

平成31年度 事業実績報告書

申請者の概要

申 請 者	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	
	担 当 者	職・氏名	事務局長 杉本茂樹
		連 絡 先	電話番号（直通）： 072-958-2331
F a x： 072-956-1950			
	E - m a i l： h8233102@silver.ocn.ne.jp		
①設立年月日 ②職員数 （うち経営指導員数） ③所管地域 ④管内事業所数 ⑤管内小規模事業者数 ⑥会員数（組織率） ※②、④、⑤、⑥につ いては直近の数字を記 載のこと		①昭和39年5月1日 ②9名 （9名 令和2年3月31日現在） ③羽曳野市 ④3,638（平成28年事業所統計調査による） ⑤2,573（平成28年事業所統計調査による） ⑥1,580（43.43%）令和2年3月31日現在	
□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斡旋を行うこと。 (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の業務を行うこと。 (8) 商工業者の福利厚生に資する事業を行うこと。 (9) 輸出品の原産地証明を行うこと。 (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うこと。			

羽曳野市商工会

(1) 事業の目標

小規模事業者が抱える経営問題解決のため、相談・指導業務の強化を図り、指導員間での相談内容の共有化と先輩指導員からの情報提供により、迅速・丁寧・親切な対応を行うことを目標に心がけ取り組みます。指導については、事業所が抱えている諸問題の把握と素早い解決に向けた適切な相談と指導を行い、若手経営指導員の飛躍と成長を期待して、先輩指導員からのアドバイスを参考に自ら経験を積み、小規模事業者のニーズに答えられるよう今年度も経営相談指導事業の件数増加に努力します。一方地域活性化事業では、大阪府との連携で取り組む女性社員の早期離職を防止する労働問題、BCP(事業継続計画)策定、事業承継セミナーには積極的に取り組みます。また、自社製品の再認識と新たに工夫とアイデア発掘を目的とした視察研修による販路開拓を推進する事業を実施します。さらに、百舌鳥・古市古墳群の世界文化遺産登録決定を鑑み、羽曳野市との連携による地場産業製造商品のブランド化、外国人観光客の増加に伴うキャッシュレス決済の普及、製造小売業及び飲食業の振興発展と商店街の活性化を推進する事業を実施して、小規模事業者に対して例年以上に活力向上事業の充実を図るとともに、地域の活性化に導いていく事業を行っていきます。

経営指導員による巡回・窓口等の指導については、それぞれ指導員に経営相談支援事業の年間目標数値(件数・金額)を設定して自ら計画を立て、あらゆる業種の抱える課題や問題点やニーズを把握するよう心がけ、迅速・丁寧・親切な指導に取り組みました。小規模事業者が抱える問題を解決するため、税務支援・労務支援・金融支援・経営支援・法務支援を行い、高度で複雑な問題については税理士・社会保険労務士・中小企業診断士・弁護士と連携を保ち諸問題の解決へと導きました。今期から取り組んでいる羽曳野ブランド認定事業・商品販売機会拡大支援事業では、販売商品の認知度の上昇と販路拡大・新製品の開発等の目的に際して積極的に事業を推し進めました。キャッシュレス決済普及推進事業では、消費者に対しての利便性と事業者業務効率化と生産性の向上についてを重点とした説明会を開催しました。また各種セミナーでは、数々の事例を紹介した分かりやすい講演で、改めて認識を深め今後の事業展開に大いに参考になるよう心掛けました。

(3) 事業を実施した効果、所管地域の活性化の状況

経営指導員による巡回・窓口相談を迅速・丁寧・親切に行うことで、相談内容の解決につとめ、より一層当会に対する信頼度が増したと考えられます。本年度も小規模事業者の資金調達の相談に答えるため、経営指導型と紹介型の金融支援を増やすことに力を注ぎ、経営指導型金融支援については迅速な対応を心がけた相談指導を行い申込者全員に満額決定の結果を導きました。また、地域活性化事業として取り組んだ羽曳野ブランド認定事業と商品販売機会拡大支援事業では、商品の注文数・購入数の増加がみられ販売先開拓の一因にもなったと声が聞かれました。広域で実施した早期離職を防止に取り組むセミナーや事業承継問題・BCP策定支援のセミナーを、著名人や専門家を講師として迎え開催した結果、実践を経験した方々からの講演内容に参加者からは、女性従業員の離職の防止への取り組みと改善が仕事への効率を高め生産性が向上していくこと、また事業継承には、後継者の育成と人材確保が重要であることが再認識されたとの声が多く聞かれ、関心の高さがうかがえました。

(4) 事業を実施した結果浮かび上がった課題

巡回・窓口相談においては、若手経営指導員の基礎知識だけでは解決できない相談が多くあり、先輩指導員の助言がまだまだ必要であると感じました。経営指導員という職業は、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の必要性が重要であると改めて認識させられました。一方地域活性化事業では、目標達成率は全て80%以上の数字を示したものの、参加支援企業数が計画支援企業数よりも少なく、中には支援実績率がかなり下回った事業もありました。今後は、集客率の向上を考え、事業のPR方法について考え直す必要性が重要であると感じ取れました。また、広域で実施した地域活性化事業では、連携して実施する団体間での調整事項や会議・打ち合わせ・参加者を募集するに際しての積極的なアプローチ等については団体間の中ではかなりの温度差があることに戸惑いを感じました。

