

平成31年度 事業実績報告書

申請者の概要

申 請 者	団体名	河内長野市商工会		
	代表者職・氏名	会長 井戸 清明		
	所在地	〒586-0025 河内長野市昭栄町7番3号		
	担 当 者	職・氏名	事務局長 竹之内 徳男	
		連 絡 先	電話番号（直通）：	0721-53-9900
F a x：			0721-52-2606	
	E - m a i l：	info@ksci.or.jp		
①設立年月日		昭和36年6月1日		
②職員数 (うち経営指導員数)		9名(9名)		
③所管地域		河内長野市		
④管内事業所数		2,701 (平成28年経済センサスによる)		
⑤管内小規模事業者数		1,793 (平成28年経済センサスによる)		
⑥会員数(組織率)		1,401 (51.8%)		
※②、④、⑤、⑥については直近の数字を記載のこと				
□主な事業概要(定款記載事項等)				
<p>①商工業に関し、相談に応じ又指導を行なうこと。 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あっ旋を行なうこと。 ⑥商工業に関する施設を設置し維持し、又は運用すること。 ⑦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。 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なうこと。 ⑩商工業者の委託を受けて、当該商工業者が行なうべき事務(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なうこと。</p>				

河内長野市商工会

(1) 事業の目標

小規模事業者が抱える課題の把握と解決に向けて、経営指導員間での情報の共有化を図り、支援関係機関等の専門家とも連携しながら迅速かつ適切な相談・指導支援を行うことを主たる目標とした。

各種セミナー・交流会・展示会等を実施し、事業承継・販路開拓・人材育成・コスト削減・異業種連携等経営力を強化し安定的持続発展を目指した。

創業希望者に対して、セミナー・交流会等の情報提供はもとより、効果的な事業を計画し、約30件の支援と約20件の創業を目指した。

地域活性化に合理的・効果的な事業を計画し、積極的に取り組み、地域ブランド（特産品）の販路拡大・地場産業のPR等推進を図り、地域全体の活性化を目指した。

(2) 事業を実施した具体的な内容、方法及び工夫した点

①地域に密着した経営指導員が金融・税務・労務・経営など担当を区分することなくオールマイティーに目つスムーズに相談・指導業務に取り組み、小規模事業者が抱える課題の把握に努め、国・府・市や各種中小企業支援機関が実施している施策を普及啓発し、これら機関とのコーディネートを積極的に行うとともに、民間専門家との連携を図り、地域におけるワンストップサービスの拠点としての役割を果たし「頼りになる商工会」と呼ばれるよう、全力を傾注した。

②河内長野市は、著しい人口減少や高齢化による買い物困難者や市外への購買者流出が増える中、市外からの消費者流入も考えていかなければならない。そこで平成26年度からの継続事業として、ラプリーハロウィン in かわちながの2019を実施した。このイベントは、売上拡大に向けての新たな手法としてハロウィン時期に子供をターゲットに若い世代の家族(新規顧客)をスタンプラリー形式で呼び込む為に、市内各商店会(参加店103店)が一丸となり創意工夫し消費者へアピールし、売上の拡大を目指した。スタンプラリー最終日は、ラプリーホールでスタンプ台紙を持参いただいたの抽選会を行い、結果、783人(昨年度625人)の方に来場いただき一定の成果を上げることが出来た。

③河内長野市は事業主の高齢化が進む中、廃業により空き店舗も増えている。そのような状況の中で、河内長野市内でより円滑に起業出来るようなサポート体制が必要である。そこで、昨年度に引き続き、起業家へのより一層の周知と支援強化を図り、経営指導員との二人三脚と本会運営の、創業をサポートするホームページ「Kuplus」(<http://www.ksci.or.jp/kigyoo/>)の強化を図り創業に向けての各支援を行った。

④事業主の高齢化が進み、今後、事業承継が必要となる事業所が増えていくと予想される中、より円滑に承継出来るようそのサポートとして専門家の無料相談など幅広くPRし事業承継への意識の向上に繋げた。

⑤新型コロナウイルスの猛威により小規模事業者は、甚大な被害を受けている中で、本会としては各種対策融資制度の手続きや助成金、給付金の制度内容、申請方法の説明など事業継続の為に支援を全力で行なった。

(3) 事業を実施した効果、所管地域の活性化の状況

河内長野市は、急速な人口減少や不況の影響と高齢化に伴う廃業により、小規模事業者は減少傾向である。その要因により市の財政状況の悪化が市内の経済循環に影響を及ぼすことになり、現況では、今後、事業拡大を希望する事業者の転出を防止しなければならない状況となっている。そこで商工会としては、市内の産業用地が不足する中、新たな産業用地を確保し、事業者の事業拡大、市外事業者の転入等を促進するため、市行政へ要望し「河内長野市産業振興推進検討委員会」を設置していただき、委員会と協議を行ない、令和元年11月に、産業振興に関する提言書を河内長野市長に提出を行った。当商工会としては、商工業者の課題解決に向け市行政・各支援機関・専門家と連携を密にして活性化推進が図れるように今後も取り組んでいく。

