

# 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	守口門真商工会議所
	代表者職・氏名	会頭 小倉 庸敬
	所在地	〒571-0045 大阪府門真市殿島町6番4号
	担当者	職・氏名 商工振興部 中小企業相談所 所長 赤堀 彰則
	連絡先	TEL（直通）： 06-6909-3303 Fax： 06-6909-3409 E-mail： <a href="mailto:akahori@mk-cci.jp">akahori@mk-cci.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 <b>45</b> 年 <b>4</b> 月 <b>1</b> 日  <b>20</b> 名（経営指導員 <b>15</b> 名） （令和 <b>5</b> 年 <b>3</b> 月 <b>31</b> 日現在）  守口市・門真市 守口市・門真市 合計 <b>10,928</b> 件（令和3年 経済センサス） 守口市・門真市 合計 <b>8,258</b> 件（平成 <b>28</b> 年度経済センサス） <b>2,916</b> 件（組織率 <b>26.7</b> %）（令和 <b>5</b> 年 <b>3</b> 月 <b>31</b> 日現在）  ※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、又は建議すること (2) 行政庁等の諮問に応じて答申すること (3) 商工業に関する調査研究を行うこと (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) 商品の品質又は数量、商工業者の事業の内容その他商工業に係る事項に関する証明、鑑定又は検査を行うこと (6) 輸出品の原産地証明を行なうこと (7) 商工業に関する施設を設置し、維持し、又は運用すること (8) 商工業に関する講習会又は講演会を実施すること (9) 商工業に関する技術及び技能の普及又は検定を行なうこと (10) 博覧会、見本市等を開催し、又はこれらの開催のあっせんを行なうこと (11) 商事取引に関する仲介又はあっせんを行なうこと (12) 商事取引の紛争に関するあっせん、調停又は仲裁を行なうこと (13) 商工業に関して、相談に応じ、又は指導を行なうこと (14) 商工業に関して、商工業者の信用調査を行なうこと (15) 商工業に関して、観光事業の改善発達を図ること (16) 社会一般の福祉の増進に資する事業を行なうこと (17) 行政庁から委託を受けた事務を行なうこと (18) 商工業に関する図書を収集し、一般の閲覧に供すること (19) 前各号に掲げるもののほか、本商工会議所の目的を達成するために必要な事業を行なうこと		

