

平成24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 平井義彦
	連絡先	電話番号（直通）： 072-331-0291
		Fax： 072-332-5720
		E-mail： <a href="mailto:m-cci@matsubara-cci.or.jp">m-cci@matsubara-cci.or.jp</a>
①設立年月日	① 昭和47年 7月 1日	
②職員数 (うち経営指導員数)	② 13名(10名) (平成25年3月31日現在)	
③所管地域	③ 松原市	
④管内事業所数	④ 5,360 (平成21年度事業所統計調査による)	
⑤管内小規模事業者数	⑤ 3,919 (平成18年度事業所統計調査による)	
⑥会員数(組織率)	⑥ 1,686 (31.4%)	
※②、④、⑤、⑥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		

## 松原商工会議所

## (1) 事業の目標

松原商工会議所は、常に地域の声に耳を傾け「信頼できる商工会議所」「お役に立つ商工会議所」を目指し、様々な事業に挑戦してまいります。

発足して3年目となる「元気活力塾」・「女性活力塾」では毎月ごとにテーマを設け情報の提供や収集の場として開催し、経営者が自らの問題解決に立ち向かう気構えや心構えを育み、互いの考え方を理解して効果的な異業種交流が図れる場として実施いたします。

そして、ものづくり企業を支援する「産業フェアinまつばら」更には八尾商工会議所との連携による「関西三都ビジネスフェア」を開催いたします。次に南河内地域の商工会に協力を得ながら地域商工業支援の一環として「南河内大商談会」を実施いたします。「南河内大商談会」は、大型店等への商品の売り込みを演出する「商品商談会」と技術力は有るが営業力の弱い製造業を支援する「南河内ものづくり受注商談会」を統合した商談会。

松原市内の消費喚起を支援する「商品券」事業(松原市主催)では“市”並びに“関係諸団体”との連携を取りながら体制を構築いたします。「セミナー事業」「求人・求職マッチング事業」「地域ファンド事業」等につきましても、各種機関と連携しながら時期に応じた対応を行って参ります。また、「松原ブランド」の創出に向けて松原市の特産品の紹介や技術力の周知(案内)など、ビジネスマッチング(BtoB)

(BtoC)に繋がる事業を含め展開していきます。次に第3回「まつばらマルシェ」を併設させることで農商工連携を軸にした消費者に訴える事業として開催し、広域的な食関連の即売にも取り組み、閉塞感のある環境をこうした活動を通して改善する。また、専門的な相談窓口や広域的な支援事業も積極的に活用してまいります。

## (2) 事業を実施した具体的な内容、方法及び工夫した点

南河内地域の“ものづくり企業”に出展いただいた「産業フェア」を始めとするマッチング事業は、松原市との連携により開催した、第3回「まつばらマルシェ」を併設させることでより多くの小規模事業者が参加できる機会となりました。(マルシェ来場者 28,600名 2日目雨)

具体的には巡回支援を強化する中で、販路支援や営業力強化を目指す小規模小売事業者に対し、地域活性化の目玉として「まつばらマルシェ」や「100円笑商店街」を参加実施をうながした。

次に今年で6回目となる「南河内商談会」は、昨年まで“ものづくり商談会”と“商品商談会”の2回開催していたものを、1日での合同開催とし、昨年同様に河内ブロック商工会連絡協議会と連携し実施した。南河内の地域性・特性を活かせるように、金属加工・フライス加工・建築金物を中心とした調達品目を提示し、更にマッチング率を高める対策としては、受注企業の会社概要を示した「受注企業登録シート」を事前に記入いただき、発注企業へ提供しました。

また、大手スーパー等のバイヤーに対して「売りたい商品・世に出したい商品」を売り込める機会の提供をしました。成果としては、ものづくり部門では、月々400万円前後の受発注契約を締結するに至った成功事例がありました。

また、受発注契約まで至らなかった企業においても、情報交換が出来たことに対する満足の声をいただきました。

最後に産業フェアも、今年で8回目を向かえ来場者の増員を目指し新規出店者を募ると共に、「まつばらマルシェ」を併設させることでより多くの方々に来場いただきました。

## (3) 事業を実施した効果、所管地域の活性化の状況

6回目を迎えた各商談会を「南河内大商談会」と改め開催し、月々400万円前後の受発注契約を締結するに至った成功事例があった。また、受発注契約まで至らなかった企業においても、情報交換が出来たことに対する満足の声をいただき、より多くの小規模事業者ビジネスチャンスを提供することが出来た。農商工連携によるBtoBの一環として、平成22年に当所が提案し、松原の特産品を使用した「合鴨カレー」は、15,000食を既に完売しているが、昨年はJA中河内と㈱〇〇によるBtoBの第2弾として「健康こまつな麺」を発表 更に今年「健康こまつな麺やきそば」を誕生させ、市内の大型店やスーパー等の祭事で「合鴨カレー」「健康こまつな麺」「健康こまつな麺やきそば」販売している。

