

令和7年度（2025年度）

実績報告書

Ⅰ. 申請者の概要

団体名	羽曳野市商工会
代表者職・氏名	会長 原 誠
所在地	〒583-0854
	大阪府羽曳野市軽里1丁目1番1号 羽曳野市立生活文化情報センター1階
設立年月日	昭和39年05月01日
職員数	8
うち経営指導員数	8
所管地域	羽曳野市
管内事業所数	3,394（令和3年事業所統計調査による）
うち小規模事業者数	2,367（令和3年事業所統計調査による）
会員数	1,542（令和8年3月31日現在）
組織率	45.4%
担当者職・氏名	事務局長 藤田 博仁
連絡先電話番号	072-958-2331
連絡先メールアドレス	h8233105@silver.ocn.ne.jp

□主な事業概要（定款記載事項等）

- (1)商工業に関し、相談に応じ、又は指導を行なうこと。
- (2)商工業に関する情報又は資料を収集し、及び提供すること。
- (3)商工業に関する調査研究を行なうこと。
- (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斡旋を行なうこと。
- (6)商工業に関する施設を設置し、維持し、又は運営すること。
- (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なうこと。
- (8)商工業者の福利厚生に資する事業を行なうこと。
- (9)輸出品の原産地証明を行なうこと。
- (10)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。
- (11)行政庁等の諮問に応じて、答申すること。
- (12)社会一般の福祉の増進に資する事業を行なうこと。
- (13)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。
- (14)行政庁から委託を受けた事務を行なうこと。
- (15)国際親善の増進を図ること。
- (16)無料職業紹介事業を行なう。
- (17)会員の為の外国人技能実習制度に基づく技能実習生の受入事業。
- (18)前各号に掲げるもののほか、本商工会の目的を達成するために必要な事業を行なうこと。

(1) 所管地域の産業経済の現状と課題

地域経済循環率によると、当市の69.5%は近隣の松原市や富田林市とほぼ似たような数字を示しているものの、藤井寺市の72.5%、柏原市の85.7%と比較すると低い値を示し、大阪市内への流出はもちろんのこと近隣の八尾市、また奈良県の橿原市への流出が考えられる。要因としては、レジャー施設として定着している大型ショッピングセンターの集客力の強さと、公共交通機関の利用と幹線道路・高速道路等使用による便利さによる人の流出が推測できる。産業別事業所数から見えてくるとは、近隣市と比べ、卸売業・小売業は22.0%と平均値より若干低い数値ではあるが、製造業は12.5%・建設業は11.0%と高い数値を示している。しかし、宿泊・飲食業は8.5%、生活関連サービス業・娯楽業は7.6%と低く、特に宿泊・飲食業は近隣の藤井寺市の14.2%と比べると極端な少なさである。但し、製造品出荷額の推移については、当市の食料品製造業における製造品の出荷額は、近隣の藤井寺市と比較すると倍以上の数字を示している。この要因としては、食肉関係・ワイン・梅酒等と地場産業のイチヂクとぶどうを利用した食品製造が主産業であるためと考えられる。また、出かける目的地としても平日・休日ともに地場産業の物産品・生鮮野菜等の販売と飲食が楽しめる「道の駅しらとりの郷」の数字が群を抜いており、「延羽の湯」等のレジャー施設が引き続き上位を占め、駐車場が完備されている施設が市民の利用度の高いことが認識できる。

(2) 所管地域の活性化の方向性（事業の目標）

「百舌鳥・古市古墳群」が大阪初の世界文化遺産登録となり、決定後は観光客の増加に期待したものの、観光客は伸び悩む状態である。大阪・関西万博の開催で様々なビジネスチャンスが考えられるなか、改めて古墳群やその周辺地域の周遊ルートの充実を図るのは勿論の事、物産製造業・小売業・飲食業及び商店街を中心としたBuyLocal運動を昨年に引き続き取り組んでいきたい。また、羽曳野市との連携による地場産業製造製品のブランド認定事業にも継続的に取り組み地元店舗の利用を促し、商いを育てることで、更なる新規顧客の開拓に繋げたい。又今後労働力人口の減少時代を迎える中で、幅広い年齢層の採用に取り組む中小企業事業主との交流の場を提供し、地元企業の魅力の発信及び人材確保の支援を行う。地域経済の活力を高め、職場環境改善にも取り組み、賑わいと交流を創出するとともに住み心地よい魅力あふれる街づくりを目指し、経済循環と指定地域をつながり合わせることを重点課題としていきたい。

(3) 事業を実施した効果

経営指導員による相談を迅速・丁寧・親切に行うことで、相談内容の解決に努め、より一層当会に対する信頼度が増したと考えられる。地域活性化事業として取り組んでいる地域ブランドの確立や「はびきのBuyLocalキャンペーン」では本市の特産品や歴史・文化資源を生かした商品開発を支援するとともに、商店街と連携した取組を展開することで市外からの需要創出を図ることに繋げた。単独で実施したセミナー「事業計画作成支援セミナー」や「創業者ネットワーク構築支援事業」では、連携先の大阪府経営支援課経営革新グループと協力し、実践的な創業者交流会やセミナー内容に、参加者からは高い満足率を得ることができた。又金融支援については日本政策金融公庫により、事業所が必要としている資金調達についての的確なアドバイスを行い、申込者全員に満額決定の結果を導いた。

(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

窓口・巡回相談においては、若手・中堅経営指導員の知識だけでは解決できない相談もあり、先輩指導員の助言がまだまだ必要であると感じた。経営指導員は地域密着型で永年の経験と信頼、実績で培われた柔軟な対応技術と応用力が重要であると改めて認識させられた。地域活性化事業のセミナー等の集客を充実させるには目的とターゲットを明確にし、魅力的な内容の事業を企画することが重要で、多角的な集客施策と参加意欲を高める工夫をすることが、より一層求められると痛感した。実際に地域を活性化させるためにはどうしたらよいのか、地域内で循環するお金が増え経済が活性化していくことを目的に更なる工夫が必要であると考えている。次年度以降も、補助金・給付金・創業等の問い合わせが増加しつつある中で、経営指導員が一体となって情報の共有と知識を熟知していくよう努めるとともに、行政・関係支援機関と連携を密に図り小規模事業者の成長戦略の支援を行う。

前年度支援企業数		200 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	245	245	264	107.8%
2	支援機関等へのつなぎ	支援数	2	1	1	50.0%
3	金融支援（紹介型）	支援数	15	20	21	140.0%
4	金融支援（経営指導型）	支援数	50	60	59	118.0%
5	マル経融資等の返済条件緩和支援	事業所	2	5	6	300.0%
6	資金繰り計画作成支援	事業所	15	17	16	106.7%
7	記帳支援	事業所	80	50	47	58.8%
8	労務支援	支援数	70	75	84	120.0%
9	人材育成計画作成支援	事業所	1	1	0	0.0%
10	マーケティング力向上支援	事業所	2	1	0	0.0%
11	販路開拓支援	支援数	7	4	4	57.1%
12	事業計画作成支援	支援数	2	1	1	50.0%
13	創業支援	事業所	5	2	2	40.0%
14	事業継続計画（BCP）作成支援	事業所	2	1	0	0.0%
15	コスト削減計画作成支援	事業所	12	22	20	166.7%
16	財務分析支援	事業所	5	5	4	80.0%
17	5S支援	事業所	2	1	0	0.0%
18	IT化支援	事業所	2	5	4	200.0%
19	債権保全計画作成支援	事業所	1	1	0	0.0%
20	事業承継支援	事業所	2	1	0	0.0%
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	12	10	7	58.3%
23	結果報告	事業所	245	245	264	107.8%

