

平成31年度
事業実績報告書

申請者の概要

申請者	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1丁目540番地の3	
	担当者	職・氏名	振興課長 梅川 幸嗣
		連絡先	電話番号（直通）： 072-365-3194
Fax： 072-366-8584			
		E-mail： oscsocai@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43年10月28日 ②6名（6名）（令和2年4月1日現在） ③大阪狭山市の区域 ④1, 835（平成28年経済センサス活動調査による） ⑤1, 251（平成28年経済センサス活動調査による） ⑥1, 198（65.3%）（令和2年4月1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. 外国人研修生の受入に関する事業を行うこと。 15. 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。			

大阪狭山市商工会

(1) 事業の目標

小規模事業者が抱える経営課題（金融・税務・労務・法律・IT等）の相談・指導に対し、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。専門相談支援事業においては、事業所ニーズや法令改正等に迅速に対応しながら柔軟に取り組んでいきたい。

また、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「商業活性化事業」「個店売上拡大支援事業」等の事業に積極的に取り組むとともに、広域連携事業を積極的に推進し、参画事業所の販路拡大、魅力向上、ひいては地域商業の活性化に貢献していきたい。

(2) 事業を実施した具体的な内容、方法及び工夫した点

事業者が抱えるさまざまな経営課題について、各関係支援機関や専門家と連携しながら実施した。高度な経営相談については、経営指導員が事業所の課題を要約し、各専門家へ繋げていくことで効率的な相談支援が実現するよう工夫した。また、経営指導員6人が、巡回支援を実施し、事業所のニーズ把握、経営課題解決、各種施策の普及や利用の促進に取り組んだ。

地域活性化事業に関しては、大阪狭山市や各市民団体とも綿密に連携しながら事業展開することで、市民全体、地域全体への波及効果を高め、より効果の高いものになるように工夫したところである。

(3) 事業を実施した効果、所管地域の活性化の状況

小規模事業者の抱える税務、労務、金融、IT等の諸問題の最も身近なワンストップ相談窓口として、きめの細かい支援業務を徹底し、経営の安定化、効率化に貢献した。また、小規模事業所における『資金繰り』に関する相談・支援に商工会が果たす役割は大きいところである。

地域活性化事業においては、昨年度に引き続き、自社商品の展示、商談・PRを目的とした『産業フェア』に取り組むとともに、地域経済の中心である地域商業の活性化を目的とした『商業活性化事業』『個店売上拡大支援事業』『個店魅力発信事業』を実施し、まちの賑わいづくり、ひいては地域小規模事業所の活性化に取り組んだ。

(4) 事業を実施した結果浮かび上がった課題

消費税率の改正、軽減税率制度の導入等、各種制度改正は小規模事業者にとってその対応は容易なものではない。また、人手不足や人件費等の各経費の高騰、高齢化に伴う事業承継や廃業の問題等、小規模事業者の取り組みだけでは解決しない問題が大きく経営を悪化させているという課題に直面している。特に、新型コロナウイルス拡散による影響は多大であり、事業継続への支援が急務な状況にある。

また、地域活性化事業においては、事業推進を担うリーダーの不在、資金面等から商工会への期待は年々高まってきており、商工会が儲かる地域づくりの中心的な役割を担っていくことが求められている。

(5) 来年度への取り組み

次年度以降も、小規模事業者の抱えるさまざまな経営課題に各関係支援機関、専門家団体と連携しながらきめ細かく支援していき、経営の安定化、活性化に取り組んでいく。特に、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事が期待できると捉えている。

また、大阪狭山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”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。

特に、令和2年2月以降、新型コロナウイルス感染症の急務な拡大により、飲食店を中心に来店者数・売上の大幅な減少傾向が見られ、令和2年度は多くの小規模事業者にとって経営の持続化が図れるのかどうかという大変厳しい時期を迎えており、商工会が果たすべき役割の大きさとネットワークでの支援体制の重要性を認識している。

大阪狭山市商工会

I 経営相談支援事業

支援のポイント・成果

小規模事業者のニーズ・課題把握のため、また事業所へのきめ細やかなサービスを行うため、巡回相談等を年間を通じ実施した。経営課題の解決と、各種施策の普及や利用の促進が図れた。小規模事業者にとって、巡回相談はもっとも効率的であり、経営指導員にとっても経営実態を把握し相談する効果は大きいものであったと考えている。

窓口相談は、小規模事業者にとって抱える様々な経営課題について、ワンストップ的に相談ができるメリット性が認められるとともに、地域活性化事業において個店の魅力づくりに取り組む活動と平行しながら、継続的な相談・支援を実施していくことでその相乗効果も図れた。

特に、専門家等による高度な経営支援（専門相談支援事業等）と、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できたと捉えている。

また、大阪府による利用者アンケート評価結果（平成30年度）を見ると、利用者満足度においてはある一定の満足度を得ているが、アンケート回収率に関しては依然、利用事業者へ対してのアプローチを含め改善の余地を残す結果であった。

