

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	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 所長代理 藤本太恒
		連絡先	TEL(直通): 072-721-1300
			Fax: 072-721-1305
		E-mail: info@minohccior.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 4 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) 1,210 (29 %) (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	
□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。			

(1) 事業の目標

地域経済を支える中小企業が、新型コロナウイルス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ことが目標。そのために事業を通し、①「コロナ危機をのりこえていく」という経営マインドを創出し、②事業者がコロナ禍における中小企業施策を把握・活用し、また、感染拡大防止を徹底した店づくり・その魅力のPRによって、足元の経営を維持し、③事業者が、環境変化に対応した事業の再構築をはかり、持続可能な収益基盤を構築する、という三段階のステップを踏み、目標達成を目指す。

目標の実現により、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。

(2) 事業を実施した具体的な内容、方法及び工夫した点

上述した「①」においては、コロナ禍による業況不安で押しつぶされそうになっている事業者に対して「誰一人取り残さない」という想いで経営指導員及び専門家と共にチーム一丸となり、経営相談窓口体制を強化。丁寧なヒアリングと励ましによって事業者の経営活力を引き出した。「②」においては、実質無利子融資・時短協力金等、間断なく実施される支援施策に対し、経営指導員が個々の事業者にあった施策の活用を提案し、足元の資金繰りを強化した。「③」においては、オンラインまちゼミ等時代に適応した地域活性化事業、また、事業再構築のための事業計画策定支援によって社会変化に対応したビジネスモデルの構築を図った。

(3) 事業を実施した効果、所管地域の活性化の状況

事業を実施したことで、「①」に対しては「会議所さんの励ましによって前を向いて経営をしていく元気がでた」といった声を頂き、経営マインドの創出につながった。「②」に対しては、「次々と支援策の情報が入ってくるが、自分が活用できる施策、活用すべき施策がどれなのか、会議所さんがいなければわからなかった」といった声を頂き、足元の資金不安を緩和させることができた。「③」に対しては、未曾有の社会変化によって生じた新たな課題解決に取り組む事業者に対して、事業再構築補助金採択・オンライン動画による店舗PR、等によって取り組みの後押しをした。また厳しい環境下の中でも起業を志す起業家に対して起業塾を開催し創業マインドの創出を促した。

(4) 事業を実施した結果浮かび上がった課題

一定数の事業者については各種支援施策によって足元の経営を維持することができたものの、その事業者たちが、「これから」どのような経営を行い持続的な発展を実現させるのかが課題となっている。今後は、事業再構築、いわゆる新たな価値創造提供のためのビジネスモデル構築に関する支援ニーズが高まると予想される。

(5) 次年度の取り組み

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「必要とされる商工会議所」として、時代に適応した支援体制を構築していく。具体的な次年度の取り組みとしては、今年度に引き続き、足元の経営維持に向けた支援及び事業再構築（新たな価値創造）支援に取り組んでいく。（4）で述べた通り、次年度は事業再構築支援に重心を置いた支援になると思われる。また、今年度において策定支援した事業計画についても、策定時に予期しえなかった外部環境の大きな変化（新変異株の出現、原材料の高騰等）が生じており、必要に応じて事業計画の見直しや改善を支援事業者と協働する。

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

今年度も、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が相談対応を実施した。相談時は昨年度に引き続き、検温・マスク着用・パーテーション設置等、感染拡大防止に努めながらの相談対応に留意した。支援対象事業者数は**231**件（昨年対比**103%**）となりほぼ目標通りの実績となった。事業計画策定支援については、**83**件の実績となり、昨年対比で**50%**となっているものの、「急激な環境変化に対応した事業の抜本的な再構築」というこれまでの事業計画策定支援に比べ、一層難度の高い支援が求められ、より時間を割いた支援・助言となったことが特徴的であった。また、成果としては事業再構築補助金の採択等、満足度も高いものであった。それに伴って、本源的な収益力の回復・改善にむけた支援ニーズが高く、マーケティング支援が**60**件、販路開拓支援が**64**件となった。

