

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	箕面商工会議所
	代表者職・氏名	会頭 竹内 陽治
	所在地	〒562-0003 箕面市西小路3-2-30
	担当者	職・氏名 中小企業相談所 所長 渡部真衣子
	連絡先	T E L（直通）： 072-721-1300
	連絡先	F a x： 072-721-1305 E - m a i l： info@minohcci.or.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）		昭和61年4月1日 8名（経営指導員7名）（令和3年3月31日現在） 箕面市 4,215（平成28年度経済センサス） 2,630（平成28年度経済センサス） 1,140（27%）（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）		
(1) 商工会議所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。 (2) 行政庁等の諮問に応じて答申すること。 (3) 商工業に関する調査研究を行うこと。 (4) 商工業に関する情報及び資料の収集又は刊行を行うこと。 (5) 商品の品質または数量、商工業者の事業の内容その他商工業にかかる事項に関する証明、鑑定、又は検査を行うこと。 (6) 輸出品の原産地証明を行うこと。 (7) 商工業に関する施設を設置し、維持し、又は運用すること。 (8) 商工業に関する講演会又は講習会を開催すること。 (9) 商工業に関する技術及び技能の普及又は検定を行うこと。 (10) 博覧会、見本市等を開催し、又はこれらの開催のあっせんを行うこと。 (11) 商事取引に関する仲介又はあっせんを行うこと。 (12) 商事取引の紛争に関するあっせん、調停又は仲裁を行うこと。 (13) 商工業に関して、相談に応じ、又は指導を行うこと。 (14) 商工業に関して、商工業者の信用調査を行うこと。 (15) 商工業に関して、観光事業の改善発達を図ること。 (16) 社会一般の福祉の増進に資する事業を行うこと。 (17) 行政庁から委託を受けた事務を行うこと。 (18) 前各号に掲げるもののほか、本商工会議所の目的を達成するために必要な事業を行うこと。		

2. 事業概要

箕面商工会議所

<p>(1) 事業の目標</p> <p>新型コロナウイルス感染症の広がりを受け、地域中小・小規模事業者も多大な影響を受けている。新型コロナウイルス感染症をはじめとした様々な脅威を乗り越え、事業を継続させ、中長期的な成長を実現するため、迅速かつ適切な支援を実施する。相談事業においては、表面的に顕在化している目先の課題だけでなく、中長期を視野にいたした潜在的な課題の発見、解決に向けた伴走型支援により、事業者の持続的発展に寄与することを目指す。地域活性化事業においては、ポストコロナを踏まえた新たなビジネスやサービスの展開、感染症対策と需要喚起の両立に向けた事業を展開する。これら取組により、地域に根差した「必要とされる商工会議所」として地域経済の発展に寄与することを目指す。</p>
<p>(2) 事業を実施した具体的な内容、方法及び工夫した点</p> <p>「コロナ危機を乗り越える」という強い決意のもと、まずは足下の経営を維持するために、日本政策金融公庫他民間金融機関と連携し、早期の資金繰り改善、環境整備を図った。そのうえで、急激な経営環境の変化に対応するためのビジネスモデルの構築、新たな商品・サービスの創出、提供方法の変更等を通じ、持続可能な経営に向け、事業者に寄り添ったきめ細かい支援を実施した。多岐にわたる相談内容に対し、中小企業診断士の資格を持った経営指導員を中心に、外部専門家や新型コロナウイルス感染症対応専任相談員、他支援機関等と連携をし、迅速かつ専門性の高い支援を実施した。社会環境の変化に応じ、地域活性化事業は実施手法、実施内容を変更しながら都度修正、情勢を見極めながら、事業者が今求める支援と長期的な成長に繋がる支援に重点を置き事業を実施した。</p>
<p>(3) 事業を実施した効果、所管地域の活性化の状況</p> <p>当事業を実施したことで、「相談できる先があり助かった」「商工会議所さんのお陰でなんとか乗り越えられそう」といった事業者からの感謝の言葉を多くいただいた。柔軟かつ迅速な対応で、事業者の不安を和らげ、未曾有の経営環境下においても、自らの変革と推進に向けたチェンジマインドを図ることができた。新たな日常においては、地域との繋がり、地域での消費を重視する価値観の変化を素早く捉え、不安を感じずに安心して来店してもらえ環境の構築により、新たな顧客ニーズの発掘、販路開拓に繋がり、地域を活性化させるための土壌醸成に繋がった。また、当事業に積極的にオンラインを活用したことで、事業者自身のデジタル活用の後押しに繋がり、生産性向上や付加価値の向上に寄与したと考えられる。</p>
<p>(4) 事業を実施した結果浮かび上がった課題</p> <p>今年度は、軽微な問い合わせ等を含めると、例年と比べものにならない程相談件数が増え、経営指導員のマンパワー不足が目立った。深刻かつ緊急度が高い案件も増え、支援スキルの高い経営指導員に案件が集中するほか、時間的制約もあるなか十分な支援が行き届いていないという課題がある。また、経営環境が深刻化してから相談を受けるケースも多くあり、早期に相談をしてもらえような情報発信や環境構築が必要である。</p>
<p>(5) 次年度の取り組み</p> <p>先行きが不透明で日々目まぐるしく変化する経営環境のなか、地域中小・小規模事業者が脅威を克服し、事業を維持し中長期的な成長を実現するために、事業者のステージ、状況に合わせ寄り添った支援を実施する。感染拡大防止と需要喚起を両立させ、地域活性化に向けて、地域の魅力発信と新たな価値の創出を目指していく。そのために、経営指導員が積極的に情報収集、共有、提供、発信を行い、いつでも安心して相談できる、地域にとってなくてはならない支援機関となるよう、支援体制を構築していく。</p>

