

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	泉大津商工会議所	
	代表者職・氏名	会頭 白谷 喜世彦	
	所在地	〒595-0062 大阪府泉大津市田中町10番7号	
	担当者	職・氏名	経営支援課 課長代理 三崎 真豊
		連絡先	T E L (直通) : 0725-23-1111
		E-mail:	shienka@izumiotsu-cci.or.jp
①設立年月日	昭和22年3月26日		
②職員数 (うち経営指導員数)	11名 (経営指導員9名) (令和7年3月31日現在)		
③所管地域	泉大津市		
④管内事業所数	3,033 (令和3年度経済センサス)		
⑤管内小規模事業者数	2,056 (令和3年度経済センサス)		
⑥会員数 (組織率)	1,445 (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。 ② 行政庁等の諮問に応じて答申すること。 ③ 商工業に関する調査研究を行うこと。 ④ 商工業に関する情報及び資料の収集又は刊行を行うこと。 ⑤ 商品の品質及び数量、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、鑑定又は検査を行うこと。 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、又は運用すること。 ⑧ 商工業に関する講演会又は講習会を開催すること。 ⑨ 商工業に関する技術及び技能の普及又は検定を行うこと。 ⑩ 博覧会、見本市等を開催し、又はこれらの開催の斡旋を行うこと。 ⑪ 商事取引に関する仲介又は斡旋を行うこと。 ⑫ 商事取引の紛争に関する斡旋、調停又は仲裁を行うこと。 ⑬ 商工業に関して、相談に応じ、又は指導を行うこと。 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うこと。</p>			

2. 事業概要

泉大津商工会議所

(1) 事業の目標

小規模事業者を含む中小企業の事業継続と雇用維持、持続可能な経営の構築を成し遂げることを目標とする。そのために、事業者が抱える経営課題を把握し、その解決に向けて丁寧かつきめ細やかな経営支援を行うとともに、経営相談支援事業と地域活性化事業との相乗効果を常に視野に入れ、事業者の経営強化に取り組む。具体的な手法としては、セミナーや交流会の開催を通じた「気づき」とチャレンジ意欲の創出、専門家や専門支援機関との連携を密にしたつなぎ支援、事業者の多様化・複雑化した経営課題に対応した経営指導員による個別支援を中心として、当所管内から成長企業の創出、イノベーションの促進、企業の経営強化を実現することで地域活性化へとつなげる。

(2) 事業を実施した具体的な内容、方法及び工夫した点

【経営相談支援事業】

多くの業種において原油価格および物価高騰の影響が顕在化し、資金繰りに関する経営相談が増加したことを受け、金融支援ならびに資金繰り計画策定支援を積極的に実施した。加えて、既存事業のさらなる強化や新たな収益基盤の構築を目的とした事業計画作成支援を行うとともに、インボイス制度や電子帳簿保存法への対応を見据えた記帳支援にも注力した。事業者の多様な経営課題を的確に把握し、単一の支援に留まることなく、複数の支援へとつなげることを意識し、多角的な視点から総合的な経営支援を展開した。

【専門相談支援事業】

多岐にわたる相談内容に対し、専門相談支援として法律・税務の専門分野に精通した専門家による定期的な相談会を実施した。その上で、経営指導員と専門家が連携し、課題の解決に向けた専門性の高い支援を行った。

【地域活性化事業】

「新事業展開テイクオフ支援事業」および「Webプロモーション戦略事業」を実施し、急激に変化する経営環境に対応した持続可能な経営体制の構築に向け、事業者への支援を行った。事業実施にあたっては、事業者のニーズに即した支援と、長期的な視点による成長を見据えた支援の両立を図り、事業者自らが抱える経営課題への「気づき」を促す事業を実施した。

(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】

事業者の経営課題に対し、伴走型の支援を実施することで、販路開拓や資金繰り改善、既存事業のさらなる強化および新事業展開の推進を図ることができた。加えて、刻々と変化する外部環境に柔軟に対応し得る、持続可能な経営体制の構築を促進し、事業者の中長期的な発展に寄与した。

【専門相談支援事業】

経営指導員では対応できない専門的な知識を必要とする事業者の経営課題に対して、的確な経営指導を通して経営課題の解決につながった。特に、各種法令や制度改正に関する相談が多く寄せられ、経営指導員と専門家が連携し、事業者の経営課題の解決に導くことができた。

【地域活性化事業】

経営者に対し、取り組むべき経営課題への「気づき」の機会を創出することができた。この「気づき」を契機として、自社の経営課題を明確化し、自ら経営改善や事業再構築の計画を立案する取組が進められた。その結果、PDCAサイクルを意識した継続的な経営改善が図られ、経営力の向上および体制強化につながった。

