

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	松原商工会議所
	代表者職・氏名	会頭 吉村盛善
	所在地	〒580-0043 松原市阿保1丁目2番30号
	担当者	職・氏名 中小企業相談所長 平井義彦
	連絡先	TEL（直通）： 072-331-0291 Fax： 072-332-5720 E-mail： m-cci@matsubara-cci.or.jp
①設立年月日		昭和47年7月1日
②職員数 （うち経営指導員数）		14名（経営指導員11名）（令和4年3月31日現在）
③所管地域		松原市
④管内事業所数		4,607（平成28年度経済センサス）
⑤管内小規模事業者数		3,372（平成28年度経済センサス）
⑥会員数（組織率）		1,729（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）		
<ol style="list-style-type: none"> 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. 商品の品質又は数量、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斡旋を行うこと。 11. 商事取引に関する仲介又は斡旋を行うこと。 12. 商事取引の紛争に関する斡旋、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、観光事業の改善発展を図ること。 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必要な事業を行うこと。 		

<p>(1) 事業の目標</p>
<p>本市管内で事業を営む事業者（4,607：平成28年経済センサス活動調査による）のうち、約73%を占めている小規模事業者（3,372事業所）と潜在的創業希望者を含めたものを支援対象事業所と想定し支援する。</p> <p>全体の方向性としては、「顧客視点に立った地域総合窓口の充実」「地域特性を活かした事業の展開」「時代変化に適応した施策の推進」「情報発信基地としての機能強化」「集っていただける、使っていただける商工会議所の確立」を指針としている。本指針を実行するためには、松原市・阪南大学および地域金融機関等の「産官学金労言」の枠組みで連携して対応する。具体的な内容については、以下の通りである。</p> <p>①商業……………情報発信支援による集客力の向上、販路開拓のサポートによる活性化 ②工業……………優れた技術力や製品を有する企業の発掘およびその販路開拓のサポート ③全体……………人手不足の解消、事業承継・創業の促進</p> <p>管内小規模事業者の抱える経営課題の把握とその課題解決への経営指導により、活力ある経営活動へと導くことを本事業の目的とし、経営相談支援事業・専門相談支援事業・地域活性化事業を通して、窓口相談や巡回指導等、あらゆる機会を捉えて潜在的な経営上の問題点やニーズを掘り起し、小規模事業者の事業環境に合わせた適切かつ具体的な支援を実施することで事業者の経営基盤強化を図る。広域的な地域活性化については、南河内地域の商工会、関係団体・機関と連携を図り、ビジネスマッチング・物産展等販路開拓を中心に相乗効果を狙い事業を推進する。</p> <p>また、新型コロナウイルス感染症により事業運営に影響を受けている事業所に対して事業継続のための支援を実施する。</p>
<p>(2) 事業を実施した具体的な内容、方法及び工夫した点</p> <p>経営相談支援事業では、新型コロナウイルス感染症関連の情報発信を積極的に実施した。経営指導員及び専門家による相談により、新型コロナウイルス感染症関連の経営課題を発掘し改善・解決に向けて迅速に取り組むことができた。</p> <p>また、地域活性化事業では、松原管内のBtoC事業者の販路開拓支援として実施した「商業活性化支援事業」では、新型コロナウイルス感染症による影響でダメージを受けた市内商業事業者の販売促進として、フリーペーパー「まつばらチケット」を年度内に2回作成・市内に配付した。連続して参加する事業所には前回の内容と効果をブラッシュアップしてもらうなど、より効果が高い内容を検討することを念頭に支援した。</p> <p>しかしながら、新型コロナウイルス感染症の影響による自粛要請の期間と実施期間が重複したために効果は減少。特に飲食店は実施期間中に営業ができなかった店舗が多く、満足度や効果が大きく減少する要因となった。</p>
<p>(3) 事業を実施した効果、所管地域の活性化の状況</p> <p>経営相談支援事業では、管内小規模事業者が抱える潜在的な経営課題を当所から積極的に掘り起こし、事業所への訪問等によるヒアリングを基に現場を見ながら経営実態を把握しつつ、相談内容に応じた適切な指導をすることで、経営上の疑問点や課題解決に向けた支援を行うことができた。相談件数は330件の相談に応じることが出来た。</p> <p>専門相談支援事業では、金融・税務の定期相談に加えて、法律・労務などを中心としたと特急相談を実施し、課題を抱える事業所への支援を行なった。新型コロナウイルス感染症関連の相談においても金融相談を中心に支援に繋げることができた。</p> <p>地域活性化事業では、松原市管内の小規模事業者の発展に寄与することを目的に単独事業から広域事業まで、効果的かつ効率的に事業を実施した。『商業活性化支援事業』では、新型コロナウイルス感染症の緊急事態宣言中の開催となったが、小売業を中心に販売促進に繋がったとの声も聞かれるなど販路拡大の効果が得られた。</p> <p>以上、地域産業の活性化に資する様々な事業を推進し、地域経済団体の役割を果たした。</p>
<p>(4) 事業を実施した結果浮かび上がった課題</p> <p>各事業を継続するうえで、マンネリ化がその事業を陳腐化させる。効果的な支援をするために、時代の流れと変化の中で他の団体との連携を強め、事業の魅力を高めることが必要と思われる。顕著な成果がなければ同事業を継続するか否かが今後の課題と考える。</p> <p>また、WEBを活用したセミナーなどコロナ禍での事業の開催及び効果を最大化にすることが今後の課題と考える。</p>
<p>(5) 次年度の取り組み</p> <p>こうした取り組みが、市内の小規模事業者へのさまざまな情報を発信する基地局としての役割を果たす。更に、事業者が抱える課題を把握して解決に向けての支援を行うことで地域商工業の活性化に繋げる。</p> <p>様々な課題については地道な活動による支援を継続して行うことが必要である。府・市・各種関係機関との連携を図り小規模施策事業を展開する中で、管内の中小企業の持続的発展を目指す。</p>

