

平成21年度 事業実績報告書

申請者の概要

申請者	団体名	松原商工会議所		
	代表者職・氏名	会頭 川西 修		
	所在地	〒580-0043 松原市阿保1丁目2番30号		
	担当者	職・氏名	中小企業相談所長 三田光男	
		連絡先	電話番号（直通）：	072-331-0291
Fax:			072-332-5720	
		E-mail:	m-cci@matsubara-cci.or.jp	
①設立年月日 ②職員数 （うち経営指導員数） ③所管地域 ④管内事業所数 ⑤管内小規模事業者数 ⑥会員数（組織率） ※②、④、⑤、⑥については直近の数字を記載のこと		① 昭和47年7月1日 ② 10名（7名）（平成22年3月31日現在） ③ 松原市 ④ 5,197（平成18年度事業所統計調査による） ⑤ 3,919（平成18年度事業所統計調査による） ⑥ 1,684（32.4%）		
□主な事業概要（定款記載事項等）				
①商工会議所としての意見の公表、国会、行政庁等に具申・建議、行政庁の等の諮問への答申 ②商工業に関する相談・指導、情報収集・提供、調査研究、講習会又は講演会の開催、施設の設置・維持・運用 ③商品の品質又は数量、商工業者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 ④輸出品の原産地証明 ⑤商工業に関する技術又は技能の普及又は検定 ⑥博覧会、見本市等の開催・あっせん ⑦商事取引に関する仲介又はあっせん、紛争に関するあっせん、調停又は仲裁 ⑧商工業者の信用調査、観光事業の改善発達 ⑨行政庁かた委託を受けた事業 ⑩社会一般の福祉の増進に資する事業 ⑪上記のほか、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。）を処理し、その他商工会議所の目的を達成するために必要な事業				

各種データ

松原商工会議所

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	7	104	0	42	32	247	49	1	0	2	484	166	社 社
建設業	0	55	0	33	13	102	10	0	0	2	215	86	
小売業	0	67	5	56	28	24	6	0	0	15	201	77	
卸売業	1	12	0	10	4	36	10	0	0	2	75	22	
サービス業	0	54	1	20	31	75	11	0	0	7	199	86	
その他	0	15	0	6	3	25	4	0	0	1	54	28	
小計	8	307	6	167	111	509	90	1	0	29	1,228	465	
創業	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	1	
合計	8	307	6	168	111	509	90	1	0	29	1,229	466	444

※その他の内訳

商品券事業、商店会事業、商店会活性化、産学連携

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	1	72	0	90	40	309	24	5	0	2	543	174	社 社
建設業	0	46	0	79	33	172	5	0	1	0	336	120	
小売業	2	20	0	63	35	63	4	2	0	0	189	62	
卸売業	0	31	0	15	13	40	6	0	0	0	105	42	
サービス業	0	34	0	36	58	143	10	2	0	0	283	112	
その他	0	21	0	12	8	39	9	0	0	0	89	36	
小計	3	224	0	295	187	766	58	9	1	2	1,545	546	
創業	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	1	
合計	3	224	0	296	187	766	58	9	1	2	1,546	547	479

※その他の内訳

公費医療制度のしくみ、商店会振興事業、メディアリリース

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

松原商工会議所

(1) 事業の目標

製造業等のものづくり企業には、昨年実施した「南河内ものづくり受注商談会」事業を継続実施し、商工会・商工会議所の垣根を越えた取組みを一步前進させ、営業力の弱い事業所を支援すると共に、ミスマッチを解消すべく対策を講じます。併せて、「産業フェア」「ビジネスEXPO」「大阪勤業展」への積極的な募集を行い、企業成長に合わせた各ステージを提供、企業間取引を支援していきます。

小売・サービス業（飲食店を含む）には、松原市との連携をより密にして、「商品券」事業を松原市商店会連合会・松原市小売市場連絡協議会とともに立ち上げ、落ち込んだ消費を喚起するための支援体制を組んでいきます。

これらの事業を遂行するためには、日常的な巡回・窓口相談を充実させ、時節に応じた情報提供が必要となることは必然のことで、更に専門的な相談窓口をも充実させる必要があります。そのため、金融・税務・法律等に関する専門相談窓口を継続し、地域力拠点「中河内経営支援センター」との連携も欠かせません。

