

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 | 貝塚商工会議所 |
| | 代表者職・氏名 | 会頭 東村一夫 |
| | 所在地 | 〒597-0094 貝塚市二色南町4番7号 |
| | 担当者 | 職・氏名 中小企業相談所 所長 南 昇 |
| | 連絡先 | TEL（直通）： 072-432-1101 Fax： 072-439-0401 E-mail： kaizukacci@kaizuka-cci.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23年7月5日 9名（経営指導員5名）（令和3年3月31日現在） 貝塚市 3, 295（平成28年度経済センサス） 2, 344（平成28年度経済センサス） 1, 002（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及び刊行を行うこと ⑤商品の品質及び数量、商工業者の事業の内容その他商工業に係る事項に関する証明、鑑定及び検査を行うこと 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、維持及び運用すること ⑧商工業に関する講演会及び講習会を開催すること ⑨商工業に関する技術、技能の普及及び検定を行うこと ⑩博覧会、見本市等を開催し、及びこれらの開催の斡旋を行うこと ⑪商事取引に関する仲介及び斡旋を行うこと ⑫商事取引の紛争に関する斡旋、調停及び仲裁を行うこと ⑬商工業に関して、相談に応じ、及び指導を行うこと 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 | | |

(1) 事業の目標

小規模事業者等が抱える経営課題及びニーズを把握整理し、課題解決に向けた具体的支援サービスを実施する。経営相談支援事業では、経営相談の対応について、提案、各種支援メニューにてカルテ化を図り、課題解決の検証や今後の支援策を提案し、PDCAサイクルを意識した支援を行います。地域活性化事業では、管内の小規模事業者等の現状と課題に対応すべく各種セミナーや個別相談にて、BCP策定、事業承継、販路開拓、人材確保、若手の育成、経営革新、ビジネスマッチング、外国人観光客の取込み、IT活用による販路拡大等の事業を展開し、事業内容によっては、大阪府施策連携、広域連携、貝塚市との連携を図りながら事業の推進を行い、事業所における経営改善、体質強化、販路拡大、雇用の拡大・安定化等に繋げることを目標とする。また、専門相談支援事業では、税理士による税務相談（適正な所得税並びに消費税の確定申告書の作成指導）、社会保険労務士による労務相談（就業規則の策定・変更、36協定締結・届出、年次有給休暇取得の義務付け対応、人事考課、賃金制度等）、中小企業診断士による経営相談（経営改善計画、マーケティング力向上等）にてより専門的な相談に応えることを目標とする。

(2) 事業を実施した具体的な内容、方法及び工夫した点

経営相談支援事業では、新型コロナウイルス感染症で影響を受ける事業者への国・府・市による各種支援策の情報提供並びに、その支援を中心に小規模事業者が個々に抱えている課題に対して、提案、各種支援メニューにより対応し、カルテ化に繋げ解決に繋がるよう対応した。経営指導員間での情報交換、共有化により適切なアドバイスを行い、専門分野の相談については、関係支援機関と連携し迅速に対応した。特にコロナ禍における資金繰りに対するコロナ関連融資や資金繰り表の作成、財務分析を通じて複数の支援メニューにて対応を行うことにより支援の充実を図るよう心掛けた。地域活性化事業において、商業活性化事業では、管内の商店街・個店に対し「貝塚プレミアム商品券事業」への参加や「商店街大売出し事業」の実施を促し、相談事業相乗効果を図り一定の効果を果たせた。また、貝塚プレミアム商品券事業時の独自販促への取り組みを促進させるため「SNSを活用した情報発信支援事業」を企画、個店のお勧め商品や売出し情報、特典クーポン発行など独自の販促企画を取りまとめ、SNS（LINE）にて情報発信を行った。「BCP策定ワークショップセミナー」においては、前段に他所幹事による「BCP・BCMの普及セミナー」を開催し、具体的な実践の場としてワークショップを実施した。また、有事の際に効果を発揮する「事業継続力強化計画策定セミナー」並びに個別相談会も開催した。「経営革新セミナー」では、経営革新に必要な知識の習得、新事業の展開、新分野への進出を目的に開催。「採用力向上セミナー」では、企業の採用活動を取り巻く状況と採用手法の変化についての理解と、採用力向上を目的に開催。「飲食店のためのInstagram活用講座」では、Instagramの機能や活用方法を理解頂き、新規導入や機能活用による来店促進、新規顧客の拡大を目的に開催。「岸和田・貝塚合同就職面接会」では、例年求人求職者のマッチング事業を実施している。創業支援については、岸和田・泉佐野両商工会議所と連携し「創業セミナー」を連続で開催。また、他所幹事による「人材不足解消セミナー」、「事業承継セミナー」、「中小企業のIT/IOTの導入支援事業」、「知的財産に関するセミナー」、「外国人留学生の採用・人材確保に関するセミナー」、「IT活用販路開拓支援事業」、「訪日外国人満足度増加セミナー」等との連携を図った。「ビジネス交流会」、「大阪勧業展」、の各事業においては、例年継続して参画しており取引マッチングも実施した。各事業の実施にあたっては、新型コロナウイルス感染拡大防止対策を講じ、大阪府との施策連携、広域連携、貝塚市、貝塚市商店連合会との連携を図り効率的、効果的な手法を取り入れた。事業実施の広報活動として、会報による案内折込みや記事掲載、市民版夏号・冬号の記事掲載（新聞折込）・HP掲載、市広報、関係団体への事業周知を図った。

