

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		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	T E L（直通）： 06-6909-3303
			F a x： 06-6909-3409
		E - m a i l： akahori@mk-cci.jp	
①設立年月日			昭和45年 4月
②職員数 （うち経営指導員数）			18名（経営指導員15名）（令和7年3月31日現在）
③所管地域			守口市・門真市
④管内事業所数			守口市・門真市 合計11,009件（令和3年 経済センサス）
⑤管内小規模事業者数			守口市・門真市 合計7,605件（令和3年 経済センサス）
⑥会員数（組織率）			3,010件（組織率27.3%）（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</p> <p>（2）行政庁等の諮問に応じて答申すること</p> <p>（3）商工業に関する調査研究を行うこと</p> <p>（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</p> <p>（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</p> <p>（6）輸出品の原産地証明を行なうこと</p> <p>（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</p> <p>（8）商工業に関する講習会又は講演会を実施すること</p> <p>（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</p> <p>（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</p> <p>（11）商事取引に関する仲介又はあっせんを行なうこと</p> <p>（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</p> <p>（13）商工業に関して、相談に応じ、又は指導を行なうこと</p> <p>（14）商工業に関して、商工業者の信用調査を行なうこと</p> <p>（15）商工業に関して、観光事業の改善発達を図ること</p> <p>（16）社会一般の福祉の増進に資する事業を行なうこと</p> <p>（17）行政庁から委託を受けた事務を行なうこと</p> <p>（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</p> <p>（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>			

<p>(1) 事業の目標</p>
<p>事業者が抱える課題に対して、商工会議所は解決策の提案や実行支援を行いながら、関係機関との連携・調整も積極的に実施した。商業分野では、「もりかどECマーケット」に加え、大型商業施設へのチャレンジショップ出店を支援し、売上拡大にとどまらず、商品情報の発信やマーケティング支援にも力を入れることで、事業者の中長期的な成長につなげた。一方、工業分野では、次世代を担う若手経営者や事業承継予定者を対象に勉強会を開催し、経営知識の習得に加え、視察や交流の機会を提供することで、人的ネットワークの構築を促進し、地域産業全体の活性化と基盤強化を図った。</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） ②万博機運醸成事業 ③売りメッセ取引商談会in東大阪 ④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大阪勤業展 ③ビジネスチャンス発掘フェア2024 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 ②中小企業向け脱炭素経営支援事業 ③CSR普及啓発事業 ④SB/CB創出支援事業</p> <p>○税務、法務、金融、労務、その他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>歴史的円安や物価高が続く中、日本銀行がマイナス金利を解除したことで、管内事業所の経営環境は人手不足や賃上げの影響もあり、引き続き厳しい状況が続いた。金利上昇により、追加融資や借り換えを躊躇する事業所が増加する中、日本政策金融公庫や地域の金融機関と連携し、資金調達支援を行った。</p> <p>商業分野では、店舗の魅力向上やIT活用による活性化支援を行い、地域イベント出店を通じて地域全体のにぎわい創出を図った。大阪・関西万博に向けた万博機運醸成事業では、大阪府・守口市・門真市と連携し、地域事業者のイベント出店を支援。万博PRと販路拡大を同時に実現した。さらに、大型商業施設へのチャレンジショップ出店支援を行い、売上向上のみならず、商品の情報発信やマーケティング支援にも注力し、事業の中長期的発展につなげた。</p> <p>工業分野では、補助金や認定制度を活用し、地域を代表する製造業企業を育成。また、次世代を担う若手経営者や事業承継予定者を対象に勉強会を開催し、経営知識の習得や視察、交流を通じて人脈形成を促進し、地域ネットワークの強化を図った。</p> <p>さらに、両市や金融機関と連携して実施した創業塾では、計画を大きく上回る63名が受講し、多くの創業希望者を支援へと導いた。</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>歴史的な円安、物価上昇、人手不足、賃上げおよびマイナス金利解除に伴う金融政策、さらに国内消費の低迷といった複数の経済的課題に直面する中、各業界の企業からは資金繰りや消費税に関する税務支援の相談が増加した。これを受け、迅速にハンズオン支援を実施し、販路開拓および資金繰りに係る支援を展開した。</p> <p>商業部門においては、ECサイトへの集客を通じた売上向上に加え、万博機運醸成事業との連携により、新規顧客の獲得や既存顧客のリピーター購入促進に寄与することが出来、個店の認知度向上・広報活動に資する取組となった。</p> <p>一方、工業部門では、高度な技術力を有する事業所の発掘およびブランド化を推進するとともに、展示会やビジネスマッチングの機会を提供し、新規取引先や外部協力先の開拓へと繋げた。あわせて、関係機関と連携し、カーボンニュートラルに向けた取組の支援を実施した。</p>
<p>(4) 事業を実施した結果浮き上がった課題</p>
<p>物価高騰や人手不足の影響により、依然として厳しい環境下にあるが、価格転嫁に加え、AI等の先端IT技術の活用を新たな成長機会と捉え、生産性の向上や賃上げ、投資拡大を図ることが重要となる。一方で、事業所間における情報取得力や対応力に差が生じており、格差の拡大が顕著となっている点が課題である。</p> <p>商業においては、ECサイトやSNSを活用する事業所とそうでない事業所との間で、デジタルライゼーションへの対応状況に大きな差が見られる。また、人口減少や商圏の縮小、中心市街地の空洞化による地元消費力の低下、販売チャネルの限定性、ITリテラシーの不足など、複合的な課題が顕在化している。</p> <p>工業においては、価格転嫁の困難さに加え、人手不足がより深刻な問題となっており、生産性向上と競合との差別化を図る戦略の構築が求められる。加えて、立地・用地の制約、下請け構造からの脱却の困難性、設備の老朽化とそれに伴う投資不足、若手技術者の流出など、構造的な課題への対応が急務である。</p>
<p>(5) 次年度の取り組み</p>
<p>次年度においても、引き続き巡回活動を実施し、事業所のニーズを的確に把握するとともに、個別支援の更なる充実を図る。あわせて、物価高騰への対応策、事業承継支援、賃上げ支援等、国及び関係機関による各種支援施策を積極的に活用し、地域事業者の経営基盤の強化に努める。</p> <p>商業分野においては、EC（電子商取引）を活用した販路拡大の支援に加え、BtoC向けの新たな認定制度を創設し、「守口門真ブランド」としての育成を中長期的視点で推進する。</p> <p>工業分野においては、「ものづくり元気企業」を中心とした個社支援及び事業承継支援を強化するとともに、企業の有する技術力やノウハウを広く発信する体制を構築する。また、総合展示会への出展等を通じて新たな地域間取引の創出を図り、地域経済の活性化に繋げる。</p>

