

(別紙2)

3. 助成対象事業の成果(結果)

【事業名】A事業 (①②の別: ②)

①ひょうごプラチナ企業創出事業

【目的〈課題認識、方向性、目標、事業実施計画等〉】

成長期にある県内中小企業の経営力強化を支援し、経営品質の向上を図るとともに中堅企業への成長を促すため、経営環境やSDGs、ステークホルダー分析、アクションプランの作成・実践指導まで行うセミナー等、経営者の資質向上に向けた取組を実施する。

さらに、優秀な企業を評価顕彰する認定制度を創設することにより、県内企業のモチベーションを高め、もって兵庫県経済の活性化を図っていく。

【成果(結果)〈実施事業の内容・実績、実施した結果生まれた新たな課題等〉】

【1年目事業】

1. プレセミナー: 参加企業数 202社
2. 顧客価値創造セミナー: 参加企業数 328社(延べ数)
3. 自己評価・外部評価実施企業数: 22社
4. 経営計画策定・計画に基づく改善実施企業: 22社
5. プラチナ企業認定: 2~3社を見込む

【2年目事業】

1. 改善実施: 実施企業数 15社
2. 専門家支援: 支援企業数 延べ 63社

- 課題: 1. コロナ禍において、事業周知の方法や実際に企業を集客するのが困難であった。
2. 企業ニーズが想定以上に変化しており、その対応や事業再構築が課題。
3. 当該事業による取組を県内企業に波及させていくための実効性ある取組が必要

【評価〈目標の達成度〉、数値の検証等】

	計画	実績
プレセミナー参加企業数	250社	202社
顧客価値創造セミナー参加企業数	100~150社	328社(延べ数)
自己評価・外部評価実施企業数	10社程度	22社
経営計画策定・計画に基づく改善実施企業	10社程度	22社
プラチナ企業認定	2~3社を見込む	23社

「プレセミナー参加企業数」の実績が計画を下回った。これは、コロナにより実際に集客し説明するのが困難となったことなどが要因である。

今後は、認定企業の決算計数や雇用増加等の実績値を分析し、事業効果の検証を行っていきたい。

【今後の進め方〈波及効果を含めて〉をどうするのか】

コロナ禍の影響を受けている状況下ではあるが、積極的に事業の再構築を図っていこうとする前向きな経営者が多数存在していることが、令和4年度の取組によりさらに鮮明となった。

また、経営改善のための実践的取組として経営改善計画等の作成を専門家の支援を受けながら実践してきたことで、プラチナ企業認定を受けた企業は、明確に企業価値を高めることができた。

今後については、価値共創経営を実践できた優秀なプラチナ認定企業の事例を広く広報・発信することにより、被選定企業以外の県内企業に、シナジー効果を波及していくことで、県内企業のモチベーションを高め、もって兵庫県経済の活性化を図っていく。

② ひょうご産業SDGs推進宣言事業

【目的〈課題認識、方向性、目標、事業実施計画等〉】

県内中小企業のサステナビリティへの対応を推進するため、普及啓発セミナー等により、環境や人権分野を重視した経営の本質的理解の促進を図る。また、SDGsにかかる取組を推進すると宣言した企業を集約・公表し、取組の可視化や企業価値の増大を支援する。ひいては、世界的サプライチェーンにおける優位性の確保やサステナビリティ経営の実践による経営強化につなげ

ていく。

- (1) 県内中小企業に対するSDGsの普及啓発
普及啓発セミナーの実施(有識者による講演や先進事例の紹介) 年2回程度の開催を予定
- (2) 取組推進宣言の集約
SDGsに取組む中小企業が、自社での具体的取組内容や目標時期などを明示して取組を宣言する。
 - ・目標宣言企業数 150社
- (3) 取組の公表(可視化)
宣言企業とその取組内容をHPで公表(可視化)し、PRを行う。
- (4) 宣言企業への支援
宣言企業に対して、専門家による支援を行う。(専門家派遣:企業負担1/2)

【遂行状況〈実施事業の内容・進捗状況、実施した結果生まれた新たな課題等〉】

県内の中小企業に対しSDGsの普及啓発を行うとともに、SDGsの達成に向けて取り組む中小企業の宣言内容を登録・集約し、広く社会に公表することにより、宣言企業の取り組みを支援した。

- (1) 県内の中小企業に対するSDGsの普及啓発
セミナー開催によりSDGsの必要性や先進事例を情報発信し、県内中小企業のSDGsに対する理解度の向上を図った。
 - ・開催日:令和4年9月28日
 - ・開催方式:ハイブリッド方式
 - ・内容:基調講演及び登録企業による事例発表
 - ・参加者数:210名(会場 40名、オンライン 170名)
- (2) 取組推進宣言の集約
3回の募集を行い、中小企業のSDGs取組の宣言内容を登録した。
 - ・令和4年度宣言企業数:391社
- (3) 取組の可視化
宣言企業の宣言内容をセンターのホームページへ掲載し、広く社会へ情報発信を行った。
- (4) 宣言企業への支援
宣言企業に対して、専門家による支援を行う。(専門家派遣:企業負担1/2)
 - ・令和4年度支援企業数:0社