前年度の相談支援実績を基に、小規模事業者を取り巻く経営課題の解決のため支援メニューの提供を行う。新しい担当業務を任されることが多くなり、更なる活躍を期待できる中堅経営指導員、その補佐をしながら業務を習得している新任経営指導員が、今まで以上の研鑽と経験を積むことにより、相談業務・指導業務の充実と強化を図っていく。中小企業専門家と経営指導員の連携を密に図り、親切・丁寧・迅速な対応により、事業所が抱える問題の把握と、その解決に向けた適切な支援を行う。

小規模事業者が抱える経営問題解決のため、特に金融支援・労務支援・各種補助金・創業相談等については、指導員間において支援内容・相談内容の共有化を図った。又常時情報交換を行的確なアドバイスを忘れず、一人の職員が問題を抱え込まないように心がけ、事業所が抱える諸問題の把握とその解決に向けてきめ細やかな支援を行った。小規模事業者が求める結果を導くよう努力し、更には相談者が事業を継続していく上で何を求めているのか、何を必要としているのかを感じ取れるように心がける。指導員間で随時協議を行い、自己研鑽を惜しまずに、今後も利用者に対してより一層の支援の充実に繋がるよう努力する。

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	12	12	12	100.0%
25	税務相談	日数	60	60	60	100.0%
26	金融相談	日数	12	12	12	100.0%
27	労務相談	日数	12	12	12	100.0%
28	その他相談	日数	12	12	12	100.0%

支援のポイント・成果

税務支援・労務支援・金融支援・経営支援・法務支援を継続し、専門家による充実した支援を行った。税務支援については、税理士により日々の記帳の重要性の認識から決算・申告へと導き、電子申告を推進した。労務支援については、社会保険労務士による労働保険・社会保険のより深い内容の指導と企業が抱える助成金等の諸問題を解決して円滑な労務管理ができるよう支援を行った。金融支援では小規模事業者の資金調達について解決へ導き、経営支援では中小企業診断士による日々経営上の問題点を解決する的確なアドバイスをを行った。又法務支援では弁護士による事業継続・取引・相続等でのトラブルの事案解決の支援をした。

事業名		地域魅力商品発信事業		事業番号	I	新規/継続	新規			
想定する実施期間		令和7年度～	年度まで	I	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 (現状や課題をどのような状態にしたいか) 企業ニーズ (内容・把握方法等)	(目的) 大阪・関西万博では、世界の文化や技術と共に、開催地や周辺地域の伝統工芸、農産物、食品などが注目される。地元特産品や地域代表商品等を本事業において展示・販売を行い、地域の特色や魅力に触れる機会を増やし、地域の魅力や独自性を発信させることで、地域ブランドの認知向上や地域経済の活性化や販路拡大へ繋げる。地元の価値をより広い範囲に届けるという相乗効果を高めるとともに、万博のテーマやコンセプトを地域の文化や歴史と結びつけることで、地域物産や地域の魅力を継続的に発信し販売チャネルの多様化を図る。 (企業ニーズ) ポテンシャルの高い商品であるが地域内にとどまり、事業規模的に単独での販促活動が展開できない事業所が多くあり、継続的かつ広域的にPR場所の提供を望む声がある。								
	支援する対象 (業種・事業所数等)	地域物産品・羽曳野ブランド商品、地域代表商品を取扱う事業者								
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	【地域魅力商品展示即売会】 令和7年度4月26日(土)道の駅しらとりの郷18周年大感謝祭出展エリア(タケル館前駐車場)にて、地域代表商品、羽曳野ブランド商品、地域特産品等の展示・販売ブースを設置し、来場者に地域と商品の魅力を発信するとともに、認知度を高め、知名度を広げ、販路拡大を図り直接的な売上の増加することを目標に実施した。 出展企業 21社 Kコーポレーション(株)<ブランド>・きまぐれパンやさん<地域代表商品> CLEF・和琴キッチン<ブランド>・フラワー<ブランド>・地域代表商品>飛鳥ワイン(株)<ブランド>・地域代表商品>・あん庵<ブランド>・地域代表商品>・大蔵屋<ブランド>・地域代表商品>・ツヅミ食品(株)<ブランド>・地域代表商品>・はっぴいおかん<ブランド>・地域代表商品>・結・わかば紙工(株)・NOWORK・花装飾ラディレ・ラズベリーハウス・(株)河内ワイン<ブランド>・(株)ばいせん工房珈琲倶楽部<ブランド>・地域代表商品>・タケダハム(株)・羽曳野商工振興(株)<ブランド>・(株)セイカ・セリグラフィ<ブランド> 【地域代表商品PR販売】 令和7年6月1日から10月31日まで道の駅しらとりの郷 タケル館内に特設コーナー設置し、地域代表商品のPR販売を実施した。1,373,242円(タケル館売上集計) 出展企業 8社(9品目) ツヅミ食品(株)(いちじくソース)・大蔵屋(塩つぶ)・飛鳥ワイン(株)(飛鳥スパークリングシャルドネ)・あん庵(百舌鳥古市古墳群クッキー はにはのかくれんぼ)・はっぴいおかん(大阪いちじくプリン・濃厚大阪飲めるいちじく)・きまぐれパンやさん(しあわせ宝箱 古墳&うさぎのいろいろクッキー缶)・(株)フラワー(トルティヨン)・(株)ばいせん工房珈琲倶楽部(古墳ドリップバックの詰合せ) <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 事業の企画段階から担当課と事業内容について調整し実施 ②広域連携 ③市町村連携 市と連携し、万博のPRブースの設置を行い、広報誌等で万博イベント周知等を実施 ④相談相乗 事業実施後に各店舗のフォローを行い、個別相談を実施								
	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)	20.0	総支援企業数(実績)	29.0	支援実績率	145.0%	満足率	93.1%
		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	自社ブランドの認知度が向上し、販路拡大/新規顧客の開拓につながったと回答した事業者の割合						
		数値目標	70	%	実績数値	89.6%	%	目標達成度	128.0%	
	成果の代表事例	道の駅タケル館にPR販売コーナーを設け、地域代表商品にポップや紹介パンフレットを設置したところ、売場担当者によると、来館者が商品を手取る機会が増え、代表商品の知名度UPとなっているとともに、従来から販売している商品の販売数も増加したとの声があった。コーナー設置がタケル館での実際の購買へとつながる好循環が生まれ、結果として、地域代表商品の知名度向上とリピーター獲得に大きく貢献し、道の駅全体の売場活性化にもつながった。								
	その他目標値の実績	目標値(計画)	1,050	人	目標値(実績)	1731	人	目標達成度	164.9%	
		来場者数								
実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	商品の魅力を直接発信することができ、来場者の地域産品への関心が高まり、商品認知度の向上につながった。実際に商品の販売にも繋がり、「新規顧客の獲得につながった」といった声もあった。特に地域代表商品や羽曳野ブランド商品は、ブランド知名度向上に効果があり、地域の価値発信の場として一定の成果があった。一方で、展示や販売が一時的になりやすい点が課題であることから、次回は地元だけでなく南河内地域を含めて実施し、継続的な情報発信により地域ブランドの定着と地域経済の活性化を図る。								

【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)	15.0	支援企業数(実績)	21.0	支援実績率	140.0%	満足率	95.2%
	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	自社ブランドの認知度が向上し、販路拡大/新規顧客の開拓につながったと回答した事業者の割合						
		数値目標	70	%	実績数値	90.4	%	目標達成度	129.1%
	その他目標値の実績	目標値(計画)	1,050	人	目標値(実績)	1,731	人	目標達成度	164.9%
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)	8.0	支援実績率	160.0%	満足率	87.5%
	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	製品の知名度アップと販路拡大が図れた事業者数						
		数値目標	3	社	実績数値	7	社	目標達成度	233.3%
	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）