(3) 事業を実施した効果、所管地域の活性化の状況

経営相談支援事業を実施したことにより、身近な相談窓口である商工会議所として相談者への適切なアドバイスを行い、課題点の解決に繋がるべく支援を行った。特に金融支援では、政府、民間金融機関による新型コロナウイルス関連融資並びに、新型コロナウイルス対策マル経融資の推薦による資金繰りの確保にて経営の安定化、基盤強化に繋がりました。労務支援では、雇用調整助成金・雇用安定助成金受給による雇用維持、労務改善、人材育成、人材確保、マイナンバー制度に伴う事務処理対応に繋がり、販路開拓支援では、個店独自の販促手法や顧客の囲い込みにかかるアドバイスにて、個店単位で取組むところが増え一定の効果がありました。また、飲食店には、Go To Eat 大阪への参加登録の支援も実施した。創業相談者には、創業支援、記帳支援、労務支援を実施したことでスムーズに開業に至り、自計能力が備わり雇用環境の整備に繋がった。専門相談支援事業では、「無料税務相談」を実施したことにより、専門家（税理士）によるアドバイスや指導を通じて、相談者の決算書作成、確定申告書の作成、提出に繋がりました。また、社会保険労務士による「労務相談」、中小企業診断士による「経営相談」の実施により専門相談分野の幅が広がり、労務関係、経営全般にかかる課題解決に繋がった。地域活性化事業にて、管内の商業・サービス業、商店街を支援の対象とした「商業活性化事業」で、貝塚プレミアム商品券事業、商店街大売出し事業、SNS(LINE)を活用した情報発信支援事業を実施したことにより、事業者各個店の販促活動への意欲や工夫が増した。また、商店街や店舗でのコロナ対策を伝え安全・安心に買い物ができる環境をアピールしたことにより顧客の訴求効果を高めることに繋がった。「岸和田・貝塚合同就職面接会」事業では、求人企業37社の参加、来場者99名があり、求人求職者のマッチングの場を設け、各種相談コーナーも併設し対応した。尚、採用に至った企業はその内13社で、採用人数は合計で19名あり、人材確保、雇用の創出に繋がった。「BCP策定ワークショップセミナー」においては、新型コロナウイルスに関する企業対応や今後発生しうる地震被害を整理でき、BCPの取組みへの関心が高まった。「経営革新セミナー」では、経営革新のメリットや承認審査ポイント、自己診断、知っておくべき経営指標数値について解説頂き、ほとんどの企業が計画の承認や新分野への取組みを検討したいと回答され、新事業の展開、新分野進出への意欲が高まった。「採用力向上セミナー」では、採用活動を取り巻く状況を把握され、採用手法の変化にあわせた取組みに繋がった。「飲食店のためのInstagram活用講座」では、Instagramを有効活用できるよう機能の紹介やフォロワー獲得に向けたページの作成、認知度を高める方法等について理解され受講者満足度も高く有効な支援に繋がった。

(4) 事業を実施した結果浮かび上がった課題

コロナ禍により企業を取巻く経営環境は厳しい状況が続いている。経営相談事業においては、相談者からの課題点の解決に向けた情報提供、提案、各種支援を通じた対応に取組みました。金融支援においては、マル経融資での対応が45案件あり、内38案件(84%)が、新型コロナウイルス対策マル経融資によるものであった。45案件全てに満額決定を頂き、資金調達に繋がった。

地域活性化事業については、参加した企業、受講者の満足度は例年高いもので回答を得ているが、コロナ禍により事業(セミナー等)によっては、参加者が目標値を下回る結果となったものもあり、開催方法(オンライン開催)や、事業内容、事業者ニーズを検証し、次年度へ繋げることが課題となった。

(5) 次年度の取り組み

経営相談事業においては、来年度も引続き、相談者からの課題把握、解決に繋がるべく提案、各種支援についてPDCAサイクルを意識した内容で対応し、カルテ化の充実に努めるものとします。

地域活性化事業については、新型コロナウイルス感染対策を講じ、採択された事業を速やかに行えるようオンライン開催に取組み、各事業によっては大阪府施策連携、広域連携、貝塚市連携にて効率化かつ効果的な事業展開を図ると共に経営相談事業との相乗効果を図るものとし、管内事業者等へ積極的なPR、課題解決に繋がるよう取組みます。

専門相談事業については、来年度も「税務相談」、「労務相談」、「経営相談」に係る専門家との連携を以って各種専門相談に答えられるよう整備します。また経営指導員が帯同することでの支援態勢を整え、より充実した課題解決を図るべく取組みカルテ化にも繋げることとします。

I 経営相談支援事業

支援のポイント・成果

円滑なる資金繰りを支援するため新型コロナウイルス関連給付金(持続化給付金・家賃支援給付金)や支援金(大阪府休業要請支援金・大阪府休業要請外支援金・緊急事態宣言の影響緩和に係る一時支援金)の情報提供並びに申請支援を実施した。尚、融資の相談対応については、日本政策金融公庫へ推薦するマル経融資(小規模事業者経営改善貸付)や新型コロナウイルス対策マル経融資による金融支援や公庫取扱いの新型コロナウイルス特別貸付を金融紹介支援にて行った。また、資金繰りの把握や事業所における財務状態を提案するにあたり、資金繰り計画の作成や財務分析、債権保全計画にて複数の支援を行った。販路支援においては、クーポン券事業を利用した販売促進にて、顧客ターゲットの絞り込み、自社の強みを活かした戦略等売上アップに繋がるべく提案を働きかけた。また、飲食店には、Go To Eat 大阪への参加登録の支援も実施した。事業計画作成支援や労務支援においては、専門家との帯同による支援態勢を整え、相談者の課題解決に繋げた。その他、PDCAサイクルを意識した支援に努め、複数の支援メニューにて提案する案件も多くあった。