3. 経営相談支援事業・専門相談支援事業 松原商工会議所

I 経営相談支援事業

支援のポイント・成果

経営指導員を中心に管内事業所への相談支援を行う際、「顧客視点に立った地域総合窓口・情報発信基地としての機能強化・地域特性の活性化に向けた取組み」を心掛けた。その結果、事業者からのヒアリングの中で相談案件を的確に抽出し、各支援メニューへとつなげることが出来た。また、さらに一步踏み込んで事業主自身が気付いていない課題を引き出すことができるように努力した。また、融資や補助金関係等の新型コロナウイルス感染症関連支援についても強化した。

成果事例として以下の2つの例を挙げる。

①同社は食肉生産販売を営んでいる。商品のブランド化等により、順調に売上を伸ばしてきた。しかしながら、新型コロナウイルスの感染拡大の影響は大きく、緊急事態宣言に伴う、飲食店等に対する休業・営業時間短縮・酒類提供停止等の要請により、業績も低迷傾向にあった。上記のような状況を踏まえ、新型コロナウイルス感染症の影響を乗り越えるための新たな手を打ちたいとの相談を受ける。補助金を活用し、新分野展開を図ることを提案した。補助事業の事業計画書の策定にあたり、自社の強みや課題、市場の動向、将来の展望等を分析、補助金の効果についてもより具体的に数字の根拠を記載する等説得力のある事業計画書の策定・ブラッシュアップをしていった。補助金を活用し新たにカジュアルブランドを構築した。