代表事例：A社

アパレル小売。コロナ禍によって売上減。事業再構築が急務の経営課題となっていたため、事業計画策定支援。「現状の分析(SWOT)→経営課題解決のためのクロスSWOT→課題解決のための具体的アクション及び成果設定」という一連の戦略策定について伴走支援し、合理的な事業計画策定に導いた。また、策定した事業計画を基に事業再構築補助金に挑戦。補助金採択に至った。

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	230	231	100.4%	5
支援機関等へのつなぎ	支援数	4	1	25.0%	2
金融支援（紹介型）	支援数	10	14	140.0%	5
金融支援（経営指導型）	支援数	15	12	80.0%	4
マル経融資等の返済条件緩和支援	事業所	1	0	0.0%	1
資金繰り計画作成支援	事業所	15	16	106.7%	5
記帳支援	事業所	3	7	233.3%	5
労務支援	支援数	8	12	150.0%	5
人材育成計画作成支援	事業所	4	19	475.0%	5
マーケティング力向上支援	事業所	50	60	120.0%	5
販路開拓支援	支援数	48	64	133.3%	5
事業計画作成支援	支援数	85	83	97.6%	5
創業支援	事業所	25	45	180.0%	5
事業継続計画（BCP）作成支援	事業所	10	4	40.0%	2
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	5	19	380.0%	5
5S支援	事業所	0	0		1
IT化支援	事業所	15	15	100.0%	5
債権保全計画作成支援	事業所	0	0		1
事業承継支援	事業所	7	4	57.1%	3
災害時対応支援	事業所	14	15	107.1%	5
フォローアップ支援	事業所	50	4	8.0%	1
結果報告	事業所	230	231	100.4%	5

II 専門相談支援事業

支援のポイント・成果

今年度も、急激な事業環境の変化に対して専門的な支援を求める事業者が絶えなかった。特に事業の抜本的な再構築のために必要な経営専門家の助言・支援が必要なケースが多く、経営相談は**70**件（昨年対比**114%**）となった。また、国や自治体から間断なく実施される金融や税務のコロナ対応支援施策を円滑に活用してもらうために、専門家を都度派遣し、事業者の早期課題解決につなげた。

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	5	83.3%	5
金融相談	継続	相談件数	8	8	100.0%	4
税務相談	継続	相談件数	7	7	100.0%	4
経営相談	継続	相談件数	65	70	107.7%	5

Ⅲ 地域活性化事業										
支援のポイント・成果										
<p>今年度は、「商業活性化アクションプラン推進事業」「シニア向け創業支援事業」「北摂地デカラフェスタ」を継続実施。「商業活性化アクションプラン推進事業」の中の「箕面100円商店街」は3密を避けるため今年度も中止し、代わりに、箕面の魅力ある店舗をラジオ及びインターネット動画でPRする「箕面街かどぶらり」を実施し、感染防止対策と需要喚起が両立した商業活性化事業になるよう工夫した。</p> <p>《商業活性化アクションプラン推進事業》 【みのおまち商学校】・・・夏・冬と二回開催したが、夏は緊急事態宣言下、冬はまん延防止等重点措置法下となり、集客が厳しい環境下での開催だったが、昨年に引き続き感染症対策に留意し「定員三人限定」「オンラインまちゼミ」等、実施方法を工夫したため、数値目標8割を達成することができ、コロナ禍の中でも顧客との絆づくりにとりくむことができた。 【箕面街かどぶらり】・・・お店に訪問し店主に商品サービスの魅力をインタビューするコンテンツをラジオとインターネット動画で配信。インタビューの中で事業者自身が自社の魅力に新たな気づきを得、また、コロナ禍の中でも集客につながる店舗PRを実施することができた。</p> <p>《シニア向け創業支援事業》 本セミナーは30社の申し込みとなり目標設定25社を上回った。昨年度に引き続き感染症対策を万全にした上で実施し、大きな環境変化に伴って高まっている創業支援ニーズに応えることができた。</p> <p>《北摂地デカラフェスタ》 感染症の状況によってはオンラインでの実施を検討していたが、実施時期は比較的落ち着いており、リアル開催となった。それまでのコロナ影響によって多くのイベントが自粛・中止となっていたこともあり、計画上の企業数・来所者数を上回り、北摂の地域活性化につながった。</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	
	商業活性化アクションプラン推進事業	50	48	96.0%	85.4%	1店舗あたりのまちゼミ事業への集客人数	6	5	83.3%	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	利用者満足率	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	51	92.7%	90.2%	ビジネスモデル構築者数	20	30	150%	5
	北摂地デカラフェスタ	50	61	122.0%	83.6%	1店舗当たりの当日売上高（開催期間の合計）	100000	90501	90.5%	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。

