

令和3年度（2021年度） 事業実績報告書

1. 申請者の概要

申請者	団体名		忠岡町商工会
	代表者職・氏名		会長 萬野 俊史
	所在地		大阪府泉北郡忠岡町忠岡中1-1-23
	担当者	職・氏名	事務局長 森 孝博
		連絡先	T E L（直通）：
F a x：			0725-32-4880
		E - m a i l：	info@tadaoka.or.jp
①設立年月日		昭和35年11月28日	
②職員数 （うち経営指導員数）		6名（経営指導員4名）（令和4年3月31日現在）	
③所管地域		泉北郡忠岡町	
④管内事業所数		580（平成28年度経済センサス）	
⑤管内小規模事業者数		401（平成28年度経済センサス）	
⑥会員数（組織率）		739（令和4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>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、維持し又は運用すること。</p> <p>⑦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。</p> <p>⑧行政庁等の諮問に応じて答申すること。</p> <p>⑨社会一般の福祉の増進に資する事業を行うこと。</p> <p>⑩大阪府商工会連合会の委託を受けて商工貯蓄共済事業を行うこと。</p> <p>⑪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>⑫行政庁から委託を受けた事務を行うこと。</p>			

(1) 事業の目標

事業者が抱える問題点と課題を的確に把握しその解決を図るため、諸施策のPR・情報発信提供を継続的に実施する。課題解決を目指す企業に対して相談事業として経営指導員による企業カルテ・サービス提案を行い、種々の支援メニューの利用を促進し総合的に支援することにより相談事業所の持続的な発展に寄与する。また、地域活性化事業では、大阪府施策に則った事業や単独で実施するよりも広域で実施したほうが効果の上がる事業については近隣商工会・商工会議所とともに連携して広域で実施する。特に、国の小規模企業振興基本法の施行を受け、ものづくり補助金や持続化補助金に代表される諸施策について商工会が伴走しながら適切な支援を効果的に実施するため事業計画策定や販路開拓、資金調達、BCP、創業に軸足を置くとともに過年度相談のフォローアップにも傾注しながらビジネスチャンスの創出や地域経済全体の浮揚に繋げ活性化に寄与する。

(2) 事業を実施した具体的な内容、方法及び工夫した点

相談事業では、経営指導員が相談当初において単発的な支援では終わらないよう相談者も気づいていない課題の把握に注力し、サービス提案時に適切な支援策を提案して行くことに努めた。

専門相談支援事業では、中小企業診断士と経営指導員が同行し、現場の工場や店舗等で事業計画や販売促進計画の支援を行った。あわせて、専門家のノウハウを経営指導員が吸収することができた。

金融支援では、日本政策金融公庫のコロナ特別融資のあっせんに注力し、地域金融機関（池田泉州銀行・大阪信用金庫）との連携においても事業者の緊急的な資金需要に対応した。

地域活性化事業では、コロナ禍における感染症対策の徹底を念頭に実施。セミナーでは会場（リアル）と配信（オンライン）の併用を導入し、配信（オンライン）ではチャットを活用し意見交換を誘導した。

「ただおかあきんど応援事業」では、主に小売業を対象に事業承継を切り口に、ITや補助金を活用した事例やノウハウを紹介した。

「現場デカラの支援事業」では、MOBIOと連携しコロナ対応・情報発信・新製品開発について、セミナー・ワークショップ・交流会を実施し、実践的な事業計画の作成や効果的なプレスリリース作成など工夫を凝らした。

「商工展示即売会事業」では、大阪府技能士会連合会や近隣商工会と連携し、魅力ある出店者の呼び込みや抽選会の実施で地場産業製品の売上アップと製品等のPRを図る仕掛け作りに注力した。

(3) 事業を実施した効果、所管地域の活性化の状況

相談事業の実施により、地域事業者において商工会経営指導員の的確で親切な対応に対する信頼度が高まり、高度な相談も増えている。事業者が自社の当面の課題解決につながっただけでなく、事業の現状を見直す契機となっている。

地域活性化事業の実施により、参加した企業及び従業員の意識改革やスキルアップができた。

その他の事業についても（2）で記載した工夫により、事業終了後や交流会では、連携した支援機関や講師だけでなく、参加者同士の名刺交換や意見交換も活発に行われた。その中でも、情報発信編での講師に原稿の添削を依頼し、プレスリリース原稿として積極的に活用するケースもあった。