また、一昨年(平成23年)は松原市の紹介マップ『まつばらさんぽ』に於いて、市内の特産品6品目を紹介。平成24年度は「まつばらブランド」として登録した16品目の中から松原市が主催する『商品券事業』の“お年玉ギフト”として、特産品5品目を詰め合わせた『まつばらギフト』100セットを提案する。

その他、「ふるさと寄付」や「がんばる市民応援基金」の御礼の品として採用。松原市が観光事業の一環として実施した「写真コンクール」の賞品としても、当所が推薦する松原の名産品として提供し高評価を得ている。

今後とも「信頼できる商工会議所」「お役に立つ商工会議所」を目指し小規模企業支援へと結びつけることによる更なる変化と成果を期待したい。

#### (4) 事業を実施した結果浮かび上がった課題

各事業を継続するうえで起こりうるマンネリ化がその事業の陳腐化を加速させる。前項で述べた「商談会」事業など一定の評価と成果を得ているものの、時代の流れと変化の中で他の団体との連携を強め事業の魅力を高め展開するか、逆に昨年と同様であれば同事業を中止するかが今後の課題と考える。

現在、当所が進めている他の地域活性化事業について同様である。

#### (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 経営相談支援事業

支援のポイント・成果

経営指導員による巡回活動を中心に事業所からのヒアリングを行うことにより、相談案件を拾い出し各支援メニューへと繋げるよう心掛けている。また、商工会議所への相談は“信頼度が高いから”という理由が最も多く、その期待に応えられるよう親切かつスピーディーな対応を図っている。

支援の成果としては、①1つの事業所に対し複数の支援を実施し企業存続・発展に貢献した案件②画期的な新商品を開発した事業所に対する支援の2つを例に挙げる。

①1つの事業所に対し複数の支援を実施

A) 過去に従業員が無断欠勤を繰り返し、調べると欠勤の間に別の会社で働いていたという事案があった。当事業所の就業規則は創業当時から変更されていないため、現況に沿わない面が多々見受けられる。そこで、今後に備えて勤務規律や退職に関する項目については見直す方が良いと提案し、社会保険労務士を紹介した。

B) 先般の東日本大震災における復興が徐々に動き出してきたことにより、一時仕事量が増加した。しかし、この震災特需が終わる前に、新たな取引先を探したいとの相談に対し、近隣の南河内エリアにおける“ものづくり”商談会を案内する。商談した3社のうち1社と見積もりを提出する段階に進展した。

C) 老朽化した機械設備の入れ替えについて相談を受けた際には、単に融資制度を案内するだけに留まらず、保有の仕方についても提案する。自己所有にするのかリース保有にするのか、またリースであればリース会社を紹介するといったサポートを実施した。併せて、金融機関につなぎ支援を実施し、当座資金の確保として手形割引を実行した。

②画期的な新商品を開発した事業所に対する支援

言語の壁を越えてコミュニケーションを取れる“タッチペン型翻訳機”を開発された事業所に対し、松原管内の医療機関を紹介した。根拠は、当初本製品は現場作業を行う外国人労働者向けに開発されたものであったが、それを救急搬送される外国人に対しても活用することによって、救急隊員のサポートにもつながり救命に役立つとの考えからである。反応は良く現在は導入に向けたモニター調査を検討中とのことである。