代表的な支援としては、独立して間もない事業所への、各種必要な労務保険制度について説明を行った労務支援を挙げることができる。強制適用となる社会保険の仕組み等の説明や雇用条件提示の仕方等、雇用契約書についての各項目について支援を行ったことで、スムーズな適用に繋げることが出来た。また、事業内容より今後においては、保守メンテナンスのサービス業から設備工事業に移行する可能性も含め、労災保険での適用範囲にも注意を払っていくようにアドバイスを行った。加えて、金融支援（紹介型）では、設立と同時に雇用が生じるため、従業員用の営業車両購入に充てる資金及び売上の入金が無くなるまでの資金繰りの緩和を図るべく、融資制度の説明を踏まえて出来るだけ早期に決定の可否が行われる日本政策金融公庫の新創業融資制度の活用を支援し、自己資金の減少を極力抑えつつ事業のスタートがスムーズに切れるように支援を行った。その後、取引上に手形での支払いが生じたとのことで相談があり、手形の期間や振り出し先等の確認を行った。その手形については、廻り手形であることと期日が数ヶ月を要するものであることを確認し、手形の割引についてアドバイスを行った。まずは、取引口座のある金融機関に話を行う旨を支援した。その後、金融機関からの断りを受けたとのことで、手形割引専門の業者がある事を説明。後の報告で多少の割引料は引かれたが、速やかに現金化させることが出来たとの報告を受け、不渡りにはならなかったであろうが、資金繰りの不安の払拭に繋がる支援を行うことが出来た。

【12-31-16】

	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	261	263	100.8%	5
支援機関等へのつなぎ	支援数	4	4	100.0%	5
金融支援（紹介型）	支援数	13	13	100.0%	5
金融支援（経営指導型）	支援数	13	12	92.3%	5
マル経融資等の返済条件緩和支援	事業所	0	0	-	-
資金繰り計画作成支援	事業所	0	0	-	-
記帳支援	事業所	3	3	100.0%	5
労務支援	事業所	20	20	100.0%	5
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	0	0	-	-
販路開拓支援	支援数	88	88	100.0%	5
事業計画作成支援	支援数	9	9	100.0%	5
創業支援	事業所	0	0	-	-
事業継続計画（BCP）作成支援	事業所	1	1	100.0%	5
コスト削減計画作成支援	事業所	0	0	-	-
財務分析支援	事業所	0	0	-	-
5S支援	事業所	0	0	-	-
IT化支援	事業所	0	0	-	-
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	0	0	-	-
災害時対応支援	事業所	0	0	-	-
結果報告	事業所	261	263	100.8%	5

II 専門相談支援事業

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・経営面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し、効率的な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要約し、各専門家へ繋げることで効率的な相談支援を目指した。

特に、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できたと捉えている。

満足度…法務（81.3%） 経営（83.3%） 労務（85.0%） 税務（82.6%：確定申告指導会を除く） 貢献度…法務（82.5%） 経営（82.2%） 労務（82.5%） 税務（81.4%：確定申告指導会を除く）

事業名	新規/継続	指標	目標数値	実績数値	達成率	事業評価
法務支援	継続	相談件数	8	8	100%	5
税務支援	継続	相談件数	330	292	88%	5
経営支援	継続	相談件数	18	9	50%	4
労務支援	継続	相談件数	8	4	50%	4

大阪狭山市商工会

事業名		個店売上拡大支援事業							
想定する実施期間		26 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、一過性の集客イベントではなく、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。今、「モノ」よりそこでしか体験する事が出来ない「コト」が求められている事からもお店の独自性を磨き、また、事業の実施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にも繋げてもらい、地域の牽引役となり地域の活性化にも尽力しうる人材の発掘にも繋げていきたい。							
	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事業所を対象とする 対象事業所数：800社(平成26年経済センサス)							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>開催時期：令和元年10月1日(火)～10月31日(木) 参加店：18店 講座数：27講座 のべ125回の開催。まちゼミ受講者：91名 広報については、チラシを商工会・参加店舗をはじめ市役所・公民館等の公共機関でも配布し、大阪狭山市を中心に発行している地域情報誌「金剛コミュニティ」にもチラシを折込み、周知に努めた。また、情報発信として商工会HPやフェイスブック、大阪府のメルマガを活用。 また、事業開始前の令和元年6月5日(水)には「まちゼミ勉強会」と称し、説明会兼勉強会を行い、13社、14名の参加者があった。 事業実施後の令和元年12月9日(土)には、結果報告会・反省会を開催し、参加店のうち7名が参加。 開催時期：令和2年3月21日(土)～4月19日(日) 参加店：22店 講座数：30講座のべ183回の開催予定であったが、新型コロナウイルス感染症の影響を受け、一部の講座において中止・延期となり、今後において詳細を把握予定。 広報については、チラシを商工会・参加店舗をはじめ市役所・公民館等の公共機関でも配布し、大阪狭山市を中心に発行している地域情報誌「金剛コミュニティ」「泉北コミュニティ」に合わせて計12,000部を折込み、周知に努めた。また、情報発信として商工会HPやフェイスブック、市の広報を活用。 令和2年5月下旬には結果報告会・反省会の開催を予定。 また、8月には夏期休暇中の子供向けに「キッズまちゼミ」を市立公民館と共催で開催し、参加店：9社 講座数：9講座についても開催。</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								
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	販路開拓支援を含み、事業計画等を含めて7件のカルテ化の実績があがった。								
計画に対する実績(数値)	支援企業数(計画)	28	支援企業数(実績)	30	支援実績率	107.1%	満足度	72	
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>「まちゼミ」事業の取り組みや実際に事業に参加する事で、お客様の目線で商売を行う事の大切さを再認識されたり、潜在的なニーズに気づかれたりと商店主自身も自店の魅力やサービスを見つめ直すいい経験になったと思われる。と同時に、新規顧客の獲得及び売上アップにも積極的に取り組まれる姿勢もみられ、それらは受講者に対しリピーターになってもらえるようにパンフレットの配布やDMの発送といった取り組みにも顕著に現れた。また、地域内の参加されなかった店舗からも注目を浴び、地域での影響力を感じられた事より、お店同士が協力し合う事で地域を盛り上げていけるという事についても再認識が出来、つながりという面でもより深いものになったと思われる。今回の秋に実施した「まちゼミ」が10回目という節目の回であった事より、協力的なお店により実行委員会形式的な形態が発足し、チラシのデザイン等についてもお店が独自で積極的に行うようになった。</p>							
	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	82	目標達成度	102.5%			
成果の代表事例	<p>いくつかの店舗においては、新規のお客様が「まちゼミ」をきっかけにお店に訪問され、改めてお店のPRに繋げる事が出来た。また、お客様の潜在化していたニーズを「まちゼミ」を受講する事で顕在化させ、新規顧客の獲得及び売上に繋がった参加店があった。 また、まちゼミ事業をより啓発する為に自らポスティングを行う事で、積極的な活動を行うお店が数多く見られるに至った。</p>								
その他目標値の実績	目標値(計画)	5	目標値(実績)	5	目標達成度	100.0%			
	「まちゼミ」を開催した事がきっかけとなり、今まで来店した事のない方が来られたり自店をPRするいい機会になったなどの声を結果報告会で聞くことが出来た。また、しばらく足が遠のいていたお客様が「まちゼミ」をきっかけに再来店して頂けるなど売上増加にも繋がった。								
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)	<p>「まちゼミ」を開催するにあたり、参加店の中での危機意識も出てきて、自らが行動するという逆の効果に繋がり、今年度より開催前・後だけでなく定期的な情報のやり取りを行う機会の増加など、参加店舗同士の連携を深めつつ事業の参加への呼びかけを積極的に行っていく事が出来た。秋の回では、直ぐに効果が現れなかったが、春の回では、過去最高の講座数を記録するに至った。今後は、この自主性のある動きを活かしつつ、市の後援を得るなどし、広報面での広がりもより一層努めていき、市内事業所にとって有意義な事業にしていきたい。</p>							

