

# 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     | 河内長野市商工会  |
|   | 代表者職・氏名 | 会長 西尾 元嗣  |
|   | 所在地     | 〒586-0025<br>河内長野市昭栄町7番3号   |
|   | 担当者     | 職・氏名 事務局長 竹之内 徳男  |
|   | 連絡先     | TEL（直通）： 0721-53-9900<br>Fax： 0721-52-2606<br>E-mail： <a href="mailto:info@ksci.or.jp">info@ksci.or.jp</a>  |
| ①設立年月日<br>②職員数<br>（うち経営指導員数）<br>③所管地域<br>④管内事業所数<br>⑤管内小規模事業者数<br>⑥会員数（組織率）   |         | 昭和36年6月1日<br>9名（経営指導員8名） （令和4年4月1日現在）<br>河内長野市<br>2,701（平成28年度経済センサス）<br>1,793（平成28年度経済センサス）<br>1,438（53.2%）（令和4年4月1日現在）<br>※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商工業に関し、相談に応じ又指導を行なうこと。<br>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。<br>③商工業に関する調査研究を行なうこと。<br>④商工業に関する講習会又は講演会を開催すること。<br>⑤展示会、共進会等を開催し、又はこれらの開催のあっ旋を行なうこと。<br>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。<br>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。<br>⑧行政庁等の諮問に応じて答申すること。<br>⑨社会一般の福祉の増進に資する事業を行なうこと。<br>⑩商工業者の委託を受けて、当該商工業者が行なうべき事務(その従業員のための事務を含む)を処理すること。<br>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なうこと。 |         |   |

## 2. 事業概要

## 河内長野市商工会

### (1) 事業の目標

小規模事業者が抱える課題の把握と解決に向けて、経営指導員間での情報の共有化を図り、支援関係機関等の専門家とも連携しながら迅速かつ適切な相談・指導支援を行うことを主たる目標とする。

新型コロナウイルス感染症を対策、対応しながら、各種セミナー・交流会・展示会等を実施し、事業承継・事業継続力強化計画の策定・働き方改革・キャッシュレス化・販路開拓・人材育成・コスト削減・異業種連携等経営力を強化し安定的持続発展を目指した。

創業希望者に対して、セミナー・交流会等の情報提供はもとより、効果的な事業を計画し、30件の支援と20件の創業を目指した。

地域活性化に合理的・効果的な事業を計画し、積極的に取り組み、地域ブランド（特産品）の販路拡大・地場産業や日本遺産等観光PR等推進を図り、地域全体の活性化を目指した。

### (2) 事業を実施した具体的な内容、方法及び工夫した点

①地域に密着した経営指導員が金融・税務・労務・経営など担当を区分することなくオールマイティーに且つスムーズに相談・指導業務に取り組み、小規模事業者が抱える課題の把握に努め、国・府・市や各種中小企業支援機関が実施している施策を普及啓発し、これら機関とのコーディネートを積極的に行うとともに、民間専門家との連携を図り、地域におけるワンストップサービスの拠点としての役割を果たし「頼りになる商工会」と呼ばれるよう、全力を傾注した。

②河内長野市は、著しい人口減少や高齢化による買い物困難者や市外への購買者流出が増える中、市外からの消費者流入も考えていかなければならない。そこで平成29年度からの継続事業として奥河内フルーツラリー2021をスタンプラリー形式で9/1～10/31の2ヶ月間開催した。今年度もフルーツをメイン食材とし天候の影響等で入荷できない場合は地場産野菜を取り入れて対応し、またコロナ対策としてテイクアウトでも実施した。また昨年度と同様テレビやラジオ等の各メディアにイベント発信したが今年度は取り上げられず、昨年度の応募はがき(347通)に比べて、284通と減少した。テレビ局等メディアへのアピール強化やあらゆるところでの情報発信も必要であると感じた。

③昨年度に引き続き、起業家へのより一層の創業支援の周知の強化を図り、経営指導員との二人三脚で創業をサポートするホームページ「K-plus」(<http://www.ksci.or.jp/kigyo/>)の強化を図り創業に向けての各支援を行った。

④事業主の高齢化が進み、今後、事業承継が必要となる事業所が増えていくと予想される中、より円滑に承継出来るようそのサポートとして専門家の無料相談など幅広くPRし事業承継への意識の向上に繋がった。

⑤新型コロナウイルスの影響により小規模事業者は、甚大な被害を受けている中で、本会としては各種対策融資制度の手続きや助成金、給付金の制度内容、申請方法の説明など事業継続の為に支援を全力で行なった。

### (3) 事業を実施した効果、所管地域の活性化の状況

河内長野市は、急速な人口減少や不況の影響と高齢化に伴う廃業により、小規模事業者は減少傾向である。又、市内企業が市外へ転出するなど、廃業と転出により市の財政状況が悪化し市内の経済循環に影響を及ぼすことになる。そこで商工会としては、市内の産業用地が不足する中、新たな産業用地を確保し、事業者の事業拡大、市外事業者の転入等を促進するため、令和元年11月に産業振興に関する提言書を河内長野市長に提出し、産業用地を創出するための取り組みとして、市有地の産業用地化に向けて動き始めました。引き続き、商工業者の課題解決に向け市行政・各支援機関・専門家と連携を密にして活性化推進が図れるように今後も取り組んでいく。

本年度も創業の促進を推進するために市行政・各支援機関・専門家と連携して交流会を開催し、事業所間の連携、相互の経営力向上等を図り、創業者の創出に導いた。結果、31名が参加され、内13名が創業し、18名が今後創業に向けてのサポートを行った。参加された方は、創業に対する漠然とした不安が解消されて、具体的な難しさ、厳しさを理解され、これまでに抱えていた不安感を払拭でき、一歩前進して前向きに考えることができるようになって創業へのモチベーションを高め、当初の目的は達成できたと考える。

### (4) 事業を実施した結果浮かび上がった課題

地域活性化事業については、参加された事業所や相談者からは、アンケート結果より“おおむね満足”との回答をいただいているが、セミナー関係については、提供した情報がどのような形で活用されているか今後のフォローが課題である。また、自然災害や台風、新型コロナウイルス感染症など緊急事態が発生した際のリスクの周知はまだ不十分であると考えており、不測の事態に対応できるBCP策定については、今後継続して支援をしていく必要がある。経営相談支援事業では、新型コロナウイルス感染症の影響による事業継続に関する相談や高齢化による事業承継など課題解決が難しい案件が多くなってきている。あらゆるカテゴリーの相談分野を経営指導員一人でオールマイティーに対応できるよう、職員の資質向上が必要である。

### (5) 次年度の取り組み

次年度に向けても引き続き、経営・専門相談支援を積極的に利用頂けるよう幅広く各種情報の提供や提案を行ない、事業所の抱える経営課題や問題点を把握し、より効果的な解決策を講じて行く。又、地域活性化については管内地域の奥河内の独自性や主体性を生かしながら事業を推進し地域の振興や発展につなげていく。

新型コロナウイルス感染症の影響や自然災害により、小規模事業者が廃業に追い込まれないように、相談を待つのではなく、経営指導員が現地に足を運び状況を確認し速やかに事業継続を行なえるよう対処していく。

3. 経営相談支援事業・専門相談支援事業 河内長野市商工会

| I 経営相談支援事業   |       |      |      |        |        |      |
|--|-------|------|------|--------|--------|------|
| 支援のポイント・成果   |       |      |      |        |        |      |
| <p>昨年に引き続き、経営相談支援事業については、税務、労務、金融などの担当者区分の意識を排除し、あらゆるカテゴリーの相談分野を経営指導員一人でオールマイティーに対応できるように指導員各々責任を持っての意識改革と資質向上を今年度も図った。結果、目標以上の実績が上がったことと、細やかに諸々の相談支援を前向きに円滑に行なうことが経営指導員のスキルアップにもつながっている。</p> <p>創業案件については、本商工会が運営する「K-plus」のホームページを軸に創業についての情報を発信し、セミナー、個別相談等も開催し支援を行った。結果、支援を行った方が31名、内13名が創業に至り18名が創業予定となった。今後もよりスムーズに創業に向けての支援を行っていく。</p> <p>代表事例として、大型商業施設内で婦人服、雑貨等の販売をされている事業所より、高齢者が中心である顧客が新型コロナウイルスの影響により外出を自粛されていることで、売上が減少している状況を受け、新たな販路拡大・売上アップについて相談を受けた。来店客には、介護ヘルパーやご家族の方が高齢者の代理で服の購入をされているケースが増えてきているため、代理で来店されている介護ヘルパーや家族の方を介して販路を拡大することを提案した。結果、高齢者の好む商品に絞ったパンフレットを製作し、介護施設や来店された介護ヘルパーや家族の方に周知し、またネットでの商品紹介も出来るように既存のホームページを構築した。またマルケイ融資を活用し駅から歩ける距離に店舗を移転し、コロナ収束後に高齢者が来店しやすい環境にも配慮した。今後の売上拡大の基盤作りが完成し、経営の安定化が図れるよう引き続き支援を行っていく。</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   | 388  | 388  | 100.0% | 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   | 17   | 17   | 100.0% | 5      |      |
| 金融支援（経営指導型）  | 支援数   | 14   | 15   | 107.1% | 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   | 33   | 33   | 100.0% | 5      |      |
| 記帳支援   | 事業所   | 40   | 40   | 100.0% | 5      |      |
| 労務支援   | 支援数   | 117  | 117  | 100.0% | 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   | 5    | 5    | 100.0% | 5      |      |
| 販路開拓支援   | 支援数   | 12   | 12   | 100.0% | 5      |      |
| 事業計画作成支援   | 支援数   | 7    | 7    | 100.0% | 5      |      |
| 創業支援   | 事業所   | 2    | 2    | 100.0% | 5      |      |
| 事業継続計画（BCP）作成支援  | 事業所   | 4    | 4    | 100.0% | 5      |      |
| コスト削減計画作成支援  | 事業所   | 56   | 57   | 101.8% | 5      |      |
| 財務分析支援   | 事業所   | 18   | 18   | 100.0% | 5      |      |
| 5S支援   | 事業所   | 6    | 6    | 100.0% | 5      |      |
| IT化支援  | 事業所   | 58   | 57   | 98.3%  | 5      |      |
| 債権保全計画作成支援   | 事業所   | 1    | 1    | 100.0% | 5      |      |
| 事業承継支援   | 事業所   | 1    | 1    | 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   | 0    | 0    |        | -      |      |
| 結果報告   | 事業所   | 388  | 388  | 100.0% | 5      |      |
| II 専門相談支援事業  |       |      |      |        |        |      |
| 支援のポイント・成果   |       |      |      |        |        |      |
| <p>1.《税務個別相談》税に関するあらゆる問題課題を解決することで企業に対して適正申告を促すと同時に経営の効率化とe-taxの推進により事務の効率化を図った。</p> <p>2.《金融個別相談》経営の向上安定を図る地域中小零細企業者に対し、融資面における様々な課題を解決し、経営改善を図った。</p> <p>3.《労務個別相談》地域中小零細企業者に正しい労働保険、年金制度の仕組みを理解して、労働保険、年金の加入各種届出の大切さを理解頂いた。</p> <p>4.《経営個別相談》経営に関する高度で困難な問題点をいろいろな角度より指摘し健全な経営の軌道修正へと導いた。</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 |
| 税務個別相談   | 継続    | 開催日数 | 17   | 17     | 100.0% | 5    |
| 金融個別相談   | 継続    | 開催日数 | 12   | 12     | 100.0% | 5    |
| 労務個別相談   | 継続    | 開催日数 | 12   | 12     | 100.0% | 5    |
| 経営個別相談   | 継続    | 開催日数 | 12   | 12     | 100.0% | 5    |

