

令和7年度（2025年度）

## 実績報告書

### 1. 申請者の概要

|            |                         |
|------------|-------------------------|
| 団体名        | 柏原市商工会                  |
| 代表者職・氏名    | 会長 門谷 秀雄                |
| 所在地        | 〒582-0007               |
|            | 柏原市上市1丁目2番2号 アゼリア柏原5階   |
| 設立年月日      | 昭和36年05月01日             |
| 職員数        | 8                       |
| うち経営指導員数   | 7                       |
| 所管地域       | 柏原市                     |
| 管内事業所数     | 2,200（令和3年経済センサス活動調査）   |
| うち小規模事業者数  | 1,514（令和3年経済センサス活動調査）   |
| 会員数        | 1031（令和8年3月31日現在）       |
| 組織率        | 46.8%                   |
| 担当者職・氏名    | 局長 辻元 亜紀                |
| 連絡先電話番号    | 072-972-0881            |
| 連絡先メールアドレス | info@kashiwara-good.org |

#### □主な事業概要（定款記載事項等）

地区内における商工業の総合的な改善発達を図り、あわせて社会一般の福祉の増進に資し、もって国民経済の健全な発展に寄与することを目的とする。この目的を達成するため、次に掲げる事業を行う。目的を達成するため、次に掲げる事業を行う。

- (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、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っせんを行うこと。
- (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)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。
- (8)商工業者の福利厚生に資する事業を行うこと。
- (9)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。
- (10)行政庁等の諮問に応じて、答申すること。
- (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)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事業を行うこと。

**(1) 所管地域の産業経済の現状と課題**

本市は、令和6年11月末での面積は25.33km<sup>2</sup>、人口66,537人、世帯数32,847世帯であり、市の面積の約3分の2が山間部である。令和3年経済センサスでは、事業所数は約2,200件あり、そのうち製造業は380件で全事業所の17.2%、卸小売業は448件で20.3%、建設業は182件で8.2%、サービス業は939件42.6%である。地場産業としては、染色加工業、ぶどう栽培、ワイン製造などがある。染色に関しては、機械染め（プリント染）や安価な輸入品の影響などもあり、伝統的な注染法（手染め）の生産量は減少している。商業については、大和川を隔てて商圈が柏原地区と国分地区に二分化している。各商店街においては大型店の出店、空き店舗の増加、後継者不足による事業所数の減少、既存商店街の活性化を図ることが課題となっている。工業については生産用機械機器、業務用機械機器において優れた技術を有する事業者が多く、独自技術を有する製造業が地域経済牽引の担い手になるように育成する事。また市内産業を下支えする建築、建設業の人手不足やデジタル化の遅れ、市域の安定した雇用の創出などが課題である。

**(2) 所管地域の活性化の方向性（事業の目標）**

柏原市は、農業者のうち約8割がぶどう栽培をしており、ぶどう、ワインを核として、ワイナリー・飲食店・観光名所を繋ぎ合わせる事で市全体の魅力向上を目指す。商業面については、連合商店街・行政・地元大学・各関係機関との連携を図り地域観光資源を積極的に利用した活性化を図る。また既存商店街を中心市街地と位置づけ、地域の個店の魅力を継続的にPRすることで地域での購買力を促進していくため、柏原市とより一層の連携強化をはかり、各種支援などの取組みを継続する。

工業面では独自技術を持つ製造業、市内産業を下支えする建設・建築業を中心に地域経済を牽引するよう技術向上や販路開拓、人材の確保と育成、知的財産取得の支援に取り組む。

本市の人口は自然減と社会減が継続しており、地域の担い手不足、地域経済の縮小が懸念される。これらの課題に対し、後継者育成などの事業承継に加え関係機関との連携による人材発掘と求人企業を繋げることでより市域の地域経済の活性化に取り組む。

また昨今は小さな起業の創業者が多く見られる。新規創業による事業の成長は、これからの地域活性化に不可欠である。セミナーを開くことで創業に関する基礎知識や知的財産に関する基礎知識の支援に取り組む。

**(3) 事業を実施した効果**

経営相談事業では、経営指導員が巡回・窓口相談において迅速かつ丁寧な対応を行い、課題解決に努めた。近年は相談内容の複雑化・高度化が進んでいるが、専門相談を適切に活用することで、より早期の解決につなげることができた。また、景気の回復傾向を背景に、積極的な設備投資等に伴う資金調達相談が増加し、経営指導型・紹介型の支援が拡大した。

地域活性化事業では、「柏原ブランド化事業」として商業・工業の両面で事業を実施し、特に魅力発信に注力した。「創業セミナー」受講後のフォローとして、ステップアップ講座や2回のチャレンジショップ出店を通じた実践機会を提供し、創業者の着実な育成に寄与した。また、「企業知的財産活用事業」では、大阪産業局MOBIO事業部、INPIT-KANSAIと連携し、知的財産セミナーを開催した。参加事業所の課題解決のためのハンズオン支援も2社実施した。さらに、「ジョブマッチングフェア」を年4回実施し、市内大学との情報交換も行うなど人材確保支援を強化した結果、想定を上回る参加があり、実際の採用に結び付く成果も見られた。

**(4) 事業を実施した結果浮かび上がった課題・次年度への取り組み**

経営相談事業における事業承継支援については、本年度より本格的に取り組んだものの、多くの事業者にとって潜在的な課題にとどまり、巡回や窓口相談に結び付かないケースが見られた。このため、次年度は事業承継の日程調整や具体的な進め方について周知を強化すると共に、個別訪問による掘り起こしを行い、相談件数の増加を図る。また、支援事例や承継実績を蓄積・発信することで、他事業者への波及効果を高めていく。

人材確保支援について、「ジョブマッチングフェア」を実施したものの、企業が求める人材水準とミスマッチが課題として明らかとなった。次年度は新たに企業見学会や採用担当者同士が雇用に関する理解を深める機会を設ける事で、求職者の理解促進と応募意欲の向上を図り、内定者数の増加につなげる。加えて、各種支援施策においても、事業者の経営意識の向上を目的とした伴走型支援を強化し、主体的な取組みを促進していく。