本年度も創業の促進を推進する為に、当商工会が行政並びに金融機関等と連携して交流会を開催し、事業所間の連携、相互の経営力向上等を図り、起業家の育成、新たな事業者の創出に導いた。結果、27人が参加され、その内6名が創業し10名が今後創業に向けてのサポートを行なった。参加された方は、創業に対する漠然とした不安が解消されて、具体的な難しさ、厳しさを理解され、これまでに抱えていた不安感を払拭でき、一歩前進して前向きに考えることができるようになって創業へのモチベーションを高め、当初の目的は達成できたと考えている。

所管地域の状況としては、道の駅「奥河内くろまるの郷」では、年々来場者が増え、売上も順調に伸びている。常に地元色に富んだ各種イベントや地場産品を利用した商品開発の強化を図り集客効果を上げており、交流人口の増加と地域のにぎわいを創出するためにも「道の駅」も含めて市行政とより一層連携を強化し地域の活性化が図れるように取り組みと研究が必要である。

(4) 事業を実施した結果浮かび上がった課題

昨年度に引き続き、地域地域活性化継続事業として、ラプリーハロウィン in かわちながのをスタンプラリー形式の事業として実施した。参加店について前年度は、114店、今年度103店、ラプリーホールでの最終抽選日の来場者数前年度625人。今年度783人で、参加店舗については、廃業等で減少したが、抽選会の来場者数はかなり増加した。今後の取り組みとして、年々廃業等増えている中で、引き続き若い世代の家族層をターゲットに、今まで以上に新規顧客を呼び込むための工夫を各々していただき地域の活性化へとつなげていくことが必要であると感じた。

同じく継続事業としてスタンプラリー形式の奥河内フルーツラリーを実施した。スタンプラリー応募はがき1枚につきスタンプは3個1口で6個の2口で掲載した。応募されたはがきの枚数について、フルーツ賞29通(昨年49通)、お食事券賞210通(昨年239通)、計239通(昨年288通)の応募があった。スタンプ数は、918個(昨年度1,148個)で、918食の料理を提供していただいた。前年度に比べ実績数が少なくなっている理由の一つに、前年度はテレビ放映等で紹介された反響が大きく市外からも多く来られたことも理由であるが、参加店のPR発信などの集客努力も必要であると感じた。

(5) 来年度への取り組み

来年度に向けても引き続き、経営・専門相談支援を積極的に利用頂けるよう幅広く各種情報の提供や提案を行ない、事業所の抱える経営課題や問題点を把握し、より効果的な解決策を講じて行く。又、地域活性化については管内地域の奥河内の独自性や主体性を生かしながら事業を推進し地域の振興や発展につなげていく。

新型コロナウイルスの影響や自然災害により、小規模事業者が廃業に追い込まれないように、相談を待つのではなく、自ら経営指導員が足を運び状況を確認し速やかに事業継続を行なえるよう対処していく。

河内長野市商工会

I 経営相談支援事業

支援のポイント・成果

昨年に引き続き、経営相談支援事業については、税務、労務、金融などの担当者区分の意識を排除し、あらゆるカテゴリーの相談分野を経営指導員一人でオールマイティーに対応できるように指導員各々責任を持っての意識改革と資質向上を今年度も図った。結果、目標以上の実績が上がったことと、細やかに諸々の相談支援を前向きに円滑に行なうことが経営指導員のスキルアップにもつながっている。

平成27年度より日本政策金融公庫のマルケイ融資と新創業融資制度を対象に河内長野市からの利子補給制度を開始した。この制度は、年間支払利子の2分の1補助、上限5万円、利子補給期間36カ月とする補助制度で事業者にとっては有利な制度であり融資制度合わせてPRした結果、平成27年度より今年度まで123件の融資決定者の内97件の交付請求があり請求通り97件決定した。今後も制度の周知の強化を図っていく。

創業案件については、本商工会が運営する「Keep1us」のホームページを軸に創業についての情報を発信し、セミナーも開催し支援を行った。結果、支援を行った方が27名、内6名が創業に至り10名が創業予定となった。今後もよりスムーズに創業に向けての支援を行っていく。

代表事例として、河内長野市内振興住宅地内に広告会社を経営される女性経営者が、何年も前になくなった商店会を地域の発展の為に再度商店会を立ち上げる計画の相談を受け、結果、45店舗を取りまとめH29年4月に商店会を立ち上げた。その後、大阪府が支援する地域の活性化のまちづくりの開発団地の再生モデル事業「スマートエイジング・シティ」として選ばれ地域の再生プロジェクトとして各種事業に取り組み、又、大阪府の地域連携型商機能強化モデル創出事業も採択され地域の活性化に貢献し、今では毎月1回商店会のプレミアムフライデーのイベントを商店会主催で実施し、会員各店の売上向上を図っている。又、地域内だけではなく河内infoの冊子(無料)で、常に河内長野市内の新しい情報を定期的に発信し地域の活性化も図られている。