Ⅰ 経営相談支援事業						
支援のポイント・成果						
経営相談支援事業では、各事業所が抱える多様な課題に対し、包括的なサポートを実施した。創業支援では、創業塾の受講者に対して起業準備から創業後の記帳や販路開拓まで継続的な支援を行ったほか、一般の創業希望者にも特定創業支援証明書の取得に伴う事業計画書作成によるハンズオン支援を行った。また、定額減税にともなう月次減税事務や年末調整に対応する記帳支援も実施。一方で、借り換えや追加融資に関する資金繰り相談は、金利上昇の影響によりやや伸びが鈍かった印象である。						
【成果の代表事例】						
①記帳支援報告書						
②金融支援（指導型）						
当事業所は令和5年6月にリフォーム業として開業。過去に同業界で勤務していた経験を活かし創業1年目から順調に収益を上げている。定額減税制度が開始された中、青色専従者への減税対応方法について源泉税の天引き方法、年末調整時の源泉徴収票の記載方法、個人事業主及び扶養者への減税対応方法について支援を行った。						
2年目についても経営成績を伸ばし増益が見込まれる中、受注増加による先行支払いを原因とした資金繰りの悪化が懸念。また、同事業所はこれまで事業資金の借入経験がなく、公庫又は民間金融機関から資金調達が急務となっていた。公庫担当者と民間金融機関担当者との調整の結果、両方での返済実績を積むため、協調融資による資金調達支援を行うことで決定。公庫のマル経融資及び民間金融機関より合計500万円の資金調達を受けることで、資金繰りの円滑化を図ることができた。						
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	345	361	104.6%	5	
支援機関等へのつなぎ	支援数	20	21	105.0%	5	
金融支援（紹介型）	支援数	28	30	107.1%	5	
金融支援（経営指導型）	支援数	20	21	105.0%	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	7	7	100.0%	5	
記帳支援	事業所	95	115	121.1%	5	
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	1		5	
マーケティング力向上支援	事業所	10	21	210.0%	5	
販路開拓支援	支援数	35	34	97.1%	4	
事業計画作成支援	支援数	80	69	86.3%	4	
創業支援	事業所	27	32	118.5%	5	
事業継続計画（BCP）等作成支援	事業所	13	13	100.0%	5	
コスト削減計画作成支援	事業所	1	1	100.0%	5	
財務分析支援	事業所	20	17	85.0%	4	
5S支援	事業所	0	0		—	
IT化支援	事業所	6	6	100.0%	5	
債権保全計画作成支援	事業所	0	0		—	
事業承継支援	事業所	5	5	100.0%	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	30	54	180.0%	5	
結果報告	事業所	345	342	99.1%	4	
Ⅱ 専門相談支援事業						
支援のポイント・成果						
【事業実施のポイント】						
経営指導員が課題の本質を理解し、専門家と共に伴走支援を行うことで早期の課題解決を図る。						
また、税務、法務、金融、労務だけでなく、中小企業が直面する販路開拓・マーケティング、事業承継、M&Aなどの相談にも対応できるよう、広範で柔軟なワンストップ対応体制の整備に努める。						
【期待される効果】						
税務相談では、確定申告相談会の開催により適正な自主申告と納税を促進し、労務相談や法律相談については、経営者が抱える課題が及ぼす本業への影響を最小限に抑える効果が期待できる。また、その他の経営相談も、創業前後のマーケティングや市場分析を掘り下げて、売上の拡大効果が見込める。						
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	事業所	12	12	100.0%	5
税務相談	継続	事業所	30	31	103.3%	5
金融相談	新規	事業所	3	3	100.0%	5
労務相談	継続	事業所	14	14	100.0%	5
その他相談	新規	事業所	55	54	98.2%	4

