

令和7年度（2025年度）

実績報告書

Ⅰ. 申請者の概要

団体名	大阪狭山市商工会
代表者職・氏名	会長 中嶋 芳彦
所在地	〒589-0021
	大阪府大阪狭山市今熊一丁目540番地の3
設立年月日	昭和43年10月28日
職員数	5
うち経営指導員数	5
所管地域	大阪狭山市の区域
管内事業所数	1,761（令和3年経済センサス-活動調査による）
うち小規模事業者数	1,140（令和3年経済センサス-活動調査による）
会員数	1,128（令和8年3月31日現在）
組織率	64.1%
担当者職・氏名	振興課長兼総務課長 梅川 幸嗣
連絡先電話番号	072-365-3194
連絡先メールアドレス	oscsocai@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、又は指導を行うこと。
- (2)商工業に関する情報又は資料を収集し、及び提供すること。
- (3)商工業に関する調査研究を行うこと。
- (4)商工業に関する講習会又は講演会を開催すること。
- (5)展示会、共進会等を開催し、又はこれらの開催のあつせんを行うこと。
- (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)商工業に関する意見を公表し、これを国会、行政庁等に具申し、又は建議すること。
- (8)行政庁等の諮問に応じて、答申すること。
- (9)社会一般の福祉の増進に資する事業を行うこと。
- (10)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。
- (11)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。
- (12)商工業者の福利厚生に資する事業を行うこと。
- (13)行政庁から委託を受けた事務を行うこと。
- (14)外国人技能実習生の受入に関する事業を行うこと。
- (15)職業紹介事業を行うこと。
- (16)前各号に掲げるもののほか、本商工会の目的を達成するために必要な業務を行うこと。

(1) 所管地域の産業経済の現状と課題

はじめに、大阪狭山市の人口であるが、令和6年11月末時点で、57,758人、世帯数は、26,464世帯であり、横ばい傾向が続いている。大阪狭山市域における事業所数の推移は平成18年度：1,947件をピークに、平成28年度：1,835件、令和3年度：1,761件と減少傾向にある。また、小規模事業者はそのうちの65%（1,140件：3年度）を占めている。産業の構成比は、第1次・第2次産業あわせて259件（15%）、第3次産業は、1,502件（85%）を占めており、大阪狭山市は事業所数の上では商業のまちといえる。本市域の主要産業である小売・サービス業の多くは小規模事業者であり、エネルギー・原材料価格の高騰等、楽観を許さない厳しい経営状況が続いている。

また、従業員数で事業所を捉えてみると、総従業員数の34.9%が医療・福祉、16.8%が卸・小売業、9.0%が飲食業となっており、従業員数の側面からでは医療・福祉のまちといえ、本市産業の特徴を表している。（数値は令和3年経済センサス）

地域経済分析システム（RESAS）を活用し、大阪狭山市の経済循環率をみると、74.5%（2018年データ）と、近隣の富田本市（71.7%）、河内長野市（71.0%）と比較しても優位な数字となっている。これはロードサイドを中心にいわゆる大型店・チェーン店の過剰気味な出店が、交通の地理的環境要因も加わり近隣市町村より個人消費を吸収している傾向を反映しているものと思われる。

また、本市の抱える特記的な課題として、2025年11月の近畿大学医学部及び附属病院の堺市への転出、金剛駅前エリアの再開発等が挙げられ、移転、再開発に伴い「人」の流れが大きく変動することが予想され、市行政、本会、事業者、住民が一体となって対策を講じていく必要がある。

(2) 所管地域の活性化の方向性（事業の目標）

大阪狭山市は、先にみたように小売・サービス業が主要産業であり、またその多くを小規模事業者が占めている。地域経済を下支えするこれら小規模事業者の持続的な経営・発展なくして、地域経済の活性化、ひいては大阪狭山市の活性化は実現しない。そのため、本会としては、従前以来の税務・労務・金融等の「解のある課題」の解決を図る支援業務に加えて、経営の改善、果敢に変革に挑戦する取り組み等「解のない課題」にも事業者に寄り添う伴走型の支援を積極的に推進していく方向性である。

今年度においても引き続き、小規模事業者が抱える経営課題（金融・税務・労務等）の相談・支援に、関係支援機関、各種専門家等と連携しながらきめ細かく実施し、小規模事業者の経営の安定化・効率化に寄与したい。行政の講じる施策メニューに対しても、管内事業者への周知・情報提供に努めるとともに、各種専門家と綿密に連携し、きめ細かい支援を推進し、より充実した事業所支援体制を構築していく。

大阪狭山市が商業性の高い産業構造であることから、本会としては「個店売上拡大支援事業」「個店魅力発信支援事業」等の事業に取り組むとともに、地域内の創業促進を図る「創業支援事業」を各種機関と連携しながら実施していく。また、「産業フェア」の開催等、活力ある地域づくりにも市行政と綿密に連携しながら取り組むとともに、一方で「長野・狭山異業種交流会」「番頭さん養成講座」等、工業系事業所に対する支援事業も積極的に推進し、参画事業所の販路拡大、ひいては地域経済活性化の大きな一翼を担っていきたい。

