

# 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	柏原市商工会
	代表者職・氏名	会長 早川 巖
	所在地	〒582-0007 柏原市上市1丁目2番2号 アゼリア柏原5階
	担当者	職・氏名 事務局長 大井 晃
	連絡先	TEL（直通）： 072-972-0881 Fax： 072-973-1201 E-mail： <a href="mailto:info@kashiwara-good.org">info@kashiwara-good.org</a>
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）		昭和36年5月1日 8名（経営指導員8名） （令和3年1月1日現在） 柏原市 2, 268（平成28年度経済センサス） 1, 836（平成28年度経済センサス） 1, 093（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>地区内における商工業の総合的な改善発達を図り、あわせて社会一般の福祉の増進に資し、もって国民経済の健全な発展に寄与することを目的とする。この目的を達成するため、次に掲げる事業を行う。</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>① 商工業に関し、相談に応じ、又は指導を行うこと。</li> <li>② 商工業に関する情報又は資料を収集し、提供すること。</li> <li>③ 商工業に関する調査研究を行うこと。</li> <li>④ 商工業に関する講習会又は講演会を開催すること。</li> <li>⑤ 展示会、共進会等を開催し、又はこれらの開催のあっせんを行うこと。</li> <li>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。</li> <li>⑦ 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。</li> <li>⑧ 商工業者の福利厚生に資する事業を行うこと。</li> <li>⑨ 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。</li> <li>⑩ 行政庁等の諮問に応じて、答申すること。</li> <li>⑪ 社会一般の福祉の増進に資する事業を行うこと。</li> <li>⑫ 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。</li> </ol>		

## 2. 事業概要

柏原市商工会

### (1) 事業の目標

柏原市地域経済の発展に寄与する為に、ブランド化事業として市内特産品・商品の開発と魅力発信を通じて、知名度・ブランド力を向上させ、少しでも売上アップを図りその波及効果として特産品商品に取り組んでいく事業を増やし市内商工業活性化に繋げ、JOBマッチング・フェアにおいては、柏原・羽曳野・藤井寺・松原4市で開催し地域商工業の発展の為に優れた若手人材をより多くマッチングする事で、若手社員が離職すること無く定着でき雇用創出を図る事を目的とする。各支援推薦にあっては、経営指導員間のきめ細かな連携、情報を共有する事により企業への巡回指導・窓口相談等を現状以上に強化する事でより一層の効果を上げる事が出来る。

### (2) 事業を実施した具体的な内容、方法及び工夫した点

柏原市ブランド化事業 本年度予定していた臨時道の駅(とくとく市)、街バル(はしご酒)については、コロナウイルス感染症により中止となり、特売市(国分ぶらり市)・飲食小売店交流事業・テイクアウト事業・魅力発掘事業を行った。飲食小売店交流事業については、開催場所を変えて3回開催し36事業所参加。特売市(国分ぶらり市)については10月1日から31日までの1か月間で国分西地区の各店舗で開催、土曜日のみ夜市を開催40事業所参加。テイクアウト事業については、新型コロナウイルス感染拡大により売上減少している飲食店に対しテイクアウト事業を取り入れて頂き忘年会、クリスマス、新年会でのテイクアウト利用を広告宣伝し販売促進支援を行った。販促支援期間を10月15日から11月20日までとし、36事業所参加。JOB・マッチング・フェア ハローワーク藤井寺管内商工会・商工会議所、各市と連携し今年度はコロナウイルス感染症感染予防対策を行い開催した。企業PR冊子を作成し企業と高校及び大学の就職支援担当者との交流情報交換を実施した。公正採用と人権、従業員のSNS利用と人権についてセミナーを実施した。

### (3) 事業を実施した効果、所管地域の活性化の状況

柏原市ブランド化事業 魅力発掘事業により新型コロナウイルス感染症の影響により売上減少に陥った飲食店についてテイクアウト商品を開発した。魅力発信事業 テイクアウト促進事業により売上の減少している飲食店に対して広告宣伝、販売促進支援を行った。効果測定期間12月1日から翌年1月20日までとし、参加36事業所に対してアンケートを実施、事業者より今まで以上の高評価が得られた。JOB・マッチング・フェアは、コロナ感染症拡大の影響により参加企業が減少、面接件数も減少したものの人手不足に悩む参加企業からは就職意欲のある求職者との交流をもつことができ、一定の評価が得られた。