このように実施事業により事業者及び地域に対して大きな波及効果があった。

(4) 事業を実施した結果浮かび上がった課題

相談事業の利用事業者や地域活性化事業の参加事業者は、概ね効果があったと回答いただいている。しかし、地域には本事業を利用や参加していない事業者もあり、地域全体にこの事業の効果が行き渡っていないことが考えられる。

また、働き方改革や税制改正（インボイスや電子帳簿保存法）、その他法律改正など社会の仕組みの変化に、対応できていない事業者が多く見受けられる。事業主の高齢化や後継者問題、若手創業者の減少も地域の活性化を阻む大きな原因及び課題と考えられる。

そして、新型コロナウイルス感染症の長期化は、企業活動に多大な影響を及ぼしており、政府の手厚い施策はあるものの、IT化の遅れや、そもそもIT化についていけない高齢事業者の相談が増加している。

(5) 次年度の取り組み

上記課題を解決するため、まずは広報・PRに力を入れる。

喫緊の課題としては、（4）の通り、事業承継の推進による後継者問題の解決である。広報ツールとしては、会報、ホームページ等を利用する。日々変化している支援施策、地域の動向、事例等を地域の事業者へ情報提供し、まず事業者の課題解決を図ることによって事業の継続を支援する。コロナ終息後は感染拡大前の状況への回復とさらなる発展を支援していく。地域活性化事業においても、ウイズコロナを念頭に企画したいと考える。

3. 経営相談支援事業・専門相談支援事業 忠岡町商工会

I 経営相談支援事業						
支援のポイント・成果						
<p>①相談事業者の発掘 相談事業を積極的に進めるため、年6回奇数月に商工ニュースを発行し、忠岡町内に新聞折込した。施策（補助金、インボイス、BCP、新型コロナウイルス関連施策など）の情報、最近の相談例等を掲載し、新規の相談利用者には敷居を低く、過去の相談利用者には潜在的な課題を発見してもらえよう心掛け、伴走支援につなげることにポイントをおいた。</p> <p>②専門家との連携 専門家である中小企業診断士と連携し、事業所の事業計画や販売促進計画の支援を行った。専門家の経営支援に関するノウハウを経営指導員が吸収しながら事業者の経営課題解決に注力した結果、事業者と指導員との距離が縮まり新たな相談につながった。</p> <p>③労務支援 新型コロナウイルス感染症に社員が罹患した、休業要請等に伴う雇用調整で雇用調整助成金の相談が増加した。</p> <p>④創業支援 創業前、開業後の事業者に対して、新創業融資（無担保・無保証人・低利）のあっせんや事業計画・資金計画の策定支援により、スムーズな創業の実現に寄与した。</p> <p>⑤主な成果：労務支援70社、「起業・創業補助金」採択4件、事業再構築補助金採択3社。</p> <p>⑥代表事例：紳士靴製造メーカーに対して、経営指導員が専門家と連携し事業計画支援を実施。前年、社内展示場の整備とPR看板の設置等で持続化補助金採択され、今回の経営計画作成支援において、新展開を模索し、3Dスキャナーによる非接触でのインソール製作で事業再構築補助金採択。新事業として事業領域の拡大に努めている。</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	239	238	99.6%	5	
支援機関等へのつなぎ	支援数	10	12	120.0%	5	
金融支援（紹介型）	支援数	23	25	108.7%	5	
金融支援（経営指導型）	支援数	10	7	70.0%	4	
マル経融資等の返済条件緩和支援	事業所	1	0	0.0%		
資金繰り計画作成支援	事業所	50	64	128.0%	5	
記帳支援	事業所	19	28	147.4%	5	
労務支援	支援数	62	70	112.9%	5	
人材育成計画作成支援	事業所	1	0	0.0%		
マーケティング力向上支援	事業所	1	0	0.0%		
販路開拓支援	支援数	28	28	100.0%	5	
事業計画作成支援	支援数	22	22	100.0%	5	
創業支援	事業所	15	17	113.3%	5	
事業継続計画（BCP）作成支援	事業所	10	3	30.0%	3	
コスト削減計画作成支援	事業所	13	16	123.1%	5	
財務分析支援	事業所	4	3	75.0%	4	
5S支援	事業所	6	6	100.0%	5	
IT化支援	事業所	2	3	150.0%	5	
債権保全計画作成支援	事業所	1	0	0.0%		
事業承継支援	事業所	10	10	100.0%	5	
災害時対応支援	事業所	0	0			
フォローアップ支援	事業所	50	7	14.0%	3	
結果報告	事業所	236	238	100.8%	5	
II 専門相談支援事業						
支援のポイント・成果						
<p>専門的・高度な相談に対応するため、弁護士等の士業と連携して、以下の専門相談を実施した。法律相談（個別無料）は弁護士が年6回商工会事務所（内1回はオンライン）において、経営法務に関わる相談に対応する。弁護士が説明する法律の解釈をもとに適切な対応に移すことができるなどの効果があった。税務相談では、消費税・相続税・贈与税・不動産譲渡の取扱など税理士でないに対応できない専門的な相談が目立った。経営相談では中小企業診断士と経営指導員が連携して事業所を訪問することで、相談がスムーズに行われ、事業計画書のブラッシュアップについても、机上の空論にならないよう現場での支援に注力した。</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
法律相談	継続	延相談件数	18	10	55.6%	3
税務相談	継続	延相談件数	18	19	105.6%	5
経営相談	継続	延相談件数	12	14	116.7%	5