(3) 事業を実施した効果

経営相談支援事業では、最も身近なワンストップ相談窓口として、きめ細かい支援業務やわかりやすい情報の提供に努め、経営の安定化、持続化に貢献した。小規模事業者にとって、商工会における経営支援が時間的にも効率的であり、継続的・伴走的に支援を受けることで経営指導員にとっても経営実態をより一層把握することが可能となり、相談支援・改善提案する力も高まる効果がある。また、専門相談支援事業とも連携しながら実施していくことで、より高度な課題解決が図られるとともに経営指導員にとっても支援力の向上が図れた。

また、地域活性化事業においては、各種事業を契機に参加事業者がその後どのように活かし、経営に資する効果が生じているのか、持続的なフォローと実施の仕組みづくりが課題であると引き続き捉えている。

(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

原材料やエネルギー価格の高騰、人材不足等、自助努力では解決しない社会的問題がより一層、経営環境を厳しい方向へ追いやっている。加えて、インボイス制度の開始等、経営を取り巻く環境の変化に対し、事業所としても対応を迫られている。経営資源の乏しい小規模事業者にとっては商工会での支援を引き続き必要とする状況下にあると認識している。

厳しい経営状況のもと、経営の改善、効率化、新たな取り組みに挑戦する等、小規模事業者が抱える「解のない課題解決」にいかに関与していけるのか、経営指導員の信頼力、支援力の絶え間ない向上と支援体制の継続性が課題である。

また、本会は各種専門士による相談会の充実に努めている。専門家等による高度な経営支援は、経営指導員による日常のきめ細やかな支援との組み合わせにより、より大きな効果を挙げることが期待できると捉え、本支援スタイルをより一層強化し、複雑化・高度化する課題に対応していく方向性である。

商工会は本市唯一の産業振興推進団体としての役割を十二分に認識し、“商工会ならではの”の事業により磨きをかけ、地域の賑わいづくり、地域商工業の振興、ひいては地域経済の活性化に貢献していくものである。令和8年度も多くの小規模事業者を取り巻く経営環境が大変厳しい時期を迎えており、「経営力」そのものが今後問われてくる時代を見据えて、商工会が果たすべき支援の役割の大きさを認識している。

大阪狭山市商工会

前年度支援企業数		254 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	230	230	253	110.0%
2	支援機関等へのつなぎ	支援数	15	15	0	0.0%
3	金融支援（紹介型）	支援数	15	15	16	106.7%
4	金融支援（経営指導型）	支援数	15	15	6	40.0%
5	マル経融資等の返済条件緩和支援	事業所	1	1	0	0.0%
6	資金繰り計画作成支援	事業所	1	1	0	0.0%
7	記帳支援	事業所	1	1	0	0.0%
8	労務支援	支援数	45	45	36	80.0%
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	1	1	0	0.0%
11	販路開拓支援	支援数	55	55	99	180.0%
12	事業計画作成支援	支援数	20	20	16	80.0%
13	創業支援	事業所	3	3	4	133.3%
14	事業継続計画（BCP）作成支援	事業所	3	3	0	0.0%
15	コスト削減計画作成支援	事業所	10	10	0	0.0%
16	財務分析支援	事業所	12	12	0	0.0%
17	5S支援	事業所	1	1	0	0.0%
18	IT化支援	事業所	15	15	0	0.0%
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	1	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	3	3	0	0.0%
23	結果報告	事業所	230	230	253	110.0%

小規模事業者が抱える経営課題の整理・解決支援に経営指導員が日常的に対応するとともに、必要性が認められる場合、各種専門機関・専門家等への『つなぎ機能』を充分に発揮することで、効率的な経営の支援を実現し、小規模事業者の経営の安定化・発展に寄与したい。また、国・府・市の施策メニューに対しても各種専門家と連携し、地域に密着した商工会だからこそできるきめ細かい支援を充実させ対応していきたい。令和5年度・令和6年度の実績に照合した結果、また当会の目標件数として設定根拠としたい。

支援のポイント・成果

原材料・エネルギー価格の高騰、人手不足等、経営を取り巻く環境が厳しさを増す中、昨年度に引き続き、きめ細やかな支援サービスを心掛け、各種専門家、支援機関と綿密に連携しながら経営支援を実施したものである。

今後、事業者の経済的、業務的負担が増加していく中、持続可能な経営が実現できるよう支援を強化していく必要性を実感している。

日頃からの支援で経営実態を把握している事業所に対しては、スムーズな課題解決が図られ、施策の利用促進が効果的に実施できたことから、日々の支援や巡回相談の重要性を再認識するとともに、今後の課題としては、未だ商工会を活用されておられない管内小規模事業者へ対するアプローチを挙げることができる。

また、さまざまな施策が年間を通じ、新たに創生、または改正されていく状況の中で、小規模事業者が経営情報不足に陥らないよう商工会HP、各種DM等を活用し、情報発信の強化に意識的に取り組んだ。