代表事例

として、創業間もない事業者に、持続化補助金申請に係る事業計画作成支援を実施したことにより、採択に至り販路拡大に繋がった。また、創業相談案件では、創業支援、記帳支援、労務支援の複数の支援を実施したことにより、スムーズに開業、自計能力、雇用環境の整備に繋がった。

| 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 | 270 | 277 | 102.6% | 5 |
| 支援機関等へのつなぎ | 支援数 | 7 | 9 | 128.6% | 5 |
| 金融支援(紹介型) | 支援数 | 1 | 1 | 100.0% | 5 |
| 金融支援(経営指導型) | 支援数 | 44 | 45 | 102.3% | 5 |
| マル経融資等の返済条件緩和支援 | 事業所 | 0 | 0 | | 0 |
| 資金繰り計画作成支援 | 事業所 | 24 | 25 | 104.2% | 5 |
| 記帳支援 | 事業所 | 12 | 12 | 100.0% | 5 |
| 労務支援 | 支援数 | 44 | 44 | 100.0% | 5 |
| 人材育成計画作成支援 | 事業所 | 0 | 0 | | 0 |
| マーケティング力向上支援 | 事業所 | 0 | 0 | | 0 |
| 販路開拓支援 | 支援数 | 68 | 68 | 100.0% | 5 |
| 事業計画作成支援 | 支援数 | 56 | 56 | 100.0% | 5 |
| 創業支援 | 事業所 | 4 | 4 | 100.0% | 5 |
| 事業継続計画(BCP)作成支援 | 事業所 | 0 | 0 | | 0 |
| コスト削減計画作成支援 | 事業所 | 0 | 0 | | 0 |
| 財務分析支援 | 事業所 | 68 | 76 | 111.8% | 5 |
| 5S支援 | 事業所 | 0 | 0 | | 0 |
| IT化支援 | 事業所 | 0 | 0 | | 0 |
| 債権保全計画作成支援 | 事業所 | 24 | 24 | 100.0% | 5 |
| 事業承継支援 | 事業所 | 21 | 21 | 100.0% | 5 |
| 災害時対応支援 | 事業所 | 188 | 188 | 100.0% | 5 |
| フォローアップ支援 | 事業所 | 0 | 6 | | 5 |
| 結果報告 | 事業所 | 264 | 272 | 103.0% | 5 |

Ⅱ 専門相談支援事業

支援のポイント・成果

①「無料税務相談事業」として税理士の派遣を賜り、所得税や消費税の確定申告に係る税務相談を行いました。1日あたり2名の税理士による対応にて、令和2年分の決算書、所得税の確定申告書、複数税率に対応した消費税の確定申告書等の作成指導や税制の改正等による変更の指導が行え、相談者の課題解決に大いに寄与したものと思われます。期間中58件の相談者があり、税理士の方々のカードを利用させていただき、その場で電子申告にて対応した件数が相談者の98%を占め、e-Tax(電子申告)の利用促進にも大いに繋がった。

② 労務相談では、中小企業者等の抱える労務分野の課題(36協定締結、年次有給休暇の計画的付与、時間外労働時間の見直し、安全配慮義務等)に対して、社会保険労務士による労務相談の機会を設け、指導員がその都度専門家との日程調整を行い、3件の相談に同席して課題解決に繋がった。

③経営相談では、中小企業者等の経営改善計画や、ものづくり補助金を活用した販路開拓等について、中小企業診断士による個別相談の機会を設け、指導員がその都度専門家との日程調整を行い、指導員帯同にて臨店を行うようにし、3件の案件に対応した。

| 事業名 | 新規/継続 | 指標 | 目標数値 | 実績数値 | 達成率 | 事業評価 |
|--------|-------|------|------|------|--------|------|
| 無料税務相談 | 継続 | 相談日数 | 10 | 10 | 100.0% | 5 |
| 労務相談 | 継続 | 相談日数 | 4 | 4 | 100.0% | 5 |
| 経営相談 | 継続 | 相談日数 | 3 | 3 | 100.0% | 5 |

Ⅲ 地域活性化事業
支援のポイント・成果
 商業活性化事業では、地元商店街や個店の販路支援に繋がる事業として、「貝塚プレミアム商品券事業」、「商店街大売出し事業」を継続して実施し貝塚プレミアム商品券事業では、地元10商店街と傘下の個店（210店舗内116店舗参加）と貝塚商工会議所会員事業所（107店）、計223店の参加がありました。また、貝塚プレミアム商品券事業・商店街大売出し期間中「SNSを活用した情報発信支援事業」を新規に実施し、独自販促を実施する店舗情報を当所LINE公式アカウントを通じ令和2年6月～令和3年1月までの間で、28店舗（29情報）の情報配信を行った。コロナ禍により企業の多くが厳しい経営を強いられるなか、貝塚市のコロナ支援策により貝塚プレミアム商品券の発行額が大幅に拡大し来店促進、売上回復に繋がった。また、プレミアム商品券事業期間中に大売出し、LINEによる情報発信を実施したことにより相乗効果が生まれた。尚、大売出し期間中に商店街を巡るスタンプラリーも同時開催したことにより商店街の賑わい創出にも繋がった。「BCP策定ワークショップセミナー」においては、前段に他所幹事による「BCP・BCMの普及セミナー」を開催し、具体的な実践の場としてワークショップを実施した。また、事業継続力強化計画策定セミナー並びに個別相談会を開催し、事業継続力強化計画策定に繋がった。「経営革新セミナー」では、講師から直接アドバイスを得て、商品の新たな販売方法の導入や従来のサービス向上による販路拡大に向けての事業計画を作成された。「採用力向上セミナー」では、採用活動を取り巻く状況を把握され、採用手法の変化にあわせ具体的に何をすべきかが明確になった。「飲食店のためのInstagram活用講座」では、複数店舗を運営する事業者がセミナー内容を各店舗で共有され、機能の有効活用に取り組まれフォロワーの増加に繋がられた。また、他所幹事の広域連携事業にも参画し、大阪勧業展では1社が出展、人材不足解消セミナー、事業承継セミナー、中小企業のIT/IoTの導入支援事業、知的財産に関するセミナー、外国人留学生の採用・人材確保に関するセミナー、IT活用販路開拓支援事業、訪日外国人満足度増加セミナー、説明力向上セミナーを実施することにより、幅広い内容を効率的に提供できたものと思われまます。