羽曳野市商工会

事業名		はびきの Buy Local キャンペーン			事業番号	2	新規/継続	継続		
想定する実施期間		令和2年度～		年度まで		6	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 (現状や課題をどのような状態にしたいか) 企業ニーズ (内容・把握方法等)	本事業は、地域の生活者に地域の商店街や小規模店の良さを知っていただき、小規模店の利用を促すことを目的とする。 当地域の商店街や小規模店は、人口減少、顧客の高齢化、大型チェーン店の地域進出、EC市場の拡大等により、厳しい経営環境に置かれている。日常の買い物で地域の小規模店をあまり利用していない生活者がもっと地域の小規模店を積極的に利用するような状態にしたい。 令和5年実施の抽選券配布キャンペーンには65店、令和6年実施の粗品プレゼントキャンペーンには69店が参加した。市内各商店会の役員からは、毎年継続して市内商店会が連携してキャンペーンを実施することを要望されており、本事業に対する事業者のニーズはあると考える。								
	支援する対象 (業種・事業所数等)	羽曳野市内の5地区（古市・白鳥・はびき山・高鷲・恵我之荘）の商店会地域の小規模店（約200店）を支援対象とし、そのうち、本事業に興味をもっていただける80店を支援する。 支援業種：小売、サービス、飲食業等								
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	はびきの BuyLocalプレゼントキャンペーン 【実施時期】令和7年11月21日～ 【参加店数】70店 【実施内容】キャンペーン参加店で1000円以上、お買い上げのお客様、先着50名様に卓上カレンダーをプレゼントするキャンペーンを実施した。 キャンペーン告知において、キャンペーン参加店MAPを作成し、市内公共施設や市内郵便局にMAPを配架し、キャンペーン認知度向上を図った。 <事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載> ①府施策連携 本事業の打合せ時、市内各商店会の会長に対し、大阪府の商店街店舗魅力向上支援事業を紹介し、府の商店街支援施策のPRに努めた。 ②広域連携 ③市町村連携 羽曳野市の広報誌に記事を掲載、また、市の公共施設に事業のチラシを配架し、羽曳野市と連携して事業の広報を実施した。 ④相談相乗 相談支援事業との相乗は14件。今後も継続的にフォローを実施し、カルテ化につなげていく。								
	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)	80.0	総支援企業数(実績)	70.0	支援実績率	87.5%	満足率	88.6%
		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	キャンペーン期間中の売上が従来より増加した事業者の割合						
			数値目標	50	%	実績数値	45.7	%	目標達成度	91.4%
成果の代表事例		キャンペーン参加店の約77%において、キャンペーン実施により、お客様との関係が強化できたと、アンケートで回答された。参加事業者より、「お客様に喜んでいただいた」との声も多数、聞き取りできた。本キャンペーンがお客様とのコミュニケーションのきっかけ作りとなったとの声も多く聞くことができた。キャンペーン参加店がお客様とのコミュニケーションを増やすことができるよう、今後も継続的に事業を実施していきたい。								
その他目標値の実績	目標値（計画）				目標値（実績）			目標達成度		
実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	キャンペーンの認知度向上が例年の課題である。令和8年度の事業では、キャンペーンの認知度及び魅力の向上のため、地域の生活者が自身の「応援したいお店」をWebや投票用紙等で投票する企画（投票者に抽選で賞品が当たるオープン懸賞）を実施する。また、投票用紙で応援しているお店の良い点や要望等、地域の生活者の声を集め、その内容を店舗にフィードバックし、店舗運営の改善につながる仕組みをつくっていく。								

5-3. 地域活性化事業 事業調書（実績）

羽曳野市商工会

事業名		小規模事業者の業務のデジタル化支援事業		事業番号	3	新規/継続	継続		
想定する実施期間		令和6年度～	年度まで	2	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 (現状や課題をどのような状態にしたいか) 企業ニーズ (内容・把握方法等)	本事業は、小規模事業者が業務のデジタル化・IT活用に取組むことにより、業務改善、生産性向上、各種経営課題の解決が実現できることを目的とする。 小規模事業者のデジタル化の取組について、「小規模企業白書2024」によると、DXに向けた取組に着手する企業は年々増加しているが、2023年時点で、電子メールなどのデジタルツールの利用といった初歩的な取組にとどまっている企業が66.2%となっており、DXの進捗状況は依然途上段階にある。 小規模事業者が業務のデジタル化に取組み、業務改善や生産性向上を実現し、ビジネス環境の変化に対応していくことができる状態にしたい。 過去の当会の経営支援の実績やIT関連のセミナーの参加率を考慮し、一定程度のニーズがあると考えている。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	本事業の対象となる市内小規模事業所数は2367。（令和3年経済センサス-活動調査 市町村別小規模事業所数より）そのうち、業務のデジタル化に取組みたい事業者、15者を支援予定。（業種問わず）							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	AIで「お悩み業務」を劇的に改善！最新AI活用セミナーを開催した。 【実施日時】令和7年10月15日15時～16時30分 【実施場所】LICはびきの パソコン教室 【講師】(株)CodeWith 代表取締役 【参加者数】11事業者 【実施内容】AI活用の基礎知識やGoogleのAIサービス「NotebookLM」の活用について、講師による講義を実施した。また、AIの業務での活用方法について意見交換するグループワークも実施した。							
		<事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載>							
		①府施策連携	大阪府商工労働総務課と連携し、大阪府DX推進パートナーズより講師を選定した。セミナーで大阪府DX関連施策の紹介チラシを参加者に配布し、府施策の周知をおこなった。						
②広域連携									
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)	15.0	総支援企業数(実績)	11.0	支援実績率	73.3%	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	事業実施後アンケートで、今後、業務のデジタル化、IT活用に取り組むと回答した事業者の割合						
		数値目標	70	%	実績数値	100.0	%	目標達成度	142.9%
	成果の代表事例	今回のセミナーにおいて、NotebookLMのデモや活用法を提案したが、セミナー参加事業者のなかには、セミナー後にNotebookLMを利用しはじめた事業者もいる。また、今回のセミナー講師にAI活用について個別相談を受け、AIサービス導入を検討している事業者もいる。今回のセミナーが事業者のAI活用のきっかけとなった。							
	その他目標値の実績	目標値（計画）			目標値（実績）			目標達成度	
実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	今回のセミナーでは、メインテーマをNotebookLMの活用としたため、IT初心者の事業者にとっては、あまり馴染みがなく、興味をひく内容でなかった可能性がある。セミナーのメインテーマの設定をより多くの事業者を受け入れられそうなものに改善していく。 また、セミナー実施後のアンケートにおいて、他の事業者がどのようにAIを活用しているか、もっと知りたいとの回答があったため、令和8年度事業では、事業者間の情報交換がより多く、深く、できるように、事業者同士の交流会をセミナー後半部で実施する。							

