

平成31年度 事業実績報告書

申請者の概要

| | | | |
|--|---------|--|------------------------|
| 申請者 | 団体名 | | 藤井寺市商工会 |
| | 代表者職・氏名 | | 会長 濱 幸一 |
| | 所在地 | | 〒583-0027 藤井寺市岡1-2-16 |
| | 担当者 | 職・氏名 | 事務局長 尾松 啓祐 |
| | | 連絡先 | 電話番号（直通）： 072-939-7047 |
| Fax: 072-952-3118 | | | |
| | | E-mail: fuiisho@f-sukiyanen.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 | | 昭和37年6月14日 9名（8名）（令和2年3月31日現在） 藤井寺市 2, 665（平成28年経済センサス活動調査による） 1, 924（平成28年経済センサス活動調査による） 1, 165（43.71%）（令和2年3月31日現在） | |
| □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、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、共進会を開催し、又はこれらの開催のあっせんを行うこと。 ⑥ 商工業者の福利厚生に資する事業を行うこと。 ⑦ 商工業に関する施設を設置し、維持し、又は運用すること。 ⑧ 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。 ⑨ 行政庁等の諮問に応じ答申すること。 ⑩ 行政庁から委託を受けた事務を行うこと。 ⑪ 社会一般の福祉の増進に資する事業を行うこと。 ⑫ 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。 ⑬ 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。 ⑭ 会員の為の外国人技能実習制度に基づく技能実習生の受け入れ業務を行うこと。 ⑮ 職業紹介事業を行うこと。 ⑯ 前各号に掲げるもののほか、その他商工会の目的を達成するために必要な業務を行うこと。 | | | |

藤井寺市商工会

(1) 事業の目標

経営相談支援事業として巡回及び窓口で事業者の抱える課題を的確に把握し、その課題を解決するために必要となる情報の提供及び必要に応じた施策の紹介又は専門家へのつなぎ支援を行う。また、事業者の相談内容から判明する隠れた課題を見つけ出し、解消への道筋を示すなどワンストップサービスを充実させることにより、相談事業所の経営の安定、発展に寄与することを目標とする。

専門相談支援事業として経営相談では解決が難しい高度な課題の解決を図るため、各分野の専門家による予約制の個別相談会を実施した。

地域活性化事業として地域の求める課題の解消が見込める支援を行えるよう情報の収集と提供に努める。同時に事業を通じて地域だけでなく、対象事業者の企業自身の成長を促せるような支援を目標とする。

(2) 事業を実施した具体的な内容、方法及び工夫した点

経営支援事業として月に1回発行する商工会ニュースや巡回及び窓口での指導を通じ、各種情報の提供及び周知徹底に取り組んだ。

専門相談支援事業として事業者が抱える高度かつ複雑な課題の解決を図るため、原則として毎月1回の専門家による相談日を設け、また、相談が集中する期間には専門家を増員して対応した。

地域活性化事業として地元商業者を中心にPRを行い、広く参加者を募った。また、活性化事業の集客増と周知徹底の相乗効果を狙い行政機関、地元大学やミニコミ誌等のマスコミと連携して活性化事業をPRした。地域活性化事業には実行委員会を設置し、参加者自身も企画・運営に参加して自らが地域活性化に関われるようなしくみ作りにも取り組んだ。

(3) 事業を実施した効果、所管地域の活性化の状況

本市の管内は、小売業やサービス業が多くその中でも小規模事業者の割合が非常に高い。その為、経営相談事業は金融・労務・税務を中心に相談内容が多岐にわたっている。これらの相談に応じるためにも複数にわたる分野の情報を共有し、その場しのぎではなく将来に及ぼす影響まで考慮した支援が必要となっている。ここで解決できない高度かつ複雑な課題は専門相談支援事業を活用したり、直接専門家に相談するなどしてできるだけワンストップサービス対応を心がけた結果、相談者からは高い満足度の回答を得ることができた。

地域活性化事業は、商業者を対象としたにぎわい創出と人材育成に重点を置いて取り組んだ。特に藤井寺駅前核となるイオンモールがオープンし、更に百舌鳥古市古墳群が世界文化遺産に登録されたことを機会として新事業「古市古墳群と六社寺巡りスタンプラリー」が実施できたことは、イオンモール藤井寺ショッピングセンターが建て替え工事のため、一時的に閉鎖されていた客の流れが戻ってきた効果があった。これまでふじいでらバルや得する街のゼミナールを開催し、商店街に人の流れを呼び込むにぎわい創出事業などの各個店の魅力を増加させ広くアピールする事業に取り組んでいくこととの相乗効果もあった。それぞれの事業に参加された方からも次回開催を望む声が多く聞かれ、参加事業所も次回に向け改善点や改善方法などを自主的に考案するところもあり効果としては大きなものであった。

(4) 事業を実施した結果浮かび上がった課題

経営相談支援事業や地域活性化事業の利用者及び参加事業所からは、それなりの成果及び実績を残しているが、業種や事業所の立地条件などによっては利用度や参加事業所数の少ないところも見受けられる。

新事業「古市古墳群と六社寺巡りスタンプラリー」を今後どのように展開していくかが課題である。この事業を通じて連携を深めた組織団体がいかに知恵を出し合うかが重要である。藤井寺駅、道明寺駅周辺の買い物客増加へ向けて、短期的な対策は講じられているものの中長期的な対策がなく、人の流れを引き留める工夫が必要となる。

