

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	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 振興課長兼総務課長 梅川 幸嗣
	連絡先	TEL（直通）： 072-365-3194 Fax： 072-366-8584 E-mail： oscsocai@silver.ocn.ne.jp
①設立年月日		昭和43年10月28日
②職員数 （うち経営指導員数）		6名（経営指導員6名）（令和3年1月時点）
③所管地域		大阪狭山市の区域
④管内事業所数		1,835（平成28年度経済センサス）
⑤管内小規模事業者数		1,251（平成28年度経済センサス）
⑥会員数（組織率）		1,200（65.4%）（令和3年1月時点）
※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）		
<ol style="list-style-type: none"> 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. 外国人技能実習生の受入に関する事業を行うこと。 15. 職業紹介事業を行うこと。 16. 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業務を行うこと。 		

(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・支援に対し、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持続化・安定化に寄与したい。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参りたい。

(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。特に、本年度は新型コロナウイルス感染症拡大に伴い、資金繰りや各種給付金等の相談が急増したため、中小企業診断士等の専門家と綿密に連携しながら、効率的な相談窓口対応を実施できたものと考えている。

また、各種補助制度等が前年のないスピード感をもって実施されていく中、管内事業所へ対し、商工会HP上で情報をとりまとめて発信する、DMを送送する等、経営情報の発信を強化し、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、感染症拡大予防の観点からやむなく実施できなかった事業もあるものの、ZOOM等を活用する等、「新しい生活様式」に適応した方法での次世代型の開催方法を実施できたものである。

(3) 事業を実施した効果、所管地域の活性化の状況

小規模事業者が直面した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やわかりやすい情報の提供に努め、経営の持続化、安定化に貢献した。また、小規模事業所における『資金繰り』に関する金融面や給付金等の相談・支援に商工会が果たした役割は大きいものであったと認識している。

(4) 事業を実施した結果浮かび上がった課題

矢継ぎ早に実施される支援情報は小規模事業者にとってその情報の入手、対応は容易なものではないため、引き続き情報の発信と、支援に努めて参りたい。また、新型コロナウイルス感染症の拡大状況等、自助努力では解決しない問題が今後の経営を不透明化させているという課題に直面しているものの、小規模事業者も事業計画やBCPの作成等、前向きに対応していける課題は各々の事業所にもあるため、伴走的な支援の中で取り組んで参りたい。

また、地域活性化事業においては、「新しい生活様式」に適応した事業推進方法の構築、ポストコロナを見据えた事業の在り方等、商工会が儲かる地域づくりで果たす役割は大きいものと考えている。

(5) 次年度の取り組み

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”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激な拡大により、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3年度も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。

I 経営相談支援事業

支援のポイント・成果

新型コロナウイルス感染症の影響により、例年になく急増した窓口相談に経営指導員が年間を通じ対応、きめ細やかなサービス提供を心掛け、支援を実施した。急激な売上減少に伴う固定費等の支払いに備え、融資や給付金の活用等、資金繰り対策を支援しつつ、「新しい生活様式」に対応した営業スタイルの確立に向けた準備や補助制度の活用等、各専門家と綿密に連携しながら経営支援を実施したものである。

昨年度までの日常支援で経営実態を把握している事業所に対しては、スムーズな課題解決が図られ、施策の利用促進が効果的に実施できたことから、日常支援や巡回相談の重要性を再認識するとともに、今後の課題としては、未だ商工会を活用されておられない小規模事業者へ対するアプローチを挙げる事ができる。

また、さまざまな施策が年間を通じ、新たに創生、または改正されていく状況の中で、小規模事業者が経営情報不足に陥らないよう商工会HP、各種DM等を活用し、情報発信の強化に意識的に取り組んだ。

大阪府による利用者アンケート評価結果（令和元年度）を見ると、利用者満足度においては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、

【12-02-47】飲食業

当店においては、新型コロナウイルス感染症の感染拡大の影響を受け、売上の減少に伴い、賃料や人件費といった固定費を中心に資金繰りに問題を抱えていた。そこで、既存の借入れのある日本政策金融公庫において、コロナ特貸制度を活用した借り替えを支援する事で、速やかな資金調達に繋がり、当面の資金繰りの緩和につなげる事が出来た。また、側面的には、雇用調整助成金制度の活用における各種協定書の締結の仕方や申請に必要となる帳票類の事前確認を行う事で人件費にかかる負担の軽減にも繋がり、新たな事業展開を模索する気持ち的な余裕を持って頂くことが出来た。新たな試みとしてテイクアウト弁当の販売やランチ営業の開始といった今までの業態と異なる取り組みに加え、店内の感染防止に努めるため、高機能換気設備等導入に係る助成金の活用等による安心安全な店舗作りにおける支援に繋がった。

