相手のニーズを聞き出すような話し方・訊き方のポイントについて事例を交えて説明するセミナー。						
		②第10回自社商品売込み商談会in堺(事前登録型) 《開催日時》平成30年7月26日(木) 13:00~16:00 《開催場所》堺市産業振興センターイベントホール 《内 容》大型および中堅の小売店(百貨店、スーパー等)や通販会社、卸売会社等の仕入れ担当者(バイヤー)が出展者となり、そこへ販路開拓をめざす最終消費財(住居・生活用品・雑貨、文具、食料品、衣料品等)を取り扱う市内企業の製造業者、卸売業者が自社商品を売り込む「逆見本市形式」の商談会を実施。来場企業からは事前に来場申込書(会社概要・売込みたい商品概要を記載)の提出を受け、出展企業に商談希望企業の情報が事前に分かる方式を採用した。						
		③ビジネス商談会2019プレセミナー 短期間で輸出体制を構築し海外販路開拓に取り組む方法 《開催日時》平成31年1月29日(火) 13:00~15:00 《開催場所》堺商工会議所 中会議室 《内 容》海外で売る為の基礎知識や、海外に売る為のポイント等について説明するセミナー。						
	④ビジネス商談会2019(事前登録型) 《開催日時》平成31年2月13日(水) 12:00~16:00 《開催場所》堺市産業振興センターイベントホール 《内 容》第10回自社商品売込み商談会in堺と同趣旨・同形式							
	⑤自社商品PRシートの作成支援 《実施概要》第10回自社商品売込み商談会in堺・ビジネス商談会2019両会場内で、来場した支援対象事業者同士が各社商品情報を交換できるシートを作成・掲出する際の支援を行う。							
<事業手法(①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果)の具体的な連携・効果を記載>								
	①府施策連携							
	②広域連携	和泉・泉大津・泉佐野・貝塚・岸和田・高石・松原・八尾商工会議所と連携して事業を行った。各所機関紙への掲載により、過去商談会来場歴のなかった事業所が一定数来場しており、新規の来場企業募集を効果的に行うことができた。						
	③市町村連携	堺の機関紙への掲載・同市及び区役所でのチラシの設置により、広く事業者に対して周知を行うことができ、効果的な来場企業募集を行うことができた。						
	④相談相乗	商談会の受付段階で商品・サービス等の情報を盛り込んだ申込用紙を受領しており、事後の経営相談等に活用した。						
計画に対する実績(数値)	支援企業数(計画)	100社	支援企業数(実績)	82社	支援実績率	82%	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)	ビジネスコミュニケーションカアップセミナー 『ビジネスコミュニケーションカアップセミナー』 域内企業58社の参加を得た。 ビジネス商談会2019プレセミナー 『短期間で輸出体制を構築し海外販路開拓に取り組む方法』 域内企業24社の参加を得た。 ※『ビジネスコミュニケーションカアップセミナー』と『短期間で輸出体制を構築し海外販路開拓に取り組む方法』の参加域内企業82社のうち、71社(87%)が商品提案時等のノウハウを得たと回答。							
	指標	営業力強化に資するノウハウを学ぶことにより、受講後の商品提案や商談を効果的・効率的に行うことができるようになる。						
	数値目標	70%	実績数値	87%	目標達成度	124%		

	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	320社	支援企業数(実績)	295社	支援実績率	92%	満足度	85	
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>《第10回自社商品売込み商談会in堺》 当商談会を7月に開催し、来場企業数147社・商談件数は525件を数えた。営業や商談で相手のニーズを掴むような訊き方を学ぶセミナーを事前に開催し当日に挑むことにより、企業にとって買い手側のニーズを掴むことができ、今後に繋がる商談会となった。商談会では内容の濃い商談が多数行われ、想定以上の商談成立企業数13社・成立案件数15件の実績を得た。また、左記商談成立の他、新たな取引への発展が期待できる商談中の企業数27社・商談中案件数36件も報告されており、今後さらに商談成立となる企業が複数出てくると想定される。</p> <p>《ビジネス商談会2019》 当商談会を2月に開催し、来場企業数148社・商談件数は582件を数えた。来場企業の海外販路開拓への知識を高めるため、海外への輸出の取り組み方やポイント等を説明するプレセミナーを会期前に開催した結果、商談会では内容の濃い商談が多数行われ、商談成立企業数5社・成立案件数5件の実績を得た。また、左記商談成立の他、新たな取引への発展が期待できる商談中の企業数43社・商談中案件数68件も報告されており、今後さらに商談成立となる企業が複数出てくると想定される。他方、見積り依頼や商談成立まで進展しなかった場合でも、「新たな情報や刺激を得ることができて良かった」等の意見が寄せられ、来場企業にとっては商談成立以外のメリットもあることが分かった。フォロー調査でも本商談会を「良くなかった」「あまり良くなかった」と回答した企業は4%に留まり、多くの企業にとって本商談会が販路開拓のための良い機会となったことが伺える。</p>								
		指標	商談件数							
		数値目標	1,350件	実績数値	1,107件	目標達成度	82%			
	成果の代表事例	<ul style="list-style-type: none"> ・ビジネスコミュニケーションカアップセミナーを受講後、第10回自社商品売込み商談会in堺の商談会において、セミナーで得た知識等を活かした来場企業であるA社は、大手スーパーと商談成立し、すでに取引が開始している。 ・ビジネス商談会2019プレセミナーを受講後、ビジネス商談会2019の商談会において、セミナーで得た知識等を活かした来場企業であるB社は商社と商談成立し、既に取引が開始している。 								
その他目標値の実績	目標値(計画)	120社	目標値(実績)	158社	目標達成度	132%				
	<p>会期当日は会場内にて来場企業同士のマッチング機会を創出することを目的に、「自社商品PRコーナー」を設置し、多様な商談機会の創出に努めた。実績として、同コーナーの利用企業は158社(第10回自社商品売込み商談会in堺90社/ビジネス商談会68社)に上り、目標を達成した。商談会来場企業からは、「複数の来場企業に対して効果的に商品のPRができた。」等の感想が寄せられ、当該コーナーが「出展企業との商談以外の幅広い商談機会創出」に効果を上げたことが伺える。</p>									
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>今年度も前年度に引き続き、従来の自社商品売込み商談会in堺の開催に加え、同趣旨・同形式のビジネス商談会を開催した。2回の商談会を開催した結果、来場企業数は295社、商談件数は1,107件を数える等、数多くの企業の商談機会を創出することができた。</p> <p>また、商談会の1～3ヵ月後に来場企業を対象に行ったフォロー調査では2回の商談会の結果、商談成立企業数18社、商談成立案件20件、商談中企業数70社、商談中案件数104件と数多くの商談成立等の実績が得られた。商談中の来場企業については経営指導等を通じて引き続き商談成立状況の確認を行い、会期後の商談実績の把握に努めたい。</p> <p>さらに、プレセミナーでは相手のニーズを引き出すような訊き方や海外に対する販路開拓対策を事前に学ぶことにより、商談会の成約実績のみならず、今後の各企業事業展開にも貢献することができた。また、参加者からも好評を得たため、次年度も引き続き開催を検討しているが、今回、目標達成に至らなかったため、効果的な広報手段を考える等、より多くの参加者増加を目指していきたい。</p> <p>さらに、商談会複合企画である自社商品PRコーナー・自社商品ミニ展示会においては、来場企業間の商談や情報交換が活発に行われ、多様な商談機会を創出できた他、来場企業からも好評を得たことから、当該企画についても次年度継続して実施していきたい。</p>								