### (4) 事業を実施した結果浮かび上がった課題

特売市については、今回天候などに恵まれず各事業所も苦労があった。日程を選ぶことも今後の課題と思われる。テイクアウト事業は、飲食店等に案内を送ったが予定には何とか達したが、もう少し件数があれば今以上の冊子が出来たと思う。全体に見て、各事業所がどのような取り組み方をするかで、来場者、売上向上を図る事が出来る。合同企業説明会・就職面接会については、コロナウイルス感染症の影響による開催日の変更、会場キャパを考慮することで参加企業を制限することとなり昨年実績を下回ってしまった。来場者求職者ともに参加しやすいような取組をすることが課題。

### (5) 次年度の取り組み

令和3年度については、今年度取り組んだ事業をもとに内容を一層充実させ行っていく様に考える。新年度は特売市については、商品開発メニュー改良を積極的に取り組みネット配信も考えている。国分地区だけでなく柏原地区へも発信していきたい。テイクアウト事業においても昨年以上の内容で進めて行く。

3. 経営相談支援事業・専門相談支援事業 柏原市商工会

I 経営相談支援事業						
支援のポイント・成果						
<p>支援として、金融専門相談員を設置しコロナウイルス感染症等の事前相談を行い専門家及び、専門機関への紹介の必要な事案、事業所が抱える様々な法的・税務的・経営的等問題の中でも高度かつ専門的な課題に対応するために、専門家を活用する。定期的な相談だけでなく経営者の要望に随時対応出来るような体制づくりをし、専門家の具体的アドバイスにより事業所が抱える問題を解決し経営の改善と経営基盤の強化に日常的経営活動において生じる様々な課題に対して、各専門家による窓口相談を設置する事により、経営安定・向上を図る。成果として、経営指導事業所に応じた柔軟な相談支援が出来、経営課題解決に繋がった。以上提案型支援サービスに取り組んだ結果、目標を達成する事が出来た。</p> <p>代表事例としては、販路開拓テイクアウト及び宅配を導入する事で高齢者や来店困難なお客様に対し様々なアプローチを行う事が出来た。金融支援、資金繰り計画作成支援、希望する事業の備品購入について資金繰り計画を立てた。配達用のバイクや広告を融資や各種補助金を申請し資金に余裕を持たせ利益を確保した。</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	242	252	104.1%	5	
支援機関等へのつなぎ	支援数	1	1	100.0%	5	
金融支援（紹介型）	支援数	37	37	100.0%	5	
金融支援（経営指導型）	支援数	48	46	95.8%	5	
マル経融資等の返済条件緩和支援	事業所	2	2	100.0%	2	
資金繰り計画作成支援	事業所	110	118	107.3%	5	
記帳支援	事業所	12	12	100.0%	4	
労務支援	支援数	76	77	101.3%	5	
人材育成計画作成支援	事業所	0	0		1	
マーケティング力向上支援	事業所	7	7	100.0%	2	
販路開拓支援	支援数	24	25	104.2%	3	
事業計画作成支援	支援数	3	3	100.0%	4	
創業支援	事業所	0	0		1	
事業継続計画（BCP）作成支援	事業所	4	4	100.0%	1	
コスト削減計画作成支援	事業所	32	36	112.5%	4	
財務分析支援	事業所	3	3	100.0%	3	
5S支援	事業所	34	34	100.0%	5	
IT化支援	事業所	7	7	100.0%	5	
債権保全計画作成支援	事業所	0	0			
事業承継支援	事業所	6	6	100.0%	2	
災害時対応支援	事業所	18	0	0.0%	1	
フォローアップ支援	事業所	0	0		1	
結果報告	事業所	242	252	104.1%	5	
II 専門相談支援事業						
支援のポイント・成果						
<p>税務支援 日常的な経営活動において税務面における様々な課題の中で特に専門的な課題の解決の為窓口相談を設置課題解決により、経営の向上安定を図る。</p> <p>金融支援 日常的な経営活動において融資面における様々な課題の中で特に専門的な課題の解決の為窓口相談を設置課題解決により、経営の向上安定を図る。</p> <p>経営支援 日常的な経営活動において経営面における様々な課題の中で特に専門的な課題の解決の為窓口相談を設置課題解決により、経営の向上安定を図る。</p> <p>労務支援 日常的な経営活動において労務面における様々な課題の中で特に専門的な課題の解決の為窓口相談を設置課題解決により、経営の向上安定を図る。</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
税務相談	継続	相談件数	25	54	216.0%	5
金融相談	継続	相談件数	12	20	166.7%	5
経営相談	継続	相談件数	6	8	133.3%	5
労務相談	継続	相談件数	6	9	150.0%	5

Ⅲ 地域活性化事業										
支援のポイント・成果										
<p>・魅力発掘事業 新型コロナウイルス感染症拡大の影響で売り上げが大きく減少に陥っている飲食店について、テイクアウトの商品を開発し、お店の顔となる商品となるようブラッシュアップを行った。今後の長い目で見て成果は出て来る。</p> <p>・魅力発信事業 (テイクアウト販促事業)新型コロナウイルス感染症拡大の影響で、売上減少している飲食店に対し、テイクアウトの事業形態を取り入れてもらい、忘年会、クリスマス、新年会等々でのテイクアウト利用の広告宣伝を行い、販売促進した。テイクアウト冊子を柏原市内事業所及び市内官庁に配布して少しでも多くの利用を促した。各事業所より少しづつでもお客様が増えているとの声を頂き成果はあったものと思う。</p> <p>・特売市 柏原市国分エリアの使用店、飲食店の魅力発信を一斉に行い国分エリア全体の集客力の向上を図った。各店舗の認知度の向上を図り、三密の回避をおこなう為1ヶ月の長期に渡り国分ぶらり市を開催。成果としては、各店舗への来客も増えていると連絡を頂いている。</p> <p>・飲食小売業交流事業 飲食小売店を対象に魅力ある商品のきっかけづくり、新しい事業展開に繋がるよう意見交換会を3回開催、参加商店より現状の問題や今後の在り方など色々と物議を交わすことが出来前向きな交流会となり、成果はあった。</p>										

(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	
	柏原市ブランド化事業	124	117	94.4%	88.7	魅力ある商品の開発に繋がった事業所数	3	5	166.7%	5
○	企業知的財産活用事業	22	20	90.9%	91.5	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	80	83	103.8%	5
(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	
○	JOB・マッチング・フェア	60	38	63.3%	60	面接件数	60	38	63.3%	4
	南河内特産品販路開拓事業	64	64	100.0%	91.8	売上高アップに繋がった事業所割合	50	83.3	166.6%	5

※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。

柏原市商工会

事業名		柏原市ブランド化事業																	
想定する実施期間		H27 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>柏原市では、地域経済の発展には生産年齢人口の市内定住化が重要であると考え、柏原市の魅力づくり、魅力発信を積極的に推進することで、市民の郷土愛を育み、人口減少の抑制、若者の市内定着化に結び付けたいと考えている。</p> <p>そこで商工会では、柏原市の上記施策を推進するため、市と連携し、柏原市の魅力となる市内特産品・商品の魅力を掘り起こし、市内外に向けて柏原市の魅力発信を積極的に行っていきたいと考えている。</p> <p>当事業では、市内特産品・商品の開発と魅力発信を通じて、知名度・ブランド力を高め、各事業所の売上アップを図るとともに、その波及効果として特産品・商品開発に取り組む事業所を増やし、市内商工業の活性化に繋げていきたいと考えている。</p>																	
	支援する対象 (業種・事業所数等)	ハローワーク藤井寺管内雇用保険加入企業約4600社及びハローワーク藤井寺登録求職者を中心とした求人企業・求職者を対象とする。																	
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>①魅力発掘事業 新型コロナウイルス感染症拡大の影響により売上減少に陥った飲食店についてテイクアウト商品を開発し、お店の顔となる商品となるようブラッシュアップを行った。 支援事業所数 5社</p> <p>②魅力発信事業 【テイクアウト販促事業】 新型コロナウイルス感染症拡大の影響により売上減少している飲食店に対し、テイクアウトの事業形態を取り入れてもらい、忘年会、クリスマス、新年会でのテイクアウト利用を広告宣伝し、同時期の販売促進について支援を行った。 支援事業所数 36社</p> <p>【特売市の開催】 柏原市国分エリアの商店、飲食店の魅力発信を一斉に行い、国分エリア全体の集客力の向上、認知度の向上を図るとともに、三密回避を行うためひと月にわたり国分ぶらり市を開催した。 開催日時： 10月1日（木）～10月31日（日） 支援事業所数： 40社</p> <p>③飲食小売業交流事業 飲食小売店を対象に、魅力ある商品のきっかけづくり、新たな事業展開につながるよう意見交換会を3回開催した。 1回目 令和2年8月7日（金）午後2時～午後3時 支援事業者数：10社 2回目 令和2年9月2日（水）午後2時30分～午後3時30分 支援事業者数：11社 3回目 令和2年10月7日（水）午後2時～午後3時30分 支援事業者数15社</p> <p>&lt;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&gt;</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>特売市の開催に関して、準備、当日の運営について市職員の協力のもと実施。</td> </tr> <tr> <td>④相談相乗</td> <td>広告宣伝方法、テイクアウト商品の魅力開発について助言を行った。</td> </tr> </table>						①府施策連携		②広域連携		③市町村連携	特売市の開催に関して、準備、当日の運営について市職員の協力のもと実施。	④相談相乗	広告宣伝方法、テイクアウト商品の魅力開発について助言を行った。				
	①府施策連携																		
②広域連携																			
③市町村連携	特売市の開催に関して、準備、当日の運営について市職員の協力のもと実施。																		
④相談相乗	広告宣伝方法、テイクアウト商品の魅力開発について助言を行った。																		
計画に対する実績(数値)	総支援企業数(計画)	124	総支援企業数(実績)	117	支援実績率	94.4%	満足度	88.7											
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)	<p>コロナ感染症の影響により来店者数が減少する飲食店において、持続的に売上を確保するため、既存メニューをベースにテイクアウトメニューを開発、また広告等について支援を行ったことにより、店内飲食以外での売上獲得につなげることができた。</p> <table border="1"> <tr> <td>代表指標</td> <td colspan="5">魅力ある商品の開発につながった事業所数</td> </tr> <tr> <td>数値目標</td> <td>3</td> <td>実績数値</td> <td>5</td> <td>目標達成度</td> <td>166.7%</td> </tr> </table>						代表指標	魅力ある商品の開発につながった事業所数					数値目標	3	実績数値	5	目標達成度	166.7%
	代表指標	魅力ある商品の開発につながった事業所数																	
	数値目標	3	実績数値	5	目標達成度	166.7%													
	成果の代表事例	テイクアウトという新しい事業形態を取り入れるため、新メニューの開発、作業の効率化、広告方法の見直しなどが必要となり、テイクアウトに取り組んだ企業各社で総合的な力が向上したと思われる。																	
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)	長期的に事業に取り組んできた結果、事業者の当事業への参加意識は年々高まっており、事業者自身が事業に主体的に関わりたいという意欲が感じられる。そのため、事業者に今まで以上に事業に参加してもらい、地域の発展、各事業者の発展に繋がるよう意見交換などを通じて当事業の効果を高めていきたい。																	

【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)	3	支援企業数(実績)	5	支援実績率	166.7%	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)	コロナ感染症の影響により来店者数が減少する飲食店において、持続的に売上を確保するため、既存メニューをベースにテイクアウトメニューを開発、また広告等について支援を行ったことにより、店内飲食以外での売上獲得につなげることができた。							
		指標	魅力ある商品の開発につながった事業所数						
	その他目標値の実績	数値目標	5	実績数値	5	目標達成度	100.0%		
実績／達成度②	計画に対する実績(数値)	支援企業数(計画)	47	支援企業数(実績)	36	支援実績率	76.6%	満足度	85
	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)	飲食店の年末年始の売上高維持を図るため、テイクアウト事業の導入、テイクアウト事業の宣伝広告の支援を行った。 この事業においてテイクアウトを導入した事業所も多かったが、実際にテイクアウトを行うと、店員等の不足から本来の飲食事業者が回らない事業者も出てきたため、共同で行った広告宣伝では、これ以上のテイクアウトに対応することが困難と考えた事業者は参加を見送り、支援企業数は計画よりも少なくなってしまった。							
		指標	売上高のアップにつながった事業所割合						
	その他目標値の実績	数値目標	50	実績数値	63	目標達成度	125.8%		
実績／達成度③	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)	40	支援実績率	100.0%	満足度	88
	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)	コロナ感染症対策下において、実施したため、従来よりもその効果が低かったと思われるが、地域全体の魅力を高めるため、新商品・新メニュー・商品の改良など各個店でできる範囲で工夫を行いながら、魅力発信を行った。							
		指標	売上高のアップにつながった事業所割合						
	その他目標値の実績	数値目標	50	実績数値	69	目標達成度	138.0%		
実績／達成度④	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)	36	支援実績率	102.9%	満足度	92.7
	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)	コロナ下で行ったため、1回あたりの参加人数を制限し、複数回の開催になってしまったが、各回において積極的な意見交換が行われ、これまで各事業所で悩んでいたこと、行き詰っていたことの打開策を発見する機会になったと思われる。							
		指標	売上高のアップにつながった事業所割合						
	その他目標値の実績	数値目標	50	実績数値	89	目標達成度	178.0%		

柏原市商工会

事業名		企業知的財産活用事業								
想定する実施期間		H27 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)	柏原市内には約500社程度のものづくり企業を中心とした知的財産活用の可能性を有する企業が存在するが、その多くは知的財産についての知識が不足しており、活用法においても理解が浅い状態である。また企業運営に必要な税理士等の専門家とは異なり、知的財産の専門家である弁理士は、企業サイドから積極的に活用する機会も少なく、密に知的財産に関する相談ができる専門家が、身近にいない現状である。そこで企業が、知的財産について関心を持ち、知的財産を積極的活用を行えるよう、大阪府ものづくり支援課と連携し、セミナーの開催をするとともに、大阪府ものづくり支援課等の知的財産支援機関との繋がりを作り、個別支援に発展させてゆくことを目的とする								
	支援する対象 (業種・事業所数等)	市内ものづくり企業を中心とした 約500社								
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>【知的財産セミナーの開催】 大阪府ものづくり支援課と連携し、ものづくり企業対象の知的財産活用セミナーを開催。 日時：令和3年2月3日(水) 18:00～20:00 テーマ：知って欲しい「知的財産の活用が大切な理由」 &amp; 「コスパが良いノウハウ保護」 参加者：7名(6社)</p> <p>【知的財産セミナーのオンライン開催】 上記セミナー内容をもとに動画を作成し、youtube上で限定公開。 参加者：11社</p> <p>【支援機関との連携による知財支援】 INPIT近畿統括拠点やMOBIO知財サポートチーム、支援機関と連携し、複数回に渡り連携支援を実施。 支援企業2社 A社…意匠・商標の出願について B社…海外輸出による知的財産権の取り扱いについて</p> <p>&lt;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&gt;</p>								
		①府施策連携	大阪州ものづくり支援課と連携の上、セミナーを開催、複数回にわたる事業所個別訪問							
		②広域連携								
	③市町村連携									
	④相談事業相乗	本事業への参加事業者についての個別具体的な課題に対し、経営指導員による相談支援を実施することで、事業所に対する総合的な支援を行えた。								
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)	22	総支援企業数(実績)	20	支援実績率	91%	満足度	91.5%	
	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】知的財産の基礎から、事例を交えて学ぶことができ、理解が深まった。また知的財産権によるノウハウ保護について重要さが理解できたと好評であった。さらに参加者は弁理士や大阪府による関連機関紹介で多くの機関を知ることができたことでも知的財産をより身近に感じることができるようになった。								
		代表指標	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	80%	実績数値	83%	目標達成度	104.1%			
	成果の代表事例	知的財産権の基礎を学ぶことができた。自社の商品を守るため、知的財産の知識を深めることができた。								
	その他目標値の実績	目標値(計画)		目標値(実績)		目標達成度				
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)	おおむね企業には好評であったセミナーであるが、やはり初学者には難しい部分もあったようである。知財により売上を伸ばしたい事業者、また知財の基礎を知りたい事業者がともに満足できるセミナーを目指したい。市内にはまだ知財に対する知識不足の企業も多く、それらの企業に対しセミナー斡旋を行い、幅広く知的財産活用の重要性を周知していく。また当会に蓄積した知的財産活用の実例実績をもとに市内の優れた技術をもつ企業への個別訪問、ヒアリングを行うことにより知的財産活用の掘り起こしを支援する。大阪府や発明協会、INPITやMOBIO等の支援機関と連携し、手厚い支援が可能であることを理解してもらい企業の知的財産に関する苦手意識を払拭すべく積極的な知的財産活用事業を展開していきたい。								

【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	支援企業	20	支援企業	18	支援	90.0%	満足度	83
	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】知的財産の基礎から、事例を交えて学ぶことができ、理解が深まった。また知的財産権によるノウハウ保護について重要さが理解できたと好評であった。さらに参加者は弁理士や大阪府による関連機関紹介で多くの機関を知ることができたことでも知的財産をより身近に感じることができるようになった。							
		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	80	実績数値	83	目標達成度	103.8%		
その他目標値の 実績	目標値 (計画)		目標値 (実績)		目標達成度				
実績／達成度②	計画に対する 実績(数値)	支援企業 数(計画)	2	支援企業 数(実績)	2	支援 実績率	100.0%	満足度	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)	【個別支援】2社の優れた技術に対する知的財産の掘り起こしに成功した。大阪府ものづくり支援課、大阪発明協会、INPIT、MOBIOといった関連機関とつながりを持つことにより、実際に知的財産の活用まで至り高い質の意識改革が行われている。充実した支援により満足度は高かった。							
		指標	知的財産に関する理解が深まり、活用促進に取り組む企業						
		数値目標	2	実績数値	2	目標達成度	100.0%		
その他目標値の 実績	目標値 (計画)		目標値 (実績)		目標達成度				



【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)	36	支援企業数(実績)	36	支援実績率	100.0%	満足度	87.7
	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）	新型コロナウイルス感染所拡大の影響により、特産品販売会に来場するお客様が少なく、当初予定していたほどのPRを行うことができなかった。 ただ、商品を直接消費者に販売したことにより、商品の良さの伝え方、消費者の価格に対する感じ方などを肌で感じるができ、商品のブランド力向上や今後の商品開発に繋がっていくと期待される。							
		指標	売上高アップに繋がった事業所割合						
		数値目標	50	実績数値	83	目標達成度	166.6%		
その他目標値の実績	目標値（計画）	3,000	目標値（実績）	2,200	目標達成度	73.3%			
	販売会を通じて3000人以上の消費者に宣伝したいと考えていたが、新型コロナ感染症拡大の影響により当初計画より大幅に少ない結果となった。即売会4日間を通じて約2200人の消費者が足を止めて、事業者の声に耳を傾けてもらった。								
実績／達成度②	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)	28	支援実績率	100.0%	満足度	97.1
	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）	特産品の情報発信については、域外に南河内への訪問を促すことを目的にまちの魅力と特産品、お店の情報発信を行った結果、参加事業所において域外からの問い合わせが増えた。							
		指標	広域からの問い合わせが増えた事業所の割合						
		数値目標	50	実績数値	82	目標達成度	164.0%		
その他目標値の実績	目標値（計画）		目標値（実績）		目標達成度				

柏原市商工会

事業名		JOB・マッチング・フェア						
想定する実施期間		H23 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)	企業発展のため優秀な人材を求める中小企業と意欲はあるものの、就職につなげていない求職者を結びつけること、また地域における中小企業の若手人材確保を支援すること、就職した若手社員が離職することなく職場に定着できるように労働環境の整備を企業内で促進させることを目的とする。						
	支援する対象 (業種・事業所数等)	ハローワーク藤井寺管内雇用保険加入企業約4600社及びハローワーク藤井寺登録求職者を中心とした求人企業・求職者を対象とする。						
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	合同企業説明会・就職面接会・求職者セミナーを下記のとおり実施した 9月24日 場所 アゼリア柏原 参加企業 11社 来場者 56人 9月29日 場所 アゼリア柏原 参加企業 3社 来場者 34人 セミナー受講者 52人 企業PR冊子を作成することで企業と高校及び大学生の就職支援担当者との交流、情報交換を図った 参加企業 25社 参加学校 5校  公正採用と人権、従業員のSNS利用と人権についてセミナーを下記のとおり実施した 12月1日～31日 場所 大阪労働局YouTubeチャンネル 参加企業 39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	中河内・南河内地域労働ネットワークと連携し、事業を実施する。					
		②広域連携	ハローワーク藤井寺管内商工会・商工会議所(柏原市商工会・羽曳野市商工会・藤井寺市商工会・松原商工会議所)と連携し、事業を実施する。					
③市町村連携		柏原市をはじめ他市の協力を得て事業を実施する。						
④相談相乗								
計画に対する実績(数値)	総支援企業数(計画)	130	総支援企業数(実績)	77	支援実績率	59.2%	満足度	72.0%
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)	経営の礎となる優れた人材を求める14社の企業と90名の求職者による合同企業説明会、就職面接会を実施した結果、38件の面談があり、7名の新しい人材が採用されることとなった。コロナウイルス感染症への対応として大阪労働局の指針に沿い、参加企業の数や絞込み実施した。HP、チラシ、駅構内でのポスターの掲示により「JOB・マッチング・フェア」のPRを強化、求職者を対象としたセミナーの開催、労働相談窓口の開設等を行ったことでコロナ禍の中、昨年以上の求職者に参加して頂けた。参加された求人企業に対して一定の評価が得られた。情報交換会については、従来行っていた対面対話型の形式から、冊子を作成することで冊子を媒体として企業と学校との交流を図ることとした。新規学卒者の雇用確保を目指す21社の企業が参加した。セミナーは、人権啓発セミナーと共にYouTubeにより開催した。多くの企業の参加により労働環境の整備に向けた取組みが促進されることが期待できる。						
	代表指標	面接件数						
	数値目標	60	実績数値	38	目標達成度	63.3%		
成果の代表事例	コロナウイルス感染症の状況下において参加企業が減少したものの、目標値に近い90人の来場者を集客することが出来た。人手不足に悩む参加企業からは面接応募者との交流をもつことができ、求職者の情報を収集することが出来たと好評を得た。							
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)	コロナウイルス感染症の収束が不透明な状況にあることから、たくさんの企業・求職者に安心して参加してもらえるよう開催場所・時期を再検討する。HP、チラシ、駅の構内でのポスター掲示による「JOB・マッチング・フェア」のPR強化はもとより、求職者を惹きつけるような多様なセミナーを開催、相談コーナーの開設により求職者の増大を図るための取り組みを続ける。情報交換会の充実を図るため、管内の高校、大学はもちろん管内以外の学校にも参加してもらえるよう対象校の拡大を検討する。						

【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)	60	支援企業数(実績)	38	支援実績率	63.3%	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)	経営の礎となる優れた人材を求める14社の企業と90名の求職者による合同企業説明会、就職面接会を実施した結果、38件の面談があり、7名の新しい人材が採用されることとなった。コロナウイルス感染症への対応として大阪労働局の指針に沿い、参加企業数を絞り込み実施した。HP、チラシ、駅構内でのポスターの掲示により「JOB・マッチング・フェア」のPRを強化、求職者を対象としたセミナーの開催、労働相談窓口の開設等を行ったことでコロナ禍の中、昨年以上の求職者に参加して頂けた。参加された求人企業に対して一定の評価が得られた。情報交換会については、従来行っていた対面対話型の形式から、冊子を作成することで冊子を媒体として企業と学校との交流を図ることとした。新規学卒者の雇用確保を目指す25社の企業が参加した。セミナーは、人権啓発セミナーと共にYouTubeにより開催した。多くの企業の参加により労働環境の整備に向けた取組みが促進されることが期待できる。								
		指標	面接件数							
		数値目標	60	実績数値	38	目標達成度	63.3%			
	その他目標値の実績	目標値(計画)	100	目標値(実績)	90	目標達成度	90.0%			
		合同企業説明会・就職面接会の来場者								
実績／達成度②	計画に対する実績(数値)	支援企業		支援企業		支援		満足度		
	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)									
		指標								
		数値目標		実績数値		目標達成度				
	その他目標値の実績	目標値(計画)	70	目標値(実績)	39	目標達成度	55.7%			
		セミナー参加企業(大阪労働局YouTubeチャンネル)								
実績／達成度③	計画に対する実績(数値)	支援企業数(計画)		支援企業数(実績)		支援実績率		満足度		
	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)									
		指標								
		数値目標		実績数値		目標達成度				
	その他目標値の実績	目標値(計画)	25	目標値(実績)	52	目標達成度	208.0%			
		求職者向けセミナー参加者数								
実績／達成度④	計画に対する実績(数値)	支援企業数(計画)		支援企業数(実績)		支援実績率		満足度	86.0%	
	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								
		数値目標		実績数値		目標達成度				
	その他目標値の実績	目標値(計画)	15	目標値(実績)	5	目標達成度	33.3%			
		情報交換会に参加学校数								