3. 経営相談支援事業・専門相談支援事業 箕面商工会議所

I 経営相談支援事業

支援のポイント・成果

今年度は、新型コロナウイルス感染症の影響による経営環境の劇的な変化に対応するため、新型コロナウイルスに関する経営相談窓口を設置し、経営相談専任の経営指導員を中心に、相談対応を実施した。相談対応時は、体温測定、マスク着用のほか、相談室にパーティションを設ける等の対策をし、感染拡大防止に努めながら行った。経営全般に関する相談を求める声が多く、支援対象事業者数は225件（昨年対比116%）と目標よりも多い実績となった。今までと同じ取組では事業継続すら難しくなっている事業者に向けて、ビジネスモデルそのものを変更し、時代に対応した新たな取り組みを実施できるよう「事業計画策定支援」に重点をおき、167件（昨年対比293%）の実績となった。また、先行きが見えない状況のなか、手元運転資金確保に向けた「金融支援（経営指導型）」が25件、急激な顧客の価値観の変化に合わせた「マーケティング支援」が20件となった。

代表事例：A社（製造業）

衣料製造を営む事業者である。ニッチ市場の中で、堅調に推移してきたが、新型コロナの影響により売上大幅減。新たな経営方針の模索において、事業計画の策定を支援した。その後、感染防止関連商品を開発・販売。コロナショックからのV字回復を目指し、新販路開拓中である。

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	221	225	101.8%	5
支援機関等へのつなぎ	支援数	2	2	100.0%	5
金融支援（紹介型）	支援数	3	3	100.0%	5
金融支援（経営指導型）	支援数	25	25	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	15	15	100.0%	5
記帳支援	事業所	0	0	-	-
労務支援	支援数	2	2	100.0%	5
人材育成計画作成支援	事業所	3	3	100.0%	5
マーケティング力向上支援	事業所	20	20	100.0%	5
販路開拓支援	支援数	5	5	100.0%	5
事業計画作成支援	支援数	154	167	108.4%	5
創業支援	事業所	16	17	106.3%	5
事業継続計画（BCP）作成支援	事業所	5	0	0.0%	1
コスト削減計画作成支援	事業所	1	0	0.0%	1
財務分析支援	事業所	3	0	0.0%	1
5S支援	事業所	0	0	-	-
IT化支援	事業所	6	1	16.7%	1
債権保全計画作成支援	事業所	0	0	-	-
事業承継支援	事業所	10	1	10.0%	1
災害時対応支援	事業所	0	0	-	-
フォローアップ支援	事業所	20	4	20.0%	2
結果報告	事業所	221	225	101.8%	5

II 専門相談支援事業

支援のポイント・成果

今年度も、コロナ禍においてより深い支援を希望される事業者が多く、専門相談に関するニーズは増加した。弁護士による法律相談は、従来通り経営上の様々なトラブルに迅速に対応していただき、早期の課題解決に寄与した。金融相談は、コロナ禍で資金繰りが厳しくなっている事業者に寄り添った相談対応をしていただき、税理士による税務相談は、記帳、確定申告に関する相談対応を実施していただいた。そのほか、コロナ禍を乗り越えるための経営全般に関する相談、IT化、労務支援等、事業者の抱える課題に都度適切な専門家を派遣することで、課題解決につながった。

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	相談件数	6	10	166.7%	5
金融相談	継続	相談件数	10	11	110.0%	5
税務相談	継続	相談件数	10	8	80.0%	4
経営相談	継続	相談件数	55	61	110.9%	5

Ⅲ 地域活性化事業										
支援のポイント・成果										
<p>今年度当初は、継続実施している「商業活性化アクションプラン推進事業」「経営革新支援事業」「シニア向け創業支援事業」「社会課題解決ビジネス創出事業」「北摂地デカラフェスタ」を実施予定であったが、コロナ禍で密を避けることが難しいと考えられる事業「商業活性化アクションプラン推進事業」のうちの「箕面100円商店街」と「社会課題解決ビジネス創出事業」を中止し、新しい生活様式を踏まえた感染防止と需要喚起を促進するための「商店街等の感染症対策の促進事業」を追加実施した。</p> <p>「商業活性化アクションプラン推進事業」は元々が少人数制でゼミを実施していることから、感染症対策を万全にし「みのおのまち小学校（まちゼミ）」を、夏と冬に実施した。今年度は大阪初の「オンラインまちゼミ」に取り組むため、「オンライン勉強会」を取り入れ、コロナ禍での実施に関するガイドラインを、「リアル」「オンライン」分けて作成し実施した。コロナ禍でもお店を知ってもらえるきっかけとなり、後日来店に繋がった。</p> <p>「経営革新支援事業」は、コロナ禍で急激に変化する経営環境に対応した事業変革のビジネスモデルを構築するため、感染症対策を万全に講じたうえで6日間リアル講座を実施した。感染拡大防止の観点から、グループワークや交流の機会は極力減らしたが、講師、経営指導員による参加者へのきめ細やかなサポートが事業者のマインド向上に繋がったと考えられる。事業の結果、経営革新計画へ2社申請、承認され、今後の事業展開、進むべき方向性が明確になったとの意見があった。</p> <p>「商店街等の感染症対策の促進事業」では、新型コロナウイルス感染症が蔓延するなか、不要不急の外出、移動の自粛に伴う影響を受け、新しい生活様式を踏まえた「感染症対策」と「需要喚起」を支援するため、本事業を実施した。大阪府啓発素材を活用し、箕面市のキャラクター「たきのみちゆずる」バージョンのポスターの作成、配布により来店に対する不安を和らげることで、店舗の需要喚起に寄与したと考えられる。</p> <p>「シニア向け創業支援事業」は、新型コロナウイルス感染症の感染状況を鑑み、リアルとオンラインを組み合わせたハイブリッドで実施した。従来よりは交流の機会が減ってしまったが、ワークの際にもパーティションやフェイスシールドを活用するなど、感染症対策を万全にしながら工夫をしたことで、毎回満足度の高い結果となった。講師は中小企業診断士の資格を持った経営指導員がメインで担当することで、その後の相談を実施しやすい環境を構築した。</p> <p>「北摂地デカラフェスタ」は、事前の説明会や勉強会はオンラインを活用し、イベント当日は感染症対策を講じ実施した。イベント自体への入場制限もあり、来場者数は大きく減少したが、出展者数は昨年比で4店舗増加し、満足度も向上した。レイアウトの工夫や勉強会の動画配信により、出展者自らが商品や魅力を伝えることができたと感じており、当日の収益、消費者ニーズの収集に役立てることで新たな販路開拓に繋がれたと考えられる。</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	
	商業活性化アクションプラン推進事業	30	29	96.7%	78.0	1店舗あたりのまちゼミ事業への集客人数	10	4	40.0%	4
○	経営革新支援事業	15	14.5	96.7%	89.1	経営計画策定事業者数	1	2	200.0%	5
○	商店街等の感染症対策の促進事業	40	42	105.0%	72.6	「感染症対策に対する意識が高まった」と回答する事業者の数	35	24	68.6%	3
(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	
○	シニア向け創業支援事業	55	28	50.9%	85.4	ビジネスモデル作成者数	20	18	90.0%	3
	北摂地デカラフェスタ	50	61	122.0%	82.6	1店舗当たりの当日売上高(開催期間の合計)	100,000	87,989	88.0%	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。