堺商工会議所

事業名	中小企業人材確保支援事業
想定する実施期間	22 年度～ 未定 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)	大学生や高校生の就職内定率の上昇(改善)は、景気回復等による企業の採用意欲増大の表れであり、今後の見通しの明るさをも反映するものであった反面、求職学生等の大企業志向の高まりなどにより、経営資源の乏しい中小企業・小規模事業者にとっては、人材確保難のより一層の深刻化が懸念された。また、中小企業が採用した人材の定着率の低さは、体力の弱い中小企業にとって、その安定経営の妨げとなる要因となるなど、早急な対応を迫られる状況にあった。そこで、平成30年度においては、『人材確保から人材育成、人材(従業員)の定着率の向上』に重点を置き、地域中小企業・小規模事業者がその戦力となる人材を確保・育成することにより、地域経済の発展を推進すべく、下記の10事業を一貫して実施した。
支援する対象 (業種・事業所数等)	若年層の人材を求め、定着率の向上と従業員のスキルアップを目指す地元中小企業
事業の概要 実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>＜人材確保＞</p> <p>①就職フォーラムin堺 開催日時：平成30年6月20日(水) 11:00～16:00 開催場所：(公財)堺市産業振興センターイベントホール 内 容：・参加企業が2019年春 大学等卒業予定者・若年求職者等に対し、企業説明ができるブースを設置し、採用に向けた合同就職説明会を実施。 ・求職者が地域の中小企業への理解を深めるセミナーを開催した。 ・会場内に「企業PRコーナー」を設け、求職者に対し、企業のPRを図った。 ・会場内にイベントスペースを配して、就職支援機関等によるアドバイスコーナーを設置した。</p> <p>②企業×学生交流会 開催日時：平成30年10月25日(木) 15:00～17:00 開催場所：桃山学院大学 聖ヨハネホール 内 容：企業と学生が「働くこと」をテーマにグループディスカッションを行い、お互いの理解を深め合う意見交換会を開催した。</p> <p>③求人ネットワーク事業 開催日時：平成30年5月16日(水) 13:00～16:00(近畿職業能力開発大学校) 平成31年2月15日(金) 14:30～16:50(堺市立堺高等学校) 平成31年2月26日(火) 9:30～12:30(大阪府立堺工科高等学校) 平成31年3月6日(水) 13:00～16:00(近畿職業能力開発大学校) 開催場所：堺市立堺高等学校、大阪府立堺工科高等学校、近畿職業能力開発大学校 内 容：高校生等の若年層の人材を求める中小企業が各校を訪問し、中小企業の魅力を説明するとともに、参加企業には学校教育の現場を知る機会を提供し、就職担当教員とのネットワークを構築した。</p> <p>④大学等就職担当者向け地元企業見学バスツアー 開催日時：平成30年11月2日(金) 10:00～16:00・15日(木) 9:15～16:00 開催場所：11月2日：(株)スーパーツール、日本フッソ工業(株)、アルスコポーレーション(株) 11月15日：エノモト工業(株)、上島珈琲貿易(株)、太陽パーツ(株) 内 容：大学等就職担当者に地元企業の魅力を伝え、今後の雇用のマッチングに資することを目的に、企業の見学ツアーを開催した。</p> <p>⑤女性求職者等の採用・戦力化支援事業＜新規事業＞ 開催日時：平成30年7月24日(火) 14:00～16:00 開催場所：堺商工会議所 中会議室 内 容：中小・小規模事業者に対し、潜在労働者、とりわけ再就職を目指す女性求職者(復職女性)の雇用に関する啓発セミナーを実施し、潜在労働者の存在周知・企業の採用力アップを図った。</p> <p>＜定着率の向上＞</p> <p>⑥新入社員教育基礎講座[補助対象外] 開催日時：平成30年4月4日(水)・5日(木) 10:00～17:00 開催場所：堺商工会議所 大会議室 内 容：社会人として必要なビジネスマナーやコミュニケーションの基本の習得を目的に「電話対応」や「報・連・相」などに関するグループワーク・ロールプレイングを多く取り入れ、実施した。</p> <p>⑦若手社員のステップアップセミナー 開催日時：平成30年8月7日(火) 14:00～17:00 開催場所：堺商工会議所 大会議室 内 容：入社3年目程度の若手社員を対象に、実習を交えながら、自分の仕事を振り返り、会社で役立つ人材になるためのスキルを学ぶセミナーを開催した。</p> <p>⑧人材育成セミナー 開催日時：平成30年10月4日(木) 14:00～17:00 開催場所：堺商工会議所 大会議室 内 容：経営者・管理職(マネジメント)層を対象に、人材育成に取り組む際の姿勢・手法を簡単な実習(例えば、コーチングの手法)を交えながら身に付ける事に加えて、「人を大切に経営」に取り組む重要性を学ぶセミナーを開催した。</p> <p>⑨女性社員スキルアップセミナー 開催日時：平成30年9月3日(月) 13:30～16:30 開催場所：堺商工会議所 大会議室 内 容：女性社員を対象に、年代や性別、雇用形態など多様な人々と働く中で役立つコミュニケーションの手法を学ぶセミナーを開催した。</p> <p>⑩中堅社員仕事力アップセミナー 開催日時：平成30年11月22日(木) 13:00～17:00 開催場所：堺商工会議所 大会議室 内 容：中堅リーダーとして持つべき人財力(課題設定力・解決力・耐力・胆力・組織を高める力・コミュニケーション能力)を講義と実践演習を通して身に付けるセミナーを開講した。</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	OSAKAしごとフィールド(大阪府)や大阪府就業促進課企業支援グループ等と積極的に連携し、PRを行った。							
	②広域連携	高石商工会議所と連携して事業を行った。同所機関紙への掲載等により、高石市内の企業も参加され、相乗効果を図ることができた。							
	③市町村連携								
	④相談相乗								
事業の実	計画に対する実績(数値)①	支援企業数(計画)	54	支援企業数(実績)	53	支援実績率	98%	満足度	84
	計画に対する実績(数値)②	支援企業数(計画)	20	支援企業数(実績)	25	支援実績率	125%	満足度	90
	計画に対する実績(数値)③	支援企業数(計画)	45	支援企業数(実績)	50	支援実績率	111%	満足度	86
	計画に対する実績(数値)④	支援企業数(計画)	6	支援企業数(実績)	6	支援実績率	100%	満足度	83
	計画に対する実績(数値)⑤	支援企業数(計画)	30	支援企業数(実績)	24	支援実績率	80%	満足度	86
	計画に対する実績(数値)⑥	支援企業数(計画)	40	支援企業数(実績)	32	支援実績率	80%	満足度	84
	計画に対する実績(数値)⑦	支援企業数(計画)	30	支援企業数(実績)	27	支援実績率	90%	満足度	84
	計画に対する実績(数値)⑧	支援企業数(計画)	30	支援企業数(実績)	34	支援実績率	113%	満足度	94
	計画に対する実績(数値)⑨	支援企業数(計画)	30	支援企業数(実績)	27	支援実績率	90%	満足度	86
	計画に対する実績(数値)⑩	支援企業数(計画)	30	支援企業数(実績)	32	支援実績率	107%	満足度	86
目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	<p>①就職フォーラムin堺 53社の出展数となり、参加企業の満足度も高かった。一方、内定人数に関しては、11社18名となり、目標の30名には届かなかったものの、参加企業からは、「来場学生に、自社をアピールでき参加して良かった」などの評価を得ており、中小企業の良さや実態を学生等に効果的に伝えることができ、当該フォーラムが雇用のミスマッチの回避に繋がった側面があると考えられる。</p> <p>②企業×学生交流会 年度当初の支援企業目標であった20社を上回る25社の参加企業を得て開催することができ、企業側から「学生の考えが聞けてよかった。」「学生と採用時とは違う雰囲気です話をするのができた。」などの声があり、一定の評価を得ることができた。</p> <p>③求人ネットワーク事業 定員を上回る50社の参加があり、アンケート結果では、全ての企業から、高等学校2校の生徒や近畿職業能力開発大学の学生を「ぜひ採用したい。」「採用を検討する。」「2020年4月採用ではないが、採用を検討したい。」との意向があり、一定の評価を得られた。</p> <p>④大学等就職担当者向け地元企業見学バスツアー 年度当初の支援企業目標であった6社の参加企業を得て開催することができ、企業側から「多くの大学等の就職担当者を知り合うことができた」。さらに、「質疑応答を通じて、中小企業への就職支援に関する本音を知ることができた。」などの声があり、一定の評価を得ることができた。</p> <p>⑤女性求職者等の採用・戦力化支援事業 支援企業数は若干下回ったが、アンケート結果では全ての企業が「大いに参考になった」「参考になった」と回答し、「今後は女性の採用・活躍に積極的に取り組みたい。」「女性活躍の重要性を再認識した。」などの声も頂き、女性活躍の啓発に向けて一定の成果を得られた。</p> <p>⑥新入社員教育基礎講座【補助対象外のため、個票はなし】 定員・支援企業数は若干下回ったが、70名(32社)の参加があり、大半の参加者から「大いに参考になった」「参考になった」などの声を頂き、一定の評価を得られた。</p> <p>⑦若手社員のステップアップセミナー 支援企業数は若干下回ったが、受講者の多くから「大いに参考になった」「参考になった」という声をいただき、一定の評価を得られた。</p> <p>⑧人材育成セミナー 支援目標企業数を上回り、42名(34社)の参加があり、前年度最もニーズのあった「部下に対するコミュニケーション」をメインテーマに、人材育成の姿勢・手法を簡単な演習を取り入れて実施する事で、多くの受講者から「大いに参考になった」「参考になった」という声をいただき、評価を得られた。</p> <p>⑨女性社員スキルアップセミナー 支援企業数は若干下回ったが、グループワークを通して手法を学び、自身のコミュニケーション力向上へと繋がったことで、受講者の多くから「大いに参考になった」「参考になった」という声をいただき、一定の評価を得られた。</p> <p>⑩中堅社員仕事力アップセミナー 支援目標企業数を上回り、48名(32社)の参加があり、受講者全員から「大いに参考になった」「参考になった」という声をいただき、一定の評価を得られた。</p>								