| Ⅲ 地域活性化事業  |                          |        |    |        |        |                               |     |      |        |      |
|--|--------------------------|--------|----|--------|--------|-------------------------------|-----|------|--------|------|
| 支援のポイント・成果   |                          |        |    |        |        |                               |     |      |        |      |
| <p>■(ラブリーハロウィン inかわちながの2021) H26年度からの継続事業で、市内7つの商店会、組合、個店等に呼び掛け、参加総数106件(郵便局等含む)で、対象事業者参加店114件あった。例年最終日にラブリーホールにおいて抽選会を行っていたが、今年度もコロナウイルスの事情により商工会に応募はがきを送る方法に変更した。結果、754通の応募があった。又、コロナ禍での事業全体の新たな手法として、LINE公式(店舗登録が243店、消費者登録858人)の強化も図り、地域の活性化へとつなぐ努力を行った。</p> <p>■(奥河内フルーツラリー2021) H29年度からの継続事業で実施した。参加店舗は、29店舗。応募はがきの返信は昨年は347枚今年は284通あった。応募はがきの減少については、昨年は、NHKテレビで放映されたが、今年度はメディアのPRができなかったためだと考える。今回も市内若手農業者の4Hクラブも参加いただき、市内飲食店とのコラボは、新規創作料理とサービス向上への意識改革と、農業者にとっては、新たな取引先の開拓につながった。</p> <p>■(キャッシュレス化の推進事業) 5つの商店会で、26日間の期間でキャッシュレススタンプラリーを実施し、一定の成果があった。*キャッシュレスセミナー参加者は23名 *キャッシュレス化導入店舗は今年度は29店舗が導入された。*キャッシュレス(PayPay)スタンプラリー参加店、73店舗参加された。*スタンプラリー応募総数は、167通(スタンプ数501個)あった。次年度に向けてもより一層のキャッシュレス化を進めていく。</p> <p>■(創業者交流会) 創業を目指す者同士が参加したことで創業する意欲をもらえて人のつながりができた。起業してからの販売戦略について情報交換でき、既に創業している参加者の実際に体験した話や新たな集客につながる話が昨年よりボリュームが増していたことなど、互いに良い刺激になった。</p> <p>■(BCP策定支援事業) 令和3年度新規事業としてセミナー・ワークショップを実施した。参加した18名全員に簡易版BCPを策定いただき、BCP策定支援制度の紹介、災害時の一斉帰宅に関する情報も周知できた。大阪府をはじめ自治体、業界団体等でBCPに関連する各種ガイドラインや解説書等が相次いで公表されるなど、BCP整備のための基盤は整ってきてるが、中小企業・小規模事業者は、目の前の仕事を優先する傾向にあり、BCP策定に対する優先順位は低いように感じている。引き続き、大阪府や専門家と連携して、広域でのセミナー・ワークショップを開催し普及啓発活動を行い、BCPの基礎知識や必要性を学んでいただき、BCPの策定に繋げていきたい。</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  | 利用者満足率 | 目標の指標                         |     |      |        | 事業評価 |
|  |                          | 計画     | 実績 |        |        | 項目                            | 目標値 | 実績   | 達成率    |      |
|  | ◎ラブリーハロウィン inかわちながの2021  | 7      | 7  | 100.0% | 100    | 事業参加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 | 70  | 73.2 | 104.6% | 5    |
|  | 奥河内フルーツラリー2021           | 35     | 29 | 82.9%  | 100    | 事業参加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 | 70  | 72.4 | 103.4% | 5    |
| ○  | キャッシュレス化の推進事業            | 35     | 28 | 80.0%  | 100    | キャッシュレス化に取り組む事業所数             | 25  | 29   | 116.0% | 5    |
|  | 《コロナ対策支援》ITを活用した経営向上セミナー | 25     | 26 | 104.0% | 100    | 業務を改善しIT化に取り組もうとする事業者の割合      | 70  | 84.6 | 120.9% | 5    |
|  | 創業者交流会(起業家支援事業)          | 30     | 31 | 103.3% | 100    | 創業に至った事業所数、創業に向けて取り組んだ事業所数    | 18  | 19   | 105.6% | 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    |      |
| ○  | 求人・求職マッチング事業             | 25     | 19 | 76.0%  | 89.5   | 採用者数                          | 10  | 4    | 40.0%  | 3    |
| ○  | BCP策定支援事業                | 22     | 18 | 81.8%  | 100    | BCP策定に取り組んだ事業者の数              | 22  | 18   | 81.8%  | 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。

河内長野市商工会

|               |  |   |                               |            |       |        |        |       |                                 |  |
|---------------|--|---|-------------------------------|------------|-------|--------|--------|-------|---------------------------------|--|
| 事業名           |  | ラブリーハロウィン in かわちながの2021 + (プラス)ライン公式アカウント事業で新規顧客拡大  |                               |            |       |        |        |       |                                 |  |
| 想定する実施期間      |  | H26 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<br>(現状や課題をどのような状態にしたいか)                            | 市内商業者は、コロナ禍による長引く不況や大型店の競合、人口減少(=消費者減少)問題など、厳しい経営状況下で、日々集客の方法を試行錯誤し努力をされています。そこで、その集客の一助となるよう市内商店会、商店組合が手を合わせ一となり市内全体において、自社のこだわり商品、こだわったサービス等を消費者へPRし売上や常連客の拡大、参加店周辺店舗への集客効果を波及させるなどLINE公式アカウントも駆使し市内の商業活力強化へと繋げていく。   |                               |            |       |        |        |       |                                 |  |
|               | 支援する対象<br>(業種・事業所数等)                                     | 河内長野市内商店会、商店組合、他各個店   |                               |            |       |        |        |       |                                 |  |
|               | 実施時期・具体的な内容及び事業手法  | ラブリーハロウィン in かわちながの事業については、市外への消費者の流出や高齢化による買い物困難者の急増とコロナ禍により売上が落ち込む中、売上拡大に向けての新たな手法としてハロウィン時期に子供をターゲットに若い世代の家族(新規顧客)を呼び込む為に、スタンプラリー台紙などのイベントPR宣材を、ホームページやLINE公式アカウントでの発信、公共施設などの設置、市の教育委員会を通じて市内小学校全域に生徒のランドセルに入れていただいた。イベント期間においては、市内商店会、商店組合の各店及び市内の個店において、普段、考えることの少ない自社に対する強み、弱み、自慢の商品、自慢のサービスをあらためてブラッシュアップして考えていただき又、本事業に連携できる商店会独自事業も検討いただき、それを発信することにより新規顧客拡大と地域一帯の活性化へと繋げた。<br>開催日:令和3年9月5日(日)～10月3日(日)   |                               |            |       |        |        |       |                                 |  |
|               |  | <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 |        | ④相談相乗 | 今後カルテ化に向けて定期的に経営の状況について打診を行っていく |  |
| 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)  | 7 商店会                         | 総支援企業数(実績) | 7 商店会 | 支援実績率  | 100.0% | 満足率   | 100.0%                          |  |
|               | 目標の達成度<br>(支援企業をどう変化させることができたか)                          | 今回、市内7つの商店会、組合、個店等に呼び掛けた結果、参加総数114件(郵便局等含む)で、対象事業者参加店97店の参加の申し込みがあった。若い世代の家族の方々がスタンプ台紙を持って来店されるため、コロナ対策をしっかりと行いその方々をターゲットにした自社サービスや取扱商品の見直しを行うなど意識の向上につながった。又、商店会ごとで、一丸となりポスターの掲示やサービスの見直しを行なうことで地域の活性化を目指す商店会としてのスキルアップに繋がった。前年度よりLINE公式アカウントにより消費者に各店舗情報を週に2回発信し一定の成果があった。現在のLINE公式アカウント店舗登録が243店、消費者登録が858人で今後もPR強化し増やしていく。5%オフ参加店や店舗写真掲載希望も募りまた、昨年に引き続き配布する菓子のグレードを上げたりラッピングに工夫する店舗も増え、より多くの消費者の方にPRを行い店舗まわりをしていただいた。例年行っているラブリーホールでの抽選会はコロナにより中止し、今回も商工会事務局へスタンプ台紙を送付いただく方法で抽選を行った。送付枚数は、754通であった。 |                               |            |       |        |        |       |                                 |  |
|               |  | 代表指標  | 事業参加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  | 70.0%                         | 実績数値       | 74.2% | 目標達成度  | 106.0% |       |                                 |  |
|               | 成果の代表事例  | LINE公式アカウント登録店の方が売り出しチラシの発信を積極的に行うことにより来店数もあがることを実感され、各店舗情報発信の依頼が増えてきており、各店のオリジナルのサービスを企画する刺激にもなり新規顧客拡大へと繋げることができた。   |                               |            |       |        |        |       |                                 |  |
| その他目標値の実績     | 目標値(計画)  | 1,000   | 目標値(実績)                       | 858        | 目標達成度 | 85.8%  |        |       |                                 |  |
|               | LINE公式アカウントの消費者の登録数                                      |   |                               |            |       |        |        |       |                                 |  |
| 実施結果          | 課題及び次期以降への取組み<br>(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) | 参加店について前年度は、95店、今年度97店、昨年度同様、コロナ禍により参加を躊躇される店舗もあった。スタンプ台紙の送付枚数については、昨年度は490通であったが、今年度754通あり264通増となった。コロナ禍により市外での買い物を控えられ市内で買い物をされた方が多かったのではと感じられた。次期への取組みとして、新型コロナウイルスの対策を行いながら、引き続き若い世代の家族層をターゲットに、昨年度以上の新規顧客を呼び込むための工夫を各々していただき、LINE公式アカウントのより一層の強化も図り、事業全体の新たな手法も検討し、各商店会においても独自の事業を実施できるよう検討いただき地域の活性化へとつなげていく。   |                               |            |       |        |        |       |                                 |  |

河内長野市商工会

|               |  |  |                               |            |       |        |        |       |                                 |
|---------------|--|--|-------------------------------|------------|-------|--------|--------|-------|---------------------------------|
| 事業名           |  | 奥河内フルーツラリー2021   |                               |            |       |        |        |       |                                 |
| 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<br>(現状や課題をどのような状態にしたいか)                            | 小規模な市内飲食小売店では、長引く不況や大型飲食店の競合などの影響により、厳しい経営状況となっている。これを打破する為には、河内長野市自慢の地域の特色、資源を有効活用し、河内長野ならではの地域一体型での事業を実施し、市内外より消費者流入の強化を図り経営の向上に繋げる。   |                               |            |       |        |        |       |                                 |
|               | 支援する対象<br>(業種・事業所数等)                                     | 飲食店・菓子製造小売店  |                               |            |       |        |        |       |                                 |
|               | 実施時期・具体的な内容及び事業手法  | 低農薬等安全性の一定の審査基準をクリアした、「奥河内 food」の河内長野市認定品や奥河内産フルーツ、地場産野菜等を新規性のある料理、菓子等に使用し、奥河内感を前面に出してPRを図り、市内外より消費者の流入を図る。又、事業期間終了後も各店の魅力や商品の特色を色濃く出し継続的にこなえるよう意識の向上も図っていく。<br>◎対象事業者と事業所数：飲食店・菓子製造小売店 35社<br>◎スタンプ台紙でのラリー形式 *スタンプ3個(3店舗)で1口、上限2口まで<br>*実施期間は、フルーツ等収穫期の9/1～10/31の2ヶ月<br>*賞品は、参加店共通金券3000円分25名、5000円分15名など   |                               |            |       |        |        |       |                                 |
|               |  | <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 |        | ④相談相乗 | 今後カルテ化に向けて定期的に経営の状況について打診を行っていく |
| 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)   | 35.0                          | 総支援企業数(実績) | 29.0  | 支援実績率  | 82.9%  | 満足率   | 100.0%                          |
|               | 目標の達成度<br>(支援企業をどう変化させることができたか)                          | 参加募集案内の結果、当初35店舗予定のところ29店舗の参加があった。<br>実施期間は、前年度同様に、もっともフルーツの多い9/1～10/31の2ヶ月間行った。<br>応募はがきについて、今回も、料金受取人払いで応募しやすい方法で実施した。<br>前年に引き続き、各店舗にQRコードを設置しQRコードでの応募も行った。<br>スタンプラリー応募はがき1枚につきスタンプは3個1口で6個で2口を応募条件とした。応募されたはがきの枚数について、計284通(内QRコード応募5人)の応募があった。(※昨年度347通・内QRコード応募6人)スタンプ数は、1026個で、1026食の料理を提供していただいた。又、R2年度は、NHKの番組に取り上げられるなどのPRにより応募はがきも多かったが、各メディアにイベントPR発信したがR3年度は取り上げられなかった為、応募はがきが減少した理由の一つでもあったと感じた。メディアへのアピールの強化が必要である。<br>農業者は前回より引き続き、河内長野市の40歳代若手の13農業者で組織される4Hクラブを主体に協力いただいた。 |                               |            |       |        |        |       |                                 |
|               |  | 代表指標   | 事業参加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       | 72.4% | 目標達成度  | 103.4% |       |                                 |
|               | 成果の代表事例  | レストランを経営されている方で、有機農法による自家菜園の野菜や生産農業者の新鮮なフルーツを使用したプレートやデザートを提供するときに食に関する安全安心や生産農業者の紹介PRを積極的に行ない地元を活性化する意欲が新規顧客拡大につながった。   |                               |            |       |        |        |       |                                 |
| 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<br>(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) | 今回も各店取り扱い食材はフルーツをメインに実施し、フルーツを入荷できない場合、地場産野菜も取り入れていただきバリエーション豊富にすることが出来た。又、コロナ対策として、テイクアウトも実施した。参加店舗数について、予定店舗数より6店舗減少となった。これは、コロナ禍の中での参加を敬遠されたと考えられる。昨年度は、テレビ番組での紹介により多くの方の参加と応募があったが、各メディアにイベントPR発信したがR3年度は取り上げられなかった為、応募はがきが減少した理由の一つでもあったと感じた。テレビ局等メディアへのアピール強化やあらゆるところでの情報発信を図っていききたい。  |                               |            |       |        |        |       |                                 |

河内長野市商工会

| 事業名           |  | キャッシュレス化の推進事業   |   |   |                           |        |     |        |
|---------------|--|---|---|---|---------------------------|--------|-----|--------|
| 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<br>(現状や課題をどのような状態にしたいか)                            | 国においては、令和元年6月に「成長戦略フォローアップ」を閣議決定し、大阪・関西万博(2025年)に向けて、キャッシュレス決済比率40%をめざし、キャッシュレス社会の実現に向けて取り組んでいます。商工会においても小規模事業者のなご一層のキャッシュレス化の導入の強化と消費者に対してキャッシュレス決済を促進する事業を実施しキャッシュレス化の強化を図っていく。   |   |   |                           |        |     |        |
|               | 支援する対象<br>(業種・事業所数)                                      | 市内5つの商店会（各々のイベント内でキャッシュレス化を促進する事業を実施）   |   |   |                           |        |     |        |
|               | 実施時期・具体的な内容及び事業手法  | ◎市内5つの商店会の下記各々のイベント内でキャッシュレス化を促進するスタンプラリー事業を実施した。<br>◎実施期間：R3.12/1～12/26まで<br>＊じゃんぼｽｸｲｱ河内長野テナト会 歳末祭 12月実施<br>＊千代田西商店会 イルミネーションイベント 12月実施<br>＊ノパティながの店主会 クリスマスコンサート 12月実施<br>＊咲っく南花台事業者の会 南花台プレミアムフライデー 12月実施<br>＊千代田駅前東商店会 年末大売出し 12月実施<br>◎イベント開催までに、キャッシュレスを導入していない市内の店舗も対象としたキャッシュレスセミナーを開催。導入希望の場合は、キャッシュレス決済事業者を派遣し、導入の手助けをする。それ以外に市内の店舗に対してもキャッシュレス化の導入の促進をする。<br>◎セミナー開催日：R3.7/6（商工会館）<br>◎5つの商店会でのスタンプラリー事業については、本会独自でキャッシュレススタンプラリー台紙を作成し、キャッシュレス決済をおこなったお客様に対して、お店のスタンプを押す。スタンプ3個1口で応募はがきを本会に郵送いただき抽選で人気商品をプレゼントする。又、店舗側も、キャッシュレス化のお得感のPRを行う。<br>◎イベント期間中に関係なく年度期間内で市内の店舗でキャッシュレス化導入希望の場合はキャッシュレス運営会社を店舗に派遣し導入のサポートを行う。 |   |   |                           |        |     |        |
|               |  | <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<br>②広域連携<br>③市町村連携<br>④相談相乗  | 大阪府と連携しセミナー等Webサイトへの掲載およびメール配信、関係機関等にスタンプラリー台紙の設置やキャッシュレス化の未導入店へ導入を推進。<br>今後カルテ化に向けて定期的に経営の状況について打診を行っていく |   |                           |        |     |        |
| 計画に対する実績（数値）  | 総支援企業数(計画)   | 35<br><small>(イベント5)<br/>(セミナー30)</small>   | 総支援企業数(実績)  | 28<br><small>(イベント5)<br/>(セミナー23)</small> | 支援実績率                     | 80.0%  | 満足率 | 100.0% |
| 事業全体の実績／目標達成度 | 目標の達成度<br>(支援企業をどう変化させることができたか)                          | ◎5つの商店会の各々の商店会事業の実施日を含めた26日間の期間でキャッシュレススタンプラリーを実施し一定の成果があった。<br>＊キャッシュレスセミナー参加者は23名<br>＊キャッシュレス化導入店舗、当初予定25店舗のところ29店舗導入<br>＊5つの商店会のキャッシュレス(PayPay)スタンプラリー参加店75店舗 ※去年は70店舗<br>＊スタンプラリー応募総数は、167通(スタンプ数501個)あった。景品については、PlayStation5 1人・ＱＵＯカード(3,000円) 20人・図書カード(2,000円) 10人・ジェフグルメカード(2,000円) 10人  |   |   |                           |        |     |        |
|               | 代表指標   | キャッシュレス化に取り組む事業所数   |   |   |                           |        |     |        |
|               | 数値目標   | 25店   | 実績数値  | 29店                                       | 目標達成度                     | 116.0% |     |        |
|               | 成果の代表事例  | 商店会が共通意識を持って一つとなり各店で自作のポスターを作成いただくなど積極的なPRの結果、多数の方がキャッシュレス決済を利用いただき啓発アピールにつながった。イベント終了後もキャッシュレス化のアピールなどに取り組んでいただいている。   |   |   |                           |        |     |        |
| 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<br>(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) | 応募はがきの数から見てこのイベントを知らない方もあるように思うので、もっと消費者へのイベント周知を強化する必要があると感じた。又、コロナ禍で現金のやり取りを敬遠される方が多いため、なご一層のキャッシュレス化の取り組みが必要である。   |   |   |                           |        |     |        |

【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)   | 5.0               | 支援企業数(実績) | 5.0   | 支援実績率  | 100.0% | 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) | 5つの商店会の各々の商店会事業の実施日を含めた26日間の期間でキャッシュレススタンプラリーを実施し昨年度70店舗のところ今年度75店舗の参加があり、イベント期間中より一層のキャッシュレス化の意識向上につながり一定の成果があった。又、年度期間内でのキャッシュレス化導入店舗は25店舗目標のところ29店舗導入があった。 |                   |           |       |        |        |     |        |
|           |                             | 指標  | キャッシュレス化に取り組む事業所数 |           |       |        |        |     |        |
|           | 数値目標                        | 25社   | 実績数値              | 29社       | 目標達成度 | 116.0% |        |     |        |
| 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)   | 30.0              | 支援企業数(実績) | 23.0  | 支援実績率  | 76.7%  | 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) | キャッシュレスを導入していない市内の店舗も対象としたキャッシュレスセミナーを開催しキャッシュレス化に対する意識の向上につながった。セミナー参加の事業所のキャッシュレス導入が5店舗、年度期間内での導入が24店舗あり計29店舗あった。   |                   |           |       |        |        |     |        |
|           |                             | 指標  | 参加事業者の理解度         |           |       |        |        |     |        |
|           | 数値目標                        | 70%   | 実績数値              | 96%       | 目標達成度 | 137.1% |        |     |        |
| その他目標値の実績 | 目標値(計画)                     |   | 目標値(実績)           |           | 目標達成度 |        |        |     |        |
|           |                             |   |                   |           |       |        |        |     |        |



河内長野市商工会

|               |  |   |                          |            |       |       |        |     |        |  |
|---------------|--|---|--------------------------|------------|-------|-------|--------|-----|--------|--|
| 事業名           |  | 《コロナ対策支援》ITを活用した経営向上セミナー<br>～店舗への集客強化とネットショップへの展開～  |                          |            |       |       |        |     |        |  |
| 想定する実施期間      |  | R3 年度～ 年度まで ※複数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<br>(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の影響により営業に支障きたしている中で、どのようにして売上を上げるかその手法の選択が重要なポイントになってきています。そこで今回、ITを活用して新規顧客を獲得し店舗に来ていただく為の手法や、非接触型の販売ツールとしてのネットショップ( EC事業)の運営ノウハウや新規出店・開店から販売・集客のコツまでを習得いただき、新規顧客獲得と売上拡大につなげる。又、飲食業の場合など業態を変えてネットショップに展開できる事例なども説明する。   |                          |            |       |       |        |     |        |  |
|               | 支援する対象<br>(業種・事業所数等)                                     | 小規模事業者（小売、飲食、サービス）・新規開業予定者  |                          |            |       |       |        |     |        |  |
|               | 実施時期・具体的な内容及び事業手法  | <p>開催日時：R3年9月30日(木) 14:00～17:00 (内16:00～個別相談)</p> <p>場 所：河内長野商工会館 大会議室</p> <p>講 師：道端 俊彦 氏( (株) ミチバタ・ジャパン・リミテッド代表)</p> <p>参加人数：24名</p> <p>*セミナー内容</p> <p>◎Googleマイビジネス<br/>マップなど Google のサービスにビジネスやお店などの情報を表示し、管理するための無料のツール、インターネット経由での集客に効果的</p> <p>[内容]*Insights (インサイト：分析機能) の使い方 *ロコミを管理するコツ *Googleマイビジネス編集 *無料Webサイトの作成 *スマートフォン版アプリでの対応</p> <p>◎ネットショップ(EC)構築について(初級編)</p> <p>*ショップを始める前に知っておくべき考え方 *ECの必須知識 *商品登録時に大切なこと *集客力を上げるコツ *リピーター獲得の方法</p> <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   |   |                          |            |       |       |        |     |        |  |
|               | ④相談相乗  | 今後カルテ化に向けて定期的に経営の状況について打診を行っていく   |                          |            |       |       |        |     |        |  |
| 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)  | 25.0                     | 総支援企業数(実績) | 26.0  | 支援実績率 | 104.0% | 満足率 | 100.0% |  |
|               | 目標の達成度<br>(支援企業をどう変化させることができたか)                          | Googleマイビジネスとネットショップ(EC)構築について受講いただき、ネットを経由しての顧客管理や集客方法等々とネットショップを構築するための基本知識等を理解いただき、今後、それらツールを使用しての業務改善に取り組む意思につながった。   |                          |            |       |       |        |     |        |  |
|               |  | 代表指標  | 業務を改善しIT化に取り組もうとする事業者の割合 |            |       |       |        |     |        |  |
|               |  | 数値目標  | 70%                      | 実績数値       | 84.6% | 目標達成度 | 120.9% |     |        |  |
|               | 成果の代表事例  | 婦人服・雑貨販売の方で、コロナ禍で来店を避けられる顧客が多い為、ネット販売を実際に実施していく計画を持たれており今回のセミナーでわからなかった基本を十分に理解され本セミナーをきっかけに今後事業展開をしていく。  |                          |            |       |       |        |     |        |  |
| 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<br>(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) | スマホ、パソコンは今では誰も利用されているが、日々ITが進化していく中でそれに対応できない方が多いため、今後タイムリーにセミナーを継続していかなければならないと感じた。又、IT活用の仕方については知らない方が多く、今回のセミナーで大変興味を持たれていることが分かった。今後、コロナ禍の中で非接触ツールとしてのIT利用は必須であり、それを利用しての顧客確保へつなぐ意識の向上が必要となってくる。  |                          |            |       |       |        |     |        |  |

河内長野市商工会

|               |  |   |   |            |         |       |        |     |        |  |
|---------------|--|---|---|------------|---------|-------|--------|-----|--------|--|
| 事業名           |  | 創業者交流会（起業家支援事業）   |   |            |         |       |        |     |        |  |
| 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  |   |            |         |       |        |     |        |  |
| 事業の概要         | 事業の目的<br>(現状や課題をどのような状態にしたいか)  | 若年者の人口流出や産業用地不足による事業者の流出、高齢化に伴う廃業により小規模事業者は減少傾向であり、今後コロナ禍の影響を受けて廃業する事業者も増えることが予想される。また、市内においては、事業所の交流や情報交換する機会が少ないため、事業者同士の横のつながりが希薄で地域として事業所間の連携を自発的にこなうことは難しい。創業を促進し、当商工会が行政並びに金融機関等と連携して交流会を開催することにより、事業所間の連携、相互の経営力向上等を図り、コロナ禍においても起業家の育成、新たな事業者の創出を見いだすことを目的とする。                             |   |            |         |       |        |     |        |  |
|               | 支援する対象<br>(業種・事業所数等)   | 創業を検討・準備している方、創業後間もない方  |   |            |         |       |        |     |        |  |
|               | 実施時期・具体的な内容及び事業手法  | 【時期】  | 令和3年8月28日（土）、12月11日（土）<br>11時30分～13時30分 当所3階会議室にて開催 |            |         |       |        |     |        |  |
|               |  | 【内容】  | 創業に向けての準備、考え方、参加者同志の交流、意見・名刺交換、先輩起業家の体験談等を盛り込んでいる。  |            |         |       |        |     |        |  |
|               |  | <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        | 河内長野市産業観光課並びに日本政策金融公庫と連携し、交流会への支援要請及びその他連絡調整・協議を密にしながら、事業者のニーズを把握する。 |   |   |            |         |       |        |     |        |  |
| ④相談相乗         | 本事業終了後においても、創業の個別相談を行うことにより相乗効果を図る。                                  |   |   |            |         |       |        |     |        |  |
| 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)  | 30.0  | 総支援企業数(実績) | 31.0    | 支援実績率 | 103.3% | 満足率 | 100.0% |  |
|               | 目標の達成度<br>(支援企業をどう変化させることができたか)                                      | 今回もネットワークづくりを目的とし、開業された方のプロセスや課題、魅力を紹介し、参加者同志のビジネスチャンス創出を目指した交流会であった。参加者からは「創業するため必要なことを知ることができた」「先輩起業家の話が大変参考になった」「自分が気づいていないことを学ぶ機会になった」という感想があり、人的交流を経て新たに気づけた点も多々あったといえる。そして、創業に対する漠然とした不安が解消されて、具体的な難しさ、厳しさを理解され、これまでに抱えていた不安感を払拭でき、一歩前進して前向きに考えることができるようになって創業へのモチベーションを高め、当初の目的は達成できたと考える。 |   |            |         |       |        |     |        |  |
|               |  | 代表指標  | 創業に至った事業所数、創業に向けて取り組んだ事業所数                          |            |         |       |        |     |        |  |
|               |  | 数値目標  | 18社   | 実績数値       | 19社     | 目標達成度 | 105.6% |     |        |  |
|               | 成果の代表事例  | 参加したことで創業する意欲をもらえて人のつながりができた。創業する意欲と人とのつながりが重要であるといえる。起業してからの販売戦略について情報交換でき、今までの切り口だけでなく情報量が増えたことで互いに良い刺激になったといえる。  |   |            |         |       |        |     |        |  |
| 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<br>(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)             | 20名を超える申込者があったことから創業に対するニーズは依然高いと判断できる。また、満足度も高かったことから、次年度も引き続き、同様の内容での実施を予定している。創業を予定している方々が実際に開業に至るよう、今後、交流会終了後も個別相談等、継続して支援を実施していきたい。  |   |            |         |       |        |     |        |  |