Ⅲ 地域活性化事業										
支援のポイント・成果										
<p>地域巡回や経営相談支援等を通じて把握した事業者ニーズを踏まえ、事業の企画・改善を実施するとともに、特にターゲットを明確にした事業展開に注力した。地域経済の活性化を目的として、中小企業や創業者に対し、ビジネスプラン策定支援、資金調達に関する助言、インボイスや定額減税に関する税務支援等、各種支援プログラムを展開するとともに、地域の経済環境や産業構造の変化に迅速に対応するため、常時、情報収集および分析を行い、適切な施策の立案に努めた。</p> <p>創業塾においては、SNS等の広告を活用し受講者の確保に取り組んだ結果、目標を上回る参加者を確保した。商業分野においては、商品購入が可能な「もりかどECマーケット」のSNS広告等を通じて15,126件のアクセスを獲得し、万博機運醸成事業と連携してリピート購入の促進にも繋げた。出店形態としては、大型店舗への出店よりもイベント出店の方が効果的であった。また「売りメッセ取引商談会in東大阪」には8事業所が参加し、大手バイヤーとの商談を実施した。</p> <p>工業分野においては、「守口門真ものづくり元気企業認定事業」を実施し、4社を認定した。また、過去の元気企業認定事業所1社が「大阪ものづくり優良企業賞」、別の1社が「関西ものづくり新撰」に選定された。また、技術的な強みを活用するため、「ビジネスチャンス発掘フェア」や「大阪勸業展」などの展示商談会に積極的に参加を促した。さらに、カーボンニュートラルへの取組み支援として関係機関と連携し、脱炭素経営に向けた啓蒙支援を行った。</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	
	小規模事業所来店者促進事業（もりかどECマーケット）	70	71	101.4%	80.3%	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	80	83	103.8%	5
○	万博機運醸成事業	8	8	100.0%	75.0%	商品・サービスのPRに役立ったとする事業所の割合	75	87.5	116.7%	5
○	創業塾	47	47	100.0%	100%	創業者数（既創業者で特定創業支援証明書取得者を含む）	10	12	120.0%	5
○	守口門真ものづくり元気企業	127	125	98.4%	76.2%	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	70	100	142.9%	4
○	中小企業向け脱炭素経営支援事業	20	23.5	117.5%	82.6%	カーボンニュートラルに向けて取組みを始めた企業数	3	4	133.3%	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。

