

# 令和4年度（2022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@ikedaccior.jp">soudansho@ikedaccior.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（経営指導員5名）</b> （令和5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>1,233</b> （令和5年4月1日現在 組織率 <b>33.8%</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

消費の地元回帰等を好機と捉える意識改革を促し、小規模事業者が本来持つ自らの「強み」を十二分に発揮できるよう経営支援することで、個性的で魅力あふれる「小さくともキラリと光る」商業者の育成を目標とする。新たな需要にきめ細かく対応できる力を強化し、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

ウィズコロナ・ポストコロナを見据え、成り行き任せの経営姿勢を改め、生き残るための小さくともムダのない強靱な経営体質をもつ事業者の創出を目指す。小規模事業者が本来持つ自らの「強み」を発揮する土台となる経営基盤の強化を目指す。経営・財務分析支援による自社の内外状況の把握、資金繰り支援等による財務基盤の強化、人手不足を補うためのクラウドによる業務効率化、販路開拓支援等による顧客開拓等によるプロモーション力の強化、災害など不測の事態に備える事業継続力強化支援等を実施する。

## 3. 創業・事業承継による新陳代謝の促進

創業者の創出、後継者育成に注力し、管内の事業者数を減少させないことで地域経済の継続的な活性化を目指す。コロナを契機に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えている。創業希望者→創業準備者→創業者へと創業に向けて円滑なステージアップを進め、創業スタートアップ期における経営基盤強化まで一貫した支援を行う。経営者の高齢化にコロナの影響が加わり、今後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

ウクライナ情勢や円安によるコスト高が事業利益を圧迫する厳しい状況が続く中、ピンチをチャンスと捉え果敢に挑戦する小規模事業者の事業が持続成長できるよう、経営指導員や専門家による経営支援を行った。「小さくともキラリと光る」商業者の育成を目標に、地域の優れた商品・サービスを動画で情報発信、効果についてマーケティング分析支援を行い、今後の対策を事業者ともに検討した。地域活性化事業「経営革新支援事業」では経営革新による事業強化の取組みを支援し、「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」では顧客ニーズに合う商品やサービスの開発、ブランド力向上につながる支援を行った。

## 2. 小規模事業者の経営基盤の強化

セーフティネット機能を発揮し、小規模事業者の直面する資金繰り課題を解決、返済期間延長等の返済緩和支援により事業者の財務基盤強化を図った。**2023年10月**から始まる消費税インボイス制度については、対応に向けた支援を専門家と共に行い、消費税納税資金を含めた資金繰り準備やクラウド会計を活用した会計業務効率化の支援を行った。地域活性化事業「クラウドファンディング事業」では融資によらない資金調達と新規顧客開拓による収益力向上を支援した。事業継続力強化計画による「**BCP**普及啓発事業」では地域雇用を支える工業者に対し、起こりうる事業分断リスクへの備えについて意識喚起、**BCP**の策定を支援した。

## 3. 創業・事業承継による新陳代謝の促進

地域の次の担い手である創業者・事業後継者の発掘・育成を行った。創業支援では池田市・地域金融機関と連携し、産業競争力強化法による特定創業支援を行った。地域活性化事業「創業促進事業」では創業者がもつ事業アイデアを形にしていけるためのビジネスモデルの構築、創業準備にあたっての基礎的知識の習得を支援した。また、創業者コミュニティの創出を図るため創業交流会を行い、創業者同士のネットワーク構築に寄与した。「次世代経営者育成支援事業」では次代を担う若手経営者・後継者を集めた勉強会を開催し、経営資質向上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強化に向けた事業計画策定、実行に向けた支援を行った。ウィズコロナ・アフターコロナを見据えた事業展開では補助金の活用を推進した（小規模事業者持続化補助金一般型採択件数**33**件・低感染リスク型ビジネス枠**4**件）。新規顧客開拓の取り組みとしては動画による地域の優れた商品・サービスの情報発信を行うことで総視聴回数は約**17,500**回となり、視聴者からの発注や問合せにつながった事業者もあった。顧客ニーズを捉えた商品やサービスの開発が進み、地域でのブランド力向上につながった。

#### 2. 小規模事業者の経営基盤強化

地域の総合経済団体としてセーフティネット機能を強化、新型コロナに関わる経営相談窓口に加え、ウクライナ情勢・原油価格高騰に関する特別相談窓口を設置し、融資による迅速な資金確保支援を行った（日本政策金融公庫 マル経融資・新型コロナウイルス対策マル経融資**24**件、新型コロナウイルス感染症特別貸付**29**件）。消費税インボイス制度では制度概要の理解を促すことができ、対応に向けた準備を進めることができた。**BCP**策定支援では予期せぬ事態に陥っても事業の早期復旧を図るために必要な取組について事業者の理解を深めることができた。

#### 3. 創業・事業承継による新陳代謝の促進

特定創業支援により、創業者が抱える様々なハードルを下げることができ、創業までの段階的なステージアップを促進することができた。創業交流会では**42**名の参加があり、創業コミュニティの創出に寄与することができ、地域課題の解決につながる新しい事業を創業者ネットワークで立ち上げようとする動きが生まれた。また、事業承継支援においても経営者同士が励まし合いながら切磋琢磨して経営に取り組む土壌をつくることができ、次年度以降も「つながり」を大切にしたい勉強会の場が生まれる方向となった。

### (4) 事業を実施した結果浮かび上がった課題

新型コロナは収束に向かっているが、ウクライナ情勢や円安といった新たな外部環境の変化が小規模事業者に与える影響は大きい。加えて今後は消費税インボイス制度への対応などの課題が山積している状況である。小規模事業者が厳しい外部環境において屈することなく、事業を持続させていくには、需要を捉えた付加価値の高い商品・サービスの提供、クラウド活用等業務効率化による生産性向上がこれまで以上に重要となってくる。経営指導員には多様化する経営課題を解決に導く支援レベルの向上、適切な専門家を事業者にもマッチングできるネットワーク、コーディネート力を身につけていくことが課題となっている。