<p>(1) 事業の目標</p>
<p>商工業ともに事業を実施する中で、事業者が抱える課題の解決策の提示と実行支援及び支援機関等へのコーディネートを行う。支援方法として専門家や行政（守口市・門真市）、もりかど産業支援機関ネットワークを連携することで、「きめ細やかな支援」を実現する。商業は個店の魅力強化を支援すると共に、行政、商店街、商業団体と連携し、ITを活用することで活性化を図る。工業は幅広い連携体制のもと、認定事業や補助金等を活用し、当地域のものづくり企業の代表といえる事業所を複数発掘・育成することを目標とする。また、販路開拓支援として、総合展示会や個別商談会を実施し事業所の収益拡大を目指す。</p> <p>【事業体系】</p> <p>○商業関係：①小規模事業所来店者促進事業（もりかどECマーケット） ②売りメッセ取引商談会in東大阪 ③小規模事業者向け販促Webサイト構築支援事業</p> <p>○工業関係：①守口門真ものづくり元気企業 ②大阪勧業展 ③ビジネスチャンス発掘フェア2022 ④北大阪高等職業技術専門学校活用事業 ⑤ものづくり優良企業賞応募企業発掘・支援事業</p> <p>○全般：①創業塾 ②CSR普及啓発事業 ③SB/CB創出支援事業</p> <p>○税務、法務、労務、経営に関する専門家による支援</p>
<p>(2) 事業を実施した具体的な内容、方法及び工夫した点</p>
<p>令和4年度は、新型コロナウイルス感染症による影響が前年ほどではなかったとはいえ、管内事業所においてはまだまだ低調な経営環境であった。特に原材料と光熱費の高騰が顕著で、利益率の悪化を招いたといえる。この影響を少しでも緩和すべく、新型コロナウイルス感染症関連施策や補助金の活用を促し、伴走型支援を行った。また、新型コロナウイルス感染症の影響が長引く中、追加融資や借換えの需要も見られ、日本政策金融公庫や地域の金融機関と連携し資金調達を支援した。</p> <p>商業関係においては、コロナ禍における非接触型営業を引き続き強化するために、ECサイト「もりかどECマーケット」をリニューアル。SNS広告等により集客し、直接売上に繋がる支援を行った。事業環境が変化する中、販路拡大にWEBの活用は必須であり、その重要性や効果を理解してもらうことに重点をおいた。</p> <p>工業関係においては、「守口門真ものづくり元気企業」認定事業を実施し、新たに6社を認定した。また、認定企業を中心としたものづくり企業の広域商談会も実施し、コロナ禍における効果的なマッチングを実現した。展示会事業は展示会補助事業と効果的に連携を図れており、延べ47社の販路開拓の支援を行うことができた。</p> <p>創業においては、感染症対策を徹底しながらリアル開催で創業塾を実施。計画を大幅に上回る方が参加し創業支援を行い、今年度の受講生から7名が創業した。</p>
<p>(3) 事業を実施した効果、所管地域の活性化の状況</p>
<p>令和4年度は新型コロナウイルス感染症の影響がまだ尾を引いており、様々な業種の事業者の資金繰り・補助金申請による事業計画書作成等の相談が増加し、迅速な支援・対応を行った。経営計画に基づいた効果の高い販路開拓や設備投資を積極的に後押しすることができた。</p> <p>商業関係においては、ECサイトにおける自社商品・サービスの見せ方を検討し、結果を検証することで、直接的な売上の増加だけでなく、新規来店者の増加や、既存顧客の満足度向上などの効果が報告されており、個店の魅力向上及び強化に繋がった。</p> <p>工業関係においては、認定事業による技術力の高い事業所の掘り起こしとブランド化を図り、展示会やビジネスマッチングの機会を設けることで、取引先や外注先の開拓につなげることができた。</p>
<p>(4) 事業を実施した結果浮かび上がった課題</p>
<p>新型コロナウイルス感染症による行動制限が緩和されつつあるとはいえ、管内事業者との接点はまだ十分ではなく、ニーズの吸い上げもあまり出来ていないのが現状である。afterコロナを見据えた正確なニーズの把握が重要となる中、事業所の課題把握に偏りがある上に、経営指導員の情報量・個別対応力に依然として差があることが課題である。</p> <p>商業においては、徐々にイベントなどを実施できる環境になってきているが、各事業所の中でもECサイト活用やSNS等、ITを活用したPRに積極的な事業所とそうでない事業所の格差が広がる一方である。</p> <p>工業においては、人出不足が深刻である。特に専門的知識・技能のある人材と若手の確保が課題となっている。行政や各種支援組織との連携を図りながら、中小企業の人材確保に繋げる必要がある。</p>
<p>(5) 次年度の取り組み</p>
<p>次年度はafterコロナにおける事業の正常化を見据え、巡回活動により事業所ニーズを把握し、個社支援を強化する。また、物価高騰対策支援等の国や行政の支援を積極的に行っていく。</p> <p>商業においては、引き続きWEBを活用した個社支援の方針は変えず、ECサイト活用や付随するマーケティング支援を行っていき、足元を固める支援を実施していく。</p> <p>工業においては、製造業のブランド化を進める中で、商談会やビジネスマッチングなどを実施することで地域への認知度アップと人材確保に繋げていく。</p>