支援メニュー	指標	目標数値	実績数値	達成率	事業評価
事業所カルテ・サービス提案	事業所	349	349	100.0%	5
支援機関等へのつなぎ	支援数	12	12	100.0%	5
金融支援（紹介型）	支援数	25	25	100.0%	5
金融支援（経営指導型）	支援数	26	26	100.0%	5
マル経融資等の返済条件緩和支援	事業所	0	0	#DIV/0!	—
資金繰り計画作成支援	事業所	22	22	100.0%	5
記帳支援	事業所	46	46	100.0%	5
労務支援	支援数	131	131	100.0%	5
人材育成計画作成支援	事業所	1	1	100.0%	5
マーケティング力向上支援	事業所	4	4	100.0%	5
販路開拓支援	支援数	8	8	100.0%	5
事業計画作成支援	支援数	11	11	100.0%	5
創業支援	事業所	2	2	100.0%	5
事業継続計画（BCP）作成支援	事業所	3	3	100.0%	5
コスト削減計画作成支援	事業所	31	31	100.0%	5
財務分析支援	事業所	3	3	100.0%	5
5S支援	事業所	7	7	100.0%	5
IT化支援	事業所	35	35	100.0%	5
債権保全計画作成支援	事業所	1	1	100.0%	5
事業承継支援	事業所	5	5	100.0%	5
災害時対応支援	事業所	2	2	100.0%	5
結果報告	事業所	349	349	100.0%	5

II 専門相談支援事業

支援のポイント・成果

- 《税務個別相談》税に関するあらゆる問題課題を解決することで企業に対して適正申告を促すと同時に経営の効率化とe-taxの推進により事務の効率化を図った。
- 《年金個別相談会》地域中小零細企業者に正しい公的年金制度の仕組みを理解して年金加入各種届出の大切さを理解頂いた。
- 《経営個別相談》経営に関する高度で困難な問題点をいろいろな角度より指摘し健全な経営の軌道修正へと導いた。

事業名	新規/継続	指標	目標数値	実績数値	達成率	事業評価
税務個別相談	継続	開催日数	17	17	100.0%	5
金融個別相談	継続	開催日数	12	12	100.0%	5
労務個別相談	継続	開催日数	12	12	100.0%	5
経営個別相談	継続	開催日数	12	12	100.0%	5

河内長野市商工会

事業名		「市内商店会、商店組合体質強化事業」 ラブリーハロウィンinかわちながの2019							
想定する実施期間		H26 年度～ 年度まで ※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)	市内商業者は、長引く不況や大型店の競合、人口減少(=消費者減少)問題など、厳しい経営状況下で、日々集客の方法を試行錯誤し努力をされています。そこで、その集客の一助となるよう市内商店街、商店会、商店組合が手を合わせ一つとなり市内全体において、自社のこだわり商品、こだわったサービス等を消費者へPRし売上や常連客の拡大、参加店周辺店舗への集客効果を波及させるなど市内の商業活力強化へと繋げていく。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	河内長野市内商店街、商店会、商店組合、他各個店							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	ラブリーハロウィンinかわちながの事業については、市外への消費者の流出や高齢化による買い物困難者の急増により売上が落ち込む中、売上拡大に向けての新たな手法としてハロウィン時期に子供をターゲットに若い世代の家族(新規顧客)を呼び込む為に、スタンプラリー台紙などのイベントPR宣材を、ホームページでの発信、公共施設などの設置、市の教育委員会を通じて市内小学校全域に生徒のランドセルに入れていただくなど行い、イベント期間においては、市内商店街、商店会、商店組合の各店及び市内の個店において、普段、考えることの少ない自社に対する強み、弱み、自慢の商品、自慢のサービスをあらためてブラッシュアップして考えていただき又、本事業に連携できる商店会独自事業も検討いただき、それを発信することにより新規顧客拡大と地域一帯の活性化へと繋げます。 <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	市の教育委員会を通じてスタンプラリー台紙などのイベントPR案内文を、市内小学校全域に生徒のランドセルに入れていただいた。								
④相談相乗	今後カルテ化に向けて定期的に経営の状況について打診を行っていく								
事業の実績／目標達成度	計画に対する実績(数値)	支援企業数(計画)	7商店会	支援企業数(実績)	7商店会	支援実績率	100.0%	満足度	71.8
	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)	今回、市内7つの商店会、組合、個店等に呼び掛けた結果、参加総数118件(郵便局等含む)で、対象事業者参加店103店の参加の申し込みがあった。若い世代の家族の方々がスタンプ台紙を持って来店されるため、その方々をターゲットにした自社サービスや取扱商品の見直しを行うなど意識の向上につながった。又、商店会ごとで、一丸となりポスターを掲示しやサービスの見直しを行なうことで地域の活性化を目指す商店会としてのスキルアップに繋がった。5%オフ参加店や店舗写真掲載希望も募りまた、配布する菓子のグレードを上げたりラッピングに工夫する店舗も増え、より多くの消費者の方にPRを行い店舗まわりをしていただいた結果、新規顧客確保ができた店舗が多く、リピーターへと繋げることも出来た。結果、最終日10月14日(月・祝)のラブリーホールでの抽選会では、783枚(人)のスタンプ台紙を持参された。							
		指標	事業参加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	74.7	目標達成度	106.7%		
	成果の代表事例	じゃんぼスクエアテナント会では、会員全店の方が出席しての会議を持ち、各々のサービスについての意見を提案し、スタンプ台紙のパンフを消費者に配布するなどPR強化を図ると同時に各店のオリジナルのサービスの強化を図ったことで各店の刺激となり新規顧客拡大へと繋げることができた。							
その他目標値の実績	目標値(計画)		目標値(実績)		目標達成度	#DIV/0!			
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)	参加店について前年度は、114店、今年度103店、ラブリーホールでの最終抽選日の来場者数前年度625人。今年度783人で前年に比べかなり増加した。次期への取り組みとして、引き続き若い世代の家族層をターゲットに、昨年度以上の新規顧客を呼び込むための工夫を各々していただき、事業全体の新たな手法も検討し、各商店会においても独自の事業を実施できるよう検討いただき地域の活性化へとつなげていく。							