Ⅲ 地域活性化事業

支援のポイント・成果

地域活性化事業では、コロナ禍における感染症対策の徹底を念頭に実施。セミナーでは会場（リアル）と配信（オンライン）の併用を導入し、配信（オンライン）ではチャットを活用し意見交換を誘導した。

「ただおかあきんど応援事業」
 小規模な小売業やサービス業等の各事業者・個店が各種施策の活用を事業機会として、事業承継の啓発と補助金やITを活用した事例やノウハウを紹介しながら①弱みの克服に取り組むこと②強みを活かした販売促進に取り組むこと等をポイントとして支援した。成果としては、参加者の事業承継への意識を高めることができたことである。特に承継を契機として新分野へ進出する意欲を高めた参加者もあった。

「現場ジカラの支援事業」
 ①コロナ禍の補助金活用②プレスリリース実践③新製品開発の3本建て、部門担当者向けに特化し、中小企業診断士や広報専門家を講師に、実践的な事業計画の作成や効果的なプレスリリース作成にポイントをおいてワークショップを開催。他社の取組み事例を紹介し、自社の事業計画策定に臨んでもらった。ワークショップでは活発な意見交換がなされ、成果として飲食店のテイクアウトに自動販売機を導入するなど、新しい事業にチャレンジしようとする事業者を輩出することができた。

「商工展示即売会事業」
 集客増を図るため、大阪府技能士会連合会や近隣商工会と連携し、魅力ある出店者の呼び込みや抽選会の実施で地場産業製品の売上アップと製品等のPRを図る仕掛け作りに注力した。全体的に売上が減少する中、セット販売など売り方に工夫を凝らした事業者が大きく売上を伸ばしたことが注目された。また、アンケートも従来、出展者のみであったが、来場者にも行い、QRからスマホでのアンケートに答えていただくようにしたため、IT化が進み、集計時間の削減が図られた。その他、コロナ禍の開催でマスクや手指消毒の徹底、飲食禁止で物販のみの出店により、会場内での顧客の滞留時間を短くした。

(1) 単独事業

府施策連携	事業名	総支援企業数		支援実績率	利用者満足率	目標の指標				事業評価
		計画	実績			項目	目標値	実績	達成率	
○	ただおかあきんど応援事業	40	30.5	76.3%	86.7%	事業承継に取り組んだ企業割合	75%	55.6%	74.1%	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	利用者満足率	目標の指標				事業評価
		計画	実績			項目	目標値	実績	達成率	
○	現場ジカラの支援事業	45	49	108.9%	72.3%	ワークショップで得た知識を自社で応用することができた企業割合	75%	63.8%	85.1%	5
○	商工展示即売会事業	40	25	62.5%	80.0%	認知度の向上及び収集した消費者ニーズを活かせると回答した企業数	25	20	80.0%	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。