績／目標達成度

①指標	内定人数 【就職フォーラムin堺】					
数値目標	30人	実績数値	18人	目標達成度	60%	
②指標	アンケート調査（採用時の学生に対する理解度を深めることができた企業数） 【企業×学生交流会】					
数値目標	15社	実績数値	22社	目標達成度	147%	
③指標	ヒアリング調査（参加企業と各校とのネットワーク構築数） 【求人ネットワーク事業】					
数値目標	15社	実績数値	50社	目標達成度	333%	
④指標	アンケート調査による満足度 【大学等就職担当者向け地元企業見学バスツアー】					
数値目標	70%	実績数値	83%	目標達成度	120%	
⑤指標	アンケート調査（女性求職者等の採用に対する理解度を深めることができた企業数） 【女性求職者等の採用・戦力化支援事業】					
数値目標	25社	実績数値	24社	目標達成度	96%	
⑥指標	アンケート調査（社会人としての自覚を持つことができた受講生の割合） 【新入社員教育基礎講座】					
数値目標	70%	実績数値	93%	目標達成度	133%	
⑦指標	アンケート調査（中核人材となるための基本スキルを習得できた受講生の割合） 【若手社員のステップアップセミナー】					
数値目標	70%	実績数値	81%	目標達成度	116%	
⑧指標	アンケート調査（「部下とのコミュニケーションの大切さ」を認識することができた受講生の割合） 【人材育成セミナー】					
数値目標	70%	実績数値	97%	目標達成度	139%	
⑨指標	アンケート調査（課題解決力・コミュニケーション力などのスキルを身につけることができた受講生の割合） 【女性社員スキルアップセミナー】					
数値目標	70%	実績数値	89%	目標達成度	127%	
⑩指標	アンケート調査（コミュニケーション術・マネジメント術などのスキルを身につけることができた受講生の割合） 【中堅社員ステップアップセミナー】					
数値目標	70%	実績数値	92%	目標達成度	131%	
成果の代表事例	「就職フォーラムin堺」に出展したA社は、就職フォーラム当日は10名と活発な面談を行い、6名を対象に採用試験を行った結果、3名を採用。採用した3名については、平成31年4月に当所にて開催の「新入社員教育基礎講座」を受講予定。また、昨年参加した堺工科高等学校における企業説明会を契機に本年4月に同校卒業生を新入社員として迎える。					
その他目標値の実績	①目標値（計画）	400人	目標値（実績）	160人	目標達成度	40%
	①就職フォーラムin堺 当日来場者数（160人） フォーラム当日は、終日の雨という悪天候もあり、来場者数は、昨年度を下回ったものの、来場者1名あたりの訪問ブース数（企業数）は、昨年度実績を上回る結果（2.2社→3.3社）となった。これは、大学キャリアセンターの相談ブースを今年度初めて設置した効果等によるものと言える。					

<p style="writing-mode: vertical-rl; text-orientation: upright;">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>①「就職フォーラムin堺」に関しては、来場者が昨年度に比べ減少した。その理由として、売り手市場の傾向が顕著であるため学生が例年と比較して容易に内定を得ることができたためである。次年度は、就職支援企業や大学との連携をより一層強める等、広報を強化し目標数値以上の達成を目指す。</p> <p>②「企業×学生交流会」に関しては、前年度まで、各大学から学生を募っていたが集まりが悪く、企業の評価もマチマチだった。しかし、今年度は桃山学院大学のゼミ生と協力し、多くの学生を確保でき、高評価を得たことから次年度以降も、大学との連携により同交流会を開催していく。</p> <p>③「求人ネットワーク事業」に関しては、高校生・大学校生に対して自社の魅力を訴求することができ満足した企業が多数見られた。また、堺市立堺高等学校・大阪府立堺工科高等学校での開催時には各学科の履修内容や就職状況等詳細な情報を入手することができ有益であるとの感想が参加企業からあり、満足度も高いことから継続的に実施する。</p> <p>④「大学等就職担当者向け地元企業見学バスツアー」に関しては、人手不足（新卒の採用難）に苦しむ中小製造業の現場の魅力を2日間の事業で大学等の就職担当者に知ってもらい、今春の就職活動期のアドバイスに活かしていただくことができる状況が整った。参加企業からも「大学等の就職担当者となつながりできた」などの声があり、一定の成果を得た。</p> <p>⑤「女性求職者等の採用・戦力化支援事業」は、中小・小規模事業者に対して、潜在労働者、とりわけ再就職を目指す女性求職者（復職女性）の存在周知や採用を訴求することができ、今後の女性の採用・活躍へ積極的に取り組む意思のある企業が見られた。しかし、依然、女性の採用・活躍に対して、重要性を感じていない経営者が多いように思われるため、更なる啓発に努めていく。</p> <p>⑥「新入社員教育基礎講座」に関しては、新入社員の早期離職を防止する為、今後の社会人生活において失敗した際の対応策やコミュニケーションの重要性等について理解を深める内容とする。</p> <p>⑦「若手社員のステップアップセミナー」に関しては、仕事を意識的に行うための考え方や、上下のパイプ役を果たすためのコミュニケーション力を学んで頂いた。引き続き、若手社員が必要なスキルを身につけ、中堅社員へ成長し定着率を向上させるために、仕事力をアップするスキルを習得する取り組みを行う。</p> <p>⑧「人材育成セミナー」に関しては、前年度のアンケートで最もニーズのあった「対部下」へのコミュニケーションに絞って演習を多く取り入れたセミナーを実施し、好評であった。次年度においても、コミュニケーションを中心に、より実践的な内容のセミナーを実施する。</p> <p>⑨「女性社員スキルアップセミナー」に関しては、性別・役職等、多様な人々と共に働く中で役立つコミュニケーションの手法を学んで頂いた。次年度においては、⑤「女性求職者等の採用・戦力化支援事業」に本事業を集約し、「判断力・決断力」「コミュニケーション力」「問題解決力」などを学ぶセミナーを実施することで、女性支援に努めていく。</p> <p>⑩「中堅社員仕事力アップセミナー」に関しては、職場をまとめていくリーダーとして必要な「課題設定力」、「問題解決力」、「コミュニケーション能力」などを習得する内容で実施した。グループ討議や演習を多く取り入れ実践的な内容としたことで好評であった。次年度においても、演習等を多く取り入れ、より実践的な内容で実施する。</p>
---	--	--