事業所からの相談も多岐にわたり、ワンストップサービスを実現するためにも職員の資質向上が不可欠となるが、新たな職員が増え相談に応じ解決までに必要となる時間が増える傾向にある。

(5) 来年度への取り組み

上記課題を解決する取り組みとして、潜在的な課題の掘り起こしと、より商工会活動の周知徹底を図るために、積極的な巡回と広報・PR活動を充実させる。特に新たな職員が相談指導に従事する場合にも、業務内容を理解し支援内容を低下させないためにも内外を問わず広報・PRによる周知に重点を置く。

商業・駅前活性化事業であるが、内容や取り組みが浸透しつつある。参加者も、よりよく発展させるため意見を持ちよりつつある。今後も駅前を中心に活性化対策を講じるが、参加する事業主に対しても能動的に活性化対策へ関与していくよう意識改革にも継続して取り組みたい。

藤井寺市商工会

I 経営相談支援事業

支援のポイント・成果

市内事業所のうち、小売業とサービス業でほぼ半数を占め、従業員が2名以下の事業所もおよそ80%となっている。これらの小規模事業者の抱える課題を迅速に解決するため、経営指導員自身の資質の向上と各種支援機関との連携が必要となってくる。また、相談内容から相談者自身が気づいていない隠れた課題を見つけ出して、将来的にどのような問題点を含み、どのように解決すべきかといった全体を俯瞰した課題解決手法にも取り組み、当初予定していた目標数値を上回る実績を残すことができた。

各種支援機関・専門家との連携は、日々の巡回・窓口での相談業務のうち経営指導員がこれまでの経験を踏まえても即時に回答することができない課題や、法改正などにより詳細な知識を必要とする課題を解決するために行った。金融支援では日本政策金融公庫や大阪信用保証協会、労務支援では年金事業所や公共職業安定所、労働基準監督署などと連携を密にすることにより、よりタイムリーかつワンストップサービスでの情報提供・問題解決を実現することができた。

【代表的な事例】

メイドインジャパンの技術と知識を活かし、自社の商品（古墳をモチーフにしたイヤリング等）の販路拡大をしたいと相談があり、百舌鳥古市古墳群が世界文化遺産の登録を受けたことを機会としてとらえ、藤井寺市観光案内所「ゆめぷらざ」へ藤井寺のおみやげ物産として出店してはどうかと勧めた結果、売上は少しずつ増加し認知度は高まった。また、これがきっかけで泉州庵、もす庵などお土産ショップからの引き合いがあった。また、イヤリングだけでなく古墳をイメージしたバッジなどの製作も企画を検討するようになり、今後もサポートを希望されており、相談に来てよかったと言っていた。

| 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 | 260 | 285 | 109.6% | 5 |
| 支援機関等へのつなぎ | 支援数 | 10 | 7 | 70.0% | 3 |
| 金融支援（紹介型） | 支援数 | 20 | 1 | 5.0% | 3 |
| 金融支援（経営指導型） | 支援数 | 40 | 38 | 95.0% | 4 |
| マル経融資等の返済条件緩和支援 | 事業所 | 1 | 0 | 0.0% | 0 |
| 資金繰り計画作成支援 | 事業所 | 1 | 0 | 0.0% | 0 |
| 記帳支援 | 事業所 | 50 | 19 | 38.0% | 3 |
| 労務支援 | 支援数 | 100 | 168 | 168.0% | 5 |
| 人材育成計画作成支援 | 事業所 | 1 | 0 | 0.0% | 0 |
| マーケティング力向上支援 | 事業所 | 10 | 0 | 0.0% | 0 |
| 販路開拓支援 | 支援数 | 2 | 29 | 1450.0% | 5 |
| 事業計画作成支援 | 支援数 | 35 | 16 | 45.7% | 3 |
| 創業支援 | 事業所 | 1 | 1 | 100.0% | 5 |
| 事業継続計画（BCP）作成支援 | 事業所 | 1 | 1 | 100.0% | 5 |
| コスト削減計画作成支援 | 事業所 | 1 | 8 | 800.0% | 5 |
| 財務分析支援 | 事業所 | 1 | 2 | 200.0% | 5 |
| 5S支援 | 事業所 | 1 | 2 | 200.0% | 5 |
| IT化支援 | 事業所 | 1 | 0 | 0.0% | 0 |
| 債権保全計画作成支援 | 事業所 | 1 | 0 | 0.0% | 0 |
| 事業承継支援 | 事業所 | 5 | 3 | 60.0% | 3 |
| 災害時対応支援 | 事業所 | 0 | 0 | 0.0% | 0 |
| 結果報告 | 事業所 | 260 | 285 | 109.6% | 5 |

II 専門相談支援事業

支援のポイント・成果

事業所から寄せられる様々な相談内容のうち、高度かつ複雑な課題に対応するためそれぞれの分野の専門家による支援を実施している。法務支援は弁護士、労務支援は社会保険労務士、金融支援は日本政策金融公庫から融資担当者を派遣していただき、毎月1回予約制による相談に応じた。いずれもアンケート調査において高い評価を得ることができている。税務相談は税理士による相談を他の相談と同様に毎月1回の予約制としているほか、確定申告時期には近畿税理士会富田林支部藤井寺地区の税理士による協力のもと、終日相談可能な環境を提供していただき、譲渡や相続、消費税の対策など事業者の関心が高い内容の相談について即時に対応できている。

| 事業名 | 新規/継続 | 指標 | 目標数値 | 実績数値 | 達成率 | 事業評価 |
|------|-------|------|------|------|--------|------|
| 法務支援 | 継続 | 相談日数 | 12 | 12 | 100.0% | 5 |
| 税務支援 | 継続 | 相談日数 | 32 | 32 | 100.0% | 5 |
| 労務支援 | 継続 | 相談日数 | 12 | 12 | 100.0% | 5 |
| 金融支援 | 継続 | 相談日数 | 12 | 13 | 108.3% | 5 |