忠岡町商工会

事業名		ただおかあきんど応援事業								
想定する実施期間		H31 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)	忠岡町は日本一小さな町(3.97km ²)で人口は16,932人(令和2年12月末)。人口比率は、府内平均と比べて、①老年人口(65歳～4,826人)が28.5%と高く、②生産年齢人口(15～64歳10,134人59.8%)と③年少人口(～14歳1,972人11.6%)は低い。忠岡町の人口減少、高齢化のスピードは大阪府内の各自治体と比べると緩やかであるものの、今後は拍車がかかるものと考えられる。 町内の小売業やサービス業は、狭い商圏内で営業活動をされていることが多い。人口が減少することは、自社の経営の良し悪しに関わらず、お客様が減ることであるため、経営は厳しくなるものと考えられる。また、経営者自体の年齢も上がっており、投資意欲の低下やリスクを回避する傾向が高くなってきている。さらにコロナ禍により加速した消費行動の変化により対応すること、例えば実店舗とオンラインをうまく活用すること等が課題となってくる。利益向上のためには事業承継や後継者の育成等も重要となっている。これらの状況を放置しておく「あのお店は●●だから行かない」とお客様の選択肢から外れる可能性がある。そこで本会では、小規模な小売業やサービス業等の各事業者・個店が各種施策の活用を事業機会として、①弱みの克服に取り組むこと、②強みを活かした販売促進に取り組むこと等を支援し、経営の改善を図ることを目的として、本事業を実施した。								
	支援する対象 (業種・事業所数等)	忠岡町内の小売業、サービス業等の事業者・個店、忠岡町小売商連合会会員等。								
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	令和3年度は以下の事業を実施した。会場(リアル)と配信(オンライン)を併用して開催した。講師が事業を引き継いだ経験をもとに、事業承継を啓発するとともに、既存事業の磨き上げのための補助金やITを活用した事例、ノウハウを紹介し支援した。 ① 事業承継セミナー(補助金・IT活用編) 12/22 支援実績 9社10人 講師:中小企業の後継者(中小企業診断士・応用情報技術者)、大阪産業局 担当者 ② 事業承継のためのマーケティング応援講座(クラウドファンディング活用編) 1/18 支援実績 10社10人 講師:CAMPFIRE戦略的パートナー企業 担当者、大阪産業局 担当者 ③ 事業承継のためのマーケティング応援講座(ECサイト活用編) 2/9 支援実績 10社13人 講師:ECサイト運営支援企業 担当者、大阪産業局 担当者 ＜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や大阪産業局事業承継支援チームと連携したことにより、セミナー時の事業紹介や受講者への広報活動に効果があった。							
		④相談相乗	コロナ禍における事業承継ということで、クラウドファンディングなど新事業へのチャレンジの活用することを啓発したことで、以後の経営相談につなげることができた。							
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)	30.5	支援実績率	76.3%	満足率	86.7%	
	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)	代表指標	事業承継に取り組んだ企業割合							
		数値目標	75%	実績数値	55.6%	目標達成度	74.1%			
	成果の代表事例	(事業承継を機にECサイト立ち上げに取り組んでいる事例) 個人事業で薬店等を経営していた母より専従者であった娘が引継ぎ、コロナ禍により売上減少していた薬店部門を廃止し、売上が安定している事業に集中。続いて自分の得意分野である食とITを活かし、惣菜などの通販事業立ち上げに奔走している。								
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)	コロナ禍での相談対応が続き、他の事業と比べ後発となってしまった。事業承継というセンシティブなテーマであり、かつ運営が難しいハイブリッド開催であったが、結果としては事業運営などは後発の理が活かされた。令和4年度はこの経験を活かし事業に取り組むたい。 事業承継については喫緊の課題であり、他のテーマと比べて会場出席が多くなった。相談先がないとのお話も聞くことも多く、令和4年度も引き続き大阪府事業承継・引継ぎ支援センター等との連携を密にしていく。 また講師との打ち合わせにより実施時期を変更したことで、クラウドファンディングで得た知識をEC活用に活用できたとの声もいただいた。こういった講師や参加者の声を令和4年度以降も活かしたい。								