箕面商工会議所

事業名		商業活性化アクションプラン推進事業													
想定する実施期間		H15 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)	箕面市内では、小売・サービス業をはじめとした商業の事業者が多いことから、市内の商業活性化を目的とし、平成15年より継続的に本事業を実施している。商業活性化のソフト事業として、長期にわたり商店街で定期市等を継続実施し、平成22年度より北摂地域初となる「箕面100円商店街」を毎年恒例イベントとして実施していたが、今年度はコロナウイルス感染症拡大防止の観点より実施を中止した。こんな状況であるからこそ、顧客との関係性構築は重要であると考えられるため、平成24年度から実施している「みのおのまち商学校（まちゼミ）」は、各個店が感染症対策を徹底し、少人数で開催を実施した。													
	支援する対象 (業種・事業所数等)	商店街組合及び商店街を形成する箕面地区の事業所（約150事業所）及び桜井地区の事業所（約70事業所）、栗生地区の事業所（約20事業所）、小野原地区の事業所（約30事業所）、牧落地区の事業所（約30事業所）その他商店街以外の小売・サービス業													
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>「第16回、第17回「みのおのまち商学校（まちゼミ）」</p> <p>今年度は、従来のまちゼミとは全く違ったまちゼミとなった。新型コロナウイルス感染症対策を盛り込んだ「新しいまちゼミ」を夏と冬に実施した。コロナ禍においても『元々少人数制のゼミである』『自店で開催するため感染対策に目が行き届き万全の体制がとれる』『「オンラインまちゼミ」の取組開始』等従来のイベント開催が難しい状況下でも、箕面市民の方に楽しんで頂きたいと事業者が協力し合い実施することができた。事業者が取り組みやすいように、夏は開催期間を2か月間に延長した。大阪初の「オンラインまちゼミ」に取り組むために、松井洋一郎氏の勉強会を「オンライン勉強会」にて実施。すでに「オンラインまちゼミ」を開催した地域の事例から<メリット・デメリット><課題の対応>について学び、コロナ禍での【ガイドライン】を「リアル」「オンライン」に分けて作成した。利用者にとっても、あまり知られていないお店を知るきっかけとなり、まちゼミを楽しみにしている見込み客が増え、チラシが配られると開催後も保管しており、後日来店されるケースもよく聞くようになった。</p> <p>≪実績≫</p> <p>第16回 令和2年8月29日（土）～10月31日（土） 参加事業所数：26事業所 講座数：58講座 73回 延べ参加人数：136名</p> <p>第17回 令和3年1月17日（日）～2月28日（日） 参加事業所数：23事業所 講座数：41講座 31回 延べ参加人数：62名</p> <p>まちゼミ創始者によるオンライン勉強会 日時：令和2年8月28日（金） 参加者数：8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> <table border="1" style="width:100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width:10%;">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>箕面市が策定した商業活性化ビジョンを受け、箕面商工会議所が具体的アクションプランを遂行するという形態で、箕面市からの補助金を受けて事業を実施している。市内関係施設にチラシ、ポスター設置、後援名義の使用など、協力体制をとった。</td> </tr> <tr> <td>④相談相乗</td> <td>後日、事業がきっかけで来店した客の固定客化やアプローチの方法などのアドバイスをを行い、販路支援やマーケティング支援等に発展させた。カルテ化7件。</td> </tr> </table>							①府施策連携		②広域連携		③市町村連携	箕面市が策定した商業活性化ビジョンを受け、箕面商工会議所が具体的アクションプランを遂行するという形態で、箕面市からの補助金を受けて事業を実施している。市内関係施設にチラシ、ポスター設置、後援名義の使用など、協力体制をとった。	④相談相乗
①府施策連携															
②広域連携															
③市町村連携	箕面市が策定した商業活性化ビジョンを受け、箕面商工会議所が具体的アクションプランを遂行するという形態で、箕面市からの補助金を受けて事業を実施している。市内関係施設にチラシ、ポスター設置、後援名義の使用など、協力体制をとった。														
④相談相乗	後日、事業がきっかけで来店した客の固定客化やアプローチの方法などのアドバイスをを行い、販路支援やマーケティング支援等に発展させた。カルテ化7件。														
計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	30.0	総支援企業数(実績)	29.0	支援実績率	96.7%	満足度	78.0							

