

令和2年度（2020年度） 事業実績報告書

1. 申請者の概要

申 請 者	団体名		忠岡町商工会
	代表者職・氏名		会長 萬野 俊史
	所在地		大阪府泉北郡忠岡町忠岡中1-1-23
	担 当 者	職・氏名	事務局長 森 孝博
		連 絡 先	T E L（直通）：
F a x：			0725-32-4880
E - m a i l：	info@tadaoka.or.jp		
①設立年月日		昭和35年11月28日	
②職員数 （うち経営指導員数）		6名（経営指導員4名）（令和3年3月31日現在）	
③所管地域		泉北郡忠岡町	
④管内事業所数		580（平成28年度経済センサス）	
⑤管内小規模事業者数		401（平成28年度経済センサス）	
⑥会員数（組織率）		740（令和3年3月31日現在）	
		※②、④、⑤、⑥については直近の数字を記載すること	
<input type="checkbox"/> 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は指導を行うこと。</p> <p>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。</p> <p>③商工業に関する調査研究を行うこと。</p> <p>④商工業に関する講習会又は講演会を開催すること。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>⑧行政庁等の諮問に応じて答申すること。</p> <p>⑨社会一般の福祉の増進に資する事業を行うこと。</p> <p>⑩大阪府商工会連合会の委託を受けて商工貯蓄共済事業を行うこと。</p> <p>⑪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。</p> <p>⑫行政庁から委託を受けた事務を行うこと。</p> <p>⑬外国人研修生の受入に関する事業を行うこと。</p> <p>⑭前各号に掲げるもののほかその他商工会の目的を達成するために必要な事業を行うこと。</p>			

(1) 事業の目標

事業者が抱える問題点と課題を的確に把握しその解決を図るため、諸施策のPR・情報発信提供を継続的に実施しながら、課題解決を目指す企業に対して相談事業として経営指導員による企業カルテ・サービス提案を行い、種々の支援メニューの利用を促進し総合的に支援することにより相談事業所の持続的な発展に寄与する。また、地域活性化事業では、大阪府施策に則った事業や単独で実施するよりも広域で実施したほうが効果の上がる事業については近隣商工会・商工会議所とともに連携して広域で実施する。特に、国の小規模企業振興基本法の施行を受け、ものづくり・商業・サービス生産性向上促進補助金や持続化補助金に代表される諸施策について商工会が伴走しながら適切な支援を効果的に実施するため事業計画策定や販路開拓、資金調達、BCP、創業に軸足を置くとともに過年度相談のフォローアップにも傾注しながらビジネスチャンスの創出や地域経済全体の浮揚に繋げ活性化に寄与する。

(2) 事業を実施した具体的な内容、方法及び工夫した点

相談事業では、経営指導員が相談当初において単発的な支援では終わらないよう相談者も気づいていない課題の把握に注力し、サービス提案時に適切な支援策を提案して行くことに努めた。専門相談支援事業では、中小企業診断士と経営指導員が同行し、現場の工場や店舗等で事業計画や販売促進計画の支援を行った。あわせて、専門家のノウハウを経営指導員が吸収することができた。金融支援では、年度当初から日本政策金融公庫のコロナ特別融資のあっせん注力し、地域金融機関（池田泉州銀行・大阪信用金庫・成協信用組合）との連携で事業者の緊急的な資金需要に対応した。地域活性化事業では、コロナ禍における感染症対策の徹底や聞くだけでなくワークショップ形式での開催や事例を多くするなど工夫した。「ただおかあきんど応援事業」では、主に小売業を対象にキャッシュレスの状況やコロナ禍をチャンスに変えた取り組み事例の紹介やLINE公式アカウントでの販路拡大について実際に体験していただいた。「現場チカラの支援事業」では、ものづくり企業の人材育成をテーマにセミナー・ワークショップ・交流会を実施し、他社の取り組み事例を共有し、ゲンバでの実践を促すなど工夫を凝らした。「商工展示即売会事業」では、大阪府技能士会連合会や近隣商工会と連携し、魅力ある出店者の呼び込みや抽選会の実施で地場産業製品の売上アップと製品等のPRを図る仕掛け作りに注力した。

