

# 平成31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） ※令和2年3月31日現在  守口市・門真市  守口市・門真市 合計11,589 （平成28年 経済センサス） 守口市・門真市 合計8,258 （平成28年 経済センサス） 2,773件（組織率23.92%） （令和2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め、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大阪勤業展 ③ビジネスチャンス発掘フェア2019  
④リサイクル技術委員会 ⑤北大阪高等職業技術専門校活用事業
- 全般：①事業承継円滑化事業 ②創業塾 ③CSR ④SB/CB
- 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こ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きている。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。当日の出店者に対しキャッシュレス決済を積極的に依頼しキャッシュレスの普及に努めた。

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。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46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。

昨年度より引き続き、「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からの実体験を語る講演会を実施した。

### (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・消費税増税による軽減税率等の課題について、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。

年度末には新型コロナウイルスの影響による国内外からの資材供給の停止や国民の活動自粛が進み、様々な業種の事業者より資金繰り・従業員の雇用等の相談について、迅速な支援・対応を行った。

### (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。

また商業・工業の事業者ともに新型コロナウイルスの影響により多大な打撃を受けており、資金繰り・従業員の雇用等の課題について長期化することが懸念される。

### (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、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・定着を図るためのセミナーの実施や、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進めていく。

さらに商業・工業の事業者ともに、長期化が懸念される新型コロナウイルスの影響により経営課題について指導員が国・府から出される支援施策について正確に把握し、課題解決となるよう適切な支援を行っていく。

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、事業計画目標以上に、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。

消費税増税による軽減税率導入について記帳支援を行い、適正な確定申告書作成に向け多くの支援を行った。新型コロナウイルスの影響による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」や各種補助金申請支援や先端設備導入計画・事業継続力強化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】

当社は金属部品加工業であり、試作部品の切削加工と溶接に強みをもっている企業である。顧客ニーズを受け、加工の幅を広げるための新設備導入を計画的に行うべく、事業計画作成支援を実施。支援の中で、計画的な設備導入計画や災害時の対応計画を策定する必要があると判断したため、補助金制度を活用した。

結果、計画的かつ費用対効果の高い設備投資を実現することができた。また、これに付随して、被災時に有効なマニュアルであると認められた行動計画も作成できた。これは経営基盤の安定化に繋がるものと考えられる。

①設備導入計画・事業継続力強化計画の作成支援

②先端設備導入計画の変更支援

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	400	102.6%	5
支援機関等へのつなぎ	支援数	20	16	80.0%	4
金融支援（紹介型）	支援数	25	45	180.0%	5
金融支援（経営指導型）	支援数	55	53	96.4%	4
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	10	10	100.0%	5
記帳支援	事業所	110	148	134.5%	5
労務支援	支援数	17	21	123.5%	5
人材育成計画作成支援	事業所	4	15	375.0%	5
マーケティング力向上支援	事業所	20	12	60.0%	4
販路開拓支援	支援数	50	43	86.0%	4
事業計画作成支援	支援数	75	83	110.7%	5
創業支援	事業所	40	41	102.5%	5
事業継続計画（BCP）作成支援	事業所	11	0	0.0%	1
コスト削減計画作成支援	事業所	10	2	20.0%	2
財務分析支援	事業所	20	13	65.0%	4
5S支援	事業所	0	0	—	—
IT化支援	事業所	15	10	66.7%	4
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	0	0.0%	1
災害時対応支援	事業所	0	0	—	—
結果報告	事業所	350	317	90.6%	4

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。なお、今年度は新型コロナウイルスの影響により確定申告期間中の税務支援日数が減少している。

事業名	新規/継続	指標	目標数値	実績数値	達成率	事業評価
税務支援	継続	相談者数	7	5	71.4%	4
税務（確定申告）	継続	相談者数	20	13	65.0%	4
法務支援	継続	相談者数	12	12	100.0%	5
労務支援	継続	相談者数	8	2	25.0%	2
経営支援	継続	相談者数	83	98	118.1%	5



守口門真商工会議所

Ⅲ 地域活性化事業

支援のポイント・成果

事業全体として、地域巡回や経営相談支援事業におけるニーズを基に、事業の立案・改善を行っており、ターゲットを意識した事業の実施を基本としている。創業塾においては、女性向けの創業カフェを事前に開催し、この参加者に対し創業塾をPRすることや、SNS等の広告ツールを活用し受講者数の確保につなげるよう努めたが、目標に至らなかった。商業関連事業については、小規模事業所来店者促進事業と商業活性化促進事業を実施。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し、PRを行った。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。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を強化。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ことで参加企業にとっては非常に有効なアピールの場になった。また当日の出店者に対しキャッシュレス決済を積極的に依頼しキャッシュレスの普及に努めた。

