

平成21年度 事業実績報告書

申請者の概要

申 請 者	団体名		四條畷市商工会
	代表者職・氏名		会 長 東口 邦雄
	所在地		〒575-0052 四條畷市中野3-5-23
	担 当 者	職・氏名	経営指導員 宮迫修一
		連 絡 先	電話番号(直通): (072)879-1656
F a x: (072)879-1880			
		E - m a i l: miyasako@nawate-sci.or.jp	
設立年月日 職員数 (うち経営指導員数) 所管地域 管内事業所数 管内小規模事業者数 会員数(組織率)		昭和45年4月13日 6名(5名)(平成21年3月31日) 四條畷市 1,919(平成18年度事業所統計調査による) 1,482(") 965(50.2%)(平成21年3月31日)	
については直近の数字を記載のこと			
主な事業概要(定款記載事項等)			
(1) 商工業に関し、相談に応じ、又は指導を行うこと。 (2) 商工業に関する情報又は資料を収集し、提供すること。 (3) 商工業に関する調査研究を行うこと。 (4) 商工業に関する講習会又は講演会を開催すること。 (5) 展示会、共進会等を開催し、又はこれらの開催の斡旋を行うこと。 (6) 商工業に関する施設を設置し、維持し、又は運用すること。 (7) 商工会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。 (8) 行政庁等の諮問に応じて、答申すること。 (9) 社会一般の福祉の増進に資する事業を行うこと。 (10) 商工業者の委託を受けて、当該商工業者が行うべき事務(その従業員のための事務を含む。)を処理すること。 (11) 大阪府商工会連合会の委託を受けて商工貯蓄共済事業の業務を行うこと。 (12) 商工業者の福利厚生に資する事業を行うこと。 (13) 行政庁から委託を受けた事務を行うこと。 (14) 輸出品の原産地証明を行うこと。 (15) 前各号に掲げるもののほか、本商工会の目的を達成するために必要な事業を行うこと。			

各種データ

四條畷市商工会

経営指導員の相談

相談区分 業種別	巡回相談											相談対象企業数	
	経営革新	経営一般	IT	金融	税務	労務	取引	環境対策	法律	その他	計		うち 会員数
製造業	0	0	19	8	1	11	8	0	0	1	48	30	社 社
建設業	0	8	0	11	2	6	2	0	0	2	31	22	
小売業	0	44	0	10	2	3	4	0	0	1	64	45	
卸売業	0	1	0	0	1	1	0	0	0	0	3	1	
サービス業	0	36	0	15	8	4	2	0	0	0	65	40	
その他	0	5	0	2	1	1	1	0	0	0	10	10	
小計	0	94	19	46	15	26	17	0	0	4	221	148	
創業 合計	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
合計	0	94	19	46	15	26	17	0	0	4	221	148	145

その他の内訳

{ 地域ブランド展開事業 }

相談区分 業種別	窓口相談（通信、電話等によるものを含む）											相談対象企業数	
	経営革新	経営一般	IT	金融	税務	労務	取引	環境対策	法律	その他	計		うち 会員数
製造業	0	23	0	26	10	27	4	0	0	0	90	36	社 社
建設業	0	16	0	30	6	45	1	0	0	1	99	50	
小売業	0	22	0	4	7	14	2	0	0	0	49	32	
卸売業	0	2	0	0	2	2	0	0	0	0	6	3	
サービス業	0	46	0	21	4	24	0	0	0	2	97	46	
その他	0	7	0	8	7	0	1	0	0	0	23	16	
小計	0	116	0	89	36	112	8	0	0	3	364	183	
創業 合計	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
合計	0	116	0	89	36	112	8	0	0	3	364	183	176

その他の内訳

{ 地域ブランド展開事業 }

注) その他・・・デザイン、技術、事業継承、後継者問題、M&A、BCP（事業継承計画）、CSR（企業の社会的責任）など

注) 会員であるか非会員であるかは、相談した時点で区別すること

四條畷市商工会

(1) 事業の目標

地域活性化事業である「商工まつり」や「地域ブランド」の更なる推進。小規模事業者の業績が、日々悪化し続けていることや大型スーパーの進出に危機感を募らせる小規模小売店・飲食店・サービス業の不安が日増しに増大している中、これらの支援策を実施する。これらを実施するため当商工会は次を事業目標とする。

1. 小規模事業者への恒常的な課題（金融・税務・労務など）を吸い上げきめ細かく相談に応じて行く他、専門的コーディネーターの積極的活用。
2. 「定額給付金」の地域還元への支援。並びにエコポイントの地域商品券への交換支援を行う。
3. 創造ファンドを活用した「地域ブランド展開事業」による製品・地域産品の開発と四條畷ブランドの更なる浸透。これらにより地域活性化事業を推進する。