柏原市商工会

| 前年度支援企業数 |                 | 250 社 |      |      |     |        |
|----------|-----------------|-------|------|------|-----|--------|
| 支援メニュー   |                 | 単位    | 当初計画 | 変更計画 | 実績  | 達成率    |
| 1        | 事業所カルテ・サービス提案   | 事業所   | 250  | 250  | 251 | 100.4% |
| 2        | 支援機関等へのつなぎ      | 支援数   | 10   | 10   | 1   | 10.0%  |
| 3        | 金融支援（紹介型）       | 支援数   | 6    | 6    | 7   | 116.7% |
| 4        | 金融支援（経営指導型）     | 支援数   | 25   | 25   | 33  | 132.0% |
| 5        | マル経融資等の返済条件緩和支援 | 事業所   | 0    | 0    | 0   | -      |
| 6        | 資金繰り計画作成支援      | 事業所   | 30   | 30   | 17  | 56.7%  |
| 7        | 記帳支援            | 事業所   | 40   | 40   | 61  | 152.5% |
| 8        | 労務支援            | 支援数   | 70   | 70   | 80  | 114.3% |
| 9        | 人材育成計画作成支援      | 事業所   | 6    | 6    | 4   | 66.7%  |
| 10       | マーケティング力向上支援    | 事業所   | 6    | 6    | 4   | 66.7%  |
| 11       | 販路開拓支援          | 支援数   | 30   | 30   | 37  | 123.3% |
| 12       | 事業計画作成支援        | 支援数   | 4    | 4    | 15  | 375.0% |
| 13       | 創業支援            | 事業所   | 6    | 6    | 1   | 16.7%  |
| 14       | 事業継続計画（BCP）作成支援 | 事業所   | 30   | 30   | 13  | 43.3%  |
| 15       | コスト削減計画作成支援     | 事業所   | 30   | 30   | 17  | 56.7%  |
| 16       | 財務分析支援          | 事業所   | 15   | 15   | 12  | 80.0%  |
| 17       | 5S支援            | 事業所   | 10   | 10   | 21  | 210.0% |
| 18       | IT化支援           | 事業所   | 10   | 10   | 1   | 10.0%  |
| 19       | 債権保全計画作成支援      | 事業所   | 0    | 0    | 0   | -      |
| 20       | 事業承継支援          | 事業所   | 7    | 7    | 7   | 100.0% |
| 21       | 災害時対応支援         | 事業所   | 0    | 0    | 0   | -      |
| 22       | フォローアップ支援       | 事業所   | 60   | 60   | 0   | 0.0%   |
| 23       | 結果報告            | 事業所   | 250  | 250  | 251 | 100.4% |

近年の円安や物価高騰を勘案し、経営環境の変化に応じた経営基盤維持の為、金融支援や資金繰り計画作成支援に取り組む。収益改善において販路開拓支援やコスト削減計画支援を継続する。また昨今の自然災害がサプライチェーンへ及ぼすリスクへの対応が求められるなか、事業継続の為BCP普及・啓発などの支援にも注力する。さらに法改正で複雑化する雇用、労働環境の整備への対応として労務支援についても需要が相対的に多いと見込まれる。

令和7年度の景気動向は、円安や物価高騰の影響による外部環境の悪化が見られる一方、業種によっては回復傾向もみられるなど、二極化の様相を呈した。このような状況の中、回復の恩恵を受けた事業所は、新事業への設備投資や運転資金に関する資金調達相談が増加し、経営支援型および紹介型による金融支援件数の拡大と販路開拓に対する意欲の向上がみられた。

また、物価高騰等への対応として収益改善の必要性が高まる中、その支援として5S指導を実施し、業務効率化やコスト削減を通じて経営体質の改善を図り、収益性向上に寄与した。

さらに、近年の外部環境の変化に伴うサプライチェーンへの対応として、BCP（事業継続計画）の普及支援を行った。その結果、事業継続の重要性に対する理解が深まり、具体的な事業計画の策定支援へとつなげることができた。

〔代表事例〕景気回復の回復傾向により、新規出店の事業所に対して、金融支援（紹介型）、事業計画作成支援、販路開拓支援を実施した。初めて事業計画を作成する者に対し、外部環境分析、自社分析、財務分析を支援し、日本政策金融公庫での融資が可能となった。また、出店後の販路開拓として、近隣の事業所との取引を仲介することができた。

## Ⅱ 専門相談支援事業

| 事業名 |       | 単位 | 当初計画 | 変更計画 | 実績 | 達成率    |
|-----|-------|----|------|------|----|--------|
| 24  | 法務相談  | 日数 | 3    | 3    | 3  | 100.0% |
| 25  | 税務相談  | 日数 | 29   | 29   | 29 | 100.0% |
| 26  | 金融相談  | 日数 | 12   | 12   | 12 | 100.0% |
| 27  | 労務相談  | 日数 | 6    | 6    | 6  | 100.0% |
| 28  | その他相談 | 日数 | 15   | 15   | 15 | 100.0% |

### 支援のポイント・成果

〔法務支援〕  
日常的な経営活動において法務面における様々な課題の中で特に専門的な課題解決の窓口相談を設置。課題解決により、経営の向上と安定を図った。

〔税務支援〕  
日常的な経営活動において税務における様々な課題の中で特に専門的な課題解決の窓口相談を設置。課題解決により、経営の向上と安定を図った。

〔金融支援〕  
日常的な経営活動において融資面における様々な課題の中で特に専門的な課題解決の窓口相談を設置。課題解決により、経営の向上と安定を図った。

〔労務支援〕  
日常的な経営活動において労務面における様々な課題の中で特に専門的な課題解決の窓口相談を設置。課題解決により、経営の向上と安定を図った。

〔その他相談（BCP支援・経営支援）〕  
日常的な経営活動において事業継続計画や経営面における様々な課題の中で特に専門的な課題解決の為に窓口相談を設置。課題解決により、経営の向上と安定を図った。

