

# 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		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	T E L（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		①昭和39年5月1日	
②職員数 （うち経営指導員数）		②9名（9名 令和3年3月31日現在）	
③所管地域		③羽曳野市	
④管内事業所数		④3,638（平成28年事業所統計調査による）	
⑤管内小規模事業者数		⑤2,573（平成28年事業所統計調査による）	
⑥会員数（組織率）		⑥1,571（43.18%）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	
□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、又は運営すること。</p> <p>(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。</p> <p>(8) 商工業者の福利厚生に資する事業を行うこと。</p> <p>(9) 輸出品の原産地証明を行うこと。</p> <p>(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。</p> <p>(11) 行政庁等の諮問に応じて、答申すること。</p> <p>(12) 社会一般の福祉の増進に資する事業を行うこと。</p> <p>(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。</p> <p>(14) 行政庁から委託を受けた事務を行うこと。</p> <p>(15) 国際親善の増進を図ること。</p> <p>(16) 無料職業紹介事業を行う。</p> <p>(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。</p> <p>(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。</p>			

## 2. 事業概要

羽曳野市商工会

<p><b>(1) 事業の目標</b></p> <p>小規模事業者が抱える経営問題解決のため、相談・指導業務の強化と充実を図り、特にコロナウイルス感染症の影響による相談については積極的に取り組み、指導員間での相談内容の共有化は勿論の事、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労務・金融・税務をはじめとするの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、コロナウイルス感染症予防のため事業の実施は制限されるものの、事業継続計画セミナー・労働啓発セミナーには積極的に取り組みます。また、百舌鳥・古市古墳群の世界文化遺産登録決定後の地域活性化施策を鑑み、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を目的とした事業、さらに市内商店街の活性化と小売業・サービス業の販路開拓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。</p>
<p><b>(2) 事業を実施した具体的な内容、方法及び工夫した点</b></p> <p>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と問題点、また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。コロナウイルス感染症予防のため開催する事業には制限はあったものの、羽曳野ブランド認定事業・小売店舗の販路拡大事業では、販売商品の認知度の上昇と販路拡大を目的として積極的に事業を推し進めました。また、事業継続計画・労働啓発の各セミナーでは、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。</p>
<p><b>(3) 事業を実施した効果、所管地域の活性化の状況</b></p> <p>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。本年度は新型コロナウイルス感染症の影響による資金調達相談に答えるため、経営指導型と紹介型の金融支援を大幅に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小売店舗の販路開拓事業では、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云う声が聞かれました。広域で実施したワークライフバランスを考えるセミナーや事業継続計画策定のセミナーを、著名人や専門家を講師として迎え開催し、実践を経験した方々からの講演内容に、参加者からは事業継続計画が今後の重要課題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。</p>
<p><b>(4) 事業を実施した結果浮かび上がった課題</b></p> <p>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、コロナ禍の中での事業として開催時期・開催内容等にやや苦慮した点があり、達成率は目標数値を下回る数字を示した事業がありました。今後は、コロナ禍の中での開催については、集客率の向上を考えると同時に、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もコロナ禍の中、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り、参加者を集めることに戸惑いを感じました。</p>
<p><b>(5) 次年度の取り組み</b></p> <p>新たな国の中小企業施策が発表され補助金・給付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。来年度についても、新型コロナウイルス感染症対策における、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。</p>