以上の事業を通じて、セーフティネット機能を発揮し、「お役に立つ商工会議所」を目指します。

(2) 事業を実施した具体的な内容、方法及び工夫した点

巡回による事業情報の提供等を中心に事業を進めた。具体的な事業としては、①新規事業の「ありがとう商品券」は消費者にご利用いただける店舗を1000㎡未満とし、個店での使用ウェートを高めた。また、商品券単価は500円とすることで、使い易さを消費者にアピールした。更に、事業負担金を2%とすることで、登録店への配慮も行った。巡回時にも、こうした点をPRすると共に、自店への消費者誘導アイデア等の話題づくりに努めた。②中小企業緊急雇用安定助成金については「労務支援」として、専門相談窓口を設け利便性を高めた。③今年で3回目となる「南河内ものづくり受注商談会」は、昨年同様に南河内の地域性・特徴を基に、金属加工・フライス加工・建築金物を中心とした調達品目の提示を発注企業からいただき、受注企業に提示した。マッチング率を高める方法として、受注企業の会社概要を示した「受注企業登録シート」を導入し、発注企業へ資料提供を行った。また、大手スーパー等に「売りたい商品・世に出したい商品」を提案できる場として、「商品商談会」を新しく企画いたしました。④産業フェアは、今年5年目を向かえ、来場者の増員のため新規出展者を募ると共に、ピザの実演並びにスタンプラリーによる試食会を加え、楽しさを演出した。

(3) 事業を実施した効果

緊急保障制度、セーフティネット貸付、マルケイ等の融資制度や雇用調整助成金・中小企業緊急雇用安定助成金制度などの情報を中心に、窓口・巡回相談を通じ、経営安定・雇用継続に努めた。その結果、金融相談（日本政策金融公庫）の借換相談件数が増加した。雇用助成金も、社会保険労務士による専門相談窓口を3回設け対応しました。

商品券事業は、消費が減退する中、定額給付金の支給に合わせ、事業者の様々なアイデア（自店への誘導策）や家電品のエコポイント効果もあり、商品券販売目標の1億1千万円は達成できました。登録店舗数は531店舗、このうち商店会41%、一般店舗35%、その他組合等の割合となった。換金状況を見ると、食料品等の最寄品が55%を占めたが、その他は各種販売ジャンルに分散していた。最終アンケートから、回収アンケートの33%の登録店が独自サービスを実施され、80%以上の満足度があった。

産業フェアは、新規出展企業が5社あったことやスタンプラリーによるピザの試食会などの演出効果が実を結び、入場者の増員につながった。

(4) 事業を実施した結果浮かび上がった課題

巡回・窓口相談において中小企業緊急雇用安定助成金制度の周知・活用促進を行ったが、利用事業所が小規模化するに伴い、申請等の手続要請にも及び、経営指導員のスキルアップの必要性を感じた。

商品券事業については、今回初めて市内全域を対象として取り組んだが、各店舗とも事業効果や活用方法を検討される一方、静観されたところもあった。そのため、飲食関係店舗や4駅周辺以外の店舗、ロードサイド店等の郊外店舗への周知、参加呼びかけの強化が不可欠であり、今後の課題は、こうした店舗の理解を求めることにある。

(5) 来年度への取り組み

基本に立ち戻り「事業者のお役に立つ商工会議所」を目指し、情報提供・各種施策の周知・活用に更に努めると共に、経営指導員相互のスキルアップのため社内の勉強会、各種研修会への参加をより前向きに行い、信頼される指導を心がける。

松原商工会議所

I 一般経営相談・情報提供事業

支援のポイント・成果

昨年に引き続き松原市内を三地域に分け、三班体制にて巡回訪問を実施している。週の半分程度を巡回にあて、反復訪問を実施することによって、事業者の商工会議所並びに各種施策への認知度を高めたいと活動した。特に、今年度は景気の動向から矢継ぎ早に融資・雇用調整制度等の経済対策が整えられたのを受け、巡回・窓口相談にて制度の周知PRに努めた。その結果、追加融資や借換融資が増加し、期間延長・返済金の軽減等、経営の安定に役立てることができた。また、中小企業緊急雇用安定助成金は、小規模零細企業からも感心を集めることとなった。そのため、専門相談窓口を設け問題解決にあたった。