以上のように、経営者（相談者）の思いを汲み取って適切な支援を実施することによって、相談事業所の問題解決を図り更なる経営力向上をサポートできた。

支援メニュー	指標	目標数値	実績数値	達成率	事業評価
事業所カルテ・サービス提案	事業所	220	223	101.4%	5
支援機関等へのつなぎ	支援数	70	86	122.9%	5
金融支援（紹介型）	支援数	20	19	95.0%	5
金融支援（経営指導型）	支援数	35	33	94.3%	5
マル経融資等の返済条件緩和支援	事業所	3	3	100.0%	5
資金繰り計画作成支援	事業所	0	0	-	-
記帳支援	支援数	11	17	154.5%	5
労務支援	支援数	46	54	117.4%	5
人材育成計画作成支援	事業所	0	0	-	-
マーケティング力向上支援	事業所	6	7	116.7%	5
販路開拓支援	事業所	50	59	118.0%	5
事業計画作成支援	事業所	0	0	-	-
創業支援	事業所	2	3	150.0%	5
事業継続計画（BCP）作成支援	事業所	0	0	-	-
コスト削減計画作成支援	事業所	0	0	-	-
財務分析支援	事業所	3	0	0.0%	-
5S支援	事業所	1	3	300.0%	5
IT化支援	事業所	0	1	#DIV/0!	5
債権保全計画作成支援	事業所	0	0	-	-
結果報告	事業所	189	183	96.8%	5

II 専門相談支援事業

支援のポイント・成果

巡回や窓口で指導員が携わる専門性の高い案件については専門家による相談を提供する。事業者の様々な問題解決に向け、法律・税務・金融に関する専門家と直接相談できる窓口を設け適切なアドバイスを実施しています。平成24年度実績では法律・金融の達成率がやや低いが、法律相談では商業問題を得意とする弁護士を委嘱し相談に当たっている。金融相談については、政府系金融機関である日本政策金融公庫阿倍野支店の松原専任担当者が当たる為に支店に出向かずに相談を受けて頂き、また地域性を理解し木目細かい支援を提供している。税務相談では、特に個人事業者の決算・申告について重点的に税理士に相談を受けスムーズな申告ができるよう支援している。

追伸、今後は高年齢者雇用の問題も含め労務支援の一環として「労務相談」と新分野への挑戦を支援する「経営相談」を取り入れ企業の安定を目指した専門相談を展開する。

事業名	新規/継続	指標	目標数値	実績数値	達成率	事業評価
法律相談	継続	相談件数	20	11	55.0%	3
税務相談	継続	相談件数	60	59	98.3%	5
金融相談	継続	相談件数	24	15	62.5%	3

松原商工会議所

Ⅲ 地域活性化事業

支援のポイント・成果

松原を含む南河内エリアが保有する商工業の技術力・商品力に対する支援を中心に事業展開を行った。具体的には、今年で第3回目を迎えた「まつばらマルシェ」と同時開催した「産業フェアinまつばら」においては、雨天による影響を若干受けたものの4,200名以上の来場者数を確保することができた。また、“ものづくり分野”に関しては事業所間同士のマッチングの場を提供する商談会「南河内商談会」を実施し、活力低下が懸念されている地域密着型小売店舗に関しては「100円笑店街」を新規事業として実施した。

「南河内商談会」は、昨年まで“ものづくり商談会”と“商品商談会”の2回開催していたものを、1日で合同開催した。開催方法については、昨年同様に河内ブロック商工会連絡協議会と連携し実施。南河内の地域性・特性を活かせるように、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受け、受注企業に提示した。マッチング率を高める対策としては、受注企業の会社概要を示した「受注企業登録シート」を事前に記入いただき、発注企業へ提供。また、食料品・日用品部門においては大手スーパー等のバイヤーに対して「売りたい商品・世に出したい商品」を売り込める機会の提供を目的として開催。

成果としては、ものづくり部門では、月々400万円前後の受発注契約を締結するに至った成功事例があった。また、受発注契約まで至らなかった企業においても、情報交換が出来たことに対する満足の声が多くあった。

「100円笑店街」では、まず効果的な実施を目的とした開催手法の勉強会を行い、参加者を対象に事業の活用方法を学んでいただいた。加えて、当事業が成功している商店街を見学し、具体的なイメージを掴む機会を提供した。開催当日は、通行者が増加するといった一定の効果が得られた。通常価格の商品の売上につなげられなかった等の課題はあるものの、参加店からは前向きな意見が多く寄せられた。

(1) 単独事業

府施策連携	事業名	支援対象企業	支援企業	支援実績率	利用者満足度(点)	目標の指標	目標値	実績	達成率	事業評価
	元気活力塾	65	90	138.5%	86	経営意欲変化による意識向上	30	27	90.0%	
	松原ブランド創出事業	10	9	90.0%	80	松原ギフト登録企業	10	16	160.0%	
	小規模店舗集客事業	30	58	193.3%	85	販促への取り組み意欲向上	70	67.8	96.9%	
				#DIV/0!					#DIV/0!	
				#DIV/0!					#DIV/0!	
				#DIV/0!					#DIV/0!	
				#DIV/0!					#DIV/0!	
				#DIV/0!					#DIV/0!	
				#DIV/0!					#DIV/0!	
				#DIV/0!					#DIV/0!	
				#DIV/0!					#DIV/0!	