(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 | |
| | 商業活性化事業 | 140 | 223 | 159.3% | 88.2 | 売上拡大に繋がった商店街・店舗の割合 | 60.0% | 66.7% | 111.2% | 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 | |
| ○ | BCP策定ワークショップセミナー | 20 | 16.0 | 80.0% | 84.8 | 事業継続力強化計画等の策定 | 20 | 7 | 35.0% | 3 |
| ○ | 経営革新セミナー | 15 | 7.0 | 46.7% | 65.7 | 参加企業の内、計画の承認や新分野進出への取組みを検討する割合 | 60.0% | 85.7% | 142.8% | 3 |
| | 採用力向上セミナー | 24 | 10.5 | 43.8% | 84.8 | 参加企業の内、採用力向上への取組みを検討する割合 | 60.0% | 80.0% | 133.3% | 3 |
| | 飲食店のためのInstagram活用講座 | 20 | 14.5 | 72.5% | 92.0 | 参加企業の内、新規導入や新たな機能活用に取り組む事業所数の割合 | 40.0% | 86.2% | 215.5% | 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。

貝塚商工会議所

| | | | | | | | | | |
|--------------|---|--|------------|-------|-------|--------|--------|---|-------|
| 事業名 | | 商業活性化事業 | | | | | | | |
| 想定する実施期間 | | H21 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>市内中小規模店を取り巻く環境は大型店、ディスカウントストア、各種チェーン店との価格競争やネット通販などの影響により厳しい状況下にある。</p> <p>そのような中、本市では小売・サービス業を営む中小規模店を参加対象としたプレミアム商品券事業を地元商店連合会が中心となり実施することとなり、当所では事業企画・運営等に関り市内商業の発展に繋げるべく支援を行いたい。</p> <p>また、商店街等の活性化を図るには多面的な支援が必要であることから市内商店街に働きかけ大売出しを企画。市内商店街が連携し、共同で行う大売出しを開催することで、各商店街の事業費の軽減、組織強化（新規加入店舗）を図りながら、商店街の賑わい創出・魅力向上に繋げ相乗効果を図り市内消費の拡大を目指す。</p> <p>そして、中小規模店の課題である独自販促の実施や情報発信に関し、SNSを活用した情報発信支援を行うことで、取り組みやすい環境を創出し積極的な活用に繋げ販売促進効果を高めたい。</p> | | | | | | | |
| | 支援する対象 (業種・事業所数等) | <p>① プレミアム商品券事業：貝塚市商店連合会・傘下10商店街（210店）並びに貝塚商工会議所会員〔主に商業・サービス関係（250店）〕</p> <p>② 商店街大売出し事業：貝塚市商店連合会・傘下10商店街（200店）</p> <p>③ SNSを活用した情報発信支援事業：プレミアム商品券事業の取扱店で独自販促に取り組む店舗の内40店</p> | | | | | | | |
| | 実施時期・具体的な内容及び事業手法 | <p>【プレミアム商品券事業・継続】貝塚市商店連合会・傘下10商店街並びに貝塚商工会議所会員事業所を対象に4月16日～5月1日の間、取扱店を募集。商品券発行総額7,200万円（内プレミアム分1,200万円・20%）とし、1セット12,000円分を10,000円で販売する。消費者向けの周知手段として、商品券の購入方法や利用できる参加店一覧を網羅したチラシを作成し、貝塚市広報6月号と同時配付、6月4日～28日の間、商品券の申込を実施。応募多数により抽選を行い、7月18日～20日に市内9カ所の商店街にて当選者に対し引換販売を行った。商品券の使用期間は令和3年1月31日、商品券の換金は2月4日までとした。</p> <p>【商店街大売出し・継続】市内商店街を取りまとめる貝塚市商店連合会を通じ、傘下10商店街（会）へ10月に大売出し企画を提案、参加を呼び掛ける。開催時期は年末商戦に合わせ令和2年12月17日～20日に設定。全商店街共同のチラシを作成し、市内新聞折込（25,700部）を行いPR。消費者が一定の金額のお買い上げに対しガラポンまたはスクラッチカード抽選を実施。地元出身歌手のコンサートチケットや地場産品を景品とした。</p> <p>また、市内商店街を巡るスタンプラリーも同時開催し、10カ所のポイントを設け3カ所を巡りゴールした方には泉州タオルのプレゼントを行い、抽選で地場産品のプレゼントを行った。</p> <p>【SNSを活用した情報発信支援事業・新規】プレミアム商品券事業・商店街大売出しの実施期間中に独自販促を実施する店舗情報を当所LINE公式アカウントを通じ発信を希望する店舗を令和2年6月より募集。令和2年6月～令和3年1月までの間、28店舗（29情報）の情報を随時配信した。</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 | | ③市町村連携 | 貝塚市広報6月号と同時にプレミアム商品券のチラシを配布。幅広く案内の周知を図った。 | ④相談相乗 |
| 計画に対する実績（数値） | 総支援企業数(計画) | 140.0 | 総支援企業数(実績) | 223.0 | 支援実績率 | 159.3% | 満足度 | 88.2 | |
| 事業全体の実績 | 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>新型コロナウイルス感染拡大により支援対象企業の多くは厳しい経営を強いられていたが、貝塚市のコロナ支援策により貝塚プレミアム商品券の発行額が大幅に拡大し来店促進、売上回復に繋がった。</p> <p>各参加店も自店での商品券利用を高めるため、コロナ感染拡大防止対策を行い、顧客への訴求に力を入れられた。</p> <p>また、プレミアム商品券事業期間中に大売出しを開催したことにより相乗効果が生まれた。今回は商店街を巡るスタンプラリーも同時開催し、市内各商店街の雰囲気を盛り上げるとともに商店街や店舗のコロナ対策を伝え安全・安心に買い物が行える環境であることアピールしながら来店促進・売上回復に繋がった。</p> | | | | | | | |