(2) 事業を実施した具体的な内容、方法及び工夫した点

1. 昨年同様、巡回・窓口支援については5名の経営指導員がそれぞれ担当地区ごとに指導計画を持ち支援事業を行っている。指導事項については毎週、ミーティングを実施して、その時期に必要な指導事項を打合せして行っている。（例：7月は企業展示事業への参加を促し事業所PRを行う等） また、非会員のリストも地区別に各自が持ち、巡回等に活かしている。
2. 重点事業である地域ブランド展開事業については観光資源活用部会・農水活用部会・ブランドロゴ活用部会に区分しそれぞれ職員を2名配置し、6名全員で取組む体制を採って事業に臨んでいる。

(3) 事業を実施した効果

1. 巡回・窓口支援については前述したようにあらかじめミーティングでその時期に必要な事項を確認しているため巡回等に有効であった。また指導員歴の浅い職員にとっては説明のきっかけとなった。
2. 地域ブランド展開事業については職員全員体制で各部会に分かれて実施することにより、各自の地域ブランドに対する意識が高まった。前年度、「くっずん」を中心に地域ブランド事業が一定の成果が出たことから、この事業に関連する事業者・事務局職員の意欲が更に高まっている。

(4) 事業を実施した結果浮かび上がった課題

地域活性化事業である「商工まつり事業」や「地域ブランド展開事業」を積極的に活動している結果、一般経営相談・情報提供事業の巡回・窓口支援がやや弱い状況である。小規模事業者に対しての巡回・窓口の個別支援は現実には今、なお商工会と会員とをつなぐ重要事業であることから、何らかの対策が必要である。

(5) 来年度への取り組み

地域活性化事業と巡回・窓口等の個別支援の両立を本年度から検討していく。どちらも大切な事業であり、毎年、活用している小規模事業者の不満を解消するため、それぞれの担当地域のそういった会員の把握、個別支援の実施を計画的に実施していく必要があると思われる。また地域活性化事業で各事業者と交流する際も、単にそれだけで終わらず、その小規模事業者のニーズをつかむことを意識して接することが職員の意識として必要である。

四條畷市商工会

一般経営相談・情報提供事業

支援のポイント・成果

地域の小規模事業者の個別の課題を解決するため、計画的に巡回・窓口支援を実施している。これについては毎週、ミーティングを実施して、その時期ごとに小規模事業者に提供すべき情報を全員に確認して行っている。

事業名	指標	目標数値	実績数値	達成率	利用者満足度(点)	事業評価
巡回相談	相談件数	750	221	29.5%	60.0	3
窓口相談	相談件数	1,020	364	35.7%	85.0	4

課題別経営相談支援事業

支援のポイント・成果

小規模事業者の経営課題のうち、特に相談の多い金融・記帳・税務・労務・法律関連について関係官庁・機関・専門家との連携により定例相談日を設置している。本年度は今後、増えていくと思われる事業承継問題を解決するため事業承継定例相談日を新たに設置した。(9月より毎月、第1水曜日)

事業名	新規/継続	指標	目標数値	実績数値	達成率	利用者満足度(点)	事業評価
金融	継続	件数	35	16	45.7%	85.0	4
税務	継続	件数	20		0.0%		
記帳	継続	件数	19	19	100.0%	70.0	4
労務	継続	件数	12	5	41.7%	50.0	3
法律	継続	件数	12	4	33.3%	70.0	4
事業承継	新規	件数	6	2	33.3%	60.0	3

専門人材等連携促進事業

支援のポイント・成果

セミナー実施の際に毎回、アンケートを実施して小規模事業者のニーズを把握する。また、各関係機関が実施している施策、送付される資料等により今、小規模事業者に本当に必要な経営手法等を把握することに努める。これらを総合的に検討して年初に専門家等による集団セミナーを計画・開催する。なお年度途中であっても緊急事項が発生した時はその対応に努める。

重点事業	事業名	新規/継続	指標	目標数値	実績数値	達成率	利用者満足度(点)	事業評価
	IT関連セミナー	継続	延べ参加者数	20	12	60.0%	85.0	4
	会計ソフトセミナー	継続	延べ参加者数	20		0.0%		
	e-Taxセミナー	継続	延べ参加者数	20		0.0%		
	決算説明会	継続	延べ参加者数	20		0.0%		
	財務関連セミナー	継続	延べ参加者数	15		0.0%		
	労務セミナー	新規	延べ参加者数	30	27	90.0%	75.7	3

