

# 平成31年度 事業実績報告書

## 申請者の概要

申 請 者	団体名	泉大津商工会議所		
	代表者職・氏名	会頭 臼谷旗世彦		
	所在地	〒595-0062 泉大津市田中町10-7		
	担 当 者	職・氏名	経営支援課 課長代理 佐古 夏巳	
		連 絡 先	電話番号（直通）： 0725-23-1111	
F a x : 0725-23-1115				
		E - m a i l : n.sako@izumiotsu-cci.or.jp		
①設立年月日		昭和22年3月26日		
②職員数 (うち経営指導員数)		14人 (10人) (令和2年3月31日現在)		
③所管地域		泉大津市		
④管内事業所数		3,269 (平成28年経済センサスによる)		
⑤管内小規模事業者数		2,318 (平成28年経済センサスによる)		
⑥会員数 (組織率)		1,419 (43.4%) (令和2年3月31日現在)		
※②、④、⑤、⑥については直近の数字を記載のこと				
□主な事業概要 (定款記載事項等)				
<ul style="list-style-type: none"> <li>(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、及び建議すること。</li> <li>(2) 行政庁等の諮問に依りて答申すること。</li> <li>(3) 商工業に関する調査研究を行うこと。</li> <li>(4) 商工業に関する情報及び資料の収集及び刊行を行うこと。</li> <li>(5) 商品の品質及び数量、商工業者の事業の内容その他商工業に係る事項に関する証明、鑑定及び検査を行うこと。</li> <li>(6) 輸出品の原産地証明を行うこと。</li> <li>(7) 商工業に関する施設を設置し、維持し、及び運用すること。</li> <li>(8) 商工業に関する講演会及び講習会を開催すること。</li> <li>(9) 商工業に関する技術及び技能の普及及び検定を行うこと。</li> <li>(10) 博覧会、見本市等を開催し、及びこれらの開催の斡旋を行うこと。</li> <li>(11) 商事取引に関する仲介及び斡旋を行うこと。</li> <li>(12) 商事取引の紛争に関する斡旋、調停及び仲裁を行うこと。</li> <li>(13) 商工業に関して、相談に応じ、及び指導を行うこと。</li> <li>(14) 商工業に関して、商工業者の信用調査を行うこと。</li> <li>(15) 商工業に関して、観光事業の改善発達を図ること。</li> <li>(16) 社会一般の福祉の増進に資する事業を行うこと。</li> <li>(17) 行政庁から委託を受けた事務を行うこと。</li> <li>(18) 前各号に掲げるものゝ外、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こと。</li> </ul>				

## 泉大津商工会議所

## (1) 事業の目標

事業者が抱える課題である資金繰り悪化と顧客減少を打開するための相談支援事業へ取り組む。また、個々の事業者が抱える課題を解決する。丁寧な指導に加えて必要とする的確なニーズを把握し、各事業者に対し臨機応変に対応できる内容重視の相談を必ず次へ繋げられるよう、また新たな事業へと繋がるように事業者との接点を増やし、提案型・伴走型の相談支援へと発展させる。通年相談から専門相談へと特化、更に各種の地域活性化事業へ一連化し、サービスの向上へと繋げ相乗効果を図る。地元商業の活性化への取り組みの研究と繊維関係を中心とした製造業者間のコラボレーションによる新しい取組の研究を行うとともに、より産地をPRする事業を実施することで知名度を上げ、相乗効果を狙う。このような経営基盤強化支援事業の推進により経営の総合的な支援機関を目指す。

## (2) 事業を実施した具体的な内容、方法及び工夫した点

産業の構造変化から、その対応に苦慮する事業所が多いことを鑑み、小規模事業者が抱える課題の把握に努め、さらに具体的な取り組みを進める。そのため一つひとつの相談に適切に対応し、その中から共通項を導き出し、施策に反映し交流活動、人材の育成事業の充実、IT活用事業等々を積極的に展開していき、「なくてはならない商工会議所」を意識して取り組み8つの事業を展開実施した。

## ① 経営交流会

大手企業やこの変化の速い経済状況に対抗するため、小規模事業者が互いに勉強する事を目的として行った経営セミナーではロボットビジネスを学び、人材育成セミナーでは夢の実現に対するモチベーション維持を学ぶことができた。異業種交流定例会では実際の経営者から成功例や小規模事業者にとって大変参考となり経営者側からの情報を得ることができたと思われる。セミナーの講師については、経営交流会のメンバーが率先して選定する方法をとることで、トレンドな講演会を実施することができた。

## ② 繊維ネットワーク事業

一大産地の泉大津繊維をPRし、企業の経営力強化を図り再興を目指すため、「ジャパン・ベストニット・セレクション2019」に出展し関連企業のPRと泉大津繊維のPRの支援を行った。染色業に起こる人手不足、技術承継という従前からの課題に対して染色助剤・機能加工剤の基礎知識のセミナーを開催し、染色加工業の高付加価値化を目指すための支援を行い参加事業者の意識・知識改革を図ることができた。

## ③ 海外ビジネス展開研究会

販路を海外へ求める事業所や仕入や加工等を新たに海外進出に向けてのセミナーを企画した。

## ④ 次世代育成研究会

経営者として運営していくには会計や税務について知識がない2代目、3代目の若手経営者や次期経営者に税理士等専門家を交え勉強してもらうことを目標として、後継者の本音を聞く「後継者のホンネ？事業承継セミナー」及び、税理士による「続けるための事業計画！事業承継の進め方」セミナーを開催した。昨年の課題である現経営者に参加してもらうことを意識して、セミナーの案内は現経営者に直接アプローチを行った。

## ⑤ 経営革新セミナー

経営革新に取り組む前向きな中小企業を掘り起こし、中小企業等経営強化法に基づく経営革新計画の承認取得を支援することを目標にして経営革新計画作成及び申請に実績がある中小企業診断士による「経営革新セミナー」を開催した。『経営革新』はハードルが高いというイメージでセミナー参加数が少ないという課題に対して、イベント告知掲示板等のインターネットサイトを利用して、インターネット申込を取り入れた。

## ⑥ 大阪製・大阪産（もん）販路開拓支援事業

地域の小規模小売業・サービス業・地場産業には店舗、商品の魅力づくりと消費者に対して魅力ある商品・サービス・伝統技術を広く周知するために、泉州地域で知名度がある「エコールいずみ」にて大阪製・大阪産（もん）の販売会を開催した。新事業であったのでイベント集客が課題であり、対策として大阪府に依頼し大阪府副知事「もずやん」にご出演いただいた。

## ⑦ 製造業のためのIoT支援事業

中小企業への円滑で迅速なIoT導入を促進させ経営者のイノベーションへのモチベーション向上を図るため最新のIoT導入を学ぶために工場見学を実施した。事業の参加者増加を図るために、工場見学会の工場は地元企業かつ地場産業であることにこだわり選定を行った。

## ⑧ 中小企業・小規模事業者人材対策事業

労働法改正や多様な雇用形態を取り入れ、働きやすい環境を整え、教育訓練や定着率向上を目指し、「人を育てる教育訓練セミナー」「女性従業員をもっと活かすセミナー」「雇用・労働啓発セミナー」と大きく3つのテーマに分けてセミナーを開催した。当日キャンセルの減少を抑えるために、セミナー申込者にリマインドを行った。

### (3) 事業を実施した効果、所管地域の活性化の状況

#### ① 経営交流会

大手企業やこの変化の速い経済状況に対抗するため、小規模事業者が互いに勉強する事を目的として行った経営セミナーではロボットビジネスを学び、人材育成セミナーでは夢の実現に対するモチベーション維持を学ぶことができた。異業種交流定例会では実際の経営者から成功例や小規模事業者にとって大変に経営の参考となり経営者側からの情報を得ることができたと思われる。

#### ② 繊維ネットワーク事業

「ジャパン・ベストニット・セレクション2019」には関連企業が5社出展しPRと泉大津繊維のPRの支援を行うことができた。また染色助剤・機能加工剤の基礎知識のセミナーを開催した。

