

令和6年度（2024年度） 事業実績報告書

1. 申請者の概要

申請者	団体名		豊中商工会議所	
	代表者職・氏名		会頭 吉村 直樹	
	所在地		〒561-0884 大阪府豊中市岡町北1丁目1番2号	
	担当者	職・氏名	中小企業相談所長 林 正義	
		連絡先	T E L（直通）：	06-6845-8004
			F a x：	06-6857-0474
E - m a i l：	shien@ooaana.or.jp			
①設立年月日			昭和24年12月	
②職員数 （うち経営指導員数）			14名（経営指導員7名）（令和7年3月31日現在）	
③所管地域			豊中市	
④管内事業所数			13,180（令和3年度経済センサス）	
⑤管内小規模事業者数			8,804（令和3年度経済センサス）	
⑥会員数（組織率）			2,625（19.9%／令和7年3月31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、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及び刊行を行うこと。 (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。 (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及び検定を行うこと。 (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)社会一般の福祉の増進に資する事業を行うこと。 (17)行政庁から委託を受けた事務を行うこと。 (18)前各号に掲げるものの外、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。				

(1) 事業の目標

当所管内から成長企業の創出、イノベーションの促進、企業の経営強化、幅広い人材の活用などに取り組み、活性化が図られることを目標とする。そのために、「気づき」とチャレンジマインド醸成の機会創出に広域で取り組む一方、自ら意欲的に経営課題の解決にチャレンジする企業に重点を置いて支援し、以下のとおり取り組む。

- (1) 自らを大胆に“変革”して新分野・新市場へ果敢に“挑戦”しようとする意欲的な企業に対して成長戦略の立案を支援するとともに、計画・実施・検証・改善活動の実践に伴走しながら、自律的にPDCAを運用できる経営力のコア構築、強化を目指す。
- (2) 専門家や専門支援機関の活用および広域企業間連携を積極的にコーディネートすることで、経営戦略の精度向上と的確なPDCAサイクルによる成果の顕在化を目指す。
- (3) セミナー、交流会、展示会等の開催、成功事例集の作成配布等を通じて「気づき」とチャレンジマインド醸成の機会を創出し、意欲と潜在力を有する企業の発掘を目指す。
- (4) 目的意識を共有できる企業群による研究会を立上げ、PDCA実践による具体的な情報共有の促進および、ハンズオン支援による課題解決と成果創出を加速させていくと共に、広域での企業間連携の促進を目指す。

(2) 事業を実施した具体的な内容、方法及び工夫した点

小規模事業者が個々に抱える課題に対し、経営指導員が持つ各々の得意分野(WEB/IoT活用・労務/人事・販路開拓・税務・金融・事業計画作成支援等々)に合わせて経営相談対応するとともに、地域活性化事業として取り組んだ各事業において、それぞれの担当経営指導員が専門相談支援事業の各専門家・外部の支援機関等とも連携して伴走支援にあたった。

経営相談事業においては、349社に対して、経営課題の整理と課題解決に向けて適切な支援施策や制度、支援機関等の活用を提案し、支援機関へのつなぎ、事業計画作成支援、記帳支援、労務支援、販路開拓支援、金融支援、財務分析支援を中心に課題解決に取り組んだ。専門相談支援事業においては、創業/経営・税務・記帳・IT活用・知財(商標・意匠等)・ビジネス法務・労務の各窓口を開設するとともに、プロモーション・デザイン・ブランディング等のその他分野や相談内容に応じたスポット対応も実施し、経営指導員と連携したスピーディーな経営支援に努めた。地域活性化事業においては、女性経営者のネットワーク構築、WEB活用とEC化の促進、プロモーション力の強化、脱炭素経営の推進、人手不足対策と人材活用の向上、事業承継対策、大阪・関西万博に向けた対策、インバウンド対策を重点テーマに掲げて活性化を図った。

支援の成功事例を共有するために、支援先企業を担当した経営指導員が自ら取材を行い、機関誌への記事寄稿や支援事例集を編纂し、冊子・Web/SNSを活用して積極的に事業者の活用事例を紹介した。

(3) 事業を実施した効果、所管地域の活性化の状況

経営相談支援事業では、積極的に経営改善、回復・成長を図ろうとする企業に対して、経営課題を整理するとともに、課題解決に向けて適切な支援施策や制度、支援機関等の活用を提案し、伴走支援を行うことができた。専門相談支援事業では、企業を取り巻く課題が高度化・複雑化するなか、経営指導員がコーディネートした上で各分野の専門家へ繋ぎ、解決を図ることができた。創業/経営・税務・記帳・IT活用・知財(商標・意匠等)・ビジネス法務・労務の各窓口を開設するとともに、プロモーション・デザイン・ブランディング等のその他分野や相談内容に応じたスポット対応も実施することで、ワンストップでスピーディーな経営支援を提供することができた。

また地域活性化事業を核に、WebとECを活用した販路開拓の強化、自社の魅力を引き出すセルフプロデュース力の向上、脱炭素経営やカーボンニュートラルに貢献する商品・サービス開発の後押し、労働力人口減少における人材活用力の向上、事業承継できる会社を目指した経営力の強化、大阪・関西万博に向けた新商品開発とビジネスプランの構築、インバウンド需要取り込みによるビジネスチャンスの創出、事業再構築や新事業展開へのチャレンジ促進、事業継続力強化計画やBCPの策定、持続可能な開発目標(SDGs)経営、独立系フリーランスなど働き方改革と女性経営者の参画による地域振興、多様な起業の在り方促進など、企業へチャレンジ的な経営モデルの推進を後押しすることができた。

(4) 事業を実施した結果浮かび上がった課題

経営相談支援事業においては、カルテ化した支援内容で、未対応や実績数の低い支援メニューがあった点が課題となるため、支援内容の極端な偏りを生じることなく幅広く相談テーマの掘り起こしに努めてカルテ化できるように補強していきたい。

専門相談支援事業においては、企業における課題が多様化・高度化しているため、それらの課題に対応できるように専門家を活用した支援体制の充実が益々大事になってきている点が課題となる。外部の支援機関への繋ぎ支援以外に、当所の中でスピーディーにワンストップで支援を提供できることは、相談者の課題解決力と満足度を高められるため、専門相談体制をさらに強化させていきたい。

地域活性化事業においては、利用者満足率は総じて高かったが、集客に苦戦するセミナーがいくつかみられ、支援実績率が低い事業があった。潜在的ニーズを掴んで企画できているが、事業内容をターゲット企業に届ける周知面が課題であり、訴求力・広報力を高めていきたい。

(5) 次年度の取り組み

(4)の課題に対応して各事業をブラッシュアップしていくほか、令和6年度の事業内容を補強して、豊中商工会議所の中期の基本方針でもある以下の3つのテーマに引き続き注力していく。

1. チャレンジングな“人財づくり”：「次世代を牽引する起業家の輩出」を目指して、多様な経営人財のチャレンジングな事業実践と、切磋琢磨を促すネットワークの拡充に取り組み、地域経済の活性化に繋げる。

2. チャレンジングな“企業づくり”：「チャレンジングな経営モデルの創出」を目指して、グローバル市場開拓やデジタルトランスフォーメーション（DX）などの推進に取り組み、独立系フリーランスを含めた小規模事業者や中小企業の伴走型支援を通じて、地域経済の新たな発展に繋げる。

3. チャレンジングな“地域づくり”：「持続可能な地域経済の発展」を目指して、頻発する自然災害や感染症、サイバー攻撃などにより、企業による事業活動の継続に支障をきたさないよう、省エネや脱炭素経営を踏まえた事業継続力の強化支援に取り組み、地域経済の強靱化に繋げる。

3. 経営相談支援事業・専門相談支援事業 豊中商工会議所

I 経営相談支援事業

支援のポイント・成果

349社に対して、経営課題の整理と課題解決に向けて適切な支援施策や制度、支援機関等の活用を提案し、支援機関へのつなぎ、事業計画作成支援、記帳支援、労務支援、販路開拓支援、金融支援、財務分析支援を中心に課題解決に取り組んだ。

具体的な支援策として、国・大阪府・豊中市の各種施策を活用することで「小規模事業者持続化補助金」「大阪府新事業展開テイクオフ支援補助金」「豊中市チャレンジ事業補助金」「豊中市商品高付加価値化応援金」「豊中市IT化促進補助金」「豊中市売上アップ応援金」等の採択に繋がるとともに、「日本政策金融公庫の各種融資」「大阪府制度融資の各種資金」、大阪産業局の各種実施事業、豊中市の特定創業支援事業、等の活用に繋げることができた。

<経営支援の代表事例>

●【POSレジとクラウド会計の導入・連携でIT化促進】

イタリアンレストランを夫婦で経営する企業よりPOSレジや会計システムの導入について相談を受け、「Airレジ」、「マネーフォワードクラウド確定申告」の導入を支援。豊中市IT化促進補助金を活用することで、レシートプリンタ付きのキャッシュドローアの購入代金と会計システムの利用料1/2補助についてもサポート。導入後は、会計システムとAirレジ、ネットバンキング、クレジットカード等を連携させ、日々の会計入力を効率的に行えるようになった。

●【新事業展開テイクオフ支援事業などを効果的に活用し創業を加速】

医療ツーリズム・ウェルネスツーリズムを手掛けるべく令和5年に創業した企業に対し大阪府の「新事業展開テイクオフ支援事業」で支援。事業計画の作成や創業の動機などの深耕をサポートし補助金、伴走支援ともに採択され、中国の大型展示会への出展によるPR実施につなげる。また、大阪産業局と提携しながら、クリエイターやAIプロンプトエンジニア、海外SNS専門家などを紹介し高度な案件についてもサポートを行った。

