

# 令和3年度（2021年度） 事業実績報告書

## 1. 申請者の概要

申請者	団体名	池田商工会議所
	代表者職・氏名	会頭 池田吉清
	所在地	〒563-0025 池田市城南1-1-1
	担当者	職・氏名 中小企業相談所長 岩尾 俊明
	連絡先	TEL（直通）： 072-751-3344 Fax： 072-751-3876 E-mail： <a href="mailto:soudansho@ikedacci.or.jp">soudansho@ikedacci.or.jp</a>
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）		昭和30年3月31日  <b>6名</b> （経営指導員 <b>5名</b> ）（令和4年4月1日現在）  池田市  <b>3,647</b> （平成28年経済センサスによる） <b>2,358</b> （平成28年経済センサスによる） <b>1,206</b> （令和4年4月1日現在 組織率 <b>33.1%</b> ）  ※②、④、⑤、⑥については直近の数字を記載すること
□主な事業概要（定款記載事項等）		
(1)商工会議所としての意見を公表し、これを国会、行政庁等に具申し及び建議すること。 (2)行政庁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行うこと。 (4)商工業に関する情報及び資料の収集又は刊行を行うこと。 (5)商品の品質及数量商工業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。 (6)輸出品の原産地証明を行うこと。 (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。 (8)商工業に関する講演会及び講習会を開催すること。 (9)商工業に関する技術及び技能の普及又は検定を行うこと。 (10)博覧会見本市等を開催し及びこれらの開催のあつ旋を行うこと。 (11) 商事取引に関する仲介及びあつ旋を行うこと。 (12) 商事取引の紛争に関するあつ旋調停及び仲裁を行うこと。 (13) 商工業に関して相談に応じ及び指導を行うこと。 (14) 商工業に関して商工業者の信用調査を行うこと。 (15) 商工業に関して観光事業の改善発達を図ること。 (16) 旅行業法に基づく旅行業 (17) 社会一般の福祉の増進に資する事業を行うこと。 (18) 行政庁から委託を受けた事業を行うこと。 (19) 前各号に掲げるものの外、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。		

## (1) 事業の目標

## 1. 個性的で魅力あふれる商業者育成

コロナ禍により地域への消費回帰が起きていることをふまえ、小規模事業者が本来持つ自らの強みを活かし、個性的で魅力あふれる「小さくともキラリと光る」経営に変えていく商業者の育成を目標とする。経営環境の変化をチャンスととらえる意識改革を促すとともに、新たな需要にきめ細かく対応できる対応力を強化し、それぞれの個性と魅力を磨き上げて、魅力ある店づくり、地域のニーズに対応した品揃え、商品開発、サービス提供のできる事業者の育成を図る。

## 2. 小規模事業者の経営基盤の強化

域内の小規模事業者は、昔からの成り行き任せの経営姿勢で事業をしている事業者がまだまだ多く、コロナ禍をきっかけとして構造変化が今後加速度的に進むことが予想されることから、小規模事業者が本来持つ強みを発揮できるよう土台となる経営基盤の強化を目指す。需要を見据えた計画的な経営への転換を働きかけ、経営者の意識改革を促すとともに、財務分析・資金繰り計画・金融支援等による財務基盤の強化、在庫管理・予約管理等のクラウド化による業務効率化、マーケティング・販路開拓等による売り手と買い手のつながりの深化、災害リスクを回避するための事業の強靱化を図る。

## 3. 創業・事業承継による新陳代謝の促進

地域経済の活性化を図るため、創業を人生の新たな働き方として選択する創業関心者を増やすとともに、創業希望者→創業準備者→創業者へと創業に向けてスムーズなステージアップを支援し、新たに市場に参入する創業を増やす。また、今後は経営者の高齢化にコロナの影響が加わり、廃業が増加する懸念があることから、持続可能な事業形態への転換（ダウンサイジング）の推進、円滑な事業承継への移行支援を継続して進める。

## (2) 事業を実施した具体的な内容、方法及び工夫した点

## 1. 個性的で魅力あふれる商業者育成

新型コロナの収束が見えない中ではあるが、消費の地元回帰が進んでいることをチャンスと捉え、果敢に挑戦する小規模事業者の背中を押し、伴走型できめ細かな経営支援を行った。地域での存在感を高めるため、「小さくともキラリと光る」魅力ある商品やサービスを動画等により広報、販路開拓に資する支援を行った。地域活性化事業「経営革新支援事業」では小規模事業者の経営革新計画の策定を支援し、経営革新による事業の強化を図った。同じく「デザイン思考・マーケティングを活用した地域中小企業支援事業」では顧客の声を集め、顧客ニーズに合わせた新商品やサービスの開発を支援した。

## 2. 小規模事業者の経営基盤の強化

セーフティネットの強化を行い、金融支援による無利子無担保融資実行、府時短協力金・国の支援金等の施策普及に努めた。営業収益によらない財務基盤は脆弱性があることから、利益が出せるよう、コストのスリム化を目的とした財務分析支援などを中心に経営体質強化につながる支援を行った。また、地域活性化事業「サービス事業者のための販路開拓・生産性向上支援事業」では、巣ごもり需要を捉えるためネット販売の構築支援や生産性向上を図るバックオフィス業務の効率化支援を行い、小規模事業者のIT利活用の促進に寄与した。同じく「BCP普及啓発事業」では災害リスクに加え、新型コロナウイルスによる事業停止・縮小リスクに対する早期復旧を目的としたBCP策定支援を行った。

## 3. 創業・事業承継による新陳代謝の促進

新型コロナ禍においても当地域における創業機運は高まっている。産業競争力強化法による特定創業支援を行政、金融機関等と連携し、重点的に行った。若い女性の創業相談が近年増えていることから地域活性化事業「創業促進事業」において、いけだ女性創業チャレンジコンテストを実施した。優れたビジネスアイデアをもつ創業準備者、創業者を発掘、ビジネスモデルの構築に向けた支援を行った。また、創業スクール等を実施し、創業の基礎的知識の習得を支援した。事業承継支援については各事業者の状況を整理し、事業承継準備の促進につながる支援を行った。

### (3) 事業を実施した効果、所管地域の活性化の状況

#### 1. 個性的で魅力あふれる事業者の育成

国の認定経営革新等支援機関として、厳しい環境に挑む小規模事業者の事業の強化に向けた取組への事業計画策定、実行に向けた支援を行った。新型コロナの影響により財務基盤が弱く、事業への投資が課題となっている事業者は補助金を活用し、新事業展開や新たな販路手法に取り組んだ（事業再構築補助金採択件数5件、小規模事業者持続化補助金一般型・コロナ型採択件数27件）。イベント等の開催が制約される中、国の経営発達支援計画に基づく販路開拓支援として、動画による商品・サービスの地域での認知度向上、販売促進につながる広報を50社に対し実施。総視聴数は約7,000件となり、視聴した消費者が来店に至るケースも増えている。

#### 2. 小規模事業者の経営基盤強化

地域経済団体としてのセーフティネットの強化に取り組んだ。無利子無担保融資による迅速な資金確保支援等により、小規模事業者の休業・廃業件数の増加を当所会員ベースではあるが、抑えている。（日本政策金融公庫への無利子・無担保融資推薦・紹介件数34件、融資実行件数32件）。新型コロナの収束が見えない状況が続く中、アメリカ政策金利の上昇による円安がもたらす原材料価格の上昇、ウクライナ情勢による原油価格の高騰による物流コストの増加など事業収益を圧迫する要因が小規模事業者にも影響を及ぼしていることから、コストのスリム化を目的とした財務分析により、コストへの意識がより醸成された。生産性向上にITがどのような役割を果たすのか小規模事業者に「気づき」を与えることができ、低コストでの導入が可能なクラウドサービスの利用を促すことができた。また、BCP策定を通して新型コロナ禍においても事業存続を諦めない強い意識づけを行うことができた。