(3) 事業を実施した効果、所管地域の活性化の状況

相談事業の実施により、地域事業者において商工会経営指導員の的確で親切な対応に対する信頼度が高まり、高度な相談も増えている。事業者が自社の当面の課題解決につながっただけでなく、事業の現状を見直す契機となっている。地域活性化事業の実施により、参加した企業及び従業員の意識改革やスキルアップができた。その他の事業についても(2)で記載した工夫により、事業終了後や交流会では、連携した支援機関や講師だけでなく、参加者同士の名刺交換や意見交換も活発に行われた。このように実施事業により事業者及び地域に対して大きな波及効果があった。

(4) 事業を実施した結果浮かび上がった課題

相談事業の利用事業者や地域活性化事業の参加事業者は、概ね効果があったと回答いただいている。しかし、地域には本事業を利用や参加していない事業者もあり、地域全体にこの事業の効果が行き渡っていないことが考えられる。また、働き方改革や消費税（インボイスを含め）、その他法律改正など社会の仕組み（キャッシュレス決済等）の変化に、対応できていない事業者が多く見受けられる。事業主の高齢化や後継者問題、若手創業者の減少も地域の活性化を阻む大きな原因及び課題と考えられる。そして、令和2年1月から続く新型コロナウイルスの感染拡大は、企業活動に多大な影響を及ぼしており、政府の手厚い施策はあるものの、その長期化によって更なる資金需要や雇用の相談が増加している。

(5) 次年度の取り組み

上記課題を解決するため、まずは広報・PRに力を入れる。喫緊の課題としては、(4)の通り、新型コロナウイルス感染拡大への対策となる。広報ツールとしては、会報、ホームページ等を利用する。日々変化している支援施策、地域の動向、事例等を地域の事業者へ情報提供し、まず事業者の課題解決を図ることによって事業の継続を支援する。コロナ終息後は感染拡大前の状況への回復とさらなる発展を支援していく。地域活性化事業においても、新型コロナウイルスの影響を考え企画したいと考える。

I 経営相談支援事業						
支援のポイント・成果						
<p>①相談事業者の発掘 相談事業を積極的に進めるため、年6回奇数月に商工ニュースを発行し、忠岡町内に新聞折込した。施策（働き方改革、消費税総額表示、新型コロナウイルス関連施策など）の情報、最近の相談例等を掲載し、新規の相談利用者には敷居を低く、過去の相談利用者には潜在的な課題を発見してもらえるよう心掛け、伴走支援につなげることにポイントをおいた。</p> <p>②専門家との連携 専門家である中小企業診断士と連携し、事業所の事業計画や販売促進計画の支援を行った。専門家の経営支援に関するノウハウを経営指導員が吸収しながら事業者の経営課題解決に注力した結果、事業者と指導員との距離が縮まり新たな相談につながった。</p> <p>③資金繰りの支援 新型コロナウイルスの影響で緊急を要する資金需要に対して、日本政策金融公庫と連携して資金融資支援を104件実施した。</p> <p>④創業支援 創業前、開業後の事業者に対して、新創業融資（無担保・無保証人・低利）のあっせんや事業計画・資金計画の策定支援により、スムーズな創業の実現に寄与した。</p> <p>⑤主な成果 「小規模事業者持続化補助金」採択9件。「起業・創業補助金」採択3件。 金融支援（経営指導型）19社、金融支援（紹介型）85社。</p> <p>⑥代表事例：寝具製造メーカーに対して、経営指導員が連携し事業計画と販路開拓支援を実施。経営計画作成支援において社内展示場の整備とPR看板の設置等で持続化補助金採択。積極的な販路開拓の必要性を理解していただき、同社の羽毛ふとんが忠岡町のふるさと納税返礼品に採用され、大きく取引が増加、認知度が高まった。</p>						
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	235	248	105.5%	5	
支援機関等へのつなぎ	支援数	5	5	100.0%	5	
金融支援（紹介型）	支援数	80	85	106.3%	5	
金融支援（経営指導型）	支援数	20	19	95.0%	5	
マル経融資等の返済条件緩和支援	事業所	1	0	0.0%		
資金繰り計画作成支援	事業所	48	53	110.4%	5	
記帳支援	事業所	17	10	58.8%	3	
労務支援	支援数	46	49	106.5%	5	
人材育成計画作成支援	事業所	2	0	0.0%		
マーケティング力向上支援	事業所	5	0	0.0%		
販路開拓支援	支援数	34	33	97.1%	5	
事業計画作成支援	支援数	22	24	109.1%	5	
創業支援	事業所	12	21	175.0%	5	
事業継続計画（BCP）作成支援	事業所	5	2	40.0%	3	
コスト削減計画作成支援	事業所	4	1	25.0%	3	
財務分析支援	事業所	11	12	109.1%	5	
5S支援	事業所	0	5		5	
IT化支援	事業所	1	1	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	2	40.0%	3	
災害時対応支援	事業所	71	95	133.8%	5	
フォローアップ支援	事業所	50	11	22.0%	3	
結果報告	事業所	232	249	107.3%	5	
II 専門相談支援事業						
支援のポイント・成果						
<p>専門的・高度な相談に対応するため、弁護士等の士業と連携して、以下の専門相談を実施した。法律相談（個別無料）は弁護士が年6回商工会事務所において、経営法務に関わる相談に対応する。弁護士が説明する法律の解釈をもとに適切な対応に移すことができるなどの効果があった。税務相談では、消費税・相続税・不動産譲渡の取扱など税理士でないに対応できない専門的な相談が目立った。経営相談では中小企業診断士と地域事情に詳しい経営指導員と一緒に巡回することで、現地で店舗に合わせた「今日からできる販売促進（POP、感染防止対策など）」について支援した。</p>						
事業名	新規/継続	指標	目標数値	実績数値	達成率	事業評価
法律相談	継続	延相談件数	18	17	94.4%	5
税務相談	継続	延相談件数	18	23	127.8%	5
経営相談	継続	延相談件数	12	12	100.0%	5