(4) 事業を実施した結果浮かび上がった課題

多くの業種において原油価格・物価の高騰、円安による調達コストの上昇等が経営に深刻な影響を及ぼしており、外部環境が急激かつ大きく変化している状況にある。特に、経営資源の限られた中小・小規模事業者は、こうした外部要因の影響を受けやすく、既存事業の部分的な改良のみでは変化への対応が困難なケースが多く見受けられる。このような状況下においては、従来のビジネスモデルの抜本的な見直しと、新たな事業構築への転換が求められるが、現実には従来型のビジネスモデルから脱却できず、変化する市場環境に対応しきれていない事業者も少なくない。また、消費者ニーズを的確に捉え、自社ならではの価値を提供し、共感と支持を得ることで「ファン」を獲得するビジネスモデルの重要性が、これまで以上に高まっている。

したがって、今後も急速に変化する経営環境に対応するため、イノベーションの促進、プロモーション力の強化、中小・小規模事業者の経営基盤の強化、さらには将来の持続的成長に向けた経営戦略の再構築を支援していくことが不可欠である。

(5) 次年度の取り組み

従来のビジネスモデルを見直し、急激に変化する経営環境に対応した持続可能な経営への取組みをサポートしていく。具体的には以下を中心とした事業展開をしていく。

◆持続可能な経営を目指す中長期的な経営計画の策定

自社の課題を見つめ直すきっかけを創出し、経営課題の解決に向けた新事業展開を支援することで、イノベーションを促進し、持続可能な経営の再構築を目指す。また、必要に応じて各種補助金を活用することで、積極的な事業投資につなげる。

◆プロモーション力の強化、販売戦略の強化

事業者は今まで以上にターゲットを絞った商品展開やブランディングを行うことが求められており、いかにユーザーに自社商品やサービスに「共感」してもらい、情報を「拡散」できるかが販路開拓のカギである。また、今やマーケティングを取り入れたWebプロモーションを行うことは必要不可欠であるため、事業者のブランディングや情報発信力の向上をサポートしていく。

3. 経営相談支援事業・専門相談支援事業 泉大津商工会議所

I 経営相談支援事業						
支援のポイント・成果						
経営改善に積極的に取り組む事業者に対し、綿密なヒアリングを実施し、経営課題の整理・把握を行うとともに、課題解決に向けた支援を実施した。ヒアリングを通じて、表面化している課題のみならず潜在的な課題の掘り起こしを行い、単一の支援に留まることなく、複数の支援へと円滑につなげていくことを重視した。						
<代表事例>						
繊維製品の製造小売業を営む事業者より、今後の事業展開に関する経営相談を受け、まずは事業者への綿密なヒアリングを実施した。その後、自社分析および市場分析を通じて経営課題を明確化し、市場環境や将来の展望を踏まえた新商品開発に向けた事業計画作成支援を行った。併せて、ふるさと納税返礼品への登録支援や大阪代表商品の応募サポート等の販路開拓支援を実施し、さらに専門家を活用して新商品の商標登録に関する支援も行った。						
これらの支援の結果、新商品の市場流通を実現し、新たな収益基盤の構築に至った。なお、部分的な経営課題への対応に留まらず、事業者が抱える潜在的な課題を的確に把握することで、総合的な経営支援を実現した。加えて、事業計画の策定を契機として、長期的視点に立った経営計画の構築を促し、実現可能性の高い事業再構築への検討を行うことができた。						
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	240	247	102.9%	5
支援機関等へのつなぎ		支援数	80	80	100.0%	5
金融支援（紹介型）		支援数	30	30	100.0%	5
金融支援（経営指導型）		支援数	42	43	102.4%	5
マル経融資等の返済条件緩和支援		事業所	2	2	100.0%	5
資金繰り計画作成支援		事業所	12	10	83.3%	4
記帳支援		事業所	78	82	105.1%	5
労務支援		支援数	20	22	110.0%	5
人材育成計画作成支援		事業所	0	0		一
マーケティング力向上支援		事業所	2	2	100.0%	5
販路開拓支援		支援数	40	39	97.5%	4
事業計画作成支援		支援数	15	13	86.7%	4
創業支援		事業所	27	27	100.0%	5
事業継続計画（BCP）等作成支援		事業所	6	6	100.0%	5
コスト削減計画作成支援		事業所	2	2	100.0%	5
財務分析支援		事業所	4	4	100.0%	5
5S支援		事業所	2	3	150.0%	5
IT化支援		事業所	8	8	100.0%	5
債権保全計画作成支援		事業所	0	0		一
事業承継支援		事業所	33	37	112.1%	5
災害時対応支援		事業所	0	0		一
フォローアップ支援		事業所	0	0		一
結果報告		事業所	240	247	102.9%	5
II 専門相談支援事業						
支援のポイント・成果						
事業者が抱える高度かつ専門的な経営課題に対し、国家資格を有する専門家との連携を図り、課題解決に向けた支援を実施した。経営指導員が事業者の経営状況および課題を的確に把握した上で、課題内容に応じた専門相談へと適切につなぐことで、より専門性の高い経営指導を実現した。特に、各種法令や制度改正に関する相談が多く寄せられ、専門家による助言を受けることで、具体的な課題解決に結びつけることができた。						
事業名		新規/継続	指標	目標数値	実績数値	達成率
法務相談		継続	回数	4	16	400.0%
税務相談		継続	回数	17	27	158.8%