### (5) 次年度の取り組み

無利子無担保融資の返済が本格化する今年には資金繰りがひっ迫する事業者が増えることが予想される。セーフティネット機能を引き続き強化し、財務基盤の弱い小規模事業者の資金繰り改善に取り組みたい。**2023年10**月から始まる消費税インボイス制度への対応としては、会計業務が複雑化されるため、正しい記帳処理とクラウド活用等による会計の効率化を推進していきたい。新しいビジネスを生み出し、新たな需要の開拓を支援するとともに厳しい環境を団結して乗り越えるためのコミュニティに創出にも取り組んでいきたい。

### 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

新型コロナに係わる経営相談窓口、ウクライナ情勢・原油価格高騰に係わる経営相談窓口を設置し、低利の特別融資など国の支援策が小規模事業者の資金繰りの支えとなるよう、迅速かつ円滑な金融支援を行った。新型コロナの行動制限緩和に伴い、域内での消費行動は回復の兆しがあるため、動画を活用し商品・サービスの「ウリ」を発信、マーケティング分析を行うことで小規模事業者の新規顧客開拓に寄与した。当面の資金繰りは融資等で支えながら、長期的には融資に依存しない経営体質になるよう、1つ1つの経営課題の解決につながる支援に取り組んだ。

創業支援では行政、各支援機関と連携した産業競争力強化法による特定創業支援を実施し、財務、労務、販路など多岐にわたる支援を行った。平成27年より実施している特定創業支援は「創業相談をするなら商工会議所へ」というブランドイメージの浸透につながっている。2023年10月から始まる消費税インボイス制度に備えた制度概要の説明や記帳支援はインボイス制度への不安や悩みの緩和につながった。

代表事例：紙バンドキット販売事業者

2019年より紙バンドを使用したハンドメイドキットを販売している。紙バンドの編み方などを詳しく解説した手順書や動画を製作し、紙バンドの魅力を伝えている。コロナ禍においては巣ごもり需要により、趣味を広げたり、家の収納を工夫する顧客からの注文が増えた。巣ごもり需要が一服したことから新しい手法により新規顧客開拓を進めたいという相談を受ける。マーケティング支援や販路開拓支援、事業計画策定支援を実施している中で紙バンドキットではなく、紙バンドによる製作物を販売するという新しいスタイルに行き着いた。顧客ニーズをふまえながら紙バンドによる手帳カバーの販売を進めることになり、池田市百福大賞や豊能地域ビジネスアイデアコンテストにチャレンジ、池田市百福大賞では審査員特別賞を受賞した。新しいブランドとして、HPなどでプロモーション活動を行い、今年4月にはクラウドファンディングに挑戦する。支援を通して事業に自信をつけ、チャレンジする意欲が高まった。今後も引き続き各種経営支援を行っていききたい。

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	318	96.4%	3
支援機関等へのつなぎ	支援数	1	1	100.0%	3
金融支援（紹介型）	支援数	37	42	113.5%	4
金融支援（経営指導型）	支援数	23	24	104.3%	4
マル経融資等の返済条件緩和支援	事業所	0	0		—
資金繰り計画作成支援	事業所	20	22	110.0%	3
記帳支援	事業所	171	145	84.8%	4
労務支援	支援数	60	64	106.7%	3
人材育成計画作成支援	事業所	0	0		—
マーケティング力向上支援	事業所	105	129	122.9%	4
販路開拓支援	支援数	50	53	106.0%	3
事業計画作成支援	支援数	30	31	103.3%	3
創業支援	事業所	55	53	96.4%	4
事業継続計画（BCP）作成支援	事業所	0	11		3
コスト削減計画作成支援	事業所	0	0		—
財務分析支援	事業所	40	43	107.5%	3
5S支援	事業所	0	0		—
IT化支援	事業所	1	0	0.0%	2
債権保全計画作成支援	事業所	0	0		—
事業承継支援	事業所	0	0		—
災害時対応支援	事業所	0	0		—
フォローアップ支援	事業所	0	0		—
結果報告	事業所	330	318	96.4%	3

## 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。

税務相談については消費税インボイス制度に対応していくため、近畿税理士会豊能支部と連携し、税務相談の実施回数を増やした。消費税の課税事業者になるか否かの判断、国の納税軽減策、記帳方法の見直しなど幅広い税務課題の解決に取り組んだ。消費税・所得税申告指導も行ったことで適正な税務申告に寄与できた。

専門家相談では中小企業診断士等の専門家がサウナビジネスなどこれまでの経験や知識を活かした新しいビジネスを生み出そうとしている事業者に対し、マーケティングやブランディングなど多岐にわたる経営支援を行った。

事業名	新規/継続	指標	目標数値	実績数値	達成率	事業評価
法律相談	継続	支援日数	2	2	100.0%	3
労務相談	継続	支援日数	3	3	100.0%	3
税務相談	継続	支援日数	16	16	100.0%	4
金融相談	継続	支援日数	8	9	112.5%	3
専門家相談	継続	支援日数	25	24	96.0%	4