工業関連事業については、守口門真ものづくり元気企業認定事業を実施し、10社の申請認定に繋がると共に、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」認定に繋がれた。ステップアップ認定事業として、一定の定着化を図れており、毎年メリットの見直しも実施している。単体の事業で終えることの無い様、本事業にて掘り起こされた技術的強みをビジネスチャンス発掘フェアや大阪勧業展、その他大規模展示商談会での販路拡大に活用するよう促している。また、昨年度より実施している「事業承継円滑化事業」では後継者不足に悩む中小企業が多く集まりセミナーや体験談の講演を通じて、事業承継を行う準備の重要性を周知することができた。事業承継問題は今後も続くと考えられるため、課題解決に向け時代に即した事業の実施が求められる。

(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
	商業活性化促進事業	45	45	100.0%	80	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	80	84	105.0%	5
		-	-	-	-	来場者数	4000	2700	67.5%	3
	小規模事業所来店者促進事業	80	78	97.5%	75	来店客数が増加した企業数	64	56	87.5%	4
○	創業塾	20	13	65.0%	92	創業に向けて理解を深めた受講者の割合	80	91	113.8%	4
		40	11	27.5%	91	創業に向けて取組を始めた創業予定者数	5	7	140.0%	4
○	守口門真ものづくり元気企業	10	7	70.0%	93	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	70	85	121.4%	5
		98	95	96.9%	73	既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	70	65	92.9%	4
○	事業承継円滑化事業	20	21	105.0%	91	事業承継に向けての意識が高まり、自社の問題として認識した企業割合	80	90	112.5%	5

(2) 広域事業（幹事事業のみ）

府施策連携	事業名	支援対象企業	支援企業	支援実績率	利用者満足度(点)	目標の指標	目標値	実績	達成率	事業評価

※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。

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)	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	R1.7.4 商業振興委員会 R1.10.1～ 商工会議所報にて事業者への出店案内 R1.12.9 出店者説明会 R2.1.26 第10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った。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体験ブースなど）を取り入れることで商業活性化に努めた。当日朝まで雨が降り、来場者数は昨年より減少したが来場者の満足度は高かった。							
		<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							
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列して販売促進イベントの一助となった。年々ゆるキャラの知名度、人気が高まっている。								
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)	45	支援実績率	100.0%	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)	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・認定こども園へのチラシの配布、地元FM局でのPR実施の他、当所ホームページ、インスタグラム、ツイッターでのPRも行った。週間天気予報では当日雨だったため、1階出店者からキャンセルの問い合わせも多かったが、数を減らして出店することで了承してもらった。来場者数は2,700名で昨年より減少したが、昨年より売上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。 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、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」「出店者自身が楽しめた」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。							
		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	84%	目標達成度	105.0%		
	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)	2,700	目標達成度	67.5%			
	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、当日雨の影響もあり、来場者数は目標値を下回った。								
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)	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。今年はインスタグラムでのPRを行ったが、出店者もPRしてくれた方が多かった。 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。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。来場者が午前集中したので、午後からの集客が課題である。							