4. 地域活性化事業

泉大津商工会議所

III 地域活性化事業										
支援のポイント・成果										
<新事業展開テイクオフ支援事業>										
受講者同士での意見交換できる場を設けることで、今後の経営計画策定に関する理解を深めることができ、自社の課題を見つめ直すきっかけとなった。また、本事業で事業計画の必要性を認識してもらい、持続可能な経営の再構築に向けた事業計画の作成を支援することができた。さらに、新事業展開テイクオフ補助金等の活用を促進することで、積極的な事業投資につなげることができた。										
<Webプロモーション戦略事業>										
SNS等を単に活用するのではなく、ユーザーニーズを的確に分析し、自社商品・サービスへの共感をいかに醸成するかを検討することで、マーケティングの視点からWebプロモーションに関する理解を一層深めた。講義では、具体的なプロモーション成功事例の紹介や実践的なワークショップを通じて、自社のファン獲得を目的としたSNSの効果的な活用方法について考察を行った。これにより、戦略的なプロモーション活動の重要性を再認識し、今後の事業者における集客力の向上および売上拡大への寄与が期待される内容となった。										
(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
○	新事業展開テイクオフ支援事業	10	33	330.0%	96.9%	事業計画を具体的に作成するまたは作成を希望する事業者	7社	17社	242.9%	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
○	Webプロモーション戦略事業	170	227.5	133.8%	96.8%	セミナーで学んだことを自社で実践しようとする事業者	18社	21社	116.7%	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

泉大津商工会議所

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

泉大津商工会議所

事業名	Webプロモーション戦略事業								
想定する実施期間	令和3 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)	インターネット黎明期であるWeb1.0の時代は一方通行の情報発信しかできなかつたが、Web2.0が中心の現在では多くの人がSNS等を活用して情報発信できるようになり、「双方向の情報発信」が主流になった。近年ではユーザーのオンライン購買行動が活発化し、ユーザーのライフスタイルや好みの細分化が進んでいるため、事業者においてはSNS等のWebプロモーション活動の必要性が高まっている状況である。また、事業者は今まで以上にターゲットを絞った商品展開やプランディングを行うことが求められており、いかにユーザーに自社商品やサービスに「共感」してもらい、情報を「拡散」できるかが販路開拓のカギである。今やマーケティングは必要不可欠であり、SNS等を通して収集した顧客情報やアクセス数などを分析し、PDCAサイクルを回し続けることが重要である。そのため、本事業においてWebプロモーションに関するセミナーの開催を通して、事業者の情報発信の強化を支援する。								
支援する対象 (業種・事業所数等)	最終消費者に商品の販売やサービスの提供をしている事業者 これからBtoC事業に参入しようと検討している事業者								
事業の概要	<p>◆Instagramセミナー（人材交流型） 日時：令和6年9月27日（金）14:00～16:15 内容：ビジネス活用について、ショート動画（ストーリーズ・リールとは）、事例を用いた考察・検討会、デザイン活用支援oidcからの施策紹介</p> <p>◆TikTokセミナー（人材交流型） 日時：令和6年10月24日（木）14:00～16:00 内容：ビジネス活用について、ショート動画の作成方法、事例検討会</p> <p>◆Youtubeセミナー（人材育成型） 日時：令和6年10月30日（水）14:00～16:00 内容：ビジネス活用について、スマホで簡単にできる動画撮影・編集のコツ等</p> <p>◆CapCutセミナー（人材交流型） 日時：令和6年11月21日（木）14:00～16:00 内容：ビジネス活用について、プロモーションツールとしての動画作成・編集の実践</p> <p>◆ChatGPT×販路開拓セミナー（人材育成型） 日時：令和6年11月27日（水）14:00～16:00 内容：AIの基礎とビジネス活用について、売上アップのための活用法等</p> <p>◆Canvaセミナー（人材交流型） 日時：令和6年12月18日（水）14:00～16:00 内容：ビジネス活用について、プロモーションツールとしての販促物作成・編集の実践</p> <p>会場：泉大津商工会議所2階大ホール</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>商-20：大阪産業局デザイン活用支援oidcと連携し、受講者に対して事業紹介を行い、個別相談会を実施した。</td></tr> <tr> <td>②広域連携</td><td>隣接する商工会議所・商工会と連携した広報・募集活動を行った。</td></tr> <tr> <td>③市町村連携</td><td>泉大津市庁舎におけるチラシの配架等で周知を図った。</td></tr> <tr> <td>④相談相乗</td><td>支援機関等へのつなぎ支援、販路開拓支援（カルテ化）を行った。</td></tr> </table>	①府施策連携	商-20：大阪産業局デザイン活用支援oidcと連携し、受講者に対して事業紹介を行い、個別相談会を実施した。	②広域連携	隣接する商工会議所・商工会と連携した広報・募集活動を行った。	③市町村連携	泉大津市庁舎におけるチラシの配架等で周知を図った。	④相談相乗	支援機関等へのつなぎ支援、販路開拓支援（カルテ化）を行った。
①府施策連携	商-20：大阪産業局デザイン活用支援oidcと連携し、受講者に対して事業紹介を行い、個別相談会を実施した。								
②広域連携	隣接する商工会議所・商工会と連携した広報・募集活動を行った。								
③市町村連携	泉大津市庁舎におけるチラシの配架等で周知を図った。								
④相談相乗	支援機関等へのつなぎ支援、販路開拓支援（カルテ化）を行った。								