#### ③ 海外ビジネス展開研究会

販路を海外へ求める事業所や仕入や加工等を新たに海外進出に向けてのセミナーを企画し開催予定だったが、新型コロナウイルスの感染拡大の影響でやむを得ず開催中止となり、計画目標を達することができなかった。

#### ④ 次世代育成研究会

経営者として運営していくには会計や税務について知識がない2代目、3代目の若手経営者や次期経営者に税理士等専門家を交え勉強してもらうことを目標として、事例紹介セミナー、税務知識セミナーを開催した。若手経営者へのアプローチが足りず参加数は目標値に達することができなかったが、参加された若手跡継ぎの自覚と承継意識を変えることができたと思われる。

#### ⑤ 経営革新セミナー

経営革新に取り組む前向きな中小企業を掘り起こし、中小企業等経営強化法に基づく経営革新計画の承認取得を支援することを目標にセミナーを行い、セミナー後は経営革新計画の承認取得に向けて専門家と連携して伴走型で支援を行うことができ、一定の成果を得ることができた。

#### ⑥ 大阪製・大阪産（もん）販路開拓支援事業

地域の小規模小売業・サービス業・地場産業には店舗、商品の魅力づくりと消費者に対して魅力ある商品・サービス・伝統技術を広く周知するために、大阪製・大阪産（もん）の販売会を開催した。泉北地域の伝統技術、地産商品、自慢の商品をPRすることができ、イベント後は販路開拓の一環として、大阪製ブランドの魅力を伝え事業者にブランド取得に意欲が沸き起こるように支援した。

#### ⑦ 製造業のためのIoT支援事業

中小企業への円滑で迅速なIoT導入を促進させ経営者のイノベーションへのモチベーション向上を図るための情報提供を行うことを目標としてセミナーと最新IoT導入を学ぶ工場見学を実施しIoTに対する経営者の意識を変えることができたと思われる。

#### ⑧ 中小企業・小規模事業者人材対策事業

労働法改正や多様な雇用形態を取り入れ、働きやすい環境を整え、教育訓練や定着率向上を目指した雇用管理と人材育成を行い、企業の人材力を高めることを目指して、「人材育成」「女性従業員」「雇用」と大きく3つのテーマに分けてセミナーを開催した。会社や仕事、雇用に対する心構えや考えかたを経営者側と従業員側と両側面からアプローチを行い会社全体の企業力工場を図ることができたと思われる。



#### (4) 事業を実施した結果浮かび上がった課題

丁寧な指導に加えて必要とする的確なニーズを把握し、各事業者に対し臨機応変に対応できる内容重視の相談を必ず次へ繋げられるように事業者との接点を増やし、提案型・伴走型の相談支援へと発展させることを目標として8つの事業を展開したが、全体として職員一人ひとりの事業遂行に対する時間が長時間となり、事業者へのきめ細かな支援について課題が浮かび上がってきた。

##### ① 経営交流会

ビジネスについての最新情報やトレンド情報を参加企業で情報交換するという目的においては、ロボットビジネスや異業種への事業転換など様々な情報が提供できた。セミナーや勉強会後のアフターフォロー支援が十分に行き届いていないという課題が見られた。

##### ② 繊維ネットワーク事業

染色助剤・機能加工剤の基礎知識習得セミナーについて、1つは開催し参加事業者に新たな知識・情報を得てもらうことができたが、もう1つは地場産業の毛布織物業の繁忙時期を鑑み、セミナー時期を年度末に設定したが新型コロナウイルス感染拡大防止のため中止となった。

##### ③ 海外ビジネス展開研究会

海外ビジネス研究会でセミナー時期を設定する計画であったが、研究会の開催が計画より遅れてしまい、その影響でセミナー開催時期も計画より遅れてしまった。

##### ④ 次世代育成研究会

実例紹介セミナー、税務知識セミナーを開催し、若手経営者や次期経営者に会計や税務について勉強してもらい若手跡継ぎの自覚と承継意識を変えるきっかけとなったが、実際に事業承継計画の作成に至らなかった。事業承継については、伴走型支援で意識変化、実行を促す必要がある。

##### ⑤ 経営革新セミナー

中小企業等経営強化法に基づく経営革新計画の承認取得を支援することを目標にセミナーを行い、セミナー後は経営革新計画の承認取得に向けて伴走型支援を行うことができた。経営革新計画の承認取得を目指す企業数の増加のためには、経営革新計画の必要性や重要性を直接説明して伝えることが必要である。

##### ⑥ 大阪製・大阪産（もん）販路開拓支援事業

大阪製・大阪産（もん）の販売会を開催し泉北地域の伝統技術、地産商品、自慢の商品をPRすることができ、イベント後は販路開拓として、参加者に大阪製ブランド取得を推奨することができた。大阪製ブランド取得申請する企業数増加を図るためには、イベント参加の一環としてイベント実施前から大阪製ブランド取得申請の伴走支援を行う必要があった。

##### ⑦ 製造業のためのIoT支援事業

経営者のイノベーションへのモチベーション向上を図るためのセミナーと工場見学を実施しIoTに対する経営者の意識を変えることができたので、今後は専門家派遣や専門家相談窓口などにつなぐ、フォローアップの必要性が出てきている。

##### ⑧ 中小企業・小規模事業者人材対策事業

「人材育成」「女性従業員」「雇用」3つのテーマのセミナーを開催し会社や仕事、雇用に対する心構えや考え方を経営者側と従業員側と両側面からアプローチを行い会社全体の企業力工場を図ることができた。人材育成セミナーなど参加した若手社員からはアンケートによって評価を集約することができたが、実際に送り出した経営者側の声や意見が集約できておらず、フォローアップの必要性が出てきている。

#### (5) 来年度への取り組み

地域活性化事業については、事業者至今已で以上の深い支援を行えるように当所の強みを生かした事業や地域の特性を生かした事業を実施する。具体的には創業・販路開拓・地場産業に特化した事業を展開し小規模事業者への支援をより深める。経営相談支援事業では地域事業所の抱える問題や課題について提案し、金融支援や創業支援、さらに販路開拓支援から連動する各種支援の形を形成することを目標とする。カルテ化の事業所にはさらに他の支援メニューの提案を積極的におこない、単発支援ではなく複合支援を実施することで地域事業所の底上げに寄与したい。そのためには、経営指導員間のさらなる情報の共有化を図り、より効果的な支援を実施する。多様化している相談に対しても専門相談員と連携しながら支援していく。

## 泉大津商工会議所

## Ⅰ 経営相談支援事業

## 支援のポイント・成果

本所においては、特にさまざまな支援がパッケージのように組合わされ、業種や業態、規模、課題により複数連動して実施していくことを目指し、経営相談支援事業に対応できるように努力している。特に事業所に直接的効果がある販路開拓支援・事業計画書作成支援に注力し、カルテ化を推進していくうえで、解決すべき問題である課題をクリアするための対策・提案を心掛けている。

代表事例：A事業所（お弁当製造宅配事業）

3年前に居酒屋店を創業し、令和2年の4月に弁当製造販売事業を立ち上げた事業所。福祉施設や個人宅に営業するも立上げ当初は、なかなか注文までには繋がらなかった。泉大津の事業所を紹介PRする冊子に掲載することや、大阪府食の安全安心制度の認証所得に向けての事業計画を作成し、広告実施やブランド構築に支援を行った。冊子の掲載については、自社のPRや商品のPR文章など相談アドバイスをを行い10月に泉大津市で全戸配布を行い、市民に周知することができた。11月には大阪府の食の安全安心制度の認証を取得し、販路開拓に大きな後ろ盾を得ることができた。事業計画書を作成することで、計画的に事業を行うことができ、販路開拓につながる一連の流れと重要性を事業者に体験、理解してもらうことができた。

代表事例：B事業所（化粧品小売店業）

先代の母から事業承継し現在は娘と経営している地域の方々から愛された商店街の化粧品店。現オーナーは化粧品の商品知識が豊富で、先代から学んだ経営知識でしっかりと経営を行っているが、店舗販売での陳列方法や、POP広告方法など販売促進について脆弱であり課題となっていたので、専門家派遣制度「ミラサポ」を利用し、販売促進の専門家を派遣した。派遣当日はお店の陳列方法を学び、最後は陳列棚替えまで専門家と一緒に作業を行った。メーカーごとのセグメントに分けられた商品でより購入意欲が沸くお店となり、オーナーにも販売促進方法を学んでもらうことができた。