藤井寺市商工会

Ⅲ 地域活性化事業

支援のポイント・成果

地域活性化事業は、継続して実施しているふじいでらバルや得する街のゼミナルなどは参加店舗、参加者とも内容を理解したうえで参加してもらえており、うまく活用され一定の評価を得ることが毎回できた。にぎわい創出事業は、イオン藤井寺ショッピングセンターのオープンとともに百舌鳥古市古墳群が世界文化遺産に登録されたことをきっかけに、新事業「古市古墳群と六社寺巡りスタンプラリー」が実施でき、集客力の増加として大きく効果があった。

人材不足を解消する手法として人材確保セミナーを実施した。国が推進するキャッシュレス導入を紹介するためにマーケティングの観点からの視点を変えたセミナーを実施した。更に、多様化する労働に対応するために経営者に活用方法を知ってもらうセミナーを実施した。それぞれ、受講してもらった事業所では改善に取り組みたいという回答をいただくことができた。

令和2年度ではこれらの経験を踏まえ、また、法改正で注目されている同一労働同一賃金、JPQRを活用したマイナポイントの店舗開拓を目的としたキャッシュレス次の一手セミナーなどを予定し、できる限り一過性のものではなく、テーマを継続して情報の提供に努めていきたい。

(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 |
|-------|------------------------|--------|------|--------|-----------|----------------------------------|-----|-----|--------|------|
| | 商業活性化事業ふじいでらバル | 60 | 46 | 76.7% | 77 | 新規来客が増加した店舗の割合 | 80% | 92% | 115.0% | 5 |
| | 得する街のゼミナル | 30 | 26 | 86.7% | 83 | 新規顧客開拓、街の賑わいに役立たと回答した事業所の割合 | 80% | 83% | 103.8% | 5 |
| | 駅前商店街にぎわい創出事業 | 4 | 4 | 100.0% | 90 | 買い物客が増加したと回答した店舗の割合 | 80% | 90% | 112.5% | 5 |
| ○ | 人手不足解消！人材確保セミナー | 20 | 14 | 70.0% | 86 | 人材確保にあたってのプラン作成や見直しを行いたいと回答した企業 | 70% | 71% | 101.4% | 5 |
| ○ | キャッシュレス化推進セミナー | 20 | 16 | 80.0% | 86 | キャッシュレス化を導入してみたいと回答した割合 | 70% | 81% | 115.7% | 5 |
| ○ | 働き方は1つじゃない～働き方の多様化セミナー | 20 | 14 | 70.0% | 81 | アンケートで「理解できた」「改善する(する予定)」と回答した割合 | 70% | 86% | 122.9% | 5 |
| | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | |

(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 |
|-------|-----|--------|------|-------|-----------|-------|-----|----|-----|------|
| | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | |

※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。

藤井寺市商工会

| | | | | | | | | |
|---------------|---|---|-----------|-------|-------|--------|-----|----|
| 事業名 | | 商業活性化事業 ふじいでらバル | | | | | | |
| 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) | 藤井寺駅前には通勤・通学客の利用が沿線では阿部野橋駅に次いで多いが、駅前で飲食する方はそれほど多くない。同様に土師ノ里駅や道明寺駅でも外で飲食する方が少なく、駅前の飲食店を利用する方は少ない。駅前を中心に多数ある飲食店を知ってもらい、これらの飲食店を気軽に利用できるような仕組みの構築を目指す。 | | | | | | |
| | 支援する対象 (業種・事業所数等) | 藤井寺駅・土師ノ里駅・道明寺駅周辺および藤井寺市全域の飲食店 | | | | | | |
| | 実施時期・具体的な内容及び事業手法 | <p>毎年10月末には、藤井寺駅周辺でのイベント開催があり、このイベント「デラハロ」では約1万人近い集客がある。例年、このイベントと同日にデラバルを開催していたが、昨年度に引き続き今年度も1週間ずらし、11月1日～3日の金・土・日の3日間で開催した。チケット5枚綴りを1冊として販売し、藤井寺全域の参加店舗を飲み歩くイベントであるが、スイーツのお持ち帰りやお酒の飲めない方でも楽しめるメニューを出す店が増え、バル参加店も毎年多様化してる。今年は美容室の参加もあった。</p> <p>平成27年度より近鉄タクシーに協力して頂き、今年度も引き続いてバルチケットをタクシーに利用できることとなり、バル参加客が遠方の参加店まで足を運ぶことが出来た。市内全広報板に広告を掲載し、市役所の入り口にも各参加店の情報を掲載、パンフレットは藤井寺駅前中心に約500枚を配布し、各大手スーパーや商工会、ゆめぷらざ、市役所、藤井寺駅に設置。タウン情報誌「ぱど」への折り込みを行い、21,027枚を羽曳野市・松原市に配布した。</p> <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> | | | | | | |
| | ①府施策連携 | | | | | | | |
| | ②広域連携 | | | | | | | |
| ③市町村連携 | 近鉄タクシー株式会社やチョーヤ梅酒株式会社など、協賛企業から継続して支援を得ている。市の広報板への掲載も参加店募集時と開催前の二度行い、行政からも積極的にバルの周知宣伝の手助けがあった。 | | | | | | | |
| ④相談相乗 | | | | | | | | |
| 計画に対する実績 (数値) | 支援企業数(計画) | 60 | 支援企業数(実績) | 46 | 支援実績率 | 76.7% | 満足度 | 77 |
| 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) | <p>今年度のチケット売上は1,356冊となり、過去の販売冊数は平成25年度692冊、平成26年度1回目(5月)671冊、2回目(10月)928冊、平成27年度1,098冊、平成28年度1,141冊、平成29年度1,350冊、平成30年度1,547冊となっている。今年度販売冊数が減少した理由としては昨年度に比べ参加店舗が減少したことにより実行委員側が店のパニックを避けるため当日チケットの販売を限定した為である。断ったチケット販売を考えると昨年の販売冊数を上回っていた。これらから毎年参加者数が増加しており、周知も出来ていることが分かる。バル客は「今までに入店したかったがきっかけのなかった店」へ、バルチケットを持つことによりスムーズに入店できることから新規顧客の開拓に繋がっている。藤井寺市内に46の参加店舗があり、藤井寺駅界隈などは店頭に掲げるポスターやのぼりで一体感を出すことが出来、前週のデラハロ(ハロウィンイベント)もあって街全体がイベントムードを醸し出すことが出来た。チケット販売冊数の増加に対し、未提供食数が減少傾向にある為、店・バル客へのふじいでらバルのシステムも定着しつつある。初参加の店舗には多くの行列ができ、客側も藤井寺市内の店の開拓のツールとして定着している。</p> | | | | | | |
| | 指標 | 新規来客が増加した店舗の割合 | | | | | | |
| | 数値目標 | 80% | 実績数値 | 80.4% | 目標達成度 | 100.5% | | |
| 成果の代表事例 | バル開催前にバルのピラ配りと一緒に店の宣伝を事前に行った結果が出た。現スタッフが経験した事のない来客数があったためオペレーションの向上がみられた。少なくとも新規客であろうお客様の来店があった為店の宣伝が出来た。 | | | | | | | |
| その他目標値の実績 | 目標値(計画) | | | | | 目標達成度 | | |
| | 目標値(実績) | | | | | 目標達成度 | | |

| | | |
|------|--|---|
| 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) | 藤井寺市内への周知や知名度は平成24年度から継続して開催し、次回で10回目を迎えることから上昇しておりばどへの折り込みだけでなくSNSメディアやテレビ番組を利用し、更なる市外への周知の手段を改めて構築する必要がある。参加店が中心となって実行委員として活動することが多くなっているのでブレインストーミングを行い、グルーピングし、PDCAを繰り返して意見を尊重し、実現していきたい。 |
|------|--|---|