I 経営相談支援事業						
支援のポイント・成果						
<p>事業所カルテにおいて、事業計画目標以上に、相談を受けた事業所には様々な課題について総合的に支援をすることができた。支援のポイントとして事業者ニーズや経営課題を聞き取り、課題のある事業所については随時、相談支援事業にて対応した。</p> <p>特にインボイス制度導入による記帳支援を行い、消費税免税事業者には適正な支援を行い、補助金をきっかけとした自社の経営を見直す事業計画作成支援は計画以上の実績数値を残した。新型コロナ特別貸付をはじめとした資金繰りについてはひと段落した印象である。</p> <p>また創業支援については創業塾受講者に対し創業に向け様々な支援を行い、創業後も記帳支援、販路開拓支援など総合的にフォローを行った。守口門真ものづくり元気企業のステップアップとして、大阪ものづくり優良企業賞「匠」や各種補助金申請支援、先端設備導入計画策定といった事業計画書作成支援も積極的に行った。</p> <p>【成果の代表事例】</p> <p>①創業支援（開業届等税務関係・特定創業支援・専門相談を活用した法人成）</p> <p>②事業計画作成支援（創業融資・創業計画書作成）</p> <p>当事業所は令和4年9月を目途に法人にて建設業を開始予定。創業するにあたり、法人を設立し、創業融資を受ける必要がある。まずは、法人設立のメリット・デメリットについて大阪府専門相談制度を活用して明確にした。その後、設立時のコストを最小限にすべく、特定創業支援を実施。結果、1か月以上ハンズオン支援を行い、法人設立時における登録免許税の軽減を受け、無事に法人を設立。続いて、創業計画書の作成ポイントを説明し、ブラッシュアップを実施し精度を高め、日本政策金融公庫の創業融資実行に繋がった。</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	370	381	103.0%	5	
支援機関等へのつなぎ	支援数	5	3	60.0%	4	
金融支援（紹介型）	支援数	30	27	90.0%	5	
金融支援（経営指導型）	支援数	27	26	96.3%	5	
マル経融資等の返済条件緩和支援	事業所	1	1	100.0%	5	
資金繰り計画作成支援	事業所	10	5	50.0%	4	
記帳支援	事業所	120	184	153.3%	5	
労務支援	支援数	8	7	87.5%	5	
人材育成計画作成支援	事業所	3	1	33.3%	3	
マーケティング力向上支援	事業所	10	4	40.0%	3	
販路開拓支援	支援数	25	16	64.0%	4	
事業計画作成支援	支援数	100	106	106.0%	5	
創業支援	事業所	35	33	94.3%	5	
事業継続計画（BCP）作成支援	事業所	3	1	33.3%	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	3	1	33.3%	3	
5S支援	事業所	0	0	—	—	
IT化支援	事業所	5	0	0.0%	1	
債権保全計画作成支援	事業所	0	0	—	—	
事業承継支援	事業所	4	3	75.0%	5	
災害時対応支援	事業所	0	0	—	—	
フォローアップ支援	事業所	25	13	52.0%	4	
結果報告	事業所	340	253	74.4%	4	
II 専門相談支援事業						
支援のポイント・成果						
<p>事業所が抱える課題に対して、専門的知識を有する専門家による相談を行う。弁護士による法律相談、金融関係者による金融相談等、企業の高度な問題の解決に向けて積極的な支援を行っている。特に今年はインボイス制度に関わる相談について、税理士による税務相談を多く実施した。また、特許等の知的財産権やISO、貿易実務等についても対応できるよう随時専門相談員と密に連携を取り、幅広い課題の解決に取り組んでいる。ものづくり補助金等の各種補助金申請相談や法人化への相談、創業者への専門的なマーケティング等、その他相談については経営相談にて対応した。</p>						
事業名	新規/継続	指標	目標数値	実績数値	達成率	事業評価
税務相談	継続	相談者数	29	26	89.7%	5
税務相談（確定申告）	継続	相談者数	14	14	100.0%	5
法務相談	継続	相談者数	14	16	114.3%	5
労務相談	継続	相談者数	13	13	100.0%	5
経営相談	継続	相談者数	55	56	101.8%	5