| | | | | | | |
|---------------------------------|---|--|-------------|-------|-------|--------|
| 績 ／ 目 標 達 成 度 | 代表指標 | 売上拡大に繋がった商店街・店舗の割合 | | | | |
| | 数値目標 | 60% | 実績数値 | 66.7% | 目標達成度 | 111.2% |
| | 成果の代表事例 | 自社のコンセプトを明確にし顧客ターゲットを絞った新商品開発に取り組まれ、商品券の利用促進に繋がった。また自社のブランド力を高めるために商標登録を申請、持続可能な循環型社会の実現に向けSDGsへの取り組みを積極的に推進されている。 | | | | |
| 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り組み（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） | 新型コロナウイルス感染拡大の影響もありプレミアム商品券事業の期間中については一定の来店数や売上確保に繋がっているが、事業実施期間外についても来店を促進に繋げるべく店舗の魅力や商品・サービス力を掘り起こし、その情報を広く発信していく必要がある。当所LINE公式アカウントの登録数を増加させ、店舗の独自販促情報の配信効果を高めていく必要がある。 | | | | |

【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) | 140.0 | 支援企業数(実績) | 223.0 | 支援実績率 | 159.3% | 満足度 | 88.2 | |
| | 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) | 新型コロナウイルス感染拡大により来店客が減少し厳しい状況の中、プレミアム商品券事業には223店が参加。商店街大売出しには10単組が参加し来店促進、売上確保に繋がった。またプレミアム商品券事業では一部対象の市民に商品券が配布されたことにより、店舗側では新規顧客の拡大に繋がり、リピート頂けるような販促を実施されるなど一定の効果があった。 | | | | | | | | |
| | | 指標 | 売上拡大に繋がった商店街・店舗の割合 | | | | | | | |
| | | 数値目標 | 60% | 実績数値 | 66.7% | 目標達成度 | 111.2% | | | |
| | その他目標値の実績 | 目標値(計画) | | 目標値(実績) | | 目標達成度 | | | | |
| 実績／達成度② | 計画に対する実績(数値) | 支援企業数(計画) | 40.0 | 支援企業数(実績) | 28.0 | 支援実績率 | 70.0% | 満足度 | 81.4 | |
| | 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) | 独自販促を実施する店舗情報を当所LINE公式アカウントを通じ、令和2年6月～令和3年1月までの間、28店舗(29情報)の情報を配信し、来店促進、売上拡大に繋げた。これまでSNSを活用した情報発信を行われていない店舗も多かったが実際に配信された情報で顧客の反応があったことで自店でのSNSの活用イメージが高まったと思われる。 | | | | | | | | |
| | | 指標 | SNSによる情報発信で顧客の反応があった店舗の割合 | | | | | | | |
| | | 数値目標 | 15% | 実績数値 | 50.0% | 目標達成度 | 333.3% | | | |
| | その他目標値の実績 | 目標値(計画) | | 目標値(実績) | | 目標達成度 | | | | |

貝塚商工会議所

| | | |
|----------|-------------------------------|---|
| 事業名 | | 「BCP策定ワークショップセミナー」 |
| 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) | 過年度において主に地震対策についてのBCPセミナーを開催したところ、関心のある企業が多数ありました。また平成30年9月4日に上陸した台風21号の被害によりBCPの必要性を痛感した企業が多数あることと思われます。しかし、BCPの取組みが行われている中小企業者はまだまだ少ないのが現状です。そこで、BCPを策定していない、或いはBCPを策定したものの不安を感じている中小企業者を対象に、ワークショップ型のセミナーを通じて、防災対策、BCPの策定の重要性・必要性を学び、その後の企業による本格的な取組みに繋げることを目的とする。 |
| | 支援する対象 (業種・事業所数等) | 業種は問わず、広域連携にて貝塚市、岸和田市、泉佐野市の各市域における事業所で、BCPについて一通り知識を持っているものの策定には至っていない企業、BCPを策定する必要性は理解しているものの、どこから着手したらよいか思案している企業、BCPを策定したものの、社内での運用がうまくいっていない企業等を対象として、18社（貝塚：6社、岸和田：6社、泉佐野：6社）を想定。 |
| | 実施時期・具体的な内容及び事業手法 | 日時：令和2年11月18日（水）、午後1時30分～午後4時30分 場所：産業文化会館（貝塚商工会議所） 2階 中会議室 講師として当テーマに精通している専門家を招き、ワークショップ形式にて、大阪府施策連携、広域連携〔（幹事・貝塚、岸和田、泉佐野各商工会議所）〕にて実施した。内容としては、①新型コロナウイルスに関する企業対応の最新情報・感染症BCP整備のポイント②参加各企業周辺で発生しうる地震被害を整理する③地震発生当日に対応すべき事項を整理し、マニュアル化するという内容で講義を行った。 また、大阪府施策連携として、大阪府経営支援課担当者より、大阪府が推奨する「BCP策定ガイドライン」の紹介等、大阪府からのBCP策定支援制度について説明いただいた。 また、貝塚商工会議所では、事業継続力強化支援計画の認定を受け追加支援として、「事業継続力強化計画策定セミナー」を開催。 日時：令和3年1月28日(木)、2月9日 午後 (火) 1時30分～午後4時30分（両日も同内容） 場所：産業文化会館（貝塚商工会議所） 2階 中会議室 第1部は、講師に中小企業診断士を招き、コロナ対策を講じ講義形式で、①事業継続力強化計画認定制度とは②事業継続力強化計画策定の手順・ポイント③事業継続力強化計画策定(ワーク)の内容で実施した。第2部は、講師に①復旧・復興に役立つ損害保険制度について詳しく解説頂き、有事の際に効果を発揮する「事業継続力強化計画」の策定を支援した。なお希望者には、第1部講師による個別相談会を実施し、事業継続力強化計画認定申請支援態勢を整えた。 |
| | | <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 | 大阪府施策・商工関係〔No.4 テーマ「BCP・BCMの普及促進」〕にて大阪府が推奨する「BCP策定ガイドライン」の紹介を行った。 |
| | ②広域連携 | 当所幹事、近隣（岸和田、泉佐野）との広域連携事業として効率良く実施する。開催案内の周知方法として、案内チラシを作成し、各所の会報に折込みやHPに掲示、巡回、窓口配布等を通じて幅広く周知する。開催場所は幹事である貝塚商工会議所の中会議室にて行った。 |
| | ③市町村連携 | 各市役所との連携にて窓口に開催案内チラシを設置、配布の依頼をし、幅広く周知を図った。 |
| | ④相談相乗 | テーマに関する相談者の対応として、大阪府商工会連合会の事業継続計画（BCP）策定支援制度の紹介等フォローアップ態勢を整えた。 |