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）																																							
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)	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にも繋げてもらい、地域の牽引役となり地域活性化にも尽力する人材の発掘にも繋げていきたい。																																							
	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：228社（「RESAS」 2014年企業数）																																							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>「まちバル」事業 大阪狭山市内にお店を構える飲食業や食品製造小売業へ参加を呼びかけ、参加店のオリジナル商品やこだわりのメニューを定額チケットにより気軽に楽しめる「さやま～再発見～バル」（まちバル）を開催。初めて来店する店舗や普段あまり行かない地域にある店舗へと消費者を誘導する事で、店舗の商品やサービスを知っていただくきっかけとし、今後の新規顧客獲得及び売上アップの効果を図る。 開催：令和元年9月13日（金）～15日（日）の3日間。 場所：大阪狭山市内の42店（飲食店40店、食料品小売店2店）</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"></td> </tr> <tr> <td>③市町村連携</td> <td colspan="7">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。</td> </tr> <tr> <td>④相談相乗</td> <td colspan="7">販路開拓支援を含み、金融支援等を含めて12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	販路開拓支援を含み、金融支援等を含めて12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	販路開拓支援を含み、金融支援等を含めて12件のカルテ化の実績があがった。																																								
計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	45	支援企業数(実績)	42	支援実績率	93.3%	満足度	72																																	
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>「まちバル」事業の取り組みや実際に事業に参加・参画する事で、お客様の目線で商売を行う事の大切さを再認識されたり、店主自身も自店の魅力やメニューを見つめ直すいい機会になったと思われる。と同時に、新規顧客の獲得及びその後のリピーター獲得にも積極的に取り組まれる姿勢もみられ、独自クーポンの配布といった取り組みやバル事業を通じて新メニューが定番化しメニューの幅を広げる事に繋がった店舗など前回に引き続き顕著に現れた。今回も前回に引き続き各個店の裁量内での判断ではあったが、バル当日に音楽イベントを同時開催する店舗やサービス業（ハンドマッサージ）とコラボしてサービス提供するなど、飲食イベントだけに留まらないよう当事業をきっかけに少しでも地域を盛り上げようとする仕掛け作りに工夫を見せているといった成果が広がった。また、地域内の参加されなかった店舗からも注目を浴び、地域での影響力を感じられた事より、お店同士が協力し合う事で地域を盛り上げていけるという事についても再認識が出来、つながりという面でもより深いものになったと思われる。</p> <table border="1"> <tr> <td>指標</td> <td colspan="7">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</td> </tr> <tr> <td>数値目標</td> <td>70</td> <td>実績数値</td> <td>71</td> <td>目標達成度</td> <td colspan="3">101.4%</td> </tr> </table>								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	71	目標達成度	101.4%																		
	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	71	目標達成度	101.4%																																			
成果の代表事例	今回、オープン間もない参加店が過去に比べて多く、バルイベントに合わせてお店の周知を図るといった広報活動としても活用する事が出来、お店の周知を図る事が出来たという店舗もあった。																																								
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)	今回、参加店においては、過去に例が無い割合で新規参加店（10店）が増えた結果となった。新陳代謝が起こることはいいことであるが、過去に参加されて引き続き参加して頂けないお店へのヒアリング等を通常の巡回指導等の機会にて行い、事業の改善に活かす事があれば参考にしていきたい。また、チケット購入者においてチケットの使い方を勘違いされ、結果としてお店側にも迷惑をかける事がまだ生じる事から利用説明等の表記についても工夫を凝らし、双方にとって楽しい事業になるようにも努めていきたい。																																							