| 事業名                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | 柏原ブランド化事業                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |            |         | 事業番号   | I      | 新規/継続                     | 継続     |  |        |  |       |  |        |                                 |       |                                                      |
|---------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|---------|--------|--------|---------------------------|--------|--|--------|--|-------|--|--------|---------------------------------|-------|------------------------------------------------------|
| 想定する実施期間                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | H27 年度～                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |            | 年度まで    | 11     | 年<br>目 | ※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<br>(現状や課題をどのような状態にしたいか)<br>企業ニーズ<br>(内容・把握方法等)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | 柏原市の地域経済の発展には生産年齢人口の市内定住化が重要であると考え、市内の魅力づくり、魅力発信を推進することで、市民の郷土愛を育み、人口減少の抑制、若者の市内定着化に結び付けたいと考えている。そこで商工会では上記施策を推進するため、市と連携し、商業では市内特産品・商品を掘り起こし、市内外に向けて柏原市の魅力発信を行っていききたいと考えている。<br>当事業では目まぐるしく変化する時代の中で確かでタイムリーな情報を提供できるようSNSでの魅力発信と、リアルでの魅力発信の両面で各事業所の売上げアップを図ることに繋げていきたいと考えている。<br>工業では柏原市を支える産業として建設・建築工事業があり、多くは中小零細であるため技術的な魅力を提供する機会が無く、事業所の魅力を市民に伝達する事が出来なかった。当会の情報発信力を活用する事で各事業所の知名度・ブランド力を高め、柏原ブランドを補完する物に繋げたいと考えている。<br>また、支援企業は小規模事業者が大半を占めており、魅力発信を積極的に行える経営資源は乏しい。そのような事業者からの事業所や独自の事業内容を市内の消費者にPRしたいという声は多く、事業所の訪問際に意見を直接伺う事が多い。当事業では、地域・業種・目的など様々な角度から多数の事業者を支援する事でこうした事業者の要求を満たしている。                                                                                                                                                                                        |            |         |        |        |                           |        |  |        |  |       |  |        |                                 |       |                                                      |
|                                 | 支援する対象<br>(業種・事業所数等)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | 市内を拠点とする小売業・飲食店等 約500店舗、特産品・オリジナル商品を製造する製造業社、建設・建築に携わる事業所                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |            |         |        |        |                           |        |  |        |  |       |  |        |                                 |       |                                                      |
|                                 | 実施時期・具体的な内容及び事業手法                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | 【魅力発信事業】<br>①特売市…市内商店街4か所(国分地域2か所、柏原地域2か所)での開催(75社)<br>期間中の各商店街の来客数合計は、21,000人以上あった。<br><br>②「笑ってまんぶく!グルメガイド」…市内飲食店の情報発信として、既存店舗(13社)のPRとして冊子を作成し配布した。また、新規出店3年未満の店舗に対しては、柏原市の情報誌への掲載を行った(7社)。特に、情報誌掲載は、店舗情報のみならず事業者の人物や商品への思いにスポットを当てた内容になっており、地域ブランド創出の事例となりうる取組みを実施した。<br><br>③新規出店者限定展示…新規出店者の告知を商工会出入口前のショーケースで実施(7社)。<br>PR内容を事業者と考える事で、事業のブランドマネジメントの契機となった。<br><br>④市内建設建築事業者魅力発信…市内で活躍する建設・建築事業者の情報発信として商工会HP内にリンクを開設した(12社)<br><br>【魅力発掘事業】<br>⑤日本遺産推奨商品認定の商品開発…認定商品の開発を支援した(1社)<br><br>＜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＞ <table><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>日本遺産推奨商品認定事業において市と協力して申請作業を行った。</td></tr><tr><td>④相談相乗</td><td>個別具体的な課題に対し、経営指導員による相談支援を実施することで、事業所に対する広告宣伝の支援を行った。</td></tr></table> |            |         |        |        |                           |        |  | ①府施策連携 |  | ②広域連携 |  | ③市町村連携 | 日本遺産推奨商品認定事業において市と協力して申請作業を行った。 | ④相談相乗 | 個別具体的な課題に対し、経営指導員による相談支援を実施することで、事業所に対する広告宣伝の支援を行った。 |
|                                 | ①府施策連携                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |            |         |        |        |                           |        |  |        |  |       |  |        |                                 |       |                                                      |
|                                 | ②広域連携                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |            |         |        |        |                           |        |  |        |  |       |  |        |                                 |       |                                                      |
| ③市町村連携                          | 日本遺産推奨商品認定事業において市と協力して申請作業を行った。                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |            |         |        |        |                           |        |  |        |  |       |  |        |                                 |       |                                                      |
| ④相談相乗                           | 個別具体的な課題に対し、経営指導員による相談支援を実施することで、事業所に対する広告宣伝の支援を行った。                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |            |         |        |        |                           |        |  |        |  |       |  |        |                                 |       |                                                      |
| 計画に対する実績(数値)                    | 総支援企業数(計画)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | 110                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | 総支援企業数(実績) | 115.0   | 支援実績率  | 104.5% | 満足率                       | 97.4%  |  |        |  |       |  |        |                                 |       |                                                      |
| 目標の達成度<br>(支援企業をどう変化させることができたか) | 代表指標                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | 売上高のアップにつながった事業所の割合                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |            |         |        |        |                           |        |  |        |  |       |  |        |                                 |       |                                                      |
|                                 | 数値目標                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | 50                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | %          | 実績数値    | 97.3   | %      | 目標達成度                     | 194.6% |  |        |  |       |  |        |                                 |       |                                                      |
| 成果の代表事例                         | ブランド化事業においては、複数の取組みを継続的に実施し、事業者が複数事業に主体的に参画するなど、売上増加に向けた意欲の更なる向上が確認された。加えて、一部事業者においては売上の増加や新規取引の創出といった具体的な成果もみられ、取組みの有効性が認められる結果となった。これらの成果を着実に定着させるため、進捗状況の定期的な確認や課題や共有を行う伴走型支援を引き続き実施し、事業者毎の状況に応じたきめ細やかな支援を行った。<br>また、事業所PRの取組みでは、前年度に引き続き新規出店者や建築・建設業者を中心に参加が拡大し、情報発信の取組みが定着している。これにより、各事業者において自社の強みや魅力を的確に発信する動きが広がり、販路開拓に向けた具体的な行動に繋がるなど、意識の向上から実践への移行が進んでいることが確認された。 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |            |         |        |        |                           |        |  |        |  |       |  |        |                                 |       |                                                      |
| その他目標値の実績                       | 目標値(計画)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | 3,000                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | 人          | 目標値(実績) | 21,934 | 人      | 目標達成度                     | 731.1% |  |        |  |       |  |        |                                 |       |                                                      |
|                                 | 来客数及び参加登録者数                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |            |         |        |        |                           |        |  |        |  |       |  |        |                                 |       |                                                      |
| 実施結果                            | 課題及び次期以降への取組み<br>(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)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | 成果が見られる一方で、各取組みは個別事業者への支援に偏っているため、地域特産品や伝統産業を活かした視点が不足しており、地域ブランドの本質的な構築には課題が残る。また、事業者間で成果の差やPRの戦略性にも課題が見られる。今後は特産品や伝統産業にもブランド戦略を拡大し、個別支援と地域全体の価値向上を両立させる取組みを推進する。                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |            |         |        |        |                           |        |  |        |  |       |  |        |                                 |       |                                                      |