(5) 来年度への取り組み

新たな国の中小企業施策が発表される中で、補助金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、大阪府をはじめとする官公庁・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していきます。来年度については、新型コロナウイルスの感染拡大における、小規模事業者の売上減少・休業要請に伴う金融相談、また従業員の休職・解雇に伴う労務相談には積極的に取り組みます。また、百舌鳥・古市古墳群が世界文化遺産登録され、観光客をターゲットにした商店街活性化事業とブランド化認定事業・キャッシュレス決済普及事業には継続的に取り組み、さらに、創業支援事業では広域連携として各市町村と日本政策金融公庫との連携強化を例年以上に図り、創業予定者や潜在的創業者に対して、創業時の心構えや経営知識・資金調達方法を習得する育成支援を行い、小規模事業者の育成・発展により一層支援していく方針です。

羽曳野市商工会

Ⅰ 経営相談支援事業

支援のポイント・成果

小規模事業者が抱える問題解決のために支援メニューの提供を行い、相談・指導業務を遂行致しました。支援に当たっては、経験の浅い若手指導員、伸び盛りの中堅指導員、また実績豊富なベテラン指導員間において支援内容・相談内容の共有化を図り、常時情報交換を行的確なアドバイスを忘れず、迅速・丁寧・親切な指導を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、決め細やかな支援を行いました。今年度も、小規模事業者が求める結果を導くよう努力し、目標数値を達成した支援内容については、長引く景気低迷により利用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るようにしています。一方目標数値を達成していない支援内容については、指導員間で随時協議を行い、自己研鑽を惜しまず今後、利用者に対してより一層の支援メニューが浸透し実施するよう努力致します。

(事例)

事例としては、外注扱いの労働者を正社員として採用した場合の労災保険と雇用保険の加入と事業主も加入できる特別加入申請の労務相談で、当会に勤務して8年が経過した指導員歴7年目の中堅男性指導員の事例です。小規模であることから労務管理については未熟であり、今後の労務管理に対する知識の習熟が課題と考えられます。労災保険・雇用保険の内容は勿論の事、労働保険料と特別加入者の給付日額について、年度更新と雇用保険被保険者の範囲についての説明を行いました。また今回は、外注から雇用に切り替える際の労働条件通知書の作成についての支援をするとともに、労働契約において事業主と労働者の間で問題になりそうな事案について説明と支援を行いました。今後は、規模が大きくなった場合の従業員の採用・社会保険の適用・就業規則の作成等の支援を継続で行っていく方向です。

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	350	349	99.7%	4
支援機関等へのつなぎ	支援数	7	7	100.0%	4
金融支援（紹介型）	支援数	10	23	230.0%	5
金融支援（経営指導型）	支援数	75	74	98.7%	4
マル経融資等の返済条件緩和支援	事業所	2	5	250.0%	5
資金繰り計画作成支援	事業所	10	10	100.0%	4
記帳支援	事業所	33	43	130.3%	5
労務支援	支援数	125	113	90.4%	4
人材育成計画作成支援	事業所	0	0		
マーケティング力向上支援	事業所	10	9	90.0%	4
販路開拓支援	支援数	13	12	92.3%	4
事業計画作成支援	支援数	12	10	83.3%	4
創業支援	事業所	2	2	100.0%	4
事業継続計画（BCP）作成支援	事業所	0	0		
コスト削減計画作成支援	事業所	17	21	123.5%	5
財務分析支援	事業所	22	25	113.6%	5
5S支援	事業所	6	8	133.3%	5
IT化支援	事業所	12	11	91.7%	4
債権保全計画作成支援	事業所	0	0		
事業承継支援	事業所	7	2	28.6%	2
災害時対応支援	事業所	20	20	100.0%	4
結果報告	事業所	340	349	102.6%	4

Ⅱ 専門相談支援事業

支援のポイント・成果

小規模事業者が直面する諸問題を解決するため、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いました。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、電子申告への移行を推進しました。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指導の充実と企業が抱える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い、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ました。また、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、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発生のための事案解決の支援を行いました。

事業名	新規/継続	指標	目標数値	実績数値	達成率	事業評価
税務支援	継続	延べ相談件数	660	797	120.8%	5
労務支援	継続	延べ相談件数	12	16	133.3%	5
金融支援	継続	延べ相談件数	12	25	208.3%	5
経営支援	継続	延べ相談件数	12	18	150.0%	5
法務支援	継続	延べ相談件数	12	14	116.7%	5