Ⅲ 地域活性化事業										
支援のポイント・成果										
地域活性化事業は厳しい環境の中でも経営に意欲的に取り組む事業者の発掘と育成に主眼を置き、各事業を実施している。新型コロナウイルスの感染防止を図りながら、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力強化や人的ネットワーク構築による、事業の発展につながった。										
<b>「創業促進事業」</b> 創業セミナーや創業塾、創業交流会を通して、創業者を掘り起こしと、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。										
<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> デザイン思考による個社支援、グループインタビュー、交流勉強会を実施、顧客視点に立った商品・サービスの改良・開発、ブランディングやプロモーション活動を行うことができた。										
<b>「BCP普及啓発事業」</b> <b>BCP策定支援セミナー</b> を開催。あらためて当市の地理的な災害リスクを知ることができ、 <b>BCP策定の重要度</b> について認識を高めることができた。										
<b>「次世代経営者育成支援事業」</b> 次世代経営者・後継者が集う勉強会を開催し、経営課題を各回の勉強会テーマをフリーテーマにすることで、高い意欲で勉強会に望まれていた。今後の地域経済の担い手の経営資質向上、人的ネットワークの構築につながった。										
<b>「経営革新支援事業」</b> 経営革新セミナー・経営革新塾は今後の新事業展開を考える良い機会となり、自社のノウハウを活かし、新事業に取り組みたいという前向きな事業者を創出することができた。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。										
<b>「クラウドファンディング活用促進事業」</b> セミナーを通して、融資以外の資金調達手段、新規顧客開拓につながるファンづくりの手段として有効であると認識された。クラウドファンディングに挑戦する事業者も生み出すことができた。										
(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	48	112	233.3%	97.3%	創業に有益な交流ができたと感じる創業者割合	80%	100%	125%	4
○	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%	100%	商品・サービス等を見直し、改良・開発に取り組みたい事業者の割合	80%	80%	100%	4
○	BCP普及啓発事業	15	13	86.7%	92.3%	BCP策定事業者の割合	100%	100%	100%	4
○	次世代経営者育成支援事業	10	9	90.0%	100%	自社が抱える経営課題の解決と経営能力向上に役立ったと回答した参加事業者の割合	80%	100%	125%	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	23	21	91.3%	95.2%	経営革新の必要性を認識した事業者の割合	80%	85.7%	107.1%	3
	クラウドファンディング活用促進事業	20	19.5	97.5%	95%	クラウドファンディングに取り組みたい受講者割合	80%	100%	125%	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>近年、兼業・副業、フリーランスなど創業の在り方は多様化しており、令和2年来の新型コロナウイルス感染症の影響によってその変化は加速している。そのような中、日本政策金融公庫総合研究所「2020年度起業と起業意識に関する調査」（2021年3月16日発表）によると、事業に充てる時間が週35時間未満の「パートタイム起業家」は兼業や育児・介護を掛け持ちながら事業を実施している割合が高く、女性比率は45.8%にもなる。ただし、経営しているにもかかわらず事業経営者であるとの認識をもたない「意識せざる起業家」の割合も高く、これらの人々を見える化して起業家として育てることが今後の地域経済の発展に重要であると考え。</p> <p>本事業では、これまで顕在化していなかった意識せざる起業家、特にパートタイム起業家やその希望者、関心者である女性を主なターゲットとした創業セミナーを実施し、事業者となる線引きや創業の基礎知識を提供して創業の不安を取り除き、創業マインドの醸成を図る。また性別・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起業家のネットワーク形成を図るほか、ハンズオン支援で個別具体的な課題を解決しビジネスプランの実現に向けたフォローを行う。更に創業交流会で創業仲間を作り、ビジネスアイデア探しや創業へのモチベーションアップを促し、管内地域の創業意識を押し上げる。</p>
支援する対象 (業種・事業所数等)	<p>&lt;人材育成型&gt;池田市内の創業関心者、創業希望者、あるいは創業5年以内で、創業の基礎知識が不足しており不安や迷いを感じている女性</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> <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、ビジネスプランの実現のために具体的な取組みを始めた者</p> <p>&lt;独自提案型&gt;池田市内の創業希望者あるいは創業5年以内で創業に関する知見の習得を求めている者、創業者同士の交流を希望する者</p>
事業の概要  実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>1. 「創業しちゃっていいの？セミナー」 &lt;人材育成型&gt; 創業関心者層、創業希望者層、あるいは創業5年以内の女性を対象に、創業に関する疑問を解消し、創業意識を醸成するセミナーを開催した。ビジネスアイデアを形にするきっかけを与え、創業の流れや必要な手続き、基礎知識について学びを提供した。受講者に対し後述の「創業スクール」への参加の呼びかけを行い、創業の次ステージへの一歩を踏み出しやすくした。(2H×1回) ■実施日：9/22(木)</p> <p>2. 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する。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。初回に先輩起業家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。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高め合うコミュニティ形成を図った。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) ■実施日・テーマ： 第1回 10/29(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」「先輩起業家体験談」 「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 11/12(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 11/26(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 12/17(土) 「すっきり解明 資金計画の作り方と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」</p> <p>3. 創業個別支援 &lt;ハンズオン型&gt; 創業スクール受講者のうち創業が間もない2名を対象に、スタートアップ時期の課題を解決し事業を軌道に乗せるための集中個別支援を実施した。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。</p> <p>4. 「新春・創業交流会」 &lt;独自提案型&gt; 創業希望者あるいは創業5年以内で創業に関する知見の習得を求めている者、創業者同士の交流を希望する者を対象に、「(仮称)創業交流会」を開催した。前半は予め申込時に参加者から募った創業に対する疑問・質問について当所創業支援専門家チームの構成メンバーが回答する質疑応答タイムを実施し、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、人的ネットワークの構築や創業に対する意識改革を促すことができた。(2H×1回) ■実施日：1/26(木)</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	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>22</b> 件							
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)	<b>48.0</b>	総支援企業数(実績)	<b>112.0</b>	支援実績率	<b>233.3%</b>	満足率	<b>97.3%</b>	
	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)	専門家による質疑応答で参加者が今一番知りたいと思っていた創業に必要な知識等を習得させることができた。参加者同士で交流する事で、創業仲間や今後取引相手などになり得る人的ネットワークが構築でき、事業実現に一步近づけることができた。								
		代表指標	創業に有益な交流ができたと感じる創業者割合							
		数値目標	<b>80%</b>	実績数値	<b>100%</b>	目標達成度	<b>125.0%</b>			
	成果の代表事例	令和3年度のいけだ女性創業チャレンジコンテスト (当事業・独自提案型) と創業スクール (同・人材交流型) に参加し、創業スクール参加中に開業届を提出して、企業勤務を続けながら副業として個人事業をスタートした。令和4年度に入ってから、商品の生産体制構築の為に金融支援 (紹介型) のカルテ化支援を受けてSNSを中心に販路拡大を続けていたところ、新商品の告知投稿がSNS上で多くの「いいね!」を獲得し、ネットニュースにも取り上げられ、BtoBの依頼が集まるようになったことから、専門化を決断し令和5年1月から本業として新たな出発を切った。本年度の創業交流会に参加して自社の存在を地域の方々に知ってもらうことができ認知度アップすることができたほか、交流会で昨年度の創業スクール同期とも再会する中で新たなビジネスマッチングの話も盛り上がり、現在打ち合わせを進めているところである。今後は地域密着型の事業展開を展望しており、金融支援 (経営指導型) を受けて令和5年3月に池田市内で実店舗をオープンした。								
	その他目標値の実績			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、人材育成型創業セミナーと人材交流型創業スクールについて掲載したチラシを市内全戸配布したところ、セミナーは支援計画数 <b>13</b> 名に対し応募 <b>66</b> 名、参加 <b>47</b> 名、スクールは支援計画数 <b>13</b> 名に対し応募 <b>39</b> 名、参加 <b>23</b> 名と、潜在的な創業希望者を掘り起こすことで全体的に目標値を超える実績数値となった。また独自提案型の創業交流会では、主に過年度の当事業参加者や過去の池田市特定創業支援事業の参加者に個別アプローチを行ったところ、支援計画数 <b>19</b> 名に対し応募 <b>55</b> 名、参加 <b>40</b> 名であった。反省点としては、アンケート結果から創業者は創業仲間との交流を強く望んでおり、特にこれまでコロナ禍でリアルでの交流の場が少なかったことへのフラストレーションがたまっていることが判明したので、次年度は人材交流型事業「創業カフェ」を年2回開催し、創業者が忌憚ない意見を出し合え、互いのビジネスの進展に寄与できる交流の場を作り、相互の情報交換や新たなビジネスマッチングを促していきたい。								