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>「みのおのまち商学校(まちゼミ)」参加事業所数</p> <p>みのおのまち商学校(まちゼミ)に参加した29件を個票化。新型コロナウイルス感染症の影響により参加事業者は、例年よりもかなり少なかった。事業所が抱えている課題としては、新規顧客獲得、店舗の認知度不足が多く、当事業で店舗を知ってもらうきっかけとし、その後の顧客化を目指してまちゼミに取り組んでいる。毎年開催している、まちゼミ創始者の松井洋一氏の勉強会を初の「オンライン」で開催。コロナ禍での「オンライン」「リアル」まちゼミのそれぞれの目的や心構え、集客からその後のリピートにつなげるための取り組み方法、コロナ禍で既に実施済の全国の事例などを紹介していただき参考にした。例年は、報告会や参加事業者同士の交流を図る情報交換会も併せて実施しているが、今年度の報告会はコロナの影響により中止した。参加者の交流の場として、Facebookグループ内で、予約の状況や実施の報告などを行った。</p> <p>1店舗あたりのまちゼミ事業への集客人数</p> <p>今年度は、参加店・講座数・全体の受講者数もともに過去一番少なく、1店舗平均4人となった。特に冬開催時は緊急事態宣言中となり、まちゼミ参加者の高齢層はほとんど自粛生活のため、申込や問い合わせに至らず集客人数の減少につながった。</p>				
		代表指標	1店舗あたりのまちゼミ事業への集客人数			
		数値目標	10	実績数値	4	目標達成度
事業全体の実績／目標達成度	成果の代表事例	<p>B社(建設業)</p> <p>事業開始当初から参加している工務店で、従業員の教育もかねて積極的に、毎回色々な工夫を凝らしたゼミを開催している。今回は、コロナ禍であるため初の「オンライン」講座と「リアル」講座の両講座を開催した。夏は、オンラインの環境整備もこれからであったが、できる事はどんどんやろうという社長の方針の基、従業員が協力し合い「リアル」講座と「オンライン」講座の両講座を準備した。「オンライン」講座は、事前準備が重要となり、受講者との事前確認が必要である。「リアル」講座を重ねてきた経験から、「オンライン」講座でも、上手くコミュニケーションを図り高い満足度を得た。「リアル」講座は、感染症対策を万全にさらに人数を絞って開催したことで、受講者の方にも安心して楽しんで頂く事ができた。従来のイベント開催が難しい状況下で、市民の方々に喜んでいただく事を目標に掲げ、両講座を開催できたことは、お店のファンづくり・認知度向上に繋がり、コロナ禍においても、万全の対策を取る事が可能な「まちゼミ」事業の特性をも強く周知することにもつながった。</p>				
	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>今年度の箕面まちゼミは、新型コロナウイルス感染症の影響を受け、例年よりも受講者数がかなり減少した。受講年齢層が、40代～80代が多いため、自粛ムードが強く予約があってもキャンセルになったりと、全体的に集客に苦慮した。特に冬開催期間が、緊急事態宣言中になってしまい、問合せもないという講座が多数発生した。非対面の「オンラインまちゼミ」については、参加店の準備が間に合わず、「オンラインまちゼミ」の参加店が少なかった。また、高齢層の受講者にとっては、まだまだハードルが高いようで、浸透するには時間が必要だと思われる。今後は、「オンライン」講座を開催する店舗側と、受講者側の両方に対する勉強会を開催するなどの支援を行いながら、「新しい生活様式」の中で「まちゼミ」を開催し、以前のように集客し、お店のファンづくりに繋げていく事が課題である。</p>				

箕面商工会議所

事業名		経営革新支援事業																																							
想定する実施期間		H29 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)	長引く景気低迷による管内事業所の業績悪化や、管内の経営者の高齢化による廃業や後継者不在による経営環境の悪化が続いている。また、労働人口の減少による労働力不足は、リソースの限られている中小企業では喫緊の課題となっている。経営環境が目まぐるしく変化するなか、企業が存続していくためには、常に自社と外部環境との関係を見直し環境変化への対応をおこなうことが重要である。環境変化に積極的に対応するため自社や自社のビジネスモデルを見直し、新たな顧客価値を創出し「経営革新」をおこなうことを目的とする。																																							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	対象者は、箕面市事業所の経営者や経営幹部、若手後継者等。その他参加希望があれば近隣大阪府下の事業者も対象とする。																																							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>参加者同士が交流を深め、経営革新の重要性を認識し合い、また、経営革新に対する知識及び意欲向上によって、経営革新計画申請に対し積極的に取り組むためのセミナーを実施。これまでの反省を踏まえた「大阪府への計画申請」という課題解決のため、6日間という長期的なカリキュラムを組み、新型コロナウイルス感染拡大防止策を万全に講じた上で、実施した。</p> <p>○実施内容 [人材交流型] ウィズコロナ経営アカデミー 全6日 9/9 9/23 10/14 10/28 11/11 11/25 各回2時間半 [参加事業者]11社</p> <p>1日目 アカデミーの目的・目指すものを講師と参加者が共有し、5年後の在りたい姿・将来像を考える</p> <p>2日目 環境分析手法を学び、強みを活かす機会を探す</p> <p>3日目 競争優位の展開について考える。また、大阪府経営革新計画の概要を説明</p> <p>4日目 講師が実際に支援した経営革新承認事例を紹介</p> <p>5日目 事業計画策定の要点及びマーケティング・プロセスについて学ぶ</p> <p>6日目 SDGs やコロナ禍といった多面的視点から、計画のブラッシュアップを目指す</p> <p>○実績数値 経営計画策定事業者数：7社</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">大阪府 商業・サービス産業課経営支援課経営革新グループと連携。実施内容等についてのご相談及び情報提供を中心にご協力いただいた。</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"></td> </tr> <tr> <td>④相談事業相乗</td> <td colspan="7">カルテ化5件。個別支援を希望する参加者には経営指導員が対応。</td> </tr> </table>								①府施策連携	大阪府 商業・サービス産業課経営支援課経営革新グループと連携。実施内容等についてのご相談及び情報提供を中心にご協力いただいた。							②広域連携								③市町村連携								④相談事業相乗	カルテ化5件。個別支援を希望する参加者には経営指導員が対応。						
	①府施策連携	大阪府 商業・サービス産業課経営支援課経営革新グループと連携。実施内容等についてのご相談及び情報提供を中心にご協力いただいた。																																							
②広域連携																																									
③市町村連携																																									
④相談事業相乗	カルテ化5件。個別支援を希望する参加者には経営指導員が対応。																																								
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)	14.5	支援実績率	96.7%	満足度	89.1																																
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)	新型コロナウイルス感染症の影響によって、事業実施には厳しい環境下であったが、過去参加した事業者が再び参加者になる等、これまでの取り組みが実を結び、各事業目標を達成。具体的成果として、事業を通し2者が経営革新計画承認に至った。																																							
	代表指標	大阪府経営革新計画承認事業者数																																							
	数値目標	1.0	実績数値	2.0	目標達成度	200.0%																																			
事業全体の実績／目標達成度	成果の代表事例	C社（小売業） 代表者の頭の中に漠然とあった新事業の構想が、経営革新計画を作成することで明確になり、「いつ、なにをやるべきか」ということが整理され、モチベーションアップにつながった。また、本計画は、「事業承継」というC社にとって最大の経営課題にも対応した計画である。「いつかは考えなければ」と思っていた承継課題に対して、しっかりと向き合う時間を作ることができ、中長期的な承継計画も策定することができた。																																							

