

令和6年度（2024年度） 事業実績報告書

I. 申請者の概要

申請者	団体名		高槻商工会議所	
	代表者職・氏名		会頭 金田 忠行	
	所在地		〒569-0078 高槻市大手町3番46号	
	担当者	職・氏名	中小企業相談所・所長 長澤 英次	
		連絡先	T E L (直通) :	072-675-0484
			F a x :	072-675-3466
	E - m a i l :	sodan@takatsukicci.or.jp		
①設立年月日		昭和22年07月25日		
②職員数 (うち経営指導員数)		11名（経営指導員7名）（令和7年3月31日現在）		
③所管地域		高槻市		
④管内事業所数		9,224（令和3年度経済センサス）		
⑤管内小規模事業者数		5,798（令和3年度経済センサス）		
⑥会員数（組織率）		1,921（20.8%）（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）				
<p>(1) 商工会議所として意見を公表し、これを国会、行政庁等に具申または建議</p> <p>(2) 行政庁等の諮問に応じた答申</p> <p>(3) 商工業に関する調査研究</p> <p>(4) 商工業に関する情報及び資料の収集または刊行</p> <p>(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説明、勘定及び検査</p> <p>(6) 輸出品の原産地証明</p> <p>(7) 商工業に関する施設の設置と維持及び運用</p> <p>(8) 商工業に関する講演会及び講習会の開催</p> <p>(9) 商工業に関する技術及び技能の普及及び検定試験</p> <p>(10) 博覧会、見本市等を開催し、及びこれらの開催の斡旋</p> <p>(11) 商事取引に関する仲介及び斡旋</p> <p>(12) 商事取引の紛争に関する斡旋、調停及び仲裁</p> <p>(13) 商工業に関して、相談と指導</p> <p>(14) 商工業に関して、商工業者の信用調査</p> <p>(15) 商工業に関して、観光事業等の改善発展を図る</p> <p>(16) 社会一般の福祉の増進に資する事業</p> <p>(17) 行政庁から委託を受けた事務</p> <p>(18) 全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</p>				

2. 事業概要

高槻商工会議所

(1) 事業の目標

今年度も、管内小規模事業者の抱える各種経営課題の把握とその課題解決への適切な経営指導等の支援を行うため、窓口相談や巡回指導等、あらゆる機会を捉えて潜在的な経営上の問題点やニーズを掘り起こし、当該事業所に適切かつ具体的な経営支援を行う。

については、経営相談事業においては、恒常的な相談から高度・専門的な問題解決に至るまで、相談者に対して親切・誠実・丁寧に問題解決に向けたサービスの提案と実行に努める。

また、地域活性化事業においては、創業・起業支援・雇用・労働関係支援、求人求職マッチング事業、BCP、BCMの普及と定着、優良なものづくり企業の発掘支援等、特に小規模事業者に必要とされる経営支援をテーマとした各種セミナーやイベント等を中心に、当所単独および近隣他団体との広域連携による手法を交えながら、相乗効果を図りつつ着実に事業を推進することで、支援企業の経営改善への自助努力をサポートしていく。

(2) 事業を実施した具体的な内容、方法及び工夫した点

①経営相談支援事業：今年度の支援実績事業所数は目標を下回ったものの金額では目標をクリアできた。当事業については、原材料高騰・物価高の影響や最低賃金引上げ、デジタル化、インボイス制度導入等の対応といった事業環境変化による影響を受ける小規模事業者等の経営課題解決のため窓口及び巡回相談にて迅速に対応した。また、支援メニューの実績については、販路開拓支援や創業・起業に関する相談件数が多く、特に創業支援については高槻市の補助金申請の支援や創業融資に関連した事業計画作成支援など総合的に実施した。

②専門相談支援事業：「専門相談案内・申込みリーフレット」を四半期毎に作成し、当所HP掲載やメールマガジンでの配信、また巡回等で配付することで、専門相談会のPRと相談申込みに努めた。その結果、専門家派遣（出前相談）を含めて専門相談事業は目標をクリアした。

③地域活性化事業：創業・起業、労働関係等、幅広いテーマの小規模事業者等のニーズの高いセミナーを開催する一方、ものづくり企業支援、中小企業の人材確保支援事業等を中心に地域活性化に資する実効性ある事業を開いた。

(3) 事業を実施した効果、所管地域の活性化の状況

①経営相談支援事業：管内小規模事業者等が抱える経営課題に対し、相談内容に応じた適切な指導・アドバイスを実施することで、経営上の疑問点や課題解決に向けた支援を行うことが出来た。

②専門相談支援事業：金融、経営、税務、労務および専門家派遣相談の5分野で、専門家による相談会および現場での指導を定期的または機動的に実施した。これらの専門分野での課題を抱える事業所の支援後の満足度は概ね良好であり、実質的な経営力向上に貢献することができた。

③地域活性化事業：高槻市管内の小規模事業所の事業発展に寄与するテーマを厳選して、単独事業または広域事業で効果的かつ効率的にセミナー等を順次開催した。特に小規模事業所においては、自らの情報収集力・選定力等に限界があるため、この観点からも会議所による情報やノウハウの提供および具体的支援へのニーズは高いと推察される。

また、その他の地域活性化事業では、上記（2）に記載のとおり、ものづくり優良企業賞応募企業発掘・支援事業、地元中小企業の人材確保支援事業等、地域産業の活性化に資する種々の事業を幅広に推進して、地域経済団体としての役割を果たした。

(4) 事業を実施した結果浮かび上がった課題

①経営相談支援事業：相談支援事業所数は240であったが、支援メニューに偏りがある。また、相談に乗ったものの支援に結びつかなかった案件や一つの支援だけで終わってしまったものなどがあるため、改善が必要と思われる。

②専門相談支援事業：今年度も5つの専門分野での相談会等を定期的に実施したところ、年度を通じて、コンスタントに相談申込みがあった。ただ、目標日数はクリアしたもの相談件数は回ごとにバラツキがあるため、なるべく枠を埋めるように努める。

③地域活性化事業：単独事業で4事業、また広域事業では10事業（うち、3事業は当所が幹事団体）の計14事業を精力的に実施した。一部事業では支援対象企業数や満足度等が低いため、更なる集客や事業内容の工夫が必要である。

(5) 次年度の取り組み

①経営相談支援事業：上記（4）①の課題から今後も相談者へのヒアリングを強化し、丁寧な対応を心がけることで様々な潜在的な経営課題を掘り起こし、窓口・巡回・オンラインによる相談を実施する。

②専門相談支援事業：経営上の専門的課題解決の手段として、引き続き積極的に専門家との連携を深めながら、その活用を図る。

③地域活性化事業：単独事業では、管内地域での創業・起業、事業所の変革を促すイノベーション、さらには中小企業の人材確保支援を中心に実施する。広域事業については、近隣他所との連携を密にしつつ、特に面向メリットを活用して効果的に実施することで、当該地域の産業活性化に資することを目標として取り組む。

3. 経営相談支援事業・専門相談支援事業 高槻商工会議所

I 経営相談支援事業						
支援のポイント・成果						
当年度の具体的な経営相談の推進方法は、相談者との窓口相談だけでなく、オンライン相談や経営指導員が当該事業所に出向き、相談者とのヒアリングを通じて浮かび上がった経営課題を中心にサービス提案及び各種支援を行うことで、課題解決および経営力の向上に貢献することができた。						
個別の経営相談にあたっては、コロナや事業環境変化による影響を受ける小規模事業者等の経営課題解決のため窓口及び巡回相談等により、240の事業所を支援した。						
今年度は、「小規模事業者持続化補助金」を始めとして「事業再構築補助金」や「ものづくり補助金」等の補助金公募が年間を通じて少なく、紹介する補助金も限定的であったことから事業計画作成支援や金融相談（経営支援型）は振るわなかった。一方で売上増加を図るために販路開拓支援や新規開業を目指す創業者向け支援は大きく件数を伸ばした。						
代表事例としては、既にデザイン業で開業済みであるが、新たにカフェ開業を考えておられたM氏への新規出店支援があげられる。M氏は飲食店での勤務経験があり、以前から興味はあったものの資金調達手段やビジネスプラン作成の知識が不足していた。そこで経営指導員等のアドバイスを受けて事業計画を具体化し継続的に支援を受けた結果、高槻市の店舗改装費に係る補助金の活用や日本政策金融公庫から当面の資金を調達により、令和7年1月に店舗をオープンした。						
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	245	240	98.0%	5
支援機関等へのつなぎ		支援数	23	22	95.7%	5
金融支援（紹介型）		支援数	7	10	142.9%	5
金融支援（経営指導型）		支援数	18	16	88.9%	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	6	5	83.3%	4
記帳支援		事業所	0	0	-	-
労務支援		支援数	15	16	106.7%	5
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	15	16	106.7%	5
販路開拓支援		支援数	60	64	106.7%	5
事業計画作成支援		支援数	22	22	100.0%	5
創業支援		事業所	70	74	105.7%	5
事業継続計画（BCP）等作成支援		事業所	0	0	-	-
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	7	8	114.3%	5
5S支援		事業所	0	0	-	-
IT化支援		事業所	0	0	-	-
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	245	240	98.0%	5
II 専門相談支援事業						
支援のポイント・成果						
金融・税務・労務・経営の各専門相談会では、日本政策金融公庫、税理士、社会保険労務士、中小企業診断士の各分野の専門家（担当者）を活用して、当所にて予約制無料相談会を年間を通じて開催した。また、専門家派遣相談では、当該事業所の業種・業態に精通した中小企業診断士等と同行し、店舗等の現場に於いて実情に即した具体的指導を行った。開催回数の内訳は、金融相談12回、経営相談22回、税務相談9回、労務相談8回、専門家派遣相談40回を実施して相談事業所の喫緊の課題解決、売上増加に繋がるアドバイスを的確に行うことができた。						
相談者毎に充分な時間を確保しており、深掘りした個別の課題についても的確なアドバイスを受けることで、経営上の専門的な課題解決に役立たせることができた。						
事業名		新規/継続	指標	目標数値	実績数値	達成率
法務相談		-	-	-	-	-
税務相談		継続	相談件数	14	24	171.4%
金融相談		継続	相談件数	20	39	195.0%
労務相談		継続	相談件数	14	10	71.4%
その他相談		継続	相談件数	62	65	104.8%

4. 地域活性化事業

高槻商工会議所

III 地域活性化事業										
支援のポイント・成果										
地域活性化事業においては、広域連携事業を含めて14事業を実施した。その内大阪府施策連携事業で単独事業及び広域連携事業で幹事を務めたものについては、大阪府の担当セクションや他商工会議所・商工会と講師選定や内容等について、企画段階から協議・調整を行った。また、広報面においても、それぞれにメールマガジンやホームページへの掲載等によるPRを行うなど連携を図ることにより参加者の募集を促進した。										
(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	
○	起業家育成事業	100	120	120.0%	96.2%	創業に向けて本格的に準備を始める回答した人の割合	70	68.4	97.7%	5
○	若手人材の採用・定着支援事業	95	77.5	81.6%	98.6%	若手人材定着に関して具体的な対策を講じる回答した企業割合 (%)	90	100	111.1%	5
○	高槻求人求職マッチングフェア	16	17	106.3%	58.8%	参加企業の内、採用に至った企業数	5	2	40.0%	4
○	クリエイターと連携した新ビジネス・価値創出支援事業	36	33.5	93.1%	93.9%	クリエイティブ課題を持つ事業者を支援するクリエイター等の講義や実例等から課題解決の糸口を見出すノウハウを習得し、実践的に活用する、もしくは活用を検討する事業所の割合	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	
○	BCP・BCMの普及促進	28	11.5	41.1%	100%	事業継続計画等の策定件数	28	11.5	41.1%	3
○	ものづくり優良企業賞応募企業発掘・支援事業	101	80	79.2%	94.6%	名刺交換（商談）件数	197	161	81.7%	5

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

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

高槻商工会議所

事業名	起業家育成事業									
想定する実施期間	2013 年度～ 年度まで ※複数年段階的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)	新型コロナウイルス感染症、最低賃金引上げ、円安、物価高、インボイス制度登録等の対応といった事業環境変化による影響を受け、小規模事業者を取り巻く経営環境は依然として厳しい状況にある。さらに、経営者の高齢化による廃業もあり、新たな事業創出や既存事業の活性化が課題となっている。そこで、当所では、新規創業の促進や創業後間もない廃業防止による地域雇用機会の創出・確保を図り、地域経済の活性化と安定的発展に寄与することを目的として起業家育成事業を実施し、当該地域の対象者に対して、創業に向けて具体的なアクションを起こす契機を提供する。									
支援する対象 (業種・事業所数等)	対象者は、高槻市内を中心とした近隣の市町村（茨木市・島本町等）在住の創業に関心のある方、創業に向けて準備中の方、創業間もない方。※会場へ受講の為の来所が可能であれば、大阪府下に在住の方も対象とする。									
事業の概要	<p>□創業スタートアップセミナー（人材育成型） ■日時：令和6年6月30日（日）14：00～16：00 ■会場：高槻商工会議所 4階大ホール ■実施内容：【講義】①創業することとは②創業に向けての心構え③自己の棚卸し④創業者の適性診断⑤創業に成功する人、失敗する人⑥創業までのスケジュール⑦ビジネスチャンスの発掘【支援施策の紹介】 ■受講者数：40名 □たかつき創業塾2024（人材交流型） ■日時：（創業塾）令和6年7月20日～8月24日の間の土曜日、計5回開催 　7月20日・27日・8月10日・24日は10：00～16：30 　8月3日は10：00～17：00 　（フォローアップ研修）令和7年1月25日（土）13：30～16：30 ■会場：高槻商工会議所 4階大ホール ■実施内容：①創業の心構えと成功のポイント②これだけは知っておきたい創業の基礎知識Ⅰ・Ⅱ・Ⅲ③創業体験談を聞く④マーケティングの基礎知識⑤ビジネスプランの作成Ⅰ～Ⅳ⑥創業に役立つ公的支援⑦ビジネスプランの発表 ■受講者数：26名 □新米経営者のための基本スキル習得講座実践編！（人材育成型） ■日時：第1回令和7年1月22日（水）、第2回2月12日（水）、第3回2月19日（水）、第4回2月26日（水）の計4回開催 第1回 13：30～16：00、第2・3回13：30～15：30、第4回14：30～16：30 ■会場：高槻商工会議所 4階大ホール ■実施内容：第1回 税務会計実務編「個人事業者を対象とした会計・経理の実務」、第2回 広告宣伝・販売促進編「商売繁盛のコツを教えます」、第3回 IT活用編「Webマーケティングの基本を学ぶ」、第4回 資金繰り対策編「事業に必要なお金の話し」 ■受講者数：27名（内訳：第1回20名、第2回12名、第3回14名、第4回10名 以上延べ56名） □飲食店開業セミナー（人材育成型） ■日時：第1回令和7年3月8日（土）、第2回3月15日（土）の計2回開催 10：00～12：30 ■会場：高槻商工会議所 4階大ホール ■実施内容：①飲食店経営の心構え②店舗運営の基礎知識③店舗コンセプト④開業計画⑤開店準備⑥開店後の必要事項⑦販促と集客方法 ⑧多店舗化・多業態化⑨これからの飲食店のとるべき対策 ■受講者数：27名（内訳：第1回24名、第2回10名 以上延べ34名）</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 border="1"> <tr> <td>①府施策連携</td><td>経営支援課経営革新グループ配信のOsaka起業家応援メールマガジンにて受講者募集の記事掲載を行う。また、セミナーや創業塾で府の創業支援施策について説明した。</td></tr> <tr> <td>②広域連携</td><td></td></tr> <tr> <td>③市町村連携</td><td>高槻市との共催にて本事業を実施。市の広報紙「たかつきDAYS」令和6年6月号と7月号に受講者募集の記事掲載を行った。</td></tr> <tr> <td>④相談相乗</td><td>経営（創業）相談利用者を本事業へ誘導した他、希望者に対して経営指導員や専門家による個別支援を実施し、カルテ化を行った。</td></tr> </table>		①府施策連携	経営支援課経営革新グループ配信のOsaka起業家応援メールマガジンにて受講者募集の記事掲載を行う。また、セミナーや創業塾で府の創業支援施策について説明した。	②広域連携		③市町村連携	高槻市との共催にて本事業を実施。市の広報紙「たかつきDAYS」令和6年6月号と7月号に受講者募集の記事掲載を行った。	④相談相乗	経営（創業）相談利用者を本事業へ誘導した他、希望者に対して経営指導員や専門家による個別支援を実施し、カルテ化を行った。
①府施策連携	経営支援課経営革新グループ配信のOsaka起業家応援メールマガジンにて受講者募集の記事掲載を行う。また、セミナーや創業塾で府の創業支援施策について説明した。									
②広域連携										
③市町村連携	高槻市との共催にて本事業を実施。市の広報紙「たかつきDAYS」令和6年6月号と7月号に受講者募集の記事掲載を行った。									
④相談相乗	経営（創業）相談利用者を本事業へ誘導した他、希望者に対して経営指導員や専門家による個別支援を実施し、カルテ化を行った。									
実施時期・具体的な内容及び事業手法										

【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)	40.0	支援実績率	133.3%	満足率	90.0%
	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）	スタートアップセミナーにおいては、創業に関心のある方、創業を検討している方などを対象に、後日実施する創業塾のプレセミナーとして開催した。結果、40名の方が受講し、その内14名の方が創業塾を受講した。この結果が示すように創業に対して関心レベルから行動を起こすレベルまで引き上げることができたと思われる。							
	指標	創業に向けて行動を始めた人の割合							
	数値目標	70%		実績数値	72.5%		目標達成度	103.6%	
	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②	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	25.0	支援企業数(実績)	26.0	支援実績率	104.0%	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）	創業塾全体としての満足度について、受講者アンケートに回答した26名中、16名が「満足」、10名が「やや満足」と回答した。また、受講後の創業への想いを問う設問に対し、未創業の受講者19名中、13名が「創業に向けて本格的に準備を始める」と回答した。受講者からは、「得られるものがたくさんあった。人間関係を沢山作れた。先生方も知見が深く、情報を沢山得る事ができた。」、「必ず自分の事業で成功したいと思う事ができた。」、「自分とジャンルの近い成功している先輩方に相談できる機会が良かった。」などの感想があった。この結果が示すとおり、受講者の満足度は高く、創業に向けてアクションを起こす契機を提供することができたと思われる。							
	指標	創業に向けて本格的に準備を始めると回答した人の割合							
	数値目標	70%		実績数値	68.4%		目標達成度	97.7%	
	その他目標値の実績	目標値(計画)			目標値(実績)			目標達成度	
実績／達成度③	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)	27.0	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）	新米経営者のための基本スキル講座全体としての満足度について、受講者アンケートに回答した延べ56名中、36名が「満足」、20名が「やや満足」と回答した。また、今後の経営（創業）に役立ったかを問う設問に対し、33名が「おおいに役立つ」、22名が役立つ、1名が「わからない」と回答した。受講者からは、「青色申告をする際の注意点やメリット・デメリットなどについて、詳しく教えていただき勉強になった。」「すぐにでも実践できる方法を教えていただき役に立った。」、「Webマーケティングの基本がよく分かった。」、「事業資金について学べて良かった。」などの感想があった。この結果が示すとおり、受講者の満足度は高く、新規創業者の順調なティク・オフや早期廃業抑止及び事業継続の安定化等につながったと思われる。							
	指標	今後の経営に役立つと回答した人の割合							
	数値目標	90%		実績数値	98.2%		目標達成度	109.1%	
	その他目標値の実績	目標値(計画)			目標値(実績)			目標達成度	
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)	27.0	支援実績率	180.0%	満足率	94.1%
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	飲食店開業セミナー全体としての満足度について、受講者アンケートに回答した延べ34名中、22名が「満足」、10名が「やや満足」、2名が「やや不満」と回答した。また、受講後の開業への想いを問う設問に対し、34名中、10名が「開業に向けて本格的に準備を始める」、19名が「飲食店開業を検討する」と回答した。受講者からは、「飲食店開業の基本的な事がよく分かった。」、「開業前の事業計画やコンセプト作りに役立てたい。」、「メニュー作り、価格設定のポイントが分かった。」、「集客や売上について、もっとよく考えなければならないと思った。」などの感想があった。この結果が示すように創業に対して関心レベルから行動を起こすレベルまで引き上げることができたと思われる。							
	指標	創業に向けて行動を始めた人の割合							
	数値目標	70%		実績数値	85.3%		目標達成度	121.9%	
	その他目標値の実績	目標値(計画)			目標値(実績)			目標達成度	

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

高槻商工会議所

事業名	若手人材の採用・定着支援事業
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)	中小企業は学生を含む若年者の獲得が、大きな課題となっている。さらに、採用しても3年以内に離職する社員の割合は約3割程度、特に入社1年目の新入社員離職率は1割以上と共に大きく、今後は、いかに若手人材を定着させ、事業成長を図っていくかが重要である。そこで、若手人材の定着率を向上させるノウハウの習得や人材育成等のセミナーを開催する。セミナーでは、グループワークを取り入れ、受講者間での問題意識の共有や解決を目指す事業を開催する。また、若手社員が定着するための階層別（経営者・若手社員・中堅社員）コミュニケーション向上セミナーや入社1年目の新入社員が定着するためのセミナーを開催する。
支援する対象 (業種・事業所数等)	中小企業経営者、管理職、総務・人事担当者、個人事業主、若手人材、中堅社員
事業の概要	<p>＜若手人材採用セミナー＞</p> <p>■日時：令和6年10月4日（金） 13：30～15：30</p> <p>■会場：高槻商工会議所 4階大ホール</p> <p>■実施内容：①採用力を強化するために必要なマーケティング技術の基本②採用がうまくいかない企業に共通する事項と改善のポイント③最近の給料の決め方・賃金制度のトレンド④採用力強化につながる求人票の記載のポイント⑤自社の求人票をブラッシュアップしよう⑥組織のルールと基準づくりで人材育成・定着力を強化⑦令和6年度人材採用・定着に活用できる助成金</p> <p>セミナーでは、講師による講義だけではなく、グループワークや受講生と講師の対話により問題解決に取り組む双方型の研修を行った。 ※講義後に個別相談会を開催</p> <p>■参加者数：11事業所12名（支援対象企業は10.5社12名）</p> <p>＜若手人材定着セミナー＞</p> <p>■日時：令和6年10月18日（金） 13：30～16：30</p> <p>■会場：高槻商工会議所 4階大ホール</p> <p>■実施内容：①承認力、コミュニケーションを身に付けることにより、若手社員のやる気を引き出し、離職率低下、信頼関係構築による業務生産性の向上を目指す内容。</p> <p>セミナーでは、講師による講義だけではなく、グループワークや受講生と講師の対話により問題解決に取り組む双方型の研修を行った。 ※講義後に個別相談会を開催</p> <p>■参加者数：12事業所16名（支援対象企業は14社16名）</p> <p>＜経営者向けコミュニケーション向上セミナー＞全2回連続講座</p> <p>□経営者・管理職・人事担当者のためのコミュニケーション力・若手社員定着率向上セミナー（人材交流型）</p> <p>■日時：令和6年11月19日（火）・26日（火） 13：30～16：30</p> <p>■会場：高槻商工会議所 4階大ホール</p> <p>■実施内容：①コミュニケーションの基本と聞き方・伝え方～若手社員の特徴と年代ギャップを埋める傾聴力～②働き方改革と生産性向上を両立させる仕組み作り③パワーハラと言われない若手を育てる叱り方～アンガーマネジメントとハラスマント対策～④若手社員を依存から自立へ導くために必要なこと⑤「持ち味カード」を活用した若手を伸ばす関わり方～採用活動で若手に選ばれる企業になるためには～⑥モチベーション向上に繋がる承認力～「褒めて伸ばす」は万能薬なのか～⑦自らの成長を促す人事制度・評価制度の作り方</p> <p>セミナーでは、講師による講義だけではなく、グループワークや受講生と講師の対話により問題解決に取り組む双方型の研修を行った。</p> <p>■参加者数：14事業所16名（内訳：11月19日（火）10事業所10名、11月26日（火）6事業所8名）（支援対象企業は14社16名）</p> <p>＜若手社員向けコミュニケーション力向上セミナー＞全2回連続講座</p> <p>□若手社員向けコミュニケーション力向上セミナー（人材交流型）</p> <p>■日時：令和6年12月3日（火）・10日（火） 13：30～16：00</p> <p>■会場：高槻商工会議所 4階大ホール</p> <p>■実施内容：①コミュニケーションの基本と職場での課題②顧客・他部署から信頼を得られる報連相とは～形式的な報告に留まらない報連相～③質問力と傾聴スキル④協調性と組織で成果を上げるために必要な力⑤伝えると伝わるの違い～伝わるために必要なこと～⑥自己の思いを伝えるアサーティブコミュニケーション⑦怒り・不満を適切に伝えるアンガーマネジメント⑧社外（お客様）とのコミュニケーション</p> <p>セミナーでは、講師による講義だけでなく、他社の同世代の若手社員と共に具体的な事例を交えた1名対1名のロールプレイング、グループワークや受講生と講師の対話により社内外のコミュニケーションについて、意識向上に取り組む双方型の研修を行った。</p> <p>■参加者数：19事業所26名（内訳：12月3日（火）18事業所25名、12月10日（火）15事業所22名）（支援対象企業は21.5社26名）</p>
実施時期・具体的な内容及び事業手法	

事業全体の実績／目標達成度	<p>〈中堅社員向けコミュニケーション力向上セミナー〉</p> <p>□中堅社員向けコミュニケーション力向上セミナー（人材交流型）</p> <p>■日時：令和7年1月21日（火） 13:30～16:30</p> <p>■会場：高槻商工会議所 4階大ホール</p> <p>■実施内容：①中堅社員の役割②後輩社員の仕事へのヤル気を高める③中堅社員として“聞く力”“話す力”を向上させる④後輩・部下を指導・育成するための褒め方と叱り方⑤職場環境を良くする“改善のコツ”を身につける</p> <p>セミナーでは、講師による講義だけでなく、他社の中堅社員と共に具体的な事例を交えた1名対1名のロールプレイングや受講者と講師の対話により社内コミュニケーションについて、意識向上に取り組む双方向型の研修を行った。</p> <p>■参加者数：7事業所7名（支援対象企業は7社7名）</p> <p>〈新入社員定着セミナー〉</p> <p>□新入社員フォローアップセミナー（人材交流型）</p> <p>■日時：令和6年9月10日（火） 13:30～16:30</p> <p>■会場：高槻商工会議所 4階大ホール</p> <p>■実施内容：①入社してから今までを振り返る②ビジネスマナーの再確認③効果的な仕事の進め方を習得④しっかりとしたビジネススキルを身につける</p> <p>セミナーでは、講師による講義だけでなく、他社の新入社員と共に具体的な事例を交えた1名対1名のロールプレイングや受講者と講師の対話により仕事について、行動意欲向上に取り組む双方向型の研修を行った。</p> <p>■参加者数：9事業所13名（支援対象企業は10.5社13名）</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 border="1"> <tr> <td>①府施策連携</td><td colspan="7">就業促進課企業支援グループの担当者と、連絡を密に取り合いセミナーを実施した。また、商工労働部配信のメールマガジンにて、本セミナーのPR記事掲載を行った。</td></tr> <tr> <td>②広域連携</td><td colspan="7"></td></tr> <tr> <td>③市町村連携</td><td colspan="7"></td></tr> <tr> <td>④相談相乗</td><td colspan="7">経営者・人事担当者のための若手人材採用と助成金セミナー終了後、講師による若手社員の人材採用・定着に関する個別相談会を開催したところ1事業所が利用し、カルテ化した。次に、若手社員が働きたいと思える上司に必要な承認力向上セミナー終了後、講師による若手社員の人材採用・定着に関する個別相談会を開催したところ1事業所が利用し、カルテ化した。</td></tr> </table>	①府施策連携	就業促進課企業支援グループの担当者と、連絡を密に取り合いセミナーを実施した。また、商工労働部配信のメールマガジンにて、本セミナーのPR記事掲載を行った。							②広域連携								③市町村連携								④相談相乗	経営者・人事担当者のための若手人材採用と助成金セミナー終了後、講師による若手社員の人材採用・定着に関する個別相談会を開催したところ1事業所が利用し、カルテ化した。次に、若手社員が働きたいと思える上司に必要な承認力向上セミナー終了後、講師による若手社員の人材採用・定着に関する個別相談会を開催したところ1事業所が利用し、カルテ化した。						
①府施策連携	就業促進課企業支援グループの担当者と、連絡を密に取り合いセミナーを実施した。また、商工労働部配信のメールマガジンにて、本セミナーのPR記事掲載を行った。																																
②広域連携																																	
③市町村連携																																	
④相談相乗	経営者・人事担当者のための若手人材採用と助成金セミナー終了後、講師による若手社員の人材採用・定着に関する個別相談会を開催したところ1事業所が利用し、カルテ化した。次に、若手社員が働きたいと思える上司に必要な承認力向上セミナー終了後、講師による若手社員の人材採用・定着に関する個別相談会を開催したところ1事業所が利用し、カルテ化した。																																
計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	95.0	総支援企業数(実績)	77.5	支援実績率	81.6%	満足率	98.6%																									
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)	<p>経営者・人事担当者のための若手人材採用と助成金セミナーの受講者アンケートでは、満足度について、10月4日（金）で11名中8名が満足、3名がやや満足と回答し、参加者全体の満足度は100%であった。セミナー受講後の自社（自店）の変化について問う設問に対し、11名が若手人材の採用・定着について情報やアドバイスを得ることができ、自社で取り入れたいと回答した。次に、若手社員が働きたいと思える上司に必要な承認力向上セミナーの受講者アンケートでは、満足度について、10月18日（金）で16名中13名が満足、3名がやや満足と回答し、参加者全体の満足度は100%であった。セミナー受講後の自社（自店）の変化について問う設問に対し、14名が若手人材の採用・定着について情報やアドバイスを得ることができ、自社で取り入れたいと回答した。次に、経営者・管理職・人事担当者のためのコミュニケーション力・若手社員定着率向上セミナーの受講者アンケートでは、満足度について、11月19日（火）で10名中8名が満足、2名がやや満足、26日（火）で8名中6名が満足、2名がやや満足と回答し、参加者全体の満足度は100%であった。セミナー受講後の自身の変化について問う設問に対し、11月19日（火）で10名が、26日（火）で7名が、社内コミュニケーションの重要性の認識や自身で取り組むべき課題が掴めたと回答した。次に、若手社員向けコミュニケーション力向上セミナーの受講者アンケートでは、満足度について、12月3日（火）で25名中15名が満足、10名がやや満足、10日（火）で22名中16名が満足、5名がやや満足、1名がやや不満と回答し、参加者全体の満足度は94.7%であった。セミナー受講後の自身の変化について問う設問に対し、12月3日（火）で25名が、10日（火）で21名が、社内外コミュニケーションの重要性の認識や自身で取り組むべき課題が掴めたと回答した。次に、中堅社員向けコミュニケーション力向上セミナーの受講者アンケートでは、満足度について、1月21日（火）で7名中6名が満足、1名がやや満足と回答し、参加者全体の満足度は100%であった。セミナー受講後の自身の変化について問う設問に対し、7名が社内コミュニケーションの重要性の認識や自身で取り組むべき課題が掴めたと回答した。次に、新入社員フォローアップ研修の受講者アンケートでは、満足度について、9月10日（火）で13名中8名が満足、5名がやや満足と回答し、参加者全体の満足度は100%であった。セミナー受講後の自身の変化について問う設問に対し、12名が仕事に対しての行動意欲の向上や自身で取り組むべき課題が掴めたと回答した。この結果が示すとおり、受講者に対して、新たな気づきや取組みのきっかけを与えることができたと思われる。</p>																																
代表指標	若手人材定着に関して具体的な対策を講じると回答した企業割合																																
数値目標	90%	実績数値	100%	目標達成度	111.1%																												

成果の代表事例	アンケート項目の『セミナー受講後の自社（自店）の変化について、具体的にお答えください』を要約すると、「価値観の共有ワークを活用したい。」4社、「求人票の作成方法を見直したい。」3社、「承認の大切さがわかった。」3社、「アンコンシャスバイアスについて理解ができた」2社等となり、新たな気づきや取組みのきっかけを与えることができた。現在のところ、人材採用・定着に関する具体的な事例は掌握できていないが、今後成果に繋がると思われる。					
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)	支援企業数は、経営者・人事担当者のための若手人材採用と助成金セミナーでは目標10社に対し結果は10.5社となり、若手社員が働きたいと思える上司に必要な承認力向上セミナーでは目標10社に対し結果は14社となり、経営者・管理職・人事担当者のためのコミュニケーション力・若手社員定着率向上セミナーでは目標10社に対し結果は14社となり、若手社員向けコミュニケーション力向上セミナーでは目標20社に対し結果は21.5社となり、中堅社員向けコミュニケーション力向上セミナーでは目標20社に対し結果は7社となり、新入社員フォローアップ研修では目標25社に対し結果は10.5社となった。非常に関心のあるテーマだったので、参加者全体の満足度はそれぞれ98.6%と好調であった。その要因の一つは、昨年度の受講者アンケートの中でハローワークへの求人票の書き方を取り入れたい、個人面談を実施してみたい、価値観の共有ワークを活用したい等の回答があり、そのことを踏まえてカリキュラムを変更したことと思われる。次年度は、経営者・人事担当者等に更なる参加をして頂くため、開催時期を早める等を検討し、早い段階から積極的なPRを実施し増加を図りたい。また、受講者アンケートの意見を反映したカリキュラムも検討したい。				

【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	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)	14.0	支援実績率	140.0%	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）	経営者・管理職・人事担当者のためのコミュニケーション力・若手社員定着率向上セミナーの受講者アンケートでは、満足度について、11月19日（火）で10名中8名が満足、2名がやや満足、26日（火）で8名中6名が満足、2名がやや満足と回答し、参加者全体の満足度は100%であった。セミナー受講後の自身の変化について問う設問に対し、11月19日（火）で10名が、26日（火）で7名が、社内コミュニケーションの重要性の認識や自身で取り組むべき課題が挙めたと回答した。								
実績／達成度③	指標	コミュニケーション能力が向上し、自社で活かせると回答した人の割合								
	数値目標	85%		実績数値	94.4%		目標達成度	111.1%		
	その他目標値の実績	目標値(計画)			目標値(実績)			目標達成度		
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)	21.5	支援実績率	107.5%	満足率	94.7%	
	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）	若手社員向けコミュニケーション力向上セミナーの受講者アンケートでは、満足度について、12月3日（火）で25名中15名が満足、10名がやや満足、10日（火）で22名中16名が満足、5名がやや満足、1名がやや不満と回答し、参加者全体の満足度は94.7%であった。セミナー受講後の自身の変化について問う設問に対し、12月3日（火）で25名が、10日（火）で21名が、社内外コミュニケーションの重要性の認識や自身で取り組むべき課題が挙めたと回答した。								
	指標	コミュニケーション能力が向上し、自社で活かせると回答した人の割合								
実績／達成度⑤	数値目標	85%		実績数値	78.7%		目標達成度	92.6%		
	その他目標値の実績	目標値(計画)			目標値(実績)			目標達成度		
	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)	7.0	支援実績率	35.0%	満足率	100.0%	
実績／達成度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）	中堅社員向けコミュニケーション力向上セミナーの受講者アンケートでは、満足度について、1月21日（火）で7名中6名が満足、1名がやや満足と回答し、参加者全体の満足度は100%であった。セミナー受講後の自身の変化について問う設問に対し、7名が社内コミュニケーションの重要性の認識や自身で取り組むべき課題が挙めたと回答した。								
	指標	コミュニケーション能力が向上し、自社で活かせると回答した人の割合								
	数値目標	85%		実績数値	85.7%		目標達成度	100.8%		
実績／達成度⑦	その他目標値の実績	目標値			目標値			目標達成度		
	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	25.0	支援企業数(実績)	10.5	支援実績率	42.0%	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）	新入社員フォローアップ研修の受講者アンケートでは、満足度について、9月10日（火）で13名中8名が満足、5名がやや満足と回答し、参加者全体の満足度は100%であった。セミナー受講後の自身の変化について問う設問に対し、12名が仕事に対しての行動意欲の向上や自身で取り組むべき課題が挙めたと回答した。								
実績／達成度⑧	指標	仕事に対して行動意欲が向上し、自社で活かせると回答した人の割合								
	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		

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

高槻商工会議所

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

高槻商工会議所

事業名	クリエイターと連携した新ビジネス・価値創出支援事業									
想定する実施期間	2020 年度～ 年度まで ※複数年段階的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>中小零細事業者が淘汰されるこの厳しい景況を切り抜けるため、また、他社との差別化を図るために、デザインの活用やブランドを構築することによる、競争力強化や販売力、広報力の向上が求められている。しかし、「デザインやブランド構築には何をどのように進めたら良いかわからない」「デザイナーなどクリエイターに業務相談や発注してみたいけど、誰にどのように相談すれば良いのかわからない」という声も多く見受けられる。そこで本事業では、府内中小企業に対して広義のデザイン等のクリエイティブ活用を促し、自社商品・サービスの開発に寄与することで経営・マーケティングの付加価値向上に繋げる。さらに、クリエイティブ課題の実践的な解決支援を行う中で、デザインサービスを売り込みたいクリエイター等デザイン関連事業者に対して、商談の機会を提供することでクリエイター等の育成支援につなげる。また、当該事業を通じて、高槻市内事業者へのクリエイティブニーズ発掘アンケート実施やクリエイター事業者のネットワークづくりを行いながら、中期的に、高槻市内にクリエイティブの交流・情報発信拠点づくりを目指す。</p>									
支援する対象 (業種・事業所数等)	<p>業種を問わず、デザインを活用し、あるいはブランドを構築し、広報力強化や付加価値向上を図りたい中小企業経営者、小規模事業者、従業員（商品企画・マーケティング・デザイン・開発担当者等）、創業予定者等、デザイン関連事業者（クリエイター、カメラマン、ライター等）</p>									
事業の概要	<p>I. クリエイティブ共創プロジェクトミーティング「アツギの挑戦×クリエイター」 ■開催日：令和6年12月2日（月）14:00～16:00 ■会 場：高槻商工会議所 4階大ホール ■実施内容： ①人材交流セミナー テーマ：何のための（リ）プランディング？ 参加者数：10事業所11名（支援対象企業数：10.5事業所11名） ②クリエイティブ・プロジェクトのプレゼン 市内事業者2社による、自社事業のプレゼン & 参加者との意見交換 ③名刺交換・交流会（参加者とクリエイティブ事業者の名刺交換会）</p> <p>II. クリエイティブ共創プロジェクトミーティング「集客・拡販お悩み解決ミーティング」 ■開催日：令和7年3月7日（金）14:00～16:30 ■会 場：高槻商工会議所 4階大ホール ■実施内容： ①人材交流セミナー テーマ：SEO・WEB広告・SNS…結局何から始める？初心者のための集客＆広告活用セミナー 参加者数：18事業所18名（支援対象企業数：18事業所18名） ②市内事業者3社による「お悩み・課題」の発表＆参加専門会社、クリエイター等からの質疑と意見交換 ③名刺交換・交流会（参加者とクリエイティブ事業者の名刺交換会）</p>									
実施時期・具体的な内容及び事業手法	<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 border="1"> <tr> <td>①府施策連携</td><td>クリエイティブネットワークセンター大阪 メビックの担当者と実施内容について企画段階から連携を図りながら運営を行った。また、メビック等の配信メールマガジンにてPR記事掲載を行った。</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>本事業に参加したプレゼン企業に対し、参加者アンケートの回答結果に基づき、別途フォローアップを実施した。</td></tr> </table>		①府施策連携	クリエイティブネットワークセンター大阪 メビックの担当者と実施内容について企画段階から連携を図りながら運営を行った。また、メビック等の配信メールマガジンにてPR記事掲載を行った。	②広域連携		③市町村連携		④相談相乗	本事業に参加したプレゼン企業に対し、参加者アンケートの回答結果に基づき、別途フォローアップを実施した。
①府施策連携	クリエイティブネットワークセンター大阪 メビックの担当者と実施内容について企画段階から連携を図りながら運営を行った。また、メビック等の配信メールマガジンにてPR記事掲載を行った。									
②広域連携										
③市町村連携										
④相談相乗	本事業に参加したプレゼン企業に対し、参加者アンケートの回答結果に基づき、別途フォローアップを実施した。									

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	93.9%
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>年に2回開催した「クリエイティブ共創プロジェクト・ミーティング」内で、人材交流セミナーを開催し、1回目テーマは「アトツギの挑戦×クリエイター」、2回目テーマは「集客・拡販お悩み解決ミーティング」とし、クリエイティブ課題を持つ事業者の実例等から課題解決の糸口を見出すノウハウを習得していただく内容であった。結果として2回の合計は支援対象企業数28.5事業所29名の参加であった。</p> <p>参加者アンケートによる満足度は92.9%と好評だった。本事業の参加動機は、「情報収集のため」の回答が45.6%と最多で、次点が「クリエイティブな課題を持つ事業者と新たに連携し、販路開拓を図りたい」が23.9%、「クリエイティブ課題があり、クリエイターと出会って業務相談や発注してみたい」の回答が13%と続いた。</p> <p>「全体を通して、『共創する取組み』について、関心を持たれましたか？」との問いには、「大いに関心が持てた」と「やや関心が持てた」の回答があわせて100%であった。「クリエイティブ課題解決において参考となるノウハウや活用できる情報はありましたか？」との問いには、「大いにあった（活用したい）」と「ややあった（活用を検討したい）」の回答があわせて100%であった。従って、クリエイティブ課題解決の糸口を見出すノウハウを習得し、実践的に活用しようとする意識向上に大いに役立ったと言える。また、「クリエイティブ共創プロジェクトミーティングに参加されて、どのような交流ができましたか？」の問いには、「他の参加者との交流により、刺激を受けることができた」の回答が69%、「他の参加者からクリエイティブ課題解決に役立つノウハウのアドバイスを得ることができた」の回答が31%と、クリエイティブ課題の解決にはクリエイター等と連携し人材交流することが不可欠であることが認識できた。</p> <p>クリエイターとのマッチング機会を提供する販路開拓支援に関しては、2回実施した「クリエイティブ共創プロジェクト・ミーティング」の開催前に、事前に高槻市内のクリエイティブ課題を持つ中小企業（プレゼン企業）を募集し、計5社の参加があった。同ミーティング内のプレゼンテーション及び交流会において、自社商品・サービスのデザインやブランディング等の発注を希望する中小企業と、そういった中小企業とのコラボレーションや課題解決を図り、付加価値を高めたいデザイン等を生業とする事業者を引き合わせるマッチング（面談）の機会を設けた。</p> <p>参加者満足度は、100%と大変好評であった。プレゼン企業からは、「商談成約には至っていないが、参加クリエイターの訪問を受け、アイデアや関連する情報を入手できた。具体的な再利用策は、現在も継続検討中。クリエイターから提供いただいた写真を活用している。」、「ミーティングに参加をきっかけに、後日、参加企業と面談を行い、その場で受注できた。」といった感想をいただきなど、一定の成果に繋がった。</p> <p>以上から、クリエイティブ課題を抱える中小企業と、そのような中小企業との接点を持ちたいクリエイターの両側面から見て、マッチングの機会提供に寄与できたと考えられる。</p>						
	代表指標	クリエイティブ課題を持つ事業者を支援するクリエイター等の講義や実例等から課題解決の糸口を見出すノウハウを習得し、実践的に活用する、もしくは活用を検討する事業所の割合						
	数値目標	70%	実績数値	100.0%	目標達成度	142.9%		
成果の代表事例	本事業の企画段階から相談に乗っていたK社に対し、本事業への参加をすすめた。交流会において他のクリエイティブ課題を持つ事業者や、クリエイター等と新たな繋がりができ、後日、本事業に参加されていた事業者を訪問することができた。その場で商談した結果、受注できたと喜んでおられた。今後も本事業で出会ったクリエイターと連携しながら積極的に経営にクリエイティブ活用を取り入れ、付加価値向上を図っていく。							
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）	支援企業の目標数にはやや届かなかつたが、満足度が非常に高かったことから概ね本事業の開催意義があったと言える。しかし、当初は「クリエイティブ共創プロジェクト・ミーティング」の開催時期を上期と下期それぞれ1回ずつの実施予定であったが、他の地活事業の実施スケジュールとの兼ね合いで12月と3月の開催になったことで間隔が全体的にタイトになってしまい、あまり検証や分析する時間が取れなかった。次年度は、セミナー含め、よりニーズの高いテーマを選定すると共に、余裕を持ったスケジュールで実施するなど、企業のクリエイティブ課題を解決できるマッチング事業を着実に進めたい。また、参加者から「今後もクリエイターと交流できる機会があれば参加したい。」という声も多く聞かれたため、今後の企画実施の参考としたい。						

【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)	30.0	支援企業数(実績)	28.5	支援実績率	95.0%	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）	<p>年に2回開催した「クリエイティブ共創プロジェクト・ミーティング」内で、人材交流セミナーを開催し、1回目テーマは「アトツギの挑戦×クリエイター」、2回目テーマは「集客・拡販お悩み解決ミーティング」とし、クリエイティブ課題を持つ事業者の実例等から課題解決の糸口を見出すノウハウを習得していただく内容であった。結果として2回の合計は支援対象企業数28.5事業所29名の参加であった。</p> <p>参加者アンケートによる満足度は92.9%と好評だった。本事業の参加動機は、「情報収集のため」の回答が45.6%と最多で、次点が「クリエイティブな課題を持つ事業者と新たに連携し、販路開拓を図りたい」が23.9%、「クリエイティブ課題があり、クリエイターと出会って業務相談や発注してみたい」の回答が13%と続いた。</p> <p>「全体を通して、『共創する取組み』について、関心を持たれましたか？」との問い合わせには、「大いに関心が持てた」と「やや関心が持てた」の回答があわせて100%であった。「クリエイティブ課題解決において参考となるノウハウや活用できる情報はありましたか？」との問い合わせには、「大いにあった（活用したい）」と「ややあった（活用を検討したい）」の回答があわせて100%であった。従つて、クリエイティブ課題解決の糸口を見出すノウハウを習得し、実践的に活用しようとする意識向上に大いに役立ったと言える。また、「クリエイティブ共創プロジェクトミーティングに参加されて、どのような交流ができましたか？」の問い合わせには、「他の参加者との交流により、刺激を受けることができた」の回答が69%、「他の参加者からクリエイティブ課題解決に役立つノウハウのアドバイスを得ることができた」の回答が31%と、クリエイティブ課題の解決にはクリエイター等と連携し人材交流することが不可欠であることが認識できた。</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>指標</th><th colspan="5">クリエイティブ課題を持つ事業者を支援するクリエイター等の講義や実例等から課題解決の糸口を見出すノウハウを習得し、実践的に活用する、もしくは活用を検討する事業所の割合</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>数値目標</td><td colspan="2">70%</td><td>実績数値</td><td>100.0%</td><td>目標達成度</td><td colspan="3">142.9%</td></tr> </tbody> </table>	指標	クリエイティブ課題を持つ事業者を支援するクリエイター等の講義や実例等から課題解決の糸口を見出すノウハウを習得し、実践的に活用する、もしくは活用を検討する事業所の割合					数値目標	70%		実績数値	100.0%	目標達成度	142.9%	
指標	クリエイティブ課題を持つ事業者を支援するクリエイター等の講義や実例等から課題解決の糸口を見出すノウハウを習得し、実践的に活用する、もしくは活用を検討する事業所の割合															
数値目標	70%		実績数値	100.0%	目標達成度	142.9%										
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)	6.0	支援企業数(実績)	5.0	支援実績率	83.3%	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）	<p>クリエイターとのマッチング機会を提供する販路開拓支援に関しては、2回実施した「クリエイティブ共創プロジェクト・ミーティング」の開催前に、事前に高槻市内のクリエイティブ課題を持つ中小企業（プレゼン企業）を募集し、計5社の参加があった。同ミーティング内のプレゼンテーション及び交流会において、自社商品・サービスのデザインやブランディング等の発注を希望する中小企業と、そのいった中小企業とのコラボレーションや課題解決を図り、付加価値を高めたいデザイン等を生業とする事業者を引き合わせるマッチング（面談）の機会を設けた。</p> <p>参加者満足度は、100%と大変好評であった。プレゼン企業からは、「商談成約には至っていないが、参加クリエイターの訪問を受け、アイデアや関連する情報を入手できた。具体的な再利用策は、現在も継続検討中。クリエイターから提供いただいた写真を活用している。」、「ミーティングに参加をきっかけに、後日、参加企業と面談を行い、その場で受注できた。」といった感想をいただきなど、一定の成果に繋がった。</p> <p>以上から、クリエイティブ課題を抱える中小企業と、そのような中小企業との接点を持ちたいクリエイターの両側面から見て、マッチングの機会提供に寄与できたと考えられる。</p>														
その他目標値の実績	目標値(計画)	商談（面談）件数														
	数値目標	48	実績数値	53	目標達成度	110.4%										
	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										
高槻商工会議所										
事業名	B C P・B C Mの普及促進									
想定する実施期間	2014 年度～ 年度まで ※複数年段階的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)	東日本大震災や平成30年度に発生した大阪北部地震、関西を直撃した台風21号を契機として社会の防災・減災意識が高まりつつあり、また、近い将来南海トラフ地震が高い確率で発生すると予測されている。併せて、不穏な海外情勢や情報セキュリティ事故増加等の影響により、企業の対応力、事業継続力強化が求められている。このような観点から中小企業においてもB C P・B C Mの普及促進がますます重要となってきている。しかし、残念ながら、現状は、中小・零細企業は2割に満たない程度の策定に留まっている。そこで、これらの企業を対象にB C P策定の必要性、手順等およびマネジメントについて解り易く解説してB C P・B C Mの普及と定着の促進を図る。								
	支援する対象 (業種・事業所数等)	特定業種に限定せず、高槻市、茨木市、摂津市、島本町、能勢町の各事業所で、B C P・B C Mについて基本的知識を持っているものの策定には至っていない企業、B C Pを策定する必要性は理解しているものの、どのように着手すればよいか戸惑っている企業等を対象とする。								
	<p>■開催日：令和7年1月24日（金）</p> <p>■時間：14:00～17:00</p> <p>■会場：高槻商工会議所 4階大ホール</p> <p>■テーマ：基礎からわかる事業継続計画（B C P）策定セミナー</p> <p>■実施内容：①防災と事業継続の違い②事業継続計画（B C P）策定のポイント③大阪府超簡易版B C P『これだけは！』シートの活用等④事業継続力強化計画認定制度について また、大阪府が推奨する事業継続計画（B C P）の策定支援施策等の紹介</p> <p>■参加者数：10社13名（支援対象企業は11.5社13名）</p>									
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<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	①府施策連携の担当者と、連絡を密に取り合いセミナーを実施した。また、商工労働部配信のメールマガジンにて、本セミナーのPR記事掲載を行った。							
		②広域連携	当会議所と広域連携である茨木商工会議所、摂津市商工会、島本町商工会、能勢町商工会の担当者間で連絡を密に取り合い、講師の選定やチラシの作成は当所が行い、双方でPRに努めた。具体的には、10月初旬からチラシ配布、HPや広報誌への掲載、メールマガジン等のPR面で連携を図った。							
		③市町村連携	高槻市の後援を受け実施。各市や各町のメールマガジン等に記事の記載や公共施設へのチラシの配架など、本事業のPR面で協力を得た。							
		④相談相乗	セミナー終了後、講師によるB C Pに関する個別相談を実施したところ、2事業所が利用するものの、カルテ化はできなかった。							
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)	28.0	総支援企業数(実績)	11.5	支援実績率	41.1%	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)	支援企業数の内訳は、高槻4.5社、茨木1社、摂津3社、島本1社、能勢2社であった。受講者アンケートでは、今回のセミナーを受講しての満足度について、13名中11名が満足、2名がやや満足と回答し、参加者全体の100%が満足と好評であった。また、「セミナー受講後の自社の変化について当てはまるものを選択せよ（複数回答可）」という設問に対し、「B C P策定の意識を高めることができた」が9名、「B C P策定の必要性を理解することができた」が9名、「B C P策定にあたり自社で取り組むべき課題が掴めた」が4名の回答があった。この結果が示すとおり、受講者に対して、新たな気づきや取組のきっかけを与えることができたと思われる。ハズズオン支援については、各所とも支援先が見つからなかった。								
		代表指標	事業継続計画等の策定件数							
		数値目標	28	実績数値	11.5	目標達成度	41.1%			
	成果の代表事例	アンケート項目の『今回のセミナーに関してどのような点が役に立ちましたか』を要約すると、「現在B C P対策についてメンバーを決めつつあり、セミナーを受けたことで大変意識が高くなり不足している部分が明確になった。」1社、「大阪・関西万博の長期間における人の滞留・移動のリスクについて改めて理解することができた。」1社、「自然災害だけでなく、人為的な災害への意識が高まった。事業継続への意識が更に高まった。」1社等となり、新たな気づきや取組みのきっかけを与えることができた。また、セミナーの中で大阪府超簡易版B C P『これだけは！』シートの策定を11.5件行った。現在のところ、B C P策定に関する具体的な事例は掌握できていないが、今後成果に繋がると思われる。								
	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）	支援企業数は、目標20社に対し結果は11・5社となった。インフルエンザ・新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、セミナー申込者のキャンセルが発生したことが参加者低迷の主な要因である。内容は、事業継続や防災等、非常に関心の高いテーマだったので、参加者全体の満足度が100%と好調であった。その要因の一つは、BCMよりもBCPに重点を置き、普及促進に力を入れたことと思われる。 次年度は中小企業に更なる参加をして頂くため、今まで以上に高槻市、茨木商工会議所、摂津市商工会、島本町商工会、能勢町商工会とも連携をし、開催時期（令和7年10月～令和8年1月頃）やカリキュラムを自然災害対策、情報セキュリティ対策に重きを置いた内容に変更し、普及啓発に努めたい。						

【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)	20.0	支援企業数(実績)	11.5	支援実績率	57.5%	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）	支援企業数の内訳は、高槻4・5社、茨木1社、摂津3社、島本1社、能勢2社であった。受講者アンケートでは、今回のセミナーを受講しての満足度について、13名中11名が満足、2名がやや満足と回答し、参加者全体の100%が満足と好評であった。また、「セミナー受講後の自社の変化について当てはまるものを選択せよ（複数回答可）」という設問に対し、「BCP策定の意識を高めることができた」が9名、「BCP策定の必要性を理解することができた」が9名、「BCP策定にあたり自社で取り組むべき課題が掴めた」が4名の回答があった。この結果が示すとおり、受講者に対して、新たな気づきや取組のきっかけを与えることができたと思われる。									
	指標 数値目標	「超簡易版BCP『これだけは！』シート」の策定企業数									
		20	実績数値	11.5	目標達成度	57.5%					
実績／達成度②	その他目標値の実績	目標値(計画)		目標値(実績)		目標達成度					
	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)	0	支援実績率	0.0%	満足率	0.0%		
実績／達成度②		事業継続力強化計画等の策定については、各所とも支援先が見つからなかった。									
		指標 数値目標	事業継続力強化計画等の策定に取り組む企業数								
		8	実績数値	0	目標達成度	0.0%					
		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													
高槻商工会議所															
事業名	ものづくり優良企業賞応募企業発掘・支援事業														
想定する実施期間	2017 年度～ 年度まで ※複数年段階的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)														
	大阪府内ものづくり中小企業・小規模事業者は、優れた技術を有していたり、優れた製品を生産しているにもかかわらず、日常業務に追われ、それを有効活用するノウハウを持ち合わせていない企業が多い。そこで当所では、高槻市内およびその近隣地域を中心とした府内ものづくり中小企業が持つ経営課題に対し、大阪の産業の活性化と地域社会に貢献する「大阪ものづくり優良企業賞」受賞に向けた個別支援を実施する。優れた技術力や品質管理等を持ち、市場での高い評価が期待できる優秀な「ものづくり中小企業」を発掘するとともに、とりわけ、「大阪ものづくり優良企業賞」を既に受賞している企業に対し、フォローアップの一環でマッチングの機会を設け、重点的に販路開拓支援を行う。														
実施時期・具体的な内容及び事業手法	支援する対象 (業種・事業所数等)														
	主に中小企業・小規模事業者（但し、ものづくり優良企業賞の申請については、大阪府内に本社を有する中小企業者で、業種が製造業または組込ソフトウェア業として、工業製品の設計、製造技術に関連する事業を営む会社または個人（創業または事業開始から3年以上を経過し、直近期2年分の決算書類を提出できる事業者に限る））														
実施時期・具体的な内容及び事業手法	I. 「大阪ものづくり優良企業賞」申請支援セミナー～大阪ものづくり優良企業賞『匠』認証で販路開拓・売上アップ！～（※人材育成型） ■開催日：令和6年4月23日（火）14:00～16:00 ■会場：高槻商工会議所 3階第1・第2会議室 ■実施内容：①過去の「大阪ものづくり優良企業賞（匠）」受賞企業の取組・活用事例 ②2024年度の大槻ものづくり優良企業賞募集説明、質疑 ■参加者数：9事業所11名（支援対象企業数：10事業所11名） ※セミナー後に応募予定企業に対し、6月の応募締切に向けて申請書作成方法等に関する個別支援を行った。														
	II. ものづくり企業交流会2024～知りあい・使いあい・創りあう～ ■開催日：令和6年10月30日（水）13:00～17:00 ■会場：守口門真商工会館 大会議室および特別会議室 ■プログラム： 13:00～14:20 第1部【ノウハウ交流会】（※人材育成型） ①匠企業2社登壇によるパネルディスカッション（事例発表） テーマ：「匠企業は、やっぱりスゴイぞ！～知りあい 使いあい 創りあう～」 内容：匠企業の取組事例や匠認証による「匠」活用メリット紹介等 ②匠企業ショートプレゼン 参加者数：38事業所50名（支援対象企業数：43事業所50名）														
実施時期・具体的な内容及び事業手法	14:30～17:00 第2部【ビジネス交流会】（※販路開拓型） 匠企業等ものづくり優良企業が出展する個別商談会（入場無料、入退場自由） 参加企業数：27社（匠企業、守口門真ものづくり元気企業、摂津ブランド認定企業） チラシ掲載の出展匠企業21社と、出展企業以外の匠企業にも優先的に案内し来場した匠企業は6社あり、販路開拓支援を行った。最終的に匠企業の参加実績は合計27社となった。 ※当日は匠企業と来場ものづくり企業との商談機会の提供や、雇用支援機関((公財)産業雇用安定センター、ポリテクセンター関西)との雇用に関する面談機会も提供した。														
	<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	ものづくり支援課 販路開拓支援グループの担当者と実施内容について企画段階から連携を図りながら運営を行った。また、MOBIO等の配信メールマガジンにてPR記事掲載を行った。													
	②広域連携	当会議所と広域連携である茨木商工会議所、摂津市商工会、守口門真商工会議所、八尾商工会議所、大東商工会議所の担当者と企画段階から打合せを重ね、チラシの作成は当所が行い、双方でPRに努めた。チラシ配布、HPや広報誌への掲載、メールマガジン等のPR面で連携を図った。開催当日は各所担当者が協力して運営を行った。													
	③市町村連携	高槻市・茨木市・摂津市・守口市・門真市・大東市の後援を受け、市のメールマガジンや広報等にてPR記事掲載を行った。													
	④相談相乗	令和6年4月に開催した匠応募申請に向けたセミナー終了後、大阪ものづくり優良企業賞に応募予定企業に対し個別支援を行い、当所が支援した1社、茨木が支援した1社、摂津が支援した4社が匠企業として受賞された。既存匠企業に対し、フォローアップを行った。													
	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	101.0	総支援企業数(実績)	80.0	支援実績率	79.2%	満足率	94.6%						

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>令和6年4月に『「大阪ものづくり優良企業賞」申請支援セミナー』を開催し、支援企業数は、目標11社のところ実績が10社（11名）であった。参加者アンケートの満足度は100%と良好であった。本セミナーの参加動機（ものづくり優良企業賞に何を期待しているか。複数回答可）に関しては、「販路開拓、自社PRへの活用」との回答が8名、「自社の技術能力の分析、知的資産の洗い出し」が5名、「他社に対する競争力強化」が6名、「従業員のモチベーションアップ」が7名であった。「ものづくり優良企業賞の応募申請予定」の質問に対し、「応募する」との回答が8名、「検討する」が3名であった。</p> <p>以上から、参加事業者は、同賞を販路開拓等に活用することで自社の強みの発見や他社に対する競争力強化、従業員のモチベーションアップを図るなど、経営力を向上させたい意識が高いことがうかがえる。本セミナーへの参加により大阪ものづくり優良企業賞に関する基礎知識や応募申請書の作成手法、その活用ノウハウについて相当の理解が得られ、今後の経営への積極的な活用推進の素地ができ、大阪ものづくり優良企業の応募に対する意識向上に繋げられた。</p> <p>令和6年10月に「ものづくり企業交流商談会」の第2部に開催した「ビジネス交流会（商談会）」において、匠企業等ものづくり優良企業が出展する商談会を実施し、支援企業数は、参加実績27社（内訳：出展匠企業21社、来場匠企業6社）であった。参加企業アンケートの集計結果によると、満足度は92.6%と好評であった。名刺交換件数は204件、商談件数は161件、後日、行ったフォローアップアンケートによると、成約件数は17件、成約金額は計900,640円であった。アンケート結果を分析してみると、「見積りを取った／見積りの依頼を受けた⇒継続交渉中」との回答が8件、「現時点で受発注の実績はないが、新規のつながり（受発注先）ができる」との回答が1件あるなど成約件数や金額等の数字には表れない案件もあり、引き続き商談継続中の回答もあった。</p> <p>参加企業の課題の上位3項目が、「販売先を開拓したい」が37.5%、「仕入れ先を開拓したい」と「外注先を開拓したい」が18.8%と続いた。また、「匠」認証の営業活用について「積極的に活用したい」または「できるだけ活用したい」との回答が88.8%と、非常に意識が高かった。「今後、『匠』企業による商談会」が開催されたら、参加を希望しますか？」との問い合わせには「ぜひ参加したい」または「参加を検討したい」との回答が85.2%と今後の参加意欲も高かった。以上の回答から、参加企業の販路開拓に寄与でき、販路開拓に対する意識向上にも貢献できたと考えられる。</p> <p>令和6年10月に「ものづくり企業交流商談会」の第1部に開催した「ノウハウ交流会（人材育成型セミナー）」について、支援企業数は、目標40社のところ実績が43社であった。参加者アンケートによる満足度は94.7%と良好であった。本事業の参加動機は、「情報収集のため」が43%、「他のものづくり優良企業と交流を図り、販路開拓につなげたい」との回答が39%、「ものづくり優良企業の実践事例について学び、自社の経営力向上に役立てたい」が15%と続いた。</p> <p>匠企業2社の事例発表を聞いて、学んだノウハウを自社での業務や経営面での活用について、「直ぐの活用は難しい」の回答が56%、「活用を検討したい」が28%、「出来るだけ活かしたい」が16%と、半数近くは本事業に参加して学んだノウハウを自社での業務や経営面で活用しようとする意識向上につながったと言える。しかし、過半数は、学んだノウハウを自社において直ぐに活用するのは難しいという回答であった。また、「大阪ものづくり優良企業賞をはじめとする公的な認証制度に対する関心・興味は、向上しましたか？」との問い合わせに、「向上した」が48%と半数を占め、本事業を開催した意義があったと考えられる。</p>					
		代表指標		名刺交換（商談）件数			
成果の代表事例	その他目標値の実績	数値目標	197件	実績数値	161件	目標達成度	81.7%
		ビジネス交流会（商談会）において、参加企業全体で17件90万円の商談成約に至ったため販路拡大に貢献できた。成約に至っていない匠企業も、他の匠企業との新規取引に繋がるなど一定の手応えを感じている。新たに受賞された匠企業も「匠」をHPや名刺など自社PRに活用されて問合せが増えるなど受賞効果を実感されている。今後も「匠」を有効活用しながら積極的に販路開拓に注力していく。					
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）	目標値（計画）		目標値（実績）		目標達成度	
		<p>「大阪ものづくり優良企業賞」申請支援セミナーでは、支援企業数10社のうち、最終的に6社が新たに「匠」を受賞することができた。</p> <p>「ノウハウ交流会（人材育成型セミナー）」では、匠企業の実践事例からノウハウを学ぶことができ、また、匠企業によるショートプレゼンを行うことで自社PRにも繋がったため好評であった。</p> <p>「ビジネス交流会（商談会）」を含む事業全体の満足度が94.6%であったことから、参加企業にとっても大変意義のあるものだったと考えられる。</p> <p>一方で、「ビジネス交流会（商談会）」の出展企業数が低調だったのが今年度の課題であった。從前から実施している商談相手が事前に分かる完全予約制の個別商談から当日参加ありの商談形態に変更を行ったが、それ自体は商談件数を伸ばすことができ成功であったと考える。しかしながら、結果的に不特定多数が参加される展示会に近いスタイルになったことで、出展匠企業側からすると事前にどんな企業が来場されるか分からず不安を招いたことが出展企業数減少の一因になったのではないかと思われる。今後は、匠企業等ものづくり企業にとって、より参加しやすくなる出展メリットを打ち出したビジネスマッチング機会を提供し、ひいては参加企業や商談件数を増やしたい。</p> <p>また、「ノウハウ交流会」の参加者満足度は高かったものの、指標「経営力が向上し、学んだノウハウを自社で活かせると回答した企業の割合」が低調であったため、参加企業にとって自社でも実践し活かしやすい身近なテーマを選定することで参加企業の経営力向上を図っていきたい。</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。

	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)	10.0	支援実績率	90.9%	満足率	100.0%		
実績／達成度①	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	令和6年4月に『「大阪ものづくり優良企業賞」申請支援セミナー』を開催し、支援企業数は、目標11社のところ実績が10社（11名）であった。参加者アンケートの満足度は100%と良好であった。本セミナーの参加動機（ものづくり優良企業賞に何を期待しているか。複数回答可）に関しては、「販路開拓、自社PRへの活用」との回答が8名、「自社の技術能力の分析、知的資産の洗い出し」が5名、「他社に対する競争力強化」が6名、「従業員のモチベーションアップ」が7名であった。「ものづくり優良企業賞の応募申請予定」の質問に対し、「応募する」との回答が8名、「検討する」が3名であった。 以上から、参加事業者は、同賞を販路開拓等に活用することで自社の強みの発見や他社に対する競争力強化、従業員のモチベーションアップを図るなど、経営力を向上させたい意識が高いことがうかがえる。本セミナーへの参加により大阪ものづくり優良企業賞に関する基礎知識や応募申請書の作成手法、その活用ノウハウについて相当の理解が得られ、今後の経営への積極的な活用推進の素地ができ、大阪ものづくり優良企業の応募に対する意識向上に繋げられた。									
		指標	セミナーアンケートで、「今後、ものづくり優良企業賞に応募する」または「ものづくり優良企業賞応募を検討する」と回答した企業の割合								
		数値目標	50%	実績数値	100%	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						
	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	50.0	支援企業数(実績)	27.0	支援実績率	54.0%	満足率	92.6%		
実績／達成度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）	令和6年10月に「ものづくり企業交流商談会」の第2部に開催した「ビジネス交流会（商談会）」において、匠企業等ものづくり優良企業が出展する商談会を実施し、支援企業数は、参加実績27社（内訳：出展匠企業21社、来場匠企業6社）であった。参加企業アンケートの集計結果によると、満足度は92.6%と好評であった。名刺交換件数は204件、商談件数は161件、後日、行ったフォローアップアンケートによると、成約件数は17件、成約金額は計900,640円であった。アンケート結果を分析してみると、「見積りを取った／見積りの依頼を受けた⇒継続交渉中」との回答が8件、「現時点で受発注の実績はないが、新規のつながり（受発注先）ができた」との回答が1件あるなど成約件数や金額等の数字には表れない案件もあり、引き続き商談継続中の回答もあった。 参加企業の課題の上位3項目が、「販売先を開拓したい」が37.5%、「仕入れ先を開拓したい」と「外注先を開拓したい」が18.8%と続いた。また、「匠」認証の営業活用について「積極的に活用したい」または「できるだけ活用したい」との回答が88.8%と、非常に意識が高かった。「今後、『匠企業による商談会』が開催されたら、参加を希望しますか？」との問いには「ぜひ参加したい」または「参加を検討したい」との回答が85.2%と今後の参加意欲も高かった。以上の回答から、参加企業の販路開拓に寄与でき、販路開拓に対する意識向上にも貢献できたと考えられる。									
		指標	商談件数								
		数値目標	197件	実績数値	161件	目標達成度	81.7%				
		その他目標値の実績	目標値(計画)	目標値(実績)	目標達成度						
	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	40.0	支援企業数(実績)	43.0	支援実績率	107.5%	満足率	94.7%		
実績／達成度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）	令和6年10月に「ものづくり企業交流商談会」の第1部に開催した「ノウハウ交流会（人材育成型セミナー）」に関して、支援企業数は、目標40社のところ実績が43社であった。参加者アンケートによる満足度は94.7%と良好であった。本事業の参加動機は、「情報収集のため」が43%、「他のものづくり優良企業と交流を図り、販路開拓につなげたい」との回答が39%、「ものづくり優良企業の実践事例について学び、自社の経営力向上に役立てたい」が15%と続いた。 匠企業2社の事例発表を聞いて、学んだノウハウを自社での業務や経営面での活用について、「直ぐの活用は難しい」の回答が56%、「活用を検討したい」が28%、「出来るだけ活かしたい」が16%と、半数近くは本事業に参加して学んだノウハウを自社での業務や経営面で活用しようとする意識向上につながったと言える。しかし、過半数は、学んだノウハウを自社において直ぐに活用するのは難しいという回答であった。また、「大阪ものづくり優良企業賞をはじめとする公的な認証制度に対する関心・興味は、向上しましたか？」との問いに、「向上した」が48%と半数を占め、本事業を開催した意義があったと考えられる。									
		指標	経営力が向上し、学んだノウハウを自社で活かせると回答した企業の割合								
		数値目標	80%	実績数値	44%	目標達成度	55.0%				
		その他目標値の実績	目標値(計画)	目標値(実績)	目標達成度						