支援メニュー	指標	目標数値	実績数値	達成率	事業評価
事業所カルテ・サービス提案	事業所	256	248	97%	4
支援機関等へのつなぎ	支援数	22	23	105%	5
金融支援（紹介型）	支援数	18	24	133%	4
金融支援（経営指導型）	支援数	29	30	103%	4
マル経融資等の返済条件緩和支援	事業所	1	2	—	5
資金繰り計画作成支援	事業所	3	3	100%	5
記帳支援	事業所	20	23	115%	4
労務支援	支援数	16	16	100%	5
人材育成計画作成支援	事業所	0	0	—	1
マーケティング力向上支援	事業所	7	8	114%	5
販路開拓支援	支援数	126	120	95%	5
事業計画作成支援	支援数	60	58	97%	5
創業支援	事業所	15	19	127%	5
事業継続計画（BCP）作成支援	事業所	0	0	—	1
コスト削減計画作成支援	事業所	0	0	—	1
財務分析支援	事業所	1	1	100%	2
5S支援	事業所	0	0	—	1
IT化支援	事業所	3	3	100%	2
債権保全計画作成支援	事業所	0	0	—	1
事業承継支援	事業所	33	38	115%	5
災害時対応支援	事業所	0	0	—	1
結果報告	事業所	247	238	96%	4

## Ⅱ 専門相談支援事業

## 支援のポイント・成果

法務・税務専門相談では毎月の第2火曜と第3水曜に実施と固定化し、市内全戸配布の広報紙で毎月PRしているため、認知度も上げてきていると思われる。また、カルテ化を図ることにより、事前の相談内容や事業所の経営内容が解り、経営指導員と専門相談の各専門家の連携がうまくとれ、課題の掘り起こしや今後の支援の参考にもなっている。経営基盤強化支援では、毎月2～4回開催し、事業計画作成の相談があり、今後の課題や新たな支援の掘り起こしにもつながった。

事業名	新規/継続	指標	目標数値	実績数値	達成率	事業評価
法務支援	継続	件数	10	14	140%	5
税務支援	継続	件数	22	45	205%	5
経営基盤強化支援	継続	件数	26	28	108%	5
金融支援	新規	件数	7	16	229%	5
その他経営支援	継続	件数	6	9	150%	5

## 泉大津商工会議所

## Ⅲ 地域活性化事業

## 支援のポイント・成果

地域活性化事業でもできる限り、事業所に直接的なメリットを感じてもらうような事業を実施し、自助努力を促し、共助の場としてプラットフォームを充実し、実際の成功事例を示し提案をおこなった。業種や規模も意識しながら事業毎に、ある一定のターゲットを設け事業のPRや勧誘をおこなった。

「経営交流会」では社会の情勢やトレンドに合わせたセミナー・勉強会を実施した。勉強会ではキックボクサーやヨガ教室のインストラクターやオーガニックコットン販売会社の若手経営者など、さまざまな分野の講師をよび、参加事業者のイノベーションや経営指針、事業承継意識を促すことができた。

「繊維ネットワーク事業」では「ジャパン・ベストニット・セレクション2019」には関連企業が5社出展しすることで、自社製品の製品開発やPRを考えるだけでなく、泉大津ブランド構築・周知に向けて事業者同士が意見を出し合い協力し合うことができた。

「次世代育成研究会」では事例紹介セミナー、税務知識セミナーを開催することで2代目、3代目の若手経営者に経営者として運営していくには会計や税務について知識を勉強してもらうことができ、参加された若手跡継ぎの自覚と承継意識を変えることができたと思われる。

「経営革新セミナー」では経営革新に取り組む前向きな中小企業を掘り起こし、その中で1社（桐ダンス製造販売会社）経営革新計画の承認取得に向けて目指され、令和2年度に申請する。事業として専門家と連携して伴走型で支援を行うことができ、一定の成果を得ることができた。

「大阪製・大阪産（もん）販路開拓支援事業」では地域の小規模小売業・サービス業・地場産業には店舗、商品の魅力づくりと消費者に対して魅力ある商品・サービス・伝統技術を広く周知するために、大阪製・大阪産（もん）の販売会を開催し、泉北地域の伝統技術、地産商品、自慢の商品をPRするなかで、販路開拓の一環として、大阪製ブランドの取得に取り組む事業者を生み出すことができた。

「製造業のためのIoT支援事業」では大阪府商工労働部中小企業支援室から講師を招き「IoTの概要と事業者の導入事例」中心としたセミナーを行った。さらに最新IoT導入を学ぶ工場見学を実施しIoTに対する経営者の意識を変えることができたと思われる。

「中小企業・小規模事業者人材対策事業」では「人材育成」「女性従業員」「雇用」と大きく3つのテーマに分けてセミナーを開催し、経営者だけでなく企業の構成を担う人事管理職、若手社員の意識を変え、企業の内側から改革改善に大きく前進する支援ができたと思われる。

## (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
	経営交流会	20	17	85%	96	経営改善を実施したいと回答した企業数	18	4	22%	4
	経営交流会	20	13	65%	98	経営改善を実施したいと回答した企業数	18	4	22%	4
	経営交流会	15	20	133%	95	経営改善を実施したいと回答した企業数	13	9	69%	5
○	繊維ネットワーク事業	5	5	100%	65	新たな販路開拓が出来た事業者数	3	5	167%	5
○	繊維ネットワーク事業	20	14	70%	78	経営改善の行動に移した事業所数	15	7	47%	4
○	繊維ネットワーク事業	20	—	—	—	経営改善の行動に移した事業所数	15	—	—	—
○	海外ビジネス展開研究会	5	5	100%	65					3
	次世代育成研究会	20	8	40%	97	経営に不可欠な知識に必要性を再認識した事業者数	18	7	39%	4
	次世代育成研究会	20	3	15%	83	横断的な知識が必要だと再認識した事業者数	18	1	6%	4
○	製造業のためのIoT支援事業	20	9	45%	86	IoTに理解を示す事業者	15	7	47%	3
○	製造業のためのIoT支援事業	15	12	80%	93	IoTに理解を示す事業者	12	10	83%	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
○	経営革新セミナー	10	10	100%	83	経営革新の承認取得を目指す企業	2	3	150%	5
○	大阪製・大阪産（もん）販路開拓支援事業	13	12	92%	65	販売等事業活動に対する意識変化状況数	10	9	90%	5
○	大阪製・大阪産（もん）販路開拓支援事業	2	1	50%	100	大阪製・大阪産（もん）の取得を目指す企業	2	1	50%	3
○	中小企業・小規模事業者人材対策事業	20	14	70%	73	人を大切に育てることを認識することができた参加者の割合	16	12	75%	4
○	中小企業・小規模事業者人材対策事業	20	11	55%	65	女性社員の上手な活かし方を学べた参加者の割合	16	6	38%	4
○	中小企業・小規模事業者人材対策事業	20	17	85%	72	雇用管理のポイントを理解できた参加者の割合	16	12	75%	5