Ⅲ 地域活性化事業

支援のポイント・成果

事業全体として、地域巡回や経営相談支援事業におけるニーズを基に、事業の立案・改善を行っており、ターゲットを意識した事業の実施を基本としている。創業塾においては、大阪産業局と連携し、事前に創業プレセミナーを開催し、創業塾への参加に繋がった。またSNS等の広告ツールを活用し受講者数の確保につなげるよう努め、目標以上の受講者を集めることができた。

商業関連事業については、小規模事業所来店促進事業として、インターネット通販・ネットショップ・ネット予約に取り組まれている事業所をPRするホームページ「もりかどECマーケット」をリニューアル。地域の71事業所の人気商品・メニューを紹介し、ECサイト等へ直接リンクを貼ることで、気に入った商品をそのまま購入・予約できるようにし、販売促進を図った。さらに、地域メディアと連携し広く周知したほか、SNS広告を活用する等、積極的なPRをおこなった。また、売りメッセ取引商談会 in 東大阪では、8事業所が参加し、大手バイヤーとの取引商談をおこない、販売促進の機会を設けた。

工業関連事業については、守口門真ものづくり元気企業認定事業を実施し、6社の申請認定に繋げると共に、過去の元気企業認定事業所4社を「大阪ものづくり優良企業賞」認定に繋げた。ステップアップ認定事業として、一定の定着化を図れている。単体の事業で終えることの無いよう、本事業にて掘り起こされた技術的強みを「ビジネスチャンス発掘フェア」や「大阪勧業展」、その他大規模展示商談会で活用するよう促している。また、「ものづくり優良企業賞応募企業発掘・支援事業」では、引き続き商談会方式により実施したことで深い商談を行うことができた。また雇用支援機関や教育機関にも参加いただき、人材の育成・確保の機会を提供した。人材確保の問題は今後も続くと考えられるため、課題解決に向け、時代のニーズに即した事業を検討していく必要がある。

(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	
	小規模事業所来店促進事業 (もりかどECマーケット)	70	71	101.4%	74.6	インターネット通販等での販売促進を図る	80	90.1	112.6%	5
○	創業塾	30	53	176.7%	98.1	創業に向けて理解を深めた受講者の割合	80	90.5	113.1%	5
○	守口門真ものづくり元気企業	121	120	99.2%	85.8	認定事業所のうち自治体等の強みを把握し、課題づくり支援を行う	70	100	142.9%	5

(2) 広域事業 (幹事事業のみ)