Ⅲ 地域活性化事業

支援のポイント・成果

地域活性化事業では、コロナ禍における開催で感染症対策の徹底やセミナーを聞くだけでなく、ワークショップ形式での開催など、意見交換がしやすい仕組みを作るなど工夫した。

「ただおかあきんど応援事業」

国が発表した「新しい生活様式」を小売や飲食等でも実践することが求められており、小規模事業者でも取り組みやすいキャッシュレス決済の事例とそれらを実現するためのツール、補助金、検討・導入にあたって注意しておきたいポイントなどに絞って支援した。キャッシュレス化や販促などに取り組んだ企業数は7社あり、その中でも飲食店を経営する社長はもともとWEB等は苦手であったが、積極的に支援施策（キャッシュレス決済、Gotoイート）・WEBやSNS（LINE公式アカウント、Googleマップ）をうまく活用することによって、売上の維持、事業継続を図っている。

「現場ヂカラの支援事業」

ITを活用した生産性向上セミナー・品質管理ワークショップ・広報営業ワークショップの3本立てで、現場担当者向けに特化し、大手電機メーカーOBや大手農機具メーカーの元工場長及び広報専門家を講師に実践的なワークショップを開催。他社の取り組み事例を共有し、ゲンバでの実践を促すなど工夫を凝らした。ワークショップでは活発な意見交換がなされ、成果として作業改善への応用や能力向上研修への参加を増やした企業、自社技術を動画でのPRに切り替えた企業などが現れた。

「求人・求職マッチング事業」

就職面接会と大手企業グループのシニアスタッフ説明会及び求職者セミナーを広域で開催。求職者と求人企業のマッチングにポイントを置いた。参加企業10社、来場者102名、面接者22名、採用者3名。

「商工展示即売会事業」

集客増を図るため、大阪府技能士会連合会や近隣商工会と連携し、魅力ある出店者の呼び込みや抽選会の実施で地場産業製品の売上アップと製品等のPRを図る仕掛け作りに注力した。商品等のPRにより実店舗への誘導につながった企業もあった他、新製品のテストマーケティングとして活用して消費者の声を聞くことができた。コロナ禍の開催でマスクや手指消毒の徹底、飲食禁止で物販のみの出店により、会場内での顧客の滞留時間を短くした。

(1) 単独事業

府施策連携	事業名	総支援企業数		支援実績率	利用者満足度(点)	目標の指標				事業評価
		計画	実績			項目	目標値	実績	達成率	
○	ただおかあきんど応援事業	15	9	60.0%	83.3	キャッシュレス化や販促などに取り組んだ企業	5	7	140.0%	4