【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)	10.0	支援企業数(実績)	9.5	支援実績率	95.0%	満足率	66.7%
	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)	事業承継の施策や現状を知ること、事業承継に取り組む契機とすることや引き継いだばかりの事業の課題を整理することができた。							
		指標	事業承継に取り組んだ企業割合						
	数値目標	75%	実績数値	55.6%	目標達成度	74.1%			
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)	10.0	支援実績率	66.7%	満足率	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)	事業承継のタイミングにおいて、クラウドファンディングを例に自社の強みを把握、整理することができた。							
		指標	新事業等に取り組む内容を整理できた企業割合						
	数値目標	75%	実績数値	90%	目標達成度	120.0%			
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)	11.0	支援実績率	73.3%	満足率	90.9%
	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)	事業承継のタイミングにおいて、既存商品の市場開拓等の取り組みの手法として、EC活用を視野に入れることができた。							
		指標	顧客関係性の強化や販売促進に取り組んだ企業割合						
	数値目標	75%	実績数値	90.9%	目標達成度	121.2%			
その他目標値の実績	目標値(計画)		目標値(実績)		目標達成度				

忠岡町商工会

事業名

現場デカラの支援事業

想定する実施期間

H28 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)

製造現場等の今後の課題は、技術力・品質力・現場力の裏付けとなる蓄積されたデータを、いかに戦略的に製造工程やマーケティングに活用することができるかと、ものづくり白書では指摘している。そのため、ものづくり人材には第4次産業革命の進展やコロナ禍によってデジタル技術を活用できるスキルがより一層求められると同時に、熟練技能の能力向上も今まで通り求められている。そこで、これらの課題について、泉北地域の中小企業間で交流の機会を設け、知識・ノウハウ等を共有することで、人材育成と組織の持続的発展を支援した。

支援する対象
(業種・事業所数等)

泉北地域（広域連携する高石市、和泉市、泉大津市、忠岡町を中心とした）ものづくり企業1518事業所を、主たる支援事業所として実施した。

事業の概要

実施時期・具体的な内容及び事業手法

部門担当者向けに、初級～実践的なワークショップ・交流会を中心に実施している。令和3年度は以下の事業を実施。会場（リアル）と配信（オンライン）を併用して開催したこともあり、令和2年度と比べ支援実績は増加した。ハイブリッド開催のため、特にWEB参加者に対して、講師だけでなく事務局からもチャット等を活用し、意見交換できるよう誘導した。

①新たな局面となったコロナ対応型の補助金活用セミナー（10/18） 14社14名
コロナ禍の現状、業種別ガイドラインから従業員等の感染予防対策、リスク対策を確認し、人材を確保するための事業計画策定、これらを支援する補助金について
講師：中小企業診断士・社会保険労務士、MOBIO担当者

②広報・営業担当者向け研修「情報発信編」（12/6、13。2日間コース） 21社24名
自社や取扱商品のファンになってもらう、心を動かす販売促進、プレスリリースの作成について
講師：広報専門家、MOBIO担当者

③新製品開発、新分野展開等に係る補助金活用セミナー（12/16） 12社13名
設備投資を支援する補助金のポイント紹介と事業再構築等を見据えた事業計画の策定について
講師：中小企業診断士・ITコーディネータ、MOBIO担当者

<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 広報、講師選定、事業実施において、MOBIOに協力いただいたことで、事業実施後の支援についても情報提供することができた。

②広域連携 単独実施では参加することのない地域の企業との交流を促進することができた。

③市町村連携

④相談相乗 本事業で紹介した事例・手法やワーク等で得た知識を自社で活用いただけるようフォローすることができた。

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)	49.0	支援実績率	108.9%	満足率	72.3%
------------	------	------------	------	-------	--------	-----	-------

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)

(支援実績について)
令和3年度は全ての事業でハイブリッド開催となったため、令和2年度と比べ上昇した。反面、会場参加の方については目が届いているが、WEB参加の方については変化というよりも開催当日や後日にメール等のフォローが中心となった。
限られたツールでの支援ではあったが、参加者のモチベーションの維持につながったと思われるが、より高いレベルの支援にあたっては対応しづらいこともあった。他団体の事例などを取り入れたいと思う。
(支援企業の変化について)
飲食店のテイクアウトに自動販売機を使用する等、新しい事業にチャレンジしようとする事業者等を輩出することができた