羽曳野市商工会

事業名		創業者ネットワーク構築支援事業		事業番号	4	新規/継続	新規		
想定する実施期間		令和7年度～	年度まで		1年目	※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 (現状や課題をどのような状態にしたいか) 企業ニーズ (内容・把握方法等)	中小企業・小規模事業者は、売上不振、原材料高、求人難等、厳しい経営環境に直面している。そのような経営環境の中、特に創業期における事業者は相談相手が少ないと言われている。創業期の事業者が経営課題について話し合い、相談できる人脈づくりを構築していくことを目的として、創業者交流会を実施する。 また、創業者同士のネットワークが地域にできることにより、今後、当地域において創業を検討している方々にとって、創業後の不安解消となる取組みとして、認識されることも目指す。 相談対応時に事業経営者同士の交流会の開催の有無を聞かれることも多く、本事業に対するニーズはあると考えられる。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	事業開始後おおむね7年以内の創業者（全ての業種）							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	創業後7年以内の羽曳野市内の事業経営者が集まり、交流会を実施した。 【実施日時】令和7年10月2日15時～16時30分 【実施場所】カフェ峯屋 【ファシリテーター】大阪府よろず支援拠点 サブチーフコーディネーター 【参加者数】10事業者 【実施内容】交流会では、参加者の自己紹介、グループディスカッション、大阪府・大阪産業局・日本政策金融公庫からの情報提供を実施した。交流会終了後、希望者（2名）に対して大阪府よろず支援拠点のコーディネーターによる個別相談会を実施した。 ＜事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載＞ ①府施策連携 創業者交流会で大阪府創業支援施策のチラシを配架、PRを実施した。また、創業支援ネットワーク会議に参加し、創業支援者向け研修を受講し、創業支援のノウハウ蓄積に努めた。 ②広域連携 ③市町村連携 創業者交流会に羽曳野市の商業施策担当者が参加し、情報提供及び事業者との交流をおこなった。 ④相談相乗 相談支援事業との相乗は3件。今後も継続的に相談の掘り起こしに取り組む。							
	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	10.0	総支援企業数(実績)	10.0	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)	代表指標	事業実施後アンケートで、創業者交流会への参加により、創業者同士の人脈構築ができた」と回答した事業者の割合						
		数値目標	70	%	実績数値	90.0	%	目標達成度	128.6%
成果の代表事例	創業者交流会に参加した事業者3名の方が連携して、令和8年4月2日に、地域でがんばる事業者同士のお互いを知り合うきっかけになる交流会「はびきのきっかけ交流会」を羽曳野市内のカフェで開催することになった。創業者交流会をきっかけとして、創業者・事業者のネットワークができつつある。								
	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 (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)	交流会実施後の個別フォローである相談支援事業との相乗が課題であると認識している。令和8年度は、事業実施後の定期的なフォローを徹底し、より多くの相談支援につなげていく。 令和8年度事業では、令和8年度の創業支援セミナー受講者へ本事業の告知をおこない、創業支援セミナー受講者が本事業へ参加していただく支援の流れをつくりだす。 「学び（創業支援セミナー）」から「交流（本事業）」へつながるシームレスな創業支援体系を構築していく。							

5-5. 地域活性化事業 事業調書（実績）

羽曳野市商工会

事業名		多様な人材採用・人材育成推進事業		事業番号	5	新規/継続	新規			
想定する実施期間		令和7年度～	年度まで		1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 (現状や課題をどのような状態にしたいか) 企業ニーズ (内容・把握方法等)	本事業は、地域の中小企業の多様な人材採用・人材育成を促進することにより、地域の中小企業の生産性向上、人手不足解消等を実現することを目的とする。 地域の中小企業は、人手不足や働き方の多様化、市場の不確実性の高まりなどの環境の変化に直面している。これらの環境の変化に対し、地域の中小企業が多様な人材を採用し、従業員一人ひとりの多様性を活かし、その能力や特性を最大限引き出し、持続的に付加価値を生み出し続ける経営を実践することで、対応できるようにしていきたい。 事業に対する企業ニーズについては、過去、羽曳野市商工会において実施した労働関連セミナーの参加率を考慮し、一定程度のニーズがあると考えている。								
	支援する対象 (業種・事業所数等)	羽曳野市内の雇用保険適用事業所 約1600事業所（すべての業種）								
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	多様な人材の採用で人材不足の課題を解消！ 人材採用 人材育成セミナーを開催した。 【実施日時】令和7年10月30日14時～15時30分 【実施場所】LICはびきのパソコン教室 【講師】大阪ビジネスサポートセンター 代表 【参加者数】11事業者 【実施内容】人材採用の課題と改善、給料の決め方・賃金制度のトレンド、求人票の記載ポイント、組織のルールと基準づくり等、人材採用・人材育成の課題に対応していくための様々なトピックについて、講師による講義を実施した。 ＜事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載＞ ①府施策連携 大阪府就業促進課及びOSAKAしごとフィールドと連携し、講師の選定、事業企画をおこない本事業を実施した。セミナーでOSAKAしごとフィールドの企業支援メニューの紹介を実施した。 ②広域連携 ③市町村連携 多様な人材採用の取組みのひとつとして、就職困難の若者等の就労体験事業の紹介のため、セミナーで羽曳野市の事業である南河内若者サポートステーション事業の紹介を実施した。 ④相談相乗 相談支援事業との相乗は6件。今後も継続的にフォローを実施し、カルテ化につなげていく。								
	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)	15.0	総支援企業数(実績)	11.0	支援実績率	73.3%	満足率	100.0%
	事業全体の実績／目標達成度	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	代表指標	事業実施後アンケートで、今後、多様な人材採用、育成に取り組みたいと回答した事業者の割合						
事業全体の実績／目標達成度	数値目標	70	%	実績数値	90.9	%	目標達成度	129.9%		
事業全体の実績／目標達成度	成果の代表事例	セミナー参加者の約55%が「自社の人材採用の課題を認識できた」と、アンケートで回答しており、今回のセミナーが参加企業にとって、自社の人材採用について再検討する機会になったと考えられる。 セミナー後の事業者フォローにおいて、「最近の賃金制度の傾向、給料の決め方等、普段、あまり情報を得る機会がなかったことについて、セミナーで聞くことができ、参考になった」との意見もあり、事業者にとって有益な情報提供ができた。								
事業全体の実績／目標達成度	その他目標値の実績	目標値 (計画)			目標値 (実績)			目標達成度		
実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	人材採用、人材育成について、多くの事業者が課題を抱えているため、重要なセミナーテーマであると認識している。ただし、セミナーへの集客は苦戦したため、セミナーの集客力強化が課題である。事業者により興味を持っていただけに、セミナーテーマを選定していきたい。本事業は今年度で終了となるが、別事業で人材確保・育成・定着に関する支援事業を実施していく。								

5-6. 地域活性化事業 事業調書（実績）

羽曳野市商工会

事業名		事業計画作成支援セミナー			事業番号	6	新規/継続	継続		
想定する実施期間		令和6年度～		年度まで		2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 (現状や課題をどのような状態にしたいか) 企業ニーズ (内容・把握方法等)	【事業の目的】原油・物価高騰、円安による調達コスト増、深刻な人手不足など中小企業・小規模事業者は引き続き厳しい状況にある。 このような状況において、企業存続の為には、ポストコロナの時代の経済環境の変化に対応できる新たな事業展開による売上創出、販路開拓、業務改善等の取り組みによる売上増加は必要不可欠な状況である。 そこで本事業では中小企業・小規模事業者の事業再構築を支援する為の事業計画作成支援を行う。 【企業ニーズ】窓口や巡回指導の際、ポストコロナの時代に対応する為の新たな取り組みについて相談したいという事業主からの相談がある為、本事業へのニーズは高いと考える。								
	支援する対象 (業種・事業所数等)	新事業展開などの思い切った事業再構築を検討、または販路開拓等の取り組みを検討している羽曳野市内の中小企業・小規模事業者を対象とする。								
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	*開催日時・場所 令和7年6月13日(金)14:00～16:00 LICはびきの 2階 会議室 *講師 株式会社 大永コンサルティング 代表取締役 *内容 事業計画書とは?目的と活用シーンを理解する これだけは押さえない!計画書の基本構成と作成ポイント 大阪府テイクオフ補助金を活用しよう!申請内容と実践のコツ 申請事例に学ぶ!評価される事業計画書の特徴とは								
		<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	大阪府商工労働部 中小企業支援室 経営支援課 経営革新グループと連携してセミナーを実施し、企業の新事業展開を促進させた。							
②広域連携										
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)	15.0	総支援企業数(実績)	28.0	支援実績率	186.7%	満足率	92.8%	
	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	事業後のアンケートにおいて事業計画書の作成を希望する企業の割合							
		数値目標	70	%	実績数値	96.4%	%	目標達成度	137.7%	
	成果の代表事例	事業計画書を作成して、次のテイクオフ補助金や小規模事業者持続化補助金に申し込みたいと考える事業者が多数いた。 本セミナー参加事業者のうち、事業実施後にフォローアップを行い把握できた羽曳野市内の6事業者のうち、3事業者がテイクオフ補助金への申請をおこなった。その結果、申請を行った3事業者全て採択されるなど、具体的な成果創出に繋がった。								
	その他目標値の実績	目標値(計画)			目標値(実績)			目標達成度		
実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	セミナー終了後のアンケートより満足率、数値目標達成度は高い評価が得られた。 しかしながら、他市の事業者が大多数で事業実施後のフォローが難しく、カルテ化に繋げることができなかった。								

