

令和7年度（2025年度）

実績報告書

Ⅰ. 申請者の概要

団体名	松原商工会議所
代表者職・氏名	会頭 松岡 義則
所在地	〒580-0043
	松原市阿保1丁目2番30号
設立年月日	昭和47年07月01日
職員数	10
うち経営指導員数	10
所管地域	松原市
管内事業所数	4,362（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	3,098（令和3年経済センサス活動調査による）
会員数	1,649（令和8年3月31日現在）
組織率	38.1%
担当者職・氏名	中小企業相談所長 端山 宗尚
連絡先電話番号	072-331-0291
連絡先メールアドレス	m-cci@matsubara-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、又は建議すること。
- (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又は刊行を行うこと。
- (5)商品の品質又は数量、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、鑑定又は検査を行うこと。
- (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、維持し又は運用すること。
- (8)商工業に関する講演又は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又は検定を行うこと。
- (10)博覧会、見本市等を開催し、又はこれらの開催の斡旋を行うこと。
- (11)商事取引に関する仲介又は斡旋を行うこと。
- (12)商事取引の紛争に関する斡旋、調停又は仲裁を行うこと。
- (13)商工業に関して、相談に応じ、又は指導を行うこと。
- (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、観光事業の改善発展を図ること。
- (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ほか、本商工会議所の目的を達成するため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

松原商工会議所は、「活力ある地域社会の創造」を目指すべく松原市と平成22年10月に「包括協定」を締結し、地域産業の活性化と新たな雇用創出を目的とした企業誘致施策(松原市企業立地促進条例)を推進し、地域の活性化を積極的に進めている。

工業では、日本一の技術力を持つ企業や「はばたく中小企業・小規模事業者300社」に選定される企業が存在する一方、小規模事業者が約89%を占めており、技術・品質等は優れているが事業規模としては大きくないため、個社の生産効率の向上ならびに知名度の観点からはPR不足が課題である。商業では、大型商業施設が相次いで開業しており、市内の個店や商店街等への影響は一段落したものの一定存在し、地域と共存する道筋を構築することが引き続き必要である。

また、松原市内の事業所数は平成26年の4,889から令和3年には4,362に減少し、創業比率も府平均を下回ることから、創業や事業承継支援が重要であると認識している。松原市は地理的条件は良いにも関わらず、地域経済循環率は約71%と大阪府全体の約106%に比べて低く、第三次産業の一人当たり付加価値額も府平均を下回るため、付加価値額の向上と市内消費喚起、情報発信の強化も求められる。

(2) 所管地域の活性化の方向性（事業の目標）

管内の事業所数は令和3年経済センサスで4,362事業所あり、そのうち小規模事業者は3,098事業所で約71%を占める。当会議所は、地域経済の総合窓口として、小規模事業者の視点に立った支援を重視し、「交流・つながりの強化」「支援・サービスの充実」「地域特性を活かした魅力的な事業展開」を指針として掲げる。これらを実現するため、松原市をはじめ阪南大学、地域金融機関や各種関係機関等と連携し、さらには商工会議所のネットワークを活用し、各種事業を展開する。

具体的には、小規模事業者の経営課題を把握し、巡回指導や窓口相談を行い、課題解決を支援する。また、商工会や関係団体との広域的連携により、ビジネスマッチングを通じた地域活性化を図る。

具体的な実施内容については、以下の通りである。

- ・優れた技術力や製品を有する企業の発掘及びその販路開拓のサポート（売りメッセ取引商談会in東大阪事業、ビジネスチャンス発掘フェア、大阪勤業展）
- ・商店街を中心とした市内消費喚起の促進（巨大ガチャ&街めぐりスタンプラリー）
- ・魅力ある商品などの情報発信、販売機会の創出（物産展inまつばら）
- ・創業および事業承継（創業支援事業、事業承継支援ネットワーク）
- ・人手不足、物価高騰、円安等、事業環境への対応に対する支援（人材確保支援事業、事業計画策定セミナー、BCP策定支援事業）

以上、事業者の視点に立って考え伴走することにより、「かかりつけの相談先」として機能する商工会議所を目指す。

(3) 事業を実施した効果

経営相談支援事業では、当初目標の210件に対し、361件の相談に応じた。地域における「かかりつけの相談先」として、適切な支援を実施することができた。

地域活性化支援事業では、販路開拓を目的とした商談会・展示会・市内消費喚起促進事業中心に実施。各事業において満足率も高く、また、新規顧客の獲得に繋がるなどの成果があった。