※府施策連携事業は、「府施策連携」欄に○をつけてください。各欄の記載は、個別調書の記載と合わせてください。



泉大津商工会議所

事業名		経営交流会							
想定する実施期間		20 年度～ 年度まで ※複数年度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)	中小零細企業者にとって資本や人材では大手企業に対抗出来ない為、個社単位で今の変化に富んだ経済状況に対応するのも難しいのが現状である。そこで、中小零細企業の経営者がこの会で互いの事を把握し、互いに勉強する事で時には切磋琢磨し、また時にはコラボレーションし、大手企業やこの不安定な経済状況に対抗するための一助となる事を目的に実施する。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	業種は地域産業である中小零細繊維関係の若手経営者を中心としているが、全ての業種を対象に現在登録は50社を超えている。泉大津市内外関係なくやる気のある経営者は誰でも参加可能としている。							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>①「経営セミナー」 経営者による講演会を実施。 日 時：7月16日(火) 19:00～21:00 会 場：泉大津商工会議所2階大ホール 講 師：小西 康晴氏(生野金属株式会社 代表取締役) テーマ：ロボットビジネスの創出！！ 参加事業所数 17社/21名</p> <p>②「人材育成セミナー」 経営者に必要な知識全般が学べるセミナーを実施。 日 時：10月21日(月) 19:00～21:00 会 場：泉大津商工会議所2階大ホール 講 師：坂本 達氏(株式会社ミキハウス 社長室部長) テーマ：夢をかなえるために今あなたにできること!!～自転車世界一周の経験を通じて 参加事業所数 13社/13名</p> <p>③「異業種交流定例勉強会(Study+)」(計4回) 参加事業所：延べ20社/40名 身近な成功者や最新技術等の勉強会と意見交換会を計4回実施。</p> <p>【1回目】 日 時：4月15日(月) 19:00～21:00 会 場：泉大津商工会議所5階会議室 発表者：留河 昇氏(株式会社留河 代表取締役) 参加事業所数 8社(8人)</p> <p>【2回目】 日 時：6月17日(月) 19:00～21:00 会 場：泉大津商工会議所5階会議室 発表者：藤原 康穂氏(日の出毛織株式会社 代表取締役) 参加事業所数 11社(11人)</p> <p>【3回目】 日 時：8月19日(月) 19:00～21:00 会 場：泉大津商工会議所5階会議室 発表者：西出 喜代彦氏(NSW株式会社 代表取締役社長) 参加事業所数 14社(14人)</p> <p>【4回目】 日 時：9月10日(火) 19:00～21:00 会 場：泉大津商工会議所5階会議室 発表者：大西 拓氏(三洋化成株式会社 常務取締役) 参加事業所数 7社(7人)</p>							
		<事業手法(①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果)の具体的な連携・効果を記載>							
		①府施策連携							
	②広域連携								
	③市町村連携	泉大津市にセミナー等の案内告知に協力していただいた。							
	④相談相乗	異業種交流定例会に参加し経営について様々な意見を得ることができ、事業者の意識が変わり、販路支援に繋がった。							
事業の実績/目	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)	17	支援実績率	85%	満足度	96%
	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)	①「経営セミナー」 小西 康晴氏(生野金属株式会社 代表取締役)より、ロボットテクノロジーの可能性をテーマにセミナーを開催した。様々なロボットの導入事例をお話いただき、効率化を図るためロボットの導入について理解を深めることができた。また、業務の効率化を図るためロボット導入を検討する事業所があった。							
		指標	経営改善を実施したいと回答した企業数						
		数値目標	18	実績数値	4	目標達成度	22%		

目標達成度	成果の代表事例	泉州の地場野菜を使って、泉州野菜やドレッシング、お酢を使ったスイーツなど様々な製品を扱う食品製造販売会社では、自社での製品製造工程の効率化、生産性向上が以前から課題となっており、セミナー研修後に自社でも業務の効率化を図るためロボットの導入を検討する意向を示された。							
	その他目標値の実績	目標値(計画)		目標値(実績)		目標達成度			
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%	満足度	98%
	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)	②「人材育成セミナー」 坂本 達 氏(株式会社ミキハウス 社長室部長)より、夢をかなえるために必要な考え方などを説明いただいた。自転車で世界一周した経験談をお話いただき、夢をもつことの大切さ、人との関わりの大事さを知ることができた。若手経営者のモチベーション向上につながった。							
		指標	経営改善を実施したいと回答した企業数						
		数値目標	18	実績数値	4	目標達成度	22%		
目標達成度	成果の代表事例	くまざさを漉き込んだ和紙を細長くカットして、燃りをかけて糸にし、布に織り上げ、いろいろな製品を製造販売している創業50年の繊維製造会社の社長は本事業を受講され、物の考え方や気づきが参考となり、製品開発のイノベーションに繋がると感じられた。							
	その他目標値の実績	目標値(計画)		目標値(実績)		目標達成度			
事業の実績／目標達成度	計画に対する実績(数値)	支援企業数(計画)	15	支援企業数(実績)	20	支援実績率	133%	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)	③「異業種交流定例勉強会(Study+)」(計4回) 経営交流会のメンバーが、自社の企業理念や方針等を発表し、発表者と参加者がディスカッションを行い、発表者は参加者から様々な角度からの意見やアドバイスを得て、今後の経営の参考とすることを目的として計4回の異業種交流定例勉強会を実施した。							
		【1回目】発表者：留河 昇 氏(株式会社留河 代表取締役) 大正元年創業桐タンスメーカーで近年は桐材を使用した新製品(お弁当箱や米櫃)を開発し販売し、昨年は納税サイトさとふるで工芸部門全国1位に輝いた実績を持つ。勉強会では全ての製品が、職人の手作業を行っているため、生産性や作業効率化などの参考意見を得ることができたと思われる。							
		【2回目】発表者：藤原 康穂 氏(日の出毛織株式会社 代表取締役) 昭和43年創業、老舗の毛布製造販売会社。先代が逝去し、若くして代表取締役になった女性社長。オーガニックコットンを始めとする各種天然繊維を使用した寝具・リビング用品を製造販売している。勉強会では、若手社長に対する経営のノウハウや、事業計画の重要性や、販路開拓について参加者から意見が出され、発表者は今後の経営の知識とモチベーションを得ることができたと思われる。							
	【3回目】発表者：西出 喜代彦 氏(NSW株式会社 代表取締役社長) 泉州の地場産業であるワイヤーロープ製造会社であったが、廃業に迫られる中で見事に食品製造販売会社に事業転換された。事業転換という苦悩と成功の秘訣について発表された。勉強会では、今後の販路開拓や製品開発について参加者から意見が出され、発表者は大変参考になったと思われる。								
	【4回目】発表者：大西 拓 氏(三洋化成株式会社 常務取締役) 創業72年の染料販売会社で地場繊維産業に根差した染料・工業薬品を販売。社長のご子息で常務取締役の発表者が営業活動を展開している。勉強会では、織物工場が減少している近年において、染料業の事業展開や事業計画について参加者から意見が出され、若手後継者の発表者は今後、100年企業を目指すための、参考になったと思われる。								
		指標	経営改善を実施したいと回答した企業数						
		数値目標	13	実績数値	9	目標達成度	69%		
目標達成度	成果の代表事例	昭和43年創業、老舗の毛布製造販売会社の若手女性社長は自社の企業概況や製品を発表する機会を得ることで、自社の強みや弱み、機会や脅威を考えるきっかけとなり、初めて自社製品、経営を見直すことができたと思われる。また勉強会での意見を参考に、新たな販路開拓に着手することになり、販路支援を行った。							
	その他目標値の実績	目標値(計画)		目標値(実績)		目標達成度			



実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	中小零細企業の経営者がこの会で互いの事を把握し、互いに勉強する事で時には切磋琢磨し、また時にはコラボレーションし、大手企業やこの不安定な経済状況に対抗するための一助となる事を目的において、異業種交流会は様々な意見交換がなされ、特に若手経営者、後継者にはこれからの経営の礎となったと思われる。経営セミナー、人材育成セミナーについて満足度は比較的高い結果になったが、支援企業数が75%に留まり、集客方法について課題が残った。次年度では、今までの集客方法に加え、申込者にはリマインドを行い、当日キャンセルをなくす方法を実施していきたい。
------	--	---