【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)	47.0	支援実績率	335.7%	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）	創業に関して漠然とした興味のある人が知りたいと考えていることを提供することにより、不安を払拭し、具体的な行動を起こす一助となることができた。同じ創業ステージに立つ創業者同士のコミュニケーションの場も提供することで、参加者の自信につなげ、創業機運の醸成を図ることができた。							
		指標	創業を自身の選択肢の一つとして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)	13.0	支援企業数(実績)	23.0	支援実績率	176.9%	満足率	87.0%
	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）	事業化に向けて必要な知識を得て、講義とディスカッションを通じて事業化に対する意識付けを行った。特定創業支援等事業に必要な4つの知識（経営、財務、人材育成、販路開拓）が身につけることができた。また、グループワークや討議、発表等を通じて志を同じくする仲間の交流が図られ、起業の促進と起業家のネットワーク形成ができた。							
		指標	創業者・創業予定者数						
	数値目標	5社		実績数値	5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)	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）	創業に向けた個別の課題解決を専門家が支援することで、創業に向けて具体的な準備を促進させ、創業の実現に近づくことができた。							
		指標	ビジネスプラン実現に近づいたと感じる創業者						
	数値目標	2社		実績数値	2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④	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	19.0	支援企業数(実績)	40.0	支援実績率	210.5%	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）	専門家による質疑応答で参加者が今一番知りたいと思っていた創業に必要な知識等を習得させることができた。参加者同士で交流する事で、創業仲間や今後取引相手などになり得る人的ネットワークが構築でき、事業実現に一步近づけることができた。							
		指標	創業に有益な交流ができたと感じる創業者割合						
	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		

令和4年度（2022年度）小規模事業経営支援事業 地域活性化事業実績報告書

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)

コロナ禍における消費者の消費行動はオンライン消費、地元消費に向かっている。地域事業者の存在は消費はこれまで都市部（域外）への消費に回っていたが、コロナにより消費者の購買行動は変わりつつある。本事業はこれを好機と捉え、地域事業者がもつ商品・サービスの魅力を地域消費者に広めることで存在感を高め、池田のパン屋といえは「ベーカリー〇〇」、和菓子屋といえは「菓匠〇〇」といった地域ブランドの創出・育成を支援することを事業目的としている。

支援する対象  
(業種・事業所数等)

コロナ禍においても事業を止めることなく成長させるため、果敢に意欲をもって事業に取り組む中小零細事業者。  
当所管内事業者の約7割を占めるBtoC取引を行う小売業・サービス業を中心と据えるが、消費者に近い製造業（家具製造業、美容商品製造業等）も対象とする。

実施時期・具体的な内容及び事業手法

①<ハンズオン支援>個社の地域ブランド力を高めるPDCA支援 支援事業者5者  
中小企業診断士等専門家チームが中心となり、デザイン思考・マーケティング活用による既存商品・サービスの改良、店舗プロモーション手法の改善、新商品・サービスの企画・開発などを支援した。事業者の現状課題をヒアリングした後、課題を整理分析、具体的な実行できる施策を提案、実行の検証を行い、その手法を事業者に伝えた。  
②<独自提案型>消費者意見を集め、商品・サービス等の改善を図るグループインタビュー（3時間×1回）支援事業者5者 実施日：2022年12月5日  
中小企業診断士等専門家チームが中心となり、参加事業者の商品やサービスの開発、改良を目的として、一般消費者にインタビューを実施。実際の商品やサービスを見て、食して、感じてもらい、その意見をインタビューが深堀し、聞き取る事業を行った。消費者目線での新たなニーズの発見につながり、課題解決へのヒントを得た。  
③<人材交流型>消費者意見に基づいた課題解決提案・事業者間交流が行える勉強会（4時間×1回）  
支援事業者：9者 実施日：2023年1月21日  
個社支援やグループインタビューによる経営課題を抱える事業者へのデザイン思考・マーケティング、ブランディング、プロモーションの各支援事例を発表、店舗づくりや商品づくり、事業運営の進め方など実践的内容の講義を行った。共通の経営課題を各事業者がもてる強みを活かして、どう解決するかワークショップを実施し、限られた経営資源であっても事業者間が連携することで、それぞれの事業の活性化につながることを学んだ。  
<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