事業名		羽曳野ブランド認定事業			事業番号	7	新規/継続	継続		
想定する実施期間		平成31年度～	年度まで		6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 (現状や課題をどのような状態にしたいか) 企業ニーズ (内容・把握方法等)	(目的)地元特産品を活用した商品を市も認定したブランド商品として位置づけ、他市での販売促進活動を通じて販路拡大と新規顧客の開拓を図り、認定事業所の新たな事業展開を支援する事を目的とする。 また、羽曳野ブランド専用HPにて、登録された商品(製品)の情報発信のみならず事業所の情報発信もすることで、事業所の認知度向上を図る事を目的とする。 (企業ニーズ)羽曳野市内の小規模事業所において、自社の強みを活かし開発した商品はあるが、販売ルートを確立できていなかったり、自社の情報発信力が不十分で、事業展開が思うように進んでいない商品(製品)が多く存在する。羽曳野ブランドに認定されることで、商工会と市役所の連携サポートにより、大々的に商品と企業のPRをする事が可能となり、販路拡大や新規顧客の開拓チャンスが増え、今後の新たな事業展開に繋がりたいとの要望がある。また、事業の活性化だけでなく地域振興や発展に貢献したいとの要望も寄せられている。								
	支援する対象 (業種・事業所数等)	羽曳野市内の小売、サービス、製造、農林業等含めた全事業者								
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	【羽曳野ブランド認定審査会】 ○羽曳野市と連携し会報、HP、チラシの配布等で羽曳野ブランド認定商品登録希望企業の募集を実施した。 【募集時期】 令和7年6月～10月23日 ○羽曳野ブランド認定審査会を実施し、認定商品を選定した。 【実施時期】 令和7年10月28日(火) 15時から16時 【実施場所】 LICはびきの二階 中会議室 【コーディネーター】 ビジヨナリーソリューションズ 3社3商品の申し込みがあり、2社2品が認定された。 ○羽曳野ブランド認定商品紹介ホームページに上記2社2品を追加した。 【羽曳野ブランド認定商品 周知事業】 ○道の駅で展示即売会を開催した。(19企業の出展及び紹介) 商品の管理衛生上の都合で、すべての商品の販売はできなかったが、資料等で補完した事で、販売促進はできた。 【羽曳野ブランド認定商品 販売促進事業】 ○大阪府内で開催、出展できたイベントにて、羽曳野ブランドの紹介や、募集活動を実施した。 (4月 道の駅周年イベント、5月 羽曳野市民フェスティバル、10月天王寺、11月 松原、富田林、河内長野、狭山イベントに参加し、認定商品 19企業のPRと販売、紹介を実施し、販売促進活動用PRパンフレットの配布も実施した。 ＜事業手法(①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果)の具体的な連携・効果を記載＞								
	①府施策連携									
	②広域連携									
③市町村連携	(c)市担当課のブランド認定委員会の認定委員としての参加、募集記事、PRリーフレットの公共施設への設置、市役所関係イベント等でのPR活動、認定商品のふるさと納税返礼品への参入協力等を、市と連携し実施した。									
④相談相乗	(d)新規申請者の書類作成サポートを実施、認定事業者の事業所確認や現状確認を行った。新規認定事業者と落選事業者のフォロー支援を実施した。									
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)	45.0	総支援企業数(実績)	40.0	支援実績率	88.9%	満足率	90.0%	
	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	ブランド認定により、販路の拡大や新規顧客の開拓を図ることができたと回答した企業の割合							
		数値目標	70	%	実績数値	90.0	%	目標達成度	128.6%	
	成果の代表事例	【令和7年度成果】認定企業の廃業、廃止により21企業の24品に減少した。 新規認定事業者として2社2品が追加された。HPへの追加を実施した。 内、1商品はふるさと納税への参入も完了したたの報告を受けた。 また、ブランド認定商品販売所として提供している道の駅タケル館にも常時出展する事となった。 他市開催イベントへの出展し、販売活動とPRを実施したところ、認定商品のみならず、取扱商品の全体的な売上が増加したとの報告を受けた。								
	その他目標値の実績	目標値(計画)			目標値(実績)			目標達成度		
実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	【課題】現在の認定基準では申請可能な企業が減少傾向にあるため、基準およびその解釈の見直し・拡大を実施する。これにより、地域事業者が申請しやすい環境を整備し、認定商品の申請件数の増加とブランド認定数の拡大を図る。又、他市で開催されるイベントで古墳酵母のPR活動を実施する事で、ブランド全体の活性化と認知向上を推進する。 【取組】2年連続で認定に至らなかった企業への重点的なサポートを実施し、認定取得に向けた支援体制を強化する。								

【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)	3.0	支援企業数(実績)	2.0	支援実績率	66.7%	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	自社製品のブランド化により販路拡大となったと回答した割合						
		数値目標	70	%	実績数値	100.0	%	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	
実績／達成度②	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	24.0	支援企業数(実績)	19.0	支援実績率	79.2%	満足率	89.5%
	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	認定製品をPRできたと回答した事業所数の割合						
		数値目標	70	%	実績数値	89.5	%	目標達成度	127.9%
	その他目標値の実績	目標値(計画)			目標値(実績)			目標達成度	
実績／達成度③	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	18.0	支援企業数(実績)	19.0	支援実績率	105.6%	満足率	89.5%
	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	新規顧客へのPRや、販路が拡大できたと回答した割合						
		数値目標	70	%	実績数値	89.5	%	目標達成度	127.9%
	その他目標値の実績	目標値(計画)			目標値(実績)			目標達成度	