その他、創業支援事業では、起業に関する知識の取得ならびに起業意欲の醸成に務めた。参加者数・満足率ともに目標を達することができ、参加者の中には開業に至るなど、事業効果は高かった。

(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

経営相談支援事業について、事業計画の作成等、増加している課題に対する情報収集や対応力の強化を継続する。また、更なる課題の掘り起こしを実施し、相談件数の増加を図る。

地域活性化事業について、マンネリ化がその事業を陳腐化させる。効果的な支援をするために、時代の流れと変化の中で他の団体との連携を強め、事業の魅力を高めることが必要と思われる。顕著な成果がなければ同事業を継続するか否かが今後の課題と考える。

I 経営相談支援事業

前年度支援企業数		294 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	210	357	361	171.9%
2	支援機関等へのつなぎ	支援数	26	83	65	250.0%
3	金融支援（紹介型）	支援数	10	19	19	190.0%
4	金融支援（経営指導型）	支援数	30	39	40	133.3%
5	マル経融資等の返済条件緩和支援	事業所	1	5	4	400.0%
6	資金繰り計画作成支援	事業所	1	0	0	0.0%
7	記帳支援	事業所	30	37	46	153.3%
8	労務支援	支援数	50	62	62	124.0%
9	人材育成計画作成支援	事業所	1	0	0	0.0%
10	マーケティング力向上支援	事業所	1	1	1	100.0%
11	販路開拓支援	支援数	20	21	22	110.0%
12	事業計画作成支援	支援数	36	53	53	147.2%
13	創業支援	事業所	5	6	6	120.0%
14	事業継続計画（BCP）作成支援	事業所	20	0	0	0.0%
15	コスト削減計画作成支援	事業所	5	6	6	120.0%
16	財務分析支援	事業所	15	32	34	226.7%
17	5S支援	事業所	1	0	0	0.0%
18	IT化支援	事業所	1	1	1	100.0%
19	債権保全計画作成支援	事業所	1	0	0	0.0%
20	事業承継支援	事業所	20	2	2	10.0%
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	0	0	0.0%
23	結果報告	事業所	210	357	361	171.9%

件数設定の根拠（今年度の特徴等）

令和6年の実績を基に、支援企業数を設定する。

経営相談支援事業をより効果的に実施するために、経営指導員間での支援内容の共有や地域活性化事業との相乗効果を図る。また、小規模事業者のニーズと経営課題の把握に努め、地域経済の総合窓口とた、経営指導員によるきめ細やかな支援を基本方針としている。「交流・つながりの強化」「支援・サービスの充実」「地域特性を活かす事業の展開」に努め、管内事業者から最初に相談したい支援機関を目指す。

支援のポイント・成果

経営指導員を中心に管内事業所への相談支援を行う際、これまで培ってきた関係を踏まえながら、これまで以上に深い経営支援を行った。

成果事例として以下の2つの例を挙げる。

- ①当事業所は、当会議所主催の創業セミナーを卒業した女性経営者で整理収納アドバイザー業を営んでいる。代表者の個性と独自のメソッドを活かして順調に事業を拡大しているが、一方で代表者の活動の限界により売上が頭打ちになっていた。今後の事業展開について相談を受け、スクール化を提案し、同時に3年後の設立を目指した事業計画と一緒に検討し作成を支援した。
- ②当事業所は、近隣地域にて土木工事業を営んでいる。業界に精通した代表者の営業力により業績は安定していたが一時的な休業と大型案件の受注が重なりキャッシュフローに問題が生じた。資金調達について相談を受け、売上利益、資産負債の状況を把握して融資実行に至るまで伴走支援を行った。また、所得税及び消費税の確定申告に関しても正確なものとなるよう支援した。

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	9	9	9	100.0%
26	金融相談	日数	12	12	11	91.7%
27	労務相談	日数	0	0	0	-
28	その他相談	日数	24	24	25	104.2%

支援のポイント・成果

本事業では、小規模事業者が抱える課題解決に対応するため、専門家による相談窓口を設置。弁護士、税理士、社会保険労務士、中小企業診断士等、また、日本政策金融公庫とも連携を図り、様々な相談に迅速に対応した。

税務相談では、開廃業に関するものが多く、金融相談においては、賃上げ関連の他、創業融資に関する相談が一定数見られた。

また、定例相談では間に合わない急ぎの対応を受け付ける「特急相談」のニーズも多く、今年度は労使関係についての相談や就業規則の見直し等の案件が多く、専門家から支援を行った。