河内長野市商工会

事業名		創業者交流会（起業家支援事業）								
想定する実施期間		28 年度～ 年度まで ※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)	若年者の人口流出や高齢化に伴う廃業により、小規模事業者は減少傾向にある。また、市内においては、事業所の交流や情報交換する機会が少ないため、事業者同士の横のつながりが希薄で地域として事業所間の連携を自発的にこなうことは難しい。このような状況の中で、創業の促進を推進し、当商工会が行政並びに金融機関等と連携して交流会を開催することにより、事業所間の連携、相互の経営力向上等を図り、起業家の育成、新たな事業者の創出を見いだすことを目的とする。								
	支援する対象 (業種・事業所数等)	創業を検討・準備している方、創業後間もない方								
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	【時期】	令和元年8月25日（日）、12月8日（日） 11時30分～13時30分 当所2階会議室にて開催							
		【内容】	創業に向けての準備、考え方、参加者同志の交流、意見・名刺交換、先輩创业者の体験談等を盛り込んでいる。							
		<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										
③市町村連携	河内長野市産業観光課並びに日本政策金融公庫と連携し、交流イベントの支援申請及びその他連絡調整・協議を密にしながら、事業者のニーズを把握する。									
④相談相乗	本事業終了後においても、創業の個別相談を行うことにより相乗効果を図る。									
事業の実績／目標達成度	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	30	支援企業数(実績)	27	支援実績率	90.0%	満足度	94.44	
	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)	今回もネットワークづくりを目的とし、開業された方のプロセスや課題、魅力を紹介し、参加者同士のビジネスチャンス創出を目指した交流会であった。参加者からは「分かっていたはずなのに忘れきってしまったことを思い出せた」「具体的な内容が聞けて行動に起こしやすくなった」「いろんな業種の方と交流できて良かった」という感想があり、人的交流を経て新たに気づけた点も多々あったといえる。そして、創業に対する漠然とした不安が解消されて、具体的な難しさ、厳しさを理解され、これまでに抱えていた不安感を払拭でき、一歩前進して前向きに考えることができるようになって創業へのモチベーションを高め、当初の目的は達成できたと考えます。								
		指標	創業に至った事業所数、創業に向けて取り組んだ事業所数							
		数値目標	15	実績数値	16	目標達成度	106.7%			
	成果の代表事例	参加したことで創業する意欲をもらえて人のつながりができた。創業する意欲と人とのつながりが重要であるといえる。起業してからの販売戦略について情報交換でき、今までの切り口だけでなく情報量が増えたことで互いに良い刺激になったといえる。								
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)	20名を超える申込者があったことから創業に対するニーズは依然高いと判断できる。また、満足度も高かったことから、次年度も引き続き、同様の内容での実施を予定している。創業を予定している方々が実際に開業に至るよう、今後、交流会終了後も個別相談等、継続して支援を実施していきたい。								