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	255	257	100.8%	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	60	60	100.0%	5
金融支援（経営指導型）	支援数	22	22	100.0%	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	0	0	-	
労務支援	支援数	76	79	103.9%	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	72	77	106.9%	5
事業計画作成支援	支援数	28	28	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	0	0	-	
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	0	0	-	
事業承継支援	事業所	0	0	-	
災害時対応支援	事業所	0	0	-	

フォローアップ支援	事業所	52	6	11.5%	5
結果報告	事業所	255	257	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、または新型コロナウイルス感染症の影響による喫緊の課題を税理士・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、持続的、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や、緊急性を有する課題に対し、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、より大きな効果とスピード感を持って実施できたと捉えている。

・満足度…法務（85.7%） 経営（90.3%） 労務（88.3%） 税務（82.1%：確定申告指導会を除く）

・貢献度…法務（81.4%） 経営（82.8%） 労務（86.7%） 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
法務相談	継続	支援件数	8	7	87.5%	5
税務相談	継続	支援件数	330	302	91.5%	5
経営相談	継続	支援件数	20	29	145.0%	5
労務相談	継続	支援件数	8	6	75.0%	5

Ⅲ 地域活性化事業									
支援のポイント・成果									
<p>新型コロナウイルス感染症の影響により、当初実施計画していた「産業フェア」等が開催中止を余儀なくされたものの、他の事業においてはZOOMを活用する、招集人数を限って実施する、実施時期を変更する等、コロナ禍においても工夫しながら実施した。</p> <p>事業実施時期の状況が見通せない中、事業の準備を進める困難さを痛感するとともに、1つ1つのことを見直し、考え直す契機となる前例のない手探りの1年となった。</p> <p>小規模事業所では取り組めない事業を商工会が中心となり、参加小規模事業者の認知度の向上と販路の維持拡大、ひいては地域経済の振興に貢献できるよう各種事業を展開したものである。</p> <p>特に、令和2年度においては、ZOOMを併用したセミナーを開催し、参加事業所の負担軽減と感染症対策を講じることができたが、進め方等の課題も新たに見えたので、今年度の反省点を踏まえ、より一層の効果を生み出せるよう次年度以降に活かして参りたい。</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	
	個店売上拡大支援事業(まちゼミ)	27	18	66.7%	85.7	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	80	100	125.0%	5
	個店魅力発信支援事業(まちバル)	45	30	66.7%	77	新規顧客が増加したという割合	70	73	104.3%	5
○	キャッシュレス化コーディネート事業	20	16	80.0%	87.5	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	70	86.7	123.9%	5
	商業活性化事業	4	4	100.0%	82.5	販促活動に貢献したという割合	70	82.5	117.9%	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	
	長野・狭山異業種交流会	24	22	91.7%	95	自社の経営改善につなげられるとした割合	70	73	104.3%	5
○	ものづくり人材育成支援事業	15	16	106.7%	90	自社で活用できると感じた事業所数	10	15	150.0%	5
	番頭さん養成塾	47	46	97.9%	82.0	経営資源の管理・運用ができてきたという回答割合	70	85.2	121.7%	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。