商品券事業では、事業者との接触時に登録店への参加につき、自店への誘導アイデア等を交え登録促進に努めた。

このように、事業者との巡回・窓口相談を基に様々な情報を得て、専門相談の追加や追加融資の指導に結びつけることができた。こうした積み重ねが、事業者の満足につながると思われる。

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	1,200	1,229	102.4%	80.0%	5
窓口相談	相談件数	1,500	1,546	103.1%	80.0%	5

II 課題別経営相談支援事業

支援のポイント・成果

マルゲイ融資の限度額・返済期間の拡充があり、同制度内での借換相談にも柔軟に対応した。緊急保障制度・セーフティネット貸付等を利用されている方の追加融資については、将来的な配慮から返済軽減を第一に考え、同制度内の借換が可能であれば、それを優先的に指導した。

また、中小企業緊急雇用安定助成金の拡充に伴い、利用企業の小規模化が窺われ、社会保険労務士による個別相談を追加実施し、事業者ニーズへの対応をはかった。

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	斡旋件数	45	41	91.1%	80.0%	4
記帳支援	継続	支援事業所数	20	25	125.0%	80.0%	4
法務支援	継続	延相談件数	12	22	183.3%	80.0%	4
税務支援	継続	延相談件数	30	61	203.3%	80.0%	4
労務支援	新規/継続	延相談件数	9	9	100.0%	80.0%	4

III 専門人材等連携促進事業

支援のポイント・成果

経営に必要な分野のセミナーを中心に、体験面や日常面を重視して「弥生会計セミナー」「食品衛生講習会」「ホームページ作成セミナー」「リーダーの役割、適性診断」を実施しました。リーダーの役割・適性診断は、発想力が求められる状況が見られ、発想力を測定できる診断を実施し、社内での人事異動やプロジェクトリーダーの養成の一助にと実施しました。当初、予定した参加者を上回る結果となった。

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
	弥生会計セミナー	継続	参加者満足度	80%	80%	100.0%	80.0%	4
	食品衛生講習会	継続	参加者満足度	80%	100%	125.0%	100.0%	5
	ホームページ作成セミナー	継続	参加者満足度	80%	74%	92.5%	74.0%	3
	リーダーの役割・適性診断	新規	参加者満足度	80%	79%	98.8%	79.0%	4

IV 地域活性化事業

支援のポイント・成果

定額給付金が支給される時期に合わせ、「ありがとう商品券」事業を実施した。市内の商業団体(商店会・市場)と連携して、個人消費の喚起を目的として実施しました。1億1千万円の商品券は発売後、数日でもって完売しました。換金状況から見ると、食料品関係の最寄品は55%を占めたが、家電品・衣料品・眼鏡(貴金属)等の買い回り品、飲食、理美容等の店舗など、あらゆる業種に商品券効果が見られた。これを受けて、松原市では平成22年度より敬老祝い金を、商品券で実施するに及んだ。

地域創造ファンドは、継続申請先のみとなり、周知方法等を検討する結果となった。このため、現在ファンド利用先の広報での掲載や独自のチラシ等を作成して利用促進をはかっている。

求人・求職マッチング事業では、河内柏原公共職業安定所主催の「若年者就職フェア」への参加呼びかけ、当日の運営等に協力し、また、学卒求人では高等学校訪問を実施した。

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
	地域創造ファンド事業	継続	ファンド対象者	1	1	100.0%	100.0%	4
○	展示・商談会	継続	マッチング数	3	0	0.0%	78.0%	4
	求人・求職マッチング事業	継続	採用者数	10	5	50.0%	80.0%	4
	商品券事業	新規	登録店舗数	1,000	531	53.1%	82.0%	4