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)	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)	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、およ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	<p>R1.7.4 商業振興委員会 R1.7月中旬～ F A Xおよび商工会議所報にて事業者へ募集案内</p> <p>個店の逸品を掲載した「名店パスポート」を作成し、11月1日に20,000部を発刊。掲載事業所、守口市役所、門真市役所、金融機関、郵便局、大学、ホテル、百貨店にそれぞれ設置。また当所HP、facebookとインスタグラムにてPR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、291名の応募があった。(お店の意見・感想を含む)</p> <p>&lt;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&gt;</p> <table border="1"> <tr> <td>①府施策連携</td> <td colspan="5"></td> </tr> <tr> <td>②広域連携</td> <td colspan="5"></td> </tr> <tr> <td>③市町村連携</td> <td colspan="5">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。</td> </tr> <tr> <td>④相談相乗</td> <td colspan="5">掲載にあたり検討した各事業所のアピールポイントを本事業後の販路開拓に活用することで、効果の増大を図った。</td> </tr> </table>						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本事業後の販路開拓に活用することで、効果の増大を図った。				
	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本事業後の販路開拓に活用することで、効果の増大を図った。																														
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)	78	支援実績率	97.5%	満足度	75																							
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>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の協力により、人が多く集まる場所を中心に設置。長年参加事業所から要望の多かったホテルと百貨店についても、掲載店があることを条件に設置可能とのことから、掲載依頼を行いそれぞれ1店舗の参加があったため、ホテルロビーと百貨店の総合受付に設置していただき例年に比べより多くの消費者の手に渡るようにした。ま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ようで、発行前の問い合わせが複数あった。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。</p> <table border="1"> <tr> <td>指標</td> <td colspan="5">来店客数が増加した企業数</td> </tr> <tr> <td>数値目標</td> <td>64</td> <td>実績数値</td> <td>56</td> <td>目標達成度</td> <td>87.5%</td> </tr> </table>						指標	来店客数が増加した企業数					数値目標	64	実績数値	56	目標達成度	87.5%												
	指標	来店客数が増加した企業数																													
	数値目標	64	実績数値	56	目標達成度	87.5%																									
成果の代表事例	<p>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。</p> <p>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。</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>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ても参加し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、といった声を複数頂戴した。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、それ以外の業種の参加店にとっては、来店促進につながらなかった、効果測定ができなかったとの声もあった。また、参加事業所から冊子を手に取っているもの利用する人が少ないといった声もあったことから、昨年から「お買い物しようキャンペーン」を実施している。今年はチラシを作成、新聞折込したほかインスタグラムによるPRも行った。また2回目となった今回は参加事業所も積極的にPRして自店への来店促進につなげたため、応募者数は昨年より倍以上となった。次年度以降もPRを重点的に行い応募者を増やしていくとともに、参加事業所への来店促進につながる方法を検討する必要がある。</p>																													



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、女性の社会進出が今後ますます拡大していくことが予想されることから、子育てと仕事を両立する女性創業者に対するサポートや人脈構築につながる支援も積極的に行う。そうした中で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こしを行い、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)	主に守口市・門真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	
事業の概要  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 令和元年7月28日(日) 10:00~12:00 会場 守口文化センター 3F 工芸室 受講者数 13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2019 日時 令和元年8月24日(土)・8月31日(土) 9月7日(土)・9月14日(土)・9月21日(土)・9月28日(土) 9:30~12:00 会場 守口門真商工会館 受講者数 11名(金融機関からの参加者11名除く) 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"> <li>・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。</li> <li>・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。</li> <li>・希望者のうち、優れたビジネスプランには、大阪起業家グローイングアップ事業への推薦。</li> </ul> <p>【PR方法】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・本事業については、行政機関(大阪府・守口市・門真市)、地域金融機関、専門学校を中心に案内チラシを配布し広報依頼を行った。また、当所ホームページや会報誌によるPR、鉄道駅へのポスター掲示、新聞折込(守口市・門真市・大阪市の一部)、市広報(守口市・門真市)、メールマガジンやSNS等を通じPRを行ったほか、本年度については新たにインターネット広告(Yahoo!Japan広告)を実施した。</li> </ul>	
	<p>&lt;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&gt;</p>	
	①府施策連携	カリキュラムとして、大阪起業家グローイング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。
	②広域連携	
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、カルテ化を行う。	

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)	13	支援実績率	65.0%	満足度	92	
	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)	11	支援実績率	27.5%	満足度	91	
	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"> <li>○創業にあたってのリスクや心構えの理解</li> <li>○経営・財務・人材育成・販路開拓に必要な知識の習得</li> <li>○マーケティングミックス・ポジショニングマップの理解</li> <li>○営業プロセスの作成及び集客手段の確立</li> <li>○収益・資金繰り計画の理解</li> <li>○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</li> <li>○自身の事業開始レベルの理解</li> <li>○現時点での創業可否の判断</li> </ul>								
		指標	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	91%	目標達成度	113.8%			
		指標	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	7	目標達成度	140.0%				
	成果の代表事例	<p>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。創業カフェから引き続き創業塾に参加された方が5名おり、創業に興味を持つ女性の創業希望者を創業塾への参加に結びつけることができた。最終的には創業塾受講者から創業者が1名、現在創業準備中の創業予定者が6名ということで、創業塾の受講から創業に繋がる事例もあった。</p> <p>●守口市在住の創業者の事例          業界での勤務経験は全くない状態であったが、飲食店の開業を決意し本事業へ申込。当初は創業計画書の作成も自力では困難であったが、全6回の講義を通じ創業に必要な基礎知識を身に付け、事業計画のブラッシュアップを重ねることで自身が考える事業の強みや課題を把握することが出来た。また、最終日には地域金融機関融資担当者との個別相談会を経て、創業融資を申請。結果、無事に希望通りの金額を確保し、店舗のオープンに漕ぎつけることができた。</p>								
		目標値(計画)		目標値(実績)		目標達成度				
	その他目標値の実績									
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)	創業希望者の事業PRとして例年行っている行政や地域金融機関への案内や新聞折込、鉄道駅でのポスター掲示の他、新たにインターネット広告を行ったが、参加者の増加には結びつかず、前年度と比較すると創業カフェ・創業塾共に受講者数が減少してしまった。令和2年度についてはPR方法の見直しや、創業の前段階で踏みとどまっている創業希望者の創業塾への誘導を行っていく。								