3. 経営相談支援事業・専門相談支援事業 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					
<p>小規模事業者が抱える経営問題解決のため、特に新型コロナウイルスの影響による経営相談(金融支援・労務支援・補助金、給付金等申込み)については、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ました。また、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きめ細やかな支援を行いました。さらに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。</p> <p>(事例)</p> <p>事例としては、新型コロナウイルス感染症の影響により学生客と夜間の人通りの減少が売上に大きな影響を与えた小売業の事例です。4月にマル経融資の返済条件緩和の相談を受け、緊急事態宣言中でもあり返済条件緩和支援として返済金を元金据置、利息のみとした返済方法を提案、運転資金として余裕が発生するとの判断の支援を行いました。しかし年末近くになり手元資金に不安を覚え返済緩和中にも係わらずマル経融資申込みの相談があり、公庫の担当者と協議を重ねた結果、コロナマル経運転資金の申込みを借替で据置12ヶ月希望での申込みに至りました。最終的には手元に運転資金が注入され、返済は1年後から利息は3年間返済負担軽減での貸付となりました。但し1年後に返済が始まるまでに新型コロナウイルス感染症の終息を願うのはもちろんの事、今後の経営計画・販路拡大・人件費等の諸経費節減など課題は山積みであり、経営支援全般として継続的な支援を行っていくとの結果に至りました。</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	365	365	100.0%	5
支援機関等へのつなぎ	支援数	7	6	85.7%	4
金融支援(紹介型)	支援数	60	57	95.0%	5
金融支援(経営指導型)	支援数	150	160	106.7%	5
マル経融資等の返済条件緩和支援	事業所	1	1	100.0%	5
資金繰り計画作成支援	事業所	12	12	100.0%	5
記帳支援	事業所	22	18	81.8%	4
労務支援	支援数	70	68	97.1%	5
人材育成計画作成支援	事業所	0	0	0.0%	1
マーケティング力向上支援	事業所	2	2	100.0%	5
販路開拓支援	支援数	4	4	100.0%	5
事業計画作成支援	支援数	13	12	92.3%	5
創業支援	事業所	5	4	80.0%	4
事業継続計画(BCP)作成支援	事業所	0	0	0.0%	1
コスト削減計画作成支援	事業所	13	13	100.0%	5
財務分析支援	事業所	10	14	140.0%	5
5S支援	事業所	2	3	150.0%	5
IT化支援	事業所	1	2	200.0%	5
債権保全計画作成支援	事業所	0	0	0.0%	1
事業承継支援	事業所	1	0	0.0%	1
災害時対応支援	事業所	0	0	0.0%	1
フォローアップ支援	事業所	20	24	120.0%	5
結果報告	事業所	360	365	101.4%	5

II 専門相談支援事業						
支援のポイント・成果						
<p>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助成金等の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(特にコロナ特別貸付)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の事案解決の支援を行いました。</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
税務支援	継続	延べ相談件数	660	695	105.3%	5
労務支援	継続	延べ相談件数	12	15	125.0%	5
金融支援	継続	延べ相談件数	12	24	200.0%	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	15	125.0%	5

Ⅲ 地域活性化事業										
支援のポイント・成果										
<p>本年度は、新型コロナウイルスの影響により計画していた単独での地域活性化事業の中で「経営者交流事業」「キャッシュレス決済普及推進事業」「中小企業事業主と高校生との交流事業」「先進地視察研修事業」については残念ながら未実施との判断を余儀なくされました。その中で、世界文化遺産登録が決定したことを受けて計画した販路の拡大と新規顧客の開拓を目的として実施した羽曳野ブランド認定事業と小売店舗の販路開拓支援事業では、販売促進と店舗のPRになり新規顧客が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かれ目的達成となった反面、コロナ禍の中の事業であり実施時期の問題と、参加店舗の中には来店客が皆無でありPR不足ではとの声があり、来年度への課題としての改善点と反省点が浮き彫りとなりました。一方、広域事業として開催した「ワークライフバランス実現のための啓発に向けて」についての労働セミナーでは、テレビ・ラジオ等出演の有名講師の活力ある講演内容の中で「ワークライフバランスが実現すれば仕事以外の生活の充実により仕事へのモチベーションがアップする」という信念を持っての講演に、参加者からは転職者の受け入れに経営者として姿勢を変えていく必要性、従業員指導の中で相手の良い点を探して褒め、相手をポジティブに受け入れ「考えて行動する」ことを伝えたいとの声もあり内容全般についても飽きさせることなく好評を得ました。また、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。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・店舗経営対策等コロナ禍の中で、出来る範囲での経営支援に寄与しました。今後は、広域事業での労働環境改善セミナー、単独事業での羽曳野ブランド認定事業・小売業活性化施策には継続的に取り組み、コロナ禍が終息した時点では百舌鳥・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、その他視察研修事業・IT活用支援事業には積極的かつ重点的に取り組んでいきます。</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	
	小規模店舗の販路開拓支援事業	40	35	87.5%	70	来店客数が増加した割合	70	17	24.3%	3
	羽曳野ブランド認定事業	45	14	31.1%	77.3	販路拡大により売上増加した割合	70	50	71.4%	4
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	
○	BCP策定支援事業	90	40	44.4%	88	大阪府簡易版のBCP等を作成した事業所数	90	40	44.4%	4
○	労働啓発セミナー	90	40	44.4%	93.5	セミナー内容が参考になった割合	80	100	138.9%	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。