#### 3. 創業・事業承継による新陳代謝の促進

創業希望者や創業準備者への特定創業支援により、創業への様々な不安を減らすことができ、創業までの段階的なステージアップが行えた。いけだ女性創業チャレンジコンテストでは43名の応募があり、創業を志す創業希望者、創業準備者の発掘を行うことができた。コンテストを通じて、女性の社会進出による共働き家庭の増加、結婚・育児などライフイベントにより、務めてきた職場を離れることを余儀なくされた女性が自身のスキルを活かす場を求めているニーズを深く捉えることができた。地域の創業支援機関としての当所の役割を広く知ってもらうことができ、創業相談の増加が今後も期待できる。

### (4) 事業を実施した結果浮かび上がった課題

新型コロナやウクライナ情勢などの外部環境が小規模事業者に与える影響は大きい。財務基盤の弱い小規模事業者にとって市場で生き残るためには生産性向上や業務効率化による事業強化はこれまでに以上に欠かせなくなっている。支援機関である当所においても、小規模事業者から求められる経営支援のレベルが上がっていることから、経営指導員の支援レベルの向上、高度な経営課題解決を支援するための広い専門家ネットワークの構築が課題となっている。

### (5) 次年度の取り組み

厳しい経営環境は今後も続くことが想定される。無利子無担保融資の据置期間が終了し返済が開始される事業者が増えてくることから、セーフティネットの強化を図り、引き続き小規模事業者の資金繰りを支えるための各種経営支援を実施していきたい。また、来年10月からは消費税インボイス制度が開始される予定であり、区分経理など消費税への対策準備が必要となる。レジ会計などバックオフィスのIT化に向けた支援も充実させていきたい。当地域のまちの賑わいへの小規模事業者の役割は大きい。経営に寄り添い「頼れる存在」として、経営課題解決に役立つきめ細かい支援を今後も継続して実施する。

### 3. 経営相談支援事業・専門相談支援事業 池田商工会議所

I 経営相談支援事業					
支援のポイント・成果					
<p>新型コロナや原油価格高騰に係わる経営相談窓口を設置し、無利子無担保融資等の国の支援策が滞りなく小規模事業者の資金繰りの支えとなるよう、ワンストップで迅速な金融、資金繰り支援を行った。現状においては資金繰りが安定しており、会員ベースでは休業・廃業件数の増加はない。巣ごもり需要、地元への消費回帰の機会を捉え、営業収益を向上させることは長期的な財務基盤の強化に欠かせないことから、自店の商品・サービスの「ウリ」を伝える動画による広報、販路開拓支援を実施し、小規模事業者の新規顧客開拓に寄与した。売上の改善だけでなく、利益確保のため、現状の財務状況の把握、コストのスリム化のための財務分析支援を実施した。</p> <p>創業支援では産業競争力強化法による特定創業支援を各支援機関と連携し、実施した。約7割が女性の創業相談であり、女性が相談しやすい体制を整えるため、できる限り女性の経営指導員を創業支援に充てた。創業者からは「創業の悩みを相談しやすい」などの声をいただいている。</p> <p>代表事例：ヘアカラー専門店の新事業を支援</p> <p>新型コロナ感染症の影響により、ヘアカラー専門店の来店者数が減少し、業績が下がる。売上改善のための新事業としてヘッドスパ事業を始める。きっかけは顧客から「気持ちよかった」「リフレッシュできた」と好評を得ていたシャンプーサービスであった。コロナ禍において、通常と違うストレスを抱える人が増える中、ヘッドスパは頭・脳をリラックスし、血行を良くする作用があることから利用者のストレス解消につながった。新事業展開にあたっては不安を多く抱えていたが、当所経営指導員が寄り添い、励ましながら新事業の計画を共に作成、事業再構築補助金の採択も受け、自信をもって事業に取り組んでいる。事業のスタートアップ期を支えるため、今後資金繰り支援など多面的に事業を支援していき</p>					
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	330	322	97.6%	4
支援機関等へのつなぎ	支援数	1	1	100.0%	2
金融支援（紹介型）	支援数	35	33	94.3%	4
金融支援（経営指導型）	支援数	25	21	84.0%	4
マル経融資等の返済条件緩和支援	事業所	0	0		1
資金繰り計画作成支援	事業所	6	8	133.3%	4
記帳支援	事業所	60	63	105.0%	4
労務支援	支援数	65	70	107.7%	4
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	120	120	100.0%	5
販路開拓支援	支援数	95	99	104.2%	5
事業計画作成支援	支援数	40	40	100.0%	3
創業支援	事業所	70	69	98.6%	5
事業継続計画（BCP）作成支援	事業所	0	10		3
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	96	106	110.4%	4
5S支援	事業所	15	13	86.7%	3
IT化支援	事業所	2	2	100.0%	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	10	9	90.0%	3
災害時対応支援	事業所	35	38	108.6%	3
フォローアップ支援	事業所	0	0		1
結果報告	事業所	330	322	97.6%	4

## II 専門相談支援事業

### 支援のポイント・成果

小規模事業者が抱えている個別の経営課題のうち、経営指導員の知見だけでは対応できない高度な経営課題について、ワンストップで迅速に対応できるよう法律・労務・金融・税務等課題に適した専門家を設置、経営課題の解決に取り組んだ。

**40**件と増加している税務相談については税理士会豊能支部と連携し、複雑な軽減税率に対応した消費税申告も含めて指導を行ったことで適正な税務申告に寄与できた。

今年度は小規模事業者の**IT**利活用の苦手意識が生産性向上、業務効率化が進まない要因となっていることから、**IT**専門家と連携し、**IT**相談会を定期的を実施した。小規模事業者からは顧客管理システムや予約システムの導入など様々な相談が寄せられ、**IT**の利活用が進んだ。

事業名	新規/継続	指標	目標数値	実績数値	達成率	事業評価
法律相談	継続	相談日数	<b>7</b>	<b>7</b>	<b>100.0%</b>	<b>3</b>
労務相談	継続	相談日数	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>100.0%</b>	<b>3</b>
税務相談	継続	相談日数	<b>9</b>	<b>9</b>	<b>100.0%</b>	<b>5</b>
金融相談	継続	相談日数	<b>9</b>	<b>5</b>	<b>55.6%</b>	<b>3</b>
専門家相談	継続	相談日数	<b>26</b>	<b>30</b>	<b>115.4%</b>	<b>4</b>