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 ※複数年段階の実施事業は別紙にて計画を提出すること							
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	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「箕面100円商店街」等を継続実施していたが、コロナウイルス感染症拡大防止の観点より、ラジオと動画で店舗をPRする「みのお街かどぶらり」と少人数での講座「みのおのまち商学校（まちゼミ）」を実施し、オンラインによる販路開拓と顧客との関係性強化を図った。							
	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）、および桜井地区の事業所（約70事業所）、粟生地区の事業所（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40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><u>第18回、第19回「みのおのまち商学校」</u> 今年度も引き続き新型コロナウイルス感染症対策を盛り込み夏と冬に実施した。コロナ禍となり定員は3名までに絞り受講者に安心して参加いただけるようになっている。「オンラインまちゼミ」も引き続き実施。受講者の7割以上が「この企画で初めてお店を知った」「お店は知っていたが来るのは初めて」の方で、満足度も非常に高くお店のファンづくりにつながったと考えられる。まちゼミのチラシが配られると、開催時には受講できなかったが、まちゼミでお店を知り、後日来店されるケースも増えた。</p> <p>≪実績≫ 第18回 令和3年8月1日（日）～9月30日（木） 参加事業所数：23事業所 講座数：42講座 58回 延べ参加人数：108名</p> <p>第19回 令和4年2月1日（火）～3月10日（木） 参加事業所数：24事業所 講座数：45講座 65回 延べ参加人数：125名</p> <p><u>「みのお街かどぶらり」</u> コロナウイルス感染症の蔓延による外出自粛要請や消費者動向の変化で、約半数の店舗がコロナ前と比べて売上・来客数が減少しているなか、集客に繋がる新たな販路開拓は喫緊の課題であり、オンラインによる販路開拓を目指し本事業を実施した。店主インタビューをおこなうリポート形式にて店舗や商品・サービスを紹介し、ラジオの生放送とインターネットにて動画配信をおこなった。番組を視聴した一般市民から、「魅力的な店舗の紹介があり、今度行ってみようと思う」と番組宛に投稿があり、お店のPRに繋がったと考えられる。</p> <p><実績> 令和3年年11月1日（月） 箕面地区 5店舗×2回 令和3年年11月15日（月） 桜井地区 5店舗×2回 合計参加店舗数 20店舗</p>							
		<p><事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載></p> <table border="1"> <tr> <td>①府施策連携</td> <td></td> </tr> <tr> <td>②広域連携</td> <td></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17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17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)	48.0	支援実績率	96.0%	満足率	85.4%
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)」「みのお街かどぶらり」参加事業所数 みのおのまち商学校(まちゼミ)・・・ 参加店舗28件を個票化。前年に続き新型コロナウイルス感染症の影響により参加事業者は、例年よりも少なかった。事業所の課題は、新規顧客獲得、店舗の認知不足が多い。本事業で店舗を知ってもらい、受講者とコミュニケーションを図り関係性を強化し、その後の顧客化を目指している。世間でも新しい生活様式に慣れ、徐々に受講者数も戻りつつあり、参加店、受講者ともにリアルでの開催を望んでいる方が多いようだ。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、今年度も緊急事態宣言や蔓延防止の自粛要請により、報告会や交流会は中止した。