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）	コロナの影響が続く中で、次期以降の実施形態が課題であるが、これまでの事業を通し、大阪府経営支援課経営革新グループ及び専門家との関係性が深まったこと、また、担当経営指導員が、経営革新計画策定において一定の支援力を身に着けたこと、等を考慮し、セミナー形式での経営革新支援事業は、本年度をもって一旦終了とし、来期は経営相談支援事業・専門相談支援事業を通して、府施策と連携した経営革新支援に取り組んでいく。
------	--	---

【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)	12.0	支援企業数(実績)	11.5	支援実績率	95.8%	満足度	86.2
	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>ウィズコロナ経営アカデミー参加事業者数 目標12社に対し11社を個票化。回をかさねるごとに講義満足度が増していった。事業期間中、参加者の疑問点や課題に対して、随時、講師がメールで、回答・添削を行っていたことが、要因の一つと考えられる。講義で、経営の現状・課題・新事業について、各参加者が真剣に考える機会を与え、結果として、目標9社に対して、7社の経営計画策定につながった。交流という点では、感染症防止の観点から、交流を伴うワークは極力減らした中での実施であったが、それでも、講義後や休憩時間に、参加者が互いの事業について語り合い、切磋琢磨する場面が見られた。</p>							
		指標	経営革新計画策定事業者数						
		数値目標	9	実績数値	7	目標達成度	77.8%		
実績／達成度②	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	3.0	支援企業数(実績)	3.0	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）	<p>「ハンズオン（個別支援）」実施事業者数 目標3社に対し、3社実施、3社個票化。担当指導員がヒアリングによって、現状と課題の抽出。その後、専門家派遣等を通し、伴走支援を継続。経営革新計画申請の後押しを実施した。うち2社が申請。審査を経て、計画が承認された。残り1社は来期中に申請予定である。</p>							
		指標	大阪府経営革新計画承認事業者数						
		数値目標	1	実績数値	2	目標達成度	200.0%		
	その他目標値の実績	目標値(計画)		目標値(実績)		目標達成度			

箕面商工会議所

事業名		商店街等の感染症対策の促進事業																													
想定する実施期間		R2 年度～ R2 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)	新型コロナウイルス感染症が蔓延するなか、外出自粛に伴う商店街の来街者の減少や、集客イベントの延期や中止などの影響を受け、箕面市内の商店街・個店も大きな影響を受けている。ウイルスと共存しながら、社会経済活動を取り戻すため、地域の経済を支えている商店街と来街される地域住民の不安を払拭し、安心して買い物をしていただけるよう、「新しい生活様式」を踏まえた「感染症対策」と「需要喚起」を支援するため、本事業を実施した。																													
	支援する対象 (業種・事業所数等)	箕面市商店会連合会に所属している11商店会279事業所、及び商店街を形成する箕面市内の商業者のうち、感染症対策に積極的に取り組む意欲のある事業所を対象とする。																													
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>【啓発素材の使用・配布】</p> <p>令和2年10月1日～令和3年3月31日まで、大阪府啓発素材の使用許可をいただき、ポスター、のぼり、三角POPを作成。当事業参画の9商店会を中心に、啓発素材を配布。</p> <p>ポスターは、箕面市のキャラクター「たきのみちゆずる」バージョンのポスターを作成するとともに、専門家監修のもと独自で作成した「箕面市内の店舗や事業所のための感染防止予防ガイドライン」の配布のほか、フェイスガードを配布し、市内店舗の感染拡大防止を図った。</p> <p>啓発素材を活用いただいた店舗のうち42店舗よりアンケート回答があり、うち24店舗で「感染症対策に対する意識が高まった」次いで14店舗で「安心・安全な店舗をPRできた」と効果を実感したとの回答を得た。啓発素材の満足度として、10点満点が一番多く10店舗、次いで5点が9店舗であり、満足度平均は7.2点であった。</p> <p>また、GOTO商店街事業へも応募をし、「オンラインテレビショッピング」事業が採択された。当日は、4店舗が生配信に参加したほか、事前収録した計29店舗の商品を紹介する映像が配信された。3時間にわたって各店舗の魅力や一押し商品の味や機能、ユニークでお得なサービスについて詳細にPR。事前にチラシなどで告知していたこともあり、約1800人が生配信を視聴。また、見逃し配信も多くの方が視聴し、商品購入の申し込みがあった。</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 colspan="5">府施策連携商27番中小企業支援室 商業・サービス産業課 商業振興グループと連携し、啓発素材の使用許可のほか、情報提供、企画に関して支援を受けた。また、大阪府商店街等モデル創出普及事業のホームページに事例として紹介していただいた。</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">箕面市地域創造部営業室と連携し、本事業の広報協力のほか、後援名義の使用等協力体制をとった。</td> </tr> <tr> <td>④相談相乗</td> <td colspan="5">本事業により、感染拡大防止対策は実施できたが、その後の需要喚起に向けた取組に関してアドバイスをを行い、マーケティング支援、販路開拓支援につながった。</td> </tr> </table>						①府施策連携	府施策連携商27番中小企業支援室 商業・サービス産業課 商業振興グループと連携し、啓発素材の使用許可のほか、情報提供、企画に関して支援を受けた。また、大阪府商店街等モデル創出普及事業のホームページに事例として紹介していただいた。					②広域連携						③市町村連携	箕面市地域創造部営業室と連携し、本事業の広報協力のほか、後援名義の使用等協力体制をとった。					④相談相乗	本事業により、感染拡大防止対策は実施できたが、その後の需要喚起に向けた取組に関してアドバイスをを行い、マーケティング支援、販路開拓支援につながった。				
	①府施策連携	府施策連携商27番中小企業支援室 商業・サービス産業課 商業振興グループと連携し、啓発素材の使用許可のほか、情報提供、企画に関して支援を受けた。また、大阪府商店街等モデル創出普及事業のホームページに事例として紹介していただいた。																													
	②広域連携																														
③市町村連携	箕面市地域創造部営業室と連携し、本事業の広報協力のほか、後援名義の使用等協力体制をとった。																														
④相談相乗	本事業により、感染拡大防止対策は実施できたが、その後の需要喚起に向けた取組に関してアドバイスをを行い、マーケティング支援、販路開拓支援につながった。																														
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)	42.0	支援実績率	105.0%	満足度	72.6																							
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>商店会及び商店街を形成する箕面市内の商業者のうち、感染症対策に積極的に取り組む意欲のある事業所約100社に普及啓発をおこない、うち効果測定を実施した42社を個表化。対象店舗のうち7割が売上、来客数が減少している状況で、感染症対策を実施し、来店に対する不安を和らげることは店舗の需要喚起に寄与したと考えられる。アンケート実施店舗のうち全店舗である42店舗でポスターを掲示し、18店舗でのぼりを掲示、三角POPは6店舗にて活用いただいた。</p> <p>目標としていた、アンケートにて「感染症対策に対する意識が高まった」と回答した事業者は24店舗であったが、「来店に対する不安を和らげることができた」と答えた事業者数を合わせると29店舗となり、一定の効果があつたと考えられる。</p> <table border="1"> <tr> <td>代表指標</td> <td colspan="5">アンケートにて「感染症対策に対する意識が高まった」と回答する事業者の数</td> </tr> <tr> <td>数値目標</td> <td>35</td> <td>実績数値</td> <td>24</td> <td>目標達成度</td> <td>68.6%</td> </tr> </table>						代表指標	アンケートにて「感染症対策に対する意識が高まった」と回答する事業者の数					数値目標	35	実績数値	24	目標達成度	68.6%												
	代表指標	アンケートにて「感染症対策に対する意識が高まった」と回答する事業者の数																													
	数値目標	35	実績数値	24	目標達成度	68.6%																									
成果の代表事例	<p>D社（飲食業）</p> <p>商店会内にて飲食業を営んでいる事業者である。コロナ禍で時短営業等の影響もあり、売上、来客は激減し、現状も厳しい状況が続いている。本事業をきっかけに商店会連合会で応募したGOTO商店街事業が採択され、オンラインにて新たにはじめた小売商品をPR。ネットからの申し込みもあり、新たな販路開拓につながった。</p>																														
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>課題は、店舗によって感染症対策への考え方がそれぞれ異なっていることから、既にしっかりと対策を講じたうえで、本啓発素材を活用しPRに活用できている店舗と、啓発素材はあまり意味がないと考え、活用に消極的だった店舗と大きく分かれたことであった。そういった店舗へも、感染症対策の徹底と感染拡大防止の啓発を呼びかけてはいたが、主旨を理解してもらえなかった店舗もあつたと考えられる。また、感染が落ち着いてくると感染症対策への関心が薄れてくることから、本事業に対しての無関心層も一定いたと感じている。本事業は今年度で終了であるが、引き続き新しい生活様式を踏まえた感染症対策の徹底と、需要喚起の取組みを実施していきたい。</p>																													