羽曳野市商工会

Ⅲ 地域活性化事業

支援のポイント・成果

本年度は新規事業として、大阪府との連携により単独事業として開催したキャッシュレス決済普及事業では、キャッシュレス決済比率が高まると店舗側の効率化も見込めるとの声が聞かれ、広域事業として開催した「女性従業員の早期離職を防止するための取り組み」についての労働セミナーでは、「人の成長はスイッチを押すか、誰が押すかによって激変する」という信念を持っての講演に、参加者からは部下指導・女性活用の分野でのニーズに対応する内容で好評を得ました。時代が高齢化社会に向かってる中、事業を継続する上での最大の課題である事業承継問題については、現経営者が有するノウハウを円滑に承継されるようなセミナーに取り組み、BCP（事業継続計画）策定については、有事の際の事業継続だけではなく、顧客との信頼関係が構築できるようなセミナー及び個別相談に取り組みました。一方、令和元年7月に世界文化遺産登録が決定したことを受け観光客の増加に向けて、販路の拡大と新規顧客の開拓を目的とし実施した羽曳野ブランド認定事業と商品販売機会拡大支援事業では、顧客と販売数の増加とイベントへの参加依頼も増加したとの声を聞き、本事業に参加することにより、商品構成の見直しと消費者の販売動向についても参考になったとの声も聞きました。以上の地域活性化事業を通して、小規模事業者の人材育成・職場の活性化・販路開拓・新商品開発・店舗経営対策等あらゆる面の経営支援に寄与しました。今後は、広域事業での労働施策セミナー・事業継続計画策定、また単独でのブランド認定・キャッシュレス決済普及には継続的に取り組み、新たには百舌鳥・古市古墳群の世界文化遺産登録決定後の、商店街活性化を目的とした販路開拓事業、有能な人材と出会い労働力の確保を目的とする事業、経営課題の意見交換と解決に導く場を提供する事業には積極的かつ重点的に取り組んでいきたいと思っています。

(1) 単独事業

府施策連携	事業名	支援対象企業	支援企業	支援実績率	利用者満足度(点)	目標の指標	目標値	実績	達成率	事業評価
	羽曳野ブランド認定事業	15	11	73.3%	77	自社製品をPRすることにより販路拡大支援に伴う売上増加があった事業所	70	77	110.0%	5
	先進地商業施設・工場等視察研修事業	40	28	70.0%	81.8	本研修後、販路開拓・顧客開拓・事業承継・5S等、事業改善意欲が向上した企業の割合	70	79.3	113.3%	5
	商品販売機会拡大支援事業	12	5	41.7%	60	道の駅での商品販売が販路開拓に取組むきっかけとなった事業者の割合	70	56	80.0%	4
○	キャッシュレス決済普及推進事業	35	28	80.0%	88	事業後のアンケートにおいてキャッシュレス決済の導入することを検討する割合	70	96	137.1%	5

(2) 広域事業(幹事事業のみ)

府施策連携	事業名	支援対象企業	支援企業	支援実績率	利用者満足度(点)	目標の指標	目標値	実績	達成率	事業評価
○	広域セミナー(女性従業員の早期離職を防止するための取り組み)	90	64	71.1%	91	セミナー後実施したアンケートで「理解できた」と回答した割合	72	64	88.9%	4
○	BCP(事業継続計画)策定支援事業	60	58	96.7%	91	アンケート回収事業所の内、BCPの取り組みの必要性・重要性を「理解できた」と回答した割合	48	57	118.8%	5
○	事業承継セミナー	60	33	55.0%	93	セミナー後実施したアンケートで「認識できた」と回答した割合	48	33	68.8%	3