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)	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。 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。 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。								
	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約600社)								
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>【準備委員会① 令和元年7月24日(水)午後1時30分～2時30分】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・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</li> <li>・実施スケジュールの確認</li> <li>・認定事業所のフォロー状況報告</li> </ul> <p>【元気企業 平成24年～30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 令和元年8月1日(木)～8月30日(金)】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・申込10件</li> </ul> <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 令和元年10月30日(水)午後3時～4時】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・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。</li> </ul> <p>【MOBIO企画展 守口門真ものづくり元気企業PR出展 令和元年11月5日(火)～29日(金)】</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 令和元年11月6日(水)～7日(木)】</p> <p>【ビジネスチャンス発掘フェア2019 ブース出展 令和元年11月27日(水)～11月28日(木)】</p> <p>【認定式・交流会 令和2年2月6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>								
		<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	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	93	
	計画に対する実績(数値)	支援企業数(計画)	98	支援企業数(実績)	95	支援実績率	96.9%	満足度	73	
	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)	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。 ①自社の技術的な強みやQCDレベルの再確認 ②情報発信による企業知名度・技術力・製品力PR(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板、他各種イベント等) ③認定事業経営者同士の情報交換・交流によるモチベーションの向上 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								
		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	85%	目標達成度	121.4%			
	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	65%	目標達成度	92.9%				

	<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、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かった。さらに過去、認定を受けた事業所からの満足度も70を超える評価を得ることができた。今後は、販路開拓・新規顧客開拓として当所HPでの紹介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		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)	東京商工リサーチによる2017年「休廃業・解散企業」動向調査によれば、2017年度に休廃業・解散した事業所は全国で28,142件と高水準であり、未だ深刻な社会問題となっている。休廃業の理由には経営難だけでなく、経営者の高齢化や後継者がいないといった理由も考えられることから、今後の地域社会の発展にも大きな影響を与えることが考えられる。後継者不足の解消や事業の持続的な発展に向けて、事業承継に関する基礎的な知識や後継者育成・教育方法について学び、事業承継を円滑に進め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	事業承継セミナー 開催日時：令和元年7月5日(金) 14:00～17:00 場 所：守口門真商工会館3階 特別会議室A 講 師：大阪国際大学経営経済学部 教授 近藤 浩章 氏 株式会社瓦葺 代表取締役 正木 忠信 氏 参加人数：20社 21名  セミナー前半では、大学教授による「理念型経営」について、ワークショップを交えながら経営者及びその後継者に対し経営理念を社内に浸透させるための重要性を学んで頂き、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、親から事業を引き継ぎその過程で苦労をした経験や、その後自身が事業承継を進めていく立場に立ち気づいたポイントといった事業承継全体を通じた経験談を話して頂いた。急な事業承継により会社再建に向けて苦労をされた点についてお話頂くなど、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、自社で今後事業承継を行う際のポイントについて考えて頂く機会を作ることができた。						
		<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。					
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)	21	支援実績率	105.0%	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)	○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	事業承継に向けての意識が高まり、自社の問題として認識した企業割合						
	数値目標	80%	実績数値	90%	目標達成度	112.5%		
成果の代表事例	業種は問わず、事業承継を自社の課題とする企業、若手の事業を引き継ぐ立場の経営者からこれから事業承継を考える経営者まで幅広く参加頂いた。参加者からはワークショップを通じ自社の課題が浮き彫りになり大変参考になったという感想や、事業承継の実例について話を聞くことにより、事業承継を自社の課題としてとらえることができた。							
その他目標値の実績	目標値(計画)		目標値(実績)		目標達成度			
実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	消費増税や新型コロナウイルスの流行による景況の急速な悪化が予想される。そうすると、後継者のいない事業所についてはこれを機に廃業を考える可能性が高まっていく一方である。事業承継における課題解決のためには、事業承継ネットワークや専門家の活用を進めていく他、商工会議所としても普段から会員事業所とのコンタクトを密に行い、課題としていく内容を把握しておく必要がある。						