箕面商工会議所

事業名

シニア向け創業支援事業

想定する実施期間

H30 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

事業の目的
(現状や課題をどのような状態にしたいか)

平成28年に日本政策金融公庫総合研究所が発表した「中小企業の事業承継に関するインターネット調査」の概要によると中小企業経営者の2人に1人が自分の代で廃業を予定しており、その予定年齢は平均して71.1歳である。同概要によると平成26年の時点で経営者の年齢分布のピークは65～69才であり、これからその分布ピークが廃業予定年齢を迎えることになる。多くの廃業が起り、それにより失業者の増加が予想される。この問題を解決するためには、起業数を増やす必要がある。

一方でRESASによると大阪府の老年人口は増加、生産年齢人口は減少しており、老年人口を生産年齢人口へ転換する取り組みが必要である。

これら2つの課題に対応するために、本事業では65歳手前のシニア・プレシニア層のシニア世代からの起業を促進する。当事業では現状の経営者が平均71.1歳での廃業を予定しているという情報も考慮し、あらかじめ次世代へ引き継ぐ方法についても伝えていく方針である。

支援する対象
(業種・事業所数等)

箕面市内または府内に居住する50歳以上からの起業に興味がある男女を対象とする。

ジブラルタ生命が平成29年9月に実施した「働く男女のお財布事情とホンネに関する調査2017」によると、50代の働く男女の83.8%が将来の生活資金の不安を感じている。また、内閣府の平成26年「高齢者の日常生活に関する意識調査」によると、高齢者の8割以上が65歳を超えて働きたいと考えていることがわかる。

これらの調査を踏まえ、高齢者就業ニーズの選択肢の一つとして、シニア・プレシニア層の起業を提案し、それを支援する事業を企画する。

想定する具体的なターゲットは以下の通りである。

- ① 自分の経験やスキルを活かした起業を希望するが、何をすればよいかわからない方
また、以下のような起業無関心者にもアプローチしていきたいと考えている。
- ② 次世代の働き口に対して危機感を持っている方
- ③ 退職後の生活資金に対して不安を感じている方
- ④ やりたいことをビジネスにできると考えたことのない方
- ⑤ セカンドライフの選択肢を模索している方

事業の概要

実施時期・具体的な内容及び事業手法

【運営方法】

コロナウイルス感染症の影響により、オンラインセミナーの方法を模索。外部専門家の協力を得てリアル・オンラインのハイブリッド開催を行った。コロナウイルス感染症の影響が読めず、外部講師はスケジュールに融通が効くよう先輩起業家2名、外部専門家2名という最小限の起用を選択し、所内の経営指導員による運営を行った。これによりセミナー受講者と経営指導員の距離が縮まり、後述する代表事例のハンズオンにつながった。

