

# 平成21年度 事業実績報告書

## 申請者の概要

申 請 者	団体名	富田林商工会	
	代表者職・氏名	会長 金谷 一彦	
	所在地	〒584-0012 富田林市粟ヶ池町2969-5	
	担 当 者	職・氏名	事務局長 藤本 佳伸
		連 絡 先	電話番号(直通): 0721-25-1101
Fax: 0721-25-9009			
E-mail: <a href="mailto:info@tonshow.or.jp">info@tonshow.or.jp</a>			
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37年7月22日  10名(9名)  富田林市・南河内郡河南町・太子町・千早赤阪村  4,577 3,369 2,303(50.3%)		
については直近の数字を記載のこと			
<b>主な事業概要(定款記載事項等)</b>			
(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、及び提供すること (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あつせんを行うこと (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) 国際親善の増進を図ること (16) 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

富田林商工会

## 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	28	4	21	38	119	4	0	0	0	214	62	社 社
建設業	0	14	1	5	8	5	0	0	0	0	33	32	
小売業	0	291	25	21	10	6	1	0	0	0	354	207	
卸売業	0	13	1	3	5	4	0	0	0	0	26	21	
サービス業	0	110	7	4	15	9	0	0	0	0	145	110	
その他	0	96	12	7	18	78	0	0	0	1	212	98	
小計	0	552	50	61	94	221	5	0	0	1	984	530	
創業	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
合計	0	552	50	61	94	221	5	0	0	1	984	530	512

その他の内訳

〔 地域創造ファンド申請 〕

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	5	6	83	142	889	2	0	0	0	1,127	233	社 社
建設業	0	6	1	93	201	661	0	0	0	0	962	268	
小売業	0	5	5	37	178	264	0	0	0	0	489	170	
卸売業	0	2	0	37	51	103	0	0	0	0	193	70	
サービス業	0	5	3	32	163	351	0	0	0	0	554	182	
その他	0	11	0	39	160	531	0	0	0	1	742	206	
小計	0	34	15	321	895	2,799	2	0	0	1	4,067	1,129	
創業	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
合計	0	34	15	321	895	2,799	2	0	0	1	4,067	1,129	983

その他の内訳

〔 商店会助成金 〕

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

## 富田林商工会

### (1) 事業の目標

本会の日常業務の多くを占める税務・労務指導において、事務合理化支援から経営改善支援を行うこととし、事業所のニーズを現場で更に掘り下げ把握することが必要との観点から巡回指導の強化が前年に引き続き最も優先順位の高い目標として、巡回指導を平成21年度4月以降にアクティブに実施することにした。本会は他の商工会に比べ窓口相談業務が多いこともあり、巡回指導件数は例年少ない状況だった。前年同様、事業所訪問を実施する予定で、本年度は他の巡回との効率的な体制を確立させたいと考えており、目標として巡回相談の件数を650件とし実現に向け努力した。

### (2) 事業を実施した具体的な内容、方法及び工夫した点

一般経営相談・情報提供事業における窓口相談・巡回相談は昨年以上の巡回を増やすことで、事業者と指導員の接する機会を増やし信頼を深めることで事業者の経営課題や要望を参考に事業者個々の経営課題についてきめ細かい経営指導につなげるよう巡回を実施。具体的に業種別統計調査・業界情報の資料を持参したり経営分析等も実施した。小売店においてはポップのアドバイスを رفتり創意工夫した巡回を行った。企業における高度化・専門化したニーズについては当会事務所に設置されている地域力連携拠点のサポーターに繋ぎ経営革新等の専門的な課題解決を実施した。指導員が巡回する際に地域別に巡回の計画をたて、お互いの連携を取り合い指導にあたるよう工夫した。

### (3) 事業を実施した効果

巡回訪問することにより、業務に追われ商工会の窓口に出かける余裕のない事業者から相談を受け、各事業者が抱える経営課題について掘り起こしその解決策を提案することで、経営力の向上に繋がった事業者も多かった。また巡回指導を実施する中で、本来の商工会の役割や活動についても事業者に理解してもらうことができ、商工会が身近な相談機関であると認識してもらえた。企業における高度化・専門化したニーズについては、当会の事務所に設置されている地域力連携拠点のサポーターと連携を取ることで、事業所の経営革新等の専門的な課題解決に橋渡しの役割を果たすことができた。