河内長野市商工会

事業名		奥河内フルーツラリー							
想定する実施期間		29 年度～ 年度まで ※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)	小規模な市内飲食小売店では、長引く不況や大型飲食店の競合などの影響により、厳しい経営状況となっている。これを打破する為には、河内長野市自慢の地域の特色、資源を有効活用し、河内長野ならではの地域一体型での事業を実施し、市内外より消費者流入の強化を図り経営の向上に繋げる。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	飲食店・菓子製造小売店							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	低農薬等安全性の一定の審査基準をクリアした、「奥河内 foodo」の河内長野市認定品や奥河内産フルーツ、地場産野菜等を新規性のある料理、菓子等に使用し、奥河内感を前面に出してPRを図り、市内外より消費者の流入を図る。又、事業期間終了後も各個店の魅力や商品の特色を色濃く出し継続的に行なえるよう意識の向上も図っていく。 ◎対象事業者と事業所数：飲食店・菓子製造小売店 30社 ◎スタンプ台紙でのラリー形式 *スタンプ3個(3店舗)で1口、上限2口まで *実施期間は、フルーツ等収穫期の9/1～10/31の2ヶ月 *賞品は、フルーツ&ベジタブル賞3000円分10名、参加店共通金券3000円分30名、5000円分20名など							
		<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	河内長野市(担当:産業観光課)認定商品「奥河内foodo」や奥河内産フルーツ等を使用することにより市内業者や奥河内産品の知名度を上げると同時に「奥河内foodo」の新たな認定商品応募の一助に繋げる。								
④相談相乗	今後カルテ化に向けて定期的に経営の状況について打診を行っていく								
事業の実績/目標達成度	計画に対する実績(数値)	支援企業数(計画)	35	支援企業数(実績)	30	支援実績率	85.7%	満足度	78.3
	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)	参加募集案内の結果、当初35店舗予定のところ30店舗の参加があった。実施期間は、前年度同様に、もっともフルーツの多い9/1～10/31の2ヶ月間行った。応募はがきについて、今回も、料金受取人払いで応募しやすい方法で実施した。又、初めての試みで各店舗にQRコードを設置しQRコードでの応募も行なった。スタンプラリー応募はがき1枚につきスタンプは3個1口で6個の2口で掲載した。応募されたはがきの枚数について、フルーツ賞29通(内QR2通)、お食事券賞210通、計239通の応募があった。(※昨年度288通)スタンプ数は、918個で、918食の料理を提供していただいた。又、応募はがき239通の内、市外から来られた方が35名おられた。(※昨年度72名)農業者は前回より引き続き、河内長野市の40歳代若手の13農業者で組織される4Hクラブを主体に協力いただいた。又、4Hクラブ主催の軽トラ市を9/22に道の駅・くろまろの郷で開催しフルーツラリーのPRも行なった。							
		指標	事業参加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	73%	目標達成度	104.3%		
	成果の代表事例	旅館業を営んでいる方で、地場産材料を使用した料理開発を日々試作されており、今回初めて参加され奥河内産のみずみずしい野菜や果物を手作りみそとアレンジし他では食べれない逸品をSNSでも強化発信し新規顧客拡大につなぐことが出来た。又、新規創作料理の自信へもつながった。							
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)	今回も各店取り扱い食材がフルーツをメインに実施し、フルーツの入荷できない場合、地場産野菜も取り入れていただきバリエーション豊富にすることが出来た。予定店舗数より5店舗減少となった。これは、廃業と消費増税前の店舗改装も一つの原因と考えられる。応募はがきの減少の一番の要因は、前年度は、テレビ番組での紹介により多くの来店が市外からもあったが、今回は、テレビ局等へのアピールを行ったが取り上げていただけなかったのがその原因であるとも考えられるが、各店のPR強化の努力も必要であると感じた。							

河内長野市商工会

事業名		キャッシュレス決済対策支援事業								
想定する実施期間		31 年度～ 年度まで ※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)	我が国のキャッシュレス決済比率は約20%であるが、決済比率の高い国からのインバウンド増加や革新的なサービスを提供する新たな事業者の参入等、キャッシュレス推進の機運が高まりつつあります。政府としても2025年の大阪万博に向けて電子決済の普及を進めていく方針を発表しており、また2019年10月の消費増税に伴い、中小規模店舗向けのキャッシュレスに関連した景気対策が検討されています。本セミナーでは電子マネーの基礎から最新決済サービスの特徴について学び、キャッシュレス決済に取り残されず、顧客から選ばれる事業所となるように支援を行う。								
	支援する対象 (業種・事業所数等)	中小企業・小規模事業者								
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	【時期】	令和元年10月31日(木) 14時30分～16時30分 河内長野荘 2階会議室、 令和元年11月25日(月) 14時00分～16時00分 河内長野荘 2階会議室 にて開催							
		【内容】	消費税率の引き上げに伴う軽減税率制度の概要とキャッシュレス化の動向、電子マネーの基礎、最新決済サービスの特徴などについて学び、キャッシュレス決済に取り残されず、顧客から選ばれる事業所となるように支援を行った。							
		<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>								
④相談相乗		本事業終了後においても、個別相談を行うことにより相乗効果を図る。								
事業の実績／目標達成度	計画に対する実績(数値)	支援企業数(計画)	30	支援企業数(実績)	30	支援実績率	100.0%	満足度	92.00	
	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)	今回、消費税率の引き上げ後のセミナーとして、まだキャッシュレス化の未実施の方向けの内容で開催した。キャッシュレス消費者還元事業に関して一般的な話以外に、税制改正された部分での解説や消費税軽減税率制度、複数税率対応レジにも詳しい専門家に講師をお願いし、近畿税理士会のご協力を得て実施した。 内容は、令和元年10月より消費税率が10%に引き上げられたことによる消費者還元事業において、前回の増税時の影響など具体的な事例も交えながら、キャッシュレス決済の動向、導入に伴うメリット・デメリットなど詳しく解説していただき、中小企業・小規模事業者の課題を掘り起こし、解決すべき効果的な普及啓発を行った。 結果、国の政策であるキャッシュレス化の推進についての係わり方や取り組みについて、参加者の多くの方が理解され、加盟店登録に至った事業所もあり、今後の事業展開に向けて意識の向上につながったと考えられ、当初の目的は達成できたと考えられる。								
		指標	参加事業者の理解度							
		数値目標	70%	実績数値	95%	目標達成度	135.7%			
	成果の代表事例	キャッシュレス化の動向を伺っていた事業所が、今回のセミナー後、加盟店登録をすることになった。他にも未実施の事業所に対して、個別でキャッシュレス決済業者から具体的な説明をしてもらう体制もできており、早期キャッシュレス化に向けて準備が整った。								
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)	初年度はセミナー形式で普及啓発を行った。業種的には関係性の薄い事業所にも参加していただき理解はしてもらえたが、加盟店登録を行う事業所が少なかったのは、業種を絞らなかつたのが原因だと感じた。申込者は予定通りの30名で満足度も高かったことからニーズはあると判断できる。 次年度は、いくつかのイベントにおいてキャッシュレス加盟店に参加してもらい、キャッシュレスラリー形式で販路拡大を図りたい。またキャッシュレス決済業者に協力をいただき、イベントにおいてブースを設け、ユーザー数の拡大を狙いたい。								