事業名		事業計画策定セミナー			事業番号	I	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)	原油・物価高騰、円安による調達コストの増加など、外部環境の変化に対応し、適応するための事業展開等の新たな取り組みを支援する。本セミナーでは、事業展開等の計画に不可欠な事業計画の策定にスポットを当て支援する。管内の中小・小規模事業者の新たな取り組みを実行するための足掛かりとなることを目的とする。 原油価格や物価の高騰、円安による調達コストの増加は、中小企業の経営に深刻な打撃を与え続けている。また、人材不足を原因とする倒産の増加も懸念されており、この状況が続けば企業の存続が危ぶまれる。企業が生き残るためには、ポストコロナ時代の経済環境の変化に適応し、新たな事業展開を通じて売上を創出することが不可欠である。さらに、2023年に当所が実施した「物価高騰の影響」に関する調査では、約85%の事業所が影響を受けていると回答している。このような状況下において、新しい生活様式や物価高騰といった事業環境の変化に対応するため、事業の見直しや新たな取り組みを行うことが求められている。								
	支援する対象 (業種・事業所数等)	松原市内4,362事業所								
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	開催日時：2025年5月21日（火）15：00～17：00 開催場所：松原商工会議所 内容：第1部「事業計画の策定についての方法や作成のポイント」についての説明会を実施した。併せて、各種補助金制度の活用方法について説明を行った。 第2部「新事業展開テイクオフ支援事業」についての制度説明等 参加事業所数：39事業所（42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		「新事業展開チャレンジ支援事業」の周知等の連携を図った。								
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)	20.0	総支援企業数(実績)	39.0	支援実績率	195.0%	満足率	82.1%	
	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	事業計画の策定に取り組む事業者数							
		数値目標	10社	実績数値	19社	目標達成度	190.0%			
	成果の代表事例	事業計画策定のポイントを効率的に習得することができ、精度の高い事業計画の策定が可能となった。事業の計画的な実施、補助金の活用など事業の成功率の向上に繋がった。また、セミナー受講後、計画のブラッシュアップ等を支援した結果、物価高等の事業環境の変化に対応するために補助金を活用する運びとなった。								
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)	補助金を契機として事業計画を策定する事業所が多いため、補助金申請を断念すると事業計画を策定する意欲が低下する傾向にある。 課題としては、事業計画の策定に対する苦手意識を払拭させることが挙げられ、その解決策として経営相談および専門相談による伴走支援の強化が求められる。次年度以降、相談体制を強化し事業計画の策定を促進させる。								

松原商工会議所

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		2023 年度～		年度まで		3	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)	創業・起業を志す者を中心に支援事業を展開する。創業への必要な知識や心構えを習得する「創業セミナー」を開催する。また、創業支援の一環として、既に創業しているが実質的な創業に至っていない事業者も含め支援する。 松原市内の創業比率は2014～2016年では約3.59%（出典：RESAS）と大阪府平均の約5.17%と比べて低いため、潜在的な創業者希望者を掘り起しが見込める。それによって管内での創業者の増加を図ると共に、地域経済の活性化に繋げることを目的とする。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	将来、松原市で創業をしたいと考える者、創業に向けて準備している者、創業して間もない事業者で事業計画の再検討を行う者を対象とする。							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	開催日時：2025年7月12日（土）10：00～16：00 2025年7月26日（土）10：00～16：00 2025年8月 9日（土）10：00～16：00 2025年8月30日（土）10：00～16：00 開催場所：松原商工会議所 内 容：特定創業支援等事業に沿った「経営」、「財務」、「人材育成」、「販路開拓」を中心としたカリキュラムを実施した。さらに、日本政策金融公庫や地域の金融機関を招いた「融資」や過去の創業塾卒業生による先輩起業家シンポジウム等を実施した。 また、全日の講義後に受講者による交流会を実施し、創業者のネットワーク作りを行った。 セミナー終了後、受講者が共同で展示会に出展するなど、ネットワークが有効に機能している。 参加事業所数：27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	大阪府創業支援ネットワーク会議に参加するとともに、府のメルマガを活用しPRを図った。						
		②広域連携							
③市町村連携	松原市創業支援連携ネットワーク（松原市・阪南大学・日本政策金融公庫・池田泉州銀行）と連携し、特定創業支援事業として実施した。市内参加者へ向けた広報のため松原市を始め上記のネットワークと連携して実施した。								
④相談相乗	創業実現に向けて個別の経営課題解決についてフォローし、相談事業との相乗効果を図った。								
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)	20.0	総支援企業数(実績)	27	支援実績率	135.0%	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	創業に対する意欲が高まった参加者の割合						
		数値目標	80	%	実績数値	81.5	%	目標達成度	101.9%
	成果の代表事例	不動産仲介業での起業を検討していた受講者が本セミナーを受講し、完成度の高い事業計画を建てることができた。同事業計画を基に金融機関から創業融資を受けて起業に至った。創業者のネットワークを通じて、人的ネットワークを広げることににより、当初の売上に結びついた。							
	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)	土曜日の終日を4日間実施したが、受講者より土日は出席しにくい、との声があった。平日の夜など、次年度は実施曜日や時間を検討し、全日程出席しやすい体制で実施する。							