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）	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等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：234社（「RESAS」 2016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、期間中限定でサービス（1品サービス等）を加えた形の参加店のオリジナル商品やこだわりのメニューを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。今開催においては、新型コロナウイルス感染拡大の対策から3日間という短期間の開催から15日間へと期間を延長し、また、チケット制で無く注文時に直接お支払いする形に変更。回遊性をもたせる為にスタンプラリー形態で実施。開催時期についても過去の9月から3月に延期して開催。 開催：令和3年3月8日（月）～22日（月）の15日間。 場所：大阪狭山市内の30店舗 <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"></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">市内にある飲食店の情報発信と地域を盛り上げる為にバルチケットを市のふるさと納税返礼品に登録。（但し、今開催ではチケット制を中止）</td> </tr> <tr> <td>④相談相乗</td> <td colspan="5">販路開拓支援を含み、金融支援等を含めて9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バルチケットを市のふるさと納税返礼品に登録。（但し、今開催ではチケット制を中止）					④相談相乗	販路開拓支援を含み、金融支援等を含めて9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バルチケットを市のふるさと納税返礼品に登録。（但し、今開催ではチケット制を中止）																														
④相談相乗	販路開拓支援を含み、金融支援等を含めて9件のカルテ化の実績があがった。																														
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)	30.0	支援実績率	66.7%	満足度	77.0																							
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）	<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、このコロナ禍において安心して来店してもらえるよう積極的に感染対策に取り組まれ、PRを行う姿勢もみられ、バル事業を通じて従来のメニューによるサービス以外の所での取り組みにも繋がった。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>代表指標</td> <td colspan="6">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>73.0%</td> <td>目標達成度</td> <td colspan="2">104.3%</td> </tr> </table>						代表指標	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	73.0%	目標達成度	104.3%												
代表指標	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	73.0%	目標達成度	104.3%																										
成果の代表事例	今回、オープン間もない店舗や市内で移転された店舗さんが、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。また、全店舗ではないが、コロナの影響から来店客減になっていた状態から期間中において来店客数が増加した店舗もあった。																														
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	<p>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> <p>今回、コロナ禍において食を通じた事業の開催を行うという事で、参加店舗の募集には例年以上に厳しい状況であった。が、その中でも感染対策に取り組み、この厳しい状況下で何とかして集客に繋げようという気持ちを持っている店舗が一定数いらした事は、今後の励みとなった。また、お店を回遊する仕組みを従来のチケット制からスタンプラリー制に変更したことで、チケット制では参加しにくかった店舗の参加という効果は見られたものの広報不足等も相まって参加者にとっては馴染みにくいものとなった感は否めなく、事業自体は不十分な形になってしまった。今後は、お店の感染対策の取り組み等についてもしっかりとPRを行う事で、参加者の方にも安心して来店してもらえる、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。</p>																														

大阪狭山市商工会

事業名		個店売上拡大支援事業（まちゼミ）							
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」よりもそこでしか体験する事が出来ない体験型サービスである「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小規模事業所を対象とする 対象事業所数：767社（平成28年経済センサス）							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	開催時期：令和2年1月18日（月）～2月14日（日） 参加店：16店 講座数：17講座 のべ74回の開催。 まちゼミ受講者：60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」にもチラシを折込し、周知に努めた。また、情報発信として商工会HPやフェイスブックを活用 また、令和3年3月28日（日）・29日（月）には春休み期間中の子供向けに「キッズまちゼミ」を市立公民館と共催で開催し、参加店：7社 講座数：8講座についても開催し、93名の受講者があった。							
		<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		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。			
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)	27.0	総支援企業数(実績)	18.0	支援実績率	66.7%	満足度	85.7
	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）	「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は引き続き見受けられ、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様々な取り組みにも顕著に現れた。ただ、新型コロナウイルス感染症の感染拡大がなかなか収束せず、声を出す講座や接触型の講座を開催される方については、感染リスクを懸念され参加申込をキャンセルされる方もいらっしゃった。今開催においては、非常に大変な時期ではあったが、いつもの開催に比べ、より感染対策に配慮し、また、少人数での開催ということで、いずれの講座にもいつもより多くの申込があり、開催された事業所にとっては満足していただけるものとなった。また、本来は夏休みに開催している「キッズまちゼミ」についても春休みに延期し開催をしたが、年度変わりの多忙な時期にも関わらず、多くの子供たちに参加をして頂き、お店のPRを十分にさせていただく結果となった。							
		代表指標	「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	100.0%	目標達成度	125.0%		
	成果の代表事例	このコロナ禍ではの取り組み（講座）を検討され、今までの発声を伴う講座から極力会話を抑える楽器の扱い方をメインに切り替えた内容にされる事で、対象人数こそはいつもより少なくなったが、参加された方の関心を上手に引き出しながら通常のレッスンに通っていただける成果につながった事業所があった。このようにコロナ禍で、いつもより少人数の講座が増えたが、逆に参加者1人1人のニーズに応えられる時間を持つ事が出来、新しい顧客の獲得につながったという事業所からの声が聞かれた。							
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%			
	新規顧客の獲得及び売上増に繋がった参加店								
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）	前回より開催前・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、今年度も引き続き情報交換をする事が出来たが、コロナ禍において集まる機会が減少した。また、今回からこのコロナ禍における新たな取り組みとして「オンラインまちゼミ」という形で、ZOOMを活用した講座の開催も実施をしたが、事前の勉強会等における活用方法の説明や周知が不十分なものとなり、十分な効果を得ることが出来なかった。Withコロナと呼ばれる環境下で、オンラインの活用は不可欠なものとなる事より、引き続き効果的な取り組みにつながるよう努めていきたい。							