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	324	349	107.7%	5
支援機関等へのつなぎ	支援数	120	117	97.5%	5
金融支援（紹介型）	支援数	11	11	100.0%	4
金融支援（経営指導型）	支援数	10	10	100.0%	4
マル経融資等の返済条件緩和支援	事業所	1	0	0.0%	3
資金繰り計画作成支援	事業所	1	0	0.0%	3
記帳支援	事業所	65	70	107.7%	5
労務支援	支援数	30	47	156.7%	5
人材育成計画作成支援	事業所	1	1	100.0%	4
マーケティング力向上支援	事業所	1	0	0.0%	3
販路開拓支援	支援数	61	59	96.7%	5
事業計画作成支援	支援数	45	40	88.9%	4
創業支援	事業所	15	13	86.7%	4
事業継続計画（BCP）等作成支援	事業所	10	10	100.0%	4
コスト削減計画作成支援	事業所	1	0	0.0%	3
財務分析支援	事業所	5	3	60.0%	3
5S支援	事業所	1	0	0.0%	3
IT化支援	事業所	5	5	100.0%	4
債権保全計画作成支援	事業所	1	0	0.0%	3
事業承継支援	事業所	2	1	50.0%	3
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	324	349	107.7%	5

Ⅱ 専門相談支援事業

支援のポイント・成果

企業の各種経営相談に対して、経営指導員がコーディネートした上で各分野の専門家へ繋ぎ、課題解決を図った。具体的には、創業/経営・税務・記帳・IT活用・知財(商標・意匠等)・ビジネス法務・労務の各窓口を開設するとともに、プロモーション・デザイン・ブランディング等のその他分野や相談内容に応じたスポット対応も実施した。

とりわけ、創業・経営革新分野においては、経営指導員のマンパワーを補いつつ、中小企業診断士より、特定創業支援事業に対応した創業者支援、経営改善・経営革新に関するアドバイス、持続化補助金・事業再構築補助金・ものづくり補助金の申請における事業計画作成やブラッシュアップ支援、などでサポートを得る。また、IT活用・プロモーション分野においては、ITサポーターや販路開拓分野の各種専門家等より、SNS等の活用支援、WEB・EC活用による顧客開拓・売上アップ、DXの推進、プロモーション・デザイン・ブランディングによる顧客獲得、などでサポートを得た。

企業を取り巻く課題が高度化・複雑化するなかで、経営指導員と連携したスピーディーな経営支援を提供することができた。

事業名	新規/継続	指標	目標数値	実績数値	達成率	事業評価
法務相談	継続	相談回数	15	14	93.3%	4
税務相談	継続	相談回数	90	119	132.2%	5
金融相談	継続	相談回数	5	1	20.0%	3
労務相談	継続	相談回数	5	2	40.0%	3
その他相談	継続	相談回数	233	212	91.0%	5

Ⅲ 地域活性化事業										
支援のポイント・成果										
<p>・女性経営者ネットワーク構築促進事業においては、ブランディングやSNS集客における商材写真の撮り方などをテーマにミニセミナーを開催し、事業コンセプトを固める意義や自社の強みを発掘する方法を参加者へ広めた。同時に名刺交換会も実施し、女性事業者同士のコミュニティ形成に寄与するとともに、参加者へ事業拡大に向けた意欲を高めた。</p> <p>・Web/EC/SNS活用販路開拓支援事業においては、スマートフォンやパソコン利用時における情報セキュリティ対策への取り組みを啓発したほか、国内市場にとどまらずインバウンド市場も視野に入れてSNSによる情報発信や越境ECの活用に取り組んだ。また、ChatGPTをはじめとするAI技術への関心が高まる状況を踏まえ、基本的なAI活用法を取り入れることで顧客開拓の効率を従来の10倍に向上させる内容を提供した。</p> <p>・自社の魅力を引き出すセルフプロデュース力向上支援事業においては、より効果的に自社（商品・サービス）のセルフプロデュースを実践できるようサポートし、①自社の強み・ウリ（USP）の把握、②真のターゲット層へのアプローチの模索と戦略的に訴求力の高いツールの制作・改善、①②を個別サポートするハンズオン支援を実施した。</p> <p>・カーボンニュートラルの実現に向けた脱炭素経営推進事業においては、中小企業の変革・投資を促し、脱炭素経営や新商品・サービスの創出を生み出すことを目的として、国・大阪府が実施する脱炭素に関する施策、CO2の見える化、脱炭素商品開発や企業ブランディングについて解説することで、脱炭素経営に対する意識変革を促した。</p> <p>・人材活用力向上事業においては、求人票の作り方や面接での企業側の振る舞い方を見直すことで採用難が一層厳しくなる中で中小企業がいかに立ち向かっていくかを学んでいただくとともに、北大阪地域労働ネットワークと連携して、多様な働き方の実現、問題社員問題への対応策など、人材を軸に幅広い取り組みを実施した。</p> <p>・小規模事業者のためのスモールM&Aを活用した事業承継支援事業においては、事業承継・M&Aをきっかけに、中小零細企業が補助金を活用して事業拡大した事例を紹介するとともに、「大企業だけが行うもの」「費用が掛かる」といったM&Aに対するイメージの払拭に努め、中小零細企業のM&A活用を促進した。</p> <p>・EXPO2025をインバウンドに繋げる事業においては、インバウンド実践企業の事例と万博協会の観光ポータルサイトの活用紹介、北摂在住の外国人とのリアルな意見交換、アメリカ人ツアーガイドによる外国人目線での現地ハンズオンを実施し、実践的な内容にすることで、大阪・関西万博に向けたインバウンド対策を促した。</p> <p>・大阪・関西万博に向けた新商品発掘&開発プランコンテストにおいては、「空の匠賞レース～空港バイヤーズチョイス～」という名称で実施し、25事業者から32商品が応募、最終的に3商品が表彰され、2商品が奨励賞を受賞した。また、地域メディアとの接点を持ち認知度を高めることにも繋げ、表彰対象以外にも複数の商品がバイヤー商談を行うことができた。</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	
	女性経営者ネットワーク構築促進事業	32	49	153.1%	95.9%	課題解決に繋がったと回答した事業所の割合	80%	78.4%	98.0%	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	
	Web/EC/SNS活用販路開拓支援事業	152	103	67.8%	99%	Web/EC/SNSの活用により新規顧客を獲得した事業者数	40	21	52.5%	3
	自社の魅力を引き出すセルフプロデュース力向上支援事業	89	68	76.4%	100%	当講座への参加により自社や商品の強みを活かして何らかの改善・改良を行うつもりである、または行ったと回答した企業の割合	80%	100%	125.0%	5
○	カーボンニュートラルの実現に向けた脱炭素・GX経営推進事業	30	9.5	31.7%	100%	講座のアンケートにて、カーボンニュートラルに貢献する商品・サービスの開発に取り組む企業、取り組むことを検討すると回答した企業数	5	0	0.0%	2
○	人材活用力向上事業	83	66.5	80.1%	96.9%	求人票の作成や変更に取り組んだ企業数	5	4	80.0%	5
○	小規模事業者のためのスモールM&Aを活用した事業承継支援事業	16	8	50.0%	75%	M&Aへの興味を持った企業の割合	80%	100%	125%	3
○	EXPO2025をインバウンドに繋げる事業	36	33.5	93.1%	100%	大阪・関西万博を活用してインバウンド対策を行う企業数	10	8	80.0%	5
○	大阪・関西万博に向けた新商品発掘&開発プランコンテスト	53	36	67.9%	94.4%	大阪・関西万博に向けて製品・商品開発や販路開拓に取り組む企業数	3	2	66.7%	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。

令和6年度（2024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									
豊中商工会議所									
事業名		女性経営者ネットワーク構築促進事業							
想定する実施期間		2024 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）	日本政策金融公庫総合研究所が2022年12月に行った「2022年度新規開業実態調査（特別調査）」によると、現在の月商について、女性起業家は「100万円未満」との回答が62.7%と一番多く、同質問に対し男性起業家は「100万円未満」の回答は37.2%、「100万～500万円未満」との回答が41.8%と一番多かった。平均月収については、女性起業家は166万円に対し、男性起業家は504万円とこちらでも大きな差が開いている。しかし、商圏を「事務所や店舗の近隣」「同じ市区町村内」としている女性起業家は53.1%と半数を超え、地域経済の担い手として活躍されていることがうかがえる。主な相談先としては、男女ともに、同じ境遇である「経営者仲間」が一番大きな割合を占めたが、女性起業家が58.7%に対し、男性起業家は68.8%であり、女性起業家は横のつながりが男性に比べて薄い分、親兄弟や商工会議所などに相談しているケースが多い。そこで、小規模な女性経営者を対象に事業者同士の交流の促進を商工会議所が行い、女性経営者のコミュニティを形成することで持続的な地域振興を図る。							
	支援する対象 （業種・事業所数等）	主に豊中市内において、売上規模が1000万円以下を中心とした小規模な女性経営者・フリーランス。創業間もない女性起業家。経営経験や知識の乏しい女性経営者を支援の対象とする。							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	【人材育成型】 ①女性経営者・フリーランス向け豊中しゃべりバ！ 当所の女性経営者ネットワーク特別委員会のメンバーが講師を務め、ブランディングに関する講座、自社をPRするための写真の撮り方講座、名刺交換などビジネスマナーに関するプチ講座を開催した。起業したての女性事業者が参加し、3C分析、ペルソナ設定を通じて、自社が狙うべき顧客像を思い描いてもらい、その顧客に対するPR方法としてSNSでの集客を題材に、商材写真の撮り方を解説しました。 ・実施時期：2024年8月6日（火）14時00分～16時30分 ・場所：豊中商工会議所 ・参加者数：44社、45名 ・支援企業数（実績）37社							
		【人材交流型】 ②「豊中しゃべりバ！先輩経営者さんから学ぶ、経営のイロハ！」 大阪梅田にて4店舗経営されている(株)CRAFT BEER BASEの女性社長を講師に招き、女性事業者に対し、創業から現在、今後の展望についてお話しいただいた。経営ビジョンを立てることの大切さや、転換期におけるリアルな悩み、困難に対しどう乗り越えたか、厳しい判断を迫られたときにどう決断したか等、これから事業を大きくしていく参加者に対し、道筋となるような話をしていただいた。講演後は社長を囲んで交流会を実施。女性事業者同士の交流を深めるとともに、お互いに刺激を与え、事業拡大に向けた意識を高めた。 ・実施時期：2025年1月15日（木）12時00分～14時00分 ・場所：(株)CRAFT BEER BASE MOTHER TREE ・参加者数：10社、10名 ・支援企業数（実績）10社							
		【ハンズオン型】 ③上記の参加者を中心に2社を対象に、女性経営者又は女性起業家のロールモデルとなるような支援事例をハンズオン型支援にて創出した。							
		<事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載>							
	①府施策連携								
	②広域連携								
	③市町村連携								
	④相談相乗	支援企業52社のうち19社（36.5%）をカルテ化した。							
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)	49.0	支援実績率	153.1%	満足率	95.9%	