(2) 広域事業(幹事事業のみ)

府施策連携	事業名	支援対象企業	支援企業	支援実績率	利用者満足度(点)	目標の指標	目標値	実績	達成率	事業評価
	産業フェアinまつばら	32	22	68.8%	70	販売手法の工夫と意識変化	3000	3800	126.7%	
	南河内商談会	22	11	50.0%	80	見積件数	10	7	70.0%	
				#DIV/0!					#DIV/0!	
				#DIV/0!					#DIV/0!	
				#DIV/0!					#DIV/0!	
				#DIV/0!					#DIV/0!	
				#DIV/0!					#DIV/0!	
				#DIV/0!					#DIV/0!	
				#DIV/0!					#DIV/0!	
				#DIV/0!					#DIV/0!	
				#DIV/0!					#DIV/0!	
				#DIV/0!					#DIV/0!	
				#DIV/0!					#DIV/0!	
				#DIV/0!					#DIV/0!	
				#DIV/0!					#DIV/0!	
				#DIV/0!					#DIV/0!	

※府施策連携事業は、「府施策連携」欄に○をつけてください。各欄の記載は、個別調書の記載と合わせてください。

松原商工会議所

事業名		活力塾事業														
想定する実施期間		2010 年度～ 年度まで ※複数年度段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること														
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	元気のある地域企業の輩出することが地域活性化に繋がり、活気のある地域を創造することになる。自分ならではの経営力・人材力・社長力を大いに発揮して、ピンチをチャンスに変えて、目標を実現していく気構え、心構えを身に付けていただくことを目的に活力塾を開催する。														
	支援する対象 (業種・事業所数等)	業種に関係なく、経営者、法人役員、事業専従者が対象である。														
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	参加者の自主運営で行っており、お世話役数名を選出。2ヶ月に1回開催している。参加登録者相互の意見交換からテーマを決めている。参加者がお互いにスピーカーとなったり、問題提起を行ったり、外部から元気のある経営者を招き、成功談や体験談をテーマにディスカッションすることにより、人材育英の場としている。														
		第11回	4月18日	講師	松原商工会議所 会頭 幸南食糧株式会社 取締役会長 川西 修氏	テーマ	ちょっとの気づきで企業も人も変わる	参加者	95人 (塾生39人)							
		第12回	6月6日	講師	ミキフルーン代理店 食育指導市 三木恵美子氏	テーマ	食の学びが活力の源 ～美しく輝いて生涯現役～	参加者	40人 (塾生29人)							
		第13回	8月29日	講師	株式会社 初恋の人探します社 佐藤あつ子氏	テーマ	限りなき挑戦!! ～人の想いをつなぐために奔走してきた24年 女性探偵が語る様々な人生ドラマ、心温まる真実のストーリー～	参加者	92人 (塾生31人)							
		第14回	10月24日	講師	山崎製パン株式会社 大阪第二工場 研修会	テーマ	すぐれた技術力と最新の設備を備えた工場を学ぶ	参加者	20名 (塾生20人)							
		第15回	12月 5日	講師	松原ペルル文化教室 榎村博子氏	テーマ	世界をまたにかけけるシルバードバイザー 元気を発信!! 折り紙に心をよせて～	参加者	55人 (塾生27人)							
		第16回	2月 6日	講師	松原市長 澤井宏文氏	テーマ	”日本一のまちづくり”に挑戦	参加者	92人 (塾生43人)							
		第13回	5月22日	講師	今後の「元気活力塾」に何を期待するか	参加者	25人 (塾生22人)									
第14回		7月24日	講師	松原市市民生活部 理事 田中 忠氏	参加者	26人 (塾生23人)										
第15回		9月25日	講師	松原市産業振興ビジョン	参加者	33人 (塾生29人)										
第16回	11月20日	講師	かおりちゃん緑茶 株式会社 宇治森徳 代表取締役 重田暁夫氏	参加者	23人 (塾生20人)											
第17回	1月22日	講師	株式会社 蓬菜本館 代表取締役 東 進明氏	参加者	22人 (塾生17人)											
第18回	3月26日	講師	株式会社 和歌山放送 代表取締役社長 中島章雄氏	参加者	20人 (塾生18人)											
<p>＜事業手法 (①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果) の具体的な連携・効果を記載＞</p> <table border="1"> <tr> <td>①府施策連携</td> <td></td> </tr> <tr> <td>②広域連携</td> <td></td> </tr> <tr> <td>③市町村連携</td> <td></td> </tr> <tr> <td>④相談相乗</td> <td> <p>業界の偏りがない講師選定により、新たな経営の課題点や課題を発見することができた。女性活力塾のメンバーで本業(収集運搬業)とは別に、新規事業(飲食店)を展開するに当り様々な問題の発見や予想が出来 問題解決に繋がったとの報告を受けた。開業については創業支援を行う。</p> </td> </tr> </table>									①府施策連携		②広域連携		③市町村連携		④相談相乗	<p>業界の偏りがない講師選定により、新たな経営の課題点や課題を発見することができた。女性活力塾のメンバーで本業(収集運搬業)とは別に、新規事業(飲食店)を展開するに当り様々な問題の発見や予想が出来 問題解決に繋がったとの報告を受けた。開業については創業支援を行う。</p>
①府施策連携																
②広域連携																
③市町村連携																
④相談相乗	<p>業界の偏りがない講師選定により、新たな経営の課題点や課題を発見することができた。女性活力塾のメンバーで本業(収集運搬業)とは別に、新規事業(飲食店)を展開するに当り様々な問題の発見や予想が出来 問題解決に繋がったとの報告を受けた。開業については創業支援を行う。</p>															
事業の実績 / 目標達成度	計画に対する実績 (数値)	支援企業数(計画)	65	支援企業数(実績)	90	支援実績率	138.4%	満足度	86.3							
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	指標	経営意欲の変化による意識向上(参加人数)													
		数値目標	30名/回	実績数値	27名/回	目標達成度	90.0%									
	成果の代表事例	PR時間を設けることで、事業概要等が分かり、商売に発展します。事例として、洋服販売を営まれているショーエイにて、服を購入されている塾生の方がおられます。														
	その他目標値の実績	目標値(計画)		目標値(実績)		目標達成度	#DIV/0!									
実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	<p>事業経営者等の人材育成交流の機会を増やすことによって、企業家の育成の場とし、また、同じ悩みを共有し、スキルアップの場となるように支援します。</p> <p>また、セミナーに、塾生ではないが、事業の経営に携わっておられる方にも参加していただいています。活力塾に入塾していただくように勧め、より一層、人材育成交流を図ります。</p>														