堺商工会議所

事業名 Web・クラウド販路開拓支援事業

想定する実施期間 23 年度～ 未定 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

事業の目的
(現状や課題を
どのような状態
にしたいか)

昨今、個々のプラットフォームに依存しないクラウド型のアプリケーションが普及するとともに、AIの急速な進展と、ビッグデータの積極的な活用により、より便利で高度なITツール・ITサービスを利用することが可能になり、事務効率の飛躍的な向上が可能となった。一方、デジタル・デバイドの拡大も問題となっており、中小・零細企業向けのセミナーは不可欠であると考え、そのような状況を鑑み、本事業の目的は以下の通り設定する。

①オフィス内から営業現場まで幅広い領域のアプリが存在する「業務系クラウド」について学び、業務の効率化、経営競争力の強化、販路開拓を図る。
②Facebook等のSNSを活用した効果的なプロモーション手法、ブランディング化の方法、既存HPの活用方法、ネットショップ運営ノウハウ等の習得により、効果的な新規顧客の開拓、売上向上を図る。
③Excelを使った経営分析、ホームページの作成・更新による情報発信力の強化、パワーポイントなどのプレゼンソフトの活用等、技術的な切り口からITリテラシーの向上を図っていく。

支援する対象
(業種・事業所数等)

IT導入による販路拡大・経営改善に興味を持つ、市内外の中小企業経営者、従業員が対象。業種は問わない。

事業の概要

実施時期・具体的な内容及び事業手法

下記セミナーを開催。開催場所は、いずれも「堺商工会議所 大会議室」。

- ①Excelで経営分析セミナー（11月29日（木）・12月6日（木）各13:30～17:00）
「経営データ分析&EXCEL活用術セミナー」という名称で開催。社内データをEXCELで分析活用し予測することで、経営のあるべき姿や問題点を洗い出し販路拡大に役立てるスキルを学んだ。
- ②Keynote活用・ビジネスプレゼン技術習得セミナー（10月15日（月）14:00～16:00）
「売れるプレゼン技術強化セミナー」という名称で開催。販路拡大・売上増を目指し、営業マンの必須であるプレゼンの技術・理論・方法について学んだ。
- ③ネット通販セミナー 第1弾（7月30日（月）14:00～16:00）
「勝ち組ネットショップの成功の法則セミナー」という名称で開催。激化するネット通販で、価格競争に陥らず、適正な利潤を得つつ、販路を拡大していくための経営戦略を学んだ。
- ④HTML講座（6月20日（水）13:30～17:30）
「基礎からのホームページ作成講座」という名称で開催。HPの更新を行ない、情報発信力の強化を図り、ネット経由での問い合わせを増やし、販路拡大、営業利益向上を目指すために、HPの基本言語であるHTMLの使用方法を学んだ。
- ⑤スマホアプリ開発セミナー（2月7日（木）14:00～16:00）
「iPhoneビジネス・アプリ活用セミナー」という名称で開催。販路拡大や業務の効率化を目的として、iPhoneアプリを使った業務システムの導入方法、活用方法について学んだ。
- ⑥動画活用・SEO対策セミナー（9月25日（火）14:00～16:00）
「YouTubeでSEO対策・集客セミナー」という名称で開催。YouTubeなどの動画を活用し、ネットで効率よく低予算で集客し、販路拡大につなげる方法を具体的な事例を交えながら学んだ。
- ⑦ホームページ作成・Photoshop講座（10月30日（火）・31日（水）各14:00～17:00）
「Photoshopで写真加工&スマホ対応HP作成セミナー」という名称で開催。HPの基本言語であるHTMLの使用方法を学ぶとともに、写真をPhotoshopで加工し、魅力ある画像にしてからHPに掲載する方法を学んだ。
- ⑧販路拡大のためのパワーポイント活用セミナー（7月24日（火）・26日（木）各13:30～17:00）
「売上アップのためのPowerPoint資料の作り方セミナー」という名称で開催。プレゼン技術向上を目的とし、パワーポイントの機能を学びながら魅力あるプレゼン資料の作り方を習得した。
- ⑨クラウド活用セミナー（11月27日（火）14:00～16:00）
「クラウドで生産性売上向上・人材不足解消セミナー」と名称で開催。社内の業務の一部を外部委託するクラウドサービスを駆使し、業務効率化・人材不足を解消する手法を学んだ。
- ⑩ネット通販セミナー 第2弾（11月21日（水）14:00～16:00）
「儲かる物販ネットショップの経営戦略セミナー」という名称で開催。近年、ネットでの物販割合（EC化率）が高まっている中で、ネットショップを経営する上での手法・戦略について学んだ。
- ⑪クラウド会計セミナー（3月19日（火）14:00～16:00）
「POSレジ補助金&クラウド会計活用セミナー」という名称で開催。消費税軽減税率制度に対応したPOSレジ入れ替えに伴う補助金制度や高機能で便利なクラウド会計システムの導入・活用について学んだ。
- ⑫スマホアプリ開発セミナー（3月7日（木）14:00～16:00）
「Androidビジネス・アプリ活用セミナー」という名称で開催。ビジネスにとって有用Androidアプリやそのアプリを使用した業務システムについて学んだ。