【代表的な支援】12-07-154

鉄工業を営んでいる小規模事業者。従業員が業務中に負傷し、事業所としての対応について相談。まずは、従業員に治療を最優先するよう指導するとともに、再度労災事故が生じないように生産ラインの見直し、職場環境の整備に努めるよう提案した。また、事業主に対し、労災保険制度全般の説明をするとともに、今回適用される療養給付制度と具体的な申請方法について丁寧に解説説明した。人を雇用する事業者として知っておくべき労務手続きや労務管理、税務手続き等全般について説明することで、事業の持続化に各種事務的な側面からもスムーズに遂行されていく礎としたところである。

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	6	6	10	166.7%
25	税務相談	日数	77	77	73	94.8%
26	金融相談	日数	0	0	0	-
27	労務相談	日数	6	6	4	66.7%
28	その他相談	日数	15	15	18	120.0%

支援のポイント・成果

小規模事業所が抱える税務面・法律面・労務面等に係る高度な課題を税理士・司法書士・社会保険労務士・中小企業診断士の個別相談会へと経営指導員がコーディネートすることで解決することで経営に資する効果が認められた。経営指導員が事業所の課題を整理・要約し、各専門家へ繋げることで効率的な相談支援を実施した。

特に専門家等による高度な経営支援や、緊急性を有する課題に対し、経営指導員による日常のきめ細やかな支援との組み合わせにより、より大きな効果とスピード感を持って実施できたと捉えている。

・満足度…法務（100.0%） 経営（100.0%） 労務（100.0%） 税務（100.0%：確定申告指導会を除く）

・貢献度…法務（90.9%） 経営（92.0%） 労務（75.0%） 税務（87.7%：確定申告指導会を除く）

事業名		個店売上拡大支援事業（まちゼミ）		事業番号		I	新規/継続		継続										
想定する実施期間		平成26年度～		年度まで		12	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)	大阪狭山市の商業環境は商店等の商業集積の形成が、小規模で点在型であり、個店に対する知名度が低いのが現状である。また、周辺市域での大型商業施設の増加や少子高齢化などで従来の顧客が減少してきている事も原因となって個店の売上、並びに集客力の低下にも拍車をかけており、その事は深刻な問題となっている。そこで、各個店に人が集まり、店舗が比較的点在していても実施が可能である「まちゼミ」事業を新規顧客獲得及び売上拡大の一助となる事を目的として実施する。昨今の「コト」消費のニーズの高まりもあり、当事業によりお店と受講者とのコミュニケーションにて「人によりモノを売る」形態でお店の魅力等のPRが可能となり、また、参加店舗同士のネットワーク構築も図る事で、個店力のアップと共に地域の活性化にも繋げていきたい。 日頃の巡回指導等で、各個店からニーズを吸い上げるとともに、令和6年度「まちゼミ」参加事業所からも当事業は継続する事で効果を得られるといった意見もあり、引き続きニーズは高いものと感じられる。また、地域活性化には、個店力のアップが欠かせない事からも個店が中心となる本事業による効果は大きいものと思われる。																	
	支援する対象 (業種・事業所数等)	大阪狭山市内で事業を行っている地域活性化及び個店の魅力アップ（＝売上拡大）に積極的に取り組もうとしている小売・サービス業等を中心とした小規模事業所を対象とする 【対象事業所数：659社（令和3年経済センサス）】																	
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	【まちゼミ】 開催時期：令和8年3月1日（日）～3月31日（火） 参加店：15店 講座数：19講座 のべ111回の開催し、93名の参加があった。 各店舗が講師となり専門知識やサービスを体験型で提供することで、受講者との直接的なコミュニケーションを通じた信頼関係の構築を図った。広報は、商工会および参加店舗でのチラシ配布に加え、市役所や公民館等の公共施設での設置、新聞折込（4紙）により広域的に周知を行うとともに、ホームページやSNSを活用した情報発信も実施した。 【キッズまちゼミ】 開催時期：令和7年7月26日（土）～8月7日（木） 参加店：8店 講座数：8講座について開催し、136名の参加であった。 夏休み期間中の子供向けに「キッズまちゼミ」を市立公民館と共催で開催、将来の顧客層へのアプローチおよび地域との接点強化を図り、広報については、市の協力の下、市内の幼保・小学校等に夏休み前に配架し、周知を行った。 これらの取組みにより、個店の魅力発信とネットワーク構築の機会を創出した。 <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> <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>市広報での事業実施案内の掲載や市立図書館において特設コーナーを設けて周知を図った。</td></tr><tr><td>④相談相乗</td><td>販路開拓支援等での5件のカルテ化の実績があがった。</td></tr></table>										①府施策連携		②広域連携		③市町村連携	市広報での事業実施案内の掲載や市立図書館において特設コーナーを設けて周知を図った。	④相談相乗	販路開拓支援等での5件のカルテ化の実績があがった。
	①府施策連携																		
	②広域連携																		
③市町村連携	市広報での事業実施案内の掲載や市立図書館において特設コーナーを設けて周知を図った。																		
④相談相乗	販路開拓支援等での5件のカルテ化の実績があがった。																		
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)	25.0	総支援企業数(実績)	22.0	支援実績率	88.0%	満足率	95.5%										
	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）	代表指標	「まちゼミ」事業参加後のアンケートにおいて販売促進・新規顧客の開拓に役立ったと回答した事業所の割合																
		数値目標	80	%	実績数値	86.4	%	目標達成度	108.0%										
	成果の代表事例	受講時は販売を目的とせず店舗や事業主の魅力を伝えることに重点を置いた結果、受講後に来店・入会へと繋がった事例が報告された。受講者が講座内容や店舗の特性を記憶し、後日の利用に至るなど、関係性構築を通じた実質的な売上増加に寄与した。また、参加店舗においても自店の強みの再認識や顧客対応力の向上に繋がるなど、個店力の底上げに資する成果が見られた。																	
	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)	新規参加店舗は増加傾向にあるものの、継続参加や講座数の安定化に課題があるため、「まちゼミ」の趣旨（関係性構築型事業）の再周知を図る必要がある。今後は、参加店舗間の連携強化と成功事例の共有を進めるとともに、講座内容のブラッシュアップに向けた個別支援を実施する。また、創業セミナー等との連携により新規事業者の参入促進を図り、裾野拡大と担い手育成に繋げていく。																	