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									
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		平成26 年度～ 年度まで ※複数年度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)	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。 地域商業の課題としては、オーバーストア状態であることや、高齢化・後継者不足が引き続き挙げられることに加えて、物価上昇や円安、大型商業施設が開業したことから、従来の店舗型小売・サービス業はより厳しさを増すと考えられる。 本事業を通じて、小規模店舗が取り扱う商品の強化を図ると共に、新たな販路開拓に向けて、インターネット販売の活用を支援し、今後のネットショップの安定化を見据えた土台作りとする。							
	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取り組む姿勢があり、自慢の商品（逸品）・サービスを持ち、インターネット販売の開始・強化に積極的な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	○第1回商業振興委員会 令和6年6月17日（月） ・昨年度事業の報告 ・本年度事業の承認、実施スケジュールの確認 ○応募期間 令和6年7月1日（月）～8月19日（月） ・申込72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。 ○ホームページリニューアル 令和6年9月2日（月） ○事業PR ・9/2 商工会議所ニュース9月号 ・9/3 商工会議所SNSにて告知 ・10/1 守口市・門真市広報10月号 ・10/11～2/3 SNS広告（Facebook・Instagram）配信 ・12/16～12/22 京阪電車駅貼りポスター広告（1回目） ・12/20 もりかど万博（そよら古川橋駅前）にてチラシ配布によるPR ・1/6 商工会議所ニュース1月号（PRチラシ同封） ・1/20～1/26 モノレール駅貼りポスター広告（1回目） ・2/10～2/16 京阪電車駅貼りポスター広告（2回目） ・2/17～2/23 モノレール駅貼りポスター広告（2回目） ○第2回商業振興委員会 令和6年11月28日（木） ・本事業の事業経過報告 ・次年度の商業振興事業について							
		＜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	守口市・門真市については、担当課長が委員会に参加。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	既にEC販売に取り組んでいる経営相談事業者を本事業へ誘導した他、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。								
事業全体の実績	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	80.3%
	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)	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、チラシ、駅貼りポスター広告等で集め、ネットとリアル の双方向からのアプローチを行った。 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、参加事業所にフィードバックをおこなった。特にクリック数が少なかった事業所には、写真・説明文章の改善や、商品のPR方法について助言を行った。							

績／ 目標達成度		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	83.0%	目標達成度	103.8%
	成果の代表事例	●守口市内の金属製家具製造業A社の事例 当事業所はBtoBがメインのオフィス・工場用家具製造事業所であり、数年前に一般消費者向けに自社ECサイトを構築したが、思うように売上が伸びなかった。そこで、本事業に参加いただき、Facebook・Instagram広告の配信について、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。実際に商品の発注に至った。また、当所が主催する「万博機運醸成事業」にも参加いただいたことで、本事業のPRとあわせて事業所のPRを行ったところ、見込み客を獲得することができ、ネット・リアル双方での集客をうまく組み合わせて支援を行うことができた。					
	その他目標値の実績	目標値 (計画)	5,000名	目標値 (実績)	15,126名	目標達成度	302.5%
		SNS広告や守口市・門真市のまつり等でPRを行ったところ、計画段階の目標値を大幅に上回ることができた。					
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)	満足率については昨年度と比べると高い数値となり、改善が見られた。しかし、クリック数の目標については達成したものの、昨年度を下回る実績となってしまった。本年度はSNS広告だけでなくチラシ・ポスターによる広告も行ったが、ネット販売を応援する本事業においてはSNS広告を中心に行った方がよいと思われる。本事業の満足率、クリック数の増加のため、広告運用の見直しを図る必要がある。					