<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	高石商工会議所と連携して事業を行った。高石商工会議所管内および大阪府下の他市から多くの参加をいただいた。								
		③市町村連携									
		④相談相乗	セミナーに参加した企業のアンケート調査から、IT分野を含めた様々な相談・支援に結びついており、その後の経営指導に活かすことができた。								
計画に対する実績 (数値)	1	Excelで経営分析セミナー	支援企業数(計画)	20	支援企業数(実績)	20	支援実績率	100%	満足度	84	
	2	Keynote活用・ビジネスプレゼン技術習得セミナー	支援企業数(計画)	50	支援企業数(実績)	54	支援実績率	108%	満足度	92	
	3	ネット通販セミナー 第1弾	支援企業数(計画)	55	支援企業数(実績)	57	支援実績率	104%	満足度	87	
	4	HTML講座	支援企業数(計画)	20	支援企業数(実績)	21	支援実績率	105%	満足度	87	
	5	スマホアプリ開発セミナー	支援企業数(計画)	20	支援企業数(実績)	44	支援実績率	220%	満足度	62	
	6	動画活用・SEO対策セミナー	支援企業数(計画)	50	支援企業数(実績)	54	支援実績率	108%	満足度	92	
	7	ホームページ作成・Photoshop講座	支援企業数(計画)	20	支援企業数(実績)	20	支援実績率	100%	満足度	91	
	8	販路拡大のためのパワーポイント活用セミナー	支援企業数(計画)	20	支援企業数(実績)	20	支援実績率	100%	満足度	83	
	9	クラウド活用セミナー	支援企業数(計画)	45	支援企業数(実績)	45	支援実績率	100%	満足度	91	
	10	ネット通販セミナー 第2弾	支援企業数(計画)	55	支援企業数(実績)	65	支援実績率	118%	満足度	86	
	11	クラウド会計セミナー	支援企業数(計画)	35	支援企業数(実績)	25	支援実績率	71%	満足度	85	
	12	スマホアプリ開発セミナー	支援企業数(計画)	20	支援企業数(実績)	32	支援実績率	160%	満足度	68	
事業の実績／目標達成度			<p>①⇒Excelというごく一般的なソフトで、自社の経営分析、営業戦略の見直しを行なうスキルを身に付けることにより、販路拡大、営業利益、経常利益、当期純利益の改善・向上を図ることのできた企業が増えた。</p> <p>②⇒効果的なプレゼン手法・営業手法・キーノート活用法等について学び、売上増、販路拡大につながった企業が増えた。</p> <p>③⇒Facebookに代表されるSNSとネットショップとの連携により、顧客の新規開拓とグリップ力の強化、販路拡大に結びつくことを理解いただいた。また、実際に企業用Facebookページを構築し、ネットショップと連携し、販路拡大につながった企業が増えた。</p> <p>④⇒HTMLによる自社ホームページの更新方法、SEO対策を学ぶことによって、情報発信力の強化、販路拡大につながった企業が増えた。</p> <p>⑤⇒iPhoneビジネス・アプリの開発や導入により、業務効率の向上を図るとともに、新規顧客の獲得および販路拡大につなげようとする企業が増えた。</p> <p>⑥⇒動画コンテンツを活用したSEO対策を施すことによって、ネットを通じた問い合わせが増え、新規顧客の開拓、販路拡大につながった企業が増えた。</p> <p>⑦⇒より高度なHTML、CSSを学ぶことにより、ホームページ構築・更新、SEO対策をスムーズに行なうことにより、情報発信力の強化、新規顧客の獲得、販路拡大につながった企業が増えた。</p> <p>⑧⇒パワーポイントによるプレゼン手法・営業手法について学び、売上増、販路拡大につながった企業が増えた。</p> <p>⑨⇒各種クラウドを活用して、企業が適正な利潤を確保し、儲けを増やしていく経営手法についてご理解いただくとともに、売上増、販路拡大につながった企業が増えた。</p> <p>⑩⇒楽天、ヤフーショッピング、アマゾンなどでネット店舗を新規に設置、あるいは販路拡大につながった企業が増えた。</p> <p>⑪⇒消費増税に伴うレジの入れ替えや補助金の活用、クラウド型会計ソフトの導入による経理作業の効率化等を図り、経費節減、営業部門への人材シフト等による販路拡大につなげようとする企業が増えた。</p> <p>⑫⇒Androidビジネス・アプリの開発や導入により、業務効率の向上を図るとともに、新規顧客の獲得および販路拡大につなげようとする企業が増えた。</p>								
	目標の達成度		指標①	Excelで経営分析を実施した企業数							
	(支援企業をどう変化させることができたか)		数値目標	10	実績数値	12	目標達成度	120%			
			指標②	プレゼン技術を営業等に応用した企業数							
			数値目標	10	実績数値	11	目標達成度	110%			
			指標③	ネットショップをオープン・改良した企業数							
		数値目標	10	実績数値	12	目標達成度	120%				

	指標④	HTMLでHPの更新・販路拡大となった企業数				
	数値目標	5	実績数値	6	目標達成度	120%
	指標⑤	iPhoneのスマホアプリの開発（導入）を行った企業				
	数値目標	5	実績数値	7	目標達成度	140%
	指標⑥	動画活用によるSEO対策を実施した企業数				
	数値目標	10	実績数値	9	目標達成度	90%
	指標⑦	ホームページの更新作業を自社で行い、販路拡大となった企業数				
	数値目標	5	実績数値	8	目標達成度	160%
	指標⑧	パワーポイント技術を営業やプレゼン等に應用した企業数				
	数値目標	10	実績数値	13	目標達成度	130%
	指標⑨	各種クラウドを新規に導入した企業数				
	数値目標	10	実績数値	9	目標達成度	90%
	指標⑩	ネットショップをオープン・改良した企業数				
	数値目標	10	実績数値	13	目標達成度	130%
指標⑪	クラウド会計を導入した企業数					
数値目標	5	実績数値	4	目標達成度	80%	
指標⑫	Androidのスマホアプリの開発（導入）を行った企業					
数値目標	5	実績数値	4	目標達成度	80%	
成果の代表事例	<p>【代表事例①】 「HTML講座」を受講したA社は、保険代理業を営む会社。同社のホームページは、設置後、10年以上デザインが変わらず、スマホでの閲覧に対応していないため、情報発信力の低下が課題となっていた。HTML講座を受講後、リニューアルに向けた綿密な打ち合わせを行い、11月～1月にかけて、スマホ対応のレスポンスデザインのホームページの作成を指導し、開設。さらにSEO対策を施し、情報発信力の強化を図る。徐々にネット経由での問い合わせ、売上が増えている。</p> <p>【代表事例②】 繊維でできた園芸培養土を製造・販売するB社は、「動画活用・SEO対策セミナー」を受講し、既存ホームページに自社商品を紹介したYouTube動画をリンクし、情報発信力を高めたいと考えたが、同社のホームページは、3年前に業者に作成を委託したもので、Wordpressという難解なプログラムを使用しているため、自力で更新できない状況である。そこで、これまでのホームページプログラムは破棄し、画像データのみを再利用し、スマホにも対応したレスポンスデザインのホームページにリニューアルした。また、SEO対策を施すとともに、Facebookページ等のSNSとの連携も行い、情報発信力の強化を行なった。その結果、ネット上で検索上位に掲載されるようになり、販路拡大につながっている。</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	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)	IT分野は絶えず進化と変化を遂げており、中小企業におけるITリテラシーの向上と、業務への応用・展開については、持続的にIT系セミナーの開講とそれに伴うIT支援が重要である。今後、加速していくであろう基幹業務系クラウドの導入について、中小企業が乗り遅れないよう、積極的に支援を行っていくとともに、「生産性向上」というキーワードのもと、IoT、ビッグデータ、AIと連携したクラウド活用も進んでおり、新しい技術に対応するため、その都度最新のIT系セミナーを開催し、支援を行っていく。				