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>【人材育成型】においては、申込みの段階で事前アンケートを実施し、現在抱えておられる課題についてヒアリングをした。その結果、事業の収益化や広報に関して課題感をお持ちの方が多くことが判明、申込者の属性も鑑み、ミニセミナーにおいてはブランディングやSNS集客について解説を行い、課題解決につながるよう工夫を行った。参加者の中には、自社の強みをはっきりと自認されてない方も多かったため、勉強になった、自分の目指す道が見えてきた、差別化ポイントが分かってきた等のお声を参加者からいただいた。</p> <p>【人材交流型】においては、これから事業を拡大していきたいとお考えの女性事業者にとって、ロールモデルとなるような女性経営者を講師に選定し、経営に関するリアルをお話いただき、経営ビジョンを掲げることの大切さを説いていただいた。講師に感化され、交流会実施後は経営に関する相談が増えた。</p> <p>【ハンズオン型】においては、当所の交流会をきっかけに女性事業者同士が、共同開催でイベントを計画するなどの化学反応が起きたため、豊中市の補助金制度などを活用しながら、イベント開催に向けた支援を行った。</p>					
	代表指標	課題解決に繋がったと回答した事業所の割合					
	数値目標	80%	実績数値	78.4%	目標達成度	98.0%	
	成果の代表事例	<p>当所の交流会をきっかけに他の女性事業者との交流を深められ、豊中市の補助金を活用してイベントを共同開催する等、意欲的な活動につながった。イベント開催にあたっては、補助金申請のサポートを行い、SNSで集客するためにSNSマーケティングの専門家派遣制度を活用する等、商工会議所をフルに活用していただいた。補助金は採択され、共同イベントも盛況に終わった。</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>支援企業数、支援実績、満足度ともに高い水準になったかと思う。次年度も継続できるよう企画するとともに、女性事業者同士のコミュニティ形成が促されるよう、仕掛けを作っていきたい。また、現在は創業間もない方や売上に繋がっていないような事業者を中心に支援を行っているが、各々の事業が拡大し、規模が大きくなってきた暁には、経営戦略、人材育成、販路開拓など支援内容も大きくし、女性経営者のネットワーク構築に寄与したい。</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)	20.0	支援企業数(実績)	37.0	支援実績率	185.0%	満足率	94.6%
	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）	参加者が抱えている課題・悩みについて、セミナー・交流会に参加したことにより、解決に繋がることができた。							
		指標	課題解決に繋がったと回答した事業所の割合						
		数値目標	80%		実績数値	78.4%		目標達成度	98.0%
	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)	10.0	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）	勉強会に参加したことにより、参加者の新たな刺激となり、挑戦するマインドを醸成することができた。							
		指標	自社内に新たな取組み等を導入し始めた事業所数						
		数値目標	10社		実績数値	7社		目標達成度	70%
	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）	上記の支援対象企業を中心に、ビジネスコンテストや表彰制度、補助金制度等への申請・エントリーの支援を行い、女性経営者・女性起業家としてロールモデルの創出を行うことができた。							
		指標	地域の女性経営者・女性起業家としてロールモデルとなるような新事業を起こした事業者数						
		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	

令和6年度（2024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
豊中商工会議所		
事業名		Web/EC/SNS活用販路開拓支援事業
想定する実施期間		2013 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
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	経済産業省 令和4年度電子商取引に関する市場調査報告書によると、令和4年の日本国内のBtoC-EC（消費者向け電子商取引）市場規模は、22.7兆円（前年20.7兆円、前々年19.3兆円、前年比9.91%増）に拡大している。また、令和4年の日本国内のBtoB-EC（企業間電子商取引）市場規模は420.2兆円（前年372.7兆円、前々年334.9兆円、前年比12.8%増）に増加した。また、EC化率は、BtoC-ECで9.13%（前年比0.35ポイント増）、BtoB-ECで37.5%（前年比1.9ポイント増）と増加傾向にあり、商取引の電子化が引き続き進展している。一方、訪日外国人をターゲットにした場合、WEBサイトの信頼性が低いことから「SNS」を有力な情報源としており、訪日外国人観光客へのアプローチを考えるにあたっては、SNSマーケティングは大きなカギとなります。また、日本国内においても同様で、幅広い世代でSNSが活発に利用されており、口コミと生成と拡散性、消費者行動に影響を与えやすいSNSの活用は欠かせないものとなっている。当事業では、大阪・関西万博開催に向けて機運が高まる時期を、海外顧客の開拓に着手するチャンスと捉え、事業を持続的に発展させられるよう、域内小規模事業者に対してWeb/EC/SNSを活用したビジネスモデル導入の更なる促進と、2025年の大阪・関西万博開催期間とアフター万博に向けて、インバウンド需要や大阪・関西を経験した外国人顧客開拓も意識した「個の稼ぐ力・情報発信力」の強化を後押ししたい。
	支援する対象 (業種・事業所数等)	本市においては、サービス業と卸小売業を合わせると約50%となることから、これらの支援の必要性は非常に高い。本市を含む北摂地域に拠点を構え、かつBtoCサービス業（小売を含む）、特にWeb/EC/SNSを活用した顧客の販路開拓に取り組んでいるものの成果が得られていない事業者が主な対象となる。また、2025年に開催される大阪・関西万博に向けてインバウンド需要の取込や海外販路構築への期待も少なくない。また、これまで当事業で支援した事業者のうち、さらに精力的に学び実践しようとする事業者（EC/Webプロモーション勉強会登録メンバー約200名）のWeb戦略やビジョン再構築や実践をサポートする。
		<p>【人材育成型】</p> <p>①サイバー攻撃は手薄な中小・小規模企業へ。情報セキュリティ対策セミナー 貴社の機密情報は、本当に守られていますか？【定員30名】 実施日：2024年6月19日(水) 14:00～16:30 第1部 大阪府警察本部 警務部 高度情報推進局サイバーセキュリティ対策課より「企業を狙う最近のサイバー犯罪情勢とその対策について」を解説。第2部では、近畿管区警察局大阪府情報通信部情報技術解析課の担当者より「本物のランサムウェアでPCの乗っ取りのデモンストレーション」を体感いただいた。第3部では、大阪府警本部外事課の担当課長より「情報技術流失を巡る現状と課題について」、企業の重要情報を握っている管理職人材からの情報漏洩対策の危険性と防止策について解説・理解を求める内容として実施。</p> <p>【人材交流型】</p> <p>②企業の価値を高める Webデザイン＆ブランディングセミナー【定員20名×2回連続講座】 実施日：2025年3月4日,11日(火)の2日間、14:00～17:00 Web制作における業界動向(ノーコード、SEO、MEO、VEO)についてや、Webサイトを作成または、リニューアルする際に意識するポイントについて、実際にCanvaを操作していただき自社サイト等の制作体験を実施。既存サイトの改善ポイントなど受講者同士での意見交換なども実施。参加者が全員女性ということもあり、ワークではお互いがアイデアやフォローをしながら和やかな雰囲気でした。また、デザインとブランディングについては課題を共有し、意見交換しながら講義を進める内容として実施した。</p> <p>③BASEで学ぶEC入門塾【定員15名×3回連続講座】 実施日：2024年7月3日,10日,17日(水)の3日間、14:00～17:00 デジタルハリウッド大学の講師による、商品写真の講義と受講者が持参した商品の撮影実践を実施。WEBの専門家講師からは、1人1台のパソコン環境でBASEを利用したネットショップの構築からECの立ち上げ準備を行い、実際に撮影講習で撮影した商品を掲載する体験型講座として実施。BASEは、そのままECとして運営できる内容とした。商品撮影体験講習では、商材別のグループに分かれて商品撮影を互いに協力をし合いながら交流を深めた。</p> <p>④外国人観光客を呼び込む5つの方法講座 インバウンド集客術【定員15名×3回連続講座】 実施日：2025年2月12日,19日,26日(水)の3日間、14:00～17:00 台湾法人 媒迪亞維博有限公司としてインバウンド集客事業をされている総経理 代表取締役を講師に招いて、インバウンドに向けたSNS集客の基礎を学び、実際にSNSを利用した動画による発信などを体験していただく内容として実施した。少人数での開催となったため、1つのグループとしてワークの実施では講師と受講者同士が互いに協力しながら互いのアドバイスを行う形式として実施した。</p>