【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)	8.0	支援企業数(実績)	8.0	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	「まちゼミ」事業参加後のアンケートにおいて販売促進・新規顧客の開拓に役立ったと回答した事業所の割合						
		数値目標	80	%	実績数値	87.5	%	目標達成度	109.4%
	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)	17.0	支援企業数(実績)	14.0	支援実績率	82.4%	満足率	92.9%
	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）	指標	「まちゼミ」事業参加後のアンケートにおいて販売促進・新規顧客の開拓に役立ったと回答した事業所の割合						
		数値目標	80	%	実績数値	85.7	%	目標達成度	107.1%
	その他目標値の実績	目標値（計画）			目標値（実績）			目標達成度	

大阪狭山市商工会

事業名		個店魅力発信支援事業（まちバル）			事業番号	2	新規/継続	継続		
想定する実施期間		平成28年度～	年度まで		10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）	大阪狭山市の商業環境は商店等の商業集積の形成が、小規模で点在型であり、個店に対する知名度が低いのが現状である。また、市内には魅力的な飲食店も連なっているが通学、通勤客は駅で降車してから直接帰路に着くケースが多い。そこで、大阪狭山市を中心とした飲食店等を対象にして気軽に来店できる環境を作り、ランチタイムや通勤、通学帰りの夜間に人を呼び込み常連客へと発展する支援に繋げ、一過性の集客イベントではなく、各個店に人が集まる「まちバル」事業を新規顧客獲得及び魅力発信の一助となる事を目的として実施する。また、事業実施時におけるメニューやサービス等を店主自らが主体的に考えて行動してもらう仕組みを取る事で個店力のアップを図り、更に地域の牽引役となり地域活性化にも尽力しう人材の発掘にも繋げる。 小規模事業者は独自の魅力を有しながらも、費用や広報の難しさに悩んでいる。また、原材料等の物価高騰においても厳しい環境下にある飲食店からは「まちバル」事業に期待が高まっている。日頃の巡回指導を通じて個店のニーズを把握し、改善意見を吸い上げながら、参加しやすく効果的な事業を展開する。個店中心の「まちバル」事業は地域活性化に大きな効果をもたらすと見込まれている。								
	支援する対象 （業種・事業所数等）	大阪狭山市内で事業を行っている地域活性化及び個店の魅力発信に積極的に取り組もうとしている飲食業及び食品製造小売業を中心とした事業所を対象とする。 対象事業所数：191社（令和3年度経済センサス事業者数）								
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	「まちバル」事業 個店の魅力発信および新規顧客獲得を目的に「まちバル」事業を実施した。 令和7年10月3日（金）～5日（日）の3日間、市内飲食店等36店舗の参加により開催した。参加店舗が自店の特色を活かした限定メニュー等を設定し、定額チケット制により来店のハードルを下げることで、これまで利用機会の少なかった店舗への誘導を図った。チケット販売および期間中の本部運営は、市の観光拠点である狭山池の「さやりんBase」にて実施し、同施設の来訪者やイベント参加者への周知を行うことで、市内外からの集客を促進した。また、参加店舗間の回遊性を高めることで複数店舗の利用を促し、面的な賑わい創出に繋がった。さらに、店舗自らがメニュー企画や接客を行うことで、経営意識の向上および顧客対応力の強化にも資する事業手法とした。 <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 市内にある飲食店の情報発信と地域を盛り上げる為に市とも緊密に連携し、PR等の支援を頂いた。 ④相談相乗 販路開拓支援等を含めて11件のカルテ化の実績があがった。								
	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)	38.0	総支援企業数(実績)	36.0	支援実績率	94.7%	満足率	86.1%
	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	事業実施後のアンケートにおいて新規顧客が増加した店舗の割合							
		数値目標	70	%	実績数値	75.0	%	目標達成度	107.1%	
	成果の代表事例	イベント限定メニューの提供により新規顧客の来店を促進し、前回実施時と比較して来店数の増加に繋がった店舗が見られた。普段利用の少ない店舗への来店機会を創出できたことで、店舗の認知度向上および再来店のきっかけづくりに寄与した。また、各店舗が主体的に企画に取り組むことで、売上向上に対する意識の醸成とイベント活用のノウハウ蓄積にも繋がった。								
	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）	狭山池周辺の立地を活かした集客効果は確認できたが、さらなる来訪者増加に向けて施設連携によるイベント性の強化が必要である。加えて、近隣市からの集客促進に向けた広域的な広報手法の検討を行う。今後は、利用者動向を踏まえたチケット単価や利用方法の見直し、回遊性を高めるマップの工夫等により事業効果の向上を図るとともに、参加店舗の満足度向上と継続参加の促進に努める。								