堺商工会議所

事業名		ものづくり企業商談会						
想定する実施期間		20 年度～ 未定 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 実施時期・具体的な内容及び事業手法	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	昨今、景気の先行きに明るい兆しが見え始めているが、その波及効果が、独自に技術開発と市場開拓に取り組む小規模事業者等にまで十分に及んでいるとは言い難い。この状況の中、優れた技術を持ちながら、営業力不足等により新たな取引先を見つけることのできない中小製造業者が多く存在する。この課題を解決するために、中小・小規模ものづくり企業を対象に、販路開拓及びマッチング機会の創出を目的とする。						
	支援する対象 (業種・事業所数等)	域内の中小・小規模ものづくり企業						
	事業の概要	<p>【取引先開拓セミナー】</p> <p>≪開催日時≫平成30年6月26日(木) 15:00~17:00</p> <p>≪開催場所≫堺商工会議所 大会議室</p> <p>≪内 容≫</p> <p>中小製造業者にとって、重要な経営課題である営業力強化・販路開拓を促進することや「ものづくりマッチング商談会in堺」(7/12開催)での商談成約率向上を目的として、当セミナーを開催した。</p> <p>東京及び横浜商工会議所 中小企業アジア展開アドバイザーとして、豊富な指導経験・ノウハウを持つZACCESS Consulting(株) 講師 鬼頭 秀彰氏を招き、「少人数でもできる開拓営業の手法」、「顧客の反応を激変させる商談方法」等について身近な成功事例を交えたセミナーを開催した。</p> <p>【THE交渉人育成セミナー】</p> <p>≪開催日時≫平成30年11月28日(水) 14:00~17:00</p> <p>≪開催場所≫堺商工会議所 大会議室</p> <p>≪内 容≫</p> <p>「ものづくりマッチング商談会in堺」(7/12開催)でアポイントをとった後の「交渉力」を強化することにより、商談成約率が向上することを目的として、当セミナーを開催した。</p> <p>講師には、大企業の営業マンとして活躍され、豊富な体験談・ノウハウを持つ(株)インソースの 大内 利之氏を招き、「基本的な商談の流れ」、「交渉におけるテクニック」等についてやってしまいがちなNG交渉の例や成功事例を交えたセミナーを開催した。</p> <p>【ものづくりマッチング商談会in堺】</p> <p>≪開催日時≫平成30年7月12日(木) 12:30~17:00</p> <p>≪開催場所≫堺商工会議所 大会議室</p> <p>≪内容≫</p> <p>金属加工・一般機械器具・樹脂加工部品およびそれらの複合加工部品等のVE、VA提案を調達目的とする中堅・中小ものづくり企業(12社)、市内中小企業(8社)、医療健康機器メーカー(4社)(発注側企業)が、来場する大阪府内の中小・小規模ものづくり企業(受注側企業)に対して調達品目を事前に提示した上で商談会に出展し、来場企業と商談を行う「逆見本市形式」の商談会を実施した。来場企業に商談希望企業の会社概要(PR、設備などを記入した申込書)などが事前に分かる方法を採用した。</p> <p>PR交流コーナーを設置し、会場内に来場企業の技術等に関する情報を記載したPRシートを提示し、企業間の新たな取引、技術連携及び交流を図った。</p>						
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<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>						
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	①府施策連携						
実施時期・具体的な内容及び事業手法	②広域連携	他地域の8商工会議所と連携することによって、広域的に来場企業を募集することができた。						
実施時期・具体的な内容及び事業手法	③市町村連携	ものづくり企業支援を主とした(公財)堺市産業振興センターなどの各種団体の広報等の協力により、出展・来場企業の誘致がスムーズとなった。						
実施時期・具体的な内容及び事業手法	④相談相乗	受付段階で技術等の情報を盛り込んだ申込用紙を受領していたため、事後の経営相談や企業マッチングの際に活用とすることができた。						
計画に対する実績(数値)	支援企業数(計画)	50	支援企業数(実績)	56	支援実績率	112%	満足度	85

	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>「ものづくりマッチング商談会in堺」の会期前となる6月26日(木)に、来場企業の商談成約率向上及び商談会新規来場企業募集促進のため、商談会プレセミナーとして、「ものづくり企業取引先開拓セミナー【販路開拓】成功への10の鉄則!!」を開催した。当日は域内企業34社47名の参加を得た。講演内容に対して、13名が「大変満足」、26名が「満足」と回答しており、概ね満足いただけただと言えらる。</p> <p>アンケートの感想欄において、「社内の課題の解決に役立ちそうだ」という意見が比較的多数あったことから、参加企業は今後取り組むべき経営課題の把握に繋がったと思われる。また、当初の受講目的を達成できた他に、「営業以外でも使えるスキルを学べた」「自社の強みを発見できた」と回答した企業が多数あったことから、当セミナーは一定の評価ができると思われる。</p> <p>また、商談会会期後に、アポイント後の対応のフォローアップセミナーとして「THE交渉人育成セミナー」を開催した。当日は域内企業22社27名の参加を得た。講演内容に対して、7名が「大変満足」、16名が「満足」と回答しており、概ね満足いただけただと言えらる。</p> <p>アンケートの感想欄において、「営業や商談の場で活用していきたい」という意見が比較的多数あったことから、参加企業は今後の交渉の場で活かせるスキル獲得に繋がったと思われる。また、当初の受講目的を達成できた他に、「商談へのモチベーションが向上した」「情報を社内共有し、意識改革に繋がりたい」と回答した企業が多数あったことから、当セミナーは一定の評価ができると思われる。</p> <p>※『取引先開拓セミナー』と『THE交渉人育成セミナー』の参加域内企業56社のうち、43社(76%)が効果的な販路開拓手法が習得できたと回答。</p>							
		効果的な販路開拓手法等が習得できた割合							
		数値目標	70%	実績数値	76%	目標達成度	109%		
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)	150	支援企業数(実績)	155	支援実績率	103%	満足度	70
	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>【商談会】</p> <p>今回実施した商談会に関しては、商談会の約3ヶ月後にフォロー調査を実施したところ、8社において、商談が成立し(案件数32件、総額911万円)、また17社からは、現在商談中であるとの回答を得た(案件数30件、総額3207万円(機密保持のため、金額未定の回答あり))。</p> <p>他方、見積り依頼や商談会後の打ち合わせにまで商談が進展しなかった場合でも、「情報収集に役立った」「つながりができたので引き続きやりとりをしている」などの意見が寄せられ、来場企業にとっては商談成立以外のメリットもあることが分かった。フォロー調査でも本商談会を「良くなかった」「あまり良くなかった」と回答した企業は僅かであり、多くの企業にとって本商談会が販路拡大のための良い機会となったことが伺える。</p> <p>また、発注を受けた企業が他の企業に発注を出すというケースも見られ、実質的な経済効果はフォロー調査結果よりも大きなものになると考えられる。</p>							
		商談件数							
		数値目標	400	実績数値	491	目標達成度	123%		
	成果の代表事例	<p>上記セミナーを受講後、商談会においてセミナーで得た知識などを活かした来場企業A社は、出展企業B社から総額120万円の受注があった。堺市内同士の企業ということもあり、これをきっかけに継続的な取引へと繋がっており、受注額は今後増加するものと見込まれている。</p>							
その他目標値の実績	目標値(計画)	60	目標値(実績)	59	目標達成度	98%			
	商談会会場内に来場企業の技術等に関する情報を記載した自社PRシートを掲示し、来場企業間での新たな取引、技術連携の促進を図った。								
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)	<p>来場企業からは、商談の成否に関わらず「参加して良かった」「来年度も来場したい、開催継続を望む」という意見が多数寄せられた。ただし、幅広い業種の新規出展企業や、待ち時間解消のための予約制の導入等の運営方法の変更を望む意見も多かった。商談時間に最大時間を設けるなどの対策を検討する等、更なる出展企業・来場企業満足度向上に繋げていく予定である。</p> <p>特に、地域中小企業の実態に合致した出展企業の掘り起しはより一層必要であると言える。</p> <p>また、セミナーについても、引き続き、域内中小企業のニーズに沿った企画(自社のアピール方法、同業他社との差別化等)を立案していきたい。</p>							