地域活性化事業

支援のポイント・成果

地域を活性化するため地域資源を探り、開発していく「地域ブランド展開事業」を実施している。これについては地域の資源を観光資源・農林水産物資源・ブランドロゴの側面に分類して開発を行っている。また「商工まつり事業」においては地域の小規模事業者の経営改善を図るため事業者間の交流、消費者との交流事業を実施する。「地域でお買い物事業」では定額給付金の地域還元支援を行う。またエコポイントの交換商品に当地域の共通商品券が認定されたことにより、その地域商品券への交換支援を行う。「販路開拓支援事業」では大阪勤業展、けいはんなビジネスメッセ等への出展を促し販路開拓の機会を提供する。「CB支援事業」は新たに設けて事業でボランティア団体等に対する支援をビジネス手法を用いて行う。

重点事業	事業名	新規/継続	指標	目標数値	実績数値	達成率	利用者満足度(点)	事業評価
	地域ブランド展開事業	継続	参加事業所数	50	40	80.0%	80.0	4
	地域でお買い物事業	新規	販売高(千円)	150,000	104,000	69.3%	80.0	4
	商工まつり事業	継続	参加事業所数	240		0.0%		
	販路開拓支援事業	新規	参加事業所数	2	3	150.0%	60.0	3
	CB支援事業	新規	参加事業所数	20	12	60.0%	60.0	3

四條畷市商工会

事業名	地域ブランド展開事業				
新規/継続	継続				
想定している実施期間	19 年 (開始) ~ 22 年 (終了)		今年度 3 年目		
実施期間全体を通じて予定している事業計画	ブランドロゴ及びゆるキャラグッズの開発・普及、地域観光資源の開発・製品化及び地域農林水産物資源の開発・製品化等、地域資源を探り、これにより製品開発を行い、事業化を図ることにより地域の活性化に資する。なお同事業は四條畷市商工会異業種交流会が実施主体となっている。				
継続事業の場合	これまでの実施状況と効果・成果	平成19年度に観光資源「室池」をデザイン化したブランドロゴ製作。及び地域資源である「天然水」を活用した「地ビール/うまあっせ」を開発、製造を行った。平成20年度は公募により地域のイメージキャラクター「くっすん」が誕生した。これに伴い、この「くっすん」を中心にブランド事業を展開することとなりトートバッグ、今昔カレンダー、クッキー等の試作開発行うことができた。			
本事業の対象となる地域の現状や課題	市の全産業1,919事業所の内、第3次産業が1,587事業所と全体の82.7%を占め、続いて第2次産業が328事業所の17.1%そして残りが第1次産業という典型的な住宅都市の産業構造となっている。製造業、小売・卸業、サービス業の集積地域はなく、各地域内に散在している。有名な地場産品は無く、行政方針も観光都市化を目指しており、土産物等の地場産品の開発が急がれている。				
目標に対する実績	指標	参加事業所数			
	目標数値	50	実績数値	40	達成率 80.0%
目標	地域ブランド展開事業では地域の多様な資源を開発するため、小規模事業者が有する技術・ノウハウが多数、必要である。この事業の特性上、多様な業種が参画することが望ましい。				
事業を実施した具体的な内容・方法・時期	地元の米粉を使用した「くっすんクッキー」、歴史を振り返る「今昔カレンダー」、イメージキャラクター「くっすん」を活用した「トートバッグ」を開発した。これらをPRするために、「御堂筋kappo」、「市民の集い」のイベントに参加した。(ともに10月)今後、11月に「商工まつり」、「農業まつり」においても販売イベントに参加する。				
マスコミ等に取り上げられた回数	5回(ケーブルテレビ3、市広報2)				
PR方法とその影響	地域のケーブルテレビにおいて「くっすん」のPR 市広報においてPR掲載・会報においてPR掲載 市民の集い・市民文化祭のメインステージにおいて着ぐるみ「くっすん」を紹介				
利用者満足度(点)	80				
事業評価	4				
実施した効果	四條畷市から名刺等に「くっすん」を使用したいとの申請があった。また庁舎内に「くっすん」の看板も設置していただいている。次第にイメージキャラクター「くっすん」の認知度が高まってきた。米粉で作った「くっすんクッキー」も好評でイベント、市民の集いで200袋以上の販売があった。同日、着ぐるみも市民の前にデビューを果たし、多くの子どもたちに囲まれ大人気だった。なお、商工会の玄関前にも「くっすん」の大型看板を設置しており、前を通った方が記念写真を撮影したりしている。着実に地域での知名度は上がっている。				
実施した結果浮かび上がった課題および次期以降への取り組み	今までPR活動をメインとしてきたが採算面を考えると生産計画・売価設定等を再検討していく必要がある。また事業実施主体の地域事業者への引継ぎの課題等の検討が必要である。				
事業全体の収支状況	収入(予定)		支出(実績)		
	小規模補助金	2,400,000円	経営指導員活動費	1,750,000円	
	ブランド収入	1,200,000円	ブランド開発費	0円	
	創造ファンド助成	1,500,000円			
	事業費より繰入	600,000円			
	計	5,700,000円	計	1,750,000円	