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	

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



守口門真商工会議所

事業名		小規模事業所来店促進事業(もりかどECマーケット)						
想定する実施期間		26 年度～ 年度まで ※複数年段階の実施事業は別紙にて計画を提出すること						
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	守口門真地域の商業活性化を図るため、個店の魅力強化を図り、地域に広くPRする。地域の課題としては、①消費者ニーズの変化、②少子高齢化による消費の低下、③大型店の出店(オーバーストア状態)、④経営者の高齢化及び後継者不足などが挙げられるが、新型コロナウイルス感染症による外出自粛等の影響により、インターネット販売に力を入れておられる事業所が見られ始めた。本事業を通じて、特色ある個店を目指し、インターネット販売等の活用について支援を行っていく。						
	支援する対象 (業種・事業所数等)	地域商業の活性化に向けて積極的に取り組む姿勢を持つ、前向きな事業所および自慢の商品(逸品)・サービスを持つ事業所を対象とする。						
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>○商業振興委員会 令和4年6月21日(火)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・本年度事業の承認</li> <li>・実施スケジュールの確認</li> </ul> <p>○応募期間 令和4年7月11日(月)～9月30日(金)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・申込70件 ※応募企業については経営指導員により、効果的なPR方法について支援を行った。</li> </ul> <p>○ホームページリニューアル 令和4年10月3日(月)</p> <p>○事業PR</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・10/3 商工会議所SNS、商工会議所ニュース10月号</li> <li>・11/1 守口市広報11月号、門真市広報11月号</li> <li>・11/10 号外ネット</li> <li>・11/28 FMハナコラジオ出演</li> <li>・12/1 共同通信PRワイヤー記事配信</li> <li>・10/3～2/10 Facebook・Instagram広告配信</li> <li>・11/18～12/10 Twitter広告配信</li> </ul> <p>○消費者向けキャンペーン 令和4年10月3日(月)～令和5年1月13日(金)</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							
②広域連携								
③市町村連携	守口市・門真市については、担当主任が準備委員会に参加。主に広報や公的施設での消費者への訴求を担当いただいた。							
④相談相乗	経営相談事業者を本事業へ誘導した他、本事業に参加を希望しているがEC販売を行っていない事業者に対しては、webサイトの構築方法に関するセミナーを紹介する等支援を行った。							
計画に対する実績(数値)	総支援企業数(計画)	70.0	総支援企業数(実績)	71.0	支援実績率	101.4%	満足率	74.6%
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>本ホームページに掲載する各事業所の商品を決定する際、写真の選定やタイトル、説明文章を経営指導員が助言・指導をおこなったことで、消費者に伝わりやすい表現や知っていただきたい情報を改めて検討することができた。また、EC販売を始めたがサイトのPRに苦戦しており売上が伸びていない事業所については、本ホームページに掲載しアクセスを集めることで事業所及び商品のPRに繋がり、売上の向上に寄与したと考える。アクセスは主にSNS広告とキャンペーンで集めた。</p> <p>掲載した商品について、クリックされた数には大きな開きがあることから、本ホームページを閲覧される方の需要や行動パターンをグーグルアナリティクスにより分析し、フィードバックをおこなった。その中で、クリック数が少ない事業所については、写真の改善や商品のPR方法を助言し改善を促した。また、クリック数が多いにも関わらず購入まで繋がっていない事業所についても、商品の魅力がわかるような説明文章にするようアドバイスする等、改善を促した。</p> <p>「フォロー&amp;ハッシュタグ投稿で守口門真の逸品を手に入れよう！」キャンペーンには68名の応募があった。消費者ニーズの収集も併せて行い、これによりクリック数とは別の視点から、消費者の需要や行動パターンを把握することができ、事業所へのフィードバックに活用した。</p> <p>上記の取り組みの中で、消費者へのアプローチ方法やECサイト等の改善に着手された事業所も出てきており、積極的な販路開拓に寄与したと考える。</p>						
	代表指標	インターネット販売や予約サイトの改善をおこない、集客につながった事業所の割合						
	数値目標	80%	実績数値	90.1%	目標達成度	112.6%		

	<p>成果の代表事例</p>	<p>●守口市内の製造業（スマートフォン充電器等アクセサリがメイン）A社の事例          本事業のPRとして、<b>Facebook・Instagram</b>広告を配信しており、当該事業所の商品写真を広告の画像に使用したところ、クリック数が大幅に増加。前年度の消費者ニーズ分析では、スイーツ、フードデリバリー等の関心が高かったが、それ以外にも様々なニーズがあることに気付くことができた。商品自体の売上の向上にも繋がり、事業所も満足していた。</p>					
	<p>その他目標値の実績</p>	<p>目標値 (計画)</p>	<p><b>6,000名</b></p>	<p>目標値 (実績)</p>	<p><b>8,082名</b></p>	<p>目標達成度</p>	<p><b>134.7%</b></p>
<p>実施結果</p>	<p>課題及び次期以降への取組み（実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか）</p>	<p><b>SNS</b>広告の中でも、<b>Facebook・Instagram</b>広告についてはアクセス数の増加が顕著に現れたが、<b>Twitter</b>、共同通信<b>PR</b>ワイヤーについては期待していたほどの効果が得られなかった。次年度も<b>SNS</b>広告は継続していきたいが、媒体の選択については検討する必要がある。          また、消費者向けキャンペーンの申込者が、想定していたより少なかった。原因としては、①申込方法が煩雑②当選人数（<b>10人</b>）が少ない③リツイート心理的障壁（自分のフォロワーに、懸賞に参加していると思われたくない）等があげられる。キャンペーンの内容や、申込しやすい仕組み作りを検討する必要がある。</p>					