堺商工会議所

事業名		事業承継支援事業							
想定する実施期間		30 年度～ 未定 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>中小企業・小規模事業者は雇用の担い手、多様な技術・技能の担い手として、わが国経済・社会において重要な役割を果たしている。</p> <p>しかし、個人事業主や法人企業の代表者の高齢化が進むなか、「経営改善が優先で、事業承継を考えている余裕がない。」と、事業承継に関する意識がまだまだ低く、課題を先送りにする企業が多い。</p> <p>そこで、事業承継への意識を啓発し、後継者不在による廃業等を減少させ、事業承継を円滑に成功させることにより、事業の継続・安定化を図ることを目的に、事業承継支援事業を実施する。</p>							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	後継者不在、後継者の育成等に悩んでいる企業。							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>①事業承継セミナー 開催日時：平成30年7月23日(月) 14:00～15:30 講師：タビオ㈱代表取締役会長 越智直正氏 テーマ：未来を見据え、後継者を育成する 開催場所：堺商工会議所 大会議室</p> <p>②専門家派遣による個別支援 10社</p> <p>③連絡会議 開催日時：平成30年5月16日(水) 11:00～12:00 開催場所：堺商工会議所 小会議室 参加者：堺商工会議所・高石商工会議所・和泉商工会議所・泉大津商工会議所</p>							
		①府施策連携	大阪府事業承継ネットワークに参画を行うとともに、参画機関と連携し事業を実施。また、大阪府が国の採択を受けた「プッシュ型事業承継支援高度化事業」として、当所に泉北地域の事務局を設置し、相談先の発掘、事業承継ヒアリングシートの作成等に協力した。						
	②広域連携	高石・和泉・泉大津商工会議所と連携会議を開催し、効果的に事業を実施。また、プッシュ型事業承継支援高度化事業では、各会議所に月1回窓口を設置。							
	③市町村連携								
	④相談相乗	専門家派遣の個別支援では、まず、経営指導員がヒアリングシートを作成し、その上で、専門家と同行して支援を実施し、その後は、経営指導員によるフォロー支援を実施した。							
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)	10	支援企業数(実績)	10	支援実績率	100%	満足度	100
	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>【事業承継セミナー】 事業承継の課題を先送りする企業が多いなか、事業承継の成功事例を聞くことで、早期に取り組むべき課題と感じてもらうことができ、下記の代表事例のように、具体的にセミナーの参加企業から個別支援につなげることができた。</p> <p>【個別支援】 事業承継相談の目的が多様であり、同様に支援の成果も様々であった。全ての企業に対して、専門家からの助言書や、事業承継計画書をもとに、事業承継に関する課題整理をするとともに、課題解決するための方向性・手段について理解され、具体的に事業承継に向けて着手することができた。特に、後継者からの相談が多く見られ、中小・零細企業は、自社株に関する知識が乏しいため、専門家派遣によって、自社株の譲渡の方法や持ち株割合についての知識を習得することができ、具体的な取り組みへの着手の後押しとなった。</p>							
		指標	事業承継計画書、事業承継に関する助言書						
		数値目標	10社	実績数値	10社	目標達成度	100%		
	成果の代表事例	<p>【個別支援・セミナー開催】 (相談概要) 金属製品塗装業A社の現代表者(72歳)は、融資相談の際、数年後に従業員の長男へ事業承継を希望され、借入金の債務引受等の手続きの相談があった。債務引受の名義変更等の手続きと、当所の事業承継支援事業について説明を行い、併せて7月23日開催する事業承継セミナーの受講を促し、事業承継セミナーに参加。セミナー受講後に、事業承継に本格的に取り組む意思を示され、当所の事業承継コーディネータによる専門家派遣を実施。</p> <p>(成果) 事業承継コーディネータから、円滑に後継者に事業を承継するため、後継者育成方法や事業用不動産の相続について、後継者育成の計画作りや遺言書の作成の必要性について助言。現在、その助言に基づき、承継時期に合わせて後継者教育、遺言書の作成を進めていくことになった。</p>							

	その他目標値の 実績	目標値 (計画)	70社	目標値 (実績)	72社	目標達成度	103%
事業承継セミナーの参加企業数							
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>【セミナー開催】 事業承継を先送りする企業に対し、事業承継の必要性に気づかせることを目的に、継続的に開催することが必要と考える。セミナー参加企業から、いかに個別支援へつなげていくことが課題であり、セミナー参加企業へのフォローを充実させたい。</p> <p>【個別支援】 事業承継について検討しなければならないが、「相談はまだ先で良い。」などと事業承継の課題を先送りする企業がまだまだ多く、相談先の発掘には課題が多い。また、事業承継相談に対応できる経営指導員が限られており、他の経営指導員の事業承継に関するスキルを向上させ、経営指導員の日頃の経営指導の中から、事業承継に関しての相談者の掘り起こしを行うこと、また、後継者がいない場合の後継者選びや後継者育成に関して、自社の経営改善と一体となった支援など、支援の幅の充実が必要である。</p>					

堺商工会議所

事業名		創業ゼミ																																											
想定する実施期間		22 年度～ 未定 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)	創業するためには創業に対する思いやアイデアを形にする必要があり、具体的な創業計画が重要である。しかし、実際には、創業計画などの準備をどうしたらいいかわからないという問題がある。そこで、事業コンセプトや収支計画、資金計画の作成方法を学ぶことに加え、受講者同士のグループワークや先輩創業者の体験談を聴くことにより、他者の意見も参考にしながら、創業するためのステップを踏むことが可能となる当ゼミを開催することは、円滑な事業スタートが切れるための支援として必要である。																																											
	支援する対象 (業種・事業所数等)	堺市内・外の広域の創業希望者。創業に必要な知識と具体的な創業計画の立案方法の修得を希望する者。また、他の受講者や創業先輩者、講師などとのグループワークや交流会を通じて積極的に交流を図り、ネットワークづくり・情報収集を希望する創業希望者。																																											
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>創業ゼミ</p> <p>《開催日時》 平成30年8月25日(土)、9月1日(土)・8日(土)・15日(土) 10:00~17:00</p> <p>《開催場所》 堺商工会議所 大会議室</p> <p>《内 容》</p> <p>座学のみではなく、受講者同士でのグループワークやビジネスプランシート作成、先輩創業者の体験談、ビジネスプラン発表などの講義内容も盛り込んだ。</p> <p>1日目→創業の心構え、ビジネスアイデアの見つけ方、アイデアディスカッション(受講者同士による交流会経形式を含む)</p> <p>2日目→事業コンセプトについて、顧客の視点で事業を考える、先輩創業者の体験談(受講者と先輩創業者を交えての交流会形式を含む)</p> <p>3日目→創業者向け融資制度、開業に必要な資金・収支計画、プレゼンテーションの基本</p> <p>4日目→創業時に必要な届出・創業支援制度紹介、事業成長に向けた顧客との関係づくり、ビジネスプラン発表</p> <p>※1日目には受講生同士による交流会、2日目には先輩創業者も交えての交流会を実施した。</p> <p>※当所職員が創業者向け融資制度や創業時に必要な手続き、創業事例などを紹介する時間を設けた。</p> <p>※欠席した受講生へのフォローとしては、テキストの郵送を行うとともに、当所の専門相談窓口や職員による相談の利用を促した。</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="8">当該事業は、府施策連携事業のテーマでもある「起業家の育成、創業の促進」において、創業に必要な創業計画書の作成をカリキュラムに盛り込んでおり、府施策に沿った事業内容であった。</td> </tr> <tr> <td>②広域連携</td> <td colspan="8">高石商工会議所と連携して事業を行った。同所機関紙への掲載等により、高石市内の方にも参加いただき、相乗効果を図ることができた。また、資金調達において、(株)日本政策金融公庫と大阪信用保証協会の担当者を招き、制度融資の説明を行うなど、公的な支援機関との連携により実施した。</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">当所において創業支援を行っていることを広く周知することにより、セミナー参加者はもとより、それ以外の創業希望者に対しても、経営指導員が継続して相談・支援を実施することができた。</td> </tr> </table>								①府施策連携	当該事業は、府施策連携事業のテーマでもある「起業家の育成、創業の促進」において、創業に必要な創業計画書の作成をカリキュラムに盛り込んでおり、府施策に沿った事業内容であった。								②広域連携	高石商工会議所と連携して事業を行った。同所機関紙への掲載等により、高石市内の方にも参加いただき、相乗効果を図ることができた。また、資金調達において、(株)日本政策金融公庫と大阪信用保証協会の担当者を招き、制度融資の説明を行うなど、公的な支援機関との連携により実施した。								③市町村連携									④相談相乗	当所において創業支援を行っていることを広く周知することにより、セミナー参加者はもとより、それ以外の創業希望者に対しても、経営指導員が継続して相談・支援を実施することができた。							
	①府施策連携	当該事業は、府施策連携事業のテーマでもある「起業家の育成、創業の促進」において、創業に必要な創業計画書の作成をカリキュラムに盛り込んでおり、府施策に沿った事業内容であった。																																											
	②広域連携	高石商工会議所と連携して事業を行った。同所機関紙への掲載等により、高石市内の方にも参加いただき、相乗効果を図ることができた。また、資金調達において、(株)日本政策金融公庫と大阪信用保証協会の担当者を招き、制度融資の説明を行うなど、公的な支援機関との連携により実施した。																																											
③市町村連携																																													
④相談相乗	当所において創業支援を行っていることを広く周知することにより、セミナー参加者はもとより、それ以外の創業希望者に対しても、経営指導員が継続して相談・支援を実施することができた。																																												
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)	36	支援実績率	120%	満足度	94																																					
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>●「創業計画書」の作成(16名)</p> <p>※創業計画書では事業コンセプトのほかに、収支計画や資金計画なども必要となる。今回のゼミでは、事業コンセプトや資金・収支計画について日程を分けて作成方法を学び、実際に作成する時間を設けて作成した。また、作成した成果物として、事業コンセプトシートを回収。事業計画書は実際のゼミ受講者の創業に対する意識や準備の進み具合に違いがあり、創業についての基礎知識から習得する受講生も見られたことから、内容のレベルにも違いが生じている。また、現時点での計画書であるため、今後ブラッシュアップされていくものと考えられる。</p> <p>※回収した「事業計画書」は28名分であったが、内容に未確定な部分が多かった12名分については実績として計上していない。</p> <p>●交流会の実施</p> <p>1日目には、受講生同士による交流会、2日目には先輩創業者も交えての交流会を実施した。</p> <p>(1日目)受講生同士で自身の創業についての悩みや不安を語り合い、親しくなり、また、他者からの刺激を受けることにより更なるビジネスアイデアの創造に繋がった。</p> <p>(2日目)先輩創業者の創業前・創業後の生の体験談を聴くことで、自身のより具体的な創業へのイメージをつかむことに繋がった。また、先輩創業者を困っての座談会形式での交流会のため、非常にフランクなムードで行うことができ、創業への不安の解消、受講生同士の親睦を深めることに繋がり、今後の人脈作りの一役を担った。</p>																																											
	指標	創業計画書(コンセプトが中心)の作成																																											
	数値目標	15	実績数値	16	目標達成度	107%																																							
成果の代表事例	当ゼミを受講したA氏は、顧客ターゲットの絞り方や資金・収支計画の作成方法を学ぶことで、結婚式のVR・映像撮影をメイン商品とし、結婚式場をターゲットに、同会社との委託契約等の受注をとり、売り上げを確保するという事業計画が明確となり、創業前に結婚式場等へのアプローチ等、十分な準備を行い、平成31年1月に堺市内にてVR・映像制作会社をスムーズにオープンすることが出来た。また、創業後、当所主催の交流会事業等にも積極的に参加し、情報・名刺交換を行い、販路開拓に努めている。																																												