Ⅲ 地域活性化事業										
支援のポイント・成果										
<p>地域活性化事業は経済産業省に認定を受けた経営発達支援計画に基づき、面的に小規模事業者の持続的発展を支援することで地域経済の活性化を図ることに主眼を置いている。新型コロナの感染数状況に応じて、セミナーやグループワークをオンラインとのハイブリッド方式で開催するなど柔軟に変更しながら実施した。感染防止を図るため、人数制限を設けた実施事業もあったが、全ての事業を中止することなく、実施できたことは事業者の経営基盤の強化や参加事業者同士の人的ネットワーク構築による、事業の発展につながった。</p> <p><b>「創業促進事業」</b>            創業支援セミナーや創業スクールを通して、創業者を掘り起こしと、事業知識の習得や参加者間のネットワークの構築を行うことができ、創業準備に向けた取組を後押しすることができた。女性創業者・創業準備者を対象に実施した「いけだ女性創業チャレンジコンテスト」では<b>43名</b>の応募があり、それぞれの事業アイデアについて、事業化に向けた一歩をふみだす創業支援を実施することができた。</p> <p><b>「デザイン思考・マーケティングを活用した地域中小企業支援事業」</b>            ユーザー視点に立った商品・サービスの改良・開発を目指し、ブランディングやマーケティング、プロモーションなど多岐にわたる支援を実施した。参加事業者はブランド強化や新規顧客開拓など積極的に取組む姿勢を身につけることができた。</p> <p><b>「サービス事業者のための販路開拓・生産性向上支援事業」</b>            顧客データを活用したECサイトの戦略的な使い方、作業効率を高めるためのクラウドアプリ導入など業種ごとに、どのように進めていけばよいのか進むべき方向が明確になったと思われる。コロナによる事業への影響も事業者のIT化の後押しをしており、IT活用に動き出す事業者の一助となった。</p> <p><b>「BCP普及啓発事業」</b>            事業を取り巻く様々な災害リスクに備えるBCPやBCMの重要性について、参加事業者の理解を深めることができた。コロナ禍において、これまで以上に事業復旧に向けた意識も高まった。当市の地理的な災害リスクを認識することができ、BCPを基に各事業者が不測の事態に備えた準備を進めるとと思われる。</p> <p><b>「経営革新支援事業」</b>            経営革新計画の策定は参加事業者にとって自社の現状を分析し、今後の新事業展開を考えるよい契機となった。また、コロナ禍において、自社の「強み」を活かして新事業に取り組みたいという意欲的な事業者を創出することができ、今後、経営革新計画申請も視野に入れた準備が進むと思われる。</p>										
(1) 単独事業										
府施策連携	事業名	総支援企業数		支援実績率	利用者満足率	目標の指標				事業評価
		計画	実績			項目	目標値	実績	達成率	
○	創業促進事業	45	64	142.2%	92.2	創業・創業予定者数	5	13	260.0%	5
○	デザイン思考・マーケティングを活用した地域中小企業支援事業	18	19	105.6%	94.7	新しい商品・サービスの企画開発や既存商品・サービスの改良、ブラッシュアップに取り組みたい事業	80%	80%	100.0%	4
○	サービス事業者のための販路開拓・生産性向上支援事業	32	24	75.0%	95.8	ECサイト開設もしくはアプリケーションの導	100%	100%	100.0%	3
○	BCP普及啓発事業	15	12	80.0%	83.3	BCP策定事業者の割合	100%	90%	90.0%	3
(2) 広域事業（幹事業のみ）										
府施策連携	事業名	総支援企業数		支援実績率	利用者満足率	目標の指標				事業評価
		計画	実績			項目	目標値	実績	達成率	
○	経営革新支援事業	26	25	96.2%	96.0	経営革新計画申請を希望する事業者数	3	3	100.0%	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。

池田商工会議所

事業名	創業促進事業
想定する実施期間	H21 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
事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	<p>令和2年2月以降の新型コロナウイルス感染症の経済に対する影響は誠に甚大であり、創業者も例外ではない。日本政策金融公庫総合研究所「2020年度新規開業実態調査」(2020年11月19日発表)によると、新型コロナウイルス感染症によるマイナスの影響を「受けた」創業者は、<b>80.2%</b>に上がることがわかる。一方で、創業者に占める女性の割合は<b>21.4%</b>と過去20年で一番高い水準となっており(日本公庫同調査)、今後も女性創業者の活躍範囲は拡大していくものと想定される。令和3年度以降も続くであろうコロナ禍による経済低迷の中で、ウィズコロナ時代でも展開可能な新たなビジネスモデルのアイデア出しや、女性起業家への支援体制の確立等、創業者にとって希望を感じられる事業を推進し、創業を後押ししていくことが今後の中長期的な地域経済発展の要になるものと考えられる。</p> <p>本事業では、当所管内地域初の女性起業家コンテストを実施し、当日までの創業セミナー、登壇者向けの個別支援、当日の交流事業までトータル的に支援することで、創業機運の醸成、環境変化に対応した持続可能な事業計画の作成・ブラッシュアップ、プレゼンテーション力の向上、創業者同士のネットワーク形成に結び付ける。更に性別・世代を問わず創業準備者・創業間もない方向けの創業スクールを実施し、創業に必要な具体的知識の提供および創業者のネットワーク形成を図る。</p>
支援する対象 (業種・事業所数等)	<p>&lt;人材育成型&gt;池田市内の創業希望者あるいは創業5年以内で、ビジネスアイデアを実現したい女性</p> <p>&lt;ハンズオン型&gt;池田市内の創業希望者あるいは創業5年以内で、ビジネスアイデア実現のために具体的な取組みを始めた女性</p> <p>&lt;独自提案型&gt;創業希望者あるいは創業5年以内でビジネスプランの評価の場を求めている者、創業やビジネスプラン作成に関心がある者で、業者間の交流を希望する者</p> <p>&lt;人材交流型&gt;池田市内の起業準備者、起業して間もない者で、創業のノウハウや知識を体系的に学びたいと考えている者</p>
事業の概要	<p>1. 「いけだ女性創業チャレンジコンテスト」プレセミナー &lt;人材育成型&gt; 創業希望あるいは創業5年以内で、ビジネスアイデアを実現したい女性を対象に、後述の「いけだ女性創業チャレンジコンテスト」に向けたプレセミナーを集合型とオンラインのハイブリッド方式で開催。ビジネスアイデアをビジネスプランに引き上げるきっかけを与え、創業の基礎知識や事業計画策定の基本について学びを提供できた。(2H×1回) ■実施日・テーマ: <b>8/19(木)</b> 「創業支援セミナー～ビジネスアイデアの出し方・磨き方を知って一歩踏み出すセミナー～」</p> <p>2. 「いけだ女性創業チャレンジコンテスト」ファイナリスト個別支援 &lt;ハンズオン型&gt; 「いけだ女性創業チャレンジコンテスト」の書面審査を通過した者を対象に、事業計画のブラッシュアップおよび経営者に必要な自社事業のプレゼンテーション能力向上のための集中個別支援を対面型とオンラインのハイブリッド方式で実施した。個別の課題解決を専門家が支援することで、具体的な準備や対策実行を促進させることができた。(5社)</p> <p>3. 「いけだ女性創業チャレンジコンテスト」&lt;独自提案型&gt; 創業希望あるいは創業5年以内でビジネスプランの評価の場を求めている者、創業やビジネスプラン作成に関心がある者で、業者間の交流を希望する者を対象に、「いけだ女性創業チャレンジコンテスト」を開催した。前半はコンテストのファイナリストによるビジネスプランの発表を行い、創業やビジネスプラン作成に関心がある者は一般参加者として聴講する。後半は登壇者や一般参加者が交流できる時間を設けることで、創業者・創業希望者の横のつながりを作り、創業に対する意識改革を促すことができた。(3H×1回) ■実施日:<b>11/30(火)</b></p> <p>4. 創業スクール &lt;人材交流型&gt; 創業準備者、創業後間もない方までを主な対象に創業スクールを開催。新型コロナウイルス感染症が再拡大してきたことから、期間の途中より集合形式に加えオンラインによるリアルタイム配信と後日限定配信を並行して行った。専門家の指導のもと、経営・財務・人材育成・販路開拓等、創業に必要な幅広い知識の習得を支援した。グループディスカッション、グループワーク等を重視して受講者同士の交流を促すことで、創業のモチベーションを相互に支え合うコミュニティ形成を図った。先輩創業者の体験談を聞き交流することで、創業の実態を認識し実現可能性の高いビジネスプラン作成の意識を高めることができた。スクール最終日にはビジネスプラン発表会を行い、各自の創業計画を共有した。(5H×4回)</p>
実施時期・具体的な内容及び事業手続	

■実施日・テーマ：

第1回 1/15(土)

「経営者の自分が目覚める！アイデア探しディスカッション」 「先輩創業者体験談」  
 「環境変化にも対応できる事業コンセプトを考えよう」

第2回 1/29(土)

「求人から人材育成・定着まで 目からウロコの労務基礎知識」  
 「お客様を増やすためのノウハウ！チラシ・ショップカードの作り方」

第3回 2/12(土)

「ウィズコロナ時代の集客の味方！WEB・SNSのリアル活用術」  
 「苦手意識とサヨナラ！創業を目指す方のための会計業務基礎」

第4回 2/26(土)