泉大津商工会議所

事業名		繊維ネットワーク事業																																						
想定する実施期間		H27 年度～ 年度まで ※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること																																						
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	大阪府内の繊維産業の製造品出荷額からみた全国シェアは経産省「H22年工業統計表」からも解るように紡毛糸や純綿糸紡績から始まり、最終商品の毛布・タオル・服地・ニットなど1位や2位の物が多く、泉大津市を中心とした泉州地域は繊維の集積地である。このような繊維の産地は全国を見ても珍しい。しかし、今までは商社のOEMがほとんどだったため、知名度が低く、自社の開発力や営業力がないのも現状である。また、各業種が分業化体制となっているためにサプライチェーンの一つである染色加工業の弱体化が顕著となっている。これらの課題を改善し、この一大産地の大阪繊維をPRし、企業の経営力強化をはかり再興を目指したい。																																						
	支援する対象 (業種・事業所数等)	泉大津市を中心とした大阪府下の繊維関連事業者等																																						
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>①東京で開催の展示会等に出展する販路開拓事業 日 程 : 12月4日～5日、 会 場 : 東京国際フォーラム 展示会名 : JBNS (ジャパンベストニットセレクション) 展に出展 参加事業者 : 5社 (ニット製造業者) 名刺交換者数 : 378枚 商談件数 : 20件</p> <p>繊維染色加工等に特化したサプライチェーンセミナー (2回) ②「合成繊維の染色仕上げの基礎」 日 時 : 1月24日 (金) 17:30～19:00 会 場 : 泉大津商工会議所2階大ホール 講 師 : 嶋田 幸二郎 氏 (一般社団法人 日本繊維技術士センター 技術士) 参加者 : 14社 19名</p> <p>③「第1部: 染色加工と界面活性」「第2部: 染色・染料の問題点と課題について」 日 時 : 3月13日 (金) 17:30～19:30 会 場 : 泉大津商工会議所2階大ホール 講 師 : 第1部: 寺 英実 氏 (松本油脂製薬株式会社 大阪営業所所長) 第2部: 今田 邦彦 氏 (JTCC 繊維技術士) 申込数 : 14社 19名 ※新型コロナウイルス拡大防止のため中止</p> <p>(その他企画内容) 日 時 : 2月28日 (金) 17:30～19:30 会 場 : 泉大津商工会議所2階大ホール テーマ: 「染色加工と過酸化水素水」 講 師 : 三菱ガス化学株式会社 大阪支店 尾崎 翔 氏 ※新型コロナウイルス拡大防止のため中止</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="7">(商工関係NO.6 繊維モノづくり企業の振興) 地域産業資源を活用し展示会に出展。</td> </tr> <tr> <td>②広域連携</td> <td colspan="7"></td> </tr> <tr> <td>③市町村連携</td> <td colspan="7"></td> </tr> <tr> <td>④相談事業相乗</td> <td colspan="7">具体的な相談や専門家を通じた支援はなかった。</td> </tr> </table>								①府施策連携	(商工関係NO.6 繊維モノづくり企業の振興) 地域産業資源を活用し展示会に出展。							②広域連携								③市町村連携								④相談事業相乗	具体的な相談や専門家を通じた支援はなかった。					
①府施策連携	(商工関係NO.6 繊維モノづくり企業の振興) 地域産業資源を活用し展示会に出展。																																							
②広域連携																																								
③市町村連携																																								
④相談事業相乗	具体的な相談や専門家を通じた支援はなかった。																																							
	計画に対する実績 (数値)	支援企業数(計画)	5	支援企業数(実績)	5	支援実績率	100%	満足度	65%																															
	目標の達成度 (支援企業を)	<p>①展示会出展 出展するにあたりただ単に展示するだけではなく、来場者の導線を考えるきっかけとなった。 また、バイヤーの意見や消費者に近い意見を吸い上げることの必要性がわかった。</p>																																						

実績 ／ 目標達成度①	どう変化させる ことができたか)	指標	新たな販路開拓が出来た事業者数							
		数値目標	3	実績数値	5	目標達成度	167%			
	成果の代表事例	繊維製造業の事業者より、他の展示会よりも来場者が絞り込まれているため、商談件数が想定していたより多く、バイヤーの意見を聞くことで自社での商品開発に意欲的に取り組むこととなった。また、今後の成約に向けて営業を強化していく前向きな姿勢が芽生えた。								
	その他目標値の 実績	目標値 (計画)		目標値 (実績)		目標達成度				
事業の 実績 ／ 目標達成度②	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)	14	支援 実績率	70%	満足度	78%	
	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)	繊維染色加工等に特化したサプライチェーンセミナー ② (1/24) 第1回「合成繊維の染色仕上げの基礎」 専門分野にもかかわらず参加者数は多く、満足度も高い。各社取扱う繊維は異なるが質問にも熱意が感じられ、相乗効果を生む可能性を秘めている。今回のセミナーは基礎講座となっていたため、合成繊維の基礎的なことが理解できたという事業者があった。								
		指標	経営改善の行動に移した事業所数							
		数値目標	15	実績数値	7	目標達成度	47%			
	成果の代表事例	合成繊維 (ポリエステル、ナイロン、アクリル、ポリウレタン) の染色について色むら等のトラブルについて、原因の突き止め方や色違いをどのように少なくするのかという確認項目について知識を深めることができた。								
その他目標値の 実績	目標値 (計画)		目標値 (実績)		目標達成度					
事業の 実績 ／ 目標達成度③	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)	—	支援 実績率	—	満足度	—	
	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)	繊維染色加工等に特化したサプライチェーンセミナー ③ (3/13) 第2回「第1部：染色加工と界面活性」 「第2部：染色・染料の問題点と課題について」 ※新型コロナウイルス拡大防止のため中止								
		指標	経営改善の行動に移した事業所数							
		数値目標	15	実績数値	—	目標達成度	—			
	成果の代表事例	新型コロナウイルス拡大防止のため中止								
その他目標値の 実績	目標値 (計画)		目標値 (実績)		目標達成度					



泉大津商工会議所

事業名		海外ビジネス展開研究会								
想定する実施期間		平成26 年度～ 31 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)	これからの日本は人口減少の傾向で消費が減ってくるのは見えている。また、円安基調で、販路を海外へ求める事業所や価格競争に打ち勝つため、仕入れや加工等を新たに海外進出を模索している事業所に対し、身近で先進的に進出している事業所を交えた研究会やセミナー、視察等を実施し、問題解決の一助になるように進めていく。								
	支援する対象 (業種・事業所数等)	様々な形態での海外展開を考えている中小・零細企業（主に製造業・卸業・運輸倉庫業）								
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	① 研究会 日 時：7月30日（火）11:00～12:00 会 場：泉大津商工会議所5階会議室 参加社数：5社/5名  研究会では「外国人技能研修生の受け入れの実際と肌で感じた国民性」と題して、外国人技能実習生および外国人建設就労者の受入事業を行っている組合より、外国人技能研修生を受け入れる際の留意点等について卓話式で実施した。  講師・VTB協同組合（Various Type of Business） 常務理事 前川 須賀子 氏 ・泉大津市政策推進課 宮下朝行 氏（ベトナム バリア・ブンタウ省 元駐在員）  また、以下のセミナーを企画したが新型コロナウイルス拡大防止のため開催を中止した。研究会メンバー及び参加予定者にはセミナー配布資料及び相談窓口の案内を送付した。  (企画内容) 国際ビジネスセミナー 日 時：3月24日（火）14:00～16:40 会 場：泉大津商工会議所2階大ホール テーマ：「メガFTA時代の新ビジネス戦略 ～FTA・EPAで広がるビジネスチャンスを活かす～」 講 師：株式会社アールFTA研究所 代表取締役 麻野 良二 氏 ※新型コロナウイルス拡大防止のため中止								
		<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	セミナー開催にあたり、大阪府 企業誘致課及び大阪産業機構等より国際ビジネスサポートセンターの支援紹介資料をいただいた。						
	②広域連携									
	③市町村連携									
	④相談事業相乗	研究会の参加者ではないはないが、海外へ進出への相談があったがカルテ化に繋がる支援まで至らなかった。								
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)	5	支援企業数(実績)	5	支援実績率	100.0%	満足度	65.0%	
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	研究会では自社で海外取引について起きている問題や課題を参加企業で出し合い、情報交換を行った。輸出に関する注意点については、さらに詳しく勉強する必要があるとし、特に中国・EU・ASEANへの輸出について専門家に伺うため、セミナー企画を行った。研究会参加者は、情報交換を通して海外情報や各社の今後の事業展開予定について話し合うことができ、海外ビジネスの問題解決の一助となることのできたと思われる。								
		指標	数値目標			実績数値		目標達成度		
	成果の代表事例	創業66年の企画から製造、販売まで一貫した事業展開をしている自社ブランドを持つ国産アパレルメーカーに研究会で企画したセミナーを案内したところ、海外進出に前向きに取り組みきっかけとなった。								
	その他目標値の実績	目標値(計画)				目標値(実績)	目標達成度			