【別紙】複数の事業目標を設定している場合は、別紙に事業目標毎の実績／達成度をご記入ください。

|         |                             |           |                           |           |         |        |        |       |        |
|---------|-----------------------------|-----------|---------------------------|-----------|---------|--------|--------|-------|--------|
| 実績／達成度① | 計画に対する実績（数値）                | 支援企業数(計画) | 70.0                      | 支援企業数(実績) | 75.0    | 支援実績率  | 107.1% | 満足率   | 96.0%  |
|         | 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        | 売上高のアップに繋がった事業所の割合        |           |         |        |        |       |        |
|         |                             | 数値目標      | 50                        | %         | 実績数値    | 97.3   | %      | 目標達成度 | 194.6% |
|         | その他目標値の実績                   | 目標値(計画)   | 3,000                     | 人         | 目標値(実績) | 21,934 | 人      | 目標達成度 | 731.1% |
| 実績／達成度② | 計画に対する実績（数値）                | 支援企業数(計画) | 20.0                      | 支援企業数(実績) | 20.0    | 支援実績率  | 100.0% | 満足率   | 100.0% |
|         | 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        | メニュー開発に取り組んでいる事業所の割合      |           |         |        |        |       |        |
|         |                             | 数値目標      | 50                        | %         | 実績数値    | 95     | %      | 目標達成度 | 190.0% |
|         | その他目標値の実績                   | 目標値(計画)   |                           |           | 目標値(実績) |        |        | 目標達成度 |        |
| 実績／達成度③ | 計画に対する実績（数値）                | 支援企業数(計画) | 7.0                       | 支援企業数(実績) | 7.0     | 支援実績率  | 100.0% | 満足率   | 100.0% |
|         | 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        | 展示内容に関する問い合わせがあった事業所の割合   |           |         |        |        |       |        |
|         |                             | 数値目標      | 60                        | %         | 実績数値    | 100    | %      | 目標達成度 | 166.7% |
|         | その他目標値の実績                   | 目標値(計画)   |                           |           | 目標値(実績) |        |        | 目標達成度 |        |
| 実績／達成度④ | 計画に対する実績（数値）                | 支援企業数(計画) | 12.0                      | 支援企業数(実績) | 12.0    | 支援実績率  | 100.0% | 満足率   | 100.0% |
|         | 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        | 地元職人・事業所間で問い合わせがあった事業所の割合 |           |         |        |        |       |        |
|         |                             | 数値目標      | 60                        | %         | 実績数値    | 100    | %      | 目標達成度 | 166.7% |
|         | その他目標値の実績                   | 目標値(計画)   | 200                       | 社         | 目標値(実績) | 200    | 社      | 目標達成度 | 100.0% |
| 実績／達成度⑤ | 計画に対する実績（数値）                | 支援企業数(計画) | 1.0                       | 支援企業数(実績) | 1.0     | 支援実績率  | 100.0% | 満足率   | 100.0% |
|         | 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        | 開発した商品が認定を受けた事業所数         |           |         |        |        |       |        |
|         |                             | 数値目標      | 1                         | 社         | 実績数値    | 1      | 社      | 目標達成度 | 100.0% |
|         | その他目標値の実績                   | 目標値(計画)   |                           |           | 目標値(実績) |        |        | 目標達成度 |        |

## 5-2. 地域活性化事業 事業調書（実績）

柏原市商工会

| 事業名        |                                                      | 創業支援事業                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                           | 事業番号       | 2      | 新規/継続                     | 継続     |       |        |
|------------|------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------|------------|--------|---------------------------|--------|-------|--------|
| 想定する実施期間   |                                                      | 令和3年度～                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | 年度まで                                      | 5          | 年<br>目 | ※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<br>(現状や課題をどのような状態にしたいか)<br>企業ニーズ<br>(内容・把握方法等) | 創業を目指す者、また創業後間もない者を対象に、創業にあたって必要な心構えや知識の習得を目指すしたセミナーや個別相談を開催し、スムーズに創業を進めていけるよう支援することを目的とする。当会は、柏原市の認定連携創業支援事業者として、市並びに金融機関と連携を図りながら創業支援に取り組んでいる。創業者に対しては、地域支援機関と連携してフォローアップし、経営指導を継続しながら起業家の育成を推進する。<br>また、新規創業への支援制度の充実やIT技術の進展、多様な働き方や生き方への社会容認などを理由に、起業に対するハードルは低下しており、当会での経営支援の中でも「小規模起業」に対するニーズは年々増加しているように感じられる。ただ、そういった支援制度の内容や手続きを十分に把握できていない者もあり、実務的な創業セミナーを開催することが求められている。また、より具体的に創業を目指す者には実践の場の提供や専門家との個別相談が求められる。                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                                           |            |        |                           |        |       |        |
|            | 支援する対象<br>(業種・事業所数等)                                 | 創業を考えている者、創業を目指す者、創業後間もない者（創業5年未満）に加え、新規事業を計画する中小企業経営者、学生等                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                           |            |        |                           |        |       |        |
|            | 実施時期・具体的な内容及び事業手法                                    | ◆創業セミナーの開催（人材交流型）<br>創業に関する具体的な知識習得セミナーとして柏原市・日本政策金融公庫に加え、大阪府商工会連合会と連携して開催した。<br>「経営」「財務」「販路開拓」「人材育成」4テーマの基礎的な知識習得に加え、また人的ネットワークを構築できるような機会を設ける。創業を考えている者を対象に、創業する際に必要な心構えなど初歩的な内容から創業に関して必要な知識や事業計画書を作成する重要性などを学んだ。<br><br>日時：9月5日（金）13時～16時30分<br>テーマ：創業者の話を聞いてみよう、ビジネスコラージュでビジネスのイメージづくり（経営）<br><br>日時：9月12日（金）13時～16時30分<br>テーマ：好きをビジネスに変える3つのポイント、ちょっと気になるお金の話（経営、財務）<br><br>日時：9月19日（金）13時～16時30分<br>テーマ：SNSで映える写真撮影のコツ、Canvaでチラシを作ってみよう！（販路開拓）<br><br>日時：9月26日（金）13時～16時30分<br>テーマ：知っておきたい起業の基礎知識、スマホでかんたんビジネスPR（販路開拓、人材育成）<br>【参加者25名】<br><br>◆創業者ステップアップ講座の開催(販路開拓型)<br>セミナー内で策定した事業内容を基に、事業の明確化、具体的な創業プランを策定しブラッシュアップ研修を実施した。また策定した事業計画を基にチャレンジショップを出店し、経営のための知識・経験・ノウハウを実践の場で学んだ。<br><br>日時：10月3日（金）13時～16時30分<br>テーマ：チャレンジショップ出店計画の立案<br><br>日時：11月4日（火）13時～16時30分<br>テーマ：チャレンジショップ実施後の検証<br>【参加者5名】 |                                           |            |        |                           |        |       |        |
|            |                                                      | <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                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | 大阪府実施のオール大阪企業家グロースアップの推薦機関となり、協力して支援を行った。 |            |        |                           |        |       |        |
| ②広域連携      |                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                           |            |        |                           |        |       |        |
| ③市町村連携     | 柏原市の特定創業支援事業計画に参画。セミナーと協力して開催した。                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                           |            |        |                           |        |       |        |
| ④相談相乗      | 個別具体的な課題に対し、経営指導員による相談支援を実施することで、事業所に対する総合的な支援を行えた。  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                           |            |        |                           |        |       |        |
| 事業全体の実績／目標 | 計画に対する実績（数値）                                         | 総支援企業数(計画)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | 30                                        | 総支援企業数(実績) | 30.0   | 支援実績率                     | 100.0% | 満足率   | 90.9%  |
|            | 目標の達成度<br>(支援企業をどう変化させることができたか)                      | 代表指標                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | 創業意識が向上した割合                               |            |        |                           |        |       |        |
|            |                                                      | 数値目標                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | 80                                        | %          | 実績数値   | 100                       | %      | 目標達成度 | 125.0% |
|            | 成果の代表事例                                              | 参加者の中からは柏原市の特定創業支援事業終了証を15件発行。創業セミナー後創業意識が向上し、次のステップアップ講座へと進んだ参加者が5名。セミナー後の個別支援などを経て3名が創業し、当事業の効果として創業意欲の高まりが見られた。                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                           |            |        |                           |        |       |        |

|      |                                                          |                                                                                                                                                                                                             |  |             |  |       |  |
|------|----------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|-------------|--|-------|--|
| 達成度  | その他目標値の実績                                                | 目標値<br>(計画)                                                                                                                                                                                                 |  | 目標値<br>(実績) |  | 目標達成度 |  |
|      |                                                          |                                                                                                                                                                                                             |  |             |  |       |  |
| 実施結果 | 課題及び次期以降への取組み<br>(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) | 25名の定員を上回る申込希望者があり、「小規模起業」に対する創業ニーズは年々高まっていることがうかがえる。また、セミナーの満足度は引き続き高い水準を維持しており、次年度においても同様の内容での実施を予定している。さらに、創業セミナーの次段階として実施した「創業セミナーステップアップ講座」については、創業準備において有効であったとの意見が多く寄せられたことから、次年度以降も継続的に実施していく方針である。 |  |             |  |       |  |

【別紙】複数の事業目標を設定している場合は、別紙に事業目標毎の実績／達成度をご記入ください。

|         |                                 |             |                             |           |             |       |        |       |        |
|---------|---------------------------------|-------------|-----------------------------|-----------|-------------|-------|--------|-------|--------|
| 実績／達成度① | 計画に対する実績（数値）                    | 支援企業数(計画)   | 25.0                        | 支援企業数(実績) | 25.0        | 支援実績率 | 100.0% | 満足率   | 100.0% |
|         | 目標の達成度<br>(支援企業をどう変化させることができたか) | 指標          | 創業意識が向上した割合                 |           |             |       |        |       |        |
|         |                                 | 数値目標        | 80                          | %         | 実績数値        | 100   | %      | 目標達成度 | 125.0% |
|         | その他目標値の実績                       | 目標値<br>(計画) |                             |           | 目標値<br>(実績) |       |        | 目標達成度 |        |
| 実績／達成度② | 計画に対する実績（数値）                    | 支援企業数(計画)   | 5.0                         | 支援企業数(実績) | 5.0         | 支援実績率 | 100.0% | 満足率   | 100.0% |
|         | 目標の達成度<br>(支援企業をどう変化させることができたか) | 指標          | 実際に販売を行い、今後も事業を継続したいと答えた事業所 |           |             |       |        |       |        |
|         |                                 | 数値目標        | 3                           | 社         | 実績数値        | 5     | 社      | 目標達成度 | 166.7% |
|         | その他目標値の実績                       | 目標値<br>(計画) |                             |           | 目標値<br>(実績) |       |        | 目標達成度 |        |