※府施策連携事業は、「府施策連携」欄に○をつけてください。各欄の記載は、個別調書の記載と合わせてください。

羽曳野市商工会

事業名		羽曳野ブランド認定事業							
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)	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、市場ニーズの把握が不十分で販売ルートを確認できていなかったり、自社の情報発信力が不十分な為、事業展開が思うように進んでいない商品(製品)が多々ある。 当地域は百舌鳥・古市古墳群が世界遺産登録の国内推薦を受け、海外からも注目されており羽曳野ブランドとして認定された商品(製品)を、大々的にPR出来るので、販路の拡大や新規顧客の開拓等、新たな事業展開を行うチャンスでもある。 他にも、羽曳野ブランドとして認定した特産商品の専用HP作成し、商品(製品)のみならず事業所の紹介、情報発信もすることにより、市内観光事業の活性化だけでなく事業所の認知度上昇も図れ、地域振興や発展に貢献することができる。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	羽曳野市内の全事業者							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	市広報やHP等でブランド認定事業者を募集 (第1回 9月下旬～10月中旬 ・ 第2回 1月下旬～3月中旬) 羽曳野ブランド認定審査会を実施、認定商品を選定する。 (第1回 11月7日 LICはびきの会議室 ・ 第2回3月24日 書面や訪問にて) 認定商品に選ばれたブランド商品については事業者へ認定証、ブランド認定ロゴシールを発行する。 また、羽曳野市内でPR可能な場所へ出店し、ブランド商品の積極的な告知活動を実施する。(令和2年3月 道の駅しらとりの郷 商工物産館 タケル館)							
		<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	羽曳野ブランド認定事業者募集記事の広報への掲載協力。羽曳野市役所職員、市内農業組合、市内大学の職員の方々の認定委員会への参加等により、市町村と連携することができ事業効果を高めることができた。							
	④相談相乗								
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)	15	支援企業数(実績)	11	支援実績率	73.3%	満足度	77%
	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)	羽曳野ブランド認定商品数を初年度として、11社13商品登録することができた。 羽曳野ブランド及び、認定商品の認知度を上昇させる為、広報や参加可能イベントでPRを行った。 羽曳野ブランド認定商品のチラシを3月から配布を開始。 また、認定企業に聞き取りを行ったところ、数店舗でブランド商品の購入率も増加してきたと報告があり、事業者にとっても販売促進に繋がっている事がわかった。							
		指標	自社製品をPRすることによる販路拡大支援に伴う売上増加があった事業所						
		数値目標	70%	実績数値	77%	目標達成度	110.0%		
	成果の代表事例	菓子工房 アマカワ 羽曳野ブランド認定により、商品の注文数、購入数(美陵の丘ロールケーキ)が増加したとの事。 古墳を模して製造されていることもあり、お土産品として興味をもってもらえている。 また、イベント開催時期には、参加し販売して販路を拡大を目指して行くことを望んでられる。							
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か)	初年度で、11社もの企業の商品を登録するにできた。 今回間に合わなかった企業も存在し、次年度に登録したいとお声も頂いている。 次年度には、市内で行われるイベントで更なる認知度の上昇を目指し、羽曳野ブランド認定商品、認定企業について、大々的にPR活動を行って行く次第です。 また、登録された商品の更なる発展の為、登録商品同士のセット商品が開発できないか模索していきたいです。							

羽曳野市商工会

事業名		先進地商業施設・工場等視察研修事業								
想定する実施期間		30 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)	当地域において、商業では幹線道路沿いへのスーパーマーケットや飲食店の進出により、一部では賑わっているが、商店街や小売市場等は業績悪化の一途を辿っている。また、第2次産業である工業は長期の低迷傾向にある。当地域の経済循環率をみると55.6%であり、近隣の松原市(61.0%)、藤井寺市(63.7%)、柏原市(66.8%)、富田林市(57.8%)よりも低い値になっている。よって地域内で得られた所得は地域外で支出されている割合が大きく、地域内での消費を留めるとともに、地域外からの投資を呼び込み、産業を活性化させていくことが必要である。現在、本市では「百舌鳥・古市古墳群」が令和元年7月に世界文化遺産登録が決定されており、今後は観光消費額の増加などによる経済波及効果が期待できる。そこで、地域の特性を活かした商業施設等や、世界に誇れる技術を持つ事業所及び各分野でトップシェアを誇る企業、工場を見学し、意見交換をすることにより、事業所の工夫やアイデアを自社の経営に活かし、本市の歴史的遺産を活かした販路開拓・顧客開拓等へと結び付ける。								
	支援する対象 (業種・事業所数等)	市内の商工業者、特に販路開拓・顧客開拓・事業承継・5S等の事業改善に興味がある事業者								
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	地域の特性を活かした商業施設や世界に誇れる技術を持つ事業所及び各分野でトップシェアを誇る企業、工場を見学し、意見交換をすることにより販路開拓・顧客開拓等へ結びつける事業を行った。 令和2年2月11日 藤井寺駅前商店街を視察研修(9社参加) 令和元年11月15日 (株)モリタホールディングスを視察研修(19社参加)								
		<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	参加事業所募集について市と連携して事業に取り組んだ								
	④相談相乗	本事業終了後においても、個別相談をおこなう事により相乗効果をはかる								
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)	28	支援実績率	70.0%	満足度	81.8%	
	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)	工業施設、(株)モリタホールディングスでは消防車製造トップシェアの工場視察と意見交換をすることにより、経営ノウハウや事業所の工夫やアイデアを学ぶことができた。また、機械化され、スピーディーな製造ラインや徹底された品質管理の取組みを理解することができた。商業施設、藤井寺駅前商店街が視察では「百舌鳥・古市古墳群」関連のイベント・取り組み等について知ることができた。また、大型商業施設と連携した地域の商店街活性化事業が参考になった。								
		指標	本研修後、販路開拓・顧客開拓・事業承継・5S等、事業改善意欲が向上した企業の割合							
		数値目標	70%	実績数値	79.3%	目標達成度	113.0%			
	成果の代表事例	工場視察先の工場管理の改善や効率化の方法(5S活動)が参考になり、自社に活用できる改善点を習得することができた事業者もいた。								
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)	平成31年度より商業視察と工場視察を違う日程で取り組み、商業視察は本市の各商店街等との連携で事業をおこなった。しかし各商店街とのスケジュール調整が折り合わず、商業視察の日程が当初の予定より遅れた。令和2年度は商業視察と工業視察を一日で行ない、参加事業所の募集活動を幅広くおこないたい。								

