

平成21年度 事業実績報告書

申請者の概要

申請者	団体名	河内長野市商工会		
	代表者職・氏名	会長 吉年 正守		
	所在地	〒586-0025 河内長野市昭栄町7番3号		
	担当者	職・氏名	事務局長 内田 雄二	
		連絡先	電話番号(直通):	0721-53-9900
F a x:			0721-52-2606	
		E - m a i l:	infor@ksci.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36年6月1日 7名(7名) 平成22年3月31日現在 河内長野市 2811(平成18年事業所統計調査による) 1963(平成18年事業所統計調査による) 1494 53.1%		
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)				
商工業に関し、相談に応じ又指導を行なうこと。 商工業に関する情報又は資料を収集し、及び提供すること。 商工業に関する調査研究を行なうこと。 商工業に関する講習会又は講演会を開催すること。 展示会、共進会等を開催し、又はこれらの開催の斡旋を行ないこと。 商工業に関する施設を設置し、維持し又は運用すること。 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。 行政庁等の諮問に応じて、答申すること。 社会一般の福祉の増進に資する事業を行なうこと。 商工業者の委託を受けて、当該商工業者が行なうべき事務、(その従業員のための事務を含む)を処理すること。 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なうこと。 前各号を掲げたもののほか、本商工会の目的を達成するために必要な事業を行なうこと。				

各種データ

河内長野市商工会

経営指導員の相談

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	84	1	48	74	81	0	1	0	0	289	100	社 社
建設業	0	62	0	49	45	52	0	0	0	2	210	71	
小売業	0	31	0	68	102	34	0	1	0	5	241	97	
卸売業	0	4	0	5	6	23	0	0	0	0	38	15	
サービス業	0	51	0	40	138	95	2	0	0	9	335	152	
その他	0	11	0	11	20	16	0	0	0	2	60	26	
小計	0	243	1	221	385	301	2	2	0	18	1,173	461	
創業											0		
合計	0	243	1	221	385	301	2	2	0	18	1,173	461	442

その他の内訳

商店街活性化のイベント手法・ターゲット戦略方法、個店の魅力づくり、空き店舗状況、商店街活性化への補助金活用、パソコン活用で顧客管理、地産活用の取組、雇用契約書書類について、販促活動、店舗誘致策、地域の過当競争、起業家施設諸条件、ハード入替のデータ管理、貯蓄型年金共済特典、

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	47	0	65	105	277	2	1	0	0	497	153	社 社
建設業	0	60	1	133	191	302	0	0	0	0	687	231	
小売業	0	17	0	93	161	83	2	1	0	1	358	162	
卸売業	0	10	0	29	40	78	0	1	0	0	158	43	
サービス業	0	44	0	106	336	369	1	1	0	0	857	311	
その他	0	17	0	22	104	61	0	0	0	1	205	107	
小計	0	195	1	448	937	1,170	5	4	0	2	2,762	1,007	
創業											0		
合計	0	195	1	448	937	1,170	5	4	0	2	2,762	1,007	953

その他の内訳

貸店舗撤退時の諸条件、民間貯蓄型年金共済特典

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

河内長野市商工会

(1) 事業の目標

支援対象事業者及び事業所として「卸・小売業」・「飲食業・サービス業」「製造業」「建築業」6業種の事業者が抱える課題の把握と解決に向けて支援関係機関等の専門家を活用しながら支援を行うことを主たる目標とし、6業種の事業者と同じ目線で問題解決をし、各経営指導員は目標を高く持って最低一日1回の巡回相談を行う。しかし、地域の特徴である製造業は「既存得意先専属」(受注型)から「新規開拓(技術・機械設備)」(提案型)に転換が必要である中で正確な経営体力を資する事を目標に独自景況・経営実態調査を実施。地域資源を活用し、幾度かの試作を重ねて安心・安全・安価な逸品を完成させた「香和地ながの」地域ブランドである「天見うるおいローション」・「天野のかぜ」(焼き菓子)の販路構築と地域伝統行事である稚児相撲関連の逸品にも取組み観光施策並びに商工・農業・林業・サービス業で地域振興に繋げる。

(2) 事業を実施した具体的な内容、方法及び工夫した点

月20日間の内8日間を巡回指導日として、市域を地区割で職員がスピード感をもって最新情報を活用しながら経営支援を実施。また米国に端を発したサブプライムローン問題からいわゆる「リーマン・ショック」に象徴される世界的な金融危機と実体経済の急速な悪化によって、全産業が売上高大幅減少を招き、当地域中小企業も莫大な影響を被ったことから、経営実態の把握と経営改善に資する事を目的に全業種から無作為抽出(約430社)し、7月に企業の受注・販売状況並びに雇用状況等の実態把握のため調査を実施し、技術や機械設備を提供できる企業には「南河内受注商談会」でビジネスチャンスへの情報提供。しかし1月(続編)調査結果からも未だに受注減少確保に苦慮している事業所が多い状況である。よって昨年度同様に電話等窓口相談での口頭説明だけでは企業がどれだけ説明を理解しているか不明な面がある場合には巡回対応に代えて相談に努めた。また、地域活性化事業については地域素材にこだわった逸品開発事業は、より高品質にこだわり地域住民の愛用品として喜ばれる商品ができたことを確信、地元企業の展示会等に販路(広報)活動等の協力を戴き取扱協力店8店舗となる。さらに平成22年2月には「ニッポンいもの再発見」(東京ビッグサイド)に出展後はバイヤーより商談もあり地域資源を活用した河内長野ブランドの魅力を積極的にアピール出来た。