羽曳野市商工会

事業名		小規模店舗の販路開拓支援事業								
想定する実施期間		令和2 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)	<p>当地域の小規模店舗は、人口減少、顧客の高齢化、消費の域外流出等により、厳しい経営環境に置かれている。常連客が減少していく中、地域店を利用していない消費者や観光客等の地域への訪問者をターゲットとした新規顧客開拓の取組は小規模店舗にとって重要な課題である。また、当地域では令和元年7月に百舌鳥・古市古墳群が世界文化遺産に登録され、観光客増加を目指す取組が進められている。地域の事業者がこの機会を活用し、自らの商売拡大につなげていくことも課題である。</p> <p>本事業において、今まで来店していなかった地域の消費者や今後増加が期待される観光客が地域の小規模店舗に来店するきっかけとなる取組をおこない、本事業が小規模店舗の販路開拓につながることを目指す。</p>								
	支援する対象 (業種・事業所数等)	近鉄古市駅周辺の小規模店舗 約100店舗（飲食・小売・サービス業等） 羽曳野市内で乗降客が最も多く、古墳群散策の拠点ともなる古市駅付近の店舗を重点的に支援。								
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>&lt;クーポン付きマップの発行&gt; 小規模店舗への来店を促すきっかけとなるよう、近鉄古市駅周辺の店舗を紹介したクーポン付きマップを発行した。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・クーポン付きマップ発行枚数：3,000枚</li> <li>・掲載店舗数：35店</li> <li>・配布場所：近鉄古市駅、駅前の観光案内所、図書館等の市内公共施設15ヶ所、市内郵便局</li> <li>・クーポン配布期間（利用可能期間）：令和2年12月24日～令和3年2月28日</li> </ul> <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								
		②広域連携								
	③市町村連携	本事業への参加店舗募集、クーポン付きマップの配布活動において、羽曳野市産業振興課と連携し、事業を実施した。								
	④相談相乗	クーポンの利用状況を調査し、事業実施後に各店舗のフォローを行い、各店の状況をヒアリングできたので、個別の経営相談事業につなげていくきっかけとなった。								
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)	40.0	総支援企業数(実績)	35.0	支援実績率	87.5%	満足度	70.0	
	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)	近鉄古市駅周辺の35店の店舗情報と地図とクーポンを掲載した「はびきのクーポン付きマップ」を3000枚発行した。クーポン掲載35店のうち、21店でクーポンの利用があり、6店がクーポン付きマップの発行事業が売上増加につながったとアンケートで回答。クーポン利用者数（延べ人数）は200人（概算）。店舗情報を配布地図に掲載することにより、店舗のPRにもつながり、経営資源に限りがある小規模店舗にとって、無料で店舗情報をPRできた本事業は一定の効果があったと評価いただいている。今回の取り組みを通じて、自らの店舗の顧客へのアピールポイントを検討する機会にもなったとの声もあり、今後の販路開拓や店舗PRを行っていくきっかけづくりにもなった。								
		代表指標	来店客が増加した事業者の割合							
		数値目標	70%	実績数値	17.0%	目標達成度	24.3%			
	成果の代表事例	ご当地ハンバーガーを販売しているカフェにおいて、クーポン利用の新規のお客様の来店及びお客様の再来店があり、クーポンの掲載によりお客様が少し増加した。また、別のカフェでも、新規のお客様がクーポンを持って来店されたと、新規顧客開拓につながった事例は複数ある。								
その他目標値の実績	目標値(計画)	1,500	目標値(実績)	200	目標達成度	13.3%				
	クーポン利用者数（延べ人数）は目標1500人、実績200人（概算）であった。									
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)	クーポンの認知度やクーポンの利用実績数の低さが事業参画事業所の満足度や目標達成度の低下の原因となっていると想定される。従って、クーポン付きマップのPR方法、配布場所、配布枚数等を検討しなおし、クーポンの認知度を向上させ、利用実績数を増加させていく必要がある。次期はクーポン発行枚数の増加、配布箇所の増加、配布期間の延長、本事業のPRの強化等の取り組みをおこない、クーポン利用実績数を向上させ、事業所の満足度を高めていきたい。また、参加店舗による事業のPRへの協力も依頼し、参加店舗と一体となって地域店舗が活性化する事業を展開していきたい。								

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 1月上旬～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 3月16日 LICはびきの小会議室 ) 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12月～令和3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)	45.0	総支援企業数(実績)	16.0	支援実績率	35.6%	満足度	77.3	
	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)	コロナ禍の中、羽曳野ブランド認定事業は二年目を迎え、2企業2商品を新規登録する事ができた。 来年度からは、昨年認定された12企業と連携し、イベント等でPR及び販売を行なえる様になった。今年度は、緊急事態宣言や自粛により、全体的に売上は減少傾向にあるが、通販サイトでの売上は微増しているとの報告が多数ありました。								
		代表指標	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	50.0%	目標達成度	71.4%			
	成果の代表事例	A社 羽曳野ブランド認定により、商品の注文数、購入数が増加傾向であった。 コロナ禍によって、緊急事態宣言が発令され休業となる店舗が多い中、影響の受けなかった道の駅のテナント店での売上が増加した。 登録された古墳パフェや珈琲セットは、店舗やネット販売でも一番売れている商品です また、来年度イベント開催可能時には、参加し登録商品を大々的にPRし販路の拡大を目指して行くとの事でした。								
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のか)	本年度は、2社の企業の2商品しか登録できなかった。 予定では4企業から申込書を受け取る予定ではあったが2企業が間に合わなかったため、次年度に登録するとのお声も頂いている。 次年度には、イベントも開催されるはずなので、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。								

【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)	15.0	支援企業数(実績)	2.0	支援実績率	13.3%	満足度	65.0
	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)	羽曳野ブランド認定事業は二年目を迎え、2企業2商品を新規登録することができた。今後作成されるブランド認定商品チラシと、HPへの掲載を行い商品のPR活動を行う。イベント等の情報を入手したい情報を提供するものとする。							
		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	50%	目標達成度	71.4%			
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)	15.0	支援企業数(実績)	2.0	支援実績率	13.3%	満足度	65.0
	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)	羽曳野ブランド認定により、道の駅のはびきのブランド専用ブースでの販売が可能になった。コロナ禍によって、緊急事態宣言が発令され休業となる店舗が多い中、影響の受けなかった道の駅での売上は微増したとの事。							
		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	50%	目標達成度	71.4%			
その他目標値の実績	目標値(計画)		目標値(実績)		目標達成度				
	販売場所がレジ前という一番目立つ所故、売上は少々上昇したとの事。								
実績／達成度③	計画に対する実績(数値)	支援企業数(計画)	15.0	支援企業数(実績)	12.0	支援実績率	80.0%	満足度	79.5
	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)	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。 (コロナ禍によりほぼ中止。) 東京で開催されたニッポン全国物産展(11月)にて6企業、天神橋筋商店街(12月)にて6企業ずつのPRを行った。 賞味期限上では、ロールケーキ、酒類免許の関係上ワイン関係は販売できなかったがポップや資料にて紹介、店舗チラシの配布も行った。 来場者もコロナ禍のわりに多かったが試食等も行えなかったので売上は芳しくなかった。認定企業に聞き取りを行ったところ、今年度は緊急事態宣言や自粛により全体的に売上が減少しているが、通販サイトでの売上が微増との報告がありました。							
		指標	自社製品のPRをする事による販路拡大支援に伴う売上増加						
	数値目標	15	実績数値	12	目標達成度	80.0%			
その他目標値の実績	目標値(計画)		目標値(実績)		目標達成度				
	今年度は販売イベントや展示会、商談会の自粛(中止)が相次ぎ、開催されるイベント自体が少なかった。何とか開催出来た2会場での売上の以前に比べ減少していた								

羽曳野市商工会

事業名		事業継続計画(BCP)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)	中小企業の事業継続に悪影響を及ぼす脅威(地震 風水害 情報セキュリティ事故等)が発生した場合、基幹となる事業が停止し、結果多くの企業が、事業から撤退せざるを得ないケースが多く見られる。事業継続計画(BCP)を策定し、重要な事業を継続できる体制づくりが企業に求められる重要な責務となっています。事業所の価値を高める取り組みとして啓発していくことを目的とします。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	今後事業を継続させていく小規模事業者							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	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るが、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られません。河内ブロック商工会地域に於いては、沿岸地区と比べて取組は進んでいない為、令和2年11月19日に、講師をお招きし、富田林市市民会館に於いてセミナーを開催しました。大阪府の超簡易版BCP「これだけは!」シートの活用についても紹介して頂いた。 <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									
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)	90.0	総支援企業数(実績)	40.0	支援実績率	44.4%	満足度	70.0
	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)	潜在化している脅威による損失と影響を事前(平常時)に分析し、その結果に応じた対策の検討と導入を行うことで、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対策に取り組む事で、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を確認しました。セミナー参加者には、大阪府 超簡易版BCP「これだけは!」シートの作成や、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。							
	代表指標	大阪府簡易版のBCP等を作成した事業所数							
	数値目標	90	実績数値	40	目標達成度	44.4%			
	成果の代表事例	いつ起こるか分からない自然災害や伝染病・感染症に対してBCPを策定することは、あらゆる組織にとって喫緊の課題となっています。BCP(事業継続計画)の解りにくい概念を説明し、重要性を認識してもらい、事前の備えとする。							
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)	大企業に比べ、中小・零細企業では十分に認知されていませんが、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。BCP策定が必要とは考えているものの難解で取り組みにくいという印象があるが、これからも普及促進に努めていきたい。又2020年1月以降、国内外で蔓延している新型コロナウイルス感染症の影響により、事業の継続が困難となっている事業所が多数発生しています。大阪府商工会連合会の策定支援制度の新たな「新型コロナウイルス感染対策マニュアル」も紹介していきたい。							

羽曳野市商工会

事業名		労働啓発セミナー							
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)	2019年4月には「働き方改革を推進するための関係法律の整備に関する法律」が施工されるなど、いま事業所は、働き方改革とワーク・ライフ・バランスの実現に向けて、待ったなしの状況にあるといえます。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事で働きやすい労働環境を整備することができるのかを検討することを目的とする。							
	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	労働者が仕事と生活の調和を実現することは、事業所にとっても重要な課題です。社員一人一人の「仕事と生活の調和」が実現すれば、社員の意欲が高まり、最大限にその能力を発揮することができる環境が整います。どのようにしてワーク・ライフ・バランスの実現に取り組むかを、講師を招いて、令和2年11月19日に富田林市市民会館に於いて、大阪府総合労働事務所と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	大阪府総合労働事務所・河内ブロック各商工会とで連携を取り合い広域でセミナーを開催しました。河内地域全域にその意義を周知するとともに、留意すべき内容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・大阪狭山市の広域で連携する。							
③市町村連携									
④相談相乗									
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)	90.0	総支援企業数(実績)	40.0	支援実績率	44.4%	満足度	93.5
	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)	ワーク・ライフ・バランスが実現すれば、仕事以外の生活の充実により、仕事へのモチベーションがアップし、又長時間労働の改善により、限られた時間内の業務効率を考え、生産性の向上が期待されます。新型コロナウイルス感染症の対策として外出自粛や飲食店等の時短営業などが続いている令和2年度、企業活動にも変化がみられるようになりました。出社しなくても自宅などで仕事ができるテレワークには、多くの企業が注目しています。いま中小企業の職場環境や働き方にどのような変化が起きているのか、今後働きやすい労働環境をどのように整備するかを考えていくセミナーでありました。又参加者に大阪府総合労働事務所より頂いた関係資料も配布し活用するよう促した。							
		代表指標	セミナー後実施したアンケートで「理解できた 参考になった」と回答した割合						
		数値目標	80%	実績数値	100.0%	目標達成度	125.0%		
	成果の代表事例	働き方改革を成功させている事例(○効率性重視の改革 ○イノベーションの創出 ○人材評価の基準そのものを変える)や、最も大きな比重を占めている残業原因(○e-mail ○会議 ○打合せ)等について分かりやすく解説して頂き、いかにこの難局を乗り越え、社会の変化に対応していく糸口となる内容でした。							
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のか)	中小・零細企業の多くは労働環境の面では働きやすい環境が十分に整っているとまでは言えません。ウイズ/アフターコロナで働き方が変わるという見方もありますが、国内企業の大半を占める中小・零細企業ではテレワーク導入率が著しく低いというのが現状です。このような状況下でも労働環境の向上を積極的に推進することが必要であると考えます。又令和3年度については前年からの感染症対策としてセミナーをリモートでもできるように準備する。							