事業の概要	実施時期・具体的な内容及び事業手法	⑤越境ECならではの売上をアップさせる撮影のコツまでみっちり学べる!プロ写真家から学ぶInstagramでファンを創る!講座【定員15名×3回連続講座】 実施日:2025年1月16日,23日,30日(木)の3日間、14:00~17:00 パリ国際写真展でプロフェッショナル広告部門で表彰実績があり国内TV等のメディアへの出演経験豊富な写真とSNSの活用の専門家を講師に招いて、国内外向けに主にECを運営している事業者を対象として、WEB/ECサイトに掲載する商品の撮影方法を習得いただく内容として実施。撮影体験実習では商材ジャンル毎のグループに分かれて互いの商材撮影フォローをしながら交流を深めていただく内容として実施した。	
		⑥越境ECもこれでバッチリ!EC実践塾【定員15名×7回連続講座】 実施日:2024年9月12日,19日,10月3日,10日,17日,24日,11月14日の7日間、14:00~17:00 サングラスメーカー アイゾーンジャパンの代表取締役でもあり、自らが運営する多数のECサイトで年間1億円(越境ECを含む)を売り上げるECの運営実践から得られたノウハウを元にした内容をEC実践塾として実施。2日目以降は、3名のグループ毎に分かれてグループディスカッションを実施。グループは毎回メンバーを替えて実施した。最終日は、ZenGroupによる担当者を招いて越境ECの始め方をテーマとした内容で実施。	
		⑦SNS×ChatGPT 10分で効果10倍 AI活用のSNS集客術【定員15名×3回連続講座】 実施日:2024年10月8日,22日,11月12日(火)14:00~17:00 SNSマーケティングの基礎を学び、ターゲットの設定や分析方法を解説。ビジネスに必要な集客方法をAI ChatGPTを活用した効果的・効率的な集客方法を学ぶ内容として実施。席はグループ席として、毎回グループ分けを行いメンバーを替えてグループ内での意見交換などを行う内容とした。	
		⑧今日から自分で出来るSEO! Googleの今を知って取り組む検索講座【定員15名×3回連続講座】 実施日:2024年10月1日,15日,11月5日(火)14:00~17:00 SEO業界で実績が豊富な講師を招いて、AIによる学習機能が備わった最新のGoogle検索エンジンに対する検索対策について、これまでの効果のない古いSEOではなく、最新のAI機能が備わったGoogleが評価するコンテンツとはどのようなものなのかの理解をする内容として実施。グループワークでは、WEBコンテンツに記載すべき内容を整理し検索対策に効果がある顧客が求めているワードなどを考える内容として実施。毎回宿題を出し、グループ内で討議を行った上で代表を決めて全員の前で発表を行い参加者全員で情報を共有し講師と解決策を考える内容として実施。	
		⑨自社の強みを伸ばす!ちょっとした不便を解決する 身近な業務改善 DX講座【定員15名×3回連続講座】 実施日:2024年11月27日,12月4日,11日(水)14:00~17:00 10年以上にわたり中小・小規模事業者のDX支援を続けている講師を招いて、参加事業者の個々の課題と目標(理想とする状態)のヒアリングを行い、目標達成に向けて無料から利用が出来る既存のツール類の活用から検討し、無ければノーコードアプリの利用、それも難しい場合は、自社オリジナルシステム開発が必要になるが、なるべくコストを掛けずに目標を達成する方法を模索する内容として実施。課題解決に向けて、参加事業者からも解決案などの意見交換などを行いヒントが得られる内容として実施。	
		⑩EC/WEB/SNSブランディング/マーケティング勉強会 ・2024年12月17日(火)14:00~16:00 AIを活用したSNS集客への取り組みを実践され新たに発生した課題の解決をテーマにフォローアップ勉強会を実施。 ・2025年2月18日(火)14:00~17:00 ネットショップ塾 /マーケティング戦略講座 フォローアップ勉強会として、過去年度にネットショップ塾に参加された事業者者に再参集をいただき、取り組みをされていて中で新たに出てきた課題をヒアリングし、その課題解決に向けて担当講師とネットショップ運営のノウハウを蓄積されている先輩事業者からアドバイスをを行う内容として実施。 勉強会のテーマにそぐわない課題を抱えている事業者に対しては、個々の課題を解決すべく個別のフォローアップを実施。	
		<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	豊中商工会議所が主幹となり各事業の企画・調整・広報・運営・事後フォローを担当し、共催として参画する団体は、参加者募集広報、終了後の個別相談支援等を分担・連携し推進。広域連携により、参加企業募集の範囲が拡大することから企業の多様な交流が広がり、当事業の活性化と企業間連携の意識が高まった。
		③市町村連携	
④相談相乗	支援企業103社のうち10社をカルテ化(9.7%)した。		

	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	152.0	総支援企業数(実績)	103.0	支援実績率	67.8%	満足率	99.0%
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>大阪・関西万博の開催が間近に迫るなか、訪日外国人旅行者が帰国後に日本製品への購買意欲を高める傾向を踏まえ、越境ECにも対応したEC実践塾を開講。さらに、関心の高まっている生成AIを活用し、ターゲティングやブランディングを意識したSNSの活用方法を習得することで、国内外の見込み客への情報発信の精度と効率が向上している。その結果、これまで数件にとどまっていたSNSでの反応が増加し、WebサイトやECサイト、さらには実店舗への誘導効果も現れ始めている。また、行動実践に不可欠なPDCAサイクルに継続して取り組む事業者は、実際に成果を上げつつある。一方で、事業を単独で運営している個人事業者にとって、PDCAを継続するモチベーションを維持するのは容易ではない。こうした背景から、勉強会への参加を促し、相互に刺激を与え合う環境づくりを通じて、これからもPDCAに取り組む事業者への実践的な指針となるよう、今後も継続的な支援に力を注いでいきたいと考えている。</p>							
	代表指標	Web/EC/SNSの活用により新規顧客を獲得した事業者数							
	数値目標	40 社	実績数値	21 社		目標達成度	52.5%		
	成果の代表事例	<p>当初はドッグシッター事業として開業したが、やがて犬のしつけ教室へと事業を転換した。コロナ禍においてはオンラインでのサービス提供にも挑戦し、その結果、現在では予約が取れないほどの人気となり、3ヶ月待ちの教室へと成長した。さらに、事業の進展にあわせてPDCAを継続的に実践し、高い収益性を持つビジネスモデルの検証を重ねたことで、新たな事業変革にも踏み出している。自社事業との親和性を活かし、ペット用サプリメントの開発およびEC販売に取り組み、売上も着実に伸びている。</p> <p>現在は、さらなる挑戦としてペット用サプリメントの越境EC（海外販売）にも着手し、事業の拡大を図っている。</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>情報セキュリティ対策は、事業規模を問わず不可欠であるが、参加者の多くは既に対策を講じており、関心の薄い事業者へのアプローチが今後の課題である。また、セキュリティ対策をコストではなく投資と捉え、人材育成にも注力すべきと感じた。一方、ChatGPTをはじめとする生成AIへの関心は高まりつつあり、関連講座には定員を超える申込みが殺到するなど、ニーズの高まりが顕著であった。その反面、EC入門や実践講座は申込者数が減少し、参加者の本気度も低下傾向にある。ビジネスのスピードが加速する中、AIを活用して競争を勝ち抜く力が求められており、今後はWeb・EC・SNSをAIと連携させた実践的な内容への見直しが必要である。</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)	30.0	支援企業数(実績)	16.5	支援実績率	55.0%	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）	既にセキュリティ対策ソフトを導入済み企業では、UTMの導入検討や情報セキュリティポリシーの策定や形骸化したポリシーの見直しなど、更なる情報セキュリティ対策の強化に取り組んでいただいた。							
		指標	情報セキュリティ対策の強化に取り組んだ事業者						
		数値目標	30	実績数値	16.0	目標達成度	53.3%		
	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)	12.0	支援企業数(実績)	7.0	支援実績率	58.3%	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）	ホームページが作成できただけで集客に効果がないと意味がない。自社の強みやブランディングを意識した集客効果に期待できるホームページの作成ができるようになった。							
		指標	制作したページを自社の販路開拓ツールとして活用すること。						
		数値目標	5	実績数値	4	目標達成度	80.0%		
	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)	3.0	支援実績率	20.0%	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）	まずはECサイトを立ち上げる。そこからPDCAがスタートする。自社の強みを活かした独自性のある商品を販売するECサイトを立ち上げることができるようになった。							
		指標	簡易なECサイトを開設した事業者						
		数値目標	5	実績数値	2	目標達成度	40.0%		
	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)	15.0	支援企業数(実績)	4.0	支援実績率	26.7%	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）	まずはインバウンドを対象とした集客に向けた効果のあるSNS活用にチャレンジが始まった。受講者の中には外国人インフルエンサーを使ったSNSプロモーションに取り組む事業者も出て来た。							
		指標	インバウンド客を見込んだ情報発信を開始した事業者						
		数値目標	5	実績数値	3	目標達成度	60.0%		
	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⑤	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	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）	様々なSNSを活用して越境も含めて集客を実践するための高品質な写真撮影と動画撮影、編集方法を習得し、SNSを通じて国内外の見込み客への開拓に取り組めるようになった。							
		指標	実際にライブ配信された事業者の数						
		数値目標	5	実績数値	0	目標達成度	0.0%		
	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⑥	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)	10.0	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）	ECで安定的な売上を確保するために必要なPDCA(目標設定・計画実行・結果評価・結果を踏まえた改善計画)の取り組みに必要なプロセスの循環方法を学び取り組めるようになった。							
		指標	既存ECサイトの改善PDCAの取組みを開始した事業者数						
		数値目標	5	実績数値	2	目標達成度	40.0%		
	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⑦	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)	17.0	支援実績率	113.3%	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）	これまで行き詰まっていた情報発信ネタの作成にAI(ChatGPT)を活用することで、効果的・効率的な投稿ネタのアイデアを得ることが可能となり、情報発信頻度の改善に繋がった。							
		指標	販路開拓を目的としてWebサイトの更新やSNSの活用を再開又は新たに活用を開始した事業者数						
		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			
実績／達成度⑧	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)	14.0	支援実績率	93.3%	満足率	92.9%
	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）	これまで効果があるとされていたSEOが大きく見直され、AI時代の検索対策への理解と実践で検索上位表示による新規客開拓に繋がった。来訪客数アップの効果が現れ始めているようだが新規顧客による売上アップへの効果は現段階では測定不能(来期にならないと計測は難しい)。							
		指標	成果として新規顧客の開拓により初年度売上3%以上アップ						
		数値目標	5	実績数値	0	目標達成度	0.0%		
	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⑨	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)	4.5	支援実績率	30.0%	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）	Google Looker StudioとGoogle SpreadSheet等、既存の無料で利用できるクラウドツール類を活用したDXへの取り組みがされるようになった。							
		指標	実際にDXへの取り組みを開始した事業者						
		数値目標	7		実績数値	3		目標達成度	42.9%
	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⑩	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)	12.0	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）	多くの参加者はPDCで終わっており、PDCAのスパイラルアップの継続が成果に表れることへの理解を深めていただいた。ただ、実践を続けるためのモチベーションの維持が難しいようだ。							
		指標	PDCAの取り組みにより対前年比売上5%以上のアップ						
		数値目標	3		実績数値	2		目標達成度	66.7%
	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6年度（2024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
豊中商工会議所		
事業名		自社の魅力を引き出すセルフプロデュース力向上支援事業
想定する実施期間		2019 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）	豊中を中心とした豊能地域は里山・観光地・工業エリア・新旧商業エリア・良質な住宅地域等、非常に多種多様な性格を持つ地域であり、その特性から多種多彩な事業が存在するが、東大阪市や堺市などのように地域を代表するような産業集積がない。それ故に地域としての発信力は弱く、そこからもたらされる経済的な波及効果に乏しい。コロナ禍は脱したもの、円安やエネルギー・原材料高騰による物価高が重なり、一般消費者の消費活動は思うように回復していない。また、インボイス制度への対応や、賃上げへの取組などから、多くの中小・小規模事業者はコスト面においても向かい風が続いている。そんな中2025年大阪・関西万博開催は一つのチャンスである。自社の事業を本当に必要としている顧客層に強みや魅力を伝えることができれば、今後の売上増加、また事業の発展・成長が見込める。よって、豊能地域ではこれに備えるべく、自社の強み・魅力を再発見・把握し、その事業を必要としている顧客に正確に届ける発信力を身に付け、事業の多様性をもって地域の発信力向上を図る事業としたい。
	支援する対象 （業種・事業所数等）	特に上記の影響を受けているであろうB to C事業を行う小売業・飲食業・サービス業などの中小企業のうち、経営理念や事業計画が明確化されていない等、企業としての基盤が整っていない小規模事業者、および発信力に課題を持つ小規模事業者を対象とする。
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>【人材育成型】</p> <p>①LINE友達登録13,500人のルカコが教える「ここで買いたい」を創るSNS活用の秘訣 LINEを上手に使った顧客管理と情報発信、Instagram等他SNSとの連携について学んだ。</p> <ul style="list-style-type: none">・実施日時：2024年10月16日 14時～17時・開催場所：豊中商工会議所4階大会議室・参加者数：15社15名・支援企業数（実績）15社 <p>②ファンの熱量がビジネスを成長させる！TNN流ファンマーケティングのススメ ファンづくりのコツ、収益化への道のり、評価経済社会について学んだ。</p> <ul style="list-style-type: none">・実施日時：2024年10月9日 14時～17時・開催場所：豊中商工会議所4階大会議室・参加者数：15社15名・支援企業数（実績）13社 <p>【人材交流型】</p> <p>③お笑いのプロと広報コンサルタントによる笑いのビジネスセミナー 大喜利や落語のオチの考え方など、ビジネスに役立つ笑いのメソッドをプロから学び、キャッチコピーなどを作成した。</p> <ul style="list-style-type: none">・実施日時：2024年10月30日、11月6日 いずれも14時～17時・開催場所：豊中商工会議所4階大会議室・参加者数：12社13名・支援企業数（実績）10社 <p>④自社の魅力発信勉強会「ニュースレターを上手に使った、お客さまとのコミュニケーションのコツ」 開業時よりずっとニュースレターに取り組む卒業生から、アナログだからこそできることやその効果の発表を行った。</p> <ul style="list-style-type: none">・実施日時：2025年1月20日 15時～17時・開催場所：豊中商工会議所3階第1・第2会議室・参加者数：6社6名・支援企業数（実績）6社 <p>⑤プレスリリース実践塾 プレスリリースについて事例とノウハウを伝え、ワークショップ形式で参加者相互交流のもと実践的に身に付けていく講座を実施した。</p> <ul style="list-style-type: none">・実施日時：2024年9月17日・30日、10月15日 いずれも14時～17時・開催場所：豊中商工会議所4階大会議室・参加者数：17社18名・支援企業数（実績）15社 <p>【独自提案型】</p> <p>⑥帰ってきたファン創り名刺作成講座 2nd. 自社および自社商品・サービスのウリを分析し、そのプレゼンツールとして4面勝負名刺を作成</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)