大阪狭山市商工会

事業名		キャッシュレス化コーディネート事業								
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)	2019年10月の消費税率改正に伴い導入が検討されている消費税軽減税率制度。その特徴の1つにカード、スマホを利用したORコード決済等での税優遇が検討されている。キャッシュレス化により、消費者の利便性向上と税の優遇が獲得できるとともに、事業者としても業務の効率化が図られ、より高度な顧客データ収集と分析が可能となる。 また、2020年東京五輪・パラリンピック大会、25年大阪・関西万博と今後より一層のインバウンド増加によりキャッシュレス需要の高まりが予想される。以上の事柄を踏まえ、小規模商店・事業所におけるキャッシュレス化の普及を促進することで、各事業所の経営の効率化と販路拡大を目指したい。								
	支援する対象 (業種・事業所数等)	管内小規模商店・小規模事業者1,323事業者								
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	令和元年7月22日(月)大阪狭山市商工会館にて実施。 1部：13時30分～15時30分 ①中小企業診断士 中野雅公氏「キャッシュレス決済の仕組みと種類ごとの特徴について」 ②各キャッシュレス決済事業者による各決済サービス説明 2部：15時30分～17時30分 個別相談会(各決済事業者ブース及び診断士による相談会) キャッシュレス決済事業者 8社 参加事業所数 23社 <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	大阪府商工労働部中小企業支援室 商業・サービス産業課 商業振興グループと連携								
	②広域連携									
③市町村連携										
④相談相乗	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)	20	支援企業数(実績)	23	支援実績率	115.0%	満足度	86.5%	
	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)	セミナー受講後、店舗に導入する期間を踏まえ、国の「キャッシュレス・消費者還元事業」の開始に間に合うよう実施した。(支援事業所数・計画)20 (実績)23 (支援実績率)115.0% (満足度)86.5% 【指標】3年以内にキャッシュレス化に取り組みたいという回答(目標)70 (実績)82.6 (目標達成率)118.0%								
		指標	3年以内にキャッシュレス化に取り組みたいという割合							
		数値目標	70%	実績数値	82.60%	目標達成度	118.0%			
	成果の代表事例	セミナー受講後、キャッシュレス決済の導入に至った(みぞばた：お弁当屋さん)。消費税率の改正や今後発生する換金手数料を踏まえ、販売価格の見直しについて相談し(経営相談会8/7受講)、専門士のアドバイスにより、単純な値上げに留まることなく、提供メニューの変更に同時に取り組み、顧客にも納得できる値上げとしたことでスムーズな導入が図れた。								
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)	キャッシュレス決済事業者が8社と多く、ややすると似通ったサービス説明に時間を費やしてしまったので、今年度は決済事業所数を絞る等、工夫を凝らしながら実施したい。留意点としては国の「キャッシュレス・消費者還元事業」終了後の、換金手数料等を想定した価格設定や販売計画の練り直しに関する事項がある。								