大阪府商工労働部中小企業支援室商業・サービス産業課と連携・協議のもと、「大阪府産業デザインセンター」制度の紹介を②グループインタビューにて行うなどして事業を進めた。

②広域連携

③市町村連携

④相談相乗

継続的な支援を行い、事業者のマーケティング・プロモーション等収益向上につながる経営相談支援を行い、カルテ化につなげた。

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	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)

想定するターゲット顧客層から商品やサービスについての意見を広く深く収集することができた。事業者が想定する商品・サービスの価値とはまた異なる消費者側から見た価値について理解することができ、発想の転換による商品・サービスの改善、開発を行う「きっかけ」となった。

代表指標

商品・サービス等を見直し、改良・開発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%
-----	------	-----	-------	------

成果の代表事例

ガラスペンや万年筆、アクセサリを収納する高級な手作りの紙の箱をネット販売している事業者が参加した。リピート顧客を中心に順調に売上を伸ばしているが、今後の商品展開について課題を抱えていた。専門家による支援や消費者ニーズを収集することで、課題の解決につながり、次の事業展開が明確にイメージすることができた。ネット販売の域を超えて眞面市ではあるが、リアル店舗を開設、顧客の要望を聞きながら商品づくり、販売を行っている。

その他目標値の実績

目標値(計画)		目標値(実績)		目標達成度	
---------	--	---------	--	-------	--

実施結果

課題及び次期以降への取組み  
(実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)

本事業の実施により、多くの事業者が経営課題を認識し、モチベーション高く自信をもって事業を推進していく力をつけているが、一方で事業者が自社の経営課題発掘を専門家に委ねてしまうこともケースとしてはある。事業者を取り巻く厳しい経営環境の中、事業を持続成長させていくためには事業者が自ら考え、本質的な経営課題に気づき、能動的に行動する自己変革力を自ら身につけていく必要がある。次年度は対象事業者との信頼関係を構築し、事業者が主体的に動けるよう支援を行っていきたい。また、支援時間が長いという事業者からの声もあることから、事業者のスケジュール状況をふまえながら柔軟に対応していきたい。

【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)	5	支援企業数(実績)	5	支援実績率	100%	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)	本支援により、各事業者がブランディング・プロモーション手法を習得することができた。商品・サービスの改良、開発に積極的に取り組む自信と行動力を身につけることができたものと思われる。新商品開発など着実に前に進んでいる事業者も生まれ、事業の持続成長の一助となった。								
		指標	商品・サービス等の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	100%	目標達成度	125%			
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%	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)	想定するターゲット顧客層から商品やサービスについての意見を広く深く収集することができた。事業者が想定する商品・サービスの価値とはまた異なる消費者側から見た価値について理解することができ、発想の転換による商品・サービスの改善、開発を行う「きっかけ」となった。								
		指標	商品・サービス等を見直し、改良・開発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%			
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)	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)	参加事業者商品・サービスの開発や地域での知名度を高めるための取組みなど具体的な実践事例を知ることができ、課題解決に取り組む意欲を高めることができた。ノウハウとネットワークの構築が事業の新しい展開の可能性を高めることにつながることを認識されたと思われる。								
		指標	課題解決への「気づき」が得られ、改善に向けた取組みを行いたい事業者の割合							
		数値目標	80%	実績数値	100%	目標達成度	125%			
その他目標値の実績	目標値(計画)		目標値(実績)		目標達成度					

令和4年度（2022年度）小規模事業経営支援事業 地域活性化事業実績報告書

事業名		BCP普及啓発事業							
想定する実施期間		R3 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)	近年起きている地震・台風・豪雨・感染症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。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、未だに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昨年は震度4以上の地震が50回以上発生し、台風・豪雨だけでなく大雪などの自然災害は待たないで降りかかっており、リスクはいつでも潜在している状況である。よって、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度を増している。当所では <b>2020年10月</b> に事業継続力強化支援計画（認定期間： <b>2020年10月～2025年9月</b> ）の認定を受けており、地域事業者に向けた防災対策のためのリスクの周知・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事業を実施し、有事に強い事業者を育成する。							
	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4年秋頃実施予定</p> <p>■会場：津波・高潮ステーション （新型コロナの感染状況により、オンラインによる実施や会場もしくは実施時期を変更する可能性がある。オンラインによる実施や会場の変更により体験ができない場合、被害を身近に感じてもらえるよう、想定される被害のケーススタディを増やすなどカリキュラムを変更し、実施する。）</p> <p>【人材交流型】（2H×1回）対象事業者<b>13</b>者 災害の実体験がなく災害被害の想像が乏しいため、津波・高潮ステーション内施設を利用し、池田市のハザードマップを用いて洪水被害が発生した場合を想定した体験をしていただき、その後どのような被害が発生するのかまたその対応策についてグループディスカッションを行い、セミナー講師による「大阪府超簡易版『これだけは！』シート(自然災害対策版)」の策定方法をご指導いただき、より実践に適したBCPを策定する。</p> <p>【ハンズオン支援】対象事業者<b>2</b>者 想定被害が発生した場合に事業の早期復旧に取り組みたい企業を対象にBCP策定支援（個別フォロー2回程度）を行い、BCPを策定する。</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>府施策連携<b>12</b>番【BCP・BCMの普及促進】BCP普及促進について連携を図り、セミナー資料等の提供およびメルマガの配信をいただいた。</td> </tr> <tr> <td>②広域連携</td> <td></td> </tr> <tr> <td>③市町村連携</td> <td>セミナー内容と広報について相談連携を相談し、チラシの配布に協力いただいた。</td> </tr> <tr> <td>④相談相乗</td> <td>継続的な経営支援を行い、事業継続力強化につながるよう相談事業との相乗効果を図り、BCPの作成支援を行った。</td> </tr> </table>	①府施策連携	府施策連携 <b>12</b> 番【BCP・BCMの普及促進】BCP普及促進について連携を図り、セミナー資料等の提供およびメルマガの配信をいただいた。	②広域連携		③市町村連携	セミナー内容と広報について相談連携を相談し、チラシの配布に協力いただいた。	④相談相乗
①府施策連携	府施策連携 <b>12</b> 番【BCP・BCMの普及促進】BCP普及促進について連携を図り、セミナー資料等の提供およびメルマガの配信をいただいた。								
②広域連携									
③市町村連携	セミナー内容と広報について相談連携を相談し、チラシの配布に協力いただいた。								
④相談相乗	継続的な経営支援を行い、事業継続力強化につながるよう相談事業との相乗効果を図り、BCPの作成支援を行った。								