5-3. 地域活性化事業 事業調書（実績）

大阪狭山市商工会

事業名		創業支援事業			事業番号	3	新規/継続	継続	
想定する実施期間		令和3年度～	年度まで		5年目	※複数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)	大阪狭山市内の創業促進を積極的に推進し、起業家の育成、強い企業の実現を目指し、創業支援事業を実施する。創業が気になっているが具体的にはどうしてよいかわからない者から、創業を考え目指す者、創業後間もない者までを広く対象とし、創業に関して必要な知識や事業計画の作成等知識の習得するセミナーを行うとともに、創業に向けての疑問点、具体的手続き等を個別相談にて対応することにより、円滑な創業実現のための一助とすることを目的とする。また、2014年～2016年期での大阪狭山市の創業比率は、4.13%と全国(5.04%)並びに大阪府平均(5.17%)【RESAS】と比較しても低い状態であり、2016年(H28)に大阪狭山市が「創業支援事業計画」の認定を受けたことを機運に創業支援を継続していく事で、地域の活性化にも寄与していきたい。創業を具体的に考えている者だけでなく、新しい働き方の一つの選択として創業に取り組みたいという者がある。そのため、実務的な知識の習得といった創業セミナーが求められている。また、当市の特徴として女性の参加率が高く、遠方でなく近場において、このような講座開催を求めるニーズも多い。							
	支援する対象 (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、新たな事業を立ち上げようとする中小企業経営者、中小企業従業員、大学生等							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	大阪狭山市と共催により実施。後援として、日本政策金融公庫堺支店・大阪府商工会連合会。開催日は令和7年10月14日、21日、28日、11月11日の全4回で、募集25名に対し18名が受講した。セミナーでは、事業計画作成、資金調達、各種手続き等の実務的内容を体系的に提供し、創業に向けた基礎力の習得を図った。また、修了者のうち7名に対し特定創業支援等事業の修了証明書を発行した。受講時にブラッシュアップした事業計画により創業した方が2名、また、創業には至っていないものの、既に準備を始めており令和8年度にも創業される予定の方もおり創業への意欲の高まりがみられた。さらに、11月26日にフォローアップ交流会を開催し、過年度受講者も含め11名が参加、創業済み事業者の課題共有や未創業者への助言等を通じて相互交流を促進した。これらの取組みにより、創業前後を通じた継続的な支援体制を構築し、創業意欲の向上と実現性の高い創業の促進を図った。							
		＜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	創業支援機関ネットワークへの参画、Osaka起業家応援ポータルサイトの活用、オール大阪起業家支援プロジェクト グローイングアップビジネスプランコンテストの説明を行い、機会がある度に告知を行った。						
	②広域連携								
	③市町村連携	大阪狭山市の創業支援事業計画に参画し、特定創業支援事業を実施した。							
	④相談相乗	創業セミナー受講後に発生した相談に対して実績があった。(カルテ化は1件だが、その他セミナー等への参加や間接支援での対応も有)							
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)	29.0	支援実績率	72.5%	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	創業者数						
		数値目標	3社	実績数値	2社	目標達成度	66.7%		
	成果の代表事例	既に創業していたものの事業展開に課題を抱えていた受講者が、セミナー受講を契機に事業計画の見直しを行い、日本政策金融公庫の融資および国の補助金採択に繋がった。その後、自宅併設のキッチン整備を行い、教室事業の開始やマルシェ出展による販路開拓を実現するなど、売上拡大に向けた具体的な事業展開へと発展した。							
	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)	受講者数が募集定員を下回るなど、集客面に課題が見られたため、市広報へのチラシ折込や大阪府メルマガ、ポータルサイトの活用に加え、SNS等を含めた多様な広報手法の導入により周知強化を図る必要がある。また、セミナー受講後のフォロー体制を一層充実させ、個別相談や関係機関との連携を強化することで、創業実現および創業後の定着・成長支援に繋げていく。							