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				
守口門真商工会議所									
事業名		万博機運醸成事業							
想定する実施期間		令和6 年度～ 令和6 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）	大阪・関西万博が開催されることで国内外から多くの来場者が見込まれるが、守口・門真市内の中小企業はまだ先の話として考えていることから、早いタイミングで意識を向けさせる必要がある。その様な中、守口・門真の商品をイベント等で販売し、顧客の反応を見ることで商品改良や新商品開発、パッケージの見直しに繋げてもらうことと同時に、出店の際に万博関連のPRを行うことで機運を醸成することを目的とする。							
	支援する対象 （業種・事業所数等）	守口・門真市内で商品やサービスを提供する小規模事業所。 主に小売業、サービス業を対象とする。							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	もりかど万博と称し、地域で行われるイベントや、守口門真管内の大中規模店へ参加・出店。相乗効果を狙い、商工会議所は万博PRブースを設け周知を行い、出店者は自社商品販売ブースを設けて販売を行い、幅広い年齢層をターゲットに大阪・関西万博のPRと自社商品のPRを同時に実施した。 【イオンタウン守口】 日 時：令和6年9月20日（金）10時～17時 場 所：イオンタウン守口 1階 催事スペース 出店者：ペット用品・収納ボックス引き出し販売事業所 万博PRツール配布：チラシ76枚 【ラブリーフェスタ2024】 日 時：令和6年10月14日（月・祝）10時～15時 場 所：そよら古川橋駅前 屋上駐車場 出店者：和菓子・雑貨販売事業所 万博PRツール配布：チラシ300枚、シール400枚 【第38回守口市民まつり】 日 時：令和6年11月3日（日）10時～16時 場 所：大枝公園 多目的球技場 出店者：和菓子・煎餅販売事業所 万博PRツール配布：チラシ322枚、シール300枚 【そよら古川橋駅前】 日 時：令和6年12月20日（金）10時～17時 場 所：そよら古川橋駅前 1階 催事スペース 出店者：餅乾物・バナナカステラ販売事業所 万博PRツール配布：チラシ164枚、シール164枚							
		<事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載>							
		①府施策連携	大阪代表商品販促事業の説明や参加を呼びかけ、守口門真地域から地域代表商品に7社・大阪代表商品に1社が選出された。また、万博PRツールの手配等、実施に向け連携を行った。						
		②広域連携							
③市町村連携	守口市・門真市の担当職員と連携し、大阪代表商品販促事業の説明や参加を呼びかけた。								
④相談相乗	出店事業所からの「効果的な商品の見せ方」等をはじめ、各種事前相談に対応した。								
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)	8.0	総支援企業数(実績)	8.0	支援実績率	100.0%	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）	①万博機運醸成に向けたPR 4回全てのイベントにおいて、万博PRブースを設置。会議所職員2名体制で、ミyakミyakのパネル・ポスター・横断幕・のぼり・チラシ・シール等を活用し、イベントや店舗の来場者に万博開催に向けたPRを行った。2025年4月13日の万博開幕が近づいてきていること、様々なパビリオンで未来体験ができることを身近に感じてもらうことが出来た。 ②事業所のPRと自社商品の販売 ・普段の店売りとは異なる客層にPRすることができ、新たな顧客発掘に繋がった。 ・出展者同士の交流も図れ、共に地域を盛り上げていく目的を共有出来た。 ・ECで販売するものの、実際に商品を確認できる場の必要性を学ぶことが出来た。							
		代表指標	商品・サービスのPRに役立ったとする事業所の割合						
		数値目標	75%	実績数値	87.5%	目標達成度	116.7%		

標 達 成 度	成果の代表事例	<p>●門真市内の事業所</p> <p>万博機運醸成に向け門真市内の大中規模店で販売イベントを行ったことで、門真産の商品であることと、万博に出店する企業であることを同時に印象付けることが出来た。また、不特定多数の方に興味を持ってもらうための、売り方や見せ方も工夫されており、本イベントである大阪・関西万博への出店に向けた準備の一つになったと考えられる。</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>地域イベントと店舗催事スペースの出店では、集客に大きな差があったため、販売実績やそれに伴う満足度に大きな差が見られた。今後、同様のイベントを行う際は売上予測を慎重に行う様、丁寧に説明する必要がある。また、大阪・関西万博の機運醸成も能動的に参加している既存の地域イベントを活用した方が効果的であった。</p>					