守口門真商工会議所

事業名		創業塾						
想定する実施期間		26 年度～ 年度まで ※複数年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)	創業を志す方々に対して、創業に対する心構え、必要とされる手続きや知識を身につけていただき、具体的なビジネスプランの作成を支援する。また、「創業したいが自分に何ができるかわからない」「やりたいことはあるが、それを実現するための方法が分からない」など、創業に対する意欲は高いものの、具体的な実現可能性を描けていない創業希望者に対し創業機運を醸成するような支援を行い、創業を実現させることにより管内の産業活性化を図る。						
	支援する対象 (業種・事業所数等)	おもに門真市・守口市内をメインに大阪府下で創業を希望される方・創業に向けて準備中の方・創業間もない方						
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>【実施概要】</p> <p>○創業塾2022</p> <p>日時 令和4年7月3日(日)・7月10日(日)・7月17日(日) 7月24日(日)・8月7日(日)</p> <p>10:00~13:00</p> <p>会場 守口門真商工会館</p> <p>受講者数 53名(申込み60名)</p> <p>講師 中小企業診断士 駒井 俊雄 氏(株式会社クリエート・バリュー 代表取締役)</p> <p>【本事業に付随する支援内容】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・本事業は、産業競争力強化法に基づく認定市町村(守口市・門真市)から特定創業支援事業に認定されている。本事業受講による経営・財務・人材育成・販路開拓に必要な知識の習得並びに支援証明書取得に向けた支援。</li> <li>・当所をはじめとする地域の金融機関、産業支援機関、行政機関等とのネットワークに参加されている金融機関の創業支援メニュー紹介並びに金融機関との融資相談会の開催。</li> <li>・新たな創業に向けた取組として、クラウドファンディングを活用した資金調達方法やM&amp;Aマッチング制度の情報提供を行った。</li> </ul> <p>【PR方法】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・本事業については、行政機関(大阪府・守口市・門真市)、地域金融機関、大学、専門学校、コワーキングスペースを中心に案内チラシを配布し広報依頼を行った。また、当所ホームページや会報誌によるPR、鉄道駅へのポスター掲示(京阪電鉄・大阪モノレール)、地域コミュニティ誌への広告掲載、セミナー情報専門のインターネットサイト、市広報(守口市・門真市)、メールマガジンやSNS等を通じPRを行った。</li> </ul> <p>&lt;事業手法(①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果)の具体的な連携・効果を記載&gt;</p>						
	①府施策連携	カリキュラムとして、大阪起業家グローイングアップ事業について説明。また、ビジネスプラン発表に際しても、ビジネスプランコンテストの参加申込書雛形を使用し、積極的な申込みを勧める。						
	②広域連携							
③市町村連携	守口市・門真市と協力し、両市ホームページ及び両市広報への掲載、及び両市市役所や行政機関等にチラシを配架頂くなどの広報を行う。また、両市の特定創業支援事業を通じ、証明書発行希望者に対し創業塾の受講証明書を発行。							
④相談相乗	経営相談事業者を本事業へ誘導した他、希望者に対して個別支援を実施し、カルテ化を5件行った。							
計画に対する実績(数値)	総支援企業数(計画)	30.0	総支援企業数(実績)	53.0	支援実績率	176.7%	満足率	98.1%
事業全体の宝	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	<p>○創業にあたってのリスクや心構えの理解</p> <p>○経営・財務・人材育成・販路開拓に必要な知識の習得</p> <p>○マーケティングミックス・ポジショニングマップの理解</p> <p>○営業プロセスの作成及び集客手段の確立</p> <p>○収益・資金繰り計画の理解</p> <p>○創業予定者同士のディスカッションによる自身の気づき</p> <p>○自身の事業開始レベルの理解</p> <p>○現時点での創業可否の判断</p>						
	代表指標	創業に向けて理解を深めた受講者の割合						