【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)	25.0	支援企業数(実績)	18.0	支援実績率	72.0%	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	創業者数						
		数値目標	3	社	実績数値	2	社	目標達成度	66.7%
	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②	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)	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）	指標	創業前、後における課題や不安の解消に繋がった事業者数						
		数値目標	10	社	実績数値	11	社	目標達成度	110.0%
	その他目標値の実績	目標値（計画）			目標値（実績）			目標達成度	

(担当者：吉岡)

事業名		商工展示即売会事業（産業フェア）			事業番号		4	新規/継続		継続			
想定する実施期間		平成19 年度～ 年度まで			18	年 目	※複数年段階的実施事業は 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）	地元事業所の展示会を商工会が行政と連携して実施することにより、参加事業者にとって ①一社では呼べない範囲と規模で潜在的顧客を呼びよせる ②製品の試用・体験で、よりインパクトのあるPRが可能 ③新たな一般客や企業との出会いがある ④今後の営業活動に活かすデータ収集ができる ⑤展示即売会を通じ自社の強みや特徴に気づくことができる などの効果が期待され参加事業所の販路拡大や事業改善に寄与することを目的とする。またこの事業を通じて参加者に展示即売会展出のスキルを身につけてもらい他の展示即売会に参加し、より多くの販路拡大の機会を持てるよう支援する。更に大阪府人材育成課・大阪府技能士会連合会の協力を得て「ものづくり体験教室」を開催し、多くの人にもものづくりへの関心を持ってもらい、次世代の事業者育成のきっかけとなる場を提供する。 昨年までのアンケートの回答に多かった「イベントへの参加による新たな出会いや情報交換の場」といった企業ニーズにも対応できる。											
	支援する対象 （業種・事業所数等）	大阪狭山市を中心とした中小事業所（業種は問わない） 特に個々では顧客開拓力の低い小規模小売業者など、広く一般顧客への販路開拓を支援する。											
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	令和7年11月22日(土)午前9時30分から、大阪狭山市立野球場及び施設駐車場にて、柏原市商工会、河内長野市商工会、熊取町商工会、忠岡町商工会、富田林市商工会、羽曳野市商工会、藤井寺市商工会協力の下、本事業を実施した。企業展示ブース（1ブース：3.6m×2.7mの小テナ）を設置し、参加事業所による商品PRや即売会、商談会を実施し、新規顧客の獲得活動や企業PRを行った。また、より効果の高い展示方法・内容等、事業所からの相談にも応じられるよう専門相談支援事業とも連携し事業展開を図り、加えて波及効果、宣伝効果を高めるため、JAによる農業市・大阪狭山市と連携したイベント等を同時開催し、展示会自体へ多くの人を呼び込む仕掛けづくりも行い、多数の来場者獲得の試みも行った。また例年通り大阪府人材育成課・大阪府技能士連合会と連携してものづくり教室を開催することによりものづくりへの関心を高めるための働きかけも行った。											
		<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	大阪府人材育成課・大阪府技能士連合会と連携して、大阪府のものづくりのPRと、昨年度に引き続き本事業の新たな来場者獲得の相乗効果を目指し、ものづくり教室を開催した。										
事業の実績／目標達成度	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	40		総支援企業数(実績)	36		支援実績率	90.0%		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）	代表指標	参加店舗の販売拡大・認知度の向上（事業実施後のアンケート調査を実施し、事業が店舗における販売拡大や店舗の認知度・商品PRに貢献したという回答が全回答に占める割合）										
		数値目標	70%		実績数値	75%		目標達成度	107.1%				
	成果の代表事例	今回の会場レイアウトは昨年の晴天用レイアウトを基に、新たにバルーン遊具のコーナーの追加など、改良を加えたもので行い、好天にも恵まれたが来場者数は前回より減少傾向にあり、このイベントの集客力の低下が見られる状況であった。成果としては、イベント内での契約の成立があった、イベント参加後に問い合わせや来客に増加傾向が見られたとの声もあり、また参加事業者同士で情報交換の場として役立ったと言う感想や、狭山以外のイベントにも参加したいなどの希望もあり、参加事業者のPRを支援できた事業であった。											
	その他目標値の実績	目標値(計画)	1500人		目標値(実績)	1625人		目標達成度	108.3%				
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）	出展企業の内容により来客数にある程度の差が出るが、好天にも恵まれ、前回より数値的には増加し目標値を上回る実績となったが、参加企業への貢献度は目標値には届かなかった。またものづくり体験教室が当初予定していた5ブースから2ブースへ減少したため目標値を下回ったがブース内は体験希望者で賑わっており出展者の満足感が高いものだった。											
		今回は荒天に恵まれての開催となったが、来場者数は昨年より減少した。だが、各出展社への来客数は増加しており、イベント来場者が多くのブースへ立ち寄られた結果と思われる。また今回新たに導入したバルーン遊具について出展社からバルーンの影になって来客が減ったとの声があり、次年度以降のレイアウトに改善が必要になると思われる。例年のことではあるが参加企業拡大を目指すためにはSNSの活用など新たな取り組みを検討する必要がある。実行委員会の、市・農協・商工会が一丸となって事業を盛り上げるように働きかけるなどにより、さらに大きな事業の発展を目指す。											