事業名		BCP策定支援事業			事業番号	3	新規/継続	継続		
想定する実施期間		2024	年度～	年度まで	2	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)	2011年の東日本大震災を契機にBCP（事業継続計画）の推進が進められてきたが、中小企業では導入が進んでいない現状にある。南海トラフ地震などの自然災害、情報セキュリティ事故、新型コロナウイルス等感染症の発生といった脅威が想定される中、事業の迅速な復旧と継続を図るためにはBCPの策定が不可欠である。 帝国データバンクの調査（2024年）によれば、BCPを策定している企業は全体で19.8%に留まり、特に中小企業では16.5%と低い水準である。策定が進まない主な理由として「スキル・ノウハウ不足」が挙げられ、策定支援の必要性が示されている。また、BCPの重要性は危機管理力の向上や感染症対策の関心の高まりを背景に、事業の信頼性向上や取引拡大、雇用維持の観点からも注目されている。 こうした状況を受け、令和5年に松原市と共同で事業継続力強化支援計画を策定し認定を受けた。本事業は、中小・小規模事業者にはBCP策定の必要性を認識させ、その支援を行うことを目的としており、そのニーズは極めて高い。								
	支援する対象 (業種・事業所数等)	松原市内4,362事業所（BCP策定に関心を持つ中小・小規模事業者）								
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	開催時期：2026年3月6日 開催場所：堺市総合防災センター（体験型防災施設） 内 容：「第1部」体験型防災学習 (1)起震装置による地震体験、地震発生直後の街並みを体感、消火・避難など一連の行動を関連づけた体験をする 「第2部」BCP策定セミナー (1)BCPの基礎知識について (2)大阪府が提供する「超簡易版BCP『これだけは！』シート」の策定支援 (3)中小企業等経営強化法に基づく「事業継続力強化計画」の策定支援 (4)取り組むうえでの留意点・ポイント <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 大阪府中小企業支援室経営支援課経営支援グループ（商-13）と連携し、事業を実施した。 ②広域連携 ③市町村連携 事業継続力強化支援計画に則り、松原市産業振興課・危機管理課と連携し、事業を実施した。 ④相談相乗 BCP策定において、経営指導員が伴走支援した。								
	事業全体の実績／目標達成	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	17.0	総支援企業数(実績)	8.0	支援実績率	47.1%	満足率	100.0%
	事業全体の実績／目標達成	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	代表指標	「超簡易版BCP『これだけは！』シート」の策定企業の割合						
事業全体の実績／目標達成		数値目標	100	%	実績数値	37.5	%	目標達成度	37.5%	
事業全体の実績／目標達成	成果の代表事例	BCP策定には至らなかったが、防災体験がBCP策定へ向けた意識向上に繋がっている事業所が多く、今後の成果に繋がる。								
事業全体の実績／目標達成	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)	BCP策定は非常にタイムリーなテーマであり、大阪府内企業においても南海トラフ巨大地震や局地的豪雨といった自然災害にかかるリスクが取り上げられる中で、中小・小規模事業者でも関心が高いことが伺える。しかしながら、企業規模・人的不足の問題からBCPの策定率は低く、未だ策定が進んでいない企業が多い状況にある。今後も継続してBCP策定の必要性を発信し、策定率の向上を目指す。								

【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)	15.0	支援企業 数(実績)	8.0	支援 実績率	53.3%	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	「超簡易版BCP『これだけは！』シート」の策定企業の割合						
		数値目標	100	%	実績数値		%	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)	0	支援 実績率	0%	満足率	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	中小企業等経営強化法に基づく「事業継続力強化計画」等の策定						
		数値目標	2	社	実績数値	0	社	目標達成度	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			