代表指標 ワークショップで得た知識等を自社で応用することができた企業割合

数値目標	75%	実績数値	63.8%	目標達成度	85.1%
------	-----	------	-------	-------	-------

成果の代表事例

(オーダーメイドのビジネスシューズを製造販売する事業者の販売促進事例)
これまで印刷物、WEB、紹介等により販売促進活動を実施していたが、オーダーメイドで高価なビジネスシューズであったため売上につながらなかった。ヒアリングを繰り返していたところ、自社の強みはソールの診断力にあることにたどり着いた。これまでドレスシューズとしてデザイン性ばかりを強調していたが、体幹や健康をテーマに、新たな販売促進計画の実行に移すこととなった。

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

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

令和3年度は上記の通り、ハイブリッド開催を実施するため、配信方法や事業の運営手法を模索した。特にオンライン参加者が積極的に参加いただけるようチャット等を活用しフォローしたところ、満足度が上がり、支援の幅も広がった。オンライン参加者は今後ますます増えると思われるので、このような小さな成功体験により、運営手法を改善していきたい。

【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	計画に対する実績(数値)	支援企業数(計画)	15.0	支援企業数(実績)	14.0	支援実績率	93.3%	満足率	71.4%
	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)	コロナ禍に対応するため社内ルールや働きやすい職場環境の整備など、それに対する補助金を活用することで取り組みやすきっかけとすることができた。							
		指標	職場環境の改善に取組んだ企業割合						
	数値目標	75%	実績数値	57.1%	目標達成度	76.1%			
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)	22.5	支援実績率	150.0%	満足率	81.0%
	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)	自社の強みを把握し、効果的な情報発信の手法を習得していただき、実践につなげることができた。							
		指標	広報活動・情報発信に取組んだ企業割合						
	数値目標	75%	実績数値	76.2%	目標達成度	101.6%			
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)	12.5	支援実績率	83.3%	満足率	58.3%
	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)	自社の強みを把握、整理することができ、設備投資や販売促進など今後の方針を決めることができた。							
		指標	新事業等に取組む内容を整理できた企業割合						
	数値目標	75%	実績数値	50.0%	目標達成度	66.7%			
その他目標値の実績	目標値(計画)			目標値(実績)		目標達成度			