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									
守口門真商工会議所									
事業名		創業塾							
想定する実施期間		平成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）	創業を志す人は年々増加傾向にある。特に近年では、コロナ禍をきっかけにリモートワークや副業解禁が進み、「独立して自分の力で稼ぎたい」と考える人が増えている。一方で「自分で事業を始めたいが、何ができるかわからない」「創業して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、資金に不安があり、具体的な実現可能性を描けていない創業希望者が多いのも事実である。 そのような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、「自分らしい働き方を実現しつつ、価値提供と収益がバランスよく回っている状態」になってもらうための知識習得やグループワークを通して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）	主に守口市・門真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	【実施概要】 日時 令和6年6月2日（日）、16日（日）、30日（日）、 7月14日（日）、7月28日（日） 10時～13時 会場 守口門真商工会館 講師 中小企業診断士（株式会社クリエート・バリュー 代表取締役） 【本事業に付随する支援内容】 ・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。 ・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。 ・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日本政策金融公庫の事業承継マッチング制度の情報提供を行った。 【PR方法】 ・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。 ・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）、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、LINEによるSNS広告等を通じPRを行った。							
		<事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載>							
		①府施策連携	カリキュラムとして、大阪起業家グロース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た。						
		②広域連携							
事業全体の実績	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	47.0	総支援企業数(実績)	47.0	支援実績率	100.0%	満足率	100.0%
	目標の達成度 （支援企業をどう変化させることができたか）	○創業にあたってのリスクや心構えの理解 ○経営・財務・人材育成・販路開拓に必要な知識の習得 ○マーケティングミックス・ポジショニングマップの理解 ○営業プロセスの作成及び集客手段の確立 ○収益・資金繰り計画の理解 ○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 ○自身の事業開始レベルの理解 ○現時点での創業可否の判断							
		代表指標	創業者数（既創業者で特定創業支援証明書取得者を含む）						
		数値目標	10名	実績数値	12名	目標達成度	120.0%		

<div> <div> 目標／目標達成度 </div> </div>	<div> <div> 成果の代表事例 </div> </div>	<p>参加者は飲食業・介護業・コンサルティングなどのサービス業が主であり、創業予定者や創業間もない事業者が多かった。創業塾を通じ必要な知識と気付きを得て、創業に向け前進する事例があった。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34名のうち8名が認定証明書を取得。</p> <p>●守口市内での創業者の事例</p> <p>飲食業に勤務されていた方が、飲食での創業に向けて受講。講義を通じ必要な基礎知識を身に付け、受講後も継続して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し、特定創業支援事業に基づく証明書を取得。日本政策金融公庫の創業融資を受け、飲食店を開業した。</p>					
	<div> <div> その他目標値の実績 </div> </div>	<div> <div> 目標値 (計画) </div> </div>		<div> <div> 目標値 (実績) </div> </div>		<div> <div> 目標達成度 </div> </div>	
<div> <div> 実施結果 </div> </div>	<div> <div> 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) </div> </div>	<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会員事業所でのポスター掲示に加え、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。SNS広告にLINE広告を追加した。令和7年度についても、PRの効果検証を考慮しながら、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

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		平成24 年度～ 年度まで ※複数年度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、展示会出展や出展料補助など、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	【準備委員会① 令和6年6月27日（木）15時30分～17時10分】 ・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 ・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 【元気企業 平成24年～令和5年度認定事業所パンフレット作成】 【元気企業応募期間 令和6年7月5日（金）～7月31日（水）】 ・申込4件 ※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。 【選定委員会（書面審査） 令和6年10月4日（金）～10月17日（木）】 ・受付企業4社のうち3社について審査を実施。 【会員大会にて認定権授与 令和6年11月9日（土）15時～】 ＜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 認定企業を「大阪ものづくり優良企業賞2024」（中小企業支援室 ものづくり支援課）の推薦に繋げた。（2社申請1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、当地区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)	127.0	総支援企業数(実績)	125.0	支援実績率	98.4%	満足率	76.2%
	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)	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。 ①自社の技術的な強みやQC Dレベルの再確認 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） 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 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 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%							
	成果の代表事例	●守口市内の製造業A社の事例 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。申請書の作成や指導員からのヒアリングを通じて、自社の強みや課題、今後取り組んでいくべき内容を改めて認識することができた。今後、認定事業所として積極的に事業PRを行い、事業発展に結びつけていくとのこと。							
	その他目標値の実績	目標値(計画)	123	目標値(実績)	122	目標達成度	99.2%		
		平成24年度34社、平成25年度9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8社、平成30年度9社、令和元年度10社、令和2年度7社、令和3年度5社、令和4年度6社、令和5年度4社の合計123社が対象。							