藤井寺市商工会

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|--------------|---|--|-----------|-----|-------|--------|-----|--------|------------------------------|-------|--|--------|-------------------------------------|-------|--|------|-----|-------|--------|
| 事業名 | | 得する街のゼミナール | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 想定する実施期間 | | 26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) | イベント当日の集客はできていてもお客様の固定化にはつながらず、商店が疲弊しており、新たな活性化事業が必要とされている。「得する街のゼミナール」は、藤井寺市内の商業の活性化を目指す。一過性の人集めではなく、個店にお客様が来て頂ける事業にする。そして個店の活性化を通じて街の賑わい作りをする。 | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | 支援する対象 (業種・事業所数等) | 藤井寺の小売りやサービス業を中心とした事業者 | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | 実施時期・具体的な内容及び事業手法 | <p>第11回令和元年7月13日(土)～8月25日(日) 第12回令和2年1月17日(金)～2月16日(日)の計2回開催。場所は藤井寺市内の店舗所在地、藤井寺市商工会、まちかど情報館ゆめぷらざ。個店にはこだわり、技術、知識、経験が豊富にあるが、それを知ってもらう機会が少なく、気軽に入店してもらう仕掛けづくりが必要である。「得する街のゼミナール」で、店主自身が講師となり、受講料無料(材料費がかかる場合がある)にてお客様に少人数制で講座や実践を行う。事前に予約いただいたお客様は、お店の商品やサービスに対する知識が得られ、信頼できるお店の開拓が可能となる。個店は新規顧客の開拓や、ニーズの把握ができ、街にとっては賑わいが生まれ、「三方よし」のイベントとなる。今年度のまちゼミでは、大人向け講座・子供向け講座・大人子供どちらも受講可能な講座と3種類の対象者設定を行った。第11回は夏休み期間中の開催ということもあり、子供が受講可能な講座を多く設け、子供向け講座5講座・大人も子供も受講可能な講座14講座・大人向け講座6講座を開講した。第12回は、大人むけ3講座、子供向け4講座、混合4講座となった。主なPR方法は、藤井寺市広報誌に掲載、パンフレットは藤井寺市の教育委員会と連携し市内の公立全小中学校の全校生徒に配布し、店頭配布、市内郵便局の窓口、市役所、市内大手スーパーマーケット、図書館、藤井寺駅等に設置。過去の参加者にはDMで送付した。</p> <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>藤井寺市広報へ掲載、市内の公立全小中学校の全校生徒へパンフレットを配布</td> </tr> <tr> <td>④相談相乗</td> <td>まちゼミに参加することで、自社製品やサービスのPRを行い、マーケティング力の向上を図り、お店のファン作り、新規顧客開拓へとつながる。</td> </tr> </table> | | | | | | ①府施策連携 | | ②広域連携 | | ③市町村連携 | 藤井寺市広報へ掲載、市内の公立全小中学校の全校生徒へパンフレットを配布 | ④相談相乗 | まちゼミに参加することで、自社製品やサービスのPRを行い、マーケティング力の向上を図り、お店のファン作り、新規顧客開拓へとつながる。 | | | | |
| | ①府施策連携 | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | ②広域連携 | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| ③市町村連携 | 藤井寺市広報へ掲載、市内の公立全小中学校の全校生徒へパンフレットを配布 | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| ④相談相乗 | まちゼミに参加することで、自社製品やサービスのPRを行い、マーケティング力の向上を図り、お店のファン作り、新規顧客開拓へとつながる。 | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 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) | 26 | 支援実績率 | 86.7% | 満足度 | 83% | | | | | | | | | | | |
| 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) | <p>自店にお客様が足を運ぶきっかけ作りとしてまちゼミを利用し、お店の良さや店主の人柄を少人数制の講座でじっくりと伝えることができ、店主とお客様の信頼を築くことができた。新規顧客の開拓や、周知広告、街の賑わい作りを求める店主側も、facebookのグループページを利用して、自主的に横のつながりを持ち、相互に宣伝しあう環境を大切にしている。地域密着型で長期的な宣伝効果はまちゼミにしかできないもので、新規参加を希望している店舗も開催前に3件ほどある。参加することで、自身のスキルアップやスタッフの教育にも役立っており、店全体に良い影響をもたらし、知識の深まりも図ることができている。まちゼミに参加する一般客は、その店にとってはほぼ7割が初来店客であり、後日礼状を送付したり季節のあいさつ状やキャンペーン・イベントのお知らせなどができる数が増えている。</p> <table border="1"> <tr> <td>指標</td> <td colspan="5">新規顧客開拓、街の賑わいに役立ったと回答した事業所の割合</td> </tr> <tr> <td>数値目標</td> <td>80%</td> <td>実績数値</td> <td>82%</td> <td>目標達成度</td> <td>102.5%</td> </tr> </table> | | | | | | 指標 | 新規顧客開拓、街の賑わいに役立ったと回答した事業所の割合 | | | | | 数値目標 | 80% | 実績数値 | 82% | 目標達成度 | 102.5% |
| | 指標 | 新規顧客開拓、街の賑わいに役立ったと回答した事業所の割合 | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | 数値目標 | 80% | 実績数値 | 82% | 目標達成度 | 102.5% | | | | | | | | | | | | | |
| 成果の代表事例 | <p>イタリアンを提供する飲食店Eは、従業員にまちゼミ講座の企画、受講予約の管理、当日の進行、アフターフォローを任せた。店主がすべてを行うのではなく、スタッフに一任することにより、責任感が生まれた。ランチ営業のお知らせを行い、まちゼミ受講者の再来店も確認できた。</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 | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

| | | |
|------|--|--|
| 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) | 令和2年度は引き続き夏ごろに子供向けを多く開講するまちゼミを実施予定(新型コロナウイルス感染症感染拡大防止の観点より、時期を改める可能性あり)。冬は例年、参加店舗の減少や冬休みとの連動がないことから子供の参加も少なくなるために新規店舗の勧誘や、まちゼミスタンプラリーを検討している。藤井寺市内へのPRはもちろんのこと、以前よりの課題である藤井寺市外へのPRを強化する。 |
|------|--|--|