実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	研究会で参加者が自社で海外ビジネスで起きている問題や課題を出し合い、さらに自分たちが学びたいことをまとめ、セミナーを企画することで自立心と探求心の向上を図った結果、参加者が海外ビジネスについて意欲的な姿勢に変わった。今後、実施する場合は集客や世界情勢など考慮して参加者にとって効果的に行うため、セミナー時期集客や世界情勢など、今以上に考慮する必要がある。
------	--	---

泉大津商工会議所

事業名		次世代育成研究会							
想定する実施期間		30 年度～ 31 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)	2代目、3代目の若手経営者や次期経営者が増えてきている。事業を承継した若しくはこれからして行くにあたり、経営者として運営していくには会計や税務について知識がないと中々、財務面について任してもらえないのが現状である。そこで、税理士等専門家を交え勉強していく事で若手経営者の本当の意味での代替わりを応援していく。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	2代目・3代目の若手経営者や次期経営予定者等							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	①「後継者のホンネ?! 事業承継セミナー」 日時：1月22日(水) 18:00～21:00 (終了後交流会) 会場：泉大津商工会議所2階大ホール 講師：鷺尾 岳氏 (ワシオ株式会社 統括部長) 藤井 篤彦氏 (パレ・フタバ株式会社 取締役副社長)							
		②「続けるための事業計画! 事業承継の進め方」 日時：1月30日(木) 18:30～20:30 (終了後交流会) 会場：泉大津商工会議所2階大ホール 講師：和田 貴美子 氏 (税理士・大阪府事業承継ネットワーク専門家)							
		2日間のセミナーでは、 (1)後継者側の話を聞くことで事業のブラッシュアップの必要性 (2)事業面だけではなく経営面での視点の必要性 (3)事業承継の必要性 (4)事業承継を進めるための計画をつくる必要性 (視覚化すること) (5)事業承継はどのような手段を使っても一定の時間がかかること (6)時間が少なくなると、その分選択肢も減ってしまうこと の理解を得た。  セミナー終了後は講師を交えた交流会を開催することで講義中にできなかった質問等を講師にしたり、引き継ぐ心構えや苦労話のアドバイス等を得る機会をつくることのできた。また、講師についても税理士の先生を招聘し、必ずチェックすべき注意点を学ぶことのできた。							
<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>									
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)	8	支援実績率	40%	満足度	97%
事業の実績 / 目標達成度①	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)	同世代、同じ境遇の話聞くことで漠然としていたものが明確化し今後事業承継に取り組む意識変容につながった。 参加者からは一般的な聞くだけのセミナーではなく講義終了後に意見交換ができたことで本気で取り組まないといけないことだと認識を深めたとの感想があった。							
		指標	経営に不可欠な知識に必要性を再認識した事業者数						
	数値目標	18	実績数値	7	目標達成度	39%			
成果の代表事例		現社長の甥である従業員が事業承継を検討しており (鉄鋼業)、今回のセミナーに参加して、事業承継について理解を深めたことで今後、事業承継をおこなううえで漠然としていたものから早めに着手する必要があることがわかった。							
その他目標値の実績	目標値 (計画)				目標値 (実績)				
					目標達成度				



事業の実績／目標達成度②	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)	3	支援実績率	15%	満足度	83%
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	<p>事業を引き継ぐ側、引き継がせる側、引き継いだばかりの方の参加であった。セミナー中は、自社の強みの見つけ方や事業承継計画、事業承継税制などの具体的な話があり、質疑応答も活発におこなわれた。</p> <p>参加者、講師との交流の際には活発な、ホンネでの意見交換ができたことで、それぞれの視点から、今後どう事業を承継していくかを考えるきっかけとなったとの感想があった。</p>							
		指標	横断的な知識が必要だと再認識した事業者数						
		数値目標	18	実績数値	1	目標達成度	6%		
	成果の代表事例	<p>専務取締役から代表取締役になったが（製造業）、株の移動はしておらず、いずれ特例計画の作成しようと思っていたが、このセミナーを受講することで、先代が元気なうちに特例計画の作成に着手しないといけないと感じ、事業承継ネットワーク、商工会議所に相談し着手していきたいという事業者があった。</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>参加者数は少なかったが、認識を深めてもらうきっかけづくりをすることができた。しかし、実際に現経営者が事業を引き継ぐための大切さや時間のかかることを認識してもらわないと、なかなか前に進んでいかない。次年度は本事業は実施しないが、引続き、事業承継の必要性を広報誌や巡回等を通じて周知をおこなっていく。</p>							

泉大津商工会議所

事業名		製造業のためのIoT支援事業							
想定する実施期間		31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)	業種・業態を問わず、様々な分野で導入効果が期待できるIoTだが、多様な方法・技術があるため、却って導入方法の具体化ビジネスプラン化が難しく、広く普及しているとは言えない状況である。導入の障害となっている課題を解消し、経営者のイノベーションへのモチベーション向上を図るための情報提供を行うことで、府内中小企業への円滑で迅速なIoT導入を促進する。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	主にIoTに興味があり経営改善に意欲ある製造業者							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	セミナーを通してIoTの実例、取組例を伝えることでやりたいことをイメージし、見学会で実際に導入している現場を視察することで、自社でも導入するきっかけをつくる。 <セミナー> 日程 令和2年1月15日(水) 15:30~16:30 講師 大阪府商工労働部中小企業支援室 職員 内容 IoTの概要と事業者の導入事例 <視察見学会> 日程 令和2年2月3日(月) 見学先 HCIロボットセンター、深喜毛織株式会社 内容 IoT導入現場の見学、意見交換 等 <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	府施策連携商工16番 商工労働部ものづくり支援課よりIoT導入の見学先を紹介してもらう。						
		④相談相乗	具体的な相談や専門家を通じた支援はなかった。						
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)	9	支援実績率	45%	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)	①IoTセミナー 受講者:9名/9社 製造業を主とした事業者のIoT導入の成功事例を多数共有することで、IoTの概要を理解することができた。本セミナーの満足度について、90%以上の参加者からやや満足以上の回答が得られ、IoT導入によるイノベーションへのモチベーション向上を図ることができたと言える。							
		指標	IoTに理解を示す事業者						
		数値目標	15	実績数値	7	目標達成度	47%		
	成果の代表事例	毛布製造を営む企業において、業務内容や作業工程を見直し、IoTを活用し生産性向上や効率化を目指すとの声があった。							
事業の実績/目標達成度	計画に対する実績(数値)	支援企業数(計画)	15	支援企業数(実績)	12	支援実績率	80%	満足度	93%
	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)	②IoT視察見学会 参加者:12名/12社 IoTを単なる自動化と認識している事業者も少なくなかったが、視察見学会を通して、「モノ」がインターネット経由で通信できることを肌で感じる事ができた。実際の導入企業への視察見学により、多角的な視点で導入方法や効果を検討することができたとの声もあった。							
		指標	IoTに理解を示す事業者						
		数値目標	12	実績数値	10	目標達成度	83%		
	成果の代表事例	総合製缶メーカーである企業において、省人化・安全化の視点でIoT導入を積極的に検討しようとする声があった。							

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)	今回のセミナー及び視察見学会の実施により、IoT導入におけるムダの改善や生産性向上、具体的な導入方法等を学ぶことができた。しかし、今回紹介した事例等は比較的規模が大きい設備の導入やシステムの一新を取り上げたものが多かったため、参加者への支援アプローチとしては若干ミスマッチを起しているように伺えた。また、「IoT」が広く普及していないことを認識しているにもかかわらず、本事業の参加者を募集するにあたり、広報活動が不足していた。今後は、泉大津市内の企業ニーズをよく分析し、実施事業とのミスマッチをなくす努力をしていくことにより、より魅力のある事業を実施し、より多くの参加者を募りたい。
------	--	---