【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)	30社	支援企業数(実績)	28社	支援実績率	93.3%	満足率	57.1%
	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）	指標	参加店舗の販売拡大・認知度の向上（事業実施後のアンケート調査を実施し、事業が店舗における販売拡大や店舗の認知度・商品PRに貢献したという回答（5段階評価中2以上）が全回答に占める割合）						
		数値目標	70%	実績数値	67.9%	目標達成度	97.0%		
	その他目標値の実績	目標値（計画）	1500人	目標値（実績）	1625人	目標達成度	108.3%		
		目標値（計画）	250人	目標値（実績）	100人	目標達成度	40.0%		
実績／達成度②	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	10社	支援企業数(実績)	8社	支援実績率	80.0%	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	参加店舗の販売拡大・認知度の向上（事業実施後のアンケート調査を実施し、事業が店舗における販売拡大や店舗の認知度・商品PRに貢献したという回答（5段階評価中2以上）が全回答に占める割合）						
		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			

大阪狭山市商工会

事業名		長野・狭山異業種交流会			事業番号	5	新規/継続	継続		
想定する実施期間		平成26年度～	年度まで		12	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)	急激に変化する社会環境において中小企業が経営活動を続けていくには、様々な問題等を自社のみで乗り越えていくには厳しい状況にある。そこで、業種に囚われずに広域による人的交流の場を提供し、意見交換や連携により経営課題に対する他業種・他社の手法を学び共に取り組むことで、自社の課題と問題点を発見し、相互の経営力の向上並びにネットワークの広がりにも繋がる。ひいては、自社の経営改善、並びに協働のきっかけを掴む事で地域経済の活性化、そして人材が育つ機会の創出を図る事を目的とする。 アンケートにて「異業種からの意見が参考になる」との声があり、異業種や地域を超えた情報交換・交流の場への需要が引き続き高く、リアルでの交流の場の重要性を再認識。ネットワーク構築を広げるため、経営指導時等に事業者のニーズを把握し、事業に活かす努力を継続。								
	支援する対象 (業種・事業所数等)	河内長野市・大阪狭山市を中心とした人との繋がりや助け合いを大切にし、お互いの向上を目指す事業改善意欲の高い事業所（者）両市の小規模事業者数の計：2,902者を対象（令和3年経済センサス）								
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	令和7年度は、（1回目）令和7年10月8日（2回目）令和7年11月6日の2回開催。 参加者延べ20名、19社の参加 交流会は、『『問い』で課題解決』（第1回目）、『『話すこと』で課題解決』（第2回目）をテーマとして開催。「『問い』で課題解決』では、自社の事業内容や強み・弱み、過去の実績等について自問する個人ワークを中心に実施し、自社の現状把握と課題抽出を行った。「『話すこと』で課題解決』では、第1回目の内容を踏まえたグループワークを行い（2回目のみの方は、その時のレジュメを参照し対応出来るよう工夫）、他者からの質問や意見を通じて自己表現力および傾聴力の向上を図った。参加者同士の意見交換により、多様な視点から経営課題の整理や新たな気づきを得る機会を提供するとともに、ビジネスパートナーの発掘やネットワーク構築にも繋げた。ワーク内容は補助金申請等にも活用可能な自社分析の言語化を意識した構成とし、実務への展開を見据えた事業手法とした。【共催】合同会社高津満夫事務所（コーディネーター派遣等）								
		<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	2市での広域実施により、それぞれの市では少数の業種同士の交流を図る事が可能となり、また、市の枠を超えた地域の活性化にも繋がった。							
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)	24.0	総支援企業数(実績)	19.0	支援実績率	79.2%	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	異業種のノウハウ等を参考にすることで自社の経営改善につながれると回答した事業所割合							
		数値目標	70	%	実績数値	94.7	%	目標達成度	135.3%	
	成果の代表事例	参加事業者の一人が新規顧客獲得に向けた試作品開発を検討する中で、交流を通じて知り合った金融機関出身者から事業計画策定に関する助言を受けた。その結果、国の助成金申請に繋がって採択を受けるに至った。さらに商工会が伴走支援を行うことで、事業の具体化および今後の販路開拓に向けた展開が期待されるなど、交流による実践的な成果が創出された。								
	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)	集客面では、創業者層への周知拡大や大阪府メルマガの活用等を行っているものの、参加者確保に課題が残るため、訴求力の高い広報手法やチラシ内容の見直しが必要である。また、事業成果をより明確化するため、事業実施後のフォローアップや成果把握の仕組みを強化し、継続的な支援に繋げる取組みを検討する。加えて、参加者ニーズを踏まえたテーマ設定の精度向上にも努める。								