(2) 広域事業（幹事事業のみ）

府施策連携	事業名	総支援企業数		支援実績率	利用者満足度(点)	目標の指標				事業評価
		計画	実績			項目	目標値	実績	達成率	
○	現場ヂカラの支援事業	54	28.5	52.8%	72.5	情報発信・プレゼンすべき内容を理解できたと回答した企業数	75%	63.6%	84.8%	4
○	求人・求職マッチング事業	20	10	50.0%	62.0	本面接会を有効と評価する比率	80%	70%	87.5%	4
○	商工展示即売会事業	40	28	70.0%	84.3	認知度の向上及び収集した消費者ニーズを活かせると回答した企業	25	25	100.0%	4

※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。

忠岡町商工会

事業名		ただおかあきんど応援事業							
想定する実施期間		H31 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)	忠岡町の人口は17,117人(令和元年11月末)。人口比率は、府内平均と比べて、①老年人口(65歳～4,853人)が28.4%と高く、②生産年齢人口(15～64歳 10,204人 59.6%)と③年少人口(～14歳 2,060人 12.0%)は低い。忠岡町は人口減少のスピードは大阪府内の各自治体と比べると緩やかであるものの、今後は拍車がかかるものと考えられる。町内の小売業やサービス業にとっては、商圏が狭く、同じ町内(3.97km ²)で営業活動をされていることが多い。人口が減少するという事は、自社の経営の良し悪しに関わらず、お客様が減るということであるため、経営は厳しくなるものと考えられる。また、経営者自体の年齢も上がっており、投資意欲の低下やリスクを回避する傾向が高くなってきている。利益向上のためには事業承継や後継者の育成等も重要となっている。一方、お客様側からの小規模な小売業やサービス業についての見方は、「店舗に入りにくい」「お店に入ったら手ぶらで出てくるのが難しい」「ポイント・サービス、スマホ、クレジットカード等が使えるお店が少ない」という特徴がある。この状況を放置しておく「あのお店は●●だから行かない」と逆差別化を招く可能性がある。そこで本会では、小規模な小売業やサービス業等の各事業者・個店が各種施策の活用を事業機会として、①弱みの克服に取り組むこと、②強みを活かした販売促進に取り組むこと、③キャッシュレス化等を支援し、経営の改善を図ることを目的として、本事業を実施した。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	忠岡町内の小売業、サービス業等の事業者・個店、忠岡町小売商連合会会員等。							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	令和2年度は以下の事業を新型コロナウイルス感染症対策を講じ会場開催のみで実施した。 ウィズコロナ対応セミナー(キャッシュレス推進セミナー) 支援実績9社 ①キャッシュレス・IT活用編 (10/28) ・キャッシュレス決済の活用事例 ・施策、補助金、使えるツールの紹介 ②LINE公式アカウントで販路拡大編 (11/12) ・LINE公式アカウント(旧LINE@)のショップカード、クーポン発行等の体験 ・リピーターの心をつかむための事例、キャッシュレス決済との連携 ＜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(経営支援課、商業・サービス産業課)と連携したことにより、特に広報活動(メルマガ等)に効果があった。						
		②広域連携							
	③市町村連携								
	④相談事業相乗	コロナ禍において、キャッシュレス決済とSNS等をうまく活用することを啓発したことで、以後の経営相談につなげることができた。							
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)	15.0	総支援企業数(実績)	9	支援実績率	60.0%	満足度	83.3
	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)	令和2年10月下旬から新型コロナウイルス感染に係る陽性者数が徐々に増加傾向になり支援実績は低下した。 国が発表した「新しい生活様式」を小売や飲食等でも実践することが求められており、小規模事業者でも取り組みやすいキャッシュレス決済の事例とそれらを実現するためのツール、補助金、検討・導入にあたって注意しておきたいポイントなどを啓発し、キャッシュレス化や販促などに取り組んだ企業数は7社あり、現状も改善を続けている。							
		代表指標	キャッシュレス化や販促などに取り組んだ企業						
		数値目標	5社	実績数値	7社	目標達成度	140.0%		
	成果の代表事例	(広報、販売促進に取り組んでいる事例) 飲食店を営む社長はもともとWEB等は苦手であったが、コロナ禍により売上が減少していることから、積極的に支援施策(キャッシュレス決済、Gotoイート)を、WEBやSNS(LINE公式アカウント、Googleマップ)をうまく活用することによって、売上の維持、事業継続を図っている。							
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)	令和2年度は配信との併用も検討していたが会場開催のみで実施した。感染症の影響が長期化してしまったことや今後の経営支援手法を考えると、配信との併用開催への取組みも検討する。							