| | | | | | | | | | |
|---------------|--|---|---------|------------|-------|-------|-------|-----|------|
| | 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 | 84.8 |
| 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>「BCP策定ワークショップセミナー」の開催において当初支援計画企業数20社（3商工会議所）に対して、7社の受講参加がありました。主な内容として①新型コロナウイルスに関する企業対応の最新情報・感染症BCP整備のポイント②参加各企業周辺で発生しうる地震被害を整理する③地震発生当日に対応すべき事項を整理し、マニュアル化するという内容というテーマで講義頂いた。そして最後に大阪府商工労働部経営支援課の担当者から大阪府からのBCP策定支援制度の紹介があった。</p> <p>セミナーに対する満足度は87.6%と9割弱の結果となりました。また、アンケート調査においても、BCPの取組み状況については、「今後取組む予定である」や「取組んでいない」、「取組んでいるが不十分である」との回答がほとんどであったが、参加者の全員が「これを機に内容を再検討したい」もしくは「これを機に取組みたい」のいずれかの回答であり、BCPの取組みへの関心も高まったものと思われる。</p> <p>「事業継続力強化計画策定セミナー」では、両日で7社の受講参加がありセミナーに対する満足度は、81.9%と高い結果となりました。アンケート調査においても、事業継続力強化計画への取組み状況については、「全く取組んでいない」「今後取組む予定である」との回答がほとんどであったが、受講後は「これを機に取組みたい」の回答に変化した。</p> <p>また、セミナー開催案内時に個別相談会の申込を行ったところ希望者がなかったが、参加後は、2社が個別相談を希望され、事業継続力強化計画策定の関心も高まった。</p> | | | | | | | |
| | 代表指標 | 事業継続力強化計画等の策定 | | | | | | | |
| | 数値目標 | 20 | 実績数値 | 7 | 目標達成度 | 35.0% | | | |
| | 成果の代表事例 | BCP策定ワークショップセミナー並びに事業継続力強化計画策定セミナーとも参加され、個別相談をへて事業継続力強化計画を策定された。 | | | | | | | |
| 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) | <p>今回のBCPセミナーは、広域連携内で調整し、セミナー開催後にワークショップを企画し、BCPの必要性の周知から策定に至るまでのメニューとした。後のアンケートにより、今後の取組みを予定している事業所が多かったものの、実際の策定に至る件数が少ないことから、次期以降も継続反復して策定支援制度の活用を促進し、1社でも多くの事業所に策定できるよう取組みたいと思います。また、事業継続力強化計画策定セミナーにおいても、コロナ禍の状況を踏まえ今後はオンライン開催等の取組みも実施致します。</p> | | | | | | | |