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。また、過去に認定を受けた事業所からは、ポスター掲示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が、ハンズオン支援と比較すると満足率が低かった。所有設備の記載内容等を更新していくことでマッチング率を向上させ、満足率を高めていく。また、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、総合展示会「ビジネスチャンス発掘フェア2024」へのチャレンジ出展枠の活用等で個社のPRを行うことができた。さらに、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>
------	----------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

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							
守口門真商工会議所												
事業名		中小企業向け脱炭素経営支援事業										
想定する実施期間		令和6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）	気候変動を伴う地球温暖化の進行により、自然災害による経済的活動への損害がこれまで以上に大きくなっている。地球温暖化の原因となる温室効果ガス削減に向けた取り組みについては、大企業だけでなく中小企業においても実施する必要がある。本セミナーを受講することによりカーボンニュートラルの進め方を学び、自社の脱炭素経営実現に向けた考え方を身に付けていただく。										
	支援する対象 （業種・事業所数等）	守口市内・門真市内を中心とする大阪府下の中小企業（全業種）										
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	【時期】 令和6年8月21日(水) 14時～16時30分 【場所】 守口門真商工会館2階 大集会室A 【講師】 （第一部）中小企業のためのカーボンニュートラルセミナー 加藤中小企業診断士事務所 代表 加藤 慎祐 氏 （第二部）関係機関による補助金・支援施策等説明 近畿経済産業局 資源循環エネルギー環境部カーボンニュートラル推進室 大阪府 環境農林水産部 脱炭素・エネルギー政策課 OSAKAゼロカーボン・スマートシティ・ファウンデーション 【参加社数】 25社 26名 【内容】 カーボンニュートラルセミナーを開催。主に中小企業に対し、カーボンニュートラルとは何か、取り組む必要性やそのメリット、企業における活用事例や取引拡大に繋がった事例について説明し、カーボンニュートラルについての理解を深めた。また、自社のCO2排出量について把握するために提供されているサービスや国・大阪府の施策について説明を行い、中小企業に向けて周知した。 <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 大阪府経営支援課企画調整グループと連携を取り合い、本セミナーの周知・広報を実施。 ②広域連携 ③市町村連携 ④相談相乗 参加事業所におけるカーボンニュートラルへの取り組みを把握し、必要に応じてカルテ化に繋げた。また、カルテ外でも伴走的な支援を行った。										
		計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	20.0	総支援企業数(実績)	23.5	支援実績率	117.5%	満足率	82.6%		
		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）	支援企業数については23.5社と計画を達成。その他事後アンケートでも82.6%の満足率を得ており、中小事業者がカーボンニュートラルの取り組みを始めるきっかけを作ることができた。セミナー内にてカーボンニュートラル実施方法と併せて、大阪府の施策・補助金情報も紹介。セミナー後に実際に脱炭素経営宣言など大阪府の支援施策を活用いただいた事業所もあった。中小企業がカーボンニュートラルに取り組むにあたり、何から取り組むべきか分からないとの声が多いが、大阪府施策などを活用しながら、取り組みの道しるべを示すことができた。まだまだ、取り組みの半ばではあるが、今後のさらなる脱炭素化への取り組みが期待される。								
				代表指標	カーボンニュートラルに向けて取り組みを始めた企業数							
				数値目標	3社		実績数値	4社		目標達成度	133.3%	
事業全体の実績／目標達成度	成果の代表事例	●守口市内の製造業者 本事業をきっかけにカーボンニュートラルの意識が向上。脱炭素経営宣言の実施に加えて、中小事業者高効率空調機導入支援事業補助金を利用。大阪府の制度を利用しながら、既存空調機を更新。電力使用量を削減しながら脱炭素化に取り組んだ。										
		目標値（計画）				目標値（実績）				目標達成度		
	その他目標値の実績											
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）	課題は、セミナー参加後にカーボンニュートラルに取り組む始める企業の数である。数値目標3社を達成しているが、引き続き、カーボンニュートラルに向けて知識を深めていただき、脱炭素経営で新たな企業の強みを作っていくことの必要性を認識できるように支援を進めていく。										