松原商工会議所

事業名	産業フェアinまつばら'09・南河内ものづくり受注商談会				
新規/継続	継続				
想定している実施期間	平成17年(開始)～未定年(終了) 今年度5年目				
実施期間全体を通じて予定している事業計画	南河内ものづくり企業を中心とした、ビジネスチャンスの場を提供する。また、技術はあるが、新規開拓などの営業力が乏しい企業にマッチングの場を提供する。 終了年を未定としているのは、小規模事業者にとって、マッチング機会の提供は永遠の課題と考えられるため、それぞれの時代変化に合わせた運営を検討しつつ、継続すべき事業と考えている。				
継続事業の場合	これまでの実施状況と効果・成果	〔受注商談会に関して〕 平成19年度は8社の国内メーカーが発注企業として参加し、受注側企業25社が参加、42商談があった。 平成20年度は10社の国内メーカーに対し、受注側企業23社と65商談がなされた。			
本事業の対象となる地域の現状や課題	受注商談会に関し開催後のアンケート結果では、受注側は90%以上が〈大変満足〉〈満足〉と回答されたが、発注側企業の感想では概ね満足はしているものの、受注企業の中には提示された調達品目に沿わない企業もあったようで、商談の難しさが見受けられる。 今後は、このようなミスマッチが極力起こらないように実施したいと考えています。				
目標に対する実績	指標	マッチング数			
	目標数値	3	実績数値	0	達成率
目標	産業フェアの出展小間数は、38小間が限度であり新規出展企業を募りたい。受注商談会のミスマッチ解消に努め、1社でも多くの企業が面談できる機会をつくりたい。できれば、それにより新規取引が生まれる場となしてほしい。				
事業を実施した具体的な内容・方法・時期	産業フェア(11月6・7日)は、松原市内企業31小間、南河内7商工会に各々1小間を従来どおり提供した。松原市内の企業5社を新規出展いただけたこと、ピザ釜のデモンストレーションを兼ね、焼き上がりピザの試食会を企画できました。 受注商談会については(11月6日)、ミスマッチを解消するため、受注申込企業に登録シートを作成いただき、事前に応募品目等を提示いただくこととしました。 売りたい商品・世に出したい商品を募集し、大型店の仕入れ担当やバイヤーとの商品商談会を、企画いたしました。				
マスコミ等に取上げられた回数	2回(松原市広報、河内タイムス)				
PR方法とその影響	市内巡回時に産業フェアはじめ、南河内ものづくり受注商談会、商品商談会をPRし、参加・出展を募った。その結果、産業フェアへの新規出展が5社あり、ピザ釜のデモンストレーションへと話が膨らみ、スタンプラリーを取り入れた企画に発展しました。				
利用者満足度(点)	78%				
事業評価	4				
実施した効果	産業フェア参加者からフェア催し提案もいただき、ピザ釜の実演を取り入れ、楽しい企画が生まれた。出展いただく企業の意識が、変わってきたように思われる。入場者延数にも変化が見られ、昨年に比べ30%増の1,936名の来場者となった。 受注商談会は、7社の発注企業に対し、12社の受注企業23商談あった。しかも、見積提出まで話が進んだ商談が7件あった。 商品商談会は、今年初めての事業ですが、大型店3店舗に対し5社13商談があり、市場で求められる商品や納品体制など、次につながる商談内容で、効果が見られた。				
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り組み	受注商談会の発注業者並びに受注業者への参加呼びかけが、前年に比べ参加された企業が少なかった点、問題が残った。先行き不透明な経済環境が、発注側・受注側共に慎重な対応に終始された。今回も見積提出までできており、受注企業は今後の取引にも期待を寄せており、先々取引に結びついた事例もあることから、今後もこの事業を継続希望されておられる。 商品商談会では、スーパー以外の大型店との商談希望や業種別での時間設定、農産物・南大阪特産物の紹介などの要望が出された。				
事業全体の収支状況	収入	支出			
	大阪府補助金収入	3,700,000円	活動費	2,260,000円	
	商工会議所繰入	1,765,096円	事務費	3,205,096円	
			(広報活動費 1,201,370円、会場設営費 1,089,900円、商談会経費 546,000円、その他経費 367,826円)		
	計	5,465,096円	計	5,465,096円	