大阪狭山市商工会

事業名		商業活性化事業													
想定する実施期間		21 年度～ 年度まで ※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)	<p>(1) 共同売出し事業(継続) 市内商店会及び商業集積地域での共同売出しを企画実施し、地域商業の活性化に寄与する。消費税率の改正を見据え、買い控えや価格転嫁しづらい厳しい状況が続いている小売商業が大半を占める市内各商店会に、人を呼び込む『仕掛けづくり』に努める。また、大型店・チェーン店との差別化を図り小規模商店の魅力向上・賑わいづくりに貢献したい。当事業の推進を契機に、各商店会が抱える課題整理や解決に向けた取り組み事業へ繋がっており、本会としても、本事業を通じ、より一層各商店会、各々に見合った活性化事業が図れるよう事業推進していきたい。 4商店会が対象(①Jリヤ前商店会・②イオ金剛店専門店会・③ファミリーロード商店会・④金剛駅前商店案内板運営委員会)</p> <p>(2) 各商店会独自の支援(継続) ・①及び③近大移転後を見据えた店舗づくり…近畿大学医学部及び附属病院の堺市への転出(2023年)を踏まえ、先を見据えた店舗づくり、商店会づくりについて取り組む ・④駅前商業エリアの賑わいづくり…大阪狭山市の玄関口に位置する商業エリアの賑わいづくりに取り組む 商業マップ看板の設置と冬のイルミネーション実施中 ・独自事業の動きだしのない②の商店会についても、各商店会の事情を踏まえ、中小企業診断士と連携し、共同売出し事業だけに留まることなく支援方法を模索したい</p> <p>(3) 商いセミナーの実施(継続) 各商店会においてキラッと光る商店の創出を目指すため、呼び水的なセミナーを実施し、個店支援へとつなげていきたい。</p>													
	支援する対象 (業種・事業所数等)	4商店会が対象(①Jリヤ前商店会:4店・②イオ金剛店専門店会:22店・③ファミリーロード商店会:30店・④金剛駅前商店案内板運営委員会:45店)													
実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>(1) 共同売出し事業…市内商店会毎に実施していた歳末セールを商工会が取りまとめ、まちのマスコットキャラクター『さやりん』を活用した販促品(カレンダー)を製作。市内商店会の賑わいづくりを支援した。市内各商店会毎で実施していた歳末セールを市・商工会・商店会が一体となって地域商業の賑わいづくりに取り組んだことで、波及効果をたかめ、その事業規模・予算面でも優位性を構築した。 参加商店会…①③ 参加店…34店</p> <p>(2) 各商店会独自の支援 ①及び③…近大移転後を見据えての取り組み 市主催「狭山ニュータウンの未来を育むプロジェクト」への参画 ④…駅前看板のリニューアルを通じ商店会運営をサポート支援した 45店 駅前モニュメント設置に向けて検討 ・全商店会共通 ①②③④ …(ア)「商店なんでも出張相談会」の実施 2店 (イ)「プレミアム付商品券事業」の店舗支援 19店(170店の内)</p> <p>(3) 商いセミナーの実施…近大病院移転を見据えたセミナー等を開催し、移転までの間に店舗でできる対策を講じるとともに、これを契機に商店会を担う人材の発掘育成を目指した。 ・「POP作成セミナー」 9/17(火) 14店(内商店会 3店) ・「店舗照明セミナー」 10/8(火) 8店(内商店会 2店) ・「お金がかからずすぐにできる売れるお店づくりセミナー」 11/12(火) 13店(内商店会 3店)</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></td> </tr> <tr> <td>②広域連携</td> <td></td> </tr> <tr> <td>③市町村連携</td> <td>大阪狭山市と連携し実施。市内商店会の取りまとめ、参加商店との折衝については商工会が役割を担い、市民に対する周知、粗品(カレンダー2020)制作に関しては、市が主要な役割を担い実施。周知に関しては、市役所窓口や市役所内でのPR掲示、商工会HP、各商店会にてPRし、事業実施を通じ、参加商店の顧客サービスや売上の向上を支援した。</td> </tr> <tr> <td>④相談相乗</td> <td>事業実施が契機となり、自店における販売方法等について見直すことへ繋げていく。また、持続化補助金等、販路拡大を目指すうえで活用できる制度PRに努めるとともに、専門士と連携し、その後の経営改善へ繋げていけるよう経営指導員がフォローしていけるよう心掛けるものである。</td> </tr> </table>							①府施策連携		②広域連携		③市町村連携	大阪狭山市と連携し実施。市内商店会の取りまとめ、参加商店との折衝については商工会が役割を担い、市民に対する周知、粗品(カレンダー2020)制作に関しては、市が主要な役割を担い実施。周知に関しては、市役所窓口や市役所内でのPR掲示、商工会HP、各商店会にてPRし、事業実施を通じ、参加商店の顧客サービスや売上の向上を支援した。	④相談相乗	事業実施が契機となり、自店における販売方法等について見直すことへ繋げていく。また、持続化補助金等、販路拡大を目指すうえで活用できる制度PRに努めるとともに、専門士と連携し、その後の経営改善へ繋げていけるよう経営指導員がフォローしていけるよう心掛けるものである。
①府施策連携															
②広域連携															
③市町村連携	大阪狭山市と連携し実施。市内商店会の取りまとめ、参加商店との折衝については商工会が役割を担い、市民に対する周知、粗品(カレンダー2020)制作に関しては、市が主要な役割を担い実施。周知に関しては、市役所窓口や市役所内でのPR掲示、商工会HP、各商店会にてPRし、事業実施を通じ、参加商店の顧客サービスや売上の向上を支援した。														
④相談相乗	事業実施が契機となり、自店における販売方法等について見直すことへ繋げていく。また、持続化補助金等、販路拡大を目指すうえで活用できる制度PRに努めるとともに、専門士と連携し、その後の経営改善へ繋げていけるよう経営指導員がフォローしていけるよう心掛けるものである。														
計画に対する実績(数値)	支援企業数(計画)	4	支援企業数(実績)	4	支援実績率	100.0%	満足度	82.5							
事業の実績/目標 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>(1) 共同売出し事業 …①③ 支援商店街数(計画)4 支援商店街数(実績)2 …34店舗 (支援実績率)50.0%</p> <p>(2) 各商店会独自の支援 …①③④ 支援商店街数(計画)4 支援商店街数(実績)3 …79店舗 (支援実績率)75.0%</p> <p>(3) 商いセミナーの実施 支援商店街数(計画)4 支援商店街数(実績)4 …35店舗 (支援実績率)100.0%</p> <p>支援企業数 101店 (内訳)①4店 ②22店 ③30店 ④45店</p>														
	<p>事業が店舗における販売促進活動に貢献したという割合</p> <table border="1"> <tr> <td>数値目標</td> <td>70</td> <td>実績数値</td> <td>80</td> <td>目標達成度</td> <td colspan="3">114%</td> </tr> </table>								数値目標	70	実績数値	80	目標達成度	114%	
数値目標	70	実績数値	80	目標達成度	114%										