事業名		“番頭さん”養成講座		事業番号	6	新規/継続	継続									
想定する実施期間		平成27年度～	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 (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)	“本田宗一郎と藤澤武夫”“井深大と盛田昭夫”、著名な大手企業も、事業拡大・経営の安定化期には有能ないわゆる“番頭さん”の存在が大きな役割を担ったことに異論は少ない。消費の多様化、グローバル経済、超高齢化社会、人手不足、社会の円熟化等、事業所を取り巻く経営環境が厳しさを増す中、事業所内を取り仕切るとともに、将来に対し、経営者と二人三脚で事業計画の立案・財務の調整を担う“番頭さん”の重要性は増している。本事業では、事業所の「資金」「従業員」等の経営資源の管理・運用能力といった基礎能力を持つ《手代さん》を養成するとともに、経営者に対し「資金繰り」「事業計画」を提案する《番頭さん》の養成を目指す。 事業開始より10年を経ているが、経営を取り巻く環境変化が激しさを増し、速度共に増している昨今の状況を鑑れば事業ニーズの高さを感じている。														
	支援する対象 (業種・事業所数等)	管内事業所における共同経営者、総務担当者														
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	事業所において、「ひと・もの・かね」の管理・運営に際して必要な基礎的な各種知識の習得及び事務処理能力の養成を図るとともに、経営者に対し、事業立案・提案できる能力の養成を目指し、全15日・30コマのセミナーを実施した。 より効率的かつ効果的な実施を図るため、経営資源の基礎的な管理・運営能力の養成を目指す(A)手代養成コースと、より応用的な能力の養成を目指す(B)番頭養成コースとに区分して実施した。 各分野毎でのセミナーは多種多様に開催されているが、各分野を横断する実践的かつ画期的なセミナーを目指した。 (A)手代養成コース (支援事業所数・計画)25 (実績)23 大阪狭山…9 富田林…7 河内長野…7 (支援実績率)92.0% (満足率)91.3% 【指標】経営資源の管理・運用ができるという回答 (目標) 70 (実績)73.9 (目標達成率)105.6% (B)番頭養成コース (支援事業所数・計画)22 (実績)17 大阪狭山…8 富田林…5 河内長野…4 (支援実績率)77.3% (満足率)88.2% 【指標】事業計画書を策定できるという回答 (目標) 70 (実績)70.6 (目標達成率)100.9% <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>大阪狭山市商工会・富田林商工会・河内長野市商工会の三商工会において連携実施することで、費用面での優位性を得ることができた。</td></tr><tr><td>③市町村連携</td><td></td></tr><tr><td>④相談相乗</td><td>セミナーの受講は、限られた時間での相談支援を補完する役割もあった。 また、セミナー実施後、各種専門士による個別相談会の開催をPRし、各商工会毎でのフォローに努めた。</td></tr></table>							①府施策連携		②広域連携	大阪狭山市商工会・富田林商工会・河内長野市商工会の三商工会において連携実施することで、費用面での優位性を得ることができた。	③市町村連携		④相談相乗	セミナーの受講は、限られた時間での相談支援を補完する役割もあった。 また、セミナー実施後、各種専門士による個別相談会の開催をPRし、各商工会毎でのフォローに努めた。
	①府施策連携															
②広域連携	大阪狭山市商工会・富田林商工会・河内長野市商工会の三商工会において連携実施することで、費用面での優位性を得ることができた。															
③市町村連携																
④相談相乗	セミナーの受講は、限られた時間での相談支援を補完する役割もあった。 また、セミナー実施後、各種専門士による個別相談会の開催をPRし、各商工会毎でのフォローに努めた。															
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)	47.0	総支援企業数(実績)	40.0	支援実績率	85.1%	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	事業計画書を策定できるという回答した割合													
		数値目標	70	%	実績数値	70.6	%	目標達成度	100.9%							
	成果の代表事例	セミナー受講後、漠然と処理していた各種事務処理の内容を体系的に理解することで、数字や従業員に対する理解が深まるとともに、事業主に対しての提案能力が培われた。また、内容の理解が深化したこと、業務に対しての積極性が生じ、日常業務の点検や改善に繋がっていくものと思われる。														
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)	経営能力の養成を図る(B)コースでは、計画に対し実績が下回る結果となった。知識獲得を主にする(A)コースに比べ、受講成果が即効性を持たず、受講者が満足度・貢献度を感じにくい側面が一因とも考えられる。日常業務の中で該当事業者に講座内容・目標等を声掛けする等、引き続き三市商工会で意識を共有し集客に努めていきたい。□														

【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)	25.0	支援企業数(実績)	23.0	支援実績率	92.0%	満足率	91.3%
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	指標	経営資源の管理・運用ができるという回答						
		数値目標	70	%	実績数値	73.9	%	目標達成度	105.6%
	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)	22.0	支援企業数(実績)	17.0	支援実績率	77.3%	満足率	88.2%
	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	事業計画書を策定できるという回答						
		数値目標	70	%	実績数値	70.6	%	目標達成度	100.9%
	その他目標値の実績	目標値(計画)			目標値(実績)			目標達成度	