松原商工会議所

事業名		松原ブランド創出事業（まつばらギフト）							
想定する実施期間		年度～ 年度まで ※複数年度段階的実施事業は別紙にて計画を提出すること							
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	松原市内には隠れた特産品や逸品「松原ブランド」がまだまだ存在している。当事業ではそれらを一同に集め「松原ギフト」として発信する事で、その商品の新たな販売戦略と可能性を支援する。新商品のPRや既存商品の更なる販路拡大をコーディネートするビジネスチャンスの創造が地域小規模事業者の活性化に繋がると考える。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	「松原ブランド」として全国展開を望む企業や、地域資源の活用した「松原ブランド」の創造に着手する企業（全業種）							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>昨年は(平成23年)は松原市の紹介マップ『まつばらさんぽ』に於いて、市内の特産品6品目を紹介。今年は「まつばらブランド」として登録を希望した16品目の中から松原市が主催する『商品券事業』の“お年玉ギフト”として、特産品5品目の詰め合わせた『まつばらギフト』100セットを提案し、市民の方々に景品としてプレゼントした。</p> <p>その他、「ふるさと寄付」や「がんばる市民応援基金」の御礼の品としても採用された。更には観光事業の一環として実施した「写真コンクール」の賞品としても、当所が推薦する松原の名産品として（登録品目ら厳選）提供したところ高評価を得られた。これらの実績からより一層の「松原ブランド」の今後の期待されている。</p> <p>&lt;事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載&gt;</p>							
		①府施策連携							
		②広域連携							
	③市町村連携	第3回まつばらマルシェに於いて、コマツナ麺・合鴨カレーの販売促進を展開、「コマツナ麺やきそば」は初めて今回のマルシェで披露する。試食とアンケート調査を実施。商品券事業の一環として、松原ブランド5品目を「お年玉ギフト」として、100セットを市民にプレゼント。							
	④相談相乗								
事業の実績／目標達成度	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	10	支援企業数(実績)	9	支援実績率	90.0%	満足度	80
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	<p>新しい特産品等を全国に発信することで新たな可能性が生まれる。特色ある商品・技術力・サービス等を松原市内外に情報発信することにより松原市の知名度も高まり小規模事業者の活性化に繋がる。</p> <p>(事例) 松原ブランドを創出するに際し、当所がJA中河内と㈱〇〇に呼び掛け（BtoB）で誕生させた「健康こまつな麺」や更に「健康こまつな麺やきそば」は“松原ブランド”として、市内のスーパーの祭事で販売され両者にとっての業績確保と販路拡大に繋がっている。また、㈱〇〇においては新商品として通信販売も行なっている。「松原ブランド」の紹介が単発的な対応と成りがちであるが、このように継続した商品紹介が松原ブランドの構築に結び付くと期待したい。</p>							
		指標	松原ギフト登録企業						
		数値目標	10	実績数値	16	目標達成度	160.0%		
	成果の代表事例	<p>☆合鴨カレー・☆マツキーせんべい・☆味付海苔・☆ほうじ茶カプチーノ・☆パロマセット・3次元立体設計ソックス・河内の華・あんまっきい・☆コマツナ麺・☆河内合鴨・☆コマツナ麺やきそば・☆幸南食料（こだわり厳選セット）以上の12品目は「松原ブランド」としての知名度も上がり、各社の今後の展開が楽しみ。 (☆印9品目が今年度 松原ブランドとして支援した品目)</p>							
その他目標値の実績	目標値(計画)		目標値(実績)		目標達成度	#DIV/0!			
実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	<p>今年度は、『お年玉ギフト特産品5品目の詰め合わせ』や『まつばらマルシェでの試食販売』『マッキーフェアでの特別販売』など松原市民の方々へのPRを中心に展開したが、&lt;&lt;聞いた事はあるが実物を見たのが初めてだ&gt;&gt;との声も多く、今後も各種のイベントに於いて松原ブランドとしてのPRを兼ねた特別販売を中心に展開したい。</p>							

松原商工会議所

事業名		小規模店舗集客事業						