忠岡町商工会

事業名		現場デカラの支援事業							
想定する実施期間		H28 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)	製造現場等においては、2020年春から5Gサービスが開始されることにより、第4次産業革命の進展が加速されることが予想される。ものづくり白書が指摘する今後の課題としては、技術力・品質力・現場力の裏付けとなる蓄積されたデータをいかに戦略的に活用し、変革に適応することができるかとある。また人材面や過去の成功体験などに起因する4つの危機感を持つことが重要であると述べている。これらの共通課題について、泉北地域の中小企業間で知識・ノウハウ等を共有し、交流の機会を設けることで、人材の育成と組織の持続的な発展を支援した。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	泉北地域（広域連携する高石市、和泉市、泉大津市、忠岡町を中心とした）ものづくり企業1518事業所を、主たる支援事業所として実施した。							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>部門担当者向けに、初級～実践的なワークショップ・交流会を中心に実施した。</p> <p>令和2年度は以下の事業を実施。会場（リアル）と配信（オンライン）の併用開催も検討したが、新型コロナウイルスの感染者数等は8月以降減少傾向であったこともあり、感染症対策を講じ、会場開催のみで実施した。</p> <p>①ITを活用した生産性向上セミナー（11/19） 講師：中小企業診断士・ITコーディネータ、MOBIO担当者 支援実績 6社 6名</p> <p>②品質管理担当者向けワークショップ（12/9、12/16。2日間コース） 講師：元大手農業機械メーカー工場長 支援実績 12社 14名</p> <p>③広報・営業担当者向けワークショップ（11/25、12/3。2日間コース） 講師：広報専門家 支援実績 10社 12名</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>							
		①府施策連携	広報、講師選定、事業実施において、MOBIOに協力いただいたことで、事業実施後の支援についても情報提供することができた。						
		②広域連携	単独実施では参加することのない地域の企業との交流を促進することができた。						
	③市町村連携								
	④相談相乗	本事業で紹介した事例・手法やワーク等で得た知識を自社で活用いただけるようフォローすることができた。							
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)	54.0	総支援企業数(実績)	28.5	支援実績率	52.8%	満足度	72.5
	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>支援実績について 令和2年10月下旬から新型コロナウイルス感染に係る陽性者数が徐々に増加傾向になり、①の開催時期（11/19）の3日後には大阪府内でピークとなるなど令和元年度と比べ支援実績は低下した。</p> <p>支援企業の変化について 「作業改善のヒントとなり応用した企業」「広報活動としてプレスリリースを改善した企業」「従業員の能力向上のための研修参加を増やした企業」など受講後、何らかの施策にチャレンジした企業、人材を多数輩出している。</p>							
		代表指標	情報発信・プレゼンすべき内容を整理できたと回答した企業数						
		数値目標	75%	実績数値	63.6%	目標達成度	84.8%		
	成果の代表事例	(事業実施後に広報活動に取り組んでいる事例) この事業で手法、事例を学んだ後にホームページを見直した。自社の強み：オーダーメイド製品の受注実績をアピールするため、かねてから取り組んでいる自社技術の動画を中心としたページに改定した。							
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)	令和2年度は①の講師には大手通信企業から担当者を派遣いただき、配信との併用も検討していたが、種々理由があって実らなかった。この調整に時間が掛かったこと、新型コロナウイルスの影響などから事業全体の実施が後ろ倒しになった。さらに、開催時期に感染者数が増加に転じたことから積極的参加を呼び込めなかった。②や③の内容は「大手企業のノウハウを知ることができた」「コロナ禍の中参加者と今できる範囲で交流ができた」等、満足度は高かった。感染症の影響が長期化してしまったことや今回の支援実績と今後の経営支援手法を考えると、配信との併用開催への取組みも検討する。							