「すっきり解明 資金計画の作り方 金融機関の資金調達のポイント」  
 「ビジネスプラン発表会・総まとめ」



		<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		大阪府商工労働部商業・サービス産業課新事業創造グループと連携し、大阪府の創業者向け支援施策の紹介や、大阪起業家グローイングアップ事業の推薦機関として事業への参加を呼び掛けた。							
②広域連携									
③市町村連携		池田市と連携し、市報での開催案内等参加者募集案内をした。またスクール受講者で池田市市内での開業を希望する者に対して、池田市が主幹であり当所が参画している産業競争力強化法 特定創業支援の申請書発行を行った。							
④相談相乗		本事業への参加事業者についての個別具体的な課題に対し、経営指導員による相談支援を実施することで、事業所に対する総合的な支援を行えた。カルテ化事業所数 <b>48</b> 件							
計画に対する実績（数値）		総支援企業数(計画)	<b>45.0</b>	総支援企業数(実績)	<b>64.0</b>	支援実績率	<b>142.2%</b>	満足率	<b>92.2%</b>
事業全体の実績／目標達成度	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	創業スクールを開催し事業アイデアの明確化のための考え方や経営・財務・労務・マーケティング等、起業に必要な幅広い知識の提供したことにより、受講者が事業の基盤となる基本知識を身に付け、事業コンセプトの検討等を行い、具体的な創業ステージを上げることができた。回数を重ねる毎に受講者同士の仲間意識が芽生え、最終回にはビジネスプラン発表会を行ったことにより、相互の触発で事業化の実現へ向け励まし合う良い関係が築けた。							
	代表指標	創業・創業予定者数							
	数値目標	<b>5</b>	実績数値	<b>13</b>	目標達成度	<b>260.0%</b>			
	成果の代表事例	男性の足から取った足型を使用して、サイズの大きなパンプスを受注・販売する事業を令和元年 <b>12</b> 月に創業。トランスジェンダーなど靴のサイズに悩みを抱える方を主なターゲットとしつつ、女性で足が大きい方もターゲットに含んでいる。 創業してパンプスも製造できる体制になったが新型コロナウイルス感染症の影響で商品を知ってもらうイベントなどが中止となり売上が上がらず悩んでおり、自社や自社商品を少しでも多くの人に知ってもらいたいとの思いで、「いけだ女性創業チャレンジコンテスト」に応募した。セミナーに参加し自身の事業計画を見直し、ハンズオン支援で商品や事業の見せ方、ストーリーの伝え方について力をつけたうえでコンテストに出場したところ、社会貢献性や将来性が評価され最優秀賞を受賞することができた。コンテストの様子は地元テレビ番組でも取り上げられ、自社事業が世間一般に広まるきっかけとなった。							
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)	今回、独自提案型として行った「いけだ女性創業チャレンジコンテスト」を目玉として、チラシを市内全戸配布したところ、 <b>43</b> 名の応募者があり、潜在的な創業希望者を掘り起こすことができた。その結果全体的に目標値を超える実績数値となった。反省点としては、コンテストは前半にファイナリストによるプレゼンテーション、後半に交流会を行い、交流会では創業に関心のある当日観覧者とファイナリストや観覧者同士の相互交流を予定していたが、コンテストの流れからファイナリストのみに関心が多く集まり、観覧者の横同士の交流が十分ではなかった。このことから、次年度は創業者が全員、立場の違いなく交流できる場を作り、相互の情報交換を促していきたい。							

【別紙】複数の事業目標を設定している場合は、別紙に事業目標毎の実績／達成度をご記入ください。

実績／達成度①	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	14.0	支援企業数(実績)	24.0	支援実績率	171.4%	満足率	83.3%
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	創業コンテストに関心を持つ創業者、創業希望者をターゲットにビジネスアイデアをビジネスプランに引き上げるためのポイントや事業計画書の書き方などをレクチャーしたことで、創業を夢から現実的な計画にする一歩を後押しすることができた。自己紹介の時間を設けたことにより、コロナ禍の創業で孤独を感じていた受講者に同じ創業ステージの仲間がいることを実感してもらうことができた。							
		指標	創業時の事業計画の重要性を意識できた受講者割合						
	数値目標	80%	実績数値	100%	目標達成度	125.0%			
その他目標値の実績	目標値（計画）		目標値（実績）		目標達成度				
実績／達成度②	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	5.0	支援企業数(実績)	6.0	支援実績率	120.0%	満足率	100.0%
	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）	創業コンテストのファイナリストの事業計画書作成を個別支援したことで、自身のビジネスプランを実現可能性の高いプランへとブラッシュアップすることができた。更にプレゼンテーション資料の作成と表現方法まで支援したことで、切り口や構成、ビジュアルや話し方のトーンなど、他者に伝わりやすく、自社の魅力を最大限に発信する方法について深く知り、共感や支援を得られるようなプレゼンテーション能力を身につけることができた。							
		指標	プレゼンテーション資料の完成						
	数値目標	5	実績数値	6	目標達成度	120.0%			
その他目標値の実績	目標値（計画）		目標値（実績）		目標達成度				
実績／達成度③	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	15.0	支援企業数(実績)	15.0	支援実績率	100.0%	満足率	93.3%
	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）	登壇者のビジネスプラン発表を聞くことにより、創業への意欲や想いに触発を受け自身の創業に対する関心がより深まった。交流タイムに同じ創業者同士で意見や情報を交換することにより、ネットワーク作りやビジネスマッチングのきっかけとなった。							
		指標	交流を通して創業への意欲がより高まった受講者割合						
	数値目標	85%	実績数値	100%	目標達成度	117.6%			
その他目標値の実績	目標値（計画）		目標値（実績）		目標達成度				
実績／達成度④	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	11.0	支援企業数(実績)	19.0	支援実績率	172.7%	満足率	100.0%
	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）	創業スクールを開催し事業アイデアの明確化のための考え方や経営・財務・労務・マーケティング等、起業に必要な幅広い知識の提供したことにより、受講者が事業の基盤となる基本知識を身に付け、事業コンセプトの検討等を行い、具体的な創業ステージを上げることができた。回数を重ねる毎に受講者同士の仲間意識が芽生え、最終回にはビジネスプラン発表会を行ったことにより、相互の触発で事業化の実現へ向け励まし合う良い関係が築けた。							
		指標	創業・創業予定者数						
	数値目標	5	実績数値	13	目標達成度	260.0%			
その他目標値の実績	目標値（計画）		目標値（実績）		目標達成度				