達成度	成果の代表事例	イオン金剛店専門店会（喫茶店）…商店なんでも出張相談会を受講し、2020年4月より飲食店での「原則屋内禁煙」に対応するため、客席のレイアウトの見直しとポスター等で来店者へ周知する等、制度改正にスムーズに対応した。また、今後の留意点としては売上が年々減少傾向にあり、新たな顧客の獲得や客単価の向上を目指しつつ、将来的には2号店との統廃合等を見据えた改善の必要性も含んでいる。		
	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)	<p>課題①…当事業を契機として、各店の経営支援に貢献する 各店の魅力や良さをいかに伝え、販売に繋げていくのか 各店における販路支援とともに、各店に目を向けてもらうきっかけづくりとしての活性化事業の内容、構成、推進が重要であり、設定課題であると認識している → 中小企業診断士を交え、2年度も事業推進を図りたい。</p> <p>課題②…商店会における成功事例店舗をつくる…商店会におけるリーダーの不在が、商店会活動の停滞を招いているため、成功事例店舗を各商店会毎に生みだし今後の活動の中心的な役割を担ってもらいたい</p> <p>課題③…各商店会での販促活動を除く活動への理解を深める 活動自体が売上に対する即効性を持たないが、中・長期的な、広域的な視野で捉えるとどうなのか、理解を深めてもらう取組みも必要かと考えている</p> <p>特に、本市に立地する</p> <ul style="list-style-type: none"> ・帝塚山学院大学狭山キャンパスが2021年に堺キャンパスへ統合予定 ・近畿大学医学部及び付属病院が2023年に堺市へ移転する予定 <p>であり、ニュータウン地域に立地しているファミリーロード商店会を中心に本市、小売業・飲食業・不動産賃貸業へ多大な影響が生じることが予想される。このため本年度においては、商店会での会議等を利用し、専門士による実践的な販売を見直すセミナーを実施し、時間をかけて個店がキラッと輝く強みや良さを自発的に伸ばす契機としたい。</p>		

平成31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

大阪狭山市商工会

事業名		産業フェア(大阪狭山市)								
想定する実施期間		19 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)	地元事業所の展示会を商工会が行政と連携してこの事業を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出展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。これらの事業を継続的に行うことで長期的な地域産業の振興と活性化を目的とする。								
	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	令和元年11月23日(土・祝)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、松原商工会議所、和東町商工会の協力の下、本事業を実施した。企業展示ブース(1ブース:3.6m×2.7mの小テント)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った。多数の来場者獲得の試みも行った。また昨年度に引き続き大阪府人材育成課・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。また大阪狭山市の掲げる「プラスチックごみゼロ宣言」を推奨するため、エコバックの配布や一部の模擬店でリユース食器の使用するなど、新たな試みも行った。 ＜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。							
		②広域連携	南河内ブロック商工会連絡協議会等に協力を仰ぎ、商工会単体では行えない規模の募集範囲やPR効果を生み、より参加事業者にとって有意義な事業となるように実施した。							
	③市町村連携	大阪狭山市産業まつり実行委員会(大阪狭山市・JA・大阪狭山市商工会)を組織し、事業自体の企画、統括及び実行委員会の事務、会計を商工会が担い、事業を推進した。								
	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)	40	支援企業数(実績)	39	支援実績率	97.5%	満足度	83.1	
	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)	本年度は昨年度に続いて好天に恵まれ、来場者数はイベント全体で約1万の来場者があった。ただ商工会創立50周年記念事業であった昨年に比べると、やや減少したため、もっと賑わいを求める意見もあったが、参加事業所からも参加による成果について、おおむね好評な回答が多く「イベント中に新たな契約ができた」「参加者に対しPRできた」「情報交換の場としても役立った」といった声や、「新たな取引先の開拓に繋がった」などの声もあり、この事業に対する参加者の需要は感じられた。ただ、周年事業などがなくても参加企業のPR効果を高めるために毎回新たな企画を考える必要があると実感した。次回以降も狭山もの恒例行事として定着させながら、参加者に飽きられないよう様々な取り組みを行いたい。								
		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)が10段階評価中7以上							
		数値目標	70	実績数値	82.1	目標達成度	117.3%			
	成果の代表事例	今回の会場レイアウトは前年をベースに全ブースを野球場内に集約して開催したが、昨年の商工会創立50周年記念事業と比べるとイベントなどがやや小ぶりとなったため来場者数は昨年より減少した。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1(計画)	2,000	目標値(実績)	2500	目標達成度	125.0%				
	目標値2(計画)	150	目標値(実績)	150	目標達成度	100.0%				
	出展企業の内容により来客数にある程度の差が出るが、好天に恵まれ、総数で見れば目標値を上回る実績となり、参加企業の満足度も概ね良好であった。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3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満足度は高いものだった。									
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)	今回は昨年同様野球場内に集約しての開催としたが、昨年度が商工会創立50周年事業ということもあり、それに比べると舞台イベントなどがやや小ぶりなこともあり今回は参加者が減少傾向であった。出展企業については今回規模を維持しているが、次年度以降の参加企業拡大を目指すためには新たな取り組みを考える必要がある。募集方法については直接参加が難しい企業に対しパネル展示による出展を今後積極的にPRし参加のより多くの企業参加を呼びかけたり、市全体で事業を盛り上げるように働きかけるなど行うことにより、さらに大きな事業の発展を目指す。								