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)	15.0	総支援企業 数(実績)	13.0	支援 実績率	86.7%	満足率	92.3%
	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）	津波・高潮ステーションでは洪水体験を通して、大阪市内では海拔0mのため地震後に発生する津波に対してのどのような行動をとれば助かるのかを学ぶことができたのは良かった。特に池田市の洪水被害は猪名川河川によるものだが近年堤防が決壊する被害は昭和13年以降発生しておらず、集中豪雨による浸水被害は平成6年以降発生はしていないため、池田市のハザードマップによれば洪水被害の割合が高いものの実態が伴っていないため想像に乏しい状況であったが、南海トラフ発生時には現場(池田市内)だけでなく、営業や納品で出向いている先での災害避難方法（二次被害リスクや避難先の確認）の必要性を意識させることが出来た。また、その後の早期復旧に向けての手順を計画する簡易版「BCP『これだけは』シート」の作成方法を説明し、作成を行っただけでなく、作成にあたってのツールとして東京海上日動保険株式会社が提供する「BCPかんたんナビ」での策定方法についても説明を行った。結果、参加企業の多くがBCPの内容を正しく理解し、簡易版『これだけはシート』の策定に繋がった。							
	代表指標	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。							
	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	****株式会社 池田市内は元より大阪・兵庫・京都を商圏エリアを持つ電気設備工事業者は、本社がある池田市内のハザードマップや状況のみを知っておけば大丈夫であると考えておられていたが、今回のセミナーに参加したことにより、出向く現場先のハザードマップの必要性についても認識することができた。また、多くの協力会社を持っているため有事の際の対応策についてしっかりと考えた本格的な事業継続力強化計画書を東京海上日動保険株式会社に協力いただき令和5年5月より作成支援に入られることになった。								
	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、池田市の洪水被害は猪名川河川によるものだが近年堤防が決壊する被害は昭和13年以降発生しておらず、集中豪雨による浸水被害は平成6年以降発生はしていないため、池田市のハザードマップによれば洪水被害の割合が高いものの実態が伴っていないため想像に乏しい状況であったが、南海トラフ地震発生後の津波・高潮被害について知って頂く良い機会となった。特に参加者の中には大阪市内に営業や納品に出向く事業者もあり、発生時の対応について知ることができた。							

【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)	11.0	支援 実績率	84.6%	満足率	90.9%
	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）	参加事業者の自然災害ハザード情報レポートで災害リスクを知り、早期復旧のためのBCP策定の必要性を理解する。							
	指標	大阪府簡易版BCP「これだけは」シート作成事業者割合							
	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				
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、事業存続危機となる自体が発生した場合に備えた準備、事業早期復旧に向けた実施体制について理解することができる。							
	指標	事業継続力強化計画等策定事業者数							
	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				

令和4年度（2022年度）小規模事業経営支援事業 地域活性化事業実績報告書

池田商工会議所

事業名		次世代経営者育成支援事業							
想定する実施期間		R4 年度～ R4 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)	後継者の世代交代・事業承継は事業規模の大小にかかわらず、事業の存続がかかる経営課題である。中小企業庁によれば、今後10年間で、平均引退年齢である70歳を超える経営者が全国で245万人に達し、その約半数で後継者は決まっていない。特に従業員を抱える事業者においては、事業廃業は雇用の喪失になり、地域経済の地盤低下にもつながる。次世代経営者の育成を含めた承継準備には5～10年の歳月がかかり、左右する特に後継者の育成は事業の行く末を左右する最も重要な課題である。本事業は後継者等の経営資質向上及び人的ネットワークの構築を目的とした勉強会を実施し、次代を担う経営者を育成することを目的とする。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	従業員を雇用している地域の中小零細事業者であって事業を承継し、おおむね5年以内の経営者及び事業の後継者							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	次世代経営者・後継者の集い 支援事業者9者 <1回目>実施日：2022年8月3日 次世代経営者・後継者が抱えるマネジメントなどの課題を共有、課題解決のヒントを探る。 <2回目>実施日：2022年10月26日 電鉄、百貨店、劇場などを起業した小林一三の生き方から経営者としての心構えを学ぶ。 <3回目>実施日：2023年2月8日 参加事業者のドローンスクール事業を視察、新規事業展開の発想力や取組み姿勢を学ぶ。 <4回目>実施日：2023年2月16日 120年の歴史をもつ地域あられ製造会社から事業承継、人材育成、商品開発の取組みについて学ぶ。 <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-10番【事業承継の支援事業】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、勉強会において国の事業承継支援施策の紹介を行うなどして事業を進めた。							
	②広域連携								
③市町村連携									
④相談相乗	参加者のニーズに応じて、経営能力向上につながる各種経営相談支援を行う。								
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)	10	総支援企業数(実績)	9	支援実績率	90%	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)	参加経営者・後継者はマネジメント、人材育成、新事業展開、商品開発などリーダーとしての資質向上に向けた「きっかけ」をつかむことができた。また、横の人的ネットワークも広がり、課題を共有、解決につながるヒントを得る場ともなり、経営者としての自信を深めることもできた。							
	代表指標	自社が抱える経営課題の解決と経営能力向上に役立ったと回答した参加事業者の割合							
	数値目標	80%	実績数値	100%	目標達成度	125%			
	成果の代表事例	介護施設紹介サービス事業者は業績を伸ばしていく中で、経営者としての心構え、組織運営のあり方について深く学ぶことができた。経営者としての自信もつけることができ、従業員雇用と事務所の移転拡充に踏み切ることができ、今後の事業成長が期待できる。							
その他目標値の実績	目標値(計画)				目標値(実績)				目標達成度
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)	人的ネットワークの構築を目的として掲げていたこともあり、4回とも極力オンラインではなく、リアル開催での勉強会を実施した。新型コロナ感染のリスクを極力下げなければならないこともあり、実施時期の間隔が空いてしまう時期もあった。間隔を空けずに開催するのにも人的ネットワークの構築には重要であることから、オンラインでも参加者同士の距離感がつめれる勉強会の企画を考えていきたい。							