池田商工会議所

事業名		デザイン思考・マーケティングを活用した地域中小企業支援事業							
想定する実施期間		H31 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)	<p>新型コロナは事業者の経営に深刻なダメージを与えた一方で事業を持続させるための今後の販売戦略、商品・サービスの在り方について様々なヒントを与えた。資本力のある企業は資金を調達しながらポストコロナ・withコロナによる新たな需要を取り込むための新商品・サービスの開発・改良を行い、立て直しを図っている。中小零細企業においてもコロナ禍における経営環境は資本力のある企業と同じであるが、人的及び資金的余力が限られており、現状を乗り切ることに追われ、新しい需要開拓へのシフトが行われていない状況が散見される。</p> <p>これまで通り現状と変わらない商品・サービスの提供を続けていたのでは厳しい環境と目まぐるしい需要の変化に追いつけず市場からの退出を迫られる懸念があることから、本事業において中小零細企業の収益維持・増加を目的とした顧客需要の掘り起こしと新たな需要の開拓、マーケティング手法による整理分析、成長するための課題の見える化、顧客視点に立った商品・サービスの企画・開発・改良についての支援を継続実施していきたい。</p>							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	<p>①企業交流会 厳しい経済環境の中、自社の強みを活かしながらブランド力強化に取り組んでいる企業で、新たなアイデアを取り入れながら他社と連携して顧客に支持される商品・サービスを地域市場に提供していきたい企業。</p> <p>②新商品・サービス開発・ブランド力強化ハンズオン(オンライン個社支援への切替有) マーケティング手法を活用し、自社の既存商品・サービスの改良、新商品・サービスの企画・開発、ブランド力やプロモーション力向上を図りたい企業。 【例】食品製造業(洋菓子店、和菓子店等)、製造業(家具製造業、印刷業、プラスチック製品製造業等)、情報サービス業、卸売業、宿泊業、飲食店、教育・学習支援業、専門・技術サービス業、生活関連サービス業(浴場業、旅行業等)など</p> <p>③商品・サービスブラッシュアップのためのグループインタビュー(オンラインインタビューへの切替有) コロナ禍、コロナ終息後における顧客需要の変化を捉え、自社の既存商品・サービスの改良、商品・サービスの開発、販売方法の見直しなどを行いたい企業。 業種は、オリジナル商品を製造・販売しており、おおむね30代・40代の女性を主要なターゲットとしている企業を想定する。 【例】食品製造業(洋菓子店、和菓子店等)、製造小売業(雑貨製造小売、家具製造小売等)等</p>							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>①企業交流会 【Will Can Mustから考えるこれからの事業展開 ワークショップ&amp;交流会】実施日：9月2日 各参加事業者がWill(やりたいこと) Can(できること) Must(求められること)の3つの視点から新たな事業アイデアについて模索した。参加者自身で実現できないアイデアについては、他事業者のノウハウなどを共有し、実現への可能性を広げた。</p> <p>②新商品・サービス開発・ブランド力強化ハンズオン 実施時期：8月～3月 中小企業診断士等専門家グループの支援を受けながら、自社の商品・サービス等の地域ブランドを高めるための取組を行った。出来ることをできるか検討した。自社の現状を分析し、商品・サービスの価値を高め、ユーザーに伝えるための施策を目標を定め実施、施策の結果を評価し、今後の方向性について検討した。</p> <p>③商品・サービスブラッシュアップのためのグループインタビュー 【ターゲット客の『本音』を聞き出そう!5社合同グループインタビュー】実施日：12月10日 5人のインタビューを集め、参加事業者の既存商品・サービスの感想や新たに開発する商品・サービスの試作物の意見を聞く。参加事業者は別室モニタールームにてインタビューの様子を観察し、自社の商品・サービスの改良・開発のヒントを得た。</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>大阪府産業デザインセンターと連携し、ブランディングにつながるデザイン総合相談、販売促進支援などの施策周知を行った。</td> </tr> <tr> <td>②広域連携</td> <td></td> </tr> <tr> <td>③市町村連携</td> <td></td> </tr> <tr> <td>④相談相乗</td> <td>地域でのブランド力強化等につながる継続的な各種経営相談支援を実施。カルテ化率88%</td> </tr> </table>	①府施策連携	大阪府産業デザインセンターと連携し、ブランディングにつながるデザイン総合相談、販売促進支援などの施策周知を行った。	②広域連携		③市町村連携		④相談相乗
①府施策連携	大阪府産業デザインセンターと連携し、ブランディングにつながるデザイン総合相談、販売促進支援などの施策周知を行った。								
②広域連携									
③市町村連携									
④相談相乗	地域でのブランド力強化等につながる継続的な各種経営相談支援を実施。カルテ化率88%								

	計画に対する実績(数値)	総支援企業数(計画)	18	総支援企業数(実績)	19	支援実績率	105.6%	満足率	94.7%
事業全体の実績／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>新型コロナウイルスの影響を受け、多くの参加事業者の事業が不安定となっている。厳しい経営環境の中においても、事業へのモチベーションの維持、新たな需要の開拓につながる取組を積極的に実施することが事業の持続化には重要であるということを全体の支援を通して、認識いただけた。各参加事業者がコロナ禍においても巣ごもり需要や消費の地元回帰といったチャンスをつかえ、商品・サービスの改良・開発による地域ブランド強化に取組む「きっかけ」を掴むことができたと思われる。</p>							
	代表指標	新しい商品・サービスの企画開発や既存商品・サービスの改良、ブラッシュアップに取り組みたい事業者の割合							
	数値目標	80%	実績数値	80%	目標達成度	100.0%			
	成果の代表事例	<p>ネイル、脱毛、フェイシャルエステ、飲食といった多岐にわたる事業を展開する参加事業者は、すべての事業において、新型コロナウイルスの影響による厳しい経営状況の中、事業の安定を図るための新たな取り組みを検討されていた。グループインタビューやハンズオン支援を通して、作業効率がよく、利益率も高い脱毛サービスについて、女性脱毛に加え、新たに男性脱毛サービスを開始された。ひげや両手・両足の脱毛についての新たな需要を取り込みつつある。合わせて、思春期の子供の脱毛についてもユーザーの健康上の不安を解消しながら取り組んでいかれている。</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>本事業と課題としては、グループインタビューにおいて、インタビュー後に情報を整理し、十分に把握するための時間が少なく、参加事業者が受け取った情報を十分に活かしきれていない可能性があることが想定された。次年度の取組としてはインタビューの内容について、情報を整理し、事業者の提供できる体制の構築が必要であると思われる。ハンズオン支援については、一部の事業者において、支援時間数を増やしてほしいとの声をいただいた。次年度の取組としては可能な限り、支援時間数の確保に取り組み、より充実した支援が実施できるように進めていきたい。</p>							

【別紙】複数の事業目標を設定している場合は、別紙に事業目標毎の実績／達成度をご記入ください。

実績／達成度①	計画に対する実績(数値)	支援企業数(計画)	8	支援企業数(実績)	9	支援実績率	112.5%	満足率	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)	本事業により、参加事業者は既存商品やサービスの拡充や新たな展開につながる新しいアイデアの発想方法について学ぶことができ、参加事業者とのネットワーク構築がアイデアの実現に効果的であることも認識された。今後の事業の方向性を決める上での参考となったと思われる。								
		指標	自社の強みを活かした相互連携による新たな商品・サービスの創出について『気づき』を得られた事業者の割合							
	数値目標	80%	実績数値	100%	目標達成度	125.0%				
その他目標値の実績	目標値(計画)		目標値(実績)		目標達成度					
実績／達成度②	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%	満足率	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)	新型コロナウイルスの影響を受けながらも事業に積極的に取り組み、発展させていきたいという想いを形にするための個社支援を実施することにより、具体的な方策について参加事業者に提案することができ、参加事業者はできる範囲での商品・サービスのブランディングやプロモーションなどの取り組みを行うことができた。成果として結びついた事例もあり、事業モチベーションの向上や果敢に挑戦する原動力を育むことができた。								
		指標	新しい商品・サービスの企画開発や既存商品・サービスの改良、ブランディングに取り組む事業者の割合							
	数値目標	80%	実績数値	80%	目標達成度	100.0%				
その他目標値の実績	目標値(計画)		目標値(実績)		目標達成度					
実績／達成度③	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%	満足率	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)	各参加事業者のターゲット層に近いインタビューより、商品やサービスについての意見を広く聞くことができた。事業者が思い描く商品やサービスについての価値がユーザーの視点では一致しているところもあれば異なっていることも理解することができたと思われる。ユーザー視点に立った商品・サービスに近づけていくにはどのようにすればよいのか、ヒントを得ることができ、商品・サービスの改良・開発の参考となった。								
		指標	新しい商品・サービスの企画開発や既存商品・サービスの改良、ブラッシュアップに取り組む事業者の割合							
	数値目標	80%	実績数値	80%	目標達成度	100.0%				
その他目標値の実績	目標値(計画)		目標値(実績)		目標達成度					

池田商工会議所

事業名

サービス事業者のための販路開拓・生産性向上支援事業

想定する実施期間

R3 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

事業の目的  
(現状や課題をどのような状態にしたいか)

現在、コロナショックによってサービス事業者の業績は危機的な状況にある。大企業や中小企業の中にはECサイトやデリバリーサービス等を導入し、非対面型ビジネスによる生産性向上を行っているが、中小零細企業にはIT専門の部署がなく、経営者や総務が一括して担当しているケースが多い。中小零細、小規模事業者の大半がIT人材不足に直面しており、IT弱者やITリテラシーが低い人が担当になっている。そのため、導入にあたっては、知識・経験がないだけでなく、通常業務があるため新しいものを取り入れる時間も費用も負担がかかっており、遅々として進んでいないのが現状である。