羽曳野市商工会

事業名		小規模事業者の商品販売機会拡大支援事業								
想定する実施期間		31 年度～ 年度まで ※複数年度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)	小規模事業者にとって自社商品の販路を確保することは重要な課題であるが、販路を確保できず、商品販売の機会を十分に得られていない場合が多くある。 そこで、小規模事業者の商品販売機会拡大のため、羽曳野市において集客力のある施設である道の駅しらとりの郷において、地域の小規模事業者の商品を期間限定で販売し、小規模事業者の商品を消費者にPRする事業を実施する。 本事業の実施により、小規模事業者の商品の認知度が向上し、本事業をきっかけとして、今後、小規模事業者が積極的に自社商品を営業していくことができるようになることを目指す。 現在、道の駅の物産館ではいちじく関連商品やワイン等、市内製造事業者の商品も販売しているが、まだまだ販売商品点数は少ないことも課題であり、今後、道の駅において地域の製造事業者の商品をより積極的にPRしていく必要があると認識している。								
	支援する対象 (業種・事業所数等)	羽曳野市内の主として製造業の事業所 約460事業所(RESASデータより) 製造業以外でも自社ブランドの商品を販売している事業所も支援対象とする。								
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	道の駅の物産館内の特設コーナーで、羽曳野市内の小規模事業者の商品を期間限定で販売。期間中に対象商品購入者に対し、スタンプカードを配布し、リピート需要があるかどうか把握。今後も継続的に売上が見込める商品かどうか販売状況を確認。継続販売可能な商品は道の駅やその他販売施設での継続販売につなげていけるように事業者を支援した。 実施時期(販売期間)：令和元年11月～令和2年1月(期間：3ヶ月間) 実施場所：道の駅 しらとりの郷 商工物産館タケル館 スケジュール ・7月～8月：事業実施準備 ・9月～10月：事業者を募集・対象商品を選定・タケル館特設コーナーでの販売準備 ・11月～令和2年1月：特設コーナーでの商品販売 ・2月～3月：事業者のフォロー ＜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	商品販売事業者の募集にあたり、羽曳野市と連携し、市の広報に募集記事を掲載し、市内から広く事業者を募集した。								
	④相談相乗	本事業により道の駅での販売が継続的になった商品の事業者については、個別に経営相談を実施する予定で、今回、1事業者が継続販売となったため、今後、継続的にフォローを実施していく。								
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)	12	支援企業数(実績)	5	支援実績率	41.7%	満足度	60	
	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)	本事業に参加した5事業者のうち、3事業者が道の駅での期間限定販売が販路開拓に取り組みきっかけとなったと、事業実施後のアンケートで回答。商品の販売状況の結果、商品構成の見直しを検討したり、新商品が消費者に受け入れられるかどうか確認できたりと、今回の事業をテスト販売的に活用していただいた事業者にとって、一定の効果があつたと考えられる。また、道の駅の商工物産館で継続的に販売することが確定した商品や近鉄古市駅前の地域特産品販売店舗での販売が確定した商品もあり、事業者にとって、新たな販売先の確保につながったケースもあつた。								
		指標	道の駅での商品販売が販路開拓に取組みきっかけとなった事業者の割合							
		数値目標	70%	実績数値	56%	目標達成度	80.0%			
	成果の代表事例	はちみつを製造販売している事業者が本事業に参加し、事業後も継続的に道の駅商工物産館での商品販売をおこなうことになり、販売先開拓となった。また、古墳型模型を販売している事業者は本事業参加により、商品構成の見直しを検討し、今後、より消費者が購入しやすい価格での商品提供をするため、廉価版の開発に取り組むことになった。								
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)	事業への参加事業者数が5事業者と当初目標より大幅に少なかったことが大きな反省点である。より多くの事業者に事業に参加していただけるよう、今後、改善が必要であると認識している。本事業は次期以降も継続して実施する予定であったが、参加事業者を予定どおり集めることができなかったため、今期限りの事業とする。今後は個別に相談を受けた都度、販売先の開拓支援やテスト販売の実施等ができるように支援をおこなっていく。								