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>みのお街かどぶらり・・・ 参加店舗20件を個票化。約半数の店舗がコロナ前と比べて売上・来客数が減少しているなか、コロナ禍でも安全に来店いただける店舗をPRし、集客に繋げることが喫緊の課題であるなかで本事業を実施。事業実施の成果として、「お店のPRに繋がった」と回答する店舗が一番多く、次いで「自社の魅力を客観的に再認識した」と回答する店舗が多く、コロナ禍で変化する消費者の価値に沿った魅力の再認識、PRに繋がったと考えられる。</p> <p><u>1店舗あたりのまちゼミ事業への集客人数</u> 1店舗平均5人となった。夏季開催時は再び緊急事態宣言中、冬季開催時はまん延防止等重点措置に基づき、高齢層はまだまだ自粛生活を送っていると思われる。</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	6人	実績数値	5人	目標達成度	83.3%		
		成果の代表事例	<p>A社(サービス業) 「DAY酵素ジュース作り教室を運営している一軒家のサロン。「酵素生ジャム」「万能調味料」「酵素ファスティング」など、健康で美しくありたい大切なポイント「酵素」を摂る事を教える講座が、コロナ禍益々健康志向が強まってきている女性に大人気。毎回新しい出会いがあり、続けることで認知度アップにつながり、役立つ情報を発信し続けていけると感じておられる。</p>						
実施結果	その他目標値の実績	目標値(計画)	80%	目標値(実績)	68%	目標達成度	85.5%		
	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>「みのおのまち商学校」 緊急事態宣言中やまん延防止等重点措置の要請で自粛ムードが強く、予約があってもキャンセルになったり、全体的に集客に苦慮した。夏季開催期間が、再び緊急事態宣言中となってしまった事や、ゼミのマンネリ化や魅力の低下などから予約がない講座もあったことで、目標を達成できなかったと考えられる。またコロナ禍になり勉強会や交流会を実施できず、事業所間の仲間づくりがうまくできなかった。魅力的な講座のタイトルや内容を掘り下げて考えるためにも、今回は、まちゼミの第一人者である松井洋一郎氏による勉強会や、事業者間の交流会等を実施し、お店のファンづくりに繋げていきたい。</p> <p>「みのお街かどぶらり」 消費者目線での臨場感ある放送を目指したことから、生放送の時間内に全ての店舗を滞りなく紹介することが非常に難しく、移動時間を極力減らす必要があったことから、店舗が集積している箕面地区、桜井地区に絞り込み事業を実施した。限られた時間内で、店舗側にとって新たな魅力の再確認に繋がる掘り下げたインタビューができず、目標が未達に至ったと考えられる。しかし、店舗満足度は85%と低い値ではなく、ラジオと動画でPRができたことによる販路開拓効果はあったと考えられる。次年度以降は、インタビュー方法や事前の協議を密におこなうことで、目標達成と販路開拓に繋げていきたい。</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)	30.0	支援企業数(実績)	28.0	支援実績率	93.3%	満足率	85.7%
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	【みのおのまち商学校】 1開催あたり平均3名程度の受講者であることから、2日開催と想定し、1店舗当たりのまちゼミ事業への集客人数を指標とする。							
		指標	1店舗あたりのまちゼミ事業への集客人数						
	その他目標値の実績	数値目標	6	実績数値	5	目標達成度	83.3%		
	目標値		目標値		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)	20社	支援企業数(実績)	20社	支援実績率	100.0%	満足率	85.0%
	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）	【みのお街かどぶらり生配信】 当事業を通じ自社の魅力の発見・再認識した事業者の割合を指標とした。参加した成果として、「お店のPRができた」とする事業所が78%を占め、本指標の目標は未達であるが、事業の目的としては果たすことができたと考えられる。							
		指標	アンケートにて、「放送を通じ自社の魅力を客観的に再認識した」と回答した事業所の						
	その他目標値の実績	数値目標	80%	実績数値	68%	目標達成度	85.5%		
	目標値		目標値		目標達成度				

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>令和2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(2019年調査)」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72.1歳である。同概要によると令和元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。多くの廃業が起こり、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。</p> <p>一方でRESASによる人口推移グラフ(人口マップ-人口構成)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。</p> <p>これら2つの課題に対応するために、本事業では55歳からの子育て終了・及び早期退職からのセカンドキャリアとしての起業を促進したい。また、これからシニアという世代に対しM&Aという手段があることを紹介し、これから増えるであろう黒字廃業に対して、中継ぎでの起業も紹介したい。その意味で当事業では現状の経営者が平均72.1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。</p>							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	<p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>想定する具体的なターゲットは以下の通りである。</p> <ol style="list-style-type: none"> 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 ② 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。 ③ 次世代の働き口に対して危機感を持っている方 ④ 退職後の生活資金に対して不安を感じている方 ⑤ 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 ⑥ セカンドライフの選択肢を模索している方 							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>中小企業診断士の講師に全体のカリキュラムを監修していただき、合計で8名の講師に担当していただいた。また、経営指導員もワークのフォローに入り、ハンズオン並びに創業までの相談窓口として会議所への利用を促した。</p> <p>【人材育成型】創業プレセミナー 全1日 11/13 3時間 参加者：21名(個票化21) 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先輩起業家による体験談をお話しいただいた。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。</p> <p>【人材交流型】創業塾 全5日 11/23 11/30 12/7 12/14 12/21 4時間 参加者：30名(個票化30) 創業に必要な知識の習得のほか、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を実施。ビジネスモデルの構築、マーケティング、税務・経理、融資、人材育成についての講義とワークを行った。それぞれの日程は講師が2名ずつつき、バラエティに富んだ講座を開くことができた。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。</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>大阪府 商業・サービス産業課新事業創造グループと連携。 実施内容等についてご相談させていただいた。</td> </tr> <tr> <td>②広域連携</td> <td>広報を中心にお手伝いいただいた。実績：豊中商工会議所1件</td> </tr> <tr> <td>③市町村連携</td> <td>箕面市役所および関係部署の窓口で案内していただいたほか、箕面市広報誌である「もみじだより」への掲載など事前の周知にご協力いただいた。</td> </tr> <tr> <td>④相談相乗</td> <td>カルテ化9件。創業に向けて具体的に取り組みたいという創業塾、プレセミナー参加者を対象に個別支援を実施した。</td> </tr> </table>	①府施策連携	大阪府 商業・サービス産業課新事業創造グループと連携。 実施内容等についてご相談させていただいた。	②広域連携	広報を中心にお手伝いいただいた。実績：豊中商工会議所1件	③市町村連携	箕面市役所および関係部署の窓口で案内していただいたほか、箕面市広報誌である「もみじだより」への掲載など事前の周知にご協力いただいた。	④相談相乗
①府施策連携	大阪府 商業・サービス産業課新事業創造グループと連携。 実施内容等についてご相談させていただいた。								
②広域連携	広報を中心にお手伝いいただいた。実績：豊中商工会議所1件								
③市町村連携	箕面市役所および関係部署の窓口で案内していただいたほか、箕面市広報誌である「もみじだより」への掲載など事前の周知にご協力いただいた。								
④相談相乗	カルテ化9件。創業に向けて具体的に取り組みたいという創業塾、プレセミナー参加者を対象に個別支援を実施した。								

	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	55	総支援企業数(実績)	51	支援実績率	92.7%	満足率	90.2%
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>満足率90.2%となっており、満足度の高いセミナーであった。</p> <p>目標55社に対し参加事業者数51社を個票化した。起業に興味がある段階の方から、販路開拓、資金調達、雇用など、具体的な悩みをお持ちの方まで、経営に関する知識を幅広く体系的に学ぶことで、商工会議所の創業支援におけるポテンシャルを伝えることができた。「地域に密着した商工会議所の方々の対応が非常に丁寧でした」という意見をいただいたり、実際にさらなる支援を求める方が9名存在したりしたことからも起業時における相談相手としての存在感を高めることができたと考える。</p> <p>その後も受講生同士のつながりも見られ、訪問いただいた卒業生から開催後「〇〇さんのお店に行ってきました」というコメントをいただき、自然発生的にコミュニティが形成された。以上のことが創業に向けた機運の醸成につながったと考える。</p>							
	代表指標	ビジネスモデル構築者数							
	数値目標	20	実績数値	30	目標達成度	150.0%			
	成果の代表事例	<p>B氏</p> <p>当セミナーに参加したB氏は、定年後にご夫婦で喫茶店を開業しており、経営に関して学んだことがなかったため奥様が起業塾に参加した。販売計画の立て方や、ターゲットを明確にしての集客など、さらに学びたいと意欲的になっている。インドネシア産のコーヒーを楽しんでもらいたいと開業したが、現在は近隣の高齢者のコミュニティになっていることから、コーヒーの楽しみ方を話題にこのコミュニティを盛り上げたいと考えている。</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>「プレセミナー」</p> <p>毎年開催しているが3時間の中で先輩起業家の体験談を込みで伝えているため、参加者のスタンスによっては満足度を上げづらい。実際にもう少し教えてほしかったというアンケートをいただきながら全5回起業塾には参加いただけていない現状がある。内容に工夫が必要であると考えている。</p> <p>「箕面起業塾」</p> <p>新型コロナウイルス感染症の影響により、起業コミュニティとしての起業塾の在り方を十分に発揮できなかった。新型コロナウイルス感染症の影響の見通しは不透明なため、起業コミュニティの醸成が行える仕組みを考えていきたい。</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)	30	支援企業数(実績)	21	支援実績率	70.0%	満足率	85.7%	
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	<p>「シニア創業塾」プレセミナー参加事業者数 21社</p> <p>目標30社に対し参加事業者数21社を個票化。2021年の4分の3がコロナウイルス感染症の影響で不要不急の外出自粛の雰囲気の中多くの参加者を得ることができた。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、これまでの起業塾の卒業生を講師として招き、起業塾で得られるメリットや実際にシニア期に創業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> <p>目標20件に対して13件の申込みであったが、理由としては①支援企業者数が少なかったことと②告知のタイミングが遅く、3名ほど今年の次回日程がすでに予定があったことなどが合あげられる。間延びしない時期を見極めながら、タイミングよく告知を行う必要があると考える。</p>								
		起業塾参加者								
		数値目標	20	実績数値	13	目標達成度	65.0%			
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	支援企業数(実績)	30	支援実績率	120.0%	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）	<p>「シニア創業塾」創業塾参加事業者数</p> <p>目標25社に対し、30社の申し込みを受けた。</p> <p>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、総勢9名の講師と商工会議所の職員により起業塾を作り上げることで、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。初日と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> <p>目標が20のところ30のビジネスモデルを得ることができたので達成したと考える。</p>								
		指標	ビジネスモデル作成者数							
		数値目標	20	実績数値	30	目標達成度	150.0%			
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		北摂地デカラフェスタ									
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「地デカラブース」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>北摂地デカラフェスタ説明会・勉強会、交流会 日時：令和3年9月15日（水） 場所：オンライン（Youtube） 内容：北摂地デカラフェスタについての説明を実施。予め撮影した映像を随時視聴出来るようにし、仮にその日視聴出来なくても視聴可能にした。 ※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も、予め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11回北摂地デカラフェスタ 日時：令和3年10月29日（金）、30日（土）、31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2021AUTUMN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、隣接するブースには幕を付け非対面にした。各出展者には、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> <table border="1"> <tr> <td>①府施策連携</td> <td></td> </tr> <tr> <td>②広域連携</td> <td>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（5/27、9/3）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2件、能勢2件、島本2件、摂津4件、高槻6件、吹田9件、豊中9件、池田4件、茨木7件、箕面16件。</td> </tr> <tr> <td>③市町村連携</td> <td></td> </tr> <tr> <td>④相談相乗</td> <td></td> </tr> </table>		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（5/27、9/3）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2件、能勢2件、島本2件、摂津4件、高槻6件、吹田9件、豊中9件、池田4件、茨木7件、箕面16件。	③市町村連携		④相談相乗		
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（5/27、9/3）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2件、能勢2件、島本2件、摂津4件、高槻6件、吹田9件、豊中9件、池田4件、茨木7件、箕面16件。										
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)	50.0	総支援企業数(実績)	61.0	支援実績率	122.0%	満足率	83.6%
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店舗に出展いただき、前回同様、計画上の企業数を大幅に上回る事が出来た。当該イベントは、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回としているが、母体であるロハスフェスタの集客力もあり、出展者の努力次第で販促効果を非常に高められる為、その事に気づいた企業が出展回数の上限または上限を超える出展を希望されている事も要因の一つと考えている。また、毎年一定数以上(今年度は26社)の新規申込もある為、出展希望数はまだまだ増加傾向にある。さらには、コロナウイルス感染症の影響で多くのイベントが自粛もしくは中止になっている事も申込増加の後押しとなっている。</p> <p>出展効果としては、多くの企業が店舗や商品のPRといった認知度向上を目的としていると回答しているが、アンケートの結果によると「店舗の知名度が向上した」が30社、「商品の知名度が向上した」が28社と多数の企業で認知度向上が出来たとの事である。続く効果として、「イベントへ出展の際のイメージが形成出来た」(26社)が多く、当該イベントを通じて出展経験を積んでいただけていると実感している。</p> <p>1店舗当たりの当日売上高については、商材や来場者数、企業の仕掛け等により左右される為、初出展の企業には担当者のサポートが必要である。今年度は入場規制の影響もあり、目標とした10万円には届かなかったが、目標額の9割を達成出来た。前年度同様、コロナウイルス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維持しつつ、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	¥90,501	目標達成度	90.5%			
	成果の代表事例	<p>C社(サービス業)</p> <p>箕面市内でエステサロンを営む企業。商品や店舗の認知度向上を目的として出展された。3日間来客対応で慌ただしくされていたようであるが、後日、その時の来場者より連絡があり、人数を集めるので定期的に地元へ施術に来て欲しいとの事で、イベント開催後も商談に繋がった事例となった。</p>							
その他目標値の実績	目標値(計画)	12,500	目標値(実績)	13343	目標達成度	106.7%			
	<p>地ガカラフェスタ来場者数(ブランド認知が可能な来場者数)</p> <p>今年度は3日間開催。主に購入客数の数値になるが、目標を達成する事が出来た。コロナ流行前程ではないが、感染者数の減少時期での開催に加え、天候も良かった為、昨年よりも来場者数も多いことが要因の一つではないかと考える。</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前半3日間で開催を実施した。前年と同様、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、感染者数が激減した時期との事もあり、前年よりも多い来場者数となった。また、事業者の満足度も高く、出展を希望される企業も増加傾向にある。今年度も説明会と勉強会をそれぞれ動画配信にし、配信日以降も自由に何度でも視聴可能とした。それでも、数値目標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り、我々のアドバイス力の強化も図っていきたい。</p>							