## 5-3. 地域活性化事業 事業調書（実績）

柏原市商工会

| 事業名           |                                                                                                             | 企業知的財産活用事業                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                               | 事業番号       | 3       | 新規/継続                     | 継続    |       |        |                                                   |  |  |  |  |  |       |  |  |  |  |  |  |        |  |  |  |  |  |  |       |                                                                                                             |  |  |  |  |  |
|---------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------|------------|---------|---------------------------|-------|-------|--------|---------------------------------------------------|--|--|--|--|--|-------|--|--|--|--|--|--|--------|--|--|--|--|--|--|-------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|--|--|--|
| 想定する実施期間      |                                                                                                             | H27年度～                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | 0年度まで                         | 11         | 年目      | ※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<br>(現状や課題をどのような状態にしたいか)<br>企業ニーズ<br>(内容・把握方法等)                                                        | 柏原市内にはものづくり企業を中心に知的財産活用の可能性を有する企業が多数存在するが、その多くは知的財産についての知識が不足しており、活用方法含め知財全体の理解が浅い状態である。企業が身近とする税理士等の専門家とは異なり、知財の専門家である弁理士は企業サイドから積極的に活用する機会が少なく、知的財産について気軽に相談できる専門家が身近にいないのが現状である。そこで企業が知的財産について関心を持ち、積極的な活用ができるよう、大阪産業局MOBIO技術支援チームやINPIT近畿統括本部と連携し、セミナーの開催をするともに、支援機関との繋がりを作り、個別支援へ発展させていくことを目的とする。また、新たに事業を始める創業者にとって、創業前後で知的財産の知識を身につけるには良いタイミングであり、今後の事業を進めていく際に必要になる可能性が高いことから、既存企業と同様に支援が必要である。<br>今年度実施した際の企業側からのニーズとしては、セミナーによる知識の習得に加え、企業防衛のための知的財産や収益拡大のための知的財産の活用という知識をどのように役立てる事ができるのかといった意見が寄せられた。                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                               |            |         |                           |       |       |        |                                                   |  |  |  |  |  |       |  |  |  |  |  |  |        |  |  |  |  |  |  |       |                                                                                                             |  |  |  |  |  |
|               | 支援する対象<br>(業種・事業所数等)                                                                                        | ものづくり企業を中心とした市内の企業約500社および市内で新たに起業する者                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                               |            |         |                           |       |       |        |                                                   |  |  |  |  |  |       |  |  |  |  |  |  |        |  |  |  |  |  |  |       |                                                                                                             |  |  |  |  |  |
|               | 実施時期・具体的な内容及び事業手法                                                                                           | 【知的財産セミナーの開催】（人材育成型）<br>大阪産業局MOBIO技術支援チーム、INPIT近畿統括本部と連携し、知的財産活用セミナーを開催<br><br>日時：令和7年9月26日(金) 16:45～17:45<br>講師：中川美和 氏（INPIT-KANSAI知的財産戦略エキスパート）<br>テーマ：アイデア・デザイン・ネーミングを守る！事業者のためのやさしい知財講座<br>参加者：14人（12社）<br><br>【知的財産セミナーのオンライン開催】（人材育成型）<br>上記セミナー内容をもとに動画を作成し、YouTube上で限定公開<br>公開期間：令和7年10月15日(水)～12月12日(金)<br>参加者：7人（7社）<br><br>【支援機関との連携による知財支援】（ハンズオン型）<br>大阪産業局MOBIO技術支援チームやINPIT近畿統括本部などの支援機関と連携し、複数回にわたり連携支援を実施<br>支援企業：2社<br>A社…自社製品の意匠登録について<br>B社…パッケージデザインおよびキャラクターの知財について<br><br>＜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＞ <table><tr><td>①府施策連携</td><td colspan="6">大阪産業局MOBIO技術支援チームと連携のうえ、セミナーを開催。複数回にわたる事業所個別相談対応。</td></tr><tr><td>②広域連携</td><td colspan="6"></td></tr><tr><td>③市町村連携</td><td colspan="6"></td></tr><tr><td>④相談相乗</td><td colspan="6">知的財産に関する個別具体的な課題について経営指導員が相談支援を実施した。大阪産業局MOBIO技術支援チームやINPIT近畿統括本部と連携する事で、専門的かつ実践的な助言が可能となり、総合的な支援を行うことが出来た。</td></tr></table> |                               |            |         |                           |       |       | ①府施策連携 | 大阪産業局MOBIO技術支援チームと連携のうえ、セミナーを開催。複数回にわたる事業所個別相談対応。 |  |  |  |  |  | ②広域連携 |  |  |  |  |  |  | ③市町村連携 |  |  |  |  |  |  | ④相談相乗 | 知的財産に関する個別具体的な課題について経営指導員が相談支援を実施した。大阪産業局MOBIO技術支援チームやINPIT近畿統括本部と連携する事で、専門的かつ実践的な助言が可能となり、総合的な支援を行うことが出来た。 |  |  |  |  |  |
|               | ①府施策連携                                                                                                      | 大阪産業局MOBIO技術支援チームと連携のうえ、セミナーを開催。複数回にわたる事業所個別相談対応。                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                               |            |         |                           |       |       |        |                                                   |  |  |  |  |  |       |  |  |  |  |  |  |        |  |  |  |  |  |  |       |                                                                                                             |  |  |  |  |  |
|               | ②広域連携                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                               |            |         |                           |       |       |        |                                                   |  |  |  |  |  |       |  |  |  |  |  |  |        |  |  |  |  |  |  |       |                                                                                                             |  |  |  |  |  |
| ③市町村連携        |                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                               |            |         |                           |       |       |        |                                                   |  |  |  |  |  |       |  |  |  |  |  |  |        |  |  |  |  |  |  |       |                                                                                                             |  |  |  |  |  |
| ④相談相乗         | 知的財産に関する個別具体的な課題について経営指導員が相談支援を実施した。大阪産業局MOBIO技術支援チームやINPIT近畿統括本部と連携する事で、専門的かつ実践的な助言が可能となり、総合的な支援を行うことが出来た。 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                               |            |         |                           |       |       |        |                                                   |  |  |  |  |  |       |  |  |  |  |  |  |        |  |  |  |  |  |  |       |                                                                                                             |  |  |  |  |  |
| 事業全体の実績／目標達成度 | 計画に対する実績（数値）                                                                                                | 総支援企業数(計画)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | 22                            | 総支援企業数(実績) | 21.0    | 支援実績率                     | 95.5% | 満足率   | 100.0% |                                                   |  |  |  |  |  |       |  |  |  |  |  |  |        |  |  |  |  |  |  |       |                                                                                                             |  |  |  |  |  |
|               | 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）                                                                                 | 代表指標                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | セミナー後実施するアンケートで「理解できた」と回答した割合 |            |         |                           |       |       |        |                                                   |  |  |  |  |  |       |  |  |  |  |  |  |        |  |  |  |  |  |  |       |                                                                                                             |  |  |  |  |  |
|               |                                                                                                             | 数値目標                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | 80                            | %          | 実績数値    | 100                       | %     | 目標達成度 | 125.0% |                                                   |  |  |  |  |  |       |  |  |  |  |  |  |        |  |  |  |  |  |  |       |                                                                                                             |  |  |  |  |  |
|               | 成果の代表事例                                                                                                     | セミナー参加企業のうち1社では、自社のロゴデザインについて商標登録の必要性を認識し、出願準備を進めるなど、知的財産を保護・活用する具体的な行動につながった。また、個別相談を受けた企業では、製品改良に伴う特許調査や他社権利の確認を行い、リスク回避と競争力向上を目指す方針を立てることができた。これらの事例は、啓発から実践への意識変化を示す成果であった。                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                               |            |         |                           |       |       |        |                                                   |  |  |  |  |  |       |  |  |  |  |  |  |        |  |  |  |  |  |  |       |                                                                                                             |  |  |  |  |  |
|               | その他目標値の実績                                                                                                   | 目標値（計画）                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | 0                             |            | 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<br>(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)                                                    | セミナーおよび個別相談の実施を通じ、多くの事業者に対して知的財産の重要性を周知することと内容の改善から理解の促進ができた。一方で、「専門用語が難解である」「自社事業との関連性が分かりにくい」との意見も一部に見られた。これは、参加者の知識水準や業種が多岐にわたる事により、理解度に差が生じたことが要因と考えられる。今後は、基礎的な用語や制度の説明をより丁寧に行い、初心者にも理解しやすい構成とすることが課題である。また、知識の習得にとどまらず、実際の事業への具体的な活用を意識した実践的内容の充実も求められる。さらに、専門家のスケジュール調整に時間を要し、迅速な対応が困難なケースもあったことから、相談枠の確保や運用面の改善が必要である。次期以降は、大阪産業局MOBIO技術支援チームやINPIT近畿統括本部との連携を一層強化し、個別相談や企業訪問を通じて事業者の課題に応じた継続的なフォローアップを実施し、知的財産の理解促進と具体的な活用支援につなげていく。                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                               |            |         |                           |       |       |        |                                                   |  |  |  |  |  |       |  |  |  |  |  |  |        |  |  |  |  |  |  |       |                                                                                                             |  |  |  |  |  |

【別紙】複数の事業目標を設定している場合は、別紙に事業目標毎の実績／達成度をご記入ください。

|         |                             |           |                               |           |         |       |        |       |        |
|---------|-----------------------------|-----------|-------------------------------|-----------|---------|-------|--------|-------|--------|
| 実績／達成度① | 計画に対する実績（数値）                | 支援企業数(計画) | 20.0                          | 支援企業数(実績) | 19.0    | 支援実績率 | 95.0%  | 満足率   | 100.0% |
|         | 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        | セミナー後実施するアンケートで「理解できた」と回答した割合 |           |         |       |        |       |        |
|         |                             | 数値目標      | 80                            | %         | 実績数値    | 100   | %      | 目標達成度 | 125.0% |
|         | その他目標値の実績                   | 目標値（計画）   |                               |           | 目標値（実績） |       |        | 目標達成度 |        |
| 実績／達成度② | 計画に対する実績（数値）                | 支援企業数(計画) | 2.0                           | 支援企業数(実績) | 2.0     | 支援実績率 | 100.0% | 満足率   | 100.0% |
|         | 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        | 知的財産に関する理解が深まり、活用促進に取り組む企業数   |           |         |       |        |       |        |
|         |                             | 数値目標      | 2                             | 社         | 実績数値    | 2     | 社      | 目標達成度 | 100.0% |
|         | その他目標値の実績                   | 目標値（計画）   |                               |           | 目標値（実績） |       |        | 目標達成度 |        |