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)	世の中が大きく変化の中、企業が存続・発展していくためには、状況に応じた柔軟な発想で「新たな取り組み」を行うことが大切である。「経営革新計画」へ取り組みは、中小企業にとっての「成功へのシナリオ」であるが、経営革新にどのように取り組んだらいいのか、どの方向性に新たな活路を見出したらいいのか取り組み方がわからない事業者が多く見受けられる。そもそもの「経営革新計画承認制度」を知らない小規模事業者も多く、「経営革新」への取り組みこそが小規模事業者の成功への道筋であることを認識してもらう必要がある。本事業では、時代に対応するため中小企業においてもイノベーションが必要なことを認識してもらうためのセミナーを開催し、経営革新の必要性を認識してもらう。次に経営革新に関心のある中小企業を対象に、制度や支援策について認識してもらうとともに、具体的な活路の見出し方や計画策定方法を学習する経営革新塾を開催し、経営革新に取り組む企業の掘り起こしを実施することにより管内およびその周辺地域の中小企業の経営革新の取り組みを促進させる。
	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、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、経営革新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、経営革新の取り組みより新たな活路や方向性を見出したいと考える小規模事業者。
	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) 支援事業者14者  <b>9/14(金)</b> 「自社の未来を切り拓く！未来の展望を考えるキックオフセミナー」                  北摂地域の新品・新サービスの開発・提供に意欲のある事業者を募集し、経営革新計画の作成支援の実績を持つ専門家1名と経営革新計画承認企業の経営者2名を講師として迎えた。セミナーの趣旨は経営革新に取り組む必要性やメリットを知ってもらうことに設定し、当日は経営革新に承認された企業の経営者から経営革新に取り組むまでの状況や取り組み内容、それまでの経営体制について話していただき、具体的な成功事例を本人から紹介することで、計画作成の意欲促進を図り、後述の経営革新塾参加者の募集を行った。</p> <p>2. 経営革新塾 &lt;人材交流型&gt; (2.5H×5回) 支援事業者7者  <b>9/28(水), 10/12(水), 10/26(水), 11/9(水), 11/22(火)</b>                  「自社の未来を切り拓く！経営革新塾」                  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い、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。</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。
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。	
③市町村連携		
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。カルテ化事業所件数 <b>9</b> 件	