想定する実施期間		24年度～ 年度まで ※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること						
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	物流システムの進化に伴い商品の原価や情報の多様化、消費者の大型店思考やネット通販の普及など、小規模小売店舗を取り巻く環境は極めて厳しく、何らかの活性化支援が必要と思われる。そこで、消費者の購買意欲を刺激するイベントの実施やセミナー等の開催による小売店の資質向上を目的とした商業活性化事業の実施。						
	支援する対象 (業種・事業所数等)	松原市内小売店(卸売・小売業、飲食業、サービス業計約1,400社)及び商店会連合会所属の商店会11団体と小売市場4団体						
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	「100円商店街について」 開催日時 平成24年7月19日(木) 19時30分～21時30分 開催場所 松原商工会議所2階会議室 講師 NPO法人 ANP 齋藤一成理事長 「100円商店街実地見学」 開催日時 平成24年10月13日(土) 9時～11時 開催場所 粉浜商店街 「まつばら100円笑店街事業」 開催日時 平成25年1月19日(土) 10時～ 開催場所 松原市天美地域の商店街 今回出品された100円商品は約70点の商品の中には、客の目の前でお米を2合計って100円で販売するところや店主にじゃんけんで勝利すれば、腕時計電池交換100円などお客様に楽しんでいただける商品を出品する事業所もありました。事業PRとして前日に商店街を中心に3万枚の新聞折込を行い、また当日は参加店にのぼりをあげて消費者にPRを行いました。						
		<事業手法(①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果)の具体的な連携・効果を記載>						
		①府施策連携						
		②広域連携						
③市町村連携	松原市の広報媒体のシティーメールで100円笑店街実施を案内する等の連携を図りました。							
④相談相乗	事業手法を経営指導員の巡回によって周知していきました。今年度はカルテ化にいたりませんでした。							
計画に対する実績(数値)	支援企業数(計画)	30	支援企業数(実績)	58	支援実績率	193.3%	満足度	85
事業の実績/目標達成度	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	「100円商店街について」 NPO法人AMPより齋藤一成理事長を招き、「100円商店街」実施手法について勉強会を実施しました。通常商品をいかにして購入してもらうかなどの内容の講演を行った。13社・13名の参加がありました。イベントの活用方法や事業手法について理解してもらうきっかけとなった。 「100円商店街実地見学」 実際に100円商店街を見学することで、100円でどのようなモノをどんな発想で販売しているかを見学するために実施しました。実施商店街の店主からの声を聞くことで事業手法について理解を深めもらうために実施しました。9社9名の参加がありました。 「100円笑店街事業」 1月19日に午前10時開始で実施しました。通行量は劇的に増加したものの、「100円商品販売の接客に気をとられ、通常商品の販売に結びつけることが、できなかった」や「通行量が想定以上ですぐ100円商品が欠品したので、もっと100円商品を用意しておけばよかった」など前向きな回答が多						
		販売促進への取組み意欲向上割合						
		数値目標	70%	実績数値	67.80%	目標達成度	96.9%	
	成果の代表事例	事業を通して新規顧客の獲得及び発掘そして賑わいを生み出すきっかけとなりました。100円商品の販売を通して通常商品の販売に繋げている事業所もありました。通常の土曜日来店数が20%増の事業所も多かったです。						
その他目標値の実績	目標値(計画)	72	目標値(実績)	58	目標達成度	80.6%		
	商店会連合会及び単組商店会をとおして100円商店街の勉強会を呼びかけをおこないました。また単組商店会には理事を通じて事業の周知をおこないました。							
実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	勉強会や実地見学に参加できなかった事業所に意見を聞くと、営業時間中は参加しにくいなどの意見がありました。代表者のみで経営している店舗に対し、いかに情報提供をしていくかが今後の課題です。また勉強会の会場を実施商店街の店主が参加しやすい環境での実施を検討する必要があります。また100円商店街の実施にあたり、初めての実施で通常商品の販売に結びつける販売方法について支援していきます。						