## 5-4. 地域活性化事業 事業調書（実績）

柏原市商工会

| 事業名                             |                                                                                                | ジョブマッチングフェア                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |              |            | 事業番号    | 4          | 新規/継続                    | 継続    |        |     |
|---------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|------------|---------|------------|--------------------------|-------|--------|-----|
| 想定する実施期間                        |                                                                                                | R6                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | 年度～          | 年度まで       | 2       | 年<br>目     | ※複数段階の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<br>(現状や課題をどのような状態にしたいか)<br>企業ニーズ<br>(内容・把握方法等)                                           | 企業発展のため優秀な人材を求める中小企業と意欲はあるものの就職には繋がっていない求職者を結びつけること、地域中小企業の若手人材確保を支援することを目的とする。当事業はH23年より幹事商工会として広域連携にて実施してきたJOBマッチングフェアを基礎とした事業であり、昨年より柏原地域の産業活性化に寄与すべく単独実施（市町村連携）とすることにより、今まで以上に細やかな企業ニーズへの対応を可能としている。また、企業側と求職者側が接する機会を増やすことで、マッチングの向上をめざす。<br>参加事業者からは、以前までの大規模な企業説明会・就職面接会の実施よりも小規模のイベントを複数回実施する方が、コストがかかるが効果は高くなるといった意見があった。企業の採用に関する目標人数は多くても5人程度なので、機会を多く設ける方がニーズと合致している。                                                                                                                                                         |              |            |         |            |                          |       |        |     |
|                                 | 支援する対象<br>(業種・事業所数等)                                                                           | ハローワーク藤井寺管内雇用保険加入企業約4,600社及びハローワーク藤井寺登録求職者を中心とした求人企業・求職者を対象とする。                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |              |            |         |            |                          |       |        |     |
|                                 | 実施時期・具体的な内容及び事業手法                                                                              | 令和7年度ジョブマッチングフェアの実績<br>①合同企業説明会・就職面接会を実施（人材交流型）<br>令和7年 7月17日（木）参加企業4社 参加求職者78名 アゼリア柏原6階<br>令和7年 9月18日（木）参加企業4社 参加求職者58名 アゼリア柏原6階<br>令和7年 11月13日（木）参加企業4社 参加求職者25名 アゼリア柏原6階<br>令和8年 1月21日（水）参加企業4社 参加求職者58名 アゼリア柏原6階<br>（合計 参加企業16社＜支援対象企業15社＞参加求職者199名）<br><br>②求人セミナーの実施（人材育成型）<br>魅力的な求人を行うため、専門家を招いて効果的な採用方法に関するセミナーを開催した<br>オンライン開催 参加企業20社<br><br>③情報交換会（人材交流型）<br>就職を目指す若者に対して企業に関する情報、魅力を伝えることで中小企業の人材確保、地元企業への就職の増大を図るように市内大学との情報交換会を開催した。<br>令和7年 9月17日（水）参加企業4社 参加者 3名 大阪教育大学（現地参加のみ）<br>令和7年 11月 5日（水）参加企業3社 参加者 10名 関西福祉科学大学 |              |            |         |            |                          |       |        |     |
|                                 |                                                                                                | ＜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＞<br>①府施策連携 中河内・南河内地域労働ネットワークと連携し、事業を実施した。<br>②広域連携<br>③市町村連携 柏原市の協力を得て事業を実施した。<br>④相談相乗 各事業へ雇用課題の聞取りを行い、経営指導員による相談支援を実施することで、事業所に対する雇用課題改善に向けた支援を行えた。                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |              |            |         |            |                          |       |        |     |
|                                 |                                                                                                | 事業全体の実績／目標達成度                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | 計画に対する実績（数値） | 総支援企業数(計画) | 40.0    | 総支援企業数(実績) | 42.0                     | 支援実績率 | 105.0% | 満足率 |
| 目標の達成度<br>(支援企業をどう変化させることができたか) | 代表指標                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | 面接件数         |            |         |            |                          |       |        |     |
|                                 | 数値目標                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | 32           | 件          | 実績数値    | 57         | 件                        | 目標達成度 | 178.1% |     |
| 成果の代表事例                         | 企業説明会と就職面接会をセットにする事により、求職者に自社の魅力を把握してもらってから面接が行えたり、当日に面接の申込みがなくても後日事業所に問い合わせがあるなど次につながる支援ができた。 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |              |            |         |            |                          |       |        |     |
| その他目標値の実績                       | 目標値(計画)                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | 120          | 人          | 目標値(実績) | 199        | 人                        | 目標達成度 | 165.8% |     |
| 実施結果                            | 課題及び次期以降への取組み<br>(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)                                       | 参加企業からは、企業説明会と就職面接会を一体的に実施する形式について高い評価が得られた。このため、次期においても同様の形式を継続して実施する予定である。あわせて、求職者からの応募増加を図るため、求職票の見直しや自社の強みの再整理、職場見学の案内強化等に取り組む、より効果的な求人活動の推進を図る必要がある。                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |              |            |         |            |                          |       |        |     |
|                                 |                                                                                                | 合同企業説明会・就職面接会へ来場者数。                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |              |            |         |            |                          |       |        |     |

【別紙】複数の事業目標を設定している場合は、別紙に事業目標毎の実績／達成度をご記入ください。

|         |                             |           |                               |           |         |       |        |       |        |
|---------|-----------------------------|-----------|-------------------------------|-----------|---------|-------|--------|-------|--------|
| 実績／達成度① | 計画に対する実績（数値）                | 支援企業数(計画) | 16.0                          | 支援企業数(実績) | 15.0    | 支援実績率 | 93.8%  | 満足率   | 100.0% |
|         | 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        | 面接件数                          |           |         |       |        |       |        |
|         |                             | 数値目標      | 32                            | 件         | 実績数値    | 57    | 件      | 目標達成度 | 178.1% |
|         | その他目標値の実績                   | 目標値(計画)   | 120                           | 人         | 目標値(実績) | 199   | 人      | 目標達成度 | 165.8% |
| 実績／達成度② | 計画に対する実績（数値）                | 支援企業数(計画) | 20.0                          | 支援企業数(実績) | 20.0    | 支援実績率 | 100.0% | 満足率   | 100.0% |
|         | 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        | セミナー後実施するアンケートで「理解できた」と回答した割合 |           |         |       |        |       |        |
|         |                             | 数値目標      | 80                            | %         | 実績数値    | 100   | %      | 目標達成度 | 125.0% |
|         | その他目標値の実績                   | 目標値(計画)   |                               |           | 目標値(実績) |       |        | 目標達成度 |        |
| 実績／達成度③ | 計画に対する実績（数値）                | 支援企業数(計画) | 4.0                           | 支援企業数(実績) | 7.0     | 支援実績率 | 175.0% | 満足率   | 100.0% |
|         | 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        | 情報交換会後に実施するアンケートの満足度（満足度）     |           |         |       |        |       |        |
|         |                             | 数値目標      | 70                            | %         | 実績数値    | 100   | %      | 目標達成度 | 142.9% |
|         | その他目標値の実績                   | 目標値(計画)   |                               |           | 目標値(実績) |       |        | 目標達成度 |        |