(3) 事業を実施した効果

一昨年以来「リーマン・ショック」に象徴される世界的な金融危機から実体経済の急速な悪化による「売上高の激減」は全産業に共通した点であるが、中小企業は特に深刻で非常に厳しい状況である。売上高減少は返済能力の低下から資金調達面に影響して、とりわけ運転資金の多くは赤字補填的な後ろ向きな資金や当面は借入を増やしたくないと否定的な声が多い。このような景気後退の中で既存得意先に対する受注量等が伸びず、新規開拓には技術・機械設備という壁にあたる。よって、企業には「南河内受注商談会等」への積極的参加を促し、訪問後の電話等フォローにより現状維持より拡大に意欲ある企業もあり期待が持てた。また、上半期の目標件数の達成率は低いが経営相談・情報提供強化に努めた結果、より身近に接し企業より何でも相談し易くなったとの声も頂き、経営指導員で対応出来ない相談内容については地域力連携拠点事業(専門家)を活用し、専門家との個別相談を積極的に活用された企業が満足を得た。また、逸品開発事業は「早く商品化して下さい」の声に励まされ、使い手の立場から幾度も改良を重ねた結果、河内長野発の地域素材で安心・安全・安価の喜ばれる商品が出来たと確信、発売当初はロット200~300本単位の発注であったがリピータ続出で売れると実感が出来て1000本発注する段階となる。さらに平成22年4月には「泉北高島屋」(食料品「お酒」コーナー:地酒の米糠活用)で扱って戴く事が大変嬉しい話題である。

(4) 事業を実施した結果浮かび上がった課題

最近の経営問題で圧倒的に多いのは売上・受注の大幅減少であり、それが一過性で終わらず続くとなれば低価格化を招く恐れがある。さらに受注単価等の低下で売上・受注の減少という悪循環を招くことになる。よって、既存得意先に対する販売が伸びない中、新規開拓が求められるが技術力、機械設備の必要性から「新規販売先の開拓難」という壁が中小企業に立ちだかる。よって、生産性の向上を支えるには既存先に対して自社技術(改良)や用途開発等を既存先にメリット性の提案型に変わる必要がある。融資対応については中小企業者の状況を十分に把握して、様々なオプションを提案して良き相談者(アドバイザー)になる必要がある。また、河内長野厳選素材にこだわった「香和地ながの」逸品ブランド、天見うるおいローションは安心・安全・安価の喜ばれる商品であり、リピータ続出で信頼を得ているが、収益に繋げる確実な販路には至っておらず、4月から「泉北高島屋」でのデビューが多く多くの消費者の目にも留って全国発信の販売活路等に活かせる工夫を要する。また、河内長野地域は豊富な地域資源を有するため農商工連携を図って、さらに確実に商品化出来る「香和地ながの逸品」ブランドを推進する必要がある。

(5) 来年度への取り組み

本会独自の景況・経営実態調査から地域の全ての中小企業では売上高の減少幅が50%を越えており、収益の前提となる売上高の激減は独立型であれ、下請け型であれ企業の存続にも影響し、取り巻く環境は大変厳しいものがあり深刻さを示している企業が多い。今回の経営実態調査結果を踏まえて市行政と、より一層連携を図って地域活性化に繋がる施策について取り組みを行なう必要がある。また、事業内容によっては地域振興に直結しないイベント等を見直(縮小)して、企業が求めている経営支援業務を高めるために経営改善事業の基本である巡回指導の徹底を図って行く必要がある。また、香和地ながの【河内長野】地域ブランド創出として地域素材を活かして、新たな事業に取り組む中小企業者には当会3年間の「おおさか地域創造ファンド事業」の経験を活用して新たな事業展開にチャレンジする企業を支援して行く。