藤井寺市商工会

| | | | | | | | | | |
|-------------|---------------------------------|--|---------------------|-----------|-------|--------|---|---------|--|
| 事業名 | | 駅前商店街にぎわい創出事業 | | | | | | | |
| 想定する実施期間 | | 26 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) | 藤井寺駅前北側の大型ショッピングモール建て替えが予定よりも遅れており、買い物客の商店街離れが懸念されている。藤井寺駅周辺の事業主、特に商店街を中心として顧客の取り込みと同時に駅周辺を回遊する人の流れを作り出すことが重要であるとの認識で一致している。藤井寺、道明寺の両地区のまちづくり協議会とも連携して市内商店街での買い物をする機会の定着を図る。 | | | | | | | |
| | 支援する対象 (業種・事業所数等) | 藤井寺及び道明寺地区の4商店街 (道明寺天神通り商店街、ハートフル91商店街、藤井寺一番街商店街、藤井寺駅前北商店街) | | | | | | | |
| | 実施時期・具体的な内容及び事業手法 | イオン藤井寺ショッピングセンターが令和1年9月に開店し、買い物客の流れが商店街に戻りつつあるところに、百舌鳥古市古墳群が世界文化遺産に登録されたことを機会として、藤井寺市内にある3つの古墳と6つの社寺(1つは羽曳野市)を巡る「古市古墳群と六社寺巡りスタンプラリー」を市内商店街の連合体である藤井寺市商店連合会として企画した。事業効果としては、9つのスタンプを集めてもらう間に商店街に立ち寄る客が増え回遊性が高まる。そして、9つのスタンプを全て集めると制覇となり、商店街の中にある藤井寺市観光案内所「ゆめぷらざ」へ持参し、商店街の名前が入った景品を渡す。更にガラガラ抽選ができ、当選者には、市内商店街で使用できる500円の商品券を渡し、ここでも市内商店街の回遊性が高まる。また、スタンプ台紙を市内小中学校全児童・生徒に配布することで、市内小中学校と商店街の結びつきができる。この企画は、以前から四天王寺大学経営学部と連携して、商店街マップとイベントを紹介する「こよみ手帳」を作成、配布していることもあり、大学生にもPRできる。この企画は、マンネリ化していた年末のガラガラ抽選に代わるものであり長期的に推進していく。 | | | | | | | |
| | | <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 | 古市古墳群と六社寺巡りスタンプラリーは、藤井寺市、藤井寺市教育委員会が後援となり、事業を推進する。 | ④相談事業相乗 | 藤井寺市商連連合会で会議を重ねることで、商店街の人たちと接点が増え、バルやまちゼミといった商工会の他事業にも関心をもってもらうことができる。 |
| 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) | 4 | 支援企業数(実績) | 4 | 支援実績率 | 100.0% | 満足度 | 90 |
| | 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) | 令和1年12月2日から令和2年3月3日までの期間、古市古墳群と六社寺巡りスタンプラリーを実施した。スタンプラリーの台紙は、商店街、藤井寺市内の小中学校、四天王寺大学、藤井寺市の公共施設を始め、1万枚程度配布し、市民に広く、商店街の存在を知ってもらうことができた。また、事業を進めるに当たり、商店街への来客数が増加した。更に、小学校と商店街との連携事業「儲かりマンデープロジェクト(小学生が商店街を訪問しお店のPRチラシを作成するもの)」、も生まれ、相乗効果があった。それだけではなく、6社寺(葛井寺、伴林氏神社、道明寺、道明寺天満宮、辛國神社、誉田八幡宮)と商店街との連携も強まり、今後、連携事業の発展が期待できる。商店街とイオン藤井寺ショッピングセンターの連携も強くなったことは、大きな成果があった。 | | | | | | | |
| | | 指標 | 買い物客が増加したと回答した店舗の割合 | | | | | | |
| | | 数値目標 | 80% | 実績数値 | 90% | 目標達成度 | 112.5% | | |
| | 成果の代表事例 | スタンプラリーの制覇者がゆめぷらざに訪れた数は、813名。その内、500円の商品券当選者が、438名(ハートフル91商店街 92、道明寺天神通り商店街 53、藤井寺一番街商店街 68、藤井寺駅前北商店街 71 ビス河南 66、イオン藤井寺ショッピングセンター 88)で当選確率53.87%と非常に好評であり、その結果、商店街に来店客増加の効果があった。 | | | | | | | |
| その他目標値の実績 | 目標値(計画) | | 目標値(実績) | | 目標達成度 | | | | |

| | | |
|------|--|---|
| 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) | 今回のスタンプラリーは、12月から3月までと寒い中で行ったので、今度は、温かい季節に企画したい。また、藤井寺市、学校、社寺、との連携を深め事業を遂行していきたい。 |
|------|--|---|