事業名		人材確保支援事業（動画で事業所紹介）		事業番号	4	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）	中小企業・小規模事業者における人手不足・採用難は慢性的な課題であり、日本商工会議所が2024年7月に実施した調査では、63.0%の事業所が「人手が不足している」と回答し、人手不足と回答した事業所の65.5%が、事業運営への影響が「非常に深刻・深刻」と感じている、との結果であった。また、直近の令和6年12月発表の大阪での有効求人倍率は1.23倍と3ヶ月連続上昇しており、人材確保の厳しさに拍車がかかっている。 加えて、昨今のデジタル化の流れを受けて、求人活動の手法は紙媒体からwebを活用した手法が主流になりつつある中、動画の活用が求職者へのアピールツールの一つとして重要度を増しているが、取り組めていない事業所が大多数を占める。 そこで、求人活動を行っている事業所のショート動画を、当会議所が取りまとめてホームページへ掲載する他、大学・高校や関係機関等へ広報・周知することで、管内事業所の採用支援に繋げる。							
	支援する対象 （業種・事業所数等）	松原市内4,362事業所（求人活動を行っている中小・小規模事業者を中心とする）							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	募集時期：2025年7月 編集：各参加事業所とPRすべき内容について確認しながら、動画を完成させた。 完成：2026年2月 広報：当会議所ホームページ「求人情報」コーナーへ掲載、大学への案内							
		<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								
	④相談相乗	効果的な動画作成に関するサポートならびに求人活動について必要な支援を実施 カルテ化5件							
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)	15.0	支援実績率	75.0%	満足率	86.7%
	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	求人活動に役立ったと感じた事業所の割合						
		数値目標	80	%	実績数値	0	%	目標達成度	0%
	成果の代表事例	直接的な求人の効果は無かったが、自社の強みやPRすべきポイントを整理するきっかけとなった。また、今後の求人活動において活用する企業も半数以上あり、求人活動におけるデジタル媒体の利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）	自社の強みやPRすべきポイントを整理するのに時間が必要とし、完成が後倒しになった。今後、動画紹介におけるヒアリングの際に掲載すべき内容を明示していく。							

松原商工会議所

事業名		独創的な企画を活用した販路開拓事業		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)	大型商業施設の開業が相次ぎ、また、スーパーマーケットの新規出店等もあり、市内商業における小規模事業者への影響は大きく、地域商店主からは人通りが減少傾向にあり回復の兆しが見られない、といった声が多い。そこで、地域資源（商店や歴史・文化の発信）の効果的な活用が求められている。このような中、地元根に根付いた魅力的な店舗に改めて目を向けてもらうため、スタンプラリーの仕組みを活用し、交流人口を増加させ消費喚起ならびに地域活性化を図る。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	松原市内の商業・サービス業（1,491事業所）							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	松原市の主要駅である河内松原駅周辺の商店街を中心とした店舗を対象としたスタンプラリーを実施した。参加店舗を掲載したリーフレットを作成・配布することで、市内の商業・サービス業のPRを図った。また、スタンプラリーを後押しするため、特大ガチャを製作し、消費喚起につなげた。 開催時期：2025年11月2日～12月25日 対象店舗：松原市内におけるBtoC取引の店舗（特に、主要駅である河内松原駅周辺を中心とする） ※業種：小売・飲食・サービス 等 開催場所：河内松原駅付近 スケジュール： 9月頃 参加店舗の募集 10月頃 事業周知							
	<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									
④相談相乗	事業実施にあたり、PR方法などについて伴走支援								
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)	50.0	総支援企業数(実績)	50.0	支援実績率	100.0%	満足率	78.0%
	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	新規顧客獲得につながった事業所の割合						
		数値目標	70	%	実績数値	46	%	目標達成度	65.7%
	成果の代表事例	本事業を通じて、新規顧客獲得に一定の効果はあった。また、アンケートより、そのお客様の50%はリピートした結果となった。 スタンプラリーの利用数も店によっては、200件以上あり、市内消費喚起に効果はあった。							
	その他目標値の実績	目標値（計画）			目標値（実績）			目標達成度	
実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	スタンプラリーの総数を増加させるためにもイベントの認知度の向上が重要となる。駅近隣へのポスティング等を実施したが、広告宣伝が弱く、イベントの認知度は低かった。新規顧客獲得の割合を増加させるためにも、次年度以降、広告宣伝の強化を図っていく。							