羽曳野市商工会

事業名		キャッシュレス決済普及推進事業																													
想定する実施期間		31年度～ 年度まで ※複数年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)	現在、キャッシュレス化が進展している国のキャッシュレス決済比率は40%から60%台であるのに対し、日本は約20%にとどまっている。増え続ける外国人観光客の影響でインバウンドのキャッシュレス決済が急伸する一方、国内でもクレジットカードのほか、電子マネー、モバイルウォレット、QRコード決済サービスが次々と登場するなど、市場は拡大の一途をたどっている。2025年までの間に国際的なイベントが数多く予定され、2019年には、ラグビーワールドカップ、2020年には東京オリンピック、そして2025年には、支払い方改革宣言にも言及された大阪・関西万博が開催され、国も2025年までにキャッシュレス比率40%を目指している他、消費税増税に伴い、中小規模店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おり、今や“国策”となっている。また、当地域では「百舌鳥・古市古墳群」の世界文化遺産登録が決定される年でもあり、観光客の増々増加が見込まれ、現金しか使えないお店は取り残されてしまうことが容易に想像される。こうした状況の中、キャッシュレス決済は、機会損失を減らすことだけではなく国内外の消費者・観光客の利便性の向上と事業者の業務効率化・生産性向上・データ活用による新しいサービスの創出等の経済成長のカギとなることから導入支援を行い効果的な経営の向上へ結びつける。																													
	支援する対象 (業種・事業所数等)	キャッシュレス決済導入の必要性を多くの企業に認識してもらう必要があることから管内の小売・飲食、理美容、サービス業等多くの事業所及び商業団体、商店会等を対象者として支援する。																													
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>キャッシュレス決済は、消費者に利便性をもたらすほか、事業者の業務効率化・生産性向上・データ活用による新しいサービスの創出等につながり、また地域経済全体にも大きなメリットがあることを踏まえ、代表するキャッシュレス事業者より導入に係わるメリット・デメリットや、業者、代表的な決済サービスの特徴、導入事例など基礎知識についてのセミナーを開催し、セミナー終了後希望者に対してキャッシュレス化実施に向けての準備・手法・決済サービスについての個別相談を実施した。</p> <p>■実施日 令和1年8月7日 ■講師 決済事業者: 楽天株式会社、PayPay株式会社、株式会社Origami エリア担当者</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="5">大阪府商工労働総務課企画グループとの連携し、大阪府内キャッシュレス化促進協力事業者によるセミナー、個別相談の実施を通じて地域におけるキャッシュレス決済比率を上げ、地域経済の活性化へつなげる。</td> </tr> <tr> <td>②広域連携</td> <td colspan="5"></td> </tr> <tr> <td>③市町村連携</td> <td colspan="5"></td> </tr> <tr> <td>④相談相乗</td> <td colspan="5">セミナーと個別支援を組み合わせ、支援対象企業の発掘を行うことにより相談事業の相乗効果を図る。</td> </tr> </table>						①府施策連携	大阪府商工労働総務課企画グループとの連携し、大阪府内キャッシュレス化促進協力事業者によるセミナー、個別相談の実施を通じて地域におけるキャッシュレス決済比率を上げ、地域経済の活性化へつなげる。					②広域連携						③市町村連携						④相談相乗	セミナーと個別支援を組み合わせ、支援対象企業の発掘を行うことにより相談事業の相乗効果を図る。				
	①府施策連携	大阪府商工労働総務課企画グループとの連携し、大阪府内キャッシュレス化促進協力事業者によるセミナー、個別相談の実施を通じて地域におけるキャッシュレス決済比率を上げ、地域経済の活性化へつなげる。																													
②広域連携																															
③市町村連携																															
④相談相乗	セミナーと個別支援を組み合わせ、支援対象企業の発掘を行うことにより相談事業の相乗効果を図る。																														
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)	28	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)	今回のセミナーは、初期投資がかからず、比較的導入しやすいQRコード決済を提供する事業者により、現在注目されているツールを店舗でどのように活用できるかを主としたセミナーを開催。すでに導入している事業所もあったが、更なる利便性の向上やより多くの顧客を取り込むことが売上向上へ繋がるという考えから多くの違った決済ツールの必要性を感じてもらった。導入における業務効率化、コスト削減、販売拡大、新規サービス等の経営改善が図れることも理解できた。																													
		指標	事業後のアンケートにおいてキャッシュレス決済の導入することを検討する割合																												
		数値目標	70%	実績数値	96%	目標達成度	137.1%																								
	成果の代表事例	キャッシュレス決済導入により、売上自体が大きく変化したという実感はあまりないが、キャッシュレス対応していることを認知して、キャッシュレスの機会が増えたように感じている。現状は現金決済比率の方が高いため、従来と変わらず釣銭準備やレジ締めが必要ですが、キャッシュレス決済比率が高まると、店舗側の効率化も見込めると感じている。																													
	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)	QRコード決済にしても、次から次へと新しいサービスが登場しているため、どれを選んでいいのか分からず、複雑化している。また、クレジットカードに加え、交通系ICカード、流通系ICカードなど、キャッシュレス決済手段を保有する「カード保有大国」でもあるため、これ以上決済手段を増やしたくないのが現状である。主要決済手段がしぼられている状況にならなければ、消費者としても選択しづらくなるため、総務省の統一QR「JPQR」の推進とJPQRを活用したマイナポイントの普及と利用店舗の開拓への取り組みキャッシュレス化導入を促進する。																													