【人材育成型】箕面起業塾プレセミナー 全1日 2021年1月16日 2時間

参加者：10名（個票化10）

創業塾開講前のプレセミナーとして、創業塾の概要の説明と起業のリスクなど起業希望者が知りたいことに絞ってセミナーをおこなった。また、先輩起業家による体験談をお話いただいた。プレセミナー参加前は創業塾の参加を迷っていた方も当日お申込みをいただき、創業塾への参加を促すきっかけとなった。

【人材交流型】箕面起業塾 全5日 2021年1月30日・2月6・13・27日・3月6日 全日3時間

参加者：18名（個票化18）

創業に必要な知識の習得を目的に、ビジネスモデルの構築、マーケティング、税務・経理、融資、人材育成にについての講義とワークを行った。緊急事態宣言とも重なり、参加者同士のネットワーク構築のためのグループワークは最小限の形で行った。最終日は自らのビジネスモデルを発表する場を設け、自身の起業を明確にイメージできるような組み立てとした。また、毎回のセミナーの終わりにプチ交流会を開催を予定していたが、緊急事態宣言中であつたため自粛し、緊急事態宣言が明けた、最終回のみ創業者コミュニティ形成の機運を醸成した。

<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 府施策連携商13番 商業・サービス産業課新事業創造グループと連携して実施。

		②広域連携	広域から参加者を募るために豊中商工会議所と連携して実施。 実績：豊中商工会議所1件						
		③市町村連携	箕面市役所の窓口にチラシを設置していただき、起業希望者を誘導していただいた。						
		④相談相乗	カルテ化1件と、起業塾終了後関連の相談を4件受けた。						
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)	55.0	総支援企業数(実績)	28.0	支援実績率	50.9%	満足度	85.4
	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>「シニア創業塾」創業塾参加事業者、18者全員がビジネスモデルを作成した。ビジネスモデルキャンバスを使い、参加者はそれぞれ講座の中で事業を具体化させていった。また、講師を商工会議所の職員が担うことにより会議所職員との交流も図れ、その後の経営相談につながる動きができた。オンラインでの同時開催については、直前まで家事ができると主婦の方に好評であった。また、緊急事態宣言が解消した最終日において交流会を行うことができた。今後も現状起業ステージが浅い方々についても今後情報提供を続けることによって、起業を実現することを達成させたい。</p>							
		代表指標	ビジネスモデル作成者数						
		数値目標	20	実績数値	18	目標達成度	90.0%		
	成果の代表事例	<p>E社（飲食業） 飲食業の経験はなかったが地元で中華料理店を開店し、地域の憩いの場とするため起業を決意した。働きながら中華料理店において無償で接客の経験を2年間やり遂げる。起業塾へは金融機関を納得させることができる事業計画書を作成するために参加いただいた。昨年度より起業の準備を進めており、前期の当創業塾プレセミナーにも参加いただいている。当創業塾において作成したビジネスモデルキャンバスをもとにした事業計画により、資金調達へと進んでおられる。起業塾後も想定収入や妥当な借入金をもとにした事業計画のブラッシュアップを求めて、何度も来所されている。今後も起業支援を行っていく。</p>							
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>昨年に引き続きシニア世代での起業を目指すための創業塾を行った。コロナ禍において開催の可否もなかなか決まらず、2021年の開催となった。開催時期が決まらず、市の広報誌に情報を載せられなかったことと、またコロナ禍に伴う地域情報誌の休刊も重なり、SNSの広告や新聞折込にて情報提供を行ったが不十分であった。しかし、職員自らでセミナーを行うノウハウを得たため、今後はプレセミナーとは別に、自主セミナーの開催を通じて起業塾の期待感を高めることに挑戦し、目標達成に寄与していきたいと考える。</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)	30.0	支援企業数(実績)	10.0	支援実績率	33.3%	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>「シニア創業塾」プレセミナー参加事業者数 目標30社に対し参加事業者数10社を個票化。コロナ禍においてイベントへの出席の忌避が響き参加者数の延ばすことができなかった。 しかし、中身については申込時においては「起業において何をしたいのかわからない」という参加者が多くおられたので、まずは起業に対する興味を伸ばすため、また次回の「起業塾」につなげるため、具体的な内容や方法については少なめにし、起業で得られるメリットや実際にシニア期に創業された方の体験談を紹介することにした。それにより、参加者が創業している自分をイメージしやすくなったのではないかと考える。結果として、その場での申込みを多く頂くことができた。</p>								
		指標	スタートアップ塾参加者							
		数値目標	20	実績数値	5	目標達成度	25.0%			
その他目標値の実績	目標値（計画）		目標値（実績）		目標達成度					
実績／達成度②	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	25.0	支援企業数(実績)	18.0	支援実績率	72.0%	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）	<p>「シニア創業塾」創業塾参加事業者数 目標25者に対し、18者の申し込みを受けた。 ビジネスモデルキャンパスを使い、参加者はそれぞれ講座の中で事業を具体化させていった。また、講師を商工会議所の職員が担うことにより会議所職員との交流も図れ、その後の経営相談につながる動きができた。オンラインでの同時開催については、直前まで家事ができると主婦の方に好評であった。また、緊急事態宣言が解消した最終日において交流会を行うことができた。今後も現状起業ステージが浅い方々についても今後情報提供を続けることによって、起業を実現することを達成させたい。</p>								
		指標	ビジネスモデル作成者数							
		数値目標	20	実績数値	18	目標達成度	90.0%			
その他目標値の実績	目標値（計画）		目標値（実績）		目標達成度					