忠岡町商工会

事業名		商工展示即売会事業
想定する実施期間		H22 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)	当事業は、忠岡町及び泉州地域において、減少する製造業者とそれに伴い衰退する小売・卸売・飲食業者等を支援するものである。企業の優れた製品や商品、食品を最終消費者へ販売する機会をつくることにより、企業の認知度向上や製品PRを後押しする。また大阪府技能士会連合会と連携したものづくり教室の開催により、子供・若者にもものづくり体験の場を提供し、古き技術の継承を起すキッカケ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)	忠岡町を中心に泉州地域の中小・小規模事業者。主にモノづくり企業や小売・卸売・飲食業等を想定している。(令和2・3年度は新型コロナウイルス感染症対策のため、飲食ブースをなしとして実施した。)
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>商工展示即売会事業(商工カーニバル)</p> <p>日時:令和3年11月14日(日)</p> <p>会場:忠岡町民グラウンドにおいて実施。</p> <p>出店企業:25社</p> <p>購入者や出店者同士でコミュニケーションをはかり、企業認知度の向上や消費者ニーズのリサーチを支援するためのイベントとして開催した。大阪府技能士会連合会との連携によるものづくり教室は3ブース出店頂き、若者等にもものづくり体験の機会を提供した。</p> <p>令和3年度は大阪府テントシート技能士会「ハトメ打ち教室」、大阪府印章技能士会「石のはんこづくり教室」、大阪和裁技能士会「アクセサリーポーチ教室」の3団体に出店いただいた。</p> <p><コロナ禍での開催></p> <p>令和2年度に続いて、コロナ禍での開催のため、出店者は物販のみとし会場内での飲食は禁止・マスク着用・短時間での開催(元年度より2時間短縮の9~13時)など徹底した感染症対策の上、開催した。また出店ブース間の距離を2m空け、2つある出入口には検温と消毒喚起する人員を配置した。令和3年度は参加企業数は令和2年度同様だったが、売上面では前年度を上回ることができた。</p> <p>(R3年度実績:参加企業28社、総売上高300万円、来場者数約3,000人)</p> <p>(R2年度実績:参加企業28社、総売上高260万円、来場者数約3,000人)</p> <p>(R元年度実績:参加企業40社、総売上高750万円、来場者数約8,000人)</p> <p><来場者の集客方法></p> <p>チラシ折込により告知した。展示即売会に加えて、さらなる集客のため、大抽選会・チビッコ抽選会などの催し物を充実させた。また、忠岡町のライム収穫量全国2位を目指す事業者とタイアップして、商工会が苗木を100本購入、事業者から来場者に無料配布していただくことで、さらなる来場者数の増加を目指した。</p> <p><効果測定の手法></p> <p>①出店者の売上</p> <p>各出店者が購入者に配布した大抽選会用の抽選補助券(※)枚数から売上を把握する。</p> <p>(※)各出店者が200円お買い上げにつき1枚配布する。抽選補助券10枚で大抽選会にて1回抽選できることとした。</p> <p>②来場者の満足度、次回開催にあたっての意見などの調査</p> <p>抽選補助券裏面にQRコードを印字し、スマホからアンケートに回答できるようにした。対象は小学生以下の子をもつ“子育て世代”とし、家族連れの参加を促進する材料とした。大抽選会とは別にチビッコ抽選会として実施し、回答いただいた方の中から、抽選により景品をプレゼントする。副次的効果として、商工展示即売会事業を知る若い世代の増加に繋げることを目的とした。</p> <p>(現状では、高年齢者の参加割合が高い。)</p> <p><スケジュール></p> <p>出店企業募集:9月1日～ 出展者説明会:9月24日</p> <p>チラシ折込11月13日(土)忠岡町及び近隣市に10,000枚</p> <p>開催後、アンケートを実施し、効果や改善点について検証した。</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>								
		①府施策連携	大阪府人材育成課、大阪府技能士会連合会と連携し、ものづくり教室を開催した。（3ブース出店いただいた。）							
		②広域連携	泉州地域の商工会を共催団体とし、出店者・来場者募集を行った。							
		③市町村連携	忠岡町に後援・忠岡町小売商連合会に協賛を依頼し、出店者募集並びに広報によるイベント周知等を実施した。							
		④相談相乗	募集・説明会・個別による出店調整やフォローアップの中で、経営指導員が企業の経営課題を把握することにより、販路開拓以外の支援につなげる効果があった。							
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)	25	支援実績率	62.5%	満足率	80.0%	
	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)	普段消費者と関わることの少ない事業者にとって感想を聞けたり、直接商品の良さをアピールできる機会、また市場調査の機会として活用して頂けた。また在庫整理やリピート客の発掘など、売上増のための販売機会としても積極的に活用して頂けた。								
		代表指標	認知度の向上及び収集した消費者ニーズを活かせると回答した企業数							
		数値目標	25社	実績数値	20社	目標達成度	80.0%			
	成果の代表事例	コロナ禍での開催のため、多くの企業が例年比で売上が減少した。しかし、服飾・タオルなどの販売を行う企業には、複数個購入で割引するなどセット販売を実施して、売り上げを伸ばした出店者の方もいた。またライムの苗木配布コーナーでは、商工カーニバル開始時刻までに配布が終了するほどの人が並び、来場者集客に寄与した。そして、100本の苗木を無料配布したことにより、配布事業者の目指すライム収穫量全国2位に一步近づいた。（ライム収穫量は、2017年1位愛媛県6.2トン、2位和歌山県100キロと1位2位の収穫量差が大きいいため、2位を狙いやすい）								
その他目標値の実績	目標値(計画)	4,000	目標値(実績)	3,000	目標達成度	75.0%				
	コロナ禍での縮小開催により、来場者が減少したため、実績は低下した。									
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)	来場者数を増やすためにライムの苗木を100本配布したが、商工カーニバル開催時刻までにすべて配布し終えてしまうということがあった。朝からと昼からの2回に分けて50本ずつ配布するようになれば、昼からの来場者増加に繋がるため、今後の取り組みのヒントとしたい。そして令和4年度は新型コロナウイルスの影響が小さくなっていることも予想される。コロナ禍での縮小開催、通常の開催とパターン分けして、事業者のためになる開催方法について検討していく。								