羽曳野市商工会

事業名		広域セミナー（女性従業員の早期離職を防止するための取り組み）							
想定する実施期間		23 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)	就職活動という厳しい戦いの中で勝ち取った内定。将来への期待に胸を膨らませて入社したにもかかわらず、新入社員の3人に1人は3年以内に離職しているのが現状です。特に女性は様々なライフイベント（結婚・妊娠・出産・育児等）があり、それを機に離職する方が非常に多いということです。労働力人口の減少が見込まれるなか、女性が継続して活躍できる職場環境の改善に取り組むことを目的とする。							
	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	労働力人口の減少時代を迎える中で、地域経済の活力を高め、複雑多様化する市場ニーズに 대응できるよう、これまで以上に将来を担っていく女性従業員をいかにして育成していくかが企業の課題となります。どのようにして女性従業員の活躍推進に向けて取り組むかを、株式会社ライフ・アンド・シード 代表取締役 中野美加さんを招いて、令和元年10月3日に富田林市市民会館に於いて、大阪府就業促進課女性就業推進グループ・総合労働事務所・羽曳野労働基準監督署とで連携しセミナーを開催した。							
		＜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・総合労働事務所・羽曳野労働基準監督署とで連携を取り合い広域でセミナーを開催した。河内地域全域にその意義を周知するとともに、留意すべき事項についての知識を習得することを目的とする。						
	②広域連携	羽曳野市・柏原市・藤井寺市・富田林市・河内長野市・大阪狭山市の各商工会との広域で連携する。							
	③市町村連携								
	④相談相乗								
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)	90	支援企業数(実績)	64	支援実績率	71.1%	満足度	91
	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)	女性従業員は、出産や育児等のライフイベントに伴いキャリアの中断や時間的な制約を受けることが多く、その経験や能力を十分活用できない場合もあります。消費市場を見ると、女性の影響力が高まるなど顧客ニーズ・市場ニーズが多様化しているため、事業所は女性ならではの感性や発想を活かしたり、社内の活性化を促すことで、より良い職場環境の構築を目指すことを考えていくセミナーでありました。又羽曳野労働基準監督署より、働き方改革関連法関係についての説明も頂きました。							
		指標	セミナー後実施したアンケートで「理解できた」と回答した割合						
		数値目標	51	実績数値	64	目標達成度	125.4%		
	成果の代表事例	飲食業界の離職率は高いと言われています。その中でたった1年で スシローの離職率7%減を実現させた中野講師は、「人の成長はどのスイッチを押すか、誰が押すかによって激変する」という信念を持ってご講義頂き、部下指導・女性活用の分野でのニーズに対応する内容で好評でした。							
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か)	「ワーク・ライフ・バランス」という言葉自体は、定着しだしてきましたが、近年では「働き方改革」の重要性も叫ばれています。仕事と生活の調和の実現は、労使双方が望む生活ができる社会の実現にとって必要不可欠です。どのように取り組むことで働きやすい労働環境を整備することが必要であると考えます。							

羽曳野市商工会

事業名		BCP（事業継続計画）策定支援事業																																											
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)	自然災害（地震・台風等）や伝染病・感染症が起こると多くの企業は倒産や事業縮小といった危機に追い込まれます。もし事前にBCPを策定していたら廃業等を免れた事業所もあるかもしれません。中小企業のように資本が小さい脆弱な会社こそがBCPを策定することが重要であると考えます。この事業を通じてBCPの必要性を認識していただく事を目的に普及・啓発を目指します。																																											
	支援する対象 (業種・事業所数等)	地内小規模事業者を中心に、事業継続に興味のある、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	<p>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。大企業に比べ、中小・零細企業にはまだまだ十分に認知されていません。河内ブロックの商工会地区に於いては、沿岸地区と比べて取組は進んでいない為、令和元年10月3日に、ミネルヴァベリタス株式会社 コンサルタント 高柳 潤氏をお招きし、富田林市市民会館に於いてセミナーを開催した。大阪府商工会連合会事業継続計画策定支援研究委員会委員として、商工会連合会が実施するBCP作成支援制度等も紹介して頂いた。</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> <table border="1"> <tr> <td>①府施策連携</td> <td colspan="8">大阪府商工会連合会・大阪府経営支援課とで連携し広域でセミナーを開催することにより、事業効果の拡大と充実を図る。</td> </tr> <tr> <td>②広域連携</td> <td colspan="8">羽曳野市・柏原市・藤井寺市・富田林市・河内長野市・大阪狭山市の広域で連携する。</td> </tr> <tr> <td>③市町村連携</td> <td colspan="8"></td> </tr> <tr> <td>④相談相乗</td> <td colspan="8"></td> </tr> </table>								①府施策連携	大阪府商工会連合会・大阪府経営支援課とで連携し広域でセミナーを開催することにより、事業効果の拡大と充実を図る。								②広域連携	羽曳野市・柏原市・藤井寺市・富田林市・河内長野市・大阪狭山市の広域で連携する。								③市町村連携									④相談相乗								
	①府施策連携	大阪府商工会連合会・大阪府経営支援課とで連携し広域でセミナーを開催することにより、事業効果の拡大と充実を図る。																																											
	②広域連携	羽曳野市・柏原市・藤井寺市・富田林市・河内長野市・大阪狭山市の広域で連携する。																																											
③市町村連携																																													
④相談相乗																																													
計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	60	支援企業数(実績)	58	支援実績率	96.6%	満足度	91																																					
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)	<p>脅威が顕在化した際（緊急時）に事業継続を確実にするための各種の手順や情報を文書化して事業を継続できることを目的とした啓発セミナーを開催しました。BCP対策に取り組むことで、事業所の強み・弱みを再確認し、事前の準備がいかに重要であるかということ学びました。セミナー参加者には商工会連合会が実施しているBCP策定支援制度の紹介や、大阪府危機管理室の災害時の一斉帰宅に関する情報も周知できた。</p> <table border="1"> <tr> <td>指標</td> <td colspan="8">アンケート回収事業所の内、BCPの取り組みの必要性・重要性を「理解できた」と回答した割合</td> </tr> <tr> <td>数値目標</td> <td>46</td> <td>実績数値</td> <td>57</td> <td>目標達成度</td> <td colspan="4">123.9%</td> </tr> </table>								指標	アンケート回収事業所の内、BCPの取り組みの必要性・重要性を「理解できた」と回答した割合								数値目標	46	実績数値	57	目標達成度	123.9%																					
	指標	アンケート回収事業所の内、BCPの取り組みの必要性・重要性を「理解できた」と回答した割合																																											
	数値目標	46	実績数値	57	目標達成度	123.9%																																							
成果の代表事例	BCP（事業継続計画）の解りにくい概念を説明し、天変地異への危機に備える実践的BCPの導入について講義頂き、事業所の存続にはBCPは必要不可欠であり、事業の永続性を求めるのであれば、今後BCPの策定とBCMの構築が重要であることを認識してもらった。																																												
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)	中小企業にも事業継続計画（BCP）の策定が求められる機会が一段と増えていますが、策定支援の手引きなどを周知して、それを活用して事業者がBCPを独自に策定するとは考えにくい。専門家をお呼びして啓発セミナーを各商工会で開催する。又大阪府商工会連合作成の「事業継続計画（BCP）策定ガイドライン」や「BCP啓発動画（脅威に負けない組織作り）」等を利用して事業所へ啓発を行う。																																											