河内長野市商工会

事業名		求人・求職マッチング事業								
想定する実施期間		27 年度～ 年度まで ※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)	大阪の有効求人倍率は1.82倍と改善するも、25～29歳で1.50倍、45～49歳で1.19倍と厳しい。特に、福祉・介護事業の充足率は10%と深刻な人手不足である。当地域の有効求人倍率(0.90倍、45～64歳で0.72倍)と中高齢の就職件数は府下ワースト1です。雇用のミスマッチを解消することが課題である。本事業は地域労働ネットワーク事業として、若者・中高年齢者等を広く対象とした求人企業と働く意欲のある求職者をマッチングし、採用件数の増加を目的とする。								
	支援する対象 (業種・事業所数等)	ハローワーク河内長野管内の求人企業および就職困難者等を対象とする。 {若者・中高年齢者等の在職者や採用が多い企業および業種(介護関連に注力)}								
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	開催日時	下記【1】①と②令和元年5月17日(金), 7月19日(金), 11月19日(火) 午後2時～4時 場所: ハローワーク河内長野 ③令和元年7月8, 9, 10, 11, 12日, 11月11, 12, 13, 14, 15日 午後2時～3:30 場所: 各介護施設 下記【2】令和元年9月4日(水) 午後1時～4時 場所: すばるホール							
		内容	上記【1】①業種別(介護・福祉)合同企業面接会 ②福祉の仕事相談会 ③施設見学会 上記【2】①合同企業面接会と企業紹介コーナー ②中高年齢者就業相談 ③シルバー人材センター就業相談 ④ハローワークの就職活動相談 ⑤ひとり親家庭生活相談 ⑥障がい者就業相談 ⑦若者の就労相談 ⑧総合生活相談 ⑨労働相談 ⑩社会保険・労働保険相談 ⑪シニアお仕事説明会 ⑫働くことQ&Aコーナー							
		事業手法	<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	総合労働事務所と連携しWebサイトへの掲載およびメール配信、関係機関等にチラシの設置で事業を周知。各種相談コーナーの開設調整および実施運営等の協力。							
②広域連携	3商工会(大阪狭山、富田林)で連絡を密にし、訪問・電話・FAX・広報誌・Webサイト・ポスター・チラシで参加社(者)を募集。広域連携により費用や関係者との調整等で効率化を図った。									
③市町村連携	河内長野市、大阪狭山市、富田林市、河南町、太子町、千早赤阪村役場と連携し、各行政の広報誌、Webサイトへの掲載とポスター・チラシを作成・配布、看板の設置。コンビニに協力依頼。									
④相談相乗	労務支援で2件の経営相談支援事業の実績が上がった。									
計画に対する実績(数値)	支援企業数(計画)	30	支援企業数(実績)	24	支援実績率	80.0%	満足度	88		
事業の実績/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)	求人・求職のミスマッチが続くなか、意欲のある人材を確保したい企業を募り、24社(上記【1】①と②15社のうち③10社、【2】9社)に参加いただいた。施設見学会に30人参加した。面談企業の募集人数は195人で、参加者171人のうち91人(上記【1】68人、【2】23人)が面談を受けた。本事業の継続や回数の増加を多くの企業に希望された。短時間で複数の地元求職者と面談できたことを、企業に感謝された。 採用者数は19人(上記【1】14人、【2】5人)であった。 事業の広報活動では各市町村・大阪府総合労働事務所・関係機関・開催会場等の協力をえて、171人(上記【1】98人、【2】73人)の参加があった。当日および後日に複数人と面談できるため人材確保に繋がること、企業PR方法や採用ノウハウ等を学べることを認識された。次回以降も参加したいとの声が大半であった。								
	成果の代表事例	低コストで人材確保ができた。 短時間で直接、働く意欲のある人と面談でき2人の採用に至った。 業種を絞った合同面接&相談会は複数企業の面談を受ける人がいるため、企業と参加者の双方に効果的である。								
	その他目標値の実績	目標値(計画)	141	目標値(実績)	171	目標達成度	121.3%	府労働事務所、ハローワークや各市町村等との連携があったからこそ参加者の実績を上げられた。多くの支援企業から、次回も同事業に参加を希望するとの回答を得た。		
	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)	支援企業の声 ①来場・面談者の増加 ②開催回数の増加 ③業種や年齢層の絞り込み 【課題】ハローワークの職業紹介・相談の課との連携および事業の広報活動を強化し参加者を増やすこと。参加企業の概要や業務内容のPRを支援し各企業の面談者を増やすこと。面談会に参加しやすい会場・雰囲気づくりに注力し意欲のある求人・求職者を支援すること。								