河内長野市商工会

事業名 求人・求職マッチング事業

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

事業の目的  
(現状や課題をどのような状態にしたいか)

大阪の有効求人倍率は1.10倍（25～29歳で0.96倍、45～49歳では0.75倍）と非常に厳しい。特に、福祉・介護事業の充足率は9.9%と深刻な人手不足が続いている。当地域の有効求人倍率は0.67倍（45～64歳は0.51倍）で、中高齢の紹介・就職件数も府下では少ないため、雇用のミスマッチを解消することが課題である。本事業は地域労働ネットワーク事業として、若者・中高年齢者等を広く対象とした求人企業と働く意欲のある求職者をマッチングし、採用件数の増加を目的とする。

支援する対象  
(業種・事業所数等)

ハローワーク河内長野管内の求人企業および就職困難者等を対象とする。  
(若者・中高年齢者等の在職者や採用が多い企業および業種)

事業の概要

実施時期・具体的な内容及び事業手法

開催日時：下記【1】①と②令和3年7月20日(火)、11月12日(金) 午後2:00～4:00  
③令和3年11月19(金) 午後3:00～4:30  
11月25(木) 午後3:00～4:30  
11月26(金) 午前10:00～11:30  
12月10(金) 午後3:00～4:30 場所：ハローワーク河内長野  
下記【2】令和3年12月2日(木) 午後1:30～4:00 場所：レインボーホール

内容：上記【1】①業種別（介護・福祉）合同企業面接会 ②福祉の仕事相談会  
③面接・説明会  
上記【2】①合同企業面接会と企業紹介コーナー ②中高年齢者就業相談 ③シルバー人材センター就業相談 ④ハローワークの就職活動相談 ⑤ひとり親家庭生活相談 ⑥障がい者就業相談 ⑦若者の就労相談 ⑧総合生活相談 ⑨労働相談 ⑩社会保険・労働保険相談 ⑪働くことQ&Aコーナー

<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 大阪府労働環境課と連携しWebサイトへの掲載およびメール配信、チラシ・ポスターの設置で事業を周知。各種相談コーナーの開設調整および実施運営等の協力。
- ②広域連携 3商工会(大阪狭山、富田林)で連絡を密にし、訪問・電話・FAX・広報誌・Webサイト・ポスター・チラシで参加社(者)を募集。広域連携により費用や関係者との調整等で効率化を図った。
- ③市町村連携 河内長野市、大阪狭山市、富田林市、河南町、太子町、千早赤阪村役場と連携し、各行政の広報誌、Webサイトへの掲載とポスター・チラシを作成・配布、看板の設置。
- ④相談相乗 労務支援で1件の経営相談支援事業の実績が上がった。

計画に対する実績(数値)

|            |     |            |     |       |       |     |       |
|------------|-----|------------|-----|-------|-------|-----|-------|
| 総支援企業数(計画) | 25社 | 総支援企業数(実績) | 19社 | 支援実績率 | 76.0% | 満足率 | 89.5% |
|------------|-----|------------|-----|-------|-------|-----|-------|

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で求職者の参加がとてま少なかつた。意欲のある人材を確保したい企業を募り、19社(上記【1】①と②で6社、③4社、【2】9社)に参加いただいた。求人企業の募集人数は118人で、参加者49人のうち32人(上記【1】25人、【2】7人)が面談を受けた。本事業の継続や回数の増加を多くの企業に希望された。地元求職者との面談機会を得られたことで、おおむね満足された。  
採用者数は4人(上記【1】2人、【2】2人)であった。  
事業の広報活動では各市町村・大阪府労働環境課・関係機関・開催会場等の協力をえて、49人(上記【1】25人、【2】24人)の参加があった。当日および後日に面談できるため人材確保に繋がること、企業PR方法や採用ノウハウ等を学べることを認識された。次回以降も参加したいとの声が大半であった。

|       |       |      |    |
|-------|-------|------|----|
| 代表指標  | 採用者数  |      |    |
| 数値目標  | 10人   | 実績数値 | 4人 |
| 目標達成度 | 40.0% |      |    |

成果の代表事例

上記【1】①と②合同企業面接・相談会参加企業は、低コストで短期に人材確保ができた。短時間に対面で、働く意欲のある人と面談でき2人の採用に至った。業種を絞った合同面接&相談会は複数企業の面談を受けられるため、企業と参加者の双方に効果的である。

その他目標値の実績

|         |      |         |     |       |       |
|---------|------|---------|-----|-------|-------|
| 目標値(計画) | 146人 | 目標値(実績) | 49人 | 目標達成度 | 33.6% |
|---------|------|---------|-----|-------|-------|

参加者数は、ハローワーク、各市町村および大阪府労働環境課等との連携があったからこそ参加者の実績を上げられた。多くの支援企業から、次回も同事業に参加を希望するとの回答を得た。

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)

支援企業の声 ①来場・面談者の増加 ②開催回数の増加 ③職種や年齢層の絞込み  
[課題] 事業の周知に注力し、ハローワークの職業紹介・相談の課と連携強化のうえ参加者を増やすこと。求人企業の概要や業務内容のPRを支援し各企業の面談者を増やすこと。ウィズコロナでの面談会に参加しやすい安全安心の会場をつくり、意欲のある求人・求職者を支援する。