## 5-5. 地域活性化事業 事業調書（実績）

柏原市商工会

| 事業名           |                                                          | 南河内特産品販路開拓事業                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                 |             | 事業番号      | 5                         | 新規/継続 | 継続     |        |        |                  |       |                                                 |        |                                                |       |                                            |
|---------------|----------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|-------------|-----------|---------------------------|-------|--------|--------|--------|------------------|-------|-------------------------------------------------|--------|------------------------------------------------|-------|--------------------------------------------|
| 想定する実施期間      |                                                          | H27 年度～                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                 | 年度まで        | 11 年<br>目 | ※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<br>(現状や課題をどのような状態にしたいか)<br>企業ニーズ<br>(内容・把握方法等)     | 南河内地域の各市において、地元特産品などをブランド認定し積極的にPRしているが、それぞれのブランド自体の知名度が低いため、販売促進等の効果が限定的となっている。またブランド認定制度のない市町村でも地元特産品としてPRしているが、知名度アップなどの効果が期待通りに現れていないのが現状である。<br>そこで、ブランド認定された特産品や南河内地域各市の地元特産品の知名度を高め、販路拡大を図るため、南河内地域の地元特産品を一堂に会した販売会等を開催すると共に、特産品及び事業所のPRを行い、これまで南河内の特産品を知らなかった消費者に幅広く認知してもらい、知名度アップや販路拡大に繋げていきたい。<br>企業ニーズとして、市町村により地元特産品数に多少があり、また種類にも偏りがあるため、6市町村の多種多様な特産品を集める事により、消費者に魅力的な販売回答を開催する事が可能となる。また、6商工会が連携する事により地元特産品を相互にPRする機会を設けることが可能となる。                                                                                                                                                                                         |                 |             |           |                           |       |        |        |        |                  |       |                                                 |        |                                                |       |                                            |
|               | 支援する対象<br>(業種・事業所数等)                                     | 南河内地域の地元特産品を取り扱う事業者(30社)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                 |             |           |                           |       |        |        |        |                  |       |                                                 |        |                                                |       |                                            |
|               | 実施時期・具体的な内容及び事業手法                                        | 特産品の販売会開催の実施内容（販路開拓型）<br>開催日時：令和7年10月7日（火） 午前11時～午後4時まで<br>開催場所：天王寺MIO（プラザ館1F公園口 ミオソラマルシェ区画）<br>参加事業所数：30社<br>来場者数：2,000人（天王寺ミオ集計）<br>情報発信によるPR件数：Instagram4,831件、LINE309件、ミオホームページ328件<br>合計5,468件<br>イベントの告知画像とチラシを作成し、天王寺MIOでの当日配布と館内にある複数箇所のデジタルサイネージでのイベント告知を行った。<br><br>＜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＞ <table><tr><td>①府施策連携</td><td>大阪代表商品の周知・案内を実施。</td></tr><tr><td>②広域連携</td><td>南河内の多種多様な特産品を同時にPRすることにより、幅広い消費者に興味を持たせることができた。</td></tr><tr><td>③市町村連携</td><td>販売会場にポスター掲示やパンフレットの配置をすることで各自治体が行っている事業をPRできた。</td></tr><tr><td>④相談相乗</td><td>特産品の効果的なPRを行うための支援や新規の取引先への販路開拓などの相談に繋がった。</td></tr></table> |                 |             |           |                           |       |        |        | ①府施策連携 | 大阪代表商品の周知・案内を実施。 | ②広域連携 | 南河内の多種多様な特産品を同時にPRすることにより、幅広い消費者に興味を持たせることができた。 | ③市町村連携 | 販売会場にポスター掲示やパンフレットの配置をすることで各自治体が行っている事業をPRできた。 | ④相談相乗 | 特産品の効果的なPRを行うための支援や新規の取引先への販路開拓などの相談に繋がった。 |
|               | ①府施策連携                                                   | 大阪代表商品の周知・案内を実施。                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                 |             |           |                           |       |        |        |        |                  |       |                                                 |        |                                                |       |                                            |
|               | ②広域連携                                                    | 南河内の多種多様な特産品を同時にPRすることにより、幅広い消費者に興味を持たせることができた。                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                 |             |           |                           |       |        |        |        |                  |       |                                                 |        |                                                |       |                                            |
|               | ③市町村連携                                                   | 販売会場にポスター掲示やパンフレットの配置をすることで各自治体が行っている事業をPRできた。                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                 |             |           |                           |       |        |        |        |                  |       |                                                 |        |                                                |       |                                            |
| ④相談相乗         | 特産品の効果的なPRを行うための支援や新規の取引先への販路開拓などの相談に繋がった。               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                 |             |           |                           |       |        |        |        |                  |       |                                                 |        |                                                |       |                                            |
| 計画に対する実績（数値）  | 総支援企業数(計画)                                               | 30.0                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | 総支援企業数(実績)      | 30.0        | 支援実績率     | 100.0%                    | 満足率   | 93.3%  |        |        |                  |       |                                                 |        |                                                |       |                                            |
| 事業全体の実績／目標達成度 | 目標の達成度<br>(支援企業をどう変化させることができたか)                          | 代表指標                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | 販路拡大に繋がった事業所の割合 |             |           |                           |       |        |        |        |                  |       |                                                 |        |                                                |       |                                            |
|               |                                                          | 数値目標                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | 70              | %           | 実績数値      | 100                       | %     | 目標達成度  | 142.9% |        |                  |       |                                                 |        |                                                |       |                                            |
|               | 成果の代表事例                                                  | 当日は商品PRに加え、自社イベントの周知もあわせて実施した。その結果、当日に商品を購入した消費者が、後日開催された当該事業所の別イベントに会場し、再度商品を購入するなど、継続的な利用につながる動きがみられた。このような取り組みにより、新規顧客の獲得にとどまらず、リピーターの確保や関係性の強化にも寄与したものと考えられる。今後においても、継続的な来店を促す仕組みづくりを行う。                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                 |             |           |                           |       |        |        |        |                  |       |                                                 |        |                                                |       |                                            |
| その他目標値の実績     | 目標値<br>(計画)                                              | 4,000                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | 人               | 目標値<br>(実績) | 5,468     | 人                         | 目標達成度 | 136.7% |        |        |                  |       |                                                 |        |                                                |       |                                            |
|               | 販売会で実際に購入した消費者及び特産品をPRできた消費者の人数として4,000人以上を見込む。          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                 |             |           |                           |       |        |        |        |                  |       |                                                 |        |                                                |       |                                            |
| 実施結果          | 課題及び次期以降への取組み<br>(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) | 本事業における主な課題は集客である。令和5年度から開催場所や開催日（平日・休日）の見直し、チラシやWEBを活用した告知方法の改善に取り組んできた結果、参加事業者への満足度調査に置いて一定の成果が確認された。一方で、新たな課題として、各市町村により出品数や商品構成に偏りが見られる。今後は各商工会と連携して、多様な商品を確保する事で品揃えの充実を図り、南河内地域の魅力発信に繋げていく。さらに、イベント来場者が継続的な購買に繋がるよう、リピーターの創出に資する仕組みの構築も重要な課題である。                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                 |             |           |                           |       |        |        |        |                  |       |                                                 |        |                                                |       |                                            |