実績 ／ 目標 達成 度	数値目標	<b>80%</b>	実績数値	<b>90.5%</b>	目標達成度	<b>113.1%</b>
	成果の代表事例	<p>製造業や飲食業、各種サービス業などを創業予定の方や創業して間もない方に参加頂いた。創業後間もない受講者も含めて、特定創業支援事業に基づく証明書発行希望者<b>25名</b>のうち<b>12名</b>が認定証明書を取得。創業塾を通じ必要な知識を得て、創業に向け大きく前進する事例があった。</p> <p>●守口市内での創業者の事例 介護関係の事業所に勤務されていた2名が同じ業種での創業に向けて創業塾を受講。全5回の講義を通じ必要な基礎知識を身に付け、事業計画のブラッシュアップを重ねることで具体的な課題や自社の強みを把握することが出来た。特定創業支援事業に基づく証明書を取得後、法人会社を設立。事業資金として、日本政策金融公庫と京都信用金庫との協調融資を受け、令和<b>4年12月</b>より事業を開始することができた。</p>				
実施 結果	その他目標値の実績	目標値 (計画)	<b>5</b>	目標値 (実績)	<b>9</b>	目標達成度 <b>180.0%</b>
	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>受講者の内、創業に向けて取組を始めた創業予定者数は<b>9名</b>であった。全員が特定創業支援事業の認定証を取得。認定証取得後、7名が創業。残りの2名についても継続して支援を行っていく。</p> <p>創業希望者の事業PRとして例年行っている行政や地域金融機関への案内や新聞折込、鉄道駅でのポスター掲示に加え、地域コミュニティ誌への広告掲載、セミナー情報専門のインターネットサイトへの情報掲載、SNS広告を活用してPR。その結果、当初定員の<b>30名</b>を超え、<b>60名</b>申込みがあり、<b>53名</b>が受講される。令和5年度についても引き続き創業の前段階で踏みとどまっている創業希望者の創業塾への誘導を行っていく。</p>				