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)	23	総支援企業数(実績)	21	支援実績率	91.3%	満足率	95.2%	
	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)	経営革新塾への参加により、受講生の交流による自社と他社の分析や、経営革新の成功事例を知ること、事業計画に取り組むモチベーションが上がる等の効果があった。「経営革新計画」作成にチャレンジして事業を成長させたいと感じた企業が多かった。								
		代表指標	経営革新に取り組みたいと回答した事業者の割合							
		数値目標	80%	実績数値	85.7%	目標達成度	107.1%			
成果の代表事例	経営革新塾参加者より2名が経営革新計画の申請を希望されたが、そのうち1社は個別面談の結果、現時点では作成申請できる状況ではなく、まずは新事業の内容を固めてから事業計画策定を行うこととなった。もう一方の1社については経営革新計画の対象事業者であり、新サービス提供による新事業展開・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自身の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、構想していた新サービスの提供を決意された。新サービス提供に伴い、これまでの顧客アプローチとは変わるため、どのように考えたらいいか不明点が多々あり、中小企業診断士の専門家に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。新サービス提供についての肉付けや、課題整理、ターゲット顧客層のニーズ分析まで行ったが、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、経営革新塾ともに現地のみでの開催となった。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、現地で気軽に交流ができる状況でないと効果が発揮しない。経営革新を周知する目的の「経営革新キックオフセミナー」では定員15社に対し17社の申込があり、計画作成について学習する「経営革新塾」では定員8社に対し7社の申込となった。経営革新計画を作成する際、時間がかかる。新型コロナウイルスにより新しい考え方が波及し消費ニーズが変わる中、企業も生き残りをかけて変化に対応していく方法を必要としている。経営革新塾の参加者から経営革新に意欲的な事業者へ個別支援を実施した。忙しい経営活動の中、画期的なアイデア出しは難しく、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新商品開発、新サービス提供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	支援企業数(実績)	14	支援実績率	93.3%	満足率	92.8%	
	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)	事業転換を迫られた時どのように考え、行動したら良いか成功事例を知ることができた。さらに事業承継にも効果的であることを理解し、幅広い事業者へ経営革新の取り組みが有効であることを想起させ経営革新塾への参加を促進させた。経営の岐路に立った時、どのように持っている経営資源を分析し活路を見出したか知ることができた。現状検証、自社の強み・弱みの再確認と、ゼロベースでの経営資源見直しの必要性を感じられた企業が多かった。								
		指標	経営革新の必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)	8	支援企業数(実績)	7	支援実績率	87.5%	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)	経営革新塾への参加により、受講生の交流による自社と他社の分析や、経営革新の成功事例を知ること、事業計画に取り組むモチベーションが上がる等の効果があった。「経営革新計画」作成にチャレンジして事業を成長させたいと感じた企業が多かった。								
		指標	経営革新に取り組みたいと回答した事業者の割合							
		数値目標	80%	実績数値	85.7%	目標達成度	107.1%			
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		クラウドファンディング活用促進事業
想定する実施期間		R4 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)	インターネット上で公開した資金募集案件に対して投資者や寄付金を募る仕組みであるクラウドファンディングは、日本国内においてここ10年で急速に認知度、利用者が拡大している。そのうち、購入型クラウドファンディングは小規模事業者にとって有用な資金調達手段であるのみならず、新商品・新サービスのマーケティング調査、商圏にとられない販路開拓・ファンづくりの場として、特に新型コロナウイルス感染症が拡大した令和2年以降、急速に市場が拡大している。一方、当所管内地域および近隣市町村において、実店舗を持たない創業者が増加傾向にある他、コロナ禍により対面販売に頼れなくなりECサイト等を新たに立ち上げ、商圏が全国に広まった小規模事業者も多くおり、それらの事業者にとって地域内外での認知度向上、事業安定化が今後の課題となっている。 本事業では、クラウドファンディングの仕組みや活用方法について学ぶセミナーを実施し、小規模事業者でも取組可能なインターネットを活用した資金調達と、そのために必要な具体的なプロモーション戦略について認識を促し、クラウドファンディングの活用促進を図る。
	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たな資金調達や販路開拓に関心のある小規模事業者
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	クラウドファンディングセミナー <人材育成型> (2H×2回連続講座) 対象事業者20者 池田市とその周辺地域で新たな資金調達や販路開拓に関心のある小規模事業者を対象に、クラウドファンディングの仕組みや活用方法について学ぶセミナーを開催した。 ～クラウドファンディングの手法について知る&活用する中小企業の販路開拓応援セミナー～『クラウドファンディング活用セミナー』 全2日間開催で、初日1日目のテーマは「知る」。 まずクラウドファンディングの存在を知ってもらい有用な手法であることを身近に感じてもらう。 2日目のテーマは「検討する」。クラウドファンディングにチャレンジするにはどうしたらよいか、チャレンジするための準備事項について具体的に掘り下げ、チャレンジするハードルが低くなるよう実施した。 ■実施日：R4年11月15日（火）・22日（火）14時～16時 ■会場：池田商工会議所 ■実施内容：①第1回目 11月15日（火）クラウドファンディングについて知る&質疑応答。 クラウドファンディングとは？、クラウドファンディングの種類、購入型・寄付型・金融型など型別の違いや構造を理解し受講者の事業に見合ったプラットフォームの選定に繋げる。クラウドファンディングで出来ること、新商品・新サービスのデビューの場、テストマーケティングとしての活用、PR手段としての活用、販路拡大としての活用、資金調達としての活用、ファン獲得としての活用、エントリーまでの流れについて説明し、「クラウドファンディングとは何ぞや？」というある種遠巻きにして眺めていたネット手法を、「販路も多くなく、広告宣伝費も潤沢にないけど、商品の魅力・こだわりをお客様にしっかりと伝える方法」としてインターネットを活用した新しい販路開拓として身近な手段として認識してもらう。 ②第2回目 11月22日（火）クラウドファンディングにチャレンジするには。 活用に向けてのポイント説明とクラウドファンディングの活用に向けて前向きに検討してもらえよう、プロモーションアプローチの方向性検討が必要なことを認識してもらい、チャレンジする場合のエントリー内容の検討、商品コンセプトや訴求ポイントの洗い出し、クラウドファンディングページ全体の構成を考える、ライティング、写真・動画撮影のポイントについて説明を行った。 ■支援者：専門家、クラウドファンディング会社のキュレーター、当所経営指導員による支援  <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、本事業の募集にあたっての広報連携を行った。 ②広域連携 池田商工会議所が中核となり、セミナーの企画・広報・運営を行う。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・能勢町商工会と分担。 ③市町村連携 ④相談相乗 クラウドファンディングに取り組みを検討する事業者個別に支援を実施。

	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	20	総支援企業数(実績)	19.5	支援実績率	97.5%	満足率	95.0%
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>クラウドファンディングに関心があったので知りたいという企業が多く参加された。受講後は大半の企業がクラウドファンディングの概要や利用方法について認識が深まったと回答（19社）。資金調達や応援寄付のイメージで認識されていたクラウドファンディングを、インターネットを活用した新しい販路開拓の手段ととらえ、商品販売や新たな販売チャネルとして活用できそうだと思う（11社）、ファン獲得に活用できそうだと思う（8社）、テストマーケティングに活用できそうだと思う（7社）、PRツールとして活用出来そうだと思う（5社いずれも複数回答）等、さまざまな視点から小規模事業者の強力な販促ツールとして認識されるようになった。さらに一歩踏み込んで自社のマーケティングや販促に対する考え方を変えた企業（4社）もあり、受講前にはクラウドファンディングに距離があった企業が、受講後は時期を見てクラウドファンディングに取組んでみたいと前向きに検討されるようになった（20社）。これにはクラウドファンディングの内容やその効果、使い方について知る（第1日目）だけでなく、実際にエントリー（登録）するためにはどうしたらいいか、何を検討して準備すべきか具体的にかつわかりやすく準備事項を説明した（第2日目）ことにより、取組みへの心理的・技術的に感じるハードルを下げる事が出来たためと思われる。</p> <p>全く知らない未知の販促手法だったのが、本支援によって小規模事業者にとって身近な販促手法として認識してもらうことに成功した。</p>							
	代表指標	クラウドファンディングに取り組みたい受講者割合							
	数値目標	80%	実績数値	100%	目標達成度	125%			
	成果の代表事例	本セミナーを受けて、紙バンドキット販売事業者が、クラウドファンディングに取り組み、大手クラウドファンディングサイトに4月よりエントリーされることとなった。							
	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）	クラウドファンディングは活用の可能性を知れば、これほど小規模事業者にとって強力な販促ツールとなるものはないと思われるが、インターネットを活用した販促手法だけに、従来の販促手法に頼っている事業所としては関心があっても知識的・心理的・技術的に、活用まではハードルが高い状態である。小規模企業者は経営資源が乏しいため積極的にクラウドファンディングを有効な手段として活用してほしいと考えるが、エントリーにたどりつくまでの準備（商品コンセプト、ライティング、写真・動画等）のポイントと支援も必要とすることから、活用（エントリー）に至るまでには総合的に支援していく必要がある。							