羽曳野市商工会

事業名		事業承継セミナー							
想定する実施期間		30 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)	中小企業の後継者問題は大きな課題となっています。後継者となる意思を持った人材がいない、後継者に相応しい資質を持った人材がいないなど、多くの中小企業が後継者問題で悩んでいるのが現状です。会社の大きな転機となる事業承継には、早めの準備・計画的な取り組みが肝要です。事業を継続させていくことは、地域経済の活力維持や雇用確保の観点から極めて重要であり、その重要性を認識していただく事を目的に啓発に取り組みたい							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	今後事業承継を必要とする小規模事業者							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>経営者の高齢化が進み、多くの中小企業が今すぐに事業承継の準備を進めなければ間に合わない状況です。しかし後継者がいないという深刻な課題もあり、中小企業の廃業件数は増え続けています。事業承継を円滑に推移し、事業継続による雇用の確保、技術・ノウハウの伝承、経営者交代による新たな視点での需要の創造を図り、地域経済の活性化の為に、最低限知っておくことを目的として、令和2年2月5日に、大阪産業局・事業承継コーディネーターの長元耕司氏 株式会社後継者BC研究所 代表取締役 大島康義氏をお招きし、L I Cはびきのに於いてセミナーを開催した。</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	大阪府商工会連合会・大阪府経営支援課・大阪産業局と連携し、広域でセミナーを開催することにより、事業効果の拡大と充実を図る。							
	②広域連携	羽曳野市・柏原市・藤井寺市・富田林市・河内長野市・大阪狭山市の広域で連携する。							
③市町村連携									
④相談相乗									
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)	60	支援企業数(実績)	33	支援実績率	55.0%	満足度	93
	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>経営者にとって事業承継の課題は大きな不安となります。大事に育ててきた会社を他の人に任せる不安や、子に会社を継がせる場合は経営者としての心配と親としての心配を抱えることとなります。セミナーの講師は後継社長として100億円の負債と格闘した実体験を持つ異色のコンサルタントであり、自身の10年の後継者体験と15年の豊富な支援体験から、経営や事業承継において、苦勞されたことや、なぜ事業を続けていけるのか、事業承継の必要性を学びました。</p>							
		指標	セミナー後実施したアンケートで「認識できた」と回答した割合						
		数値目標	26	実績数値	33	目標達成度	126.9%		
	成果の代表事例	ホテルの三代目として膨大な負債を背負い、悪戦苦闘した実体験に基づくリアルなメッセージを発信する後継者支援のプロとして活躍されている講師の話は、体験の切り売りではなく、カウンセリング力を駆使しながら参加者に気づきを促すスタイルのセミナー内容でありました。							
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)	大阪府事業承継ネットワークと連携し事業承継コーディネーターの講師も紹介してもらいセミナーを開催しましたが、参加者の声を聴くと事業承継の問題は個別相談が望ましいという意見が多く、各商工会の個別相談会の利用を促しています。							