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

守口門真商工会議所

事業名		守口門真ものづくり元気企業						
想定する実施期間		24 年度～ 年度まで ※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること						
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	工業関連企業を取り巻く状況は近年の一層のグローバル化により、他企業との差別化が重要な課題の一つとなっている。そのような中、守口・門真地域の工業活性化を図るべく、差別化を進めるために本年度も「守口門真ものづくり元気企業」を認定する。これは大企業の下請け等で培った多くの魅力的な製造技術、品質管理技術をもつ企業群を1つのパッケージとし、効果的にPRすることを目的とする。また認定企業の中でも、より魅力的な企業を大阪ものづくり優良企業賞や関西ものづくり新撰の認定に向けて支援することで、上位の認定事業申請への取り組みを容易にし、積極的な販路開拓を促す狙いがある。さらに、認定メリットにロゴ使用やHP、パンフレット掲載だけでなく、出展料補助など、他の販路開拓事業との連携も図る。						
	支援する対象 (業種・事業所数等)	製造業事業所（主たる部会：金属工業部会と一般工業部会の約600社）						
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>【準備委員会① 令和4年5月24日（火）午前3時30分～4時30分】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・募集要領、応募申請書、申立書、募集案内、選定委員、選定基準の承認</li> <li>・実施スケジュールの確認 ・認定事業所のフォロー状況報告</li> </ul> <p>【元気企業 平成24年～令和3年度認定事業所パンフレット作成】</p> <p>【元気企業応募期間 令和4年6月1日（水）～6月30日（木）】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・申込6件</li> </ul> <p>※応募企業については経営指導員により、認定事業の効果的な活用方法と申請書作成方法について支援を行った。</p> <p>【選定委員会（新型コロナウイルス感染症防止のため書面による審査） 令和4年9月7日（水）～9月15日（木）】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・受付企業6社のうち4社について審査を実施。</li> </ul> <p>【会員大会にて認定権授与 令和4年10月1日（土）午後3時00分～】</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	認定企業を「大阪ものづくり優良企業賞2023」（中小企業支援室 ものづくり支援課）の推薦に繋げる。（4社申請4社認定）						
	②広域連携							
③市町村連携	商工担当課の職員が準備委員会等に参加。事業運営全体にアドバイスをいただいている。また、パンフレットを配布することで、当地域のものづくりブランドの発信に努めている。							
④相談相乗	申請書作成の際、事業内容を明確に把握できるため、大阪ものづくり優良企業賞の申請や、各種補助金申請時に必要な事業計画策定を中心に積極的に支援を拡大させている。							
計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	121.0	総支援企業数(実績)	120.0	支援実績率	99.2%	満足率	85.8%
事業全体の実績／口	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>守口市・門真市内のものづくり企業の技術力、製品力等を認定することで、地域を代表とする企業として信用力が高まった。また、当所より積極的な情報発信や販路開拓支援などを行うことでビジネスの拡大に繋げた。詳細は下記の通り。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>①自社の技術的な強みやQCDレベルの再確認</li> <li>②情報発信により技術力・製品力のPRを行い知名度を向上（会議所HP、会議所会報、各認定事業所HP、パンフレット、大阪府内36商工会・商工会議所へパンフレット発送、大規模展示商談会、ショッピングモール設置の掲示板、他各種イベント等）</li> <li>③認定事業経営者同士の情報交換・交流によるモチベーションの向上</li> <li>④大阪ものづくり優良企業賞・各種補助金をはじめとする支援施策の活用推進</li> </ul>						
	代表指標	認定事業所のうち自社技術の強みを理解し、PRできた企業割合						
	数値目標	70%	実績数値	100.0%	目標達成度	142.9%		

目標達成度	成果の代表事例	<p>●守口市内の製造業A社の事例</p> <p>これまで本事業のような認定を受けたことがなかったが、自社技術のPR及び、信頼度を向上させる目的で申請し、認定を受けた。申請書を作成することで自社の強みや課題を把握することができ、今後は上位認定である「大阪ものづくり優良企業賞」に向け、現在、指導員と申請書のブラッシュアップをおこなっている。また、本ハンズオン支援をきっかけに当社の加工技術をPRするため、総合展示会に出展し販路開拓支援も行うことができた。</p>				
	その他目標値の実績	目標値 (計画)	116	目標値 (実績)	116	目標達成度 100.0%
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>守口門真ものづくり元気企業認定に向け、ハンズオンで支援した事業所からの満足度は高かった。さらに過去に認定を受けた事業所からは、展示会出展及びパンフレット等配布による「守口門真ものづくり元気企業ブランド」PRを行ったことで、一定の評価を得ることができた。今後も、販路開拓・新規顧客開拓として当所HPでの紹介や認定事業所のみが対象となる大規模展示商談会への出展料補助などを行うことでさらなるPRを図っていききたい。また認定事業所のメリットとして大規模展示会出展料補助やISO等の工業規格の新規取得・更新費用の一部補助を行うことで、自動車・航空宇宙・医療機器関係分野を含む品質管理基準の取得率を高め、地域全体の競争力を強化し、元気企業ブランド向上に努めていく。</p>				
		<p>平成24年度34社、平成25年度10社、平成26年度8社、平成27年度13社、平成28年度10社、平成29年度9社、平成30年度10社、令和元年度10社、令和2年度7社、令和3年度5社の合計116社が対象。</p>				