89.0

総支援企業
数(実績)

68.0

支援
実績率

76.4%

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)

①このネット全盛の時代に遠方からも来客が絶えないルカコ、その集客力が衰えることのない秘密はSNSの活用にあった。実例をもとに有料のシステムを使わずにできるLINE構築や顧客管理方法とInstagram等他SNSとの連携・プロモーションについて学んだ。

②どうやって、豊中に絞った超ローカル情報サイトながら、月間200万pvをはじき出すおぼけサイトができたのか。ファンとのコミュニケーションを経て大きくなったその10年の歴史と収益化への道、評価経済社会への移り変わりについて学んだ。

③キャッチコピーやネーミングとお笑いの共通点は、限られた時間（ことば）で状況を説明して相手に理解してもらうこと。大喜利や落語のオチの考え方、まとめかた、笑いのツボなど、お笑いのメソッドをプロの落語・構成作家から学び、作成したものを発表して意見交換しあうことで新たな発見があった。

④開業時からずっとニュースレターに取り組んでいる地元密着型美容室経営の当事業卒業生から、アナログツールだからこそできることやその効果、LINEやInstagramなどのSNSとの使い分けなどについての事例発表と、事業が違ってても活かせるニュースレターのアレンジなどについて交流型勉強会を行った。

⑤各社が自社の認知度や社会的信用を高めることの重要性について認識し、その手段としてプレスリリースの手法を活用するメリットを理解し、実際のリリースに向けたアクションに取り組む機会となった。

⑥自社の強み・ウリ・魅力をワークを通じて整理し、それを1番喜んでくれるお客様に向けてのアプローチをとことん考え、販促ツールとして4面名刺を作成した。撮影講座では実際にお互いを撮影・編集し、スマホの機能でも十分な撮影ができることを知ってもらい、Canva講座では様々な機能を目の前で実践しながら、自身でデザインできるように伝授した。最終日に一旦作成した名刺をもとに参加者同士でシミュレーションや意見交換を行い、講座終了後もブラッシュアップを重ねた結果、完成度のかかなり高い「勝負名刺」が出来上がった。

⑦事業者が現在直面している個々の課題に対して、販促物の強化やブランディングの見直し、SNSへのチャレンジなどを支援した。

代表指標

当講座への参加により自社や商品の強みを活かして何らかの改善・改良を行うつもりである、または行ったと回答した企業の割合

数値目標

80%

実績数値

100%

目標達成度

125.0%

成果の代表事例

事業者として語られる「SNS全盛時代にニュースレターを続ける理由」に参加者は皆共感し、勉強会後に早速ニュースレターやご挨拶ハガキなど取り組んでいたようである。発表者も話していたが、SNSにはSNSの、アナログにはアナログの良さがあり、取り組む事業者が減った今こそアナログは効果的なツールである。流行りのSNSにばかりとらわれずアナログでのアプローチも上手に使い分けるべきと感じた。また、発表者自身、10年以上続けてきたニュースレターを振り返る良いきっかけになったと喜んでいただいた。

その他目標値の実績

目標値
(計画)

目標値
(実績)

目標達成度

実績／達成度⑤	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	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）	各社が自社の認知度や社会的信用を高めることの重要性について認識し、その手段としてプレスリリースの手法を活用するメリットを理解し、実際のリリースに向けたアクションに取り組む機会となった。								
		指標	プレスリリースを作成し実際にリリースした企業の割合							
		数値目標	20%		実績数値	18%		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⑥	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	6.0	支援企業数(実績)	4.0	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）	自社の強み・ウリ・魅力をワークを通じて整理し、それを1番喜んでくれるお客様に向けてのアプローチをとことん考え、販促ツールとして4面名刺を作成した。撮影講座では実際にお互いを撮影・編集し、スマホの機能でも十分な撮影ができることを知ってもらい、Canva講座では様々な機能を目の前で実践しながら、自身でデザインできるように伝授した。最終日に一旦作成した名刺をもとに参加者同士でシミュレーションや意見交換を行い、講座終了後もブラッシュアップを重ねた結果、完成度のかなり高い「勝負名刺」が出来上がった。								
		指標	当講座への参加により、自社や商品の強み・ウリとそれを喜ぶお客様を見出し、プレゼンツールとして名刺原稿が完成した企業の割合							
		数値目標	80%		実績数値	75%		目標達成度	93.8%	
	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⑦	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)	5.0	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）	事業者が現在直面している個々の課題に対して、販促物の強化やブランディングの見直し、SNSへのチャレンジなどを支援した。								
		指標	学んだことを会社の取組として社内で実践もしくは、販促ツール作成に生かして改善・改良を行った企業の割合							
		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		