事業名		物産展inまつばら		事業番号	6	新規/継続	継続
想定する実施期間		2015年度～	年度まで	11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)	本事業では、松原商工会議所と南河内地域の6商工会と連携を図り、南河内地域の商品・サービスのPRを図ることで、ビジネスチャンスの獲得や販路拡大など、南河内地域の新たな顧客を生み出すことを目的とする。 昨年度のアンケート結果より、新規顧客の獲得や商品PRに繋がったなど、開催を望む声が多い。また、直接消費者の声が聴くことができるために、商品開発等の一助となっている。 加えて、2025年度は、“物流のまち松原”という地域特性を訴求するため、“古くから交通の要衝として発達してきた松原に、近隣地域の特産品が大集合”をコンセプトに、運送会社の協力を得ながら大型や様々なタイプのトラックを活用した物産展“トラックマーケット”を実施する。近年、イベント出展において「設営コストの削減」や「移動販売による柔軟な販売機会の確保」などのニーズが高まっている。トラックを活用することで、短時間での出店・撤収が可能となり、出展者の負担を軽減するとともに、屋内での実施による制約も解消されユニークな販売スタイルとして来場者の関心を引くことが期待される。 尚、大阪府が実施する「大阪代表商品選抜・販促事業」と連携することで、地域代表商品のPRの場を提供する機会を増やす意味合いを含む。					
	支援する対象 (業種・事業所数等)	松原商工会議所、南河内地域の商工会の事業所（約21,500事業所）、大阪代表商品選抜・販促事業の参加事業者					
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	【通常物産展】 南河内6商工会と連携し、特色ある商品・サービスのPRおよび販路開拓を目的に実施した。物販やチラシ配布、来場者アンケートを通じて継続的なPRと商品改良につなげるとともに、「大阪代表商品選抜・販促事業」との連携により認知度向上を図った。来場者数は16,750人と集客面で一定の成果が見られた一方、事業所ごとのPR機会確保が今後の課題である。 会期：2025年11月8日（土）、9日（日）（2日間） 場所：松原市民体育館 参加事業所数：36事業所 来場者数：16,750人 実施手法：販路開拓型 【トラックマーケット】 トラックを活用した展示・販売により話題性を高め、商業施設来場者へのPRを行った。「大阪代表商品選抜・販促事業」と連携し周知を図ったが、1日開催のため来場者数は限定的となり、今後は事前PRや内容面の工夫による集客力向上が課題である。 会期：2026年2月1日（日） 場所：セブンパーク天美 参加事業所数：20事業所 来場者数：2,141人 実施手法：販路開拓型 <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 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)	65.0	総支援企業 数(実績)	56.0	支援 実績率	86.2%	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）	代表指標	販路開拓に繋がった事業所の割合							
		数値目標	80	%	実績数値	62.5	%	目標達成度	78.1%	
	成果の代表事例	松原市および近隣市の来場者に対して参加企業の商品・サービスを幅広くPRする機会を創出し、認知度向上につながった。両事業を通じて、対面販売や消費者アンケートにより実践的な販路開拓を行うとともに、商品構成や見せ方、接客方法の工夫など、今後の販売活動や商品・サービス改良に活かせる意識向上を図ることができた。								
	その他目標値の実績	目標値 （計画）	7,000	人	目標値 （実績）	18,891	人	目標達成度	269.9%	
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）	【通常物産展】 来場者数は天候の影響を受けたものの、一定の集客および販売実績を確保することができた。一方で、出展事業所ごとのPR機会に差が生じる点が課題として挙げられた。次期以降は、ブース配置や導線、PR方法の工夫により、各事業所がより効果的に訴求できる環境整備を図る。								
		【トラックマーケット】 話題性のある手法として一定のPR効果が確認できたが、集客面や運営方法について検討すべき課題も明らかとなった。次年度の実施は未定であるものの、今年度の実績や課題を整理した上で、より効果的な実施手法について検討を行っていく。								

【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)	35.0	支援企業 数(実績)	36.0	支援 実績率	102.9%	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）	指標	販路開拓に繋がった事業所の割合						
		数値目標	80	%	実績数値	62.5	%	目標達成度	78.1%
	その他目標値の実績	目標値 (計画)	3,500	人	目標値 (実績)	16,750	人	目標達成度	478.6%
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)	20.0	支援 実績率	66.7%	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）	指標	販路開拓に繋がった事業所の割合						
		数値目標	80	%	実績数値	80.0	%	目標達成度	100.0%
	その他目標値の実績	目標値 (計画)	3,000	人	目標値 (実績)	2,141	人	目標達成度	71.4%