松原商工会議所

事業名		産業フェアinまつばら2012南河内産（モン）								
想定する実施期間		### 年度～ 未定 年度まで ※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること								
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	松原商工会議所と南河内地域の6商工会と連携を取り、南河内地域の企業を中心にした商品・製品・技術力のPRの場を提供し、ビジネスチャンスの発見と獲得、販路拡大、広域企業間連携など、南河内地域の新たな取引を生み出すことを目的として実施する。販売を可能としている出展企業も多くBtoCの状況が濃いため、その現状を踏まえ南河内産（モン）を知って頂く機会として実施すること。								
	支援する対象 (業種・事業所数等)	商工会議所、商工会地域の事業所 (大阪産（モン）の認可を受けた商品を中心に展開する。)								
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	【会期】 平成24年11月10日・11日（2日間） 【場所】 松原市民体育館前駐車場 松原商工会議所、柏原市商工会、河内長野市商工会、藤井寺市商工会、富田林商工会、羽曳野市商工会、大阪狭山市商工会が共に協力して特色ある企業の商品・製品・技術力のPRを行うことで南河内産（モン）の新たな魅力を引き出し、来場者に企業イメージを植え付け新たな消費を喚起すると共に参加企業間の交流、ビジネスチャンスもはかるイベントとしたい。また、来場者には南河内地域の企業イメージのPRを行う。								
		①府施策連携								
		②広域連携	河内長野市商工会(2社)、羽曳野市商工会(3社)、富田林商工会(3社)、大阪狭山市商工会(3社)、藤井寺市商工会(2社)、柏原市商工会(2社)							
③市町村連携										
	④相談相乗									
事業の実績／目標達成度	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	50	支援企業数(実績)	37	支援実績率	74.0%	満足度	70	
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	松原市及び近隣の市からの来場者数が多く、参加企業の宣伝になった。出展企業の満足度は、70%であり、企業イメージアップと商品・製品のPRに繋がった。 ※ 松原市立体育館前駐車場において、大型テントを設置して開催した。昨年とは違い来場者の導線を分かりやすくシンプルにしたが駐車場車止めの影響で支援企業数（計画）より実績が少なくなった。しかしながら、このレイアウト変更は出展企業からも好評であった。								
		指標	販売手法の工夫と意識変化							
		数値目標	50	実績数値	37	目標達成度	74.0%			
	成果の代表事例	用意した商品が完売した。来場者に対して、自社のPR、自社製品のPRをすることができた。また、出展企業からは来年も出展しますとの返事もいくつかいただけた。								
その他目標値の実績	目標値(計画)	3,000	目標値(実績)	3800	目標達成度	126.7%				
実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	今回もまつばらマルシェと同時開催で多数の方に展示及び販売に来場してもらえた。来場者の導線を分かりやすくかつシンプルにした結果、来場者も構えることなく立ち寄り出展企業からも好評の声をいただいた。しかし、初日は晴天に恵まれるが二日目はあいにく午前中からの荒天で来場者数にも影響が出た。さらに、防犯対策が不十分で警備費が高んだ。その他、出展企業の配置（レイアウト）も企業の声を反映する。								