令和6年度（2024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									
豊中商工会議所									
事業名		カーボンニュートラルの実現に向けた脱炭素・GX経営推進事業							
想定する実施期間		2023 年度～ 2024 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)	<p>2030年に温室効果ガス排出量を46%削減し、2050年にカーボンニュートラルを実現するという目標に向け、2022年、大阪府は「おおさかカーボンニュートラル推進本部」を設置し、豊中市は「とよなか・ゼロカーボンプラン」を策定、2023年には政府が「GX＝グリーン・トランスフォーメーションの実現に向けた基本方針」を閣議決定。これらを踏まえ、環境保全に対する様々な規制や要請は、今後ますます強化されると予想される為、中小企業においても環境マネジメントにより体系的に取り組むことが必要とされる。</p> <p>また、SDGsの浸透により消費者の環境意識が急速に高まってきていたり、2025年の大阪関西万博におけるパビリオンでも、カーボンニュートラルを中心とした「2050年の社会像」を意識した展示が実施予定である等、カーボンニュートラルに貢献できる商品・サービスを提供し、環境にやさしい企業であることも求められている。</p> <p>この事業は商工会議所からカーボンニュートラルに関するセミナーをきっかけとした積極的な働きかけを行い、中小企業の変革・投資を促し、脱炭素経営や新商品・サービスの創出を生み出すことを目的とする。</p>							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	豊能地域をはじめとした大阪府内の中小企業・小規模事業者の中で、そもそもカーボンニュートラルとは何かを知らない事業者、カーボンニュートラルに関心があり、脱炭素・GX経営や環境マネジメントシステムの構築を検討されている事業者、小売業・製造業等でカーボンニュートラルに貢献できる商品・サービスの開発を検討されている事業者等。							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>【人材育成型】</p> <p>①「取引先から選ばれ続ける会社になる為の脱炭素経営入門セミナー」</p> <p>「最新の政策動向と中小企業に求められること」、「大阪府の脱炭素に向けた取り組み」、「CO2排出量可視化・SBT認証取得の重要性について」について解説した。</p> <p>・実施日時：2024年10月23日 14時～16時</p> <p>・開催場所：豊中商工会議所4階大会議室</p> <p>・参加者数：8社、9名</p> <p>・支援企業数（実績）6社</p> <p>【人材交流型】</p> <p>②「良いモノ・良いサービスだけでは売れない これからの商品・サービスブランド育成講座」</p> <p>「企業ブランディング」とこれからの時代に求められる「商品開発・ブランド」の育成手法について解説した。</p> <p>・実施日時：2024年10月4日、11日、18日 各日14時～17時</p> <p>・開催場所：豊中商工会議所3階会議室</p> <p>・参加者数：3社、3名</p> <p>・支援企業数（実績）3社</p> <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></p>							
		①府施策連携	メルマガ等によるセミナー集客の協力、セミナー内で大阪府の支援施策の紹介。						
		②広域連携	企画立案運営等の主管業務は豊中が担当、広報・募集・運営補助・フォロー等の業務は箕面・豊能・能勢と分担。広域実施により参加企業の拡大と連携の可能性向上を目指した。						
		③市町村連携							
		④相談相乗	人材育成型・人材交流型参加企業の5%をカルテ化。						
事業全体の実績／目標	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)	9.5	支援実績率	31.7%	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)	<p>【①人材育成型】の「取引先から選ばれ続ける会社になる為の脱炭素経営入門セミナー」においては支援実績率は低かったが、満足度は高く、ほとんどの事業者が自社の脱炭素経営に取り組むことを検討されることになった。</p> <p>【②人材交流型】の「良いモノ・良いサービスだけでは売れない これからの商品・サービスブランド育成講座」においては支援実績率が低いこともあり、脱炭素商品開発を検討される事業者はなかったが、満足度は高く、ブランディングの手法を取り入れて自社の商品やサービスの開発・改良を検討される事業者が多かった。</p>							
	代表指標	講座のアンケートにて、カーボンニュートラルに貢献する商品・サービスの開発に取り組む企業、取り組むことを検討すると回答した企業数							
	数値目標	5		実績数値	0		目標達成度	0.0%	

達成度	成果の代表事例	業務用食品の卸売をされている事業者が食品ロスの問題を解決できる一般顧客向けの冷凍カットケーキの開発を検討。講座にて学ばれたブランディングを商品開発に取り入れられた。			
	その他目標値の実績	目標値 (計画)		目標値 (実績)	目標達成度
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)	脱炭素への関心はあれど、現時点では取引先からの具体的な要求はない為、取り組みに積極的ではないという事業者が多い、コロナ禍を乗り越えた後の業績回復が先決であり、脱炭素商品の開発まで考えが及んでいない等が支援実績率が低い原因であると考えている。			
		当事業は今限りで終了とするが、脱炭素経営に関する相談があった際は、個別対応を実施する。			

【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)	20.0	支援企業数(実績)	6.5	支援実績率	32.5%	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）	カーボンニュートラルの概要を理解し、自社における脱炭素経営に取り組むようになること。							
		指標	セミナーのアンケートにて、自社の脱炭素経営に取り組む、取り組むことを検討すると回答した企業数						
	数値目標	10	実績数値	5	目標達成度	50.0%			
	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)	3.0	支援実績率	30.0%	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）	カーボンニュートラルの概要、今後の社会的・消費者ニーズを把握すること、自社のSWOT分析や3C分析を通して、商品・サービス開発に活かすようになること。							
		指標	講座のアンケートにて、カーボンニュートラルに貢献する商品・サービスの開発に取り組む企業、取り組むことを検討すると回答した企業数						
	数値目標	5	実績数値	0	目標達成度	0.0%			
	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6年度（2024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			
豊中商工会議所			
事業名		人材活用力向上事業	
想定する実施期間		2022 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）	中小企業は新卒採用においても中途採用においても大企業に比べて難しい状況にあり、今後一層人材確保が困難となることから、求人活動の見直しによる改善を支援するほか、外部人材の活用も含めた多様な人材の活用を検討するきっかけを提供し、実際の活用に向けて支援を行う。また、採用後の定着率向上に向けて社内環境の改善や法令順守等につながる支援を提案する。	
	支援する対象 （業種・事業所数等）	本市を管轄する池田公共職業安定所の管轄地域内の約30,000事業者及び近隣市町の事業者を対象とする。	
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>①「求職者の心に響く求人票」書き方セミナー【人材育成型】 昨今の求職者の傾向について豊富な資料を基に解説・分析し理解を深めるとともに、求職者にPRできる魅力ある求人票作成の具体的なノウハウの解説を行った。 ・実施日時：2024年8月21日 14時～16時 ・開催場所：豊中商工会議所4階大会議室 ・参加者数：13社14名 ・支援企業数（実績）11社</p> <p>②”愛嬌面接”で「選ばれる」会社へ！採用力向上セミナー【人材育成型】 面接参加者に自社に魅力を感じてもらい採用成功に繋げるためのポイントや注意点等について解説を行った。 ・実施日時：2024年9月10日 14時～16時 ・開催場所：豊中商工会議所4階大会議室 ・参加者数：12社14名 ・支援企業数（実績）10.5社</p> <p>③ゼロからはじめる、障がい者雇用 基本のキ【人材育成型】 障がい者雇用を行う際の注意点や、障がい者雇用で活用できる各種制度について実践的な解説を行った。 ・実施日時：2024年12月16日 14時～16時 その後2月28日までオンライン録画配信 ・開催場所：豊中商工会議所4階大会議室およびオンライン ・参加者数：17社17名 ・支援企業数（実績）16社</p> <p>④「問題社員に対する企業側の注意点や対応」【人材育成型】 問題社員関連トラブルを具体的な事例を基に説明し、対応策について解説を行った。 ・実施日時：2024年11月19日 14時～17時 ・開催場所：豊中商工会議所4階大会議室 ・参加者数：26社26名 ・支援企業数（実績）26社</p> <p>【ハンズオン型】 ⑤①②③④参加企業等を対象に、人材に関する個別具体的な取り組みについてハンズオン支援を行った。3社。</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	それぞれのセミナーにおいて大阪府の人材関連支援施策について紹介を行うほか、①・②のセミナーにおいては「中小企業のための人材採用コンシェルジュ」事業の案内を行った。
		②広域連携	各種事業の告知・募集にあたっては、広域連携の各商工会・商工会議所と連携して会報での告知や各指導員からの個別勧誘による協力を受けた。
		③市町村連携	
		④相談相乗	カルテ化率12.3%

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)	83.0	総支援企業数(実績)	66.5	総支援実績率	80.1%	満足率	96.9%
	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）	①においては採用難時代における求人票作成のポイントについてご理解いただいた。②においては採用面接において求職者がより魅力を感じて定着しくれるような取組についてご理解いただいた。③においては障がい者雇用の注意点と活用できる助成金についてご理解いただいた。④においては問題社員対策が中小企業でも必要となる中、具体的で実効性のある取組についてご理解いただいた。⑤については、多様な働き方を受け入れたり定着に向けた取組を行うにあたっての個別具体的な支援を実施することができた。							
	代表指標	求人票の作成や変更に取り組んだ企業数							
	数値目標	5社		実績数値		4社		目標達成度	80.0%
	成果の代表事例	豊中市の製造業事業者が事業参加をきっかけに障がい者雇用等の多様な働き方の受け入れを前向きに検討するようになり、その準備として職務分析・職務評価について知識を習得し、社内での取り組みについて提案する準備のきっかけとなった。							
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）	①と②の事業については集客に非常に苦戦したものの、参加者の満足度は非常に高かった。採用に関する面接は様々な機関や民間企業、コンサルタントがオンラインも含めて多く開催しており、それらとの差別化をわかりやすく伝える必要性を感じた。							

【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)	20.0	支援企業数(実績)	11.0	支援実績率	55.0%	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）	求人現場の現状について裏付けとなるデータをもとに知っていただくとともに、求職者に伝わる求人票作成の具体的な手法について学んでいただいた。							
		指標	求人票の作成や変更に取り組んだ企業数						
		数値目標	5社	実績数値	4社	目標達成度	80.0%		
	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)	20.0	支援企業数(実績)	10.5	支援実績率	52.5%	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）	採用面接を実施するにあたり事前にしっかりした準備を行いつつ現在の求職者の特性に合わせた進め方が必要であることをご理解いただいた。							
		指標	面接への取り組み方を変更した企業数						
		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③	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	20.0	支援企業数(実績)	16.0	支援実績率	80.0%	満足率	87.5%
	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）	採用難が続く中、障がい者雇用をはじめ多様な働き方を実現できる職場づくりが必要であることをご理解いただいた。							
		指標	多様な働き方への対応について取り組み始めた企業数						
		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④	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	20.0	支援企業数(実績)	26.0	支援実績率	130.0%	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）	従業員を守るためにも問題社員への対策が必要であることを、問題社員の行動の程度に応じてとるべき対応も変わってくることをご理解いただいた。							
		指標	問題社員への対応に向けて取り組み始めた企業数						
		数値目標	2社	実績数値	4社	目標達成度	200.0%		
	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⑤	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	3.0	支援企業数(実績)	3.0	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）	採用や定着に向け、職務分析・職務評価への取り組みや休職制度・ハラスメント対応など様々な方面からの取組を実施した。							
		指標	ハンズオン支援に取り組んだ企業数						
		数値目標	3	実績数値	3	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			