【評価〈目標の達成度〉、数値の検証等】

令和4年度の目標宣言企業数である150社に対し、3回の募集の宣言企業は391社と目標値を大幅に上回り、中小企業の関心の高さが窺える。申請要件は目指すゴール設定を1つだけにするなど、シンプルな事業にしたことも、多くの企業が登録した要因の一つと考えられる。

また、目指すゴールでは「⑫作る責任つかう責任」が24%と最多で、これは登録企業の業種の30%が製造業であり相関関係が見受けられる。ゴールの2位は「⑧働きがいも経済成長も」で16%を占めており、ワークライフバランスの推進に取り組むことの重要性が中小企業へ浸透していると考えられる。

なお、地域別事業所数の県下構成比では4.6%に過ぎない但馬地域が、登録企業391社では同地域の占める比率が15%となっており、但馬地域の企業が積極的に宣言していることが分かる。

【今後の進め方〈波及効果を含めて〉をどうするのか】

「ひょうご産業SDGs推進宣言事業」の宣言企業の取り組みの深化を促すため、宣言企業のうち一定の要件を満たす企業を評価・認証する事業を新たに実施する。

なお、「ひょうご産業SDGs推進宣言事業」は引き続き令和5年度も実施する。

- (1) 対象者 ひょうご産業SDGs推進宣言事業登録企業(現在391社)
- (2) 認証期間 3年間
- (3) 実施内容 一定の要件を満たす企業を3段階で評価・認証する。

《認証区分》

区分	自己評価における取組数
スタンダードステージ	10～19項目
アドバンストステージ	20～24項目
ゴールドステージ	25～30項目

※ ゴールドステージは、SDGsに係る独自性のある取組についても記載を求め審査を実施

(4) 認証要件

- ①チェックシートによるSDGsの取組の自己評価(全30項目)
- ②目標設定と取組の明確化(3年以内に目指すゴールを3つ設定し、具体的な取組を明示)
- ③ひょうごSDGs Hubへの参画

(5) メリット

- ①認定証の交付
- ②県ホームページへの掲載
- ③専用ロゴマークの使用 等

③ 新規投資・ビジネスマッチング促進事業

(1) モノづくりフェア 2022 への出展

目 的：福岡県で開催される標記事業にブース出展及び会場内でセミナーを実施し、来場した企業関係者に兵庫県内企業をPRし、ビジネスマッチングを図る。

時 期：令和4年10月5日（水）～7日（金）

場 所：マリンメッセ福岡

成果等：展示会ブース来訪者、セミナー参加者へのアンケートを実施して、兵庫県内企業とのビジネスマッチングの要望等を確認した。後日企業訪問等を行いフォローアップを実施した。

(2) Japan Robot Week 2022 への出展

目 的：東京都で開催される標記事業にブース出展及び会場内でセミナーを実施し、来場した企業関係者に兵庫県内企業をPRし、ビジネスマッチングを図る。

時 期：令和4年10月19日（水）～21日（金）

場 所：東京ビッグサイト

成果等：展示会ブースへの来場者へアンケートを実施して、兵庫県内企業とのビジネスマッチングの要望等を確認した。後日企業訪問等を行いフォローアップを実施した。

成果等：展示会ブース来訪者、セミナー参加者へのアンケートを実施して、兵庫県内企業とのビジネスマッチングの要望等を確認した。後日企業訪問等を行いフォローアップを実施した。

【評価〈目標の達成度〉、数値の検証等】

目標：ビジネスマッチング5社

- ・「モノづくりフェア2022（福岡）」で名刺交換した企業に後日電話及びメールにて発注案件詳細を確認。兵庫県内のものづくり中小企業と個別にマッチングを実施するも条件が合わず不成立。
- ・「Japan Robot Week 2022（東京）」で名刺交換した企業に後日電話及びメールにて発注案件詳細を確認。兵庫県内のものづくり中小企業と個別にマッチングを実施。商談は継続中。また、別企業とは、企業を訪問しニーズを確認。今後条件が合う県内ものづくり企業等様々な情報提供を行う。
- ・昨年度事業の「ET&IoT 2021（横浜）」で名刺交換した企業について、令和4年9月に開催した「神戸取引商談会」に発注企業として参加してもらい、県内ものづくり中小企業11社と商談を実施した。

【今後の進め方〈波及効果を含めて〉をどうするのか】

4年度事業の成果を踏まえ、内外の経済活動の復旧状況等を見ながら、ビジネスマッチング及び事務所等誘致の促進に向け、企業への直接的な働きかけの機会を拡大する方向で取り組む。