事業名		中小企業事業主と高校生との交流支援事業			事業番号	8	新規/継続	継続		
想定する実施期間		令和2年度～	年度まで		6	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 (現状や課題をどのような状態にしたいか) 企業ニーズ (内容・把握方法等)	労働力人口の減少が予想される中、大阪の産業を支える地域の中小企業の事業主と、就職という進路を考えている高校生との交流を図ることにより、中小企業には必要な人材の確保ができる場を提供し、今後の業務の効率化と活性化を目指す。現在、就職を目指す高校生に対して中小企業に関する情報を伝える手段が少ない為、高校生に中小企業・地元企業の魅力が伝わらず、必要な人材を確保できないという相談を多く受ける。本事業では府内の高校と地元の中小企業との交流の場を確保することにより、中小企業の魅力の発信及び理解促進の充実を図る。また採用に積極的な中小企業を支援することで地域雇用の安定と中小企業の経営の安定化を図る。 希望するハローワーク藤井寺管内の高等学校の令和7年3月新規学校卒業予定者の内定率は、令和6年11月末時点では82.7%となっており、また前年同月においても86.1%と高い水準で推移しており、中小企業にとっては依然として新規学卒者の採用活動が厳しい状況が続いている。窓口での相談時や巡回指導の際、少子高齢化による労働力人口の減少や新規学卒者の大企業志向や安定志向に伴い、ハローワーク藤井寺管内の中小企業にとっては特に製造業・サービス業・建設業・介護業において人材不足が深刻化しているという相談を多く受けるので、就職を希望する高校生との交流事業に関心を持つ中小企業は多い。								
	支援する対象 (業種・事業所数等)	新規採用を毎年行い、同時に従業員教育に熱心な中小企業事業主。 また若者の就業意識の確認を行うと同時に、交流により職場の活性化を目的として意見交換会に積極的に参加を希望する中小企業事業主 48社(羽曳野市内にある事業所で令和7年3月高校生の新規学校卒業予定者を対象とする学卒求人申込みを行った事業所数)								
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	令和8年1月26日に大阪府立成城高等学校の就職に興味がある高校2年生と主に羽曳野市に会社がある中小企業事業主が直接高等学校に出向き、交流支援事業を実施した。 特に今回は人材不足が深刻化している製造業・サービス業・建設業・介護福祉業の企業を中心に参加を募った。また一方でその方が交流する高校生にとっても様々な業種や仕事の話を伺うことで、働くことへの興味や関心を高め、今後の就職に対する意識の向上に繋げることとなった。 交流支援事業内容としては、①企業の自己紹介 ②企業の事業内容や経営方針、経営理念 ③若年者に求める能力や資質、社会人としての心構え、中小企業の魅力等について ④高校生からの質問による懇談という形で行った。 ・参加企業数：6社 ・実施日時：令和8年1月26日(月) 13:15～15:10 ・参加学生数：大阪府立成城高等学校2年生39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	大阪府商工労働部雇用推進室人材育成課産業人材育成グループと連携し、交流支援事業のPR及び事業の実施を行った。								
	②広域連携									
	③市町村連携									
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)	12.0	総支援企業数(実績)	6.0	支援実績率	50.0%	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)	代表指標	事業実施後アンケートを行い、高校生と交流することで中小企業や自社の魅力を伝えることができたと回答した企業の割合							
		数値目標	70	%	実績数値	83.3	%	目標達成度	119.0%	
	成果の代表事例	例年連続して本事業に参加している自動車用鍛造品およびフローフォーミング成形品ならびに高压ガス容器の製造販売を行っている企業では、この交流支援事業が縁で令和6年4月に1名、令和7年4月に2名新入社員として入社しており、また令和8年4月より新たに1名新入社員として入社する予定である。令和6年度の本事業に参加した学生で、令和8年4月入社予定の当時高校3年生の学生と対話する機会があったが、交流事業で会社の魅力や事業内容、業界の説明また交流する中小企業事業主や人事担当者から会社の良い雰囲気が感じられ、就職を決める際にも、迷いなくこの企業しか考えていなかったという話を聞いた。中小企業事業主から直接事業主の夢や仕事への取り組み方、また仕事・企業の魅力や地元で働く意義や喜びなどを聞くことで、将来の働くことへの興味や関心に繋がることとなる事は本事業の最大の成果である。								
	その他目標値の実績	目標値(計画)	60	人	目標値(実績)	39	目標達成度	65.0%		
		本事業において中小企業事業主と交流する学生数(令和4年度～令和6年度実施の参加学生数の平均値を基準に算定)								
実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	当初2～3校との交流事業を予定していたが、1校の高等学校の訪問にとどまった。ハローワーク藤井寺管内の府立高等学校や管内私立学校の新規生徒の募集停止が相次ぎ、管内高等学校の取り巻く学校状況の変化と高校生への就職や進学などの進路に対する意識の変化などの要因として挙げられる。今回管内高等学校を中心に事業の説明に行ったり、高校との連絡折衝を行ったが、事業の実施には至らなかった。その中の1校からは「例年は一定の就職希望者がいるが今年の高校3年生は大学や専門学校進学する人が殆どで就職希望者は数人程度で事業の実施は難しい」との回答があったりと、高校生の進路に対する意識変化も感じられた。また例年の参加企業の中でもここ数年ストップしていた高校からの指定校求人が復活したので、今回は参加を見送るという企業もあった。本事業は今年度で地域活性化事業としては終了となるが、企業側から就職希望者との交流を望む声があるので、今後羽曳野市雇用開発協会の事業として取り組んでいくなど選択肢を残し、別の形で企業のフォローを行っていきたい。								

【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)	6.0	支援企業数(実績)	6.0	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	事業実施後アンケートを行い、高校生と交流することで中小企業や自社の魅力を伝えることができたと回答した企業の割合						
		数値目標	70	%	実績数値	83	%	目標達成度	119.0%
	その他目標値の実績	目標値(計画)	30	人	目標値(実績)	39	人	目標達成度	130.0%
実績／達成度②	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	6.0	支援企業数(実績)	0.0	支援実績率	0.0%	満足率	0.0%
	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	事業実施後アンケートを行い、高校生と交流することで中小企業や自社の魅力を伝えることができたと回答した企業の割合						
		数値目標	70	%	実績数値	0	%	目標達成度	0.0%
	その他目標値の実績	目標値(計画)	30	人	目標値(実績)	0	人	目標達成度	0.0%

羽曳野市商工会

事業名		求人・求職マッチングフェア			事業番号	9	新規/継続	継続		
想定する実施期間		令和6年度～	年度まで		2	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 (現状や課題をどのような状態にしたいか) 企業ニーズ (内容・把握方法等)	企業の発展の為に人材を求める中小企業と、働く意欲はあるものの就職には結びついていない求職者との企業説明会や就職面接会を行い、中小企業の人材不足の解消と経営の安定化を目的とする。 令和6年10月の大阪府内の有効求人倍率は1.21倍となっており、前年同月の有効求人倍率も1.29倍と企業側にとっては依然として人材採用が難しい状況が続いている。窓口での相談時や巡回指導の際、中小企業にとっては人材採用が難しく、人材不足が慢性化・深刻化しているという相談を多く受けている。								
	支援する対象 (業種・事業所数等)	ハローワーク藤井寺管内の羽曳野市内の雇用保険加入企業約1600社及びハローワーク藤井寺の求職登録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年度においては「介護のおしごとマッチングフェア」「ものづくり企業でのおしごとマッチングフェア」「子育て保育のおしごとマッチングフェア」「パートのおしごとマッチングフェア」の計4回実施した。 人材不足が慢性化・深刻化している業種別や、パート採用に積極的に取り組んでいる企業別など、テーマをあらかじめ設定した企業説明会及び就職面接会を実施することにより、効率的でミスマッチが生じにくいような形で、下記の通り求人・求職マッチング事業を行った。 ①令和7年12月7日(日) 子育て保育のおしごとマッチングフェア 保育業界への就職セミナー 来場者数17人 就職面接会 参加企業数10社 来場者数22人 面接者数10人 採用者数1名 ②令和7年6月18日(水) 介護のおしごと合同説明会・面接会マッチングフェア 合同企業説明会 参加企業6社 来場者数37人 就職面接会 参加企業数6社 面接者数4人 採用者数2人 ③令和7年10月20日(月) ものづくり企業でのおしごとマッチングフェア 合同企業説明会 参加企業数6社 来場者数48人 就職面接会 参加企業数6社 面接者数10人 採用者数1人 ④令和8年2月3日(火) パートのおしごとマッチングフェア 合同企業説明会 参加企業数6社 来場者数28人 就職面接会 参加企業数6社 面接者数13名 採用者数3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 マッチングフェア当日に事業者向けおよび求職者向けの大阪府の労働施策のチラシを配架し、府施策を周知した。 ②広域連携 ③市町村連携 羽曳野市の担当者と事業の企画および当日の運営等について、連携して本事業を実施した。 ④相談相乗								
		計画に対する実績(数値)	総支援企業数(計画)	28.0	総支援企業数(実績)	28.0	支援実績率	100.0%	満足率	60.7%
		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	面接件数						
			数値目標	28	件	実績数値	37	件	目標達成度	132.1%
成果の代表事例		市内に事業所があるエアツールを製造及び販売を行っている企業は、倉庫内作業の求人を常態として出しているが、なかなか求人応募がないということで今回の求人・求職マッチングフェアに参加した。この企業の企業説明会の話を聞いた求職者が業務内容や仕事に興味を持ち、企業説明会の後の就職面接会では個別の企業ブースで詳細な会社説明及び面談を受けた。本事業を行った当日午後に早速求職者が企業訪問及び作業所内の見学に行き、後日採用に至ったと企業側より報告を受けた。企業からは今回パートタイムで働くことに興味のある求職者が集まってきたので、求人と求職のミスマッチが生じにくいので採用に繋がって良かったとの事だった。またその求職者は羽曳野市民で自宅の近くで仕事を探していたという事だったので、今回のように羽曳野市内で合同就職面接会をする意義があったと思われる。								
	その他目標値の実績	目標値(計画)	90	人	目標値(実績)	135	人	目標達成度	150.0%	
		企業面接会・就職面接会・合同就職面接会への来場者数								
実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	「個別ブースを訪れる人が少ない」「集客力がなかった」という意見もあったので、イベントの宣伝や周知が足りなかった点が課題点としてあげられる。また同時に求職者が企業説明会や就職セミナー後に各企業ブースでの面接会に参加せずにそのまま帰る方が多かったため、今後の課題としては企業説明会を受けた求職者が各企業ブースで面接を受けたいと思えるような企業や職種の選定に注力していく必要があると考える。次年度以降は今回の反省を踏まえて、イベントの早めの周知やチラシの配布数を増やすなどをして、求職者の参加人数を増やしていく。								