【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)   | 16社     | 支援企業数(実績) | 10社   | 支援実績率 | 62.5%  | 満足率 | 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） | 新型コロナウイルス感染症の影響で企業数、面談および採用者数が未達となった。<br>（意欲のある求職者の採用で人手不足が改善した。求人活動等する中で労務管理等の知識を習得でき、法令遵守や情報収集にもつながった。） |         |           |       |       |        |     |       |
|           |                             | 指標  | 採用者数    |           |       |       |        |     |       |
|           | その他目標値の実績                   | 数値目標  | 6人      | 実績数値      | 2人    | 目標達成度 | 33.3%  |     |       |
| 目標値(計画)   |                             | 80人   | 目標値(実績) | 25人       | 目標達成度 | 31.3% |        |     |       |
|           |                             | 本事業への参加者数も同上の理由で未達となった。   |         |           |       |       |        |     |       |
| 実績／達成度【2】 | 計画に対する実績（数値）                | 支援企業数(計画)   | 9社      | 支援企業数(実績) | 9社    | 支援実績率 | 100.0% | 満足率 | 88.9% |
|           | 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） | 新型コロナウイルス感染症の影響で面談および採用者数が未達となった。<br>（意欲のある求職者の採用で人手不足が改善した。求人活動等する中で労務管理等の知識を習得でき、法令遵守や情報収集にもつながった。）     |         |           |       |       |        |     |       |
|           |                             | 指標  | 採用者数    |           |       |       |        |     |       |
|           | その他目標値の実績                   | 数値目標  | 4人      | 実績数値      | 2人    | 目標達成度 | 50.0%  |     |       |
| 目標値(計画)   |                             | 66人   | 目標値(実績) | 24人       | 目標達成度 | 36.4% |        |     |       |
|           |                             | 本事業への参加者数も同上の理由で未達となった。   |         |           |       |       |        |     |       |

河内長野市商工会

| 事業名           |  | BCP策定支援事業   |   |            |                           |       |       |     |        |  |
|---------------|--|---|---|------------|---------------------------|-------|-------|-----|--------|--|
| 想定する実施期間      |  | R3  | 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<br>(現状や課題をどのような状態にしたいか)                            | 大阪府内における事業継続計画（BCP）を策定している企業数は全国的に見るとかなり少なく、本地域においても同様で、必要性は感じていても予期せぬ事態への事前準備が整っている企業はわずかです。<br>昨年は、新型コロナウイルス感染症の影響により、あらゆる企業の事業継続が危ぶまれる状況に陥り、これまで事業継続を脅かす第一の要因として考えられてきた地震や台風、豪雨といった自然災害と合わせて、感染症対策についても事業継続計画（BCP）に盛り込む必要があることを痛感させられました。<br>そこで、各企業がさまざまなリスクに対する企業活動への影響を想定し、平常時から対応措置などを準備しておくことで、事業の継続のみならず企業価値の維持・向上の観点からも重要となるBCP策定の支援を行い、本地域での普及啓発を目指すことを目的とします。   |   |            |                           |       |       |     |        |  |
|               | 支援する対象<br>(業種・事業所数等)                                     | 中小企業・小規模事業者、BCP策定に関心のある事業者  |   |            |                           |       |       |     |        |  |
|               | 実施時期・具体的な内容及び事業手法  | 開催日時：R3年9月29日(水) 13:30～16:00<br>場 所：河内長野商工会館 大会議室<br>講 師：野崎 久之 氏(MS&ADインターリスク総研㈱ 事業リスクマネジメントグループ マネージャー・上席コンサルタント)<br>参加人数：18名<br>内 容：①BCP構築セミナーにおいて、BCPの概要やその必要性、災害シナリオ、具体的な災害対策、BCP作成ノウハウなど、BCP策定に係るイメージをつかんでいただき、自然災害に加えて新型コロナウイルス感染症の感染拡大時の事業継続も想定した簡易版BCPの策定ワークショップを実施した。また、アンケートよりBCP作成に関する支援を希望される事業所に、巡回等で経営指導員と専門家が資料を提供し情報を発信した。<br>②普及啓発に係るリーフレットを活用し、より多くの企業がBCPに取り組めるように、企業訪問時や窓口相談時に普及啓発活動を実施した。BCPは1度の作成で永久に使用できるものではないので、外部機関と連携を取り継続的に支援を行います。 |   |            |                           |       |       |     |        |  |
|               |  | <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  | 大阪府と連携しセミナー等Webサイトへの掲載およびメール配信を行い、BCP策定を推進した。       |            |                           |       |       |     |        |  |
|               |  | ②広域連携   | 隣接する河内長野市及び大阪狭山市の地域において連携することにより、幅広い地域での事業周知を実施できた。 |            |                           |       |       |     |        |  |
|               | ③市町村連携   |   |   |            |                           |       |       |     |        |  |
|               | ④相談相乗  | BCPは1度作成すれば終わりではないので、本事業終了後においても継続的に支援を行っていく。   |   |            |                           |       |       |     |        |  |
| 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)  | 22社   | 総支援企業数(実績) | 18社                       | 支援実績率 | 81.8% | 満足率 | 100.0% |  |
|               | 目標の達成度<br>(支援企業をどう変化させることができたか)                          | 今回のセミナー・ワークショップでは、対面形式として実施し、基本的なBCPの内容から当地域で発生の可能性の高い災害や感染症対策、情報セキュリティ事故など、様々な脅威に対する説明を行い、そのあと簡易版BCPの策定まで実施し、参加された事業所の満足度は高いものであった。コロナ禍での対面形式の実施は参加者が伸びないかと懸念していたが、目標の参加者数(22社)には届かなかったが、18社の方が参加していただいた。<br>参加者には大阪府の超簡易版BCP「これだけは！」シートやBCP策定支援制度の紹介、災害時の一斉帰宅に関する情報も周知できた。  |   |            |                           |       |       |     |        |  |
|               |  | 代表指標  | BCP策定に取り組んだ事業者の数                                    |            |                           |       |       |     |        |  |
|               |  | 数値目標  | 22社   | 実績数値       | 18社                       | 目標達成度 | 81.8% |     |        |  |
|               | 成果の代表事例  | アンケートよりBCP作成に関する支援を希望される事業所に対し、当該事業所の所在地のハザードマップやBCPの雛形を提供し策定に向けて支援を行っている。そのうち1社は、事業継続力強化計画も平行して進めている。(令和3年12月申請)   |   |            |                           |       |       |     |        |  |
| 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<br>(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) | 大阪府をはじめ自治体、業界団体等でBCPに関連する各種ガイドラインや解説書等が相次いで公表されるなど、BCP整備のための基盤は整ってきているが、中小企業・小規模事業者は、目の前の仕事を優先する傾向にあり、BCP策定に対する優先順位は低いように感じている。<br>引き続き、大阪府や専門家と連携して、広域でのセミナー・ワークショップを開催し普及啓発活動を行い、BCPの基礎知識や必要性を学んでいただき、BCPの策定に繋げていきたい。   |   |            |                           |       |       |     |        |  |