泉大津商工会議所

事業名		経営革新セミナー								
想定する実施期間		24 年度～ 31 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)	経営革新に取り組む前向きな中小企業を掘り起こし、中小企業等経営強化法に基づく経営革新計画の承認取得を支援するとともに、承認企業の計画実施サポートすることにより、地域産業の牽引役となる成功企業を輩出する。また、時代のニーズに対応するため中小企業においてもイノベーションが求められており、商工会・商工会議所など地域支援機関と連携し、経営革新に取り組む企業を増加させる。								
	支援する対象 (業種・事業所数等)	経営革新や新事業を始めようとする中小企業・零細企業を対象とする。								
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	経営革新セミナーを実施し、経営革新承認を取得する事業所の掘り起こしをする。セミナーの中で実際に経営革新の承認を受けた事業所に登壇していただき、参加者と意見交換できる場を設けることにより、経営革新の承認までの具体的なイメージを持っていただく。 日程 令和元年11月8日(金) 講師 谷口 清志 氏(経営労務研究所ITIC代表 中小企業診断士) 内容 経営革新の必要性や制度や支援策 具体的に着手しようとする事業者向けに計画策定方法や事例等の説明 実際に経営革新の承認を受けた事業所との意見交換								
		<事業手法(①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果)の具体的な連携・効果を記載>								
		①府施策連携	経営革新PR冊子と申請書を受講者へ配布。大阪府メールマガジンの掲載。							
		②広域連携	3市1町(高石、和泉、忠岡、泉大津)で実施							
③市町村連携										
④相談事業相乗	具体的に着手しようとする事業所が1件。専門相談へつなぎ、事業計画作成支援。									
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	83%	
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	参加者：10名(10社)  実際に経営革新の承認を受けた事業所と参加者で建設的な意見交換があり、承認取得までの流れやスケジュール感等の具体的なイメージを持つことができた。また、経営革新を取得することによるメリット等の説明を重点的に行ったことから、特にものづくり補助金等の助成金について理解を深めることができた。 セミナー実施後は、実際に経営革新の承認取得を目指す事業所が3件あった。  ※支援企業数内訳 泉大津 9社 和泉 0社 高石 0社 忠岡 1社								
		指標	経営革新の承認取得を目指す企業							
		数値目標	2	実績数値	3	目標達成度	150%			
	成果の代表事例	主に桐たんすの製造を営む事業者において、経営革新の承認取得に向け、桐の特性を活かした室内壁面の建材として、加工開発に取り組む意向があった。								
	その他目標値の実績	目標値(計画)	2	目標値(実績)	1	目標達成度	50%			
経営革新の承認取得を目指す企業のうち、1社に対し事業計画書の作成支援を行った。										
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)	経営革新の承認取得を目指す企業が目標値に対しての達成度が150%と、当初の目標を達成することができた。要因としては、実際に経営革新の承認を受けた事業所と参加者で建設的な意見交換を行えたことで、取得に向けて取り組む気運が高まったと考えられる。今後の課題としては、「経営革新」という言葉が浸透しておらず、漠然と難しく複雑な認識を持つ事業者が多いため、経営革新の承認を取得するメリットを広く周知していくことが重要だと感じた。また、チラシ作成においても、一目見て惹きつけるような内容に工夫していく必要がある。								

泉大津商工会議所

事業名		大阪製・大阪産（もん）販路開拓支援事業																																							
想定する実施期間		31 年度～ 31 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 <small>（現状や課題をどのような状態にしたいか）</small>	昨今の小規模小売業・サービス業は郊外大型店舗の台頭に加えて消費税の増税により売上・利益の低下に歯止めがかからず、泉北地域の商店は衰退の一途を辿っている。地場産業の繊維関係も小規模事業者が多く、伝統技術が十分に活かされず経営難の状況である。地域の小規模小売業・サービス業・地場産業には店舗、商品の魅力づくりと消費者に対して魅力ある商品・サービス・伝統技術を広く周知してもらう必要がある。そこで、大企業規模店舗では出せない質の高い泉北地域の大阪製・大阪産（もん）の販売会を開催し、高い集客率を図り泉北地域の伝統技術、地産商品、自慢の商品をPRする。泉北地域の自慢の商品が一堂に集まることで、話題性が高まり、販売・宣伝効果が期待できる。また、お客様にお店や商品の魅力を知ってもらうことで、販路開拓につなげることができる。																																							
	支援する対象 <small>（業種・事業所数等）</small>	泉北地域の大阪製、または大阪産（もん）認可取得の事業所または承認を目指す事業所を対象とし、特に小売、サービス、ものづくり企業の支援を想定している。																																							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>大阪製・大阪産（もん）フェア                      日 時：令和2年1月11日（土）・12日（日）                      会 場：エコーいずみ（セントラルコート）                      出 店 数：12社（大阪製ブランド6社（出願中も含む）、大阪（もん）ブランド6社）                      来店客数：991人（1日目441人、2日目550人）                      販売客数：459人（1日目217人、2日目242人）                      売上金額：551,798円（1日目294,130円、2日目247,668円）</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="7">【商工18】ものづくり支援課モビオ事業推進グループ、環境農林水産部流通対策室ブランド戦略推進グループに参加店募集のメルマガの発送依頼。府民文化部府政情報室広報広聴課広報グループに「もずやん」出演依頼。</td> </tr> <tr> <td>②広域連携</td> <td colspan="7">高石商工会議所、和泉商工会議所、忠岡町商工会に担当者会議、当日スタッフ、参加店募集を依頼。</td> </tr> <tr> <td>③市町村連携</td> <td colspan="7"></td> </tr> <tr> <td>④相談相乗</td> <td colspan="7"></td> </tr> </table>								①府施策連携	【商工18】ものづくり支援課モビオ事業推進グループ、環境農林水産部流通対策室ブランド戦略推進グループに参加店募集のメルマガの発送依頼。府民文化部府政情報室広報広聴課広報グループに「もずやん」出演依頼。							②広域連携	高石商工会議所、和泉商工会議所、忠岡町商工会に担当者会議、当日スタッフ、参加店募集を依頼。							③市町村連携								④相談相乗							
	①府施策連携	【商工18】ものづくり支援課モビオ事業推進グループ、環境農林水産部流通対策室ブランド戦略推進グループに参加店募集のメルマガの発送依頼。府民文化部府政情報室広報広聴課広報グループに「もずやん」出演依頼。																																							
②広域連携	高石商工会議所、和泉商工会議所、忠岡町商工会に担当者会議、当日スタッフ、参加店募集を依頼。																																								
③市町村連携																																									
④相談相乗																																									
計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	13	支援企業数(実績)	12	支援実績率	92%	満足度	65%																																	
事業の実績／目標達成度	目標の達成度 <small>（支援企業をどう変化させることができたか）</small>	<p>「大阪製・大阪産（もん）フェア」を和泉中央駅前のエコーいずみで開催。大阪製ブランドとして、展示会ではなく初の即売会となった。大阪産（もん）ブランドも泉州地域での即売会は初めて参加の会社が多く集まった。また泉北地域の地場産業である繊維製品の会社が参加され、地場商品である毛布やオーガニック生地をPRすることができ、魅力ある商品・伝統技術は広く周知することができた。大阪産（もん）ブランド企業が、販売会経験者が多く、会場の雰囲気や、呼び込みを積極的に行ってくれ、大阪製ブランド企業もイベント初参加ではあったものの、熱心に販売・PR活動を行っていた。大阪製ブランド企業は、参加店同士の交流等でイベントでの販売方法や、PR方法を学ぶことができた。参加企業は、各々販売活動に対する意識が変わり、新たな販路開拓を行うことができる事業所に变化したと思われる。</p> <p>※支援企業数内訳                      泉大津 10社 和泉 0社 高石 1社 忠岡 1社</p>																																							
	指標	販売等事業活動に対する意識変化状況数																																							
	数値目標	10	実績数値	9	目標達成度	90%																																			
成果の代表事例	2月6日、20日に泉大津中央商店街内の空き店舗を利用して市内住民を対象に販路開拓をするなど、当事業に参加した効果が出ている。																																								
その他目標値の実績	目標値(計画)	1,000	目標値(実績)	991	目標達成度	99%																																			
	イベントの集客対策として各所広報にチラシ折込、イベント会場周辺に新聞折込広告を行った。また泉大津市内では「FMいずみおおつ」の会議所番組内でイベントの告知を行った。																																								