令和元年度小規模事業経営支援事業 地域活性化事業実績報告書

事業名		顧客を呼ぶ店舗の作り方勉強交流会(販売力強化事業)																																							
想定する実施期間		25 年度～ 年度まで ※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)	消費者はWebで比較して商品を購入する。売上向上には独自性をアピールし差別化できる商品力と消費者から購入を促す魅力ある店舗力・お客様のニーズを汲み取る提案力が必要である。専門家によるセミナーで事業者の意識改革を促し、「誰に」「何を」「どのように売るか」を明確にすることで独自のプラスα(知的財産)を見つける手がかりにする。また、単にセミナーを受講する受身からグループディスカッションによる人的交流の場を提供することで情報交換や連携が可能となる。セミナー後の専門家派遣は、小規模事業者がミラサポや補助金活用の情報を得て販路開拓支援から事業計画を考える最初の第1歩となる。経営力向上を促すことで地域経済の活性化に結びつけることを目的とする。																																							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	小規模事業者(主に小売・飲食・サービス業)・新規開業予定者																																							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>【開催日時】令和元年10月8日(火) 14:00~16:20 河内長野商工会館</p> <p>【内容】①講師作成のテキストを基に個店の環境を今昔で現状把握する。 ②成功した事例を数点紹介し、契機は何かを分析する。 ③お客の購買行動のステップを学び、どうやってリピーターを増やすかを考える。 ④各個店の得意なところ、足りないところを意識させる。 ⑤繁盛店にしたいなら明日から実行できることを診断チャートから真剣に考える。 ⑥グループのメンバーを随時入れ替え異業種交流をする。 ⑦専門家派遣(商工会指導員も同席する伴走型で気軽に相談できる)の説明をする。</p> <p>【事業手法】チラシを作成しDM・HP・市町村役場の広報に掲載、配布・新聞折込で周知と募集をする。</p> <p><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></p> <table border="1"> <tr> <td>①府施策連携</td> <td colspan="7"></td> </tr> <tr> <td>②広域連携</td> <td colspan="7">広域で情報発信すると受信者側への伝達に相乗効果があり、事業者間の交流を生む</td> </tr> <tr> <td>③市町村連携</td> <td colspan="7">市広報に掲載・市役所内でチラシの配布・講習会等での周知</td> </tr> <tr> <td>④相談相乗</td> <td colspan="7">販路支援やマーケティング力向上支援として相談指導(カルテ化)に繋ぐ</td> </tr> </table>								①府施策連携								②広域連携	広域で情報発信すると受信者側への伝達に相乗効果があり、事業者間の交流を生む							③市町村連携	市広報に掲載・市役所内でチラシの配布・講習会等での周知							④相談相乗	販路支援やマーケティング力向上支援として相談指導(カルテ化)に繋ぐ						
	①府施策連携																																								
	②広域連携	広域で情報発信すると受信者側への伝達に相乗効果があり、事業者間の交流を生む																																							
③市町村連携	市広報に掲載・市役所内でチラシの配布・講習会等での周知																																								
④相談相乗	販路支援やマーケティング力向上支援として相談指導(カルテ化)に繋ぐ																																								
計画に対する実績(数値)	支援企業数(計画)	30	支援企業数(実績)	24	支援実績率	80.0%	満足度	90																																	
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)	<p>販売力を上げて売上を持続させるには、店舗がお客様の目線で考え、独自のウリを発信することにある。セミナーで紹介された成功事例は、簡単な発想を行動に移したものであり、難しいことを実施したのではない。今回セミナーを受講された事業主等は、経営にプラスαできる知的財産を洗い直し、その店舗独自ウリを見つけ出し実行に移し、事業主等の意識改革が、店舗・地域の活性化に繋がることを認識された。今回も、大阪狭山市との広域でセミナー開催し、グループワークしたことで広域での事業者交流ができ、事業主としての仲間意識が生まれた。セミナー後の巡回指導で、河内長野市内や他市の店舗と協力して販促のコラボや共同で企画を考えたり、効果があった販促などのアドバイスを受けたと報告を受けた。</p> <p>セミナー後の専門家派遣では、アドバイスを受け事業計画書を作成し補助金の申請等に活用したいと考える事業所もありました。また、別の小売店では、販売する商品陳列やお客さんの引き込むにはどうすればいいかを教え販売を向上をしたと報告を受けた。</p> <table border="1"> <tr> <td>指標</td> <td colspan="7">顧客獲得に動いた事業所数</td> </tr> <tr> <td>数値目標</td> <td>70%</td> <td>実績数値</td> <td>21件</td> <td>目標達成度</td> <td colspan="3">100.0%</td> </tr> </table>								指標	顧客獲得に動いた事業所数							数値目標	70%	実績数値	21件	目標達成度	100.0%																			
指標	顧客獲得に動いた事業所数																																								
数値目標	70%	実績数値	21件	目標達成度	100.0%																																				
成果の代表事例	各店舗でセミナーで学んだことを従業員と共有の認識ができた。看板やチラシ等の成功例を参考にすぐに実行され販路開拓につなげていた。専門家派遣をした事業所では、従業員が積極的に意見交換をし、新規客の獲得するための看板やチラシを提案された。また、別の店舗では、販促について新しい企画をすることを認識して、お客さん目線でHPの構築を見直す行動や新しい情報をSNS等で発信することを心がけるようにされた。																																								
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)	今年度7年目である。事業所間の交流をはかる為、数名単位のグループに分けている。実体験に基づく意見交換や交流で自信や気づきにつながったを今後の販路開拓に参考にされている。専門家派遣を利用して事業計画書を作成した事業所は、今後のプランを描き、チラシ・陳列・看板等工夫をして意識改革を形に現している。個別に専門家と接することは事業主や商工会指導員の資質向上に繋がっている。広域開催は、事業者の交流が広がり販促のコラボをしたりして相互刺激になる。また、商工会相互の情報交換や指導員間の指導力補強ができた。セミナー開催後、個別指導を希望される事業者もあり、次年度も継続して開催し、事業所に役立つ勉強会と交流の機会を作りたい。																																							