【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)	16.0	支援企業数(実績)	10.0	支援実績率	62.5%	満足率	20.0%
	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	16	件	実績数値	10	件	目標達成度	62.5%
	その他目標値の実績	目標値(計画)	30	人	目標値(実績)	22	人	目標達成度	73.3%
実績／達成度②	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)	6.0	支援実績率	150.0%	満足率	66.7%
	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	4	件	実績数値	4	件	目標達成度	100.0%
	その他目標値の実績	目標値(計画)	20	人	目標値(実績)	37	人	目標達成度	185.0%
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)	6.0	支援実績率	150.0%	満足率	83.3%
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	指標	面接件数						
		数値目標	4	件	実績数値	10	件	目標達成度	250.0%
	その他目標値の実績	目標値(計画)	20	人	目標値(実績)	48	人	目標達成度	240.0%
実績／達成度④	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)	6.0	支援実績率	150.0%	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	面接件数						
		数値目標	4	件	実績数値	13	件	目標達成度	325.0%
	その他目標値の実績	目標値(計画)	20	人	目標値(実績)	28	人	目標達成度	140.0%

事業名		Webプロモーション活用事業			事業番号	10	新規/継続	新規		
想定する実施期間		令和7年度～	年度まで		1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 (現状や課題をどのような状態にしたいか) 企業ニーズ (内容・把握方法等)	近年多くの人のオンラインでの購入行動が活発化しており、事業者にとってはデジタルマーケティングの重要性が増している。また従来のオフライン広告と比べて効率的で低コストであるとされており、小規模事業者こそWebプロモーションの活用に取り組む必要性がある。 本事業ではWebマーケティングやWebデザイン、Webコンテンツの活用に関するセミナーを開催することで、小規模事業者の情報発信の強化を促し、新たな販路開拓へのきっかけとなることを目指す。 現在ではスマートフォンの使用が全年齢層で普及しており、SNSをはじめとしたWebプロモーション活動のニーズは高く、直接事業者からこれからSNSを使っていきたいという声や、SNSを活用しているが現状集客に繋がっていないとの相談や、投稿するコンテンツの質を向上させたいという声を聞くので、実際にWebプロモーションを活用していくことが出来るように支援していく。								
	支援する対象 (業種・事業所数等)	対象となる市内小規模事業者数は2367事業者。（令和3年経済センサス-活動調査 市町村別小規模事業者数より）そのうちWebプロモーション活用に取り組みたい事業者を支援予定している。（業種問わず）								
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	令和7年10月～11月にかけてWebプロモーションを活用するためのセミナーを計3回実施した。 令和7年度 実施内容 ①YouTube・TikTok活用セミナー（人材育成型） 日程：令和7年10月15日（水） 13：00～15：00 内容：集客に役立つSNSのビジネス活用について・TikTokとYouTubeのショート動画について・スマホ写真/動画の撮影と編集方法など・デザイン活用支援oidcからの施策紹介 ②デザインツール（Canvaなど）活用セミナー（人材育成型） 日程：令和7年10月28日（火） 14：00～16：00 内容：デザインツール（Canvaなど）のできることの紹介と説明・デザインツールを使っでの集客のためのWebプロモーション活用法について・集客方法の視覚化（AISASを用いたWebプロモーション計画作成及びグループでの意見交換会）・デザイン活用支援oidcからの施策紹介 ③集客につながる！初心者のためのInstagram活用講座（人材育成型） 日程：令和7年11月10日（月） 14：00～16：00 内容：Instagramの説明及びビジネス活用方法について・プロアカウントの作成とビジネス活用における投稿方法やハッシュタグの選び方・デザイン活用支援oidcからの施策紹介 実施場所：LICはびきの 参加事業者数：①YouTube・TikTok活用セミナー11社・②デザインツール（Canvaなど）活用セミナー14社・③集客につながる！初心者のためのInstagram活用講座20社 ＜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	大阪産業局（デザイン活用支援oidc）と連携し上記セミナーを実施した。またセミナーの講演時にoidcの事業紹介を行い、またセミナー終了後に個別相談会を実施した。								
	②広域連携									
③市町村連携	羽曳野市の広報誌に記事を掲載し、事業の周知を図った。									
④相談相乗	Webプロモーション活用の個社支援や専門家の紹介を中心に行った。									
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)	36.0	総支援企業数(実績)	45.0	支援実績率	125.0%	満足率	88.9%	
	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	事業実施後のアンケートにおいてWebプロモーションの活用に取り組むと回答した事業者の割合							
		数値目標	70	%	実績数値	95.6	%	目標達成度	136.6%	
	成果の代表事例	今回実施の「デザインツール（Canvaなど）活用セミナー」や「集客につながる！初心者のためのInstagram活用講座」はセミナー内容から参加者をグループ分けしていたこともあり、事業者同士がグループで事例を検討したりお互い助け合いながら実践していくことで事業者同士の交流にも繋がり、セミナー後もSNS活用などの情報共有のためLINEや連絡先を交換している場面も見受けられた点は今回のセミナーの良かった所だと考える。 また「集客につながる！初心者のためのInstagram活用講座」の講師は、セミナーの2時間という限られた時間では当日の事業者からの質問や当日お伝えしきれなかった項目に関して、後日参加事業者に向けてフォローアップ資料という形で配布したり、参加事業者に対してメール等で質問に対応するなどきめ細やかなフォローを行って頂いた。								
	その他目標値の実績	目標値（計画）				目標値（実績）				目標達成度
実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	各セミナー共に定員を超える申し込みがあり途中で申込みを締め切ったにも関わらず、当日の欠席が多かったので、申込み締切の判断基準の反省とセミナー申込者へのセミナー開催前の最終意向確認などを行うべきであった。 また令和7年度実施の「デザインツール（Canvaなど）活用セミナー」や「集客につながる！初心者のためのInstagram活用講座」はセミナー内容から参加者をグループ分けしていたこともあり、参加者同士が意見交換を行いグループで事例を検討したりと一緒に出来た点良かったというアンケート回答を見受ける事があったので、今後グループワーク形式を取り入れより実践的なセミナーを開催していく。								

【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)	12.0	支援企業数(実績)	11.0	支援実績率	91.7%	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	事業実施後のアンケートにおいてWebプロモーションの活用に取り組むと回答した事業者の割合						
		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	
実績／達成度②	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)	14.0	支援実績率	116.7%	満足率	85.7%
	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	事業実施後のアンケートにおいてWebプロモーションの活用に取り組むと回答した事業者の割合						
		数値目標	70	%	実績数値	92.9	%	目標達成度	132.7%
	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③	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)	20.0	支援実績率	166.7%	満足率	85.0%
	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	事業実施後のアンケートにおいてWebプロモーションの活用に取り組むと回答した事業者の割合						
		数値目標	70	%	実績数値	95.0	%	目標達成度	135.7%
	その他目標値の実績	目標値（計画）			目標値（実績）			目標達成度	