	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	2	支援企業数(実績)	1	支援実績率	50%	満足度	100%
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)	地域の地場産業に、店舗・商品の魅力づくりと消費者に対して魅力ある商品・サービス・伝統技術を広く周知してもらうために、優れた技術に裏打ちされた創造力にあふれる製品で「大阪製ブランド製品」の認定取得を目指し、泉大津市内のものづくり企業の自社製品開発を促すことができた。							
	指標	大阪製または大阪産（もん）の取得を目指す企業							
	数値目標	2	実績数値	1	目標達成度	50%			
	成果の代表事例	毛布製造会社である社長自身が即売会で販売を行うことで、消費者の意見や価値観を体験体感することができ、大阪製ブランドの推進と地場産業のPRをより推進する気持ちに変化してもらえ、自社での製品開発と新製品で2つ目の大阪製ブランド取得に向けて意欲的に取り組むこととなった。							
	その他目標値の実績	目標値(計画)		目標値(実績)		目標達成度			
実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	大阪製ブランド、大阪産（もん）ブランドともに府民方々にPRすることができた。参加店はお客様にお店や商品の魅力を知ってもらうことで、販路開拓につなげることができた。また参加店同士の交流により、お互いの情報や技術を交換することができた。収益を上げることが目的の事業ではなくブランド推進、販路拡大支援という事業目的の説明が全ての参加店に行き届かなかったため、イベントに対する姿勢について一部の参加店から厳しいご意見をいただいた。次回開催することがあれば参加店には大阪府小規模事業経営支援事業であることの説明、また事業目的の説明を徹底し、参加者一同が同じ気持ちで事業遂行できるようにする。							



泉大津商工会議所

事業名		中小企業・小規模事業者人材対策事業						
想定する実施期間		H30 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)	職業全体の有効求人倍率は良いものの、地元製造業・運輸業・サービス業等は、人手不足の状況が続いている。求人募集をしても応募もなく、労働力の確保が困難な状況である。この現状を変えるためには、人材確保と定着率向上を目指した雇用管理と人材育成が欠かせない。労働法改正や多様な雇用形態を取り入れ、働きやすい環境を整え、職場定着を促すことや、教育訓練や技能検定を通して、人材力を高めることで企業力向上を目指す。また、若者に中小企業の魅力を知ってもらう場を設け、求職者の増加を目指す。						
	支援する対象 (業種・事業所数等)	泉大津職安管内である泉大津市・高石市・和泉市・忠岡町の従業員がいる中小企業・小規模企業者で従業員の確保や定着率の向上と従業員のスキルアップを目指す事業者。						
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	【人材育成型】 大阪働き方改革推進支援・賃金相談センターと連携を図り、小規模事業者の抱えている雇用・労働問題について、「女性従業員」・「若手育成」・「限定社員」と3つのセクションでセミナーを開催し、労働法改正や多様な雇用形態を取り入れ、働きやすい環境を整え、職場定着を促すことや、教育訓練や技能検定を通して、人材力を高めることを図った。 〈実施日・テーマ〉 ①令和1年11月21日(木)「コーチング実施!人を人を育てる教育訓練セミナー」 ・タイトル:コーチング実施!人を育てる教育訓練セミナー ・講師:社会保険労務士 西川 伸男氏 ・受講者:14社/15名 ・業種別:製造業5名 建設業1名 サービス業8名 その他1名 ・講義内容:コーチング手法を活用した人を育てる教育訓練 ②令和1年10月21日(月)「女性従業員をもっと活かすセミナー」 ・タイトル:経営者・管理者・人事担当者向け!女性従業員をもっと活かすセミナー ・講師:大阪働き方改革推進支援・賃金相談センター特定社会保険労務士 林 理恵氏 ・受講者:11社/11名 ・業種別:製造業2名 卸売業1名 小売業3名 サービス業3名 海運業2名 ・講義内容:女性活躍の実態調査結果、女性活躍推進の道標、女性活躍推進を阻む要因の対策、働き方改革推進のススメ ③令和2年1月24日(金)「雇用・労働啓発セミナー」 ・タイトル:雇用・労働啓発セミナー ・講師:大阪働き方改革推進支援・賃金相談センター特定社会保険労務士 酒井 眞氏 ・受講者:17社/17名 ・業種別:製造業3名 建設業3名 小売業3名 サービス業8名 ・講義内容:働き方改革”を進めていく上での人材確保の観点からその取組と助成金の紹介。						
		＜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	大阪働き方改革推進支援・賃金相談センターに講師を依頼し、OSAKAしごとフィールドの資料提供、事業説明、会員登録を誘導してもらった。					
②広域連携		高石、和泉、忠岡と一緒に実施したことで、泉北地域に広くPRができ、泉大津市以外の受講者を募ることができた。						
③市町村連携								
④相談相乗	本事業から派生しての労務支援や事業計画作成の個別相談があると予測していたが、セミナー終了後の個別相談は派生しなかった。							
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)	14	支援実績率	70%	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)	①人を育てる教育訓練セミナー セミナー時間を平日のお昼にしたにも関わらず、若手社員を中心として沢山の方に受講していただけた。人材不足を直面している現状と経営者の社員教育への切実な思いがあると考えられる。本セミナーは、社会人としてのビジネス力の基礎要素から教わることができ、すぐにでも仕事に活かせることができる内容であり、ビジネスの基本のスキルを習得させることができたと考えられる。 ※支援企業数内訳 泉大津 12社 和泉 2社 高石 0社 忠岡 0社							
	指標	人を大切に育てることを認識することができた参加者の割合						
	数値目標	16社	実績数値	12社	目標達成度	75%		



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)	11	支援実績率	55%	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)	②女性従業員をもっと活かすセミナー 女性雇用というトレンドな内容であったので、女性経営者だけでなく、男性の管理者の方も多く申し込まれてたが、当日のキャンセルもあり支援実績率が52.5%に留まった。セミナーでは全体的に時間がなく、女性活躍推進に取り組む企業の具体的事例を紹介することができなかったがアンケートでは「女性従業員の上手な活かし方を学べた」「女性従業員の活躍のために、企業として取り組むべきことがわかった」と答えた方が参加企業10社の内、6社と60.0%だったので、事業としての女性従業員の力の引き出し方、活かし方を学び、離職防止につなげることができたと考えられる。								
		※支援企業数内訳 泉大津 9社 和泉 1社 高石 0社 忠岡 1社								
		指標	女性社員の上手な活かし方を学べた参加者の割合							
	数値目標	16社	実績数値	6社	目標達成度	38%				
	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)	17	支援実績率	85%	満足度	72%	
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	③雇用・労働啓発セミナー 『“貢献する&結果を出す”をイメージした人材確保』をテーマに採用目的、採用と育成の関係や環境整備の説明が分かりやすく、受講者に人材確保のために、何をすべきかを伝えることができた。「限定社員制度」というトレンドを取り上げることで、経営者だけでなく社員の受講者も多くみられ、「限定社員制度」というトレンド情報を提供することができた。								
		※支援企業数内訳 泉大津 11社 和泉 0社 高石 3社 忠岡 3社								
		指標	雇用管理のポイントを理解できた参加者の割合							
	数値目標	16社	実績数値	12社	目標達成度	75%				
成果の代表事例	参加した食品製造業の会社に対して、働き方改革への対応の強い意識づけを行うことができた。この会社では従業員がほとんど女性であり、女性が働きやすい環境を提供したいと意識が向上した。また働き方改革と同時に工場内での整理整頓、HACCPを取り入れた製造工程作成に意欲を見せた。									
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)	受講者は人手不足、長時間労働の改善など共通の課題を抱えているが、問題の深さは差異があり本セミナーだけでは働き方改革に着手、更なる推進ができた事業者もあるが、取り組めない事業者も存在した。雇用・労働問題は段階的に分けることができることから、次年度以降については、個別相談で支援を行っていく。								