事業全体の実績／目標達成度	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	170.0	総支援企業数(実績)	227.5	支援実績率	133.8%	満足率	96.8%			
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	マーケティングの視点から、自社の商品やサービスに対してユーザーの共感をどのように得るかを考察し、Webプロモーションに対する理解を深めた。講義では、具体的なプロモーション成功事例の紹介に加え、実践的なワークショップを通じて、自社のファン形成を目的としたSNS活用の方向性を検討した。SNSを単なる発信手段として捉えるのではなく、ニーズを的確に捉えた戦略的活用の重要性を再確認できたことで、今後の集客力向上や売上拡大への寄与が期待される。										
	代表指標	セミナーで学んだことを自社で実践しようとする事業者										
	数値目標	18社		実績数値	21社		目標達成度	116.7%				
成果の代表事例	菓子製造小売業を営む事業者においては、プロモーション活動に課題を抱えており、本事業への参加を通じて課題解決に取り組んだ。その後、oidcの個別デザイン相談へと誘導し、ブランディング支援を実施した。本事業を通じて、SNS等を活用するまでの重要なポイントを理解いただき、自社商品のブランディングについて考える有意義な機会となった。今後は、自社で継続的な取組みを推進することで、さらなる売上拡大が期待される。											
	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）	グループワークを取り入れて実施した人材交流型の事業については、参加者同士での意見交換や実践的な形式であったため、知識と視野を広げる有益な機会となり、満足度も高い結果となった。一方で、参加者によってアプリ操作のスキル面に大きな差が散見されたため、次年度は習熟度やスキルレベルを定めた形で企画し、プラッシュアップを図る。										

【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)	30.0	支援企業数(実績)	39.0	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）	新規顧客獲得につながるWebプロモーションについての理解を深め、さらなる売上増加を図る。								
	指標	セミナーで学んだことを自社で実践しようとする事業者								
	数値目標	18社		実績数値	20社		目標達成度	111.1%		
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)	30.0	支援企業数(実績)	42.0	支援実績率	140.0%	満足率	97.6%	
	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）	新規顧客獲得につながるWebプロモーションについての理解を深め、さらなる売上増加を図る。								
実績／達成度③	指標	セミナーで学んだことを自社で実践しようとする事業者								
	数値目標	18社		実績数値	21社		目標達成度	116.7%		
	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)	32.0	支援実績率	106.7%	満足率	93.5%	
	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）	新規顧客獲得につながるWebプロモーションについての理解を深め、さらなる売上増加を図る。								
	指標	セミナーで学んだことを自社で実践しようとする事業者								
	数値目標	15社		実績数値	13社		目標達成度	86.7%		
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④	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)	43.5	支援実績率	174.0%	満足率	93.0%
	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）	プロモーションツールとしてのPR動画の質の向上を図る。							
	指標	セミナーで学んだことを自社で実践しようとする事業者							
	数値目標	15社		実績数値	24社	目標達成度	160.0%		
実績／達成度⑤	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)	30.0	支援企業数(実績)	38.5	支援実績率	128.3%	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）	自社ができる販路開拓のためのChatGPTの活用方法を考え、新たなプロモーションを検討する。							
	指標	セミナーで学んだことを自社で実践しようとする事業者							
実績／達成度⑥	数値目標	15社		実績数値	25社	目標達成度	166.7%		
	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)	25.0	支援企業数(実績)	32.5	支援実績率	130.0%	満足率	96.8%
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	プロモーションツールとして必要なコンテンツ（SNS画像やPRチラシ等）の質の向上を図る。							
指標									
数値目標	15社		実績数値	14社	目標達成度	93.3%			
その他目標値の実績	目標値（計画）		目標値（実績）			目標達成度			