事業名		BCP普及・啓発セミナー		事業番号	11	新規/継続	継続		
想定する実施期間		令和4 年度～	年度まで	4	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 (現状や課題をどのような状態にしたいか) 企業ニーズ (内容・把握方法等)	自然災害や大火災、感染症の大流行、テロ攻撃、大規模なシステム障害といった危機的状況は突然発生する。緊急事態において、大切な従業員の雇用や取引先の信用を守るためには、1日も早く復旧し、事業を継続する必要がある。混乱する状況の中、迅速かつ冷静な対応を行うために役立つのがBCP(事業継続計画)である。しかし、中小企業においては、策定のノウハウが無い・策定のための人材や時間を捻出できないといった理由で、BCP策定が遅れがちである。BCP対策は大企業・中小企業を問わず、緊急事態の備えとしてすべての事業所に必要です。たとえば、生産工場が大地震に遭うと、操業率が大きく低下するリスクがある。経営基盤が不安定な企業ほど震災後の事業復旧が遅れ、廃業や事業縮小に追い込まれる恐れがある。日頃からBCP対策に取り組んでいれば震災後も中核事業を継続し、操業率の早期復旧も期待できることから、BCPの普及・啓発を目指す。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	地域内小規模事業者を中心に、事業継続に関心のある、又は必要とする事業者等							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	【開催日時】 令和8年1月22日(木曜日) 14時～16時 【開催場所】 LICはびきの2階 中会議室B 【講師】 東京海上日動火災保険株式会社 大阪南支店 藤井寺支社 【参加者数】 10事業所 【実施内容】 BCPとは ○BCP想定リスクの多様化・激甚化 ○BCPIは「経営計画」の一部 ○BCPを実際に作ってみましょう! ～大阪府 超簡易版BCP「これだけは!」シート～ <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 中小企業支援室経営支援課支援グループ・大阪府商工会連合会と連携し、セミナーを開催しました。 ②広域連携 ③市町村連携 羽曳野市役所にセミナー開催の案内チラシを配り広報して頂いた。 ④相談相乗							
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)	10.0	総支援企業数(実績)	10.0	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)	代表指標	「これだけは!」シートを使ってBCPの策定に取り組んだ事業者の割合						
		数値目標	100 %	実績数値	100 %	目標達成度	100.0%		
	成果の代表事例	中小企業・小規模事業者は、地域に根ざした事業活動を行い、多くの雇用機会を提供するなど、地域経済において、重要な役割を果たしていますが、近年自然災害が頻繁化し、事業活動に支障をきたす事態が生じています。今回のセミナーでは、○費用をかけずに ○時間も「多くは」割らずにできる大阪府超簡易版BCP「これだけは!」シートを作成し、事業所の皆様に対して事業継続に役立てて頂く足がかりになりました。							
	その他目標値の実績	目標値(計画)		目標値(実績)		目標達成度			
実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	策定支援の手引きなどを周知して、それを活用して小規模事業者がBCPを独自に策定するのを待つだけでは普及が進むとは考えにくい。専門家をお呼びしてセミナーを開催していき、BCPの基礎知識や重要性を学んでいただき、危機的状況下での事業継続に向けた計画を策定し、全ての従業員と事業継続についてコミュニケーションを図ることを目的に策定方法、メリットについて紹介するとともに、「これだけは!」シートを実際に作成し普及・啓発していきたい。							

事業名		人材確保支援セミナー		事業番号	12	新規/継続	継続			
想定する実施期間		平成23	年度～	年度まで	15	年 目	※複数年度段階的実施事業は 別紙にて計画を提出すること			
事業 の 概 要	事業の目的 (現状や課題をどのような 状態にしたいか) 企業ニーズ (内容・把握方法等)	労働力人口の減少時代を迎える中で、わが国の経済は、深刻な人手不足に直面している。小規模事業者をめぐる状況は一層厳しく、人手不足は経営上の不安要素として年々大きくなっている。地域経済を支える小規模事業者が人手不足問題を克服して持続的な経営を行っていくためには、小規模事業者ならではの強みを活かした工夫によって、人材の採用・若手社員の離職防止に取り組む事が重要となる。事業者が人手不足を感じる理由は、退職や離職等の欠員である。この場合、現在の事業内容を同じ規模で続けるか、人員が不足した分、事業規模を縮小するか、経営的な観点から改めて考え直す必要がある。人材がいなければ経営は止まってしまう。経営課題の背景にある人材の問題を解消するためにも、この課題に正面から向き合うことが経営者には求められる。事業所の将来を担う社員を育てることにより、より優れた雇用関係が築けることを目的とする。								
	支援する対象 (業種・事業所数等)	従業員を雇用している又は今後雇用する予定のある小規模事業者及び労務管理担当者								
	実施時期・具体的な 内容及び事業手法	【開催日時】令和7年11月27日(木曜日)14時～16時 【開催場所】LICはびきの2階 大会議室 【講師】神戸学院大学現代社会学部教授 【参加者数】51事業所 【実施内容】今の若手社員と企業に欠けているもの 労働力が貴重になる背景 人手不足を補う方法 【配信期間】令和7年12月1日(月曜日)～12月26日(金曜日) 【講師】株式会社フロネシス・マネジメント代表取締役 【参加者数】34事業者 【実施内容】Z世代の育て方セミナー 1年で離職していた若手が定着&成長する								
		<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	大阪府商工労働部・雇用推進室 労働環境課 労働環境推進グループと連携を取り合い、広域でセミナーを開催しました。							
②広域連携		羽曳野市・柏原市・藤井寺市・富田林・河内長野市・大阪狭山市の各商工会と広域で連携しました。								
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)	90.0	総支援企業 数(実績)	83.5	支援 実績率	92.8%	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)	代表指標	アンケートにおいて、「セミナーで得た知識を、人材の採用や定着に向けて活用したい」と回答した企業の割合							
		数値目標	80	%	実績数値	100.0%	%	目標達成度	125.0%	
	成果の代表事例	少子高齢化による労働力人口の減少や働き方の多様化により、多くの事業所が人材確保に苦戦しています。事業所が持続的に成長し競争力を維持するためには、人材確保が不可欠な経営課題です。人材確保の取り組みは、採用活動だけでなく、働きやすい環境づくりや社員の成長支援など、総合的なアプローチが重要であることを学びました。又Z世代の育成には、彼らの価値観や特性を理解することが効果的で、具体的には傾聴を心がけ、定期的なフィードバックで成長を評価し、自己肯定感を高めることが重要であることを理解しました。								
	その他目標値の実績	目標値 (計画)		目標値 (実績)		目標達成度				
実施 結 果	課題及び次期 以降への取組み (実績が目標値に達してい ない場合は、その理由や今後ど うのようにフォローするのか)	労働力不足を放置すると、職場環境の悪化、従業員の意欲低下、事業所の生産性低下や競争力低下、さらに事業縮小や倒産のリスクが高まります。特に少子高齢化が進む日本では、2025年以降、労働力人口の減少がさらに深刻化すると予想されます。地域経済を支える小規模事業者が人手不足問題を克服して持続的な経営を行い、より優れた雇用関係が築けることを目的に労務支援(個別相談等)に取り組みたい。								

【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)	60.0	支援企業 数(実績)	49.5	支援 実績率	82.5%	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)	指標	アンケートにおいて、「セミナーで得た知識を、人材の採用や定着に向けて活用したい」と回答した企業の割合						
		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)	30.0	支援企業 数(実績)	34.0	支援 実績率	113.0%	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	アンケートにおいて、「セミナーで得た知識を、人材の採用や定着に向けて活用したい」と回答した企業の割合						
		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			