豊中商工会議所

事業名		小規模事業者のためのスモールM&Aを活用した事業承継支援事業						
想定する実施期間		2018 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)	事業承継に関する現状について、2023年度の中小企業白書に掲載されている(株)帝国データバンクの調査結果では、2000年に経営者の年齢層のピークが「50～54歳」となっており、2005年には「55～59歳」、2010年は「60～64歳」、2015年は「65～69歳」と経営者年齢の高齢化が進んでいた。2022年は、経営者の多い年齢層は「70～74歳」が最も多いが、年齢層の割合が「60～64歳」「65～69歳」にも分散されていることから、団塊世代の引退が促され、年齢層が分散したとうかがえる。しかし、中小企業庁が公開している事業承継ガイドラインでも指摘されている通り、事業承継への準備としては60歳から行うことが望ましい。また、中小企業の事業承継においては、日本政策金融公庫総合研究所の調査結果から、後継者の確保が困難化していることを指摘しており、2023年度においてもその傾向は変わっていない。そこで、本事業では、中小企業の事業承継のために第三者承継としてのM&Aを提案し、後継者が不足している中小企業のM&A活用を促進することを目的とする。						
	支援する対象 (業種・事業所数等)	事業を継続し20年、30年と続けていく中で、代表者が交代し新たな経営者がその事業を引き継ぐことは、業態・規模問わず必ず出てくる問題である。また、現時点で廃業予定の会社であってもM&AやEBOによる事業承継の可能性はどの企業にも有りえることであるため、地域内の全事業者が対象となる。その中でも、後継者がおらず、経営者が高齢化し、事業承継の問題に直面している小規模事業者に注力して支援を行う。						
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>【人材育成型】</p> <p>①「スモールM&A×補助金で描く成長戦略セミナー」 講師にスモールM&Aに関する解説していただき、小規模事業者でM&Aを活用した事例やM&Aの際に利用した補助金の活用事例も合わせて紹介してもらった。個別具体的な相談については、セミナー後、個別相談会を実施した。</p> <p>・実施時期：2025年3月5日（水）15時00分～16時30分</p> <p>・場所：豊中商工会議所</p> <p>・参加者数：8社、8名</p> <p>・支援企業数（実績）7社</p> <p>【ハンズオン型】</p> <p>②上記の参加者を中心に1社を対象として、事業承継計画策定に向けたハンズオン型の支援を行った。</p> <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></p>						
		①府施策連携	それぞれのセミナーにおいて、大阪府事業承継・引継ぎ支援センターから大阪府が行っている事業承継支援施策のご案内をしていただいた。					
		②広域連携	各種事業の告知・募集にあたっては、広域連携の各商工会・商工会議所と連携して会報での告知や各指導員からの個別勧誘による協力を受けた。					
		③市町村連携						
		④相談相乗	支援企業8社のうち3社（37.5%）をカルテ化した。					
計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	16.0	総支援企業数(実績)	8.0	支援実績率	50.0%	満足率	75.0%
事業全体の実績／	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>【①人材育成型】では、スモールM&Aについて基礎を解説し、具体的な事例を紹介することでM&Aへの理解を促した。また、事業承継・M&Aをきっかけに補助金制度を活用した事例も合わせて紹介することにより、金銭的負担を軽減する方法を伝授。セミナーの参加者には、M&Aはスピーディな事業拡大を図る経営手法の一つであると理解いただいた。</p> <p>【②ハンズオン型】では、実際に事業承継に向けてアクションを起こした事業者に対し、専門家や他の支援機関と連携しながら、個別具体的な課題に対し解決を図った。</p>						
		代表指標	M&Aへの興味を持った企業の割合					
		数値目標	80%	実績数値	100%	目標達成度	125.0%	

目標達成度	成果の代表事例	飲食業を営んでいた前代表が2024年に亡くなり、管理業務を奥様が、店舗運営を娘が引継ぎ、事業経営の維持を行っている。しかし、原材料の高騰や最低賃金の上昇により経営は厳しく、店舗を売却するのか、逆にM&Aで他店を買収して販路開拓をするか、親子間で意見が対立した。経営の立て直し及びM & Aに詳しい専門家と個別相談を行い、現在の経営資源や資金、割ける労力などを鑑み、改めて情報の整理を行った上で、今後の経営計画について支援を行った。					
	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)	概ね目標としていた満足率・達成度を得ることができたが、支援実績（数値）に関しては依然と低い値のままである。当所会員の廃業による脱会率や年間の事業承継に関する個別の相談件数などの数値は年々増加傾向にあるため、ニーズはあるが実績値につながない状況にある。実際に課題を抱えている層に支援が届くよう、次年度は広報手法を再度吟味し、ターゲット層の変更、ライティングの改善を行う。					

【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)	7.0	支援実績率	46.7%	満足率	71.4%
	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)	M&Aに対し、「費用と手間がかかる」「大手が行うもの」というイメージを払拭し、「スモールM&Aを行う機会があれば活用したい」というマインドに変革することができた。							
		指標	M&Aへの興味を持った企業の割合						
	その他目標値の実績	数値目標	80%	実績数値	100%	目標達成度	125.0%		
		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)	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)	事業承継に対し具体的なアクションを起こし、将来を見据えた事業承継の計画に着手した。							
		指標	事業承継計画に着手した事業者数						
	その他目標値の実績	数値目標	1社	実績数値	1社	目標達成度	100.0%		
		目標値 (計画)		目標値 (実績)		目標達成度			

令和6年度（2024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
豊中商工会議所		
事業名		EXPO2025をインバウンドに繋げる事業
想定する実施期間		2023 年度～ 2025 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)	<p>2025年4月から10月に開催される大阪・関西万博（EXPO2025）では、2,820万人の想定来場者数、約2兆円の経済波及効果が試算されている。当万博では、①最先端技術など世界の英知が結集し新たなアイデアを創造発信、②国内外から投資拡大、③交流活性化によるイノベーション創出、④地域経済の活性化や中小企業の活性化、⑤豊かな日本文化の発信のチャンス、を実現することが掲げられるとともに、世界における圏域の認知度向上なども期待されているところである。</p> <p>訪日外客数に目を向けると、新型コロナウイルスの影響で2020年以降の国際的な人の往来は激減してしまったが、日本政府観光局（JNTO）の2023年11月レポートでは、10月が2019年同月比100.8%の2,516,500人となり、新型コロナウイルス感染症拡大後初めて2019年同月を超えた。個人観光再開から1年が経過し、訪日外客数は堅調に回復をしているところであり、今後もインバウンドにおいては「持続可能な観光」「消費額拡大」「地方誘客促進」が期待される。</p> <p>また、大阪・関西万博では、観光をはじめ、教育、文化、スポーツ、ビジネス、学術など様々な分野を目的に人々が来訪することで、万博を契機とした交流人口の拡大が期待されている。一般財団法人アジア太平洋研究所（APIR）が2023年7月に発表したレポートによると、大阪・関西万博では、2兆3,759億円の経済波及効果が見込まれるとされている。さらに、万博を契機として、関西広域において観光客にとって魅力的なコンテンツやイベント等といった滞在を促すインセンティブが増加することにより、上述の経済波及効果に加えて約4千～5千億円程度の上振れが見込まれることも発表されている。</p> <p>一大イベントとなる万博（EXPO2025）を、波及効果が見込まれるインバウンドに繋げることで、地域の中小企業がビジネスチャンスを創出できるようにしていくことを事業の目的とし、万博による域外（海外）からの需要の取込みに繋がられるような支援を実施することで、万博とインバウンド対策への参画に向けた動きを加速していきたい。</p>
	支援する対象 (業種・事業所数等)	EXPO2025に向けたインバウンド需要の取込み意欲のある中小企業を想定し、主として豊能地域の飲食、小売、宿泊、サービス業を中心に、医療、介護や温泉、交通、観光関連業種などを対象とする。
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>【人材育成型】</p> <p>①「貴社でも出来る！EXPO2025をインバウンドに繋げる対策セミナー」</p> <p>大阪・関西万博を見据えたインバウンド対策、(公社)2025年日本国際博覧会協会が用意している観光ポータルサイト「Expo 2025 Official Experiential Travel Guides」の活用について解説したほか、能勢町で外国人集客に成果を出されている古民家民宿の取組みを紹介した。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・実施時期：2024年9月5日（木）14時00分～16時00分 ・場所：豊中商工会議所 ・参加者数：14社、14名 ・支援企業数（実績）14社 <p>【人材交流型】</p> <p>②「外国人から学ぶ 誘客（インバウンド）実践交流会」</p> <p>外国人材を活用したインバウンド向けの商品開発、外国人目線での誘客プロモーション、おもてなし等について、海外と日本の実情に精通した北摂在住の外国人にリアルな意見・アドバイスを聞ける交流会を開催した。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・実施時期：2024年11月28日（木）14時30分～16時00分 ・場所：チカノバ（箕面船場阪大前駅） ・参加者数：12社、13名 ・支援企業数（実績）11社 <p>【ハンズオン型】</p> <p>③インバウンド×サービス（おもてなし）×集客（プロモーション）による現地訪問支援「大阪・関西万博に向けたハンズオンツアー」</p> <p>アメリカ人ツアーガイド事業者をサポートに迎え、外国人目線で店頭対応・商品・サービス強化のほか、集客（プロモーション）の展開などをトータル的にアドバイスし、大阪・関西万博に向けたインバウンド対策として支援した。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・実施時期：①2月13日(木)、②2月15日(土) ・場所：豊中市、池田市、箕面市、能勢町、豊能町の参加事業所 ・参加者数：8社、8名 ・支援企業数（実績）8社