貝塚商工会議所

| | | | | | | | | | |
|---------------|--|---|---|------------|-------|-------|--------|-----|------|
| 事業名 | | 経営革新セミナー | | | | | | | |
| 想定する実施期間 | | H12 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) | 低迷する地域経済を活性化するために、既存企業に対して新事業の展開、新分野への進出を促していくことが重要となっている。そこで、経営革新のために必要な知識の習得により、経営革新を支援し、地域経済の活性化に繋げるため実施する。 | | | | | | | |
| | 支援する対象 (業種・事業所数等) | 業種は問わず、広域連携にて貝塚市、岸和田市、泉佐野市の各市域における事業所で、新事業の展開や新分野への進出を目指そうという経営者や若手後継者を対象として、15社（貝塚：5社、岸和田：5社、泉佐野：5社）を想定 | | | | | | | |
| | 実施時期・具体的な内容及び事業手法 | 日時：令和2年9月11日（金）、午後6時00分～午後8時00分 場所：産業文化会館（貝塚商工会議所） 2階 中会議室 「経営革新セミナー」 “ビジネスチャンスの可能性はここにあり” 【1】経営革新計画承認制度について 大阪府商工労働部 担当 中小企業支援室 経営支援課 経営革新グループ 者 | | | | | | | |
| | | <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 経営革新グループと連携を取り、テーマの設定や講師の選定等アドバイスをいただきながら実施した。 | | | | | | |
| | | ②広域連携 | 当所幹事、近隣（岸和田、泉佐野）との広域連携事業として効率良く実施する。開催案内の周知方法として、案内チラシを作成し、各所の会報に折込みやHPに掲示、巡回、窓口配布等を通じて幅広く周知する。開催場所は幹事である貝塚商工会議所の中会議室にて行った。 | | | | | | |
| | ③市町村連携 | 各市役所との連携にて窓口で開催案内チラシを設置、配布の依頼をし、幅広く周知を図った。 | | | | | | | |
| | ④相談相乗 | セミナー後にカルテ化には至らなかったが、他の支援相談について取り組んだ。 | | | | | | | |
| 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) | 7.0 | 支援実績率 | 46.7% | 満足度 | 65.7 |
| | 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) | 今回の「経営革新セミナー」の開催において当初支援計画企業15社に対して、7社7名の受講参加がありました。受講された企業の大半は、これまでに独自で取り組みをされていない企業であった。講義の内容では、審査（承認）のポイント、経営革新の真のメリット、会社の健康状態を自己診断、知っておきたい経営指標数値について詳しく解説頂いたことで受講された企業においては、今後の事業に参考になったとの回答を得た。経営革新に対する企業の潜在意識は高く、ほとんどの企業はこのセミナーを機に今後、計画の承認や新分野進出への取組みを（検討）したいと回答。 | | | | | | | |
| | | 代表指標 | 参加企業の内、計画の承認や新分野進出への取組みを検討する割合 | | | | | | |
| | | 数値目標 | 60% | 実績数値 | 85.7% | 目標達成度 | 142.8% | | |
| | 成果の代表事例 | 個別相談にて、課題であった新分野への展開について、講師から直接アドバイスを得て、商品の新たな販売方法の導入・経営革新計画作成を目指しておられた。商品の新たな販売方法の導入には時間を要しているが、従来のサービス向上による販路拡大に向けての事業計画を作成されるなど、経営革新への意欲が見られた。 | | | | | | | |
| 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) | 今回のセミナーは広域連携で、経営革新計画承認制度説明から経営革新承認審査のポイントについて解説、個別相談を企画した。 後のアンケートにより、ほとんどの参加者が、これまで全く取組んでこなかったが、受講後は取組み（検討）したいと回答していることから、経営革新にたいする企業の潜在意識は高いと思われる。当日の欠席が多くみられたことから、計画の支援企業数に達するよう、オンラインの導入など、参加しやすい環境を整える。 | | | | | | | |

貝塚商工会議所

| | | | | | | | | | |
|---------------|---|--|---------------------------|------------|-------|-------|--------|-----|------|
| 事業名 | | 採用力向上セミナー | | | | | | | |
| 想定する実施期間 | | R2 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) | 人材採用市場における需要・供給の関係は景気の影響を受けるが、現在の売り手市場の状況は日本の人口構造が密接に関係しており、有効求人倍率はここ数年間高い数値を維持。特に中小企業における人材不足がより顕著になっており、企業の従業員規模により採用力に格差があるといえます。当セミナーでは、企業の採用活動を取り巻く状況、採用手法の変化について解説。採用手法の変化への対応等、採用力向上を実現し、人材確保につげることを目的とする。 | | | | | | | |
| | 支援する対象 (業種・事業所数等) | 業種は問わず、広域連携にて貝塚市、岸和田市、泉佐野市の各市域における中小企業の経営者や従業員を対象として、24社（貝塚：8社、岸和田：8社、泉佐野：8社）を想定。 | | | | | | | |
| | 実施時期・具体的な内容及び事業手法 | 日時：令和2年9月14日（月）、午後2時00分～午後4時00分 場所：産業文化会館（貝塚商工会議所） 2階 中会議室 「採用力向上セミナー」 “最新動向と効果的な手法について” 【1】最新の市場動向について 【2】「採用力」とは何か？ 【3】採用手法はどのように変化しているのか？ 【4】採用に繋がる求人票の書き方 【5】オンライン採用について | | | | | | | |
| | | ＜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 | | 当所幹事、近隣（岸和田、泉佐野）との広域連携事業として効率良く実施する。開催案内の周知方法として、案内チラシを作成し、各所の会報に折込みやHPに掲示、巡回、窓口配布等を通じて幅広く周知する。開催場所は幹事である貝塚商工会議所の中会議室にて行った。 | | | | | | | |
| ③市町村連携 | 各市役所との連携にて窓口で開催案内チラシを設置、配布の依頼をし、幅広く周知を図った。 | | | | | | | | |
| 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) | 24.0 | 総支援企業数(実績) | 10.5 | 支援実績率 | 43.8% | 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) | 今回の「採用力向上セミナー」の開催において当初支援計画企業24社に対して、10社11名の受講参加がありました。受講された企業の大半は、これまでに独自で取り組みをされているが、応募者の減少が課題の企業であり、人材確保の為の採用力への関心の高さが伺えるものでした。講義の内容も、「学生はどこを見て企業を選ぶのか」・「今後、企業側が取るべき対策（オンライン）」に関心が高く、採用活動を取り巻く状況、採用手法の変化について詳しく解説頂いたことで受講された企業においては、今回のセミナーに対する満足度は84.8%と高い結果となった。ほとんどの企業がこのセミナーを機に具体的事例等を参考にしながら、採用力向上への向上への取り組みを検討する、見直しを検討すると回答。 | | | | | | | |
| | | 代表指標 | 参加企業の内、採用力向上への取り組みを検討する割合 | | | | | | |
| | | 数値目標 | 60% | 実績数値 | 80.0% | 目標達成度 | 133.3% | | |
| | 成果の代表事例 | アンケート結果より、セミナーを受けて採用力向上への取り組みについて、具体的事例を参考に何をすべきかが明確になったと思われる。 | | | | | | | |
| 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り組み (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) | 今回の採用力向上セミナーは、広域連携でセミナー開催を企画。これまでに独自で取り組みをされているが、応募者の減少が課題の企業であり、受講後は取り組み（検討）したいと回答していることから、採用活動を取り巻く状況、採用手法の変化についての関心く、有用な情報を提供できるようにセミナー内容及びオンラインでの開催を検討していく。 | | | | | | | |