当初の目標である相談件数についても、巡回・窓口とも目標数値を上回りより多くの事業所支援ができた。

### (4) 事業を実施した結果浮かび上がった課題

長引く不況により事業者が抱える経営課題も事業継承も含め、多種多様高度化した相談内容も多くなっている。事業者の経営の問題を掴み、解決できる専門家へ繋ぐという気づく力・潜在ニーズを掴みアドバイスできる力を身につける必要性を指導員が個々に感じて、より一層のスキルアップ、取り組みに迫られてきている。また、昨年に引き続き厳しい経済情勢の中で、緊急対応金融支援も事業者にとって効果は少なからずあったが、今後の支援策について困難さが出てきている。相談の過程において、事業所が今熱望しているのは取引先の創出や情報の提供であり、会としても今後は情報の提供はもちろんのこと、販路開拓支援についても事業を進めていく必要性が生じてきている。

### (5) 来年度への取り組み

会としての役割りや活動についてある程度、事業者に理解してもらったが今後は各事業者の抱える経営課題や要望を把握し中身の濃い経営指導を行い、個々の専門的・高度的経営課題について中小企業応援センターとの連携をとりながらきめ細かい経営指導を実施していく。また地域商工業者が活力を取り戻すため、地域資源を活かした特産品・販路開拓や観光資源の開発の支援を重点事業として取り組んでいく。

富田林商工会

一般経営相談・情報提供事業

支援のポイント・成果

巡回指導を当会の今年度の重要課題として位置づけ、事業計画に基づき巡回指導を実施した結果、会の役割や活動についても事業者を理解してもらうことができ、身近な相談相手としての役割を果たすことができた。また、当会は窓口相談の件数も従来からかなりの数であり、巡回指導に力点を置くが窓口指導に支障がないよう指導員間で計画し、巡回・窓口指導とも事業者の相談に応じられるよう体制を整えた。その結果、巡回・窓口指導とも目標数値を上回る事ができ事業者の商工会への満足度もある程度得られたと実感している。

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	650	984	151.4%	95.0	5
窓口相談	相談件数	4,000	4,067	101.7%	80.0	5

課題別経営相談支援事業

支援のポイント・成果

過去最悪の厳しい経済情勢の中、管内事業者の深刻な相談が続いており、専門家による税務・労務相談会を実施し、専門家をコスト面で利用できない事業者に対し支援した。又、今年度より労務支援として専門家による労務相談会を実施し、指導員で解決できない相談に対し専門家が対応し問題解決に繋がった。ただ、金融支援の実績数値が目標数値を下回った理由は、10月以降実質的経営悪化等の理由で、セーフティ貸付に回ったためである。税務支援については、2～3月の確定申告時に専門家を置くことで、所得税・消費税以外の専門的な税務問題についても速やかに解決することができた。

事業名	新規/継続	指標	目標数値	実績数値	達成率	利用者満足度(点)	事業評価
金融支援	継続	マル経推薦件数	60	68	113.3%	90.0	5
労務支援	新規	相談延べ件数	11	11	100.0%	95.0	4
税務支援	継続	相談延べ件数	8	8	100.0%	80.0	4

専門人材等連携促進事業

支援のポイント・成果

従来からの事業者の要望に応じ、経理にたずさわる者の基本である簿記の知識を身につけるために、集団形式で簿記講習会を実施しており、本会では申告における青色申告特別控除の適用による節税の有効性も考え、パソコン記帳講習会を実施し、経理ソフト使用の記帳管理ができるよう指導した。簿記講習会を受講した方が経理ソフト記帳指導講習会も連動して受講され、事業者にとって価値ある講習会であると考えられる。職業支援パソコン講習会については、246名と多数受講されており、事業者のスキルアップ・能力向上に貢献し満足度も達成していると考えられ一定の成果があった。

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
	簿記講習会	継続	延べ参加者数	150	100	66.7%	92.5	5
	弥生会計ソフト講習会	継続	延べ参加者数	60	50	83.3%	95.0	5
	職業支援パソコン研修会	継続	延べ参加者数	360	246	68.3%	92.3	5

地域活性化事業

支援のポイント・成果

地域ブランド開発事業においては、試作品の完成、商品のレトルト化、販売と順調に進み、地域に根付いた商工会としての役割を活かし、多くの関わりの中で協力体制も構築された。また今後の販売に向けた地元商品のPR・ブランド化も含めて地域産業全体の活性化に向けた準備が整っている段階であり、富田林市において今まで特産品がなかった状況の中で地域ブランド商品が完成し地域資源を活かした特産品、販路開拓を支援した初めての試みとして一応の成果が上がり地域の関係団体との連携も出来上がり今後の事業展開に繋げることができた。

展示商談会事業は今年度も大阪商工会議所との共催で「勤業展」並びに、松原商工会議所との共催で「まつばら産業フェア」を実施。勤業展には3社がまつばら産業フェアには1社が出展し商談に結びつくよう事業を実施した。