コロナ禍において販売手法の見直しやデータに基づく販売戦略、業務効率化に不可欠なIT導入に注力しなければ、販路開拓（商品・サービス等のPR動画配信、ECサイト）や受発注にかかる在庫管理、POSデータを活用した需要予測（天候データ、顧客情報の一元化）に対応できず、サービス産業の活性化（売上増加）、生産性向上（業務効率化）が見込めない。サービス提供プロセスの改善や新規顧客層への展開を行うにあたっては少しずつできることから「サービス産業チャレンジプログラム」に合ったIT導入支援を行い、サービス産業における取引件数の増加による売上増加、およびベストプラクティスによる生産性の向上を経営者が実感してもらえるようにしたい。

支援する対象  
(業種・事業所数等)

飲食業、小売業を中心としたBtoCのサービス事業者及びBtoB業者。今後も続くであろうコロナ禍の中での非対面型ビジネスモデルへの転換やITを活用した業務の効率化を考えられている事業所。

事業の概要

実施時期・具体的な内容及び事業手法

- ①【人材育成型】  
「ネットショップ入門セミナー」実施日：3月4日（2H×1回×12社）  
非対面型ビジネスとして最も有力なECサイトについて出店から運用までを学ぶ内容として、ECとはなに？から始まり、ECモールとECサイト、ECアプリの違いと特性（利用料、決済手数料、メリット、デメリット等）について分かりやすく説明を行った。また、集客・購買率向上につながる戦略テクニカルな部分（ブランド戦略、経営戦略、マーケティング）、WEBのテクニカル（サイト構築、写真、SEO）部分について学び、取組にあたってのポイントを理解を促した。
- ②【人材育成型】  
「生産性向上のためのクラウド活用セミナー」実施日：3月25日（2H×1回×10社）  
中小零細企業における生産性向上につながるSaaSを活用した会計、バックヤード処理、勤怠管理、受発注等のクラウドサービスについて、事例発表などを行い、その機能を説明した。業種や規模によって、活用するSaaSは異なることから自社が抱える生産性向上の課題について、考える「きっかけ」を与え、課題解決を図るための活用方法について理解を促した。
- ③【ハンズオン型】（2社）  
ECサイト構築もしくはアプリケーションの導入にあたっての支援  
コロナを「きっかけ」とした新たな顧客ニーズに対応するためのECサイト構築・活用の強化に向けた支援を行った。ユーザー視点に立った販売戦略、受注に対応できるよう工程の見直しなどについて個社支援を通して、解決を図った。

<事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載>

①府施策連携	大阪府 商工労働部 中小企業支援室 商業・サービス産業課 新事業創造グループと相談し、セミナー内容、日程等の確認を行った
②広域連携	
③市町村連携	
④相談相乗	

計画に対する実績（数値）

総支援企業数(計画)	32.0	総支援企業数(実績)	24.0	支援実績率	75.0%	満足率	95.8%
------------	------	------------	------	-------	-------	-----	-------

事業 全体 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>ネットショップ入門セミナーでは新型コロナウイルス感染症の影響により、非対面型ビジネスの需要は大きく、特に飲食店の多くはウーバーイーツや出前館などのデリバリー販売のために掲載料を支払ってECサイトを構築されている。そのサイト内でデリバリー(宅配)かテイクアウト(持ち帰り)も選択注文は可能だが、テイクアウトの部分は自社の注文サイトで行いたいという飲食店が増えつつある。今回のセミナーに参加され、自社ホームページ内にBASE等を使ったECサイトを構築してみたいとの相談があった。既に取り組んでいる事業者もおられたが、1つの画面に似たような選択肢が2つあることでテイクアウトまでいかず、最終営業時間内に電話で対応するという悩みを抱えておられていた。</p> <p>物品販売業者の多くはショッピングモール型ECサイト(楽天市場、Amazon、yahooショッピング)を利用されているが、規制も多く、手数料も高いことから自社ショップ型(BASE等)を使ったサイト構築の機運が高まっていた。</p> <p>今回のセミナーを通して、自社ショップ型は数あるサイトか自社ショップへの導線が引きにくいことから、SEO対策のためのSNSの活用が不可欠であり、多くの参加者は両方を使いながら少しずつ自社ショップ型へ移行していくことが無難であるを気付かせることが出来た。また、SEO対策としてどのサイトがインスタグラムやLINE公式アカウントとの連動が取りやすいのか知らせることが出来た。</p> <p>クラウド活用セミナーでは、新型コロナウイルス感染症の影響によりテレワークの導入されている事業所が増えており、そのためのアプリケーションソフトが増えたため「いつでも・どこでも情報が共有できる」ことにより多様化したワークスタイルが可能になり、優秀な人材確保や離職抑制につながるメリットだけでなく、アプリケーションソフトを使うことで自動計算や自動登録等の機能や蓄積されたデータ活用についても利用できるように生産性の向上につながる仕組みを知ることが出来た。また、既にスマホでも使用できるアプリケーションソフト(google、ZOOM、グループウェア等)についても紹介され、その場でインストールしている受講者もおられ、IT活用に対する苦手意識を克服させることができた。</p>				
	代表指標	ECサイト開設もしくはアプリケーションの導入割合				
	数値目標	100%	実績数値	100.0%	目標達成度	100.0%
	成果の代表事例	飲食店においてウーバーイーツなどの「オンラインフード注文・配達プラットフォーム」を活用されているが、宅配以外のテイクアウト注文は自社のECサイトから申込できるサイトを構築できた				
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)	中小零細企業の自社型ECサイトの懸念事項として認知度が低いため、自社ホームページが検索サイトで引っかけられないケースが多く、なかなか売上に結び付けるのが難しいのが現状である。対応策としてはSEO対策を講じるためにSNSを活用した販促活動を積極的に配信していく必要があるが、商品の見せ方やライティング等の知識が乏しいことから今後は商品のブランディング化等の販促支援を行っていく。				

【別紙】複数の事業目標を設定している場合は、別紙に事業目標毎の実績／達成度をご記入ください。

実績／達成度①	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	15.0	支援企業数(実績)	12.0	支援実績率	80.0%	満足率	91.6%
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	【人材育成型】 EC（電子商取引）について知識を高め、自社での導入を検討できるようになる。また、今後はどのように魅せるのか、販売顧客データの活用方法についても戦略的に考えられるようになり、より顧客ニーズに合った商品販売を行うことが可能となる。							
		指標	ECサイト構築に向けてのヒントを得られた事業者の割合						
		数値目標	70	実績数値	79.1	目標達成度	113.0%		
その他目標値の実績	目標値（計画）		目標値（実績）		目標達成度				
実績／達成度②	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	15.0	支援企業数(実績)	10.0	支援実績率	66.7%	満足率	100.0%
	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）	【人材育成型】 様々なアプリケーションを知ることで、自社の中でどのような業務が効率化できるか検討、導入できるようになるだけでなく、導入後のデータを分析することでより業務の改善化が図れるようになる。							
		指標	クラウド活用に向けてヒントをひられた事業者の割合						
		数値目標	70	実績数値	90	目標達成度	128.6%		
その他目標値の実績	目標値（計画）		目標値（実績）		目標達成度				
実績／達成度③	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	2.0	支援企業数(実績)	2.0	支援実績率	100.0%	満足率	100.0%
	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）	【ハンズオン型】 ECサイト構築もしくはアプリケーション導入にあたって、ヒアリングを行うことで経営課題が抽出されるため、IT専門家のアドバイスによる支援を受けることで問題が解決するだけでなく、導入、運営までのタイムスケジュール等が明確化し、速やかに導入できるようになる。							
		指標	ECサイト開設もしくはアプリケーションの導入割合						
		数値目標	100%	実績数値	100%	目標達成度	100.0%		
その他目標値の実績	目標値（計画）		目標値（実績）		目標達成度				