松原商工会議所

事業名		南河内商談会							
想定する実施期間		2007 年度～ 未定 年度まで ※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること							
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	技術力はあるものの営業力が乏しく新規開拓が難しい企業に対し、マッチングの場を提供することにより、将来の取引に結びつけることで小規模企業・中小企業の経営安定に役立てたい。また、先般の円高による海外進出に歯止めをかけ、産業の空洞化を防止したい。 一方、日用品や食品関係においては「売りたい商品」「世に出したい商品」を大型店等の仕入担当者やバイヤーとの商談機会を提供し、今後の取引の可能性を見出し、経営安定に役立てる。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	受注企業約35社(南河内ものづくり商談会18社、商品商談会17社) [ものづくり部門]～南河内の地域特性をもとに、金属加工・フライス加工・建築金物製造業者 [食料品・日用品部門]～PB商品、農産物・南河内の特産品							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	9月6日(木)に、ものづくり商談会と商品商談会を合同で開催する“南河内大商談会”を実施。ものづくり商談会では、大手・中堅の発注企業5社に対して13社が商談に望み、27商談を行った。商品商談会では、大手サプライヤー2社のバイヤーに対して7社が商談に望み、12商談を行った。 本事業は松原市を含む南河内地域の6商工会と連携し、地域のものづくり企業(中小零細の金属加工や樹脂加工が大半)を支援することにより、地域に根ざした真の活性化を目指している。 また、大手企業ならではの業界動向を知るチャンスや、具体的なニーズ調査の場としても活用も目的としている。 <b>&lt;事業手法(①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果)の具体的な連携・効果を記載&gt;</b>							
		②広域連携	南河内エリアの6商工会(柏原・河内長野・藤井寺・富田林・羽曳野・大阪狭山)と連携し、地域に根ざした活性化を目的として参加企業先を募集する。 ミスマッチが発生する可能性を減らす方法として、ものづくり商談会については事前に発注企業より発注品目リストを提示いただくことと、受注企業(参加側)の会社概要を提出いただく。商品商談会についても、売り込みをしたい商品の概要を事前に提出いただき、バイヤーに情報提供を行った。						
事業の実績／目標達成度	計画に対する実績(数値)	支援企業数(計画)	40	支援企業数(実績)	21	支援実績率	52.5%	満足度	80
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	単に商談だけを行い、受発注契約が締結できたかどうかだけではなく、各担当者と情報交換を積極的に行う意義を感じ取っていただいた。情報交換を行う中で、普段そう簡単にはアポイントを取れない大手・中堅企業の業界動向を知ることが出来たり、市場のニーズや参加企業自身の課題を発見する良い機会となった。 実際に、「多くの企業と話をすることが出来たので、すぐに受注契約の締結に至ったわけではないが、満足している」「業界内部の事情が分かり、参考になった」との報告も複数受けている。							
		指標	見積件数						
		数値目標	10	実績数値	7	目標達成度	70.0%		
	成果の代表事例	送風機や乾燥機といった比較的大型機械の設計・製作を行い、ユニットとして提供できることをセールスポイントとしている参加企業が、旋盤・フライス加工業者と月々〇〇円の受注契約を締結するに至った。							
その他目標値の実績	目標値(計画)		目標値(実績)		目標達成度	#DIV/0!			
実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	一番の課題は、参加企業数を増加させることである。昨年度は、[ものづくり商談会]と[商品商談会]とを別々に計2回開催したため参加企業数も多く、今年度の目標値を比較的高く設定した。しかしながら、今年度は2つの商談会を合同で1日で開催したこと、また、ものづくり部門における発注企業数および食料品・日用品部門におけるバイヤー数が少なかったことが起因して、参加企業数が目標値を下回ってしまった。 それでも、実際に受注契約の締結に至ったという成功事例もあるので、課題だけが残った事業ではないことは確かである。 従って、次年度開催に向けて、発注企業・参加企業ともに早期の段階からPR・募集をかけて、周知の徹底を図りたい。そして、参加企業数を増加させると共に事業自体の精度も追求していく。							