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
	地域ブランド戦略策定事業	継続	セミナー延べ出席者数	60	49	81.7%	60.0	3
	地域ブランド開発事業	継続	延べ参加者数	100	120	120.0%	85.0	4
	展示商談会事業	継続	協力人員	5	12	240.0%	95.0	5
	インキュベーション支援事業	新規	延べ出席者数	120	6	5.0%	30.0	1



富田林商工会

事業名		地域ブランド開発事業			
新規/継続		継続			
想定している実施期間		20 年 (開始) ~ 21 年 (終了)		今年度 2 年目	
実施期間全体を通じて予定している事業計画		地域ブランド商品の商品化、販路開拓 観光事業への積極的な取組み			
継続事業の場合	これまでの実施状況と効果・成果	富田林市独自の地域ブランドを開発するため、市内の各種団体や行政に依頼し、組織を立ち上げ研究を重ねながらイベント等で試作販売するまでにこぎつけた。(富田林料飲宿組合・市内商業連合会・富田林市・大阪南農協・生活改善クラブ・市観光協会等)また、ロゴやポスターを大阪芸術大学と連携しながら製作し、産学連携事業として取組む。(取組み内容は地域情報誌や新聞紙面等に掲載される。)また、ブランド商品の開発と同時にそれを楽しむ空間、環境、歴史等すべてを富田林ブランドとして位置づけ地域全体での経済活動の活性化と情報発信力の向上が図れることと、特に観光資源が連携してPRすることで広告波及効果が格段に高まるものとする。			
本事業の対象となる地域の現状や課題		富田林は古くから観光名所を抱えているが、PR不足もあり認知度が低いのが状況である。このような中、地域の観光資源(神社仏閣:滝谷不動、竜泉寺、自然:石川等)、大阪観光ミュージアム構想に選定されている寺内町『雛めぐりや灯籠祭り等のイベント活動』を生かしながら商品、サービス(ソフト)、施設等地域全体の資源を融合化させ相乗効果が図れる各ブランド開発事業を行うことで地域の観光と産業の活性化を図る。			
目標に対する実績	指標	延べ参加者数			
	目標数値	100	実績数値	120	達成率
目標		地域ブランドの確立また、ブランド商品となりえる物の開発や掘り起こし、観光事業としてのPR			
事業を実施した具体的な内容・方法・時期		<ul style="list-style-type: none"> <li>・地域ブランドの商品化・・・4月より管内事業所の協力を得て商品化に向けて試作品の開発を実施する。7月にサンプル商品(河内茶粥・美人粥)が完成し、ブランド開発委員会に経過報告するとともに試食会を実施し、商品の細部を決定する。7月に開催されたイベントで実験的販売を行い好評を得る。</li> <li>・市と連携した観光事業への展開・・・10月以降・・・レトルト商品の完成に伴い地域での販路の選定に着手する。販売所候補として羽曳野、太子町、河南町等の道の駅、富田林市農業公園、地域商店街、富田林市観光協会など。また、チラシやポスター等の広報活動も公共施設、観光地等を利用し積極的に行う。</li> <li>・地域ブランド認定委員会の設立・・・平成22年度より委員会を設立する。</li> </ul>			
マスコミ等に 取り上げられた回数	1回				
PR方法とその影響		地域情報誌らくうる南河内版A4版1ページに『富茶粥』販売店舗の紹介を掲載。発売当初より店舗へ反響があり、宣伝効果としては十二分にあったと考えられる。また、富田林市及び近隣市町村のイベントに参加し、チラシ等を配布するなどPR活動に努めた結果、少しずつではあるが商品の注文や問合せがあり、着実に地域に浸透していることを実感できる。			
利用者満足度(点)	85				
事業評価		4			
実施した効果		地域ブランドの開発過程において委員会等を含めた地域ネットワークが確立され今後のブランド事業をさらに発展、展開することが可能になったと考えられる。また、今まで積極的に取り組んでいなかった観光事業へのアプローチを促すことができ、観光事業と商工会を結びつける大きなきっかけとなった。			
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組み		商品開発はできたものの販路についてなかなか確立することができず、また原価の問題もあり実際に販売するための目的は立っていない状況である。また、茶粥という地域文化をブランド化したことにより河内地域以外での認知度が低く、PRの方法や商品の紹介に更なる工夫が必要である。今後は消費者のニーズに合わせた商品構成や、価格を設定する必要があり、またPR活動を積極的に行い認知度を上げるにより河内の茶粥として全国発信できるブランドとして確立していきたい。			
事業全体の収支状況		収入		支出	
		小規模補助金 410,000		指導員活動費 410,000	
		計 410,000		計 410,000	