令和2年度（2020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		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)	<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。</p> <p>4商店会が対象(①コマヤ前商店会・②イッパコ専門店会・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(2024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(①コマヤ前商店会：4店・②イッパコ専門店会：22店・③ファミリーロード商店会：33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、まちな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。今年度は新型コロナウイルス感染症の影響もあり、事業自体を自粛する結果となった。</p> <p>参加商店会…① 参加店…4店 その他希望店…11店</p> <p>(2) 各商店会独自の支援</p> <p>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</p> <p>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 年度末 ・全商店会共通 ①②③④ …(ア)「大阪狭山市生活応援買い物クーポン券事業」の店舗支援 31店(220店の内) (イ)各種コロナ関連支援情報の提供 小規模商店が目まぐるしく実施、改正される各種支援情報の不足に陥らないよう今年度は重点的に情報の提供に努めた</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。 ・「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」11/24(火)4店(内商店会4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>								
		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2021)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。								
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)	4.0	総支援企業数(実績)	4.0	支援実績率	100.0%	満足度	82.5	
	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>(1) 共同売出し事業 …① 支援商店街数(計画)4 支援商店街数(実績)1 …4店舗 (支援実績率)25.0%</p> <p>(2) 各商店会独自の支援 …①②③④ 支援商店街数(計画)4 支援商店街数(実績)4 …101店舗 (支援実績率)100.0%</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 …101店舗 (支援実績率)100.0%</p> <p>支援企業数 104店 (内訳)①4店 ②22店 ③33店 ④45店</p>								
		代表指標	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							
		数値目標	70%	実績数値	82.5%	目標達成度	117.9%			
	成果の代表事例	ファミリーロード商店会(小売店)…給付金等、国・府・市から支援施策情報の提供を通じ、各種助成をスムーズに活用でき、経営の持続化に貢献できた。特に、本商店会では小規模商店が大半であり、支援情報が不足傾向にあるため、情報提供の重要性を再認識したものである。								
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年度をもって補助事業としては終了。次年度以降は、商工会一般事業として実施。特に、新型コロナウイルス感染症の影響により、商店会組織での事業、会合が開催できない中、また、各加盟店自体がそれぞれの経営の持続化に注力している中、自主的な事業推進が当面の間取りづらいつらいつら状況にあるとみている。本会としても、従前よりの支援は継続していくとともに、「新たな生活様式」に対応した商業活性化事業を提案して参りたい。								

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された消費税軽減税率制度。導入と同時に、キャッシュレスによる決済では、ポイント還元される国の「キャッシュレス・消費者還元事業」が始まっている。キャッシュレス化により、消費者の利便性向上とポイントの還元が実施されることから、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。 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。また、具体的な導入方法や決済方法を知りたいという小規模事業者のニーズがあることから、管内商店会を中心とした小規模商店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 1,251事業者 特に導入が遅れている管内商店会や小規模商店							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	令和2年8月27日（木）大阪狭山市商工会館にて実施。 ZOOM併用。 1部：13時30分～14時10分 「お店におけるコロナ対策について」（対策の一環としてのキャッシュレス決済） 2部：14時10分～14時50分 「キャッシュレス決済とは」 セミナー終了後、個別相談会（セミナー講師（診断士及び税理士）による相談会） <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								
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)	20.0	総支援企業数(実績)	16.0	支援実績率	80.0%	満足度	87.5
	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)	新型コロナウイルス感染症の影響をを踏まえ、非接触型のレジ清算の実現と業務効率化を目指し実施した。（支援事業所数・計画）20 （実績）16 （支援実績率）80.0% （満足度）88.0% 【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回答（目標）70（実績）86.7（目標達成率）123.9%							
		代表指標	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	86.7%	目標達成度	123.9%		
	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（パン製造小売）。お店におけるコロナ対策の一環としてスムーズな導入と業務の効率化（レジ決済、会計処理）が図られた。							
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)	令和2年度をもって補助事業としては終了。次年度以降、キャッシュレス決済導入に際し、相談ができた場合は、導入支援にとどまらず、導入後の換金手数料等の事業所負担も見据えた支援を実施して参りたい。							