藤井寺市商工会

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|--------------|---------------------------------|---|-----------|-----|-------|--------|-----|-----|--|--------|--|--|--|--|--|--|--|-------|--|--|--|--|--|--|--|--------|--|--|--|--|--|--|--|-------|--|--|--|--|--|--|--|
| 事業名 | | 人手不足解消！人材確保セミナー | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 想定する実施期間 | | 31 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) | <p>少子高齢化が進む中、中小企業では人材不足がまさに顕在化しつつある。人材不足へ対応するため、中小企業では様々な取組みを行なっているが、納得のいく人材の確保には繋がっていないことが多い。特に医療福祉業、建設業、サービス業、運輸業などは人材不足の傾向が強く見られるように感じる。就業形態や賃金水準、在職労働者の年齢分布など、それぞれの分野の特性を会社がしっかり把握し、取組むべき雇用管理の内容を明確にすることが重要である。また、人材育成に関する制度が整っておらず、社員の成長が個人に委ねられ若手の成長が難しいという状況や、労働条件の内容や評価方法、処遇などが事業主・従業員ともに曖昧な認識のままになっている会社が多いという現状も課題である。ハローワークや各種団体が主催するマッチングイベントなどにも積極的に参加し、求職者が求めている条件や働き方などを自社の求人条件と見比べてみることも重要である。人材不足については、様々な要因が絡んだ結果であることを把握し、それぞれの会社が課題を見つけ解決に繋げるために、専門家のアドバイスが必要である。</p> | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | 支援する対象 (業種・事業所数等) | 中小企業、小規模事業者2,828社(平成26年経済センサス活動調査による) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | 実施時期・具体的な内容及び事業手法 | <p>令和元年11月27日(水)藤井寺市商工会館内研修室にてセミナーを実施。セミナーは全1回。市広報、商工会発行ニュース、窓口や掲示板などで参加募集を行なった。TLCC中筋社労士事務所より代表の中筋敏雄氏を招き、質疑応答も含め1時間半程度のセミナーを行なった。</p> <p>平成28年度に実施した「若手社員が育つ環境づくりセミナー」においては、事業主の意識改革がメインテーマであったが、今回は若者や高齢者を問わず人手が足りない現状に対しどのような原因があり対策がうてるのかを把握し、解決の糸口を見出せるようなセミナーを目指した。</p> <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 colspan="7">府施策連携労11番 大阪府就業促進課就業支援グループと連携を取り、採用者の受け入れ体制の整備や離職防止に繋がる会社側の配慮、労働条件の整理などについて情報共有し、採用と定着にあたって課題解決に取り組んだ。</td> </tr> <tr> <td>②広域連携</td> <td colspan="7"></td> </tr> <tr> <td>③市町村連携</td> <td colspan="7"></td> </tr> <tr> <td>④相談相乗</td> <td colspan="7"></td> </tr> </table> | | | | | | | | ①府施策連携 | 府施策連携労11番 大阪府就業促進課就業支援グループと連携を取り、採用者の受け入れ体制の整備や離職防止に繋がる会社側の配慮、労働条件の整理などについて情報共有し、採用と定着にあたって課題解決に取り組んだ。 | | | | | | | ②広域連携 | | | | | | | | ③市町村連携 | | | | | | | | ④相談相乗 | | | | | | | |
| | ①府施策連携 | 府施策連携労11番 大阪府就業促進課就業支援グループと連携を取り、採用者の受け入れ体制の整備や離職防止に繋がる会社側の配慮、労働条件の整理などについて情報共有し、採用と定着にあたって課題解決に取り組んだ。 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| ②広域連携 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| ③市町村連携 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| ④相談相乗 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 計画に対する実績(数値) | 支援企業数(計画) | 20 | 支援企業数(実績) | 14 | 支援実績率 | 70.0% | 満足度 | 86% | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 事業の実績／目標達成 | 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>就業規則や給与規定等が未整備であり、休暇も取れず長時間労働、チームワークを乱す従業員が存在し対応し辛くその影響で定着率を悪化させているなど、様々な部分に問題を抱えている会社が多いという現状を理解していただけた。求職者は、重きを置くポイントが休日数であることから、法定通りの休日数はもちろん、有給休暇を取得し易い環境であることや、休日出勤を減らすなど、職場の環境整備が求められる。また、社長の思いや社会への貢献方法を文章化し、明確な経営理念を従業員と共有することでよりよいコミュニケーション文化を作っていくことができる。環境整備について取組んだ事例を業種ごとに具体的な説明を受けたことで、参加企業は自身の会社へ落とし込むことができた。職場定着の指標として、退職理由の種類や就業者から見た人材定着に関する取組みの有効性の一例を知れたことが、参加した方にとって有益なセミナーとなった。</p> | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | 指標 | 人材確保にあたってのプラン作成や見直しを行いたいと回答した企業 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | 数値目標 | 70% | 実績数値 | 71% | 目標達成度 | 101.4% | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

| | | | | | | |
|------------------|--|---|--|-------------|--|-------|
| 成 度 | 成果の代表事例 | 職場定着の指標や採用管理について各業種の事例を踏まえ、就業規則の見直し等を行いたいと回答した事業所があった。 | | | | |
| | その他目標値の実績 | 目標値 (計画) | | 目標値 (実績) | | 目標達成度 |
| 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) | 人材確保についての事例やノウハウを理解いただけた今回のセミナーは、課題解決に繋げるための第一歩となった。次年度については、若手社員の職場定着に焦点をあてた労働環境改善を目標とするセミナーを行なう。採用コストの無駄や人材確保の手間を減らし、採用段階でのミスマッチ原因などを探ることで、若手社員の早期離職や労使トラブルの防止へ繋げることができる。 | | | | |

藤井寺市商工会

| | | | | | | | | | |
|---------------------------------|--|--|--|--------|-------|--------|-----|-----|--|
| 事業名 | | キャッシュレス化推進セミナー | | | | | | | |
| 想定する実施期間 | | 31 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) | <p>これまで商品代金決済は、現金精算以外の手法は考えられなかったが、交通系ICカードやスマートフォン端末を利用したキャッシュレス精算が広く浸透している。しかし、商店街や個店レベルではまだまだ活用されているとは言い難い。</p> <p>藤井寺市は小売・サービス業が多く、世界遺産登録が期待される百舌鳥古市古墳群をターゲットに国内外からの観光客も見込まれるため、これらの新たな顧客を獲得するツールとしてキャッシュレス化についての知識を得る機会を提供する。</p> | | | | | | | |
| | 支援する対象 (業種・事業所数等) | 藤井寺市内の小売・サービス業を中心とした小規模事業者約1,000社 | | | | | | | |
| | 実施時期・具体的な内容及び事業手法 | <p>「変化をチャンスに変える！IT・キャッシュレス活用術」</p> <p>【日 時】令和元年8月26日 18:00～20:00(質疑応答時間含む)</p> <p>【場 所】藤井寺市商工会 1F研修室</p> <p>【講 師】ヒューリット経営研究所 川野 太 氏</p> <p>藤井寺駅前でのイオン再オープンが間近に迫っており、顧客の流れができるのは歓迎であるがこれらの新規顧客を取り込むため、また10月以降の消費税複数税率導入後への、顧客ニーズへの対応として「キャッシュレス化」への取り組みは不可避であるため、セミナーを通じメリットや注意点の周知徹底を図る。</p> <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> | | | | | | | |
| | | ①府施策連携 | 府のキャッシュレス担当部署と情報を共有、制度や対処法を知ることによって事業所が抱える疑問点の解消を図る。 | | | | | | |
| | | ②広域連携 | | | | | | | |
| ③市町村連携 | | 市広報に掲載することで市民に幅広く周知を図る。 | | | | | | | |
| ④相談相乗 | | | | | | | | | |
| 計画に対する実績(数値) | 支援企業数(計画) | 20 | 支援企業数(実績) | 16 | 支援実績率 | 80.0% | 満足度 | 86% | |
| 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>キャッシュレスという言葉は知っているが、何をすべきか漠然としていて手を付けていないという事業所が多い中で、まず背景となる消費税軽減税率制度の概要をお話しいただいた上で具体的な対策の1つとしてキャッシュレスツールの説明をお話しいただいた。数多くのツール・決済事業者がある中で、なにが自分の事業所に向いているか、導入するならばどのように行うかという具体的な例示をお話しいただき、理解いただいた。</p> | | | | | | | | |
| | 指標 | キャッシュレス化を導入してみたいと回答した割合 | | | | | | | |
| | 数値目標 | 70% | 実績数値 | 81.00% | 目標達成度 | 115.7% | | | |
| 成果の代表事例 | 未導入の事業所に対しては導入時のメリットデメリットを把握していただき、既に導入している事業所に対しては今後販売促進などに繋げるとの返答も複数あった。 | | | | | | | | |
| その他目標値の実績 | 目標値(計画) | | 目標値(実績) | | 目標達成度 | | | | |
| | | | | | | | | | |