箕面商工会議所

事業名		北摂地ヂカラフェスタ						
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)	<p>”北摂”というブランド価値は非常に高いことから、”北摂”ブランドを構築・浸透させるため、北摂地区に属する商工会・商工会議所が連携し、北摂という括りで新たな魅力を創出し、各地から選りすぐりの商品やサービスを選定し、全国に通用するブランドづくりを行う第一歩として情報発信を行うイベントを実施。</p> <p>(株)シティライフNEWと連携し、来場者12万人を誇る人気イベント「ロハスフェスタ」と同日に50事業所規模の特設コーナー「地ヂカラブース」を設置し、北摂の魅力店舗や資源を知ってもらうきっかけとする。また、イベントへの出店に興味はあるが、出店費用の捻出が困難であったり、出店のノウハウがない事業所に”実験的出店”の機会を提供した。</p>						
	支援する対象 (業種・事業所数等)	北摂地区の各市町において、選りすぐりの商品やサービスを提供する約50事業所						
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>北摂地ヂカラフェスタ説明会・勉強会、交流会 日時：令和2年9月23日（水）19:00～20:30 場所：オンライン（Youtube Live） 内容：北摂地ヂカラフェスタについての説明をおこなう。当日参加出来なかった方向けに終了後も見られるようにした。 ※株式会社シティライフNEW担当者による魅力的な店舗づくりについての勉強会については、別日に撮影をした動画を参加者に配信した。 ※出店事業者の紹介・出店事業者同士の交流会は新型コロナウイルス感染拡大防止策で動画配信にしたため、今年は開催出来なかった。</p> <p>第10回北摂地ヂカラフェスタ 日時：令和2年11月6日（金）、7日（土）、8日（日）9時30分～16時30分 場所：万博公園・東の広場（ロハスフェスタ万博2020 AUTUMN 内特設ゾーン） 参加店舗数：61店舗 主催：豊能町商工会・能勢町商工会・島本町商工会・摂津市商工会・高槻商工会議所・吹田商工会議所・豊中商工会議所・池田商工会議所・茨木商工会議所・箕面商工会議所 主管：箕面商工会議所 協力：株式会社シティライフNEW</p> <p>※新型コロナウイルス感染症対策として 事務局としては通路の幅を広く取り、テントには三方を幕で囲う対応を実施。各店舗には、消毒液の設置や対面する場所をビニールシートを垂らす等の対策を促した。</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>						
		①府施策連携						
	②広域連携	北摂地区の全商工会・全商工会議所が連携し、会報へのチラシ同封や事業所への巡回などで北摂全域から参加店舗を募集した。また各商工会議所の担当者による、企画会議（9/2）を実施し、出展時の事業所への周知事項など情報共有を図った。支援対象事業者内訳は豊能1件、能勢2件、島本2件、摂津4件、高槻6件、吹田11件、豊中9件、池田7件、茨木8件、箕面11件。						
	③市町村連携							
	④相談相乗	後日、イベントがきっかけで来店した客の固定客化やアプローチの方法などのアドバイスを行い、販路支援やマーケティング支援等に発展させた。カルテ化5件。						
計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	50.0	総支援企業数(実績)	61.0	支援実績率	122.0%	満足度	82.6

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>今年度は計61店舗が出展。昨年度の57店舗と比べると4店舗増加となった。今年度はコロナウイルス感染症の影響もあり、多くの事業者がイベント等の自粛を行っていた事が増加の要因の1つと考える。また、より多くの事業者に出展のチャンスを与える目的で出展回数は上限2回とし、飲食提供での出展は不可としているが、今年度は新規が27社で、昨年の20社を超える数となった。出展効果としては「店舗の知名度が向上」が32社と最多でPRが出来たと感じる事業者が多い。続く効果として、「スタッフへの良い経験となった」(27社)が多く、当効果が2番目に多くなったのは初めてである。当イベントが、社員のスキルアップの場として定着してきている事が現れ始めている。</p> <p>1店舗当たりの当日売上高については、ここ数年定着してきている平日から始まる3日間の結果として、目標にした10万円には届かなかったが、コロナウイルス感染症の影響で来場者が例年より減少したものの、目標額の8割強を達成出来た。来場者が減少し感染症対策によってレジャーが出来なくなった結果として回遊率が上がり、じっくりと商品について見聞き出来た事が要因ではないかと考える。今後も、現状のクオリティを落とさず、更なる売上高の向上を目指していきたい。</p>					
	代表指標	1店舗当たりの当日売上高(開催期間の合計)					
	数値目標	100,000	実績数値	87,989	目標達成度	88.0%	
成果の代表事例	F社(小売業)	<p>箕面市内にある「食品製造販売」を営む企業。今回は商品や店舗のPRの為に開催された。初日は思うように販売する事が出来ず売れ残りが発生したが、その結果を基に修正と工夫を行い、残り2日間は完売させた。結果として売上は当事業の中でトップとなり利益を得れた事や消費者のニーズを収集出来たとの事。</p>					
	目標値(計画)	20	目標値(実績)	61	目標達成度	305.0%	
その他目標値の実績	<p>今年度の勉強会は新型コロナウイルス感染症の影響もあり、動画配信で実施。意外にも視聴回数は80回と、全事業者が視聴する事が出来た。内容としては、POPの書き方やテントの使い方などの手法を現場経験豊富な㈱シティライフNEWの担当者より解説いただいた。</p>						
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>今年度は2週にわたるロハスフェスタの後半3日間で開催を実施した。例年とは違い、新型コロナウイルス感染症による影響で開催が危ぶまれる中、来場者数は大きく減少したものの、売上高は目標値の8割強を達成出来た。また、事業者の満足度も高く、各店舗のレイアウトも経験を積む毎に良くなっている。今年度は説明会と勉強会をそれぞれ動画配信にした事により、ほとんどの事業者が視聴出来たことも大きい。それでも、商品の魅力を伝えきれていない事業者もおり、その魅力を伝える事で事業目標も達成する事が出来ると考えている。その為には、各指導員が当日も含めてフォローする必要があるとあり、我々のアドバイス力の強化も図っていききたい。</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)	12,500	支援企業数(実績)	10,755	支援実績率	86.0%	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)	地子カラフェスタ来場者数(ブランド認知が可能な来場者数)							
		今年度は3日間開催。主に購入客数の数値になるが、目標値には届かなかった。しかし、コロナウイルス感染症の影響があるにも関わらず、昨年度の実績を上回った。今年度はレジャーシートやテントが禁止のため、来場者の回遊率も高く、また来場者数自体も少なかった事もあり商品をじっくり吟味出来たのが要因ではないかと考える。							
	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)	30,000	目標値(実績)	28,551	目標達成度	95.2%			
	来場者目標 今年度は3日間開催。天候には恵まれたが、コロナウイルス感染症の影響もあり、目標値には届かなかった。								