河内長野市商工会

事業名		《耐震診断ステップアップ講習会》 2020年建築基準法等改正に伴う建築物省エネ法改正セミナー							
想定する実施期間		H26 年度～ 年度まで ※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)	建築・設計に関わる事業者を対象に、第1回目は、既存木造住宅の耐震診断・改修についての知識を身につけていただき、2回目は、バリアフリー改修工事による補助金活用の講習会、3回目は、空き家の利活用講習会、4回目は、「住宅省エネ技術(施工・設計)」、5回目は、「インスペクション」6回目は、「建築物省エネ法改正」の知識を身につけていただき、事業者として段階的に、専門知識のブラッシュアップを図り、販路拡大と地域貢献に努め、又、社会信頼性の向上へと繋げる。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	建築業、設計事務所							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>開催日時：令和元年 11月8日(金) 19:00～21:00 河内長野商工会館</p> <p>内 容：1.建築物省エネ法適合義務化について 2.リフォーム・リノベーションにおけるインスペクションについて 3.河内長野市都市創成課より各種助成金について説明</p> <p>講 師：田中 克之 氏 (公益社団法人 大阪府建築士会耐震部会 担当理事)</p> <p>事業手法：河内長野市都市創生課と大阪府建築士会社会貢献委員会耐震部会の協力をいただき、建築物省エネ法適合義務化とインスペクションについての知識の取得と各種助成金制度利用について講義を受け知識の向上に繋げた。</p> <p><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></p>							
	①府施策連携								
	②広域連携	各商工会で参加事業者の募集の結果、2020年建築基準法等改正に伴う建築物省エネ法改正について、ほとんど知識が無い方が多かった為、興味をもたれ多くの方が熱心に受講され次のステップアップへと繋げる方向性が見えた。							
③市町村連携	市が取り扱う空家や建築に関する各種補助金の説明をしていただき、今後の消費者へのサービス向上に繋げる。								
④相談相乗	セミナーで得た知識を基にして、売上の向上や販路拡大に繋がるよう支援し、合わせて相談指導(カルテ化)にも繋げる。								
事業の実績／目標達成度	計画に対する実績(数値)	支援企業数(計画)	40	支援企業数(実績)	34	支援実績率	85.0%	満足度	90.5%
	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)	<p>今回、6回目の講習会としてワンランクアップした内容で開催した。今回の講習会も、大阪府建築士会社会貢献委員会耐震部会に協力いただき実施した。内容は、2020年までに、平米数関係なく、戸建て住宅も含む全ての新築の建築物で適合義務化が段階的に拡大していきます。耐震や防耐火などと同様、省エネに関しても基準に満たない建物は建築確認が下りなくなります。今回その、知識の習得・拡充を目指し、より専門的な知識を身につけることにより、建築業界での販路拡大に繋げる為の講習会として、専門的なポイントをついた内容で勉強いただいた。結果、基本以上の専門的な知識が今後必要であるとあらためて認識いただきスキルアップにつながった。又、市の各種補助金については、消費者にとっては大変メリット性があることをしていただきそれを消費者に提供することにより販路拡大に繋げることができるとも認識いただいた。</p>							
	指標	今回のセミナーの改正点のポイントと重要性、又、今後の取り組み方を理解された割合							
	数値目標	80	実績数値	90.5	目標達成度	113.1%			
	成果の代表事例	今までリフォームを主体に行なってきたが、一戸建も取り扱うようになり、建築物省エネ法改正による適合義務化については知識がなかった為、今回受講いただきその内容をよく理解されたことにより顧客への信頼と、今後前向きに取り組まれていく意識の向上に繋がった。							
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)	平成26年より続いてきた本セミナーは今回で終了となるが、今建築業界に必要なことは、南海トラフ地震や自然災害で被害を被った消費者の建物等物件の速やかな修理等が求められるが、その為にも各工務店自身のBCP策定が今後求められる。							