池田商工会議所

事業名		BCP普及啓発事業						
想定する実施期間		R2 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)	近年起きている地震・台風・豪雨などの大規模災害は企業の経営活動に深刻な打撃を与えてきた。当市においては特に台風・水害の被害があり、事業継続に向けた災害への対応準備は必要不可欠となっている。特に令和2年に発生した新型コロナウイルス感染症による影響は宿泊業・飲食業を中心に多岐にわたる業種の事業運営に支障を与えており、未だ収束する気配がない状況である。このような状況下においても地震・台風・豪雨などの自然災害は待たないで降りかかるリスクであり、地域事業者の経営を支えていくためにも事業継続力強化支援に向けた取組みは一層の重要性を増している。当所では令和2年8月事業継続力強化支援計画の認定を受けており、池田市と共同で防災対策に向けたリスクの周知・BCP策定支援を行っている。事業継続力強化への経営者意識を高めることを目的に本年度も継続して災害リスクの周知とBCP策定の契機につながるとなるセミナーを実施する。						
	支援する対象 (業種・事業所数等)	事業規模的にBCP策定支援が進んでいない中小零細企業も経営者及び経営者に準じる経営判断ができる方（後継者等）						
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>■実施時期：令和3年秋頃実施予定</p> <p>■会場：池田商工会議所（またはオンライン）</p> <p>①【人材育成型】 「事例に学ぶ！セミナー 緊急時に強い会社・お店がやっていること」実施日：12月22日（2H×1回×10社） BCP策定に向けた入門セミナーを実施。想定される災害リスクについて各種災害事例や行政のハザードマップなどを用い、理解を促した。BCP策定サポートを行い、災害時における対応をヒト・モノ・情報・物流、調達・カネに分類・整理し、事業の早期復旧に向けた準備・対策について検討を促した。</p> <p>②【ハンズオン支援】（2社） BCPに取り組みたい企業に対し、個別フォロー（2回程度）を行い、BCPの策定を支援した。災害時の基本方針、危機管理体制、各部署の役割と担当、事業継続にかかわる重要業務、BCP発動の被害基準等について、災害リスクを想定しながら検討・策定を行った。</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>						
	①府施策連携	大阪府商工労働部 中小企業支援室経営支援課 経営革新グループと連携し、セミナー時配布資料として「超簡易版BCP『これだけは！』シート」・「災害EV車両案内」・「STOP！一斉帰宅案内」を提供いただいた。メルマガ配信						
	②広域連携							
③市町村連携	池田市へセミナー案内チラシ設置、池田市ハザードマップ提供							
④相談相乗	継続的なBCP策定支援を実施。カルテ化率60%							
計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	15.0	総支援企業数(実績)	12.0	支援実績率	80.0%	満足率	83.3%
事業全体の実績／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>セミナーでは近年、多発している災害（地震・台風・豪雨）リスクに関する事業継続計画の必要性について、被災地となった企業における被害額、対処方法について説明を行なった。その後、事業継続計画書の作成にあたって、池田市のハザードマップを活用し、参加事業所周辺地域における危険度を認識させ、自社内における作成する目的、優先順位の付け方、供給責任を果たすための対処方法について学習し、セミナー内において超簡易版BCP「これだけは！」シートの作成方法について説明を行った。</p> <p>また、直近で発生しているコロナウイルス感染症による感染症リスクについても超簡易版BCP『これだけは！』シートを用いて作成までの手順の説明も行った。</p> <p>アンケート結果においても多くの企業がBCPについて理解できたとの回答が多かった。</p> <p>ハンズオン支援においては事業継続計画書の作成において現状行っている状況についてヒアリング調査を行い、経営者が何も目的に計画を立案するのか、最優先事項は何かを把握し、早期復旧にかかる時間目標や指示系統、対策方法(発生時直後の初動対応および供給責任を果たすための代替案)について確認を行いながら事業継続計画書の作成を行った。</p>						
	代表指標	BCP策定事業者の割合						
	数値目標	100%	実績数値	90.0%	目標達成度	90.0%		

	成果の代表事例	セミナーに参加した後に、簡易版ではなく事業継続計画書の作成支援に結び付いた。				
	その他目標値の実績	目標値 (計画)		目標値 (実績)		目標達成度
実施結果	課題及び次期以降への取組み(実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	<p>中小零細企業の多くはコロナウイルス感染症や南海トラフへの対応の必要性を感じているが、対策としては防災が中心であり、事業の早期復旧までの対策は道半ばという状況が散見された。要因としては様々な災害が引き起こす事業継続のリスクを想定する力やリスク回避に向けた対策を立てる力が不足していることが挙げられる。</p> <p>次年度においては様々な事業継続のリスクを予測できる人材を育成するために、災害を体感し、発生した際に今後何が発生するのかを知るだけでなく、多くのリスク情報を持っている保険会社に協力していただき、被害が大きくならないための防止策及び早期復旧のための知識を培ってもらえる人材を育成支援を行っていく。</p>				

【別紙】複数の事業目標を設定している場合は、別紙に事業目標毎の実績/達成度をご記入ください。

実績/達成度①	計画に対する実績(数値)	支援企業数(計画)	13.0	支援企業数(実績)	10.0	支援実績率	76.9%	満足率	80.0%
	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)	災害リスクを知ることで早期復旧、事業継続のためのBCP策定の必要性を理解する。							
		指標	BCP策定事業者の割合						
		数値目標	100%	実績数値	90%	目標達成度	90.0%		
	その他目標値の実績	目標値(計画)		目標値(実績)		目標達成度			
実績/達成度②	計画に対する実績(数値)	支援企業数(計画)	2.0	支援企業数(実績)	2.0	支援実績率	100.0%	満足率	100.0%
	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)	BCP策定支援を行うことでBCP策定にあたって抑えておかなければならない基本的な各フェーズの内容について理解でき、災害への備えを進めることができる。							
		指標	BCP策定事業者数						
		数値目標	2	実績数値	2	目標達成度	100.0%		
	その他目標値の実績	目標値(計画)		目標値(実績)		目標達成度			

池田商工会議所

事業名		経営革新支援事業
想定する実施期間		H27 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)	消費者ニーズが多様化する中、企業が存続していくためには、常に自社と外部環境との関係を見直し、環境変化への対応を行うことが重要である。中小企業が機動性、柔軟性、創造性を活かし、国内外の社会や個々の顧客ニーズに応えた自社ならではの新たな価値創造に取り組む必要がある。新型コロナウイルス感染症の影響による厳しい経済状況が続くと見込まれる中、既存ニーズが変容し、新しい消費者ニーズが生じている。新しい顧客ニーズをいち早くつかみ、そのニーズに対応すべく、既存商品・サービスを改善していくことが求められており、これまでの価値観とは異なる新たな顧客価値の創造も迫られている。 本事業では、新しい取組みには意欲的ながらも、事業計画の重要性に気付いていない層に経営革新計画制度の存在を認知させ関心を与える、企業掘り起こしに重点をおいたアプローチと、意欲の高い事業者への本格的な経営革新申請に向けた計画作成支援を実施する。また経営革新に取り組む上で、それぞれステージの違う企業へ適切な支援を実施することで、管内およびその周辺地域の企業成長を推進する。
	支援する対象 (業種・事業所数等)	<人材育成型>池田市とその周辺地域で新事業展開には意欲的だが、経営革新の制度について知らず、必要性に気付いていない小規模事業者。 <人材交流型>池田市とその周辺地域で経営計画作成意欲が高く、計画作成のノウハウ等を学びたいと考えている小規模事業者。 <ハンズオン型>池田市とその周辺地域で経営革新計画申請を希望する小規模事業者
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>1. 経営革新セミナー&lt;人材育成型&gt; (2.5H×1回) 新事業展開に関心のある事業者に対して、経営革新計画承認企業で経営革新の実績のある企業の経営者を講師に迎え、経営環境変化に対応するために経営革新に取り組む必要性やメリットを知ってもらうためのセミナーを開催した。 セミナーでは、経営革新に取り組んだ背景や取組み内容、取組にあたっての経営体制について語ってもらい、経営革新による成功事例を知ること、計画作成の意欲促進を図り、後述の経営革新塾参加者の掘り起こしを行った。 ■実施日・テーマ・講師 9/24(金) 「今後の活路を見出したい経営者のためのセミナー その時経営者は会社が岐路に立つ時」</p> <p>2. 経営革新塾&lt;人材交流型&gt; (2.5H×6回) 新事業実施にあたり事業計画作成を望んでいる方、後継者・幹部候補生として経営力強化を図りたい方を対象に、経営革新計画の作成・承認に向けた経営革新塾を開催した。事業計画の重要性を学ぶところから、分析手法の学習、事業コンセプトや事業フレームの検討など段階を追って学習し、経営計画作成に必要な知識習得を促した。講師には経営革新計画に精通し、策定支援実績がある中小企業診断士を起用。大阪府職員による経営革新制度の説明、実際に経営革新計画の承認を受けた事業者との交流の場の提供、承認企業の事例紹介等を通して、受講者に制度を身近に感じてもらう、計画承認が自社の成長に必要なステップであると認識してもらった。参加者の各々のリソースを活用し、共同事業や連携が図れるよう、グループワークを通じて参加者同士の交流を図った。個別の経営計画についてはワークの時間を設け、講師のアドバイスや他の受講者との共有の時間の中でブラッシュアップを図った。 ■実施日・テーマ・講師 10/8(金), 10/15(金), 10/22(金), 11/12(金), 11/19(金), 11/26(金) 「自社の活路を見出す 経営革新塾」</p> <p>3. 集中個別支援&lt;ハンズオン型&gt; (1社) 経営革新塾終了後、経営革新計画申請に前向きに取り組む意欲のある企業に対し個別支援を実施した。具体的な個別での計画作成支援や経営革新申請に向けての商品開発スケジュールや課題の抽出等の支援を行い、新事業展開に向けてのスタートアップを支援した。 ■実施日・支援者 11/26, 2/10, 3/31 中小企業診断士による支援を実施 他随時、当所経営指導員による支援</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> <p>①府施策連携 大阪府商工労働部中小企業支援室経営支援課と連携・協議のもと、経営革新計画の制度の紹介を行うなどして事業を進めた。</p> <p>②広域連携 池田商工会議所が主幹となり、セミナーの企画・広報・運営を行った。広報・募集・フォロー等の業務は豊中商工会議所・箕面商工会議所・豊能町商工会と分担して実施した。</p> <p>③市町村連携</p> <p>④相談相乗 継続的な支援を行い、相談事業との相乗効果を図る。カルテ化する目標50%</p>