	その他目標値の実績	目標値 (計画)		目標値 (実績)		目標達成度	
実施結果	<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>ゼミ終了後の受講者からは、「創業についてのアイデアが得られ、方向性や目標が絞れた」「自分に足りないものが明確になりました」「創業にかける熱い思いの仲間と知り合える事ができ、有意義な時間でした」など、全体的に好評であった。受講生の中には受講後開業に至った者や専門相談窓口や職員の相談を利用している者もあり、今後も継続して支援を行っていく。そのほかの受講生については、当所の専門相談窓口や指導員による相談の利用を促していき、創業に至るよう支援していく。</p>					

堺商工会議所

事業名		メンタルヘルス対策セミナー							
想定する実施期間		29 年度～ 未定 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>仕事や職業生活に強い不安や悩み、ストレスを抱える人は増加傾向にあり、心の不調による休職や離職もまた増加している中であって、従業員等がその持てる能力を發揮し、仕事や職場で活躍するためには、心の健康管理(メンタルヘルス・マネジメント)への取り組みが一層重要になってきている。</p> <p>このように、企業がメンタルヘルスに取り組む必要性が高まっている中、ストレスについての基礎知識を持ち、メンタル不調者発生の予防を促進することにより、さらに働きやすい労働環境を整備することにつながり、中小企業の経営の安定を図る事が可能となるため、当事業を実施した。</p>							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	管内の中小企業者等							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>メンタルヘルス対策セミナー 《開催日時》平成30年6月14日(木) 14:00~16:00 《開催場所》堺商工会議所 大会議室 《内 容》知っておきたい!職場のメンタルヘルス対策</p> <p>近年、職場ストレスを原因として心身に不調を訴える社員が増え、うつ病や過労死は大きな社会問題となっており、企業にとってメンタルヘルス対策は、従業員が快適に働く環境作りのために早急な対応を要する課題となっている。従業員のメンタルヘルス不調は、生産性の低下や人材の流出、時には多額の賠償問題につながる可能性もあり、企業経営の大きなリスクにもなりかねないことから、当セミナーでは、職場のメンタルヘルス問題に関する基礎知識や対応方法について、具体的な事例等を交えて解説した。</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>							
		①府施策連携							
		②広域連携	高石商工会議所と連携して事業を行った。同所機関紙への掲載により、高石市内の企業の参加もあり、相乗効果を發揮することができた。						
③市町村連携		堺市健康保険課と連携して事業を行った。さかいIPC経営支援メールマガジンや広報さかい5月号による広報や、堺雇用労働推進会議(堺市域労働ネットワーク)構成機関・団体による広報協力を得た。							
④相談相乗	セミナー開催後も関連セミナーに関する案内など各種情報提供を行い、フォローアップを通じて成果向上に努めた。								
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)	60	支援企業数(実績)	61	支援実績率	102%	満足度	92
	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>受講者アンケートによると、ポイントを押さえており、わかりやすい内容で、時間配分も良かった、また、どのようなことから取り組んだら良いかがイメージしやすかったなどの感想が多くあり、従業員等の心の不調の未然防止と活力ある職場づくりをめざして、職場内での役割に応じて必要なメンタルヘルスクエアに関する知識や対処方法の習得ができ、引き続き、職場での対応、改善に取り組んでいく良いきっかけとなった。</p>							
		指標①	セミナー受講後、メンタルヘルス対策の重要性や体制作り等について理解できた企業の割合						
		数値目標	70	実績数値	92	目標達成度	131%		
	成果の代表事例	<p>化学プラント施工業のA社、醤油メーカーのB社については、メンタルヘルス対策の重要性を理解していただき、メンタルヘルス不調による休職や欠勤、退職が発生する前に、事前に対応することのできる担当部署あるいは担当者を設置し、相談できる体制を整えた。また、定期健康診断でのメンタルヘルス不調に関する問診を強化したり、労働者への教育研修の実施などを行った。</p>							
その他目標値の実績	目標値(計画)				目標値(実績)				
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>厚生労働省が「労働者の心の健康の保持増進のための指針」を定めているように、職場におけるメンタルヘルス対策は、事業者の社会的責任でもあり、働く人の健康を確保し、また事業の継続や安定経営を行ううでも極めて重要な課題となっている。ついては、今後も引き続き、対策・対応に関する理解の向上に向けて、積極的な情報発信や支援を行っていく。</p>							