		<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	万博協会の観光ポータルサイト「Expo 2025 Official Experiential Travel Guides」を紹介するなど、大阪・関西万博への参画と機運醸成に向けた啓発を行った。							
		②広域連携	企画立案運営等の主管業務は豊中が担当。広報・募集の業務は池田・箕面・能勢・豊能と分担。広域実施により豊中以外のエリアの企業にも広く周知することができ参加に繋げることが出来た。							
		③市町村連携								
		④相談事業相乗	支援企業34社のうち11社をカルテ化（32.3%）した。							
	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	36.0	総支援企業数(実績)	33.5	支援実績率	93.1%	満足率	100.0%	
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）	【人材育成型】においては、万博協会の観光ポータルサイトを活用した集客策、能勢町での古民家民宿の実践事例を知ること、豊能地域の小さな企業でも取り組んでいける自信を持ってもらうことができ、工夫によってインバウンド実践の可能性があるとの意欲を醸成することができた。 【人材交流型】においては、北摂に在住する外国人材・多言語人材との交流、大阪・北摂地域のインバウンド実践事例とアイデア出しを行い、中国とインドネシアとアメリカのパナリストからリアルな意見とアドバイスを学んでいただくことができた。受講企業からは「日本の価値観と外国人から見た日本では違うので、外国人の視点で考えていきたい」といった声が得られた。 【ハンズオン型】においては、「大阪・関西万博に向けたハンズオンツアー」として現地訪問型の支援を実施し、アメリカ人ツアーガイド事業者より、大阪・関西万博に向けてリアルな外国人对応の場にする事ができた。万博からの訪日外国人観光客に受け入れられるであろう新たなサービスの考案、他社との差別化への取り組み、PR動画を発信していくこと、多言語対応することで外国からの観光客の利便性を向上させること、などの対策を講じるアイデア出しが行われた。								
		代表指標	大阪・関西万博を活用してインバウンド対策を行う企業数							
		数値目標	10社	実績数値	8社	目標達成度	80.0%			
		成果の代表事例	手芸教室をされている企業においては、人材交流型の交流会とハンズオン型の現地訪問支援に参加され、インバウンド向けに着物をリメイクしてソーイングで作る小物、カルトナージュで作る小物と制作するレッスンを考案。インドネシア共和国総領事館で着物リメイク講座を開催し好評だったため、本格的にインバウンド対策に取り組んで行かれることになり、大阪・関西万博を機にしたインバウンド対策への支援に繋がっている。							
		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）	概ね目標としていた満足率・指標達成度を得ることができ、各事業で提供した内容も参加者から好評であったように思われる。支援数については広報面での訴求力を高めて支援実績のさらなる向上に繋げたい。 インバウンドの実践力を高めるにはノウハウの提供だけでなく、活発な意見交換の場の提供、事業実施後のフォローアップを充実させることが大切だと感じるため、次年度においては、交流面の充実を図ってインバウンド対策をより実践していけるような内容に設計していきたい。								

【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)	15.0	支援企業数(実績)	14.0	支援実績率	93.3%	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）	能勢の古民家でのインバウンド実践事例を当事者からのリアルな声を聞いて学んだことで、具体的な取組み方がイメージでき、専門家への個別相談など行動を起こされた。							
		指標	大阪・関西万博に向けた具体的な参画プランを立てた企業数						
		数値目標	10社	実績数値	11社	目標達成度	110.0%		
	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)	11.5	支援実績率	76.7%	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）	外国人から見た日本の魅力、商品の見え方などリアルな感想が分かり、外国人目線に立ったインバウンド対策へのアクションを起こされた。							
		指標	大阪・関西万博を活用してインバウンド対策を行う企業数						
		数値目標	10社	実績数値	8社	目標達成度	80.0%		
	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)	6.0	支援企業数(実績)	8.0	支援実績率	133.3%	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）	外国人ツアーガイドのサポーターを通じて、外国人集客の各種対策を学んでいただき、大阪・関西万博に向けた準備を後押しすることができた。							
		指標	大阪・関西万博に向けて具体的な参画プランを立てインバウンド対策を行う企業数						
		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			

令和6年度（2024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									
豊中商工会議所																			
事業名		大阪・関西万博に向けた新商品発掘＆開発プランコンテスト																	
想定する実施期間		2023 年度～ 2024 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）	2025年4月から10月に開催される大阪・関西万博（EXPO2025）では、2,820万人の想定来場者数、約2兆円の経済波及効果が試算されている。当万博では、①最先端技術など世界の英知が結集し新たなアイデアを創造発信、②国内外から投資拡大、③交流活性化によるイノベーション創出、④地域経済の活性化や中小企業の活性化、⑤豊かな日本文化の発信のチャンス、を実現することが掲げられるとともに、世界における圏域の認知度向上なども期待されているところである。 「関西空港の将来的な航空需要を分析する調査委員会」の試算では万博期間中は年間発着回数上限を上回る見通しがなされており、大阪国際空港を利用しての来阪観光客の増加も考えられ、豊能地域の中小企業にとってもPRの機会増加につながる事が期待できる。 本事業においては、商品・製品プランコンテスト＆商談会形式で、豊能地域のPRに繋がるような製品・商品の開発・改良を支援していくことを事業の目的とし、万博会場での営業参加を目指すとともに、豊能地域の資源でもある大阪国際空港で「売れる」商品の発掘と開発を行い、万博による国内外からの来阪客の需要の取り込みに繋げられるような支援を実施することで、万博に向けた機運醸成と中小企業の商品・製品開発の動きを支援していきたい。																	
	支援する対象 （業種・事業所数等）	EXPO2025への営業参加に向けて新商品・新製品の開発など新たな取組に意欲のある中小企業を想定し、主として豊能地域の飲食、小売・卸売業を中心に、約200社程度を対象とする。																	
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>①公募説明会【人材育成型】 今年度は「空の匠賞レース～空港パイヤーズチョイス～」という名称でコンテストを開催した。これに際し、制度の趣旨や応募方法等について説明する動画を作成し、公募期間である11月1日～12月9日まで、申込制でオンライン配信を行った。 ◆実施時期 2024年11月1日～12月9日 ◆実施方法 オンライン・オンデマンド配信 ◆対象者数 8名</p> <p>②バイヤー商談会支援【販路開拓型】 コンテストへのエントリーを支援するとともにバイヤーの目に留まるような記載について支援を行った。 ◆実施時期 2024年11月1日～12月9日の期間に随時 ◆実施方法 対面およびオンライン ◆対象者数 13社</p> <p>③商品・製品プランコンテスト参加支援【販路開拓型】 コンテストへのエントリーを支援するとともにエントリーシート完成に向けた支援を行った。 ◆実施時期 2024年11月1日～12月9日の期間に随時 ◆実施方法 対面およびオンライン ◆対象者数 12社</p> <p>④表彰対象者の伴走型支援【ハンズオン型】 表彰対象となった3社に対し、ハンズオン型支援を実施した。 ◆実施方法 対面およびオンライン ◆対象者数 3社</p> <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＞</p> <table><tr><td>①府施策連携</td><td>大阪府中小企業支援室経営支援課経営支援グループと連携して事業を推進した。</td></tr><tr><td>②広域連携</td><td>各種事業の告知・募集にあたっては、広域連携の各商工会・商工会議所と連携して会報での告知や各指導員からの個別勧誘による協力を受けた。</td></tr><tr><td>③市町村連携</td><td></td></tr><tr><td>④相談相乗</td><td>カルテ化率10.7%</td></tr></table>										①府施策連携	大阪府中小企業支援室経営支援課経営支援グループと連携して事業を推進した。	②広域連携	各種事業の告知・募集にあたっては、広域連携の各商工会・商工会議所と連携して会報での告知や各指導員からの個別勧誘による協力を受けた。	③市町村連携		④相談相乗	カルテ化率10.7%
	①府施策連携	大阪府中小企業支援室経営支援課経営支援グループと連携して事業を推進した。																	
	②広域連携	各種事業の告知・募集にあたっては、広域連携の各商工会・商工会議所と連携して会報での告知や各指導員からの個別勧誘による協力を受けた。																	
③市町村連携																			
④相談相乗	カルテ化率10.7%																		
計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	53.0	総支援企業数(実績)	36.0	支援実績率	67.9%	満足率	94.4%											
事業全体の目標の達成度 （支援企業をどう変化させようとしたか）	【人材育成型】においては、参加者が本公募に関して理解を深め、本公募へのエントリーを目指すとともに新たな取組に向けた意欲を高めた。 【販路開拓型】においては、支援企業が全員エントリーシートを完成し応募するに至り、表彰対象となった者もそうでない者も一定の成果を挙げることができた。 【ハンズオン型】においては、それぞれローカルメディアへの露出の機会を確保でき、商品及び企業自体の認知度を向上させ、コンテスト等各種施策へ積極的に参加する意欲を醸成することが																		

実績／目標達成度		できた。					
		代表指標	大阪・関西万博に向けて製品・商品開発や販路開拓に取り組む企業数				
		数値目標	3	実績数値	2	目標達成度	66.7%
	成果の代表事例	飲食店運営と食品開発を行う会社が伝統とSDGsを掛け合わせた新商品を開発して応募、表彰に至った。また、応募の時点からバイヤーからの反応も多く商談につながっており、表彰後の地域ローカルメディアでの取材など、開発商品の販路開拓や認知度向上に積極的に取り組み成果を残すことができた。					
	その他目標値の実績	目標値 (計画)		目標値 (実績)		目標達成度	
実施結果	課題及び次期以降への取組み（実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか）	満足度や目標達成度については概ね目標通りとなり参加者からは好評だったもの、支援数については類似の商品コンテストと時期が重ならないよう調整した結果昨年の半分しか募集期間を確保できず、十分な周知を行うことができなかった。「大阪・関西万博に向けた新商品発掘＆開発プランコンテスト」事業は今年度で終了するが、今後コンテスト形式で行う事業を実施する際は、当事業で得たノウハウ・反省点を活かし、十分な集客につなげていきたい。					

【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)	18.0	支援企業数(実績)	8.0	支援実績率	44.4%	満足率	75.0%	
	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）	大阪・関西万博に向けた新たな取組について意欲を持っていた。								
		指標	大阪・関西万博に向けた新規事業への取組を希望する企業数							
		数値目標	18	実績数値	7	目標達成度	38.9%			
	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)	20.0	支援企業数(実績)	13.0	支援実績率	65.0%	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）	大阪・関西万博に向けた販路開拓の一環としての商談会へのエントリーを実施した。								
		指標	パイヤー商談会に向けたエントリーシート作成支援企業数							
		数値目標	20	実績数値	13	目標達成度	65.0%			
	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)	12.0	支援企業数(実績)	12.0	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）	大阪・関西万博に向けて商品・製品の開発や販路開拓等において具体的なプランを作成した。								
		指標	コンテスト応募に向けたエントリーシート作成支援企業数							
		数値目標	12	実績数値	12	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)	3.0	支援企業数(実績)	3.0	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）	大阪・関西万博に向けて商品を開発し、リリースした。								
		指標	大阪・関西万博に向けて製品・商品開発に取り組む企業数							
		数値目標	3	実績数値	2	目標達成度	66.7%			
	その他目標値の実績	目標値（計画）		目標値（実績）		目標達成度				