【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)	16.0	支援企業数(実績)	6.0	支援実績率	37.5%	満足度	60.0
	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)	ITによる生産性が向上した事例と自社の課題とを比較することができた。							
		指標	新たな気づきを得ることができた企業数						
	数値目標	75%	実績数値	50.0%	目標達成度	66.7%			
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!			
実績／達成度②	計画に対する実績(数値)	支援企業数(計画)	20.0	支援企業数(実績)	11.5	支援実績率	57.5%	満足度	77.8
	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)	再発防止の取組み方法だけでなく、カイゼン活動のポイントを習得することができた。							
		指標	再発防止(予防)の施策を実施したいと回答した企業数						
	数値目標	75%	実績数値	60.9%	目標達成度	81.2%			
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!			
実績／達成度③	計画に対する実績(数値)	支援企業数(計画)	18.0	支援企業数(実績)	11.0	支援実績率	61.1%	満足度	73.6
	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)	自社の強みを把握することができ、効果的な情報発信・プレゼンの手法を習得していただくことができた。							
		指標	情報発信・プレゼンすべき内容を整理できたと回答した企業数						
	数値目標	75%	実績数値	63.6%	目標達成度	84.8%			
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!			

忠岡町商工会

事業名		求人・求職マッチング事業								
想定する実施期間		H23 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)	大手志向の強い求職者と地元企業の求人のミスマッチを解消し、円滑な早期の再就職を促進するため、企業と求職者のニーズを踏まえ、適格な求人・求職マッチングを図ることにより、企業に活力を与え求職者には潜在する能力を発揮する場を提供することにより地域経済全体の活性化を図る。								
	支援する対象 (業種・事業所数等)	地区内で従業員を雇用している、また雇用したい企業20社								
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	実施日：令和2年11月17日（火） 場 所：テクスピア大阪 新型コロナウイルス感染症予防対策を講じ、以下の通り会場開催で実施した。 ①合同就職面接会 参加企業：10社 来場者数：102名 採用：2社3名 泉大津公共職業安定所・大阪府総合労働事務所・泉大津市・泉大津商工会議所・高石市・高石商工会議所忠岡町・忠岡町商工会にて実行委員会を構成し、会場やスケジュール、参加企業募集の方法、求職者へのPR方法等を決定し、各種相談コーナー等も加えて合同就職面接会を実施した。 参加企業は、泉大津公共職業安定所と商工会・商工会議所が巡回等により依頼。コロナ禍の影響もあって、計画していた支援企業数20社を下回った。 求職者は、泉大津公共職業安定所からの推薦や各市町・商工会・商工会議所の広報誌、ホームページ等にてPRした。以下、コロナ禍の中、潜在的なものも含め失業者が増加傾向にあったことや、②、③の企画との相乗効果もあって、来場者数は前年度から21名増となった。 ②シニアスタッフしごと説明会 来場者数：13名 南海電鉄のグループ企業による説明会の実施。 ③求職者セミナー 受講者数：50名（他に10名程度立ち見もあった） テーマ：「履歴書・職務経歴書の書き方やWEB面接術」 講師：中小企業診断士・キャリアコンサルタント <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	労働関係9番求人・求職マッチング事業として、ハローワーク泉大津や市町、大阪府総合労働事務所等と連携して実施、併せて中小企業と求職者とのマッチングに関わる府施策の紹介を行った。							
		②広域連携	ハローワーク泉大津管内の2市1町の商工会議所、商工会との連携による当日の運営、参加企業の募集、来場者への広報。							
		③市町村連携	2市役所、1町役場と連携して実施した。							
④相談相乗	当事業の参加者で個別支援を希望された事業者に対し、採用活動に係る具体的なヒアリング及びアドバイスを実施した。									
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)	20	総支援企業数(実績)	10	支援実績率	50.0%	満足度	62.0	
	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)	参加企業：10社 募集人数：40名 採用企業数：2社 来場者数：102名 面接者数：22名 採用者数：3名 採用率：13.6% 参加企業は、コロナ禍の影響もあって、計画していた支援企業数20社を下回った。反面、企業プレゼンにおいては、PCだけでなくプロジェクターを使用するなど採用活動に積極的な企業などもみられた。 こういった事業に初めて参加する企業などからは、準備をしていただく中で、自社のアピールポイント等を見直すことができた、以降の採用活動に役立てるものとなったとの回答があった 代表指標 本面接会を有効と評価する比率 数値目標 80% 実績数値 70.0% 目標達成度 87.5%								
		成果の代表事例	(採用に至った企業の事例) 事前の準備もさることながら、当日求職者と直接お話しすることで、自社のアピールポイントや求職者の求めている内容が理解でき、今後の採用活動の参考となった。また、この事業で出会った人材を採用できたことで、急なベテラン社員の退職により不安定となった職場が安定していると報告いただいている。							
		その他目標値の実績	目標値(計画)	80名	目標値(実績)	102名	目標達成度	127.5%		
	実施結果	来場者（求職者）は面接会に対して良い印象の回答が多かった。求職者セミナーの受講者が多かったことから、求職者自身のアピールするポイントをつかみたいというニーズがあるものと考えられる。 一方で、求人企業においても企業の求める人材がいなかったという意見も見られた。求人求職のミスマッチを減らすため、支援機関としては企業に対して、求める人材を正しく伝えられるよう支援していく。								
		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)								