大阪狭山市商工会

事業名		長野・狭山異業種交流会							
想定する実施期間		26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)	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。							
	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事業所(者)で、人との繋がりや助け合いを大切に、参加者同士の親睦と情報交換を通じて視野の広がりや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：3,222者を対象(平成26年経済センサス)							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	平成31年(令和元年)度は、10月と11月において計2回開催。 (1回目)令和元年10月2日 (2回目)令和元年11月5日 参加者延べ26名、25社の参加 交流会は、2回とも『採用と集客は情報発信力』～他社の事例紹介やワークショップによる自社の強みの発見～をテーマとして開催。今、どこの事業所においても問題となっている人材不足。それらを如何に効果的に行うのかについて、その手法と他社の好事例紹介を中心に説明を行った。また、各事業所が求める人材と自社の強みやビジョンを明確化すべくグループワークによって他の参加者からの客観的な意見を聞く事によって新たな気付きに繋げる機会の提供を行った。 【共催】(一社)関西学生発イノベーション創出協議会【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		④相談事業相乗	交流会という打ち解けた場の雰囲気や指導員が従事する事で、事業所からの課題やニーズを比較的相談してもらい易く金融支援・販路といった相談事業にも繋げる事が出来た。(カルテ化3件)
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)	24	支援企業数(実績)	26	支援実績率	108.3%	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)	この事業のメインでもある「コミュニケーション」を軸とした人的交流の構築に重点をおいた形で異業種間でのコラボ(事業連携)に繋げるきっかけ作りを行った。一部の間で連絡先の交換や両市外でのセミナー等の情報交換を行えるまでに繋がり、事業を実施してきた中での小さな発展が引き続き見られるようになった。また、グループワーク形式による形態を取る事で、参加者同士による異業種間での他社の活動内容を知るきっかけとなり、新たな気付きや経営改善に取り組む姿勢の向上に繋がったという声がアンケートの結果より多く聞かれた。とりわけ、今回は採用と集客をテーマという事で、自社の強みや特性をより活かし、求める人材とともに今いるスタッフなどに対する接し方等についての取り組みや気付きに繋げる事が出来た。今後においても交流会形式のように人的交流が図れる事業への参加ニーズが引き続き高いといった結果より参加者を前向きな気持ちへの変化へと繋げていけたものと思われ、事業の成果は大いにあったと考えられる。							
		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げられるとした事業所割合						
		数値目標	70	実績数値	100	目標達成度	142.9%		
	成果の代表事例	今回のような交流の場を提供する事で、それぞれの持ち味をお互いに知る事に繋がり、そういったお互いの長所を活かしたコラボ的なワークショップ系のイベントの開催に派生し、双方の販路及び事業紹介の場の創出に繋げることが出来た。また、実ビジネスにおいても市をまたいだ取引に繋げる事も出来た。							
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)	過去の経験を活かしつつ、既存の事業者だけでなく幅広く参加者を募るという事で、創業者や創業予定者等に対する誘導にも力を入れた結果、目標数を超える参加者を集める事が出来た。また、既に事業をされている方とこれから始めていかれる方(また、始めようと検討中の方)といった事業ステージが違う方が一同に介する事で、今までと違った雰囲気や場作りにも繋げる事が出来、新鮮であった。今後も開催方法(テーマや時期など)への工夫を図りながら、多方面での交流を図れるよう取り組みを図っていきたい。							