貝塚商工会議所

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---------------------------------|---|---|------------|-------|-------|--------|-----|------|--|--------|--|--|--|--|--|--|--|-------|--|--|--|--|--|--|--|--------|--|--|--|--|--|--|--|-------|--|--|--|--|--|--|--|
| 事業名 | | 飲食店のためのInstagram活用講座 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 想定する実施期間 | | R2 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) | 令和元年10月より消費税率の引上げにより、外食（店内飲食）については税率が10%となり小規模店においては客足が遠のいたとの声も聞かれる。令和2年6月まで行われるキャッシュレス・ポイント還元事業後はその影響が拡大することも予想され、新たな取組みを進めていく必要がある。 店舗の魅力を伝えるにはSNSの活用が欠かせない時代であり、その中でもInstagramは写真や動画などを載せるのがメインであるため、店の雰囲気や料理写真など気軽にいろいろと見ることが可能で集客効果が高いと言われており、新たな展開を模索する店舗、また既に取り入れている店舗においても有効な活用法を学び来店促進、顧客の拡大に繋げていきたい。 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | 支援する対象 (業種・事業所数等) | 飲食店とする。 広域連携にて貝塚市、岸和田市、泉佐野市の各市域における中小規模の飲食店経営者や従業員を対象として、20社（貝塚：8社、岸和田：6社、泉佐野：6社）を想定。 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | 実施時期・具体的な内容及び事業手法 | <p>日時：令和2年11月26日（木）午後2時～午後3時40分 場所：産業文化会館（貝塚商工会議所 2階 中会議室） 講師として当テーマに精通している専門家（株ぐるなび 飲食店支援事業部 営業企画部 担当者）を招き、当所幹事、近隣（岸和田、泉佐野）との広域連携にて講座を開催した。 テーマ：「飲食店のためのInstagram活用講座」</p> <p style="text-align: right;">(内容)</p> <p>第1部 コロナ禍での飲食店の経営戦略について 第2部 飲食店のInstagram活用法と撮影の基礎知識</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" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 10%;">①府施策連携</td> <td colspan="7"></td> </tr> <tr> <td>②広域連携</td> <td colspan="7">当所幹事、近隣（岸和田、泉佐野）との広域連携事業として効率良く実施する。開催案内の周知方法として、案内チラシを作成し、各所の会報に折込みやHPに掲示、巡回、窓口配布等を通じて幅広く周知する。開催場所は幹事である貝塚商工会議所の会議室にて行った。</td> </tr> <tr> <td>③市町村連携</td> <td colspan="7"></td> </tr> <tr> <td>④相談相乗</td> <td colspan="7"></td> </tr> </table> | | | | | | | | ①府施策連携 | | | | | | | | ②広域連携 | 当所幹事、近隣（岸和田、泉佐野）との広域連携事業として効率良く実施する。開催案内の周知方法として、案内チラシを作成し、各所の会報に折込みやHPに掲示、巡回、窓口配布等を通じて幅広く周知する。開催場所は幹事である貝塚商工会議所の会議室にて行った。 | | | | | | | ③市町村連携 | | | | | | | | ④相談相乗 | | | | | | | |
| | ①府施策連携 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | ②広域連携 | 当所幹事、近隣（岸和田、泉佐野）との広域連携事業として効率良く実施する。開催案内の周知方法として、案内チラシを作成し、各所の会報に折込みやHPに掲示、巡回、窓口配布等を通じて幅広く周知する。開催場所は幹事である貝塚商工会議所の会議室にて行った。 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| ③市町村連携 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| ④相談相乗 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 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) | 14.5 | 支援実績率 | 72.5% | 満足度 | 92.0 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 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) | 今回の「飲食店のためのInstagram活用講座」の開催において当初総支援計画企業数20社（3商工会議所）に対して14社15名の受講参加がありました。 新型コロナウイルス感染拡大により飲食店においては厳しい状況におかれていたため、コロナ禍での飲食店の経営戦略についての内容も含め実施。経営戦略の1つとしてInstagramを有効活用できるよう基本機能の紹介やフォロワー獲得に向けたページの作成、認知度を高める方法、写真撮影の基礎などについて講義を頂き受講者満足度は92.0%の結果となりました。既にInstagramを活用されている方が半数以上受講されていたが、満足度の高さから今回のセミナーが有効な支援に繋がりました。 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | 代表指標 | 参加企業の内、新規導入や新たな機能活用に取組む事業所数の割合 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | 数値目標 | 40% | 実績数値 | 86.2% | 目標達成度 | 215.5% | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 成果の代表事例 | 複数の店舗を運営し各店舗にてInstagramによる情報発信に取組まれており、今回のセミナー内容を各店舗で共有され、機能の有効活用に取組まれフォロワーの増加に繋がられている。 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 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) | コロナ禍により飲食店の経営環境は依然として厳しい状況が続いており、来店促進、売上拡大に向けた取組みとして今後更にSNSでの情報発信が重要になってくることから、魅力あるページの作成やフォロワー増加に繋がる取組みを引続き進めて行く必要があると同時に消費者への認知を高めるため、当所が行う各種販促事業を通じ周知に努めていきたい。 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |