

令和7年度（2025年度）

実績報告書

Ⅰ. 申請者の概要

団体名	茨木商工会議所
代表者職・氏名	会頭 栗尾 尚孝
所在地	〒567-8588
	茨木市岩倉町2-150 立命館いばらきフューチャープラザ1F
設立年月日	昭和23年05月12日
職員数	13
うち経営指導員数	8
所管地域	茨木市
管内事業所数	8,945（令和3年経済センサスデータによる）
うち小規模事業者数	5,518（令和3年経済センサスデータによる）
会員数	2,150
組織率	24.0%
担当者職・氏名	中小企業振興部長 中野 拓二
連絡先電話番号	072-622-6631
連絡先メールアドレス	nakano@ibaraki-cci.or.jp

□主な事業概要（定款記載事項等）

- (1)商工会議所としての意見を公表しこれを国会、行政庁等に具申し、及び建議する。
- (2)行政庁等の諮問に応じて、答申すること。
- (3)商工業に関する調査研究を行うこと。
- (4)商工業に関する情報及び資料の収集及び刊行を行なうこと。
- (5)商品の品質及び数量、商工業者の事業の内容その他商工業に係る事項に関する証明、鑑定及び検査を行うこと。
- (6)輸出品の原産地証明を行うこと。
- (7)商工業に関する施設を設置し、維持し、及び運用すること。
- (8)商工業に関する講演会及び講習会を開催すること。
- (9)商工業に関する技術及び技能の普及及び検定を行うこと。
- (10)博覧会、見本市等を開催し、及びこれらの開催あつ旋を行うこと。
- (11)商業取引に関する仲介及びあつ旋を行うこと。
- (12)商業取引の紛争に関するあつ旋、調停及び仲裁を行うこと。
- (13)商工業に関して、相談に応じ、及び指導を行うこと。
- (14)商工業に関して、商工業者の信用調査を行うこと。
- (15)商工業に関して、観光事業の改善発達を図ること。
- (16)社会一般の福祉の増進に資する事業を行うこと。
- (17)行政庁から委託を受けた事務を行うこと。
- (18)前各号に掲げるものの外、本商工会議所の目的を達成するため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

茨木市は大阪市や京都市へのアクセスが良好なベッドタウンとして人気の地域である。2024年11月の人口は、286,029人と10年前に比べて約7千人増加している。近年、大手製造業の工場跡地と市北部の丘陵部の彩都地区に新たに複数の企業が進出するなど、道路網の優位性を活かした企業立地が進んでいる。令和3年経済センサス調査によると、住民の生活に関わりの深い商業・サービス業が8割を占めている。またRESAS（地域経済分析システム）により創業比率を見てみると、大阪府や全国の平均より上回っており、創業マインドの高い地域であることがわかる。市内中心部の商店街には新規の出店が相次いでおり、地方に見られるシャッター商店街の様相は見られない。

2024年度は新型コロナの影響がほぼ解消したが、原油・物価高騰、円安による調達コスト、さらには賃上げ気運に伴うコスト増の影響が出てきており、業績への影響は解消されていない。雇用の方では、大阪の有効求人倍率が1.23倍（2024年11月大阪労働局）の結果となっており、人材不足感は色濃く残っている。また、職種によるミスマッチと若者の大手企業志向の傾向は変わっておらず、地区内中小企業の求人難の実感は数値以上である。

(2) 所管地域の活性化の方向性（事業の目標）

住宅都市として人口が増加している本市としては、住民の生活を支え産業構成の大半を占める商業・サービス業の活性化は欠かせない。人口増加の追い風がある一方で、商業・サービス業の業績が伸びず市外への消費流出、物価や人件費上昇など経営コスト上昇に対応することが求められている。そうした環境の中でビジネスモデルを転換しながらの集客力・収益力向上と消費拡大に取り組む必要がある。一方で、商業・サービス業の活性化には消費を支える雇用の拡大も必要であり、優秀な人材を求める中小企業の求人支援と併せて実施していくことが必要である。市内の事業所数が減少傾向の現状がある一方で、当地域は創業マインドの高いエリアでもあり、創業者支援を充実することも活性化につながる。

(3) 事業を実施した効果

事業環境変化への対応として、事業再構築や売上に直接つながる支援、今後の経営計画作成支援に注力し、実務面で効果を得ていただく結果となった。物価や人件費の高騰など事業環境の大きな変化がある局面においても創業希望者は多く、事業計画の作成から創業融資の斡旋などにより、多くの創業者を輩出できた。廃業も増加していく中で創業者を輩出することは地域経済の活性化や雇用創出の面でも意義のある結果となった。所管地域の活性化の方向性として、住宅都市として住民の生活を支え、産業構成の大半を占める商業・サービス業の活性化は欠かせない。商業・サービス業は物価や人件費高騰等の影響をうけている事業所が多く、今後においても廃業に至らないよう重点的に支援する必要がある。

(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

相談件数はコロナ前より多い水準が継続している。内容的には新たな事業展開のための事業計画策定などレベルの高い相談が増加しており、1件あたりの相談対応時間が長くなる傾向がある。また、新たな事業をするには資金調達が必要となるが、経営状態が良くない事業者も多くみられ、その状況下で資金調達面が課題となっている。また、事業者向け補助金の公募回数も減っている現状から、少ない公募に申請が殺到することから採択率は低くなっている。

来年度もこれまでの実績とニーズを基に、①資金調達、②販路支援、③求人支援、④創業支援、⑤事業承継・事業継続力支援の5つに加え、⑥原油・原材料・人件費高騰等の経営コスト上昇の影響に対する支援を重点目標とする。様々な事業環境変化に対応した支援の実施が求められている。新たな事業展開に向けた事業計画作成の支援を通して事業所の経営力強化に貢献していきたいと考える。また中小企業の雇用情勢は厳しい状況となっており、求人・求職マッチング事業により求人支援を実施するとともに、消費を支える市民の雇用に結びつくよう地域の活性化を行う。創業支援では引き続き産業競争力強化法による特定創業支援を市と連携して実施していく。

3. 経営相談支援事業・専門相談支援事業

茨木商工会議所

I 経営相談支援事業

前年度支援企業数		230 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	180	265	293	162.8%
2	支援機関等へのつなぎ	支援数	25	31	48	192.0%
3	金融支援（紹介型）	支援数	8	4	4	50.0%
4	金融支援（経営指導型）	支援数	35	49	49	140.0%
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	5	13	16	320.0%
7	記帳支援	事業所	5	0	0	0.0%
8	労務支援	支援数	30	72	84	280.0%
9	人材育成計画作成支援	事業所	0	0	0	-
10	マーケティング力向上支援	事業所	10	11	13	130.0%
11	販路開拓支援	支援数	10	17	19	190.0%
12	事業計画作成支援	支援数	22	42	44	200.0%
13	創業支援	事業所	50	100	113	226.0%
14	事業継続計画（BCP）作成支援	事業所	2	1	2	100.0%
15	コスト削減計画作成支援	事業所	0	0	0	-
16	財務分析支援	事業所	2	0	4	200.0%
17	5S支援	事業所	0	0	0	-
18	IT化支援	事業所	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	10	4	2	20.0%
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	0	0	0	-
23	結果報告	事業所	170	248	292	171.8%

件数設定の根拠（今年度の特徴等）

新型コロナウイルスの経営への影響はほぼ解消したが、原油・原材料高騰、物価上昇、さらには人件費上昇による影響が続くと思われ、180事業所のカルテ化を見込んでいる。そのような環境の中、事業継続とビジネスモデル転換等の相談への対応に注力していく。また、創業意欲は衰えておらず創業支援も積極的に実施する。事業環境変化による経営相談や創業相談においては、資金調達がリンクされることが多く、融資や補助金の申請とその申請に必要な事業計画書作成など多面的な支援を実施する。

支援のポイント・成果

経営指導員が受けた相談の結果、相談件数は原油・原材料・人件費の高騰等による影響もあり、相談件数が非常に多くなった。

(経営相談の代表事例) 製造業

お菓子の袋詰め作業を受託している会社の創業後の支援事例を紹介。

この会社は障がい者雇用にも積極的で、事業開始後に障がいのある方を含めて従業員を採用している。労務関係の手続きに不慣れだったため、各種手続きの進め方についてサポートした。今後の事業の拡大と安定化のためには、下請け業務への依存から脱却し、自社製品を確立することが重要だと考えた。そこで、つながりのあった京丹波の生産者から栗を仕入れ、冷凍焼き栗の製造販売を始めることになり、その際には事業計画書の作成を支援した。

道の駅で販売した冷凍焼き栗の売れ行きが好調だったことから、商品ラインナップ拡充の依頼があり、京丹波産の栗パウダーを使用したポテトチップスを新たに開発、商品として完成させて道の駅での販売を開始した。栗パウダーを活用することで、食品ロスの削減と未利用資源の有効活用にもつながった。

最近では、当会議所が紹介した食品製造会社と連携し、栗風味のシェイクの開発も進めている。こちらも近く道の駅での販売開始を予定している。

これまで実施した支援の過程では、事業継続計画（BCP）の策定支援を行ったほか、商標などの知的財産や事業用の賠償保険について専門家を紹介した。

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	0	0	0	-
25	税務相談	日数	4	4	4	100.0%
26	金融相談	日数	2	2	7	350.0%
27	労務相談	日数	0	0	0	-
28	その他相談（専門家 1日、記帳 1日）	日数	4	4	2	50.0%

支援のポイント・成果

経営指導員が受けた相談の結果、専門家を活用する方が支援効果を高めることができる案件について、専門相談支援事業のメニューにある専門家を活用した。具体的には、マルケイ融資や大阪府の制度融資以外の公的融資については、日本政策金融公庫の茨木地区担当者が相談員となる「金融相談」に誘導した。税務相談は決算・申告シーズンの12月から2月にかけて集中的に実施した。また、記帳の知識のない個人事業主については、税理士による記帳継続指導を実施した。専門家同行相談については、ITやSNSの専門家による相談を実施した。

茨木商工会議所

事業名		商店街等の需要喚起の促進事業		事業番号	I	新規/継続	継続		
想定する実施期間		2012年度～	年度まで	14	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)	本市においては、立命館大学と追手門学院大学、梅花女子大学の3大学を含め、現在5大学と産官学連携事業を実施、模索をしている。一方商店街等では、地域の高齢者を中心とした生活の場となり、商店街の顧客も先細りしつつある一方で、近年は市中心部に子育て層を中心とした新住民が徐々に増えており、2025年頃までは人口増が見込まれている。商店街の活性化には、新住民の中心となる子育ての若い世代や学生の囲い込みが必要である。そこで、地域学生とともに地域の商店街等と市民をつなぐバイロカル事業を実施することを目的とする。 2024年11月から自転車の飲酒運転の取り締まりが強化され、特に飲食店の集客が厳しくなっているという声をよく聞く。そのためにも新規顧客獲得の事業が必要である。また、バルのアンケート結果でも「知っているが行ったことのないお店に入るきっかけとなった」との回答もいただいている。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	茨木市内の商店街（23団体）等の市内小売・サービス業・・・約600事業所							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	【事業手法】販路開拓型 【実施時期】2025年11月14日～23日にまちバル（いばらきバル2025）を開催 【支援対象企業数】91者 参加者1407名 【内 容】 参加店を紹介するMAPや冊子も作成し、新しい生活様式に対応した携帯アプリを活用しポイントラリーや出店者のNo.1を決定する投票やいばらきバルにちなんだ問題をつくり、いばらきバル検定も実施した。 また、追手門学院大学の学生により、参加店舗の紹介を発信した。参加店舗の外観の写真と商品を紹介し、参加店舗のPRにも努めた。							
		＜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	商-20：商店街の地域商業機能・地域コミュニティ機能の促進。府が推進するバイロカルの事業実施するにあたり、担当課と連絡しながら実施した。						
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)	65.0	総支援企業数(実績)	83.0	支援実績率	127.7%	満足率	72.3%
	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)	代表指標	自社のPRとなった事業者の割合						
		数値目標	70	%	実績数値	71.1	%	目標達成度	101.6%
	成果の代表事例	いばらきバルの期間で937万円以上の金額が動いた。 開業1年未満の事業者で期間内で600件の利用があり66万円の売上をあげた事業者と464件の利用で41万円の売上があり、新規のお店の周知につながった。							
	その他目標値の実績	目標値 (計画)	1,000	人	目標値 (実績)	1,407	人	目標達成度	140.7%
茨木バルに参加した人数（バルチケットを買った人数）									
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)	参加事業者の思惑と参加者の思惑がずれてきている。 もう一度バルは新規顧客が次回も来てくれるためのお店への宣伝ということを事業者にも周知。 参加者には、一日に何店舗も回るように一店舗に長居をしないという周知する。 来年度はお酒を飲まない人も参加できる店舗（ランチ等でソフトドリンク提供や物販のお店）も増やしたい。							

茨木商工会議所

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		2011年度～		年度まで	15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)	新型コロナが終息した後も、引き続き原油・物価高騰・円安による調達コストの増加や人材不足による厳しい経営環境が続いている。経営者の高齢化も進む中で、廃業を選択肢に選ぶ動きも減ると思えない。一方、サラリーマンの定年や、転職を選ばずに新たに事業を始める方や、既存事業を譲り受けたいなど、創業にチャレンジしたいという機運も高まっている。管内の創業をさらに増加させる為にも、将来的に創業を意識していたり、少しでも興味を持たれている方や、実際に創業に向かって動き出されている方、創業後間もない方などを対象に、創業に関する知識習得やネットワーク作りの場を提供することで、具体的な創業への意識を加速させ、優良な創業者を一人でも輩出することを目的とする。 過去に実施した創業セミナーの15年間の平均参加者実数は約30名であり、管内の創業に関するニーズは潜在的にあると考えられる。茨木市で実施している産業競争力強化法に基づく創業支援では、当会議所が実施する創業セミナーは2014年度から指定講座となった。茨木市の特定創業支援の支援事業者は2021年度以降は50者を上回り、現在もなお増加傾向が続いている。								
	支援する対象 (業種・事業所数等)	対象者は、茨木市内を中心とした近隣の市町村（高槻市、摂津市等）に在住で、茨木市での創業に興味がある一般の方（会社員、学生、主婦等）、創業後間もない方。 ※受講の為の来所が可能であれば、大阪府下に在住する方も対象。								
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	・時期：2025年8月～9月平日夜に開催。（8/22, 8/29, 9/5, 9/12, 9/19の金曜日に全5回シリーズで開催）時間は18:30～21:00とし、学生や勤務されている方も出やすくした。 ・会場：茨木商工会議所 ・2.5H/1回 × 5回での合計12.5時間で実施。（授業の前半は創業の準備に必要な知識の習得等の講義、後半はグループワークやミニ交流会で参加者同士の繋がりを深めた。また、個別相談を4日目に行い個別の課題に対応した。） ・講座全体の80％を受講で、茨木市の「特定創業支援」の終了証を発行(15名)。創業を加速させた。具体的な内容は次の通り。 ・成功している先輩起業家（経営者）の体験談。 ・事業計画書の作成及び計画の発表。 ・金融関係担当者、専門家（中小企業診断士）及び行政創業担当者等の個別創業相談会。 ・大阪府や茨木市が実施する創業に関する事業や各種情報を受講者に提供した。 <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 商-19：創業・経営革新：創業塾の受講者等で、大阪府が実施する創業に関する事業や各種情報を受講者に提供した。 ②広域連携 ③市町村連携 茨木市広報でセミナー告知、公共施設での広報協力、市の創業支援施策の案内、市の特定創業支援の認定講座。 ④相談相乗 参加者の「創業」に関する興味を具体化させるため、創業相談などの相談事業への相乗効果を図り、創業のリスクを軽減した。								
	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)	27.0	支援実績率	90.0%	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	受講者の創業見込み件数						
			数値目標	3件	実績数値	4件	目標達成度	133.3%		
事業全体の実績／目標達成度	成果の代表事例	茨木市(鮎川)で飲食店の開業準備を進めており、経営や販促、地域との関わり方など、より実践的な知識を身につけたいと考えていた方が、当スクールを受講。茨木市での創業に対してしっかりとした基盤を築きたいの思いから、持ち前のコミュニケーション力で他の参加者との交流を深め、ネットワークと知識の幅を広げることができた。自治体の創業関連の補助制度や、融資をうまく利用しつつ無事に10月にOPENした。今後はフードメニューの拡充や自店のオリジナルブレンドコーヒーの開発するなどして、自店らしさを見出し早期安定化を目指している。								
	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)	・創業塾から創業スクールへ改名し、延べ30時間から12.5時間へ短縮、土曜日開催から金曜日の夜間開催へと変更した3回目だったが、物足りないという声は皆無だった。 ・全受講後のアンケートでは、「次回の創業スクールを人に勧めたいですか」という質問について、ほとんどのの方が「勧めたい」を選択した。 ・3日目終了後に行った中間アンケートで、交流会・打ち上げがしたい、ワークの時間がもっと欲しい、個別に話したい時間を取りたい、参加者の話を聞いて勉強になる、参加者と情報共有したい、もっとたくさん話したいなど、コミュニケーション機会を増やす意見が多く出た。そのため今後は当所独自で実施している異業種交流会やクリエイターミーティングと連携した交流イベントの機会を設けたいとも考えている。 ・各回次回までのに考えてきて下さい、といった個別ワークがあり、欠席された方はそのワーク発表の輪に入りにくいことがあった。欠席された方へのフォロー（資料のメール送付や、ワーク内容の説明）を行いたい。								

茨木商工会議所

事業名		求人・求職マッチング事業		事業番号	3	新規/継続	継続		
想定する実施期間		2013	年度～	年度まで	13	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)	雇用のミスマッチングが叫ばれている中、大阪府の完全失業率は3.2%と前年同期に比べ0.6ポイント悪化している。また2024年11月の有効求人倍率は1.23となっている。積極的な採用をしたい中小企業はノウハウ等を持っておらず、優秀な人材を確保出来ない事が多いため、「合同就職面接会」を開催し人材確保支援を行う。 本年度も昨年度に引き続き「合同就職面接会」以外にも、「就労相談」を開催し、若者や中高年齢者に対して万全のフォローを行うことによって、中小企業にとっても幅広い人材を確保する機会を増やす。新型コロナウイルス感染症の影響もかなり軽減されてきたが、感染防止対策をしっかり行いながら開催し、中小企業の為に支援をしていく。 この事業を継続的に開催することにより、なかなか改善の道筋が見えてこない雇用情勢の一役になれるものと思われる。(数値は大阪労働局調べ)							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	業種を問わず、36社(18社×2回)程の中小企業及び求職者180名(90名×2回)							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<1回目> ■開催日：2025年7月9日(水) ■時 間：13時00分～16時00分 ■場 所：茨木市立男女共生センター ローズWAM 4・5階 ■内 容：参加企業による合同就職面接会及び中高年齢者就労相談と福祉のお仕事相談、及び職業適性検査等を実施した。 <2回目> ■開催日：2025年10月21日(火) ■時 間：13時00分～16時00分 ■場 所：茨木市役所南館10階大会議室 ■内 容：参加企業による合同就職面接会及び中高年齢者就労相談とシルバー人材センター相談と若年者就労相談と福祉のお仕事相談と職業適性診断と働くことに関する相談等を実施した。 -----<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	地域労働ネットワークの関係機関とも連携をとり、広報・運営を行った。						
		②広域連携							
③市町村連携		茨木市と連携をとり、会場関係、求職者向けポスター・チラシ作成等は茨木市が担当し、当商工会議所は、求人企業募集及び面接会開催PRに重点を置いて連携した。							
	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)	36.0	総支援企業数(実績)	32.0	支援実績率	88.9%	満足率	93.8%
	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	参加企業のうち採用に至った企業数						
		数値目標	3	社	実績数値	16	社	目標達成度	533.3%
	成果の代表事例	茨木商工会議所及び茨木市役所・ハローワーク茨木による共催で開催した。当商工会議所が参加企業募集を行い、7月と10月の計2回開催した。当初の計画では計2回開催で、36社を支援予定にしていたが、予定していた会場が国勢調査の影響で使用出来なくなり、小さい会場に変更になった為、計画をしていた企業数に達しなかったが、会場に設置できる企業ブースを最大限設置し、雇用情勢の一役になれたものと確信をしている。 アンケート集計結果から「満足」「やや満足」が30社を占めた結果が出ており、参加頂いた企業は満足しているものと思われる。							
	その他目標値の実績	目標値(計画)	180	人	目標値(実績)	262	人	目標達成度	145.6%
	来場者(来場された方へのアンケート等で把握)								
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)	支援企業計画数は36社で、実績数は32社となっており、国勢調査が行われたという例年とはイレギュラーな事が発生した。会場の変更を余儀なくされ仕方が無いところではあるが、計画数に達しなかったことは反省点である。 目標数値である「参加企業のうち採用に至った企業数」が16社となり、目標企業数の3社を大きく上回ることができ、この事業については、成功したものと思われる。 今後もこの調子で事業に取り組んでいきたい。							

茨木商工会議所

事業名		茨木・箕面オムニチャネル3.0事業		事業番号	4	新規/継続	継続		
想定する実施期間		2014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)	茨木市及び箕面市では、立地的に隣接した上にまちのつくりも似ており、また国道を利用した自家用車、バス、自転車等での住民の往来も盛んである。このため商圏として両市を区別するよりも交流を強化する事で更なるまちの発展と地域活性化に結びつけていくものである。両市にはそれぞれ商業施設があり多種多様なイベントを個別に実施している。このような販売促進に該当する場所及び機会を発掘し一元管理する。そして会議所が拠点となり1年を通じて計画的に事業を進めていくことで、お客さまに「初めて出会う商品をワクワク（共感）して買う」環境を整えていき、販促に関するセミナーや意見交換（反省会等）をタイムリーに盛り込み、個店のポテンシャルアップを目的とする。小売店舗、製造小売り事業者及びサービス事業者を対象とし、各種イベント実施により住民に対するアピール機会となる事で、新規顧客の獲得や商圏拡大につながり、地域の活性化をもたらす。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	茨木市内の約400事業所＋箕面市内の約100事業所、両市での創業を検討されている方約100名が対象。							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	本年度は6回の販売促進イベントを開催し、延べ35件の出展があった。イベントごとに波はあるが420万円の売上げに繋がっている（前年比210％）。イベントの認知度向上に伴い来場者数の増加と売上の増加に結びついたものと思われる。毎年の事ながら夏の猛暑等、天候が不安定な回があった。集客への影響もあったと思われる為、次年度は万全を期して望みたい。天候により集客が大きく変動し、商品が足りない場合と余る場合と安定しない為、状況に柔軟に対応できる様対応策を事前に考えておく必要がある。							
		8月23日、10月25日　ディオス北千里マルシェ　2店舗　2.0万円 5月31日　　春のガンバルフェスタ　7店舗　18.3万円 11月8日　　秋のガンバルフェスタ　12店舗　86.6万円 11月29日、30日　農業祭　14店舗　313.3万円							
		以上4事業、延べ6日間の出展機会を設けることが出来た。なお、主要な出展者メンバーとの情報交換は、およそ月に1回のペースで行っており、反省と今後の展開を確認している							
		＜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							
②広域連携									
箕面商工会議所と連携し、近隣市も含め出店機械を設ける事が出来、実績も増えた。									
③市町村連携									
出展場所の確保に、茨木市との連携は欠かせない。商工労政課、市民会館跡地活用推進課、農林課などと連絡を取りながら進めた。									
④相談相乗									
カルテ化出来ない軽微な相談は常に受けおり、出展時のお客様が空いた時間を有効活用し、相談に対応している。									
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)	32.0	総支援企業数(実績)	35.0	支援実績率	109.4%	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）	代表指標	各事業所の出展目的（売上・新規獲得・販売スキル向上・市場性（売れ筋）探求など）の達成率						
		数値目標	70	%	実績数値	73.6	%	目標達成度	105.1%
	成果の代表事例	イベント実施も回を重ねる事で認知度も上がったものと見受けられ、イベント自体の集客力向上もあり、売り上げを伸ばしている店舗が多かった。来場者にとって「（地元の企業を応援する）地産地消の意識を高める場」「様々な商品やサービスを試す事の出来る場」であり、出展者側においては来場者の反応を見る為の機会となったといった側面もある。開催時期の気候や来場者のニーズ（食品等の物販）に合致した業種が反応が良く、売り上げが多い店舗は2日で100万円以上の売り上げを記録した。							
	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)	イベント一回あたりの出展者数は概ね増加しており、この流れを次年度以降に繋げて行きたい。物価高騰の折、食品を含む生活必需品への関心は高い様であり、アンケート結果も概ね好意的な意見が多い。散見された問題点として①当日の天候による影響②売り上げ予測の難しさ、が挙げられる。当日の天候により集客に大きな差がある上、特に食品の場合は温度管理や衛生管理の必要性がある。集客数により売り上げが大きく左右され、売り上げ予測が立てにくい部分もあり、前日の準備数をどうするかという点で苦慮されている様子。これら状況を踏まえ商品構成のバランスを図る等、対応力を要する。							

5-2. 地域活性化事業 事業調書（実績）

茨木商工会議所

事業名		職場のパワハラ・カスハラ等防止対策セミナー			事業番号	5	新規/継続	新規																																	
想定する実施期間		2025 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)	パワハラという言葉は、世間一般的にはかなり浸透してきており、こういったもののなかは理解が深まっているように思われるが、パワハラ問題自体はなかなか減ってきていないのが実情である。2022年4月からパワーハラスメント防止措置対策が、中小事業主にも義務化されている。事業主は①方針等の明確化および周知・啓発②相談に応じ、適切に対応するために必要な体制の整備などの措置を必ず講じなければならない。また近年、カスハラという言葉もマスコミ等に取り上げられてきている。厚生労働省が行った調査では、過去にカスハラを経験した方の割合はパワハラよりも低いもののセクハラより多いという結果も出ている。業種や企業文化等の違いから、カスハラの判断基準は企業ごとに違いが出る可能性があるが、あらかじめカスハラの判断基準を明確にした上で、企業の考え方・対応方法を共有することが重要になる。本セミナーでは、パワハラ・カスハラ等の防止対策を学ぶことによって、事業主、従業員ともに安心して働ける職場環境をつくることに寄与するものとなる。																																							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	茨木市内、摂津市内を中心とした、小規模事業者の事業主並びに総務・労務担当者																																							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	■開催日：2025年12月8日(月) ■時 間：15時00分～17時00分 ■会 場：茨木商工会議所 会議室 ■参加企業：11社12名 ■テーマ：「職場のパワハラ・カスハラ等防止対策セミナー」 ■講 師：オフィスT&D Faith経営労務事務所 特定社会保険労務士 ■内 容：職場におけるパワーハラスメントやカスタマーハラスメント等に悩んでおられる中小零細企業に向けてセミナーを通して理解して頂き、さらに大阪府の施策案内を行った。 <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> <table><tr><td>①府施策連携</td><td colspan="7">大阪府労働環境課労働環境推進グループと連携し、広報・運営を行った。</td></tr><tr><td>②広域連携</td><td colspan="7">「茨木商工会議所」と「摂津市商工会」で連携して実施。講師は茨木で選定し、会場は茨木商工会議所で行う。案内等は、茨木と摂津で協力してPRを行った。</td></tr><tr><td>③市町村連携</td><td colspan="7"></td></tr><tr><td>④相談相乗</td><td colspan="7"></td></tr></table>								①府施策連携	大阪府労働環境課労働環境推進グループと連携し、広報・運営を行った。							②広域連携	「茨木商工会議所」と「摂津市商工会」で連携して実施。講師は茨木で選定し、会場は茨木商工会議所で行う。案内等は、茨木と摂津で協力してPRを行った。							③市町村連携								④相談相乗							
	①府施策連携	大阪府労働環境課労働環境推進グループと連携し、広報・運営を行った。																																							
②広域連携	「茨木商工会議所」と「摂津市商工会」で連携して実施。講師は茨木で選定し、会場は茨木商工会議所で行う。案内等は、茨木と摂津で協力してPRを行った。																																								
③市町村連携																																									
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)	25.0	総支援企業数(実績)	11.5	支援実績率	46.0%	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	参加者のうち、パワハラ・カスハラ等の防止対策に関して理解したと回答した割合																																						
		数値目標	70	%	実績数値	90.9	%	目標達成度	129.9%																																
	成果の代表事例	参加された方から、「社内ハラスメント窓口担当をしておりますが、知識不足を感じています。本日のお話で改めて学習することが出来ました。ありがとうございました」や「判例や事例紹介が多く、イメージしやすく、理解につながった」という意見を頂いたので、このセミナーを開催した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)				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)	参加者アンケートからみると、セミナーの満足度調査の数値は100%と非常に高く、参加された皆様は全員納得されておられる。また指標である「参加者のうち、パワハラ・カスハラ等の防止対策に関して理解したと回答した割合」も数値目標より高い数値を得ることができ、主催者側としても大変満足できるものであった。 ただ、支援企業数が目標を下回ったのが残念であった。参加者の方と話していると「他の機会に同じテーマのセミナーを聞いたことがあったので、参加するかどうか迷った」と言われていたので、案内チラシなどに工夫をこらし、もっと参加し易いように誘導できればよかったことが反省点である。																																							

5-2. 地域活性化事業 事業調書（実績）

茨木商工会議所

事業名		新事業展開支援事業			事業番号	6	新規/継続	継続	
想定する実施期間		2022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)	【事業の目的】 新型コロナが終息した後も、引き続き原油・物価高騰・円安による調達コストの増加や人材不足による厳しい経営環境が続いている。この状況が続くと企業の息切れが本格化することが危惧される。企業存続のためには、現下の事業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が不可欠な状況である。そこで、新たな事業展開にチャレンジする中小企業の事業計画策定を支援し、経営改善を図っていただくことを目的とする。 【企業ニーズ】 2024年の中小企業の景況見通し（日本政策金融公庫）の調査によると、「経営上の不安要素」して次の項目が上位であった。1位（原材料・燃料コストの高騰）、2位（国内の消費低迷・販売不振）、3位（人材不足・育成難）となっている。こういった事業環境変化に対応した支援（補助金申請等）が求められており、ニーズとして大いにある。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	新型コロナの余波や原油・物価高騰、円安による調達コスト増の影響、人材不足等を克服するため、新たな事業展開にチャレンジする企業を対象とする。							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	■新事業展開に向けた事業計画書作成のセミナーを開催した。 【開催日】2025年5月12日 【場 所】茨木商工会議所 【内 容】 ①そもそも「事業計画書」とは？ ②事業計画書、書き方のコツは？ ③新事業展開テイクオフ補助金の記載欄には何を書くの？ ④小規模事業者持続化補助金の記載欄には何を書くの？ 【講 師】合同会社 照参会 中小企業診断士 【参加者】46名（41事業所） <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 府が実施する「新事業テイクオフ支援事業」の目的と合致。 ②広域連携 高槻商工会議所と周知や支援企業の掘り起こし、当日の運営面で協力し効果的に実施した。 ③市町村連携 ④相談相乗 新たな取り組みを始めるにあたり相談を希望された場合に対応した。							
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)	30.0	総支援企業数(実績)	43.0	支援実績率	143.3%	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	新たな取り組みを実施したいと回答した企業数						
		数値目標	8 社	実績数値	29 社	目標達成度	362.5%		
	成果の代表事例	食品製造・小売事業者が日持ちがしない商品の販売において需要が増えないため業績が頭打ちとなっていた。テイクオフ支援事業をきっかけに店舗を構えることができない場所において、新たな需要と顧客を取り込もうと自動販売機で販売する事業計画を作成した。その事業計画作成段階では事業者と支援者でアイデア出しを行い、結果として補助金の申請をし採択された。							
	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）	セミナー参加者は目標を上回り参加された方の満足度は高かった。セミナー終了後、大阪府新事業テイクオフ支援事業などの補助金申請のための事業計画作成のアドバイスを行った。採択された事業者の一部には伴走支援を行った。国の補助金獲得しようとする事業者は多かったが、本事業のメインである大阪府テイクオフ補助金の申請希望者は一部にとどまった。次年度の本事業の府施策連携事業は廃止となったが、新事業展開や経営革新をテーマとして取り組んでいきたい。							

5-2. 地域活性化事業 事業調書（実績）

茨木商工会議所

事業名		中小企業のための脱炭素経営推進事業		事業番号		7	新規/継続		新規		
想定する実施期間		2025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)	【事業の目的】 2050年のカーボンニュートラル、脱炭素社会の実現に向けて、大企業主導によるサプライチェーン全体でのCO2排出量削減への取組みが加速しており、中小企業にも脱炭素へ向けた取組みが求められている。一方で、多くの中小企業からは「自社には関係ない」「何から取り組めば良いかわからない」といった声が聞かれる。本事業では府内中小企業者に対し、脱炭素に向けた最新動向とカーボンニュートラルの進め方を理解いただき、サプライチェーンでの受注機会に影響を受けないようにしていただくために実施する。 【企業ニーズ】 日本商工会議所の「中小企業の脱炭素推進に向けた現状と課題」（2024年7月）の調査資料によると、「脱炭素に取り組むハードル」として、1位（取り組むためのマンパワー・ノウハウが不足している）、2位（排出量の具体的な算定方法が分からない）、3位（排出削減に取り組むための資金が不足している）となっている。									
	支援する対象 (業種・事業所数等)	業種を問わず、2050年のカーボンニュートラルに向けて、サプライチェーン全体の中で必要性を求められている事業者や脱炭素関連施策活用を検討している事業者等。									
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	①啓発セミナー 【事業手法】人材育成型 【実施時期】2025年7月7日 【実施場所】茨木商工会議所 会議室 【実施方法】対面 【実施内容】1. 脱炭素化に向けた国の動向と中小企業向け支援策のご紹介 講師：環境省 近畿地方環境事務所 2. CO2排出量の見える化の重要性とSBT取得ツールの紹介 講師：OSAKAゼロカーボン・スマートシティ・ファウンデーション 3. CO2削減に取り組む企業の事例 講師：株式会社マコト電気 フロントビジネス推進事業部 4. CO2削減に向けた企業向けソリューション 講師：ゴウダ株式会社 取締役 【参加者数】33名（10事業所） ②事例研究交流会 【事業手法】人材交流型 【実施時期】2025年7月17日 【実施場所】セミナー：高槻商工会議所 現地見学と意見交換会：高槻バイオチャーエネルギー研究所 【実施方法】対面 【実施内容】1. セミナー 講師：有限会社紋珠 高槻バイオチャーエネルギー研究所 所長 2. 現地見学と意見交換会 高槻バイオチャーエネルギー研究所に移動して実施 【参加者数】12名（10事業所） ＜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 「脱炭素経営に向けた取組み支援」の府施策連携として実施した。 ②広域連携 周辺の商工会・商工会議所と企画や周知、当日の運営面で協力し効果的に実施した。 ③市町村連携 ④相談相乗 脱炭素経営に向けた相談対応を行った。									
	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)	60.0	総支援企業数(実績)	20.5	支援実績率	34.2%	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	脱炭素経営に取り組みたいと回答した企業の割合							
		数値目標	70	%	実績数値	25	%	目標達成度	35.7%		
	成果の代表事例	講師として登壇したゴウダ株式会社においては、企業に脱炭素経営を提案する立場でありながら総務系の社員4名の参加があった。自社の脱炭素に取り組む意欲がうかがえた。									
	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）	啓発セミナーの参加者は目標を上回ったが、大企業や行政等の参加者が半数以上を占めた。事例研究交流会の方は参加者自体が少なく集客に苦戦した。いずれの事業も参加者の満足度は高かった。今後脱炭素経営に取り組むたいという企業は非常に少ない結果となり、脱炭素経営は中小企業において優先度が低いことがわかった。次期以降は地域活性化事業ではなく、個別の経営相談の中で普及啓発を図っていきたいと考える。									

【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)	30.0	支援企業数(実績)	10.5	支援実績率	35.0%	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	脱炭素経営に取り組みたいと回答した企業の割合						
		数値目標	70	%	実績数値	40	%	目標達成度	57.1%
	その他目標値の実績	目標値（計画）			目標値（実績）			目標達成度	
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)	10.0	支援実績率	33.3%	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	脱炭素経営に取り組みたいと回答した企業の割合						
		数値目標	70	%	実績数値	10	%	目標達成度	14.3%
	その他目標値の実績	目標値（計画）			目標値（実績）			目標達成度	