河内長野市商工会

事業名	地域創造ファンド事業（香和地ながの逸品開発）				
新規/継続	継続				
想定している実施期間	18年（開始）～		22年（終了）		今年度 4 年目
実施期間全体を通じて予定している事業計画	平成18年度の全国展開支援事業に採択され、商品開発が新産業になる事に期待して地域生活者の意見を基に試作品を幾度も繰り返しモニターの愛用品と比較しても大きな問題点もなく正規販売商品になると確信、改良した商品を香和地ながの（河内長野）ブランドとして大阪府内を中心に香和地ブランドカタログ作成とネットでの推進を積極的に図り市場に応える仕組みの確立を推進する。				
継続事業の場合	これまでの実施状況と効果・成果	平成18年度、河内長野市の天見地区の素材を配合した「天見うるおいローション」開発企画に取組み、モニター500名の声を基に3年間幾度も改良を繰り返し、平成20年度に天野酒（西條酒造）の米ヌカから抽出したエキスを新たに配合、保湿効果に加えて美白効果があがって、新バージョンに良い感触を得たモニターが多く、徹底的に無駄を省いた結果、格安価格で提供出来る新商品を誕生させ地域新聞等で告知し販売できると確信が出来ました。			
本事業の対象となる地域の現状や課題	商品開発に関わった500人のモニターは逸品に愛着を持って頂いており、地域内では評判になっている事を実感。商品として基本的には問題は無く、安心して使える河内長野生まれの商品として育てる事ができる可能性が十分に秘めています。中期的には河内長野の歴史と文化の融合した香和地（河内）のシンボルの拠点として高野街道に面した酒造メーカーの旧店舗を地場産品等販売拠点に活用できるかが課題である。				
目標に対する実績	指標	販売個数			
	目標数値	300	実績数値	3304	達成率 1101.3%
目標	500名の体感モニターの声より商品価格は華美なボトルを一切やめて、安心・安全、安価で提供出来る商品が完成、地域ブランドとして業務用として使用頂けるタプリタイプも検討する。モニターより使用継続希望が200名もおりグループ購入者を含めての目標数値。				
事業を実施した具体的な内容・方法・時期	香和地ながの逸品開発推進委員会（河内長野市商工会）が事業主体となり、「天見うるおいローション」女性開発委員会と連携を図りながら、月1回定期的に推進会議を開催して逸品開発に取り組んでまいりました。限定モニターから最終改良版商品の体感モニター結果より「早く商品化してほしい」・「美容液いらずの化粧品」の声を聞き、生活者の視点で納得できる商品が出来たことを確信する。また、当商工会女性部に広報（プレゼン）活動すると素材の良さに納得され、愛用される方や取扱協力店として登録された企業もあって、地域の輪が広がって来ていると実感する。4月に販売を開始し、10月以降は販路拡大として多くの地域イベント（観月まつり・高野街道まつり・ナンバーワンフェスタ等）や御堂筋カッポ、平成22年2月には東京ビッグサイドで開催された「ニッポンいいもの再発見」にも出展しバイヤー等より安価の割りに高品質である事が好評を得た。				
マスコミ等に取上げられた回数	0				
PR方法とその影響	地元協力企業の消費者相談会（リフォーム相談会）に河内長野市商工会の地域ブランド「香和地ながの」（平成21年6月商標登録）として、キャッチフレーズ「和の香る化粧品」を美容液いらずの化粧水を広報掲載やアテント提供に協力を戴き、使用者より好評を得る。最終的に延べ900人のモニターの声から生まれたパラベン無添加の「地域密着型ローション」として注目を戴きリピータが続出している。広報活動出来るイベント会場には積極的に出展した結果、安価で高品質をキープフレーズに東京ビッグサイド「ニッポンいいもの再発見」後は新潟県や関東方面のバイヤーよりビジネスの打診がある。				
利用者満足度（点）	90				
事業評価	5				
実施した効果	本逸品開発事業の参加企業者が市地域の資源を活かす事によって、ビジネスチャンスに繋がる事に関心が高まり、地域の伝統行事（稚児相撲）に関連した地域ブランド（逸品開発）や新素材（ブルーベリー）を取入れたリキュール酒、季節限定菓子（羊羹）を試作される事業者もおられます。このように本事業の趣旨が分かり、既存の特産品との連携が地域振興策の第一歩となる事に効果が出てくると、地域の同業者間にも競争心が生まれて活性化に繋がり、商品化は河内長野の特性を活かした手みやげ（逸品）であると共に地域ブランドとして高まる事に期待できる。さらに、発売当初はロット300本単位であったが、売れる事が実感が出来て1000本発注する段階となる。平成22年4月には「泉北高島屋」（食料品「お酒」コーナー）で扱って戴く事が効果である。				
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	当地区には歴史的価値の高い温泉旅館である「南天苑」（天見地区）や逸品開発推進事業のメンバーである西條合資会社（天野酒蔵）外取扱協力店が8店舗に増えた。しかし、ネットや地域新聞等で幾度も告知して商品の良さは自ら体感された方からの声で確信を得ました。しかし、商品化に改良期間を要した為体感（プレゼン）戴く機会が少なく販路不足が課題として残っていますが初年度（平成21年度）は約3000本販売と思った以上に順調なスタートが切れました。今後は地域で多くの方々に愛用される逸品（特産品）広報関連事業に精力的に取組みビジネスチャンスに繋げて行く				
事業全体の収支状況	収入	支出			
	（地域ファンド） （小規模支援費） （会負担）	816,000 587,800 900,702	製品開発： 販路開拓： 事務費： 活動費：	521,882 359,160 383,460 1,040,000	
	計	2,304,502	計	2,304,502	