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, 044者を対象(平成28年経済センサス)							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	令和2年度は、10月と11月において計2回開催。 (1回目)令和2年10月6日 (2回目)令和2年11月4日 参加者延べ22名、22社の参加 交流会は、2回とも『アイデア創出で新たな活路を見出す』～他社事例のご紹介・共有からワークショップでのアイデア創出法～をテーマとして開催。コロナ禍において既存のビジネススタイルの見直しが迫られる中、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、各事業所が自然体で取り組んでいけるよう今後の目指す内容について自社の強みやビジョンを明確化し、活か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。						
④相談相乗		交流会という打ち解けた場の雰囲気の中で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5件)							
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)	24.0	総支援企業数(実績)	22.0	支援実績率	91.7%	満足度	95.0
	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)	今回においても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。創業間もない方も今回は多く参加して頂いた為、大規模な異業種間でのコラボ(事業連携)にまでは発展しなかったが、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小さな発展が継続的に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、新たな気づ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「アイデア創出で新たな活路を見出す」がテーマという事で、自社の強みや特性をより活かし、また、全国の好事例等を紹介する事で自身のこれまでの取り組みや気付きから新たな事業展開に繋げていく考えを意識づける事が出来た。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。							
		代表指標	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	73.0%	目標達成度	104.3%		
	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、お互いの事業所の長所を他社にも紹介し合える関係に派生した事業所もあり、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、創業間もない方については、地域で先に活動されている方々と知り合えるきっかけとなり、ネットワークの拡大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)	コロナ禍においてオンラインでの交流の場が広がる中で、リアル形式の場の提供が受け入れられるものか不安であったが、例年とほぼ同数の参加数となった。実際に参加された方からも直接話をする事で、相手の雰囲気や表情等をより感じられる事からオンラインでは得られないリアルな場のいい所があるとの声も多かった。そういった意見を反映しつつ、開催形態には感染対策により配慮した形をとることで、安心して参加して頂けるように開催を行っていきたい。また、引き続き今後も開催方法(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)	多品種少量生産への対応、製品ライフサイクルの短期化、人材の確保など、現在のモノづくりの現場では様々な課題への対応・対応が迫られ、このような状況下にて、取引先と約束した「生産管理」を守るためには、現場力を計画的に鍛えていく必要があります。一方、人口減少・少子高齢化の進展により労働力人口が減少し、全国的に働き手の確保が難しくなっている中で、その対応にIoT活用などへの取り組みも進んでいます。しかし、IoT活用等は一つの手段であり、地道なカイゼン活動の延長線上にそういった手段があると考える必要があります。真に企業が成長し続けるには、「原理・原則」の活用に基づいた取り組みによる生産性の向上やそれを行える人材の育成や確保が重要となります。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での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 345事業所【平成28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	令和2年度においては、1月において計2回開催。 (1回目)令和3年1月15日 (2回目)令和3年1月22日 ※緊急事態宣言による対面・オンライン併用にて開催 『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オンライン上での交流型でのセミナーを開催。 ①～能力を引き出す現場づくり～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らるとともに生産管理の観点から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、標準化の進め方を知って頂く事で、限られた人員のなかで生産性向上、付加価値を高める為にどのように繋げていけるかを作業の見える化をデータや表を用いた課題を実践して頂き説明を行った。 それぞれのテーマを開催し、15社16名の参加であった。 <u><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></u> 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、作業の標準化を図る事で、生産性の向上における意識の啓発にも繋げる事ができ、カルテ化には繋がっていないが、「先端設備等導入計画」認定支援での実績があがった。							
	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)	16.0	支援実績率	106.7%	満足度	90.0
	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)	代表指標	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	15	目標達成度	150.0%			
成果の代表事例	画面越しに演題を提供し、動画内での作業に含むムダを見つけ出す演習や統一された作業手順とそうでない手順で結果が異なるか等の演習を行うことで、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)	コロナ禍による開催時期の見直しを行う中で、最終的な開催日時が緊急事態宣言期間中となった事で、急遽ハイブリッド形式での開催に変更を行った。リアルとオンラインの併用という事で、内容の進め方についても変更を余儀なくされた中で、オンラインを使った参加型の内容も取り込んで頂き、最低限の交流を図る事が出来、内容も概ね満足頂く結果とはなった。が、音声面で不安定な部分が出て、進行をスムーズに図る事が出来なかった。今後においてもオンライン形式での開催は求められる事から今回の反省点を活かし、次回以降はスムーズな進行が図れるようにしていきたい。また、当事業は、補助事業としては一旦終了ではあるが、経営者に対して伝えていきたい本事業の目的・内容については、重要な事と考えているので、通常の経営指導時にしっかりと伝える事で支援を行っていきたい。							

大阪狭山市商工会

事業名		“番頭さん”養成塾							
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)	“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、超高齢化社会、人手不足、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・運用能力といった基礎能力を持つ「手代さん」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14日・28コマのセミナーを実施した。</p> <p>今年度は、より効率的かつ効果的な実施を図るため、昨年度まで一括して開講していた講座を、経営資源の基礎的な管理・運営能力の養成を目指す <u>(A)手代養成コース</u> と、より応用的な能力の養成を目指す <u>(B)番頭養成コース</u> とに区分して実施した。</p> <p>(A)手代養成コース 18コマ(9日間) 【経営】2コマ(中小企業診断士)…コロナ禍における総務の役割とは 【経理】4コマ(税理士)…日常の経營業務の把握、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 【総務実務】2コマ(中小企業診断士)…総務の業務の全体像を再確認</p> <p>(B)番頭養成コース 10コマ(5日間) 【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)…コロナ第2波に備える危機管理について 【財務】1コマ(税理士)…財務諸表の見方 【法務】2コマ(司法書士)…押さえておきたい企業法務 【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】1コマ(中小企業診断士)…人材活性化の具体的な方法 【営業】1コマ(中小企業診断士)…新しい生活様式での営業体制づくり 【経営】2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> <table border="1"> <tr> <td>①府施策連携</td> <td></td> </tr> <tr> <td>②広域連携</td> <td>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</td> </tr> <tr> <td>③市町村連携</td> <td></td> </tr> <tr> <td>④相談相乗</td> <td>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。</td> </tr> </table>	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
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。								

	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	47.0	総支援企業数(実績)	46.0	支援実績率	97.9%	満足度	82.0
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)	<p>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。</p> <p>(A)手代養成コース (支援事業所数・計画) 25 (実績) 25 大阪狭山…10 富田林…6 河内長野…9 (支援実績率) 100.0% (満足度) 84.8% 【指標】経営資源の管理・運用ができるという回答 (目標) 70 (実績) 85.2 (目標達成率) 121.7%</p> <p>(B)番頭養成コース (支援事業所数・計画) 22 (実績) 21 大阪狭山…11 富田林…5 河内長野…5 (支援実績率) 95.5% (満足度) 82.5% 【指標】事業計画書を策定できるという回答 (目標) 70 (実績) 72.4 (目標達成率) 103.4%</p>							
	代表指標	(A)経営資源の管理・運用ができるという回答							
	数値目標	70%	実績数値	85.2%	目標達成度	121.7%			
	成果の代表事例	<p>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、業務に対しての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。</p>							
その他目標値の実績	目標値(計画)	70%	目標値(実績)	72.4%	目標達成度	103.4%			
	(B)事業計画書を策定できるという回答								
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>新型コロナウイルス感染症の拡大予防の観点から、ZOOM併用での開催としたが、9割以上の参加者がZOOMを利用であった。次年度以降も、大半の方がZOOM併用での受講が予想されることから、ZOOMを活用してのセミナーの事前ルールを予め決めておく等、スムーズな運営と効果的な開催方法を今年度の実績を活かしながら、次年度以降に改善して参りたい。</p>							

【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)	25	支援企業数(実績)	25	支援実績率	100.0%	満足度	84.8
	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)	事業所における経営資源(かね・もの・ひと)を管理・運営していける事務処理能力の養成を図り、事業所での手代さん的人材を育成する							
		指標	経営資源の管理・運営ができるという回答						
		数値目標	70%	実績数値	85.2%	目標達成度	121.7%		
その他目標値の実績	目標値(計画)		目標値(実績)		目標達成度				
実績／達成度②	計画に対する実績(数値)	支援企業数(計画)	22	支援企業数(実績)	21	支援実績率	95.5%	満足度	82.5
	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)	経営者と二人三脚で事業計画の立案や財務の調整を担う事業所での番頭さん的人材を育成する							
		指標	事業計画書を策定できるという回答						
		数値目標	70%	実績数値	72.4%	目標達成度	103.4%		
その他目標値の実績	目標値(計画)		目標値(実績)		目標達成度				