大阪狭山市商工会

事業名		ものづくり人材育成支援事業								
想定する実施期間		30 年度～ 年度まで ※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)	少子高齢化の進展による国内の生産年齢人口(15～64歳人口)の減少や市場のグローバル化等、社会環境の変化に伴い産業構造(AI活用・IoT活用といった『インダストリー4.0』)も大きく変化する中で、企業が成長し続けるには、自社の製品や業務における生産性の向上、高い技術と優れた技能を身に付けた人材の育成や確保が重要となる。人材は人財とも言い換えられるくらいその育成は、将来にわたって企業を成長させる投資でありながら、その取り組み方法が分からず踏みとどまる企業も多い。とりわけ小規模・零細事業所にとっては、育成における時間やコスト、ノウハウなどの問題を対処療法的に課題対応している事が多く見受けられ、それらを体系的に捉える機会、他社との情報交換を行う機会が少ないのが現状となり、企業の持続・成長を妨げる要因となっている。そこで、本事業により品質管理【QC】、カイゼン活動等についての体系的な知識・ノウハウをワークショップ形式で学んでもらい、企業の成長を支える基盤となる人材【後継者】の育成力の強化を図り、強みを活かす産業・技術の強化に繋げるとともに人手不足や後継者不足での廃業が進むと予想される中、事業承継の担い手育成にも寄与したい。								
	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大阪府内のものづくり事業所 386事業所【平成26年度経済センサス】に近隣市等の事業所を加えた約1,000事業所を対象として支援を実施。								
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	平成31年(令和元年)度においては、10月において計2回開催。 (1回目)令和元年10月4日 (2回目)令和元年10月25日 『現場力を高める仕組みづくりセミナー』として下記のテーマに沿ってグループワークを交えてのセミナーを開催。 ①～働く現場で、今、何が起きているのでしょうか～として、働き方改革によって限られた労働時間の中でいかにして売上及び収益を上げていけるのかについて、現状の職場の環境を参加者同士で話し合ってもらい、品質管理・作業のムダの削減への取り組みについて学びきっかけを与えとともに意識改革の必要性を知って頂いた。 ②～人手不足を解消!「カイゼン活動」のススメ～として、座学と演習を交え、作業上に生ずるムダに気付きそれらを如何にして減らしていく事ができるのかを実際の演習で体感してもらい、また、そこにつながる5S・3Sの重要性を知って頂く事で、限られた人員のなかで生産性向上、付加価値を高める仕事にどのように繋げていけるかを気付き実践して頂けるよう説明を行った。 それぞれのテーマを開催し、14社16名の参加であった。								
		<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	ものづくり支援拠点(MOBIO)と連携する事で、府の施策案内や広報においても幅広い周知をする事が出来、両市以外からの参加事業所もあった。							
	②広域連携	2市での広域実施により、それぞれの特徴ある事業所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									
	④相談相乗	現状の職場環境を知り、いかに作業上のムダを減らしていくかを学んで頂く事で、同時に被災時における危機意識の啓発にも繋げる事ができ、事業継続計画策定支援を中心に2件のカルテ化の実績があがった。								
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)	15	支援実績率	100.0%	満足度	80	
	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)	前回の反省を活かし、ものづくり事業所を中心とした参加者であった事より、既に各々の作業場で「カイゼン活動」を含む3S・5Sの取り組みやQC7つ道具についての活用を実行されていたり、知識を有している方が多く、話し合う内容や演習においてもスムーズな進行を図る事が出来た。セミナーの各講師の方においても当初の目的でもある日常の作業に潜む「ムダ」の気付き、その改善について、また、品質管理の重要性における時間やロスの削減といった事を座学と演習によってそれぞれに気付きを与える事が出来た。また、参加された方においては、普段の行動及び作業を見つめ直す機会の提供となった。								
		指標	学んだ内容について自社で活用できると感じた企業数							
		数値目標	10	実績数値	16	目標達成度	160.0%			
	成果の代表事例	レゴブロックを使い、同じ作業を繰り返し行う事で、如何に正確にかつスピードをあげて、課題の物を作り上げるかを行う演習により、事前の準備の大切さや作業工程の見直しといった気付きを体感して頂く事が出来、職場内においても意識していただくきっかけに繋げる事が出来た。								
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)	今回のテーマでもあった人手不足というギリギリの人数の元で作業を行っている環境下において業務時間内にセミナー等に参加して頂きにくいという事が改めて分かった。ただ、こういった社外でのまた他社の人間との交わりによって学ぶ事も大切な人材育成の一つである事より、次回開催時においては、経営者に対して本事業の目的・内容をしっかりと伝える事によりセミナー参加への理解を図る事で参加して頂きやすい環境作りにも工夫をしていきたい。								

大阪狭山市商工会

事業名		番頭さん養成講座							
想定する実施期間		27年度～ 年度まで ※複数年度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)	“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、高齢化社会、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・運用能力の基礎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。							
	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	<p>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13日の26コマのセミナーを実施した。【経理】4コマ(税理士)…日常の経営業務の把握、決算書・貸借対照表の作成 【税務】4コマ(税理士)…事業所にまつわる各種税務事務の把握、給与計算・年末調整のしかた 【労務】6コマ(社会保険労務士)…労働保険・社会保険の把握と従業員管理 【法務】1コマ(司法書士)…契約書・登記・総会の実務 【情報管理】1コマ(中小企業診断士)…事業所における情報セキュリティ対策について 【危機管理】1コマ(中小企業診断士)…事業所における危機管理体制について 【総務実務】2コマ(中小企業診断士)…全体像の再確認と効率化を目指して 【財務】1コマ(税理士)…財務諸表の見方 【資金繰り】2コマ(中小企業診断士)…資金繰り計画の立て方、資金調達の準備と金融機関の目のつけどころ 【人事管理】1コマ(中小企業診断士)…人財活性化の具体的な方法【経営】3コマ(中小企業診断士)…総務の役割について、自社の現状把握と事業計画書の作成について</p> <p>商工会の強みである各種専門士との連携を活かし、横断的、多面的に経営を俯瞰し、将来にわたる中・長期的な事業計画の策定・提案能力のある番頭さんを育成を目指す。</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	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連携事業 広域実施することで、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。その後のカルテ化は3件。							
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)	26	支援企業数(実績)	27	支援実績率	103.8%	満足度	83.7%
	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)	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。(支援事業所数・計画)26 (実績)27 大阪狭山…10 富田林…6 河内長野…11 (支援実績率)103.8% (満足度)83.7% 【指標】事業計画書を策定できるという回答 (目標)70 (実績)74.1 (目標達成率)105.8%							
		指標	事業計画書を策定できるという回答(事業後にアンケート調査し、事業計画書が立案できるようになったという回答)						
		数値目標	70%	実績数値	74.10%	目標達成度	105.8%		
	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で、業務に対する積極性が生じるとともに、同じ役割を担う異業種の方々との交流・意見交換を通じ、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)	<p>セミナー自体が長期(13日間)にわたるため、開催曜日、開催時間が受講生全体の希望には沿わない点。過去の反省を活かし、初回においてセミナー全体の目的や目標地点を受講生に理解してもらうとともに、受講生同士の交流も図り、長期にわたるセミナーが異業種や他社との情報交換の場ともなるよう工夫した。</p> <p>2年度は、より効率的かつ効果的な実施を図るため、一括していた講座を、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(9日間) とより応用的な能力の養成を目指す(B)番頭養成コース(5日間) とに区分し、実施する。</p>							