| | | |
|------|--|--|
| 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) | キャッシュレスの施策は期間限定のもの、追加されるものが多く把握するだけでも少なくない手間がかかる。新たな情報について随時発信する必要がある。 また期間限定キャンペーンが終了後、売上が低下させないための販売促進策を検討していく必要があり、今後開催予定のセミナーのテーマに検討する。 |
|------|--|--|

藤井寺市商工会

| | | | | | | | | | | |
|-------------|---------------------------------|---|----------------------------------|-----------|---------|-------|--------|-----|-------|--|
| 事業名 | | 働き方は1つじゃない～働き方の多様性セミナー | | | | | | | | |
| 想定する実施期間 | | 31 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) | 様々な理由で仕事以外に時間を使いたい、使わざるを得ない労働者は増えつつあり、1人1人の「仕事と仕事以外の生活の両立」を図ることが社員の満足度を高める方法の1つである。事業主には今年施行された法律の理解及び1人1人の社員の満足度を意識した施策を、労働者には働き方は1つではないという気付きを促し、社員の満足度の向上、離職率の低下及び幅広い人材の確保につなげる。 | | | | | | | | |
| | 支援する対象 (業種・事業所数等) | 管内の中小企業、小規模事業者 | | | | | | | | |
| | 実施時期・具体的な内容及び事業手法 | 「働き方は1つじゃない～働き方の多様性セミナー」 【日 時】令和元年10月3日 16:00～18:00(質疑応答時間含む) 【場 所】藤井寺市商工会 1F研修室 【講 師】社会保険労務士 武内 佳世子 氏 【内 容】 講師は労務に詳しい専門家に依頼する。 31年4月から施行される年次有給休暇の取得義務化及び令和2年4月より中小企業にも適用される残業時間の上限規制の解説、災害時の有給の適用法、多様で柔軟な働き方を実現する方法の1つとして「時短正社員」の小規模事業者の導入事例、多様な働き方を受け入れる職場マネジメントなどを説明していただく。 | | | | | | | | |
| | | <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 | 地域労働ネットワークと連携し、メールマガジン等で周知を図る。 | | | | | | | |
| ③市町村連携 | | 市広報に掲載することで市民に幅広く周知を図る。 | | | | | | | | |
| 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) | 20 | 支援企業数(実績) | 14 | 支援実績率 | 70.0% | 満足度 | 81% | |
| | 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) | 最初に働き方改革が必要になった背景と基本的な考え方、魅力ある職場づくりの方法として生産性向上と働き方改革が重要であるという説明を行った。企業の風土づくりにおいて中小企業は意識の共有がされやすいという強みがあり魅力ある職場づくり→人材の確保→業績の向上→利益増という好循環を作るため働き方改革による魅力ある職場づくりを目指していくための具体例を提示し参加者にアドバイスを行った。 | | | | | | | | |
| | | 指標 | アンケートで『理解できた』『改善する(する予定)』と回答した割合 | | | | | | | |
| | | 数値目標 | 70% | 実績数値 | 86.00% | 目標達成度 | 122.9% | | | |
| | 成果の代表事例 | 参加者からは「従業員と話し合いを行い、多様な働き方をサポートしていく参考になりました」等の意見をいただいた。 | | | | | | | | |
| その他目標値の実績 | 目標値(計画) | | | | 目標値(実績) | | | | 目標達成度 | |
| | | | | | | | | | | |

| | | |
|------|--|---|
| 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) | 労働者の働きやすさと会社側の労務管理の負担軽減は両立しえるが、定期的に従業員とのヒアリングを促すことで押し付けでないワークライフバランスの向上、離職率の低下など継続的な改善は重要である。 また今後対応していく必要があるものを順次把握・理解していく必要があるが理解度は事業者ごとのばらつきがあり、思わぬルール違反を避けると同時により魅力ある職場づくりに繋げるために次年度以降の取組みに検討する。 |
|------|--|---|