忠岡町商工会

事業名		商工展示即売会事業						
想定する実施期間		H22 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)	減少する製造業者とそれに伴い衰退する小売・卸売・飲食業者を支援するため、忠岡町及び泉州地域の企業の優れた製品や商品を最終消費者へ販売することによる企業の認知度向上と製品PR、大阪府技能士会連合会と連携したものづくり教室の開催により、若者にもものづくり体験の場を提供する事を目的とする。						
	支援する対象 (業種・事業所数等)	忠岡町を中心に泉州地域の中小・小規模事業者。主にモノづくり企業や小売・卸売・飲食業を想定。(令和2年度は新型コロナウイルス感染症対策のため、飲食ブースをなしとして実施した。)						
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	商工展示即売会事業(商工カーニバル) 日時:令和2年11月8日(日) 会場:忠岡町民グラウンドにおいて実施。 出店企業:28社 コロナ禍での開催のため、出店者は物販のみとし会場内での飲食は禁止・マスク着用・短時間での開催(元年度より2時間短縮の9~13時)など徹底した感染症対策の上、開催した。また出店ブース間の距離を2m空け、2つある出入口には消毒液と消毒喚起する人員を配置した。参加企業数は28社、総売上高は250万円、来場者数は3,000人程度と令和元年度より規模縮小しての実施となった。(元年度実績:参加企業40社、総売上高750万円、来場者数8000人程度) また、令和2年度はQRを読み込むことで参加できる「チビッコ抽選会」という企画を新たに実施した。抽選会に並行してアンケート調査を行い、計260名の来場者の感想などを集めることが出来た。アンケート調査により、今後のコロナ禍での運営等を模索するものである。 出店企業募集:9月1日~ 出展者説明会:9月25日 チラシ折込11月7日(土)忠岡町及び近隣市に10,000枚 開催後、コロナ禍での実施した効果や改善点について検証し、 <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、大阪府技能士会連合会と連携し、ものづくり教室を開催した。					
		②広域連携	泉州地域の商工会を共催団体とし、出店者・来場者募集を行った。					
		③市町村連携	忠岡町に後援・忠岡町小売商連合会に協賛を依頼し、出店者募集並びに広報によるイベント周知等を実施した。					
		④相談事業相乗	募集・説明会・個別による出店調整やフォローアップの中で、経営指導員が企業の経営課題を把握することにより、販路開拓以外の支援につなげる効果があった。					
計画に対する実績(数値)	総支援企業数(計画)	40.0	総支援企業数(実績)	28.0	支援実績率	70.0%	満足度	84.3
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)	普段消費者と関わることの少ない事業者にとって感想を聞けたり、直接商品の良さをアピールできる機会として活用して頂けた。また在庫整理など、販売機会としても積極的に活用して頂けた。 代表指標 認知度の向上及び収集した消費者ニーズを活かすると回答した企業数 数値目標 25 実績数値 25 目標達成度 100%						
	成果の代表事例	コロナ禍での開催のため、多くの企業が例年比で売上が減少した。しかし、服飾・タオルなどの販売を行う企業には、時間短縮や飲食ブースなしなど集客面でマイナスになったことに対して、1人当たり販売点数の増加など売り方を工夫して、前年度と比べ売上が増加した企業もあった。						
	その他目標値の実績	目標値(計画)	4,000	目標値(実績)	3000	目標達成度	75.0%	
	コロナ禍での縮小開催により、来場者が減少したため、実績は低下した。							
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)	コロナ禍で規模を縮小したことにより、多くの企業は売上減少となった。しかし、服飾や雑貨を中心に売り上げを維持・上昇させた企業もあり、アンケート調査ではよい販売機会になった・在庫整理に役立ったなどの高評価もたくさんいただいた。令和3年度もコロナ禍での開催となることも考えられるため、感染症対策・イベントの内容などについてパターンに応じた開催手法を検討していく。						