事業全体の実績／目標達成度	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	26.0	総支援企業数(実績)	25.0	支援実績率	96.2%	満足率	96.0%	
	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)	参加企業が経営革新塾を受講することで、受講生同士の交流を通じたモチベーション向上、経営革新計画の申請が自社の成長に必要なステップであると認識された。また事業計画の立て方、進め方が理解できた企業は4社、将来的に経営革新に取り組みたい企業は3社、経営革新に取り組みたい企業は3社であった。								
		代表指標	経営革新計画申請を希望する事業者数							
	数値目標	3社	実績数値	3社	目標達成度	100.0%				
成果の代表事例	経営革新塾参加者より3名が経営革新計画の申請を希望されたが、うち2社については個別面談の結果、現時点では作成申請できる状況ではなく、まずは自社の現状の課題解決にとりかかってから事業計画策定を行うこととなった。残り1社については経営革新計画の対象事業者であり、新商品開発による新事業展開・新分野進出が有望であったため、個別集中支援を実施した。経営者は本事業に参加するまで経営計画や事業立案計画や数値計画を学んだことがなかったが、本経営革新塾で事業計画の基礎を学び、温めていた新商品開発に着手されることを決意された。新商品開発に伴い、新事業展開・新分野進出となるため、どのように考えたらいいかわからず、中小企業診断士の専門家に商品開発、新事業展開について相談し支援を受けるとともに、当所経営指導員が考え方をサポートし、経営者と専門家、経営指導員で検討する支援を実施。経営者は小規模事業者のため人的資源に限りがあり、新型コロナへの対応も必要であったため、既存事業との同時進行で進めていくのは限界があり、まずは商品開発・試作品開発の道筋をつけ、新事業展開にあたっての課題整理を行い、ターゲット顧客層の選定まで至ったが、新型コロナ感染拡大により、思うように進まず、まだすべての課題解決には至っておらず、経営革新計画の申請に向けて準備段階にある。									
	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)	経営革新セミナー、経営革新塾ともに新型コロナの感染状況者の注視しつつ、まん延防止等重点措置や緊急事態宣言発出の動向を伺いながらの開催となった。開催自体はオンラインでも開催できるが、本事業は事業の将来を模索・検討していく事業であるため、企業がある程度落ち着いて対応できる状況が必要となる。経営革新への取組みを知ってもらう経営革新セミナーでは定員15社に対し18社20名の申込があり、経営革新計画に取り組むための経営革新塾では定員10社に対し9社の申込となった。腰を落ち着けて取り組める環境を必要とするものの、新型コロナにより企業の経営環境が急激に変化し、また新しい価値観により消費行動が大きく変わろうとしている中、企業も生き残りをかけて変化に対応していくヒントを早急に必要としている。経営革新塾の参加者から経営革新に意欲的な事業者にハンズオン支援を実施したが、計画事業は商品開発や試作品開発、契約内容、生産体制、販売体制等の構築を必要としており、新型コロナの感染状況が収まらない状況下で新型コロナへの対応の舵取りをしつつ経営革新計画作成・申請への取組みは小規模事業者では人的・時間的に余裕がなく、今回は課題の抽出や対応策の検討を行い、新事業展開に向けての支援を実施した。申請予定者は新事業展開に意欲的であり、かつ内容が斬新であることから商品化には十分な準備を必要とするので、今後は進捗状況に応じて必要な支援を行って事業化に向けてフォローしていく。								

【別紙】複数の事業目標を設定している場合は、別紙に事業目標毎の実績／達成度をご記入ください。

実績／達成度①	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	15.0	支援企業数(実績)	15.0	支援実績率	100.0%	満足率	93.3%	
	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）	経営環境変化に対応するために経営革新に取り組む必要性やメリットを知ってもらう経営革新による成功事例を知ることで、計画作成の意欲促進を図り、後述の経営革新塾参加者の掘り起こしが図られた。本セミナーから後述の経営革新塾への申込が5件あった。売上低迷の苦境から、どうやって逆境を克服されたか知ることができた、岐路に立った時持っている経営資源を強みとして活かしてどのように活路を見出したか知ることができたと感じられた企業が多かった。								
		指標	計画的経営の重要性を認識した事業者の割合							
		数値目標	80%		実績数値	100%		目標達成度	125.0%	
	その他目標値の実績	目標値（計画）				目標値（実績）				目標達成度
実績／達成度②	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	10.0	支援企業数(実績)	9.0	支援実績率	90.0%	満足率	100.0%	
	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）	参加企業が経営革新塾を受講することで、受講生同士の交流を通じたモチベーション向上、経営革新計画の申請が自社の成長に必要なステップであると認識された。また事業計画の立て方、進め方が理解できた企業は4社、将来的に経営革新に取り組みたい企業は3社、経営革新に取り組みたい企業は3社であった。								
		指標	経営革新計画申請を希望する事業者数							
		数値目標	3社		実績数値	3社		目標達成度	100.0%	
	その他目標値の実績	目標値（計画）				目標値（実績）				目標達成度
実績／達成度③	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	1.0	支援企業数(実績)	1.0	支援実績率	100.0%	満足率	100.0%	
	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）	経営革新塾を受けて経営革新計画の申請を希望した企業3社についてそれぞれ個別面談を実施。事業計画内容や新規事業性、実現可能性や課題等についてヒアリングを行い、現時点での経営革新計画への妥当性や事業化に向けて今後の対応等アドバイスを行ったことにより、2社は計画見直しとなり、1社は申請に向けてさらに事業計画を進めることとなった。いずれの3社も時間が足らず事業実施年度内の申請には至らなかったが、経営革新計画承認に向けて申請準備に入っている。								
		指標	経営革新計画を申請する事業者数							
		数値目標	1社		実績数値	1社		目標達成度	100.0%	
	その他目標値の実績	目標値（計画）				目標値（実績）				目標達成度