②金属加工の製造業を営む事業所がある。同社は創業が1947年の歴史ある会社で、数年前に創業者の子どもに事業承継を行った。しかしながら年々既存取引先からの注文が減少しているが、これまで既存事業者との取引しか無かったため、販路拡大の方法がわからないという状況にあった。同社を訪問し、製品や製造技術を見ると、高い技術力があったため、2段階の支援を提案した。近隣事業所と直接の取引斡旋を行い、日常的に技術協力できる関係性の構築を行った。その結果、同社の設備と補完関係の設備を持つ事業者と関係を結ぶことができた。また同時に大型の展示会への出展を通じて新規取引先の開拓を勧めた。これまで全く出展経験がなかったため躊躇されていたが、他の出展会に同行して案内や出展者との引き合わせを行い、効率的な出展方法や展示方法を学んで頂いたり、展示会のセミナーへの参加を促したりして不安感を払拭していった。その結果、展示会への出展に至った。新型コロナウイルス感染症の影響により展示会の来場者数は例年より大幅に減少したにも関わらず、来場者からの同社の技術力への評価は高く、見積り依頼は数十件に及び、新たな販路拡大に至った。

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	340	330	97.1%	4
支援機関等へのつなぎ	支援数	60	66	110.0%	5
金融支援（紹介型）	支援数	35	39	111.4%	5
金融支援（経営指導型）	支援数	25	24	96.0%	4
マル経融資等の返済条件緩和支援	事業所	0	1		3
資金繰り計画作成支援	事業所	0	1		3
記帳支援	事業所	45	47	104.4%	5
労務支援	支援数	60	60	100.0%	5
人材育成計画作成支援	事業所	0	0		1
マーケティング力向上支援	事業所	0	0		5
販路開拓支援	支援数	50	49	98.0%	4
事業計画作成支援	支援数	55	52	94.5%	4
創業支援	事業所	6	6	100.0%	5
事業継続計画（BCP）作成支援	事業所	9	7	77.8%	3
コスト削減計画作成支援	事業所	4	4	100.0%	5
財務分析支援	事業所	45	37	82.2%	4
5S支援	事業所	0	0		1
IT化支援	事業所	1	1	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	5	5	100.0%	5

災害時対応支援	事業所	0	0		1
フォローアップ支援	事業所	0	0		1
結果報告	事業所	286	330	115.4%	5

II 専門相談支援事業

支援のポイント・成果

本事業では、小規模事業者が抱える具体的な課題解決に向けて、専門家と直接相談ができる窓口を設けた。事業者においては、専門的かつ急を要する課題解決への道が開ける効果がある。弁護士・税理士・社会保険労務士などの専門家や日本政策金融公庫の担当職員とも連携を図り、迅速な課題解決を図った。

急を要する案件が多く「特急相談」として各専門家に支援を行う機会が多かった。中でも、新型コロナウイルス感染症関連の融資相談などの相談が多く、時代背景を反映した相談も見られた。

事業名	新規/継続	指標	目標数値	実績数値	達成率	事業評価
税務相談	継続	相談者数	12	25	208.3%	5
金融相談	継続	相談者数	12	33	275.0%	5
特急相談	継続	相談者数	24	30	125.0%	5

Ⅲ 地域活性化事業									
支援のポイント・成果									
<p>松原を含んだ南河内エリアが保有する商工業の提案力・組織力強化に対する支援を、新型コロナウイルス感染症への対応を踏まえながら事業展開を行った。</p> <p>松原管内のBtoC事業者の販路開拓支援として実施した「商業活性化支援事業」では、新型コロナウイルス感染症による影響でダメージを受けた市内商業事業者の販売促進として、フリーペーパー「まつばらチケット」を年度内に2回作成・市内に配付した。 1回目は61社が参加して、令和3年5月1日～31日（緊急事態宣言により6月30日まで延長）の実施となった。37,000部作成し新聞折込により配付すると同時にWEBチラシ「Shufoo!」に掲載し新聞を取っていない市民の取り込みを図った。 2回目は63社が参加して、令和3年12月20日～令和4年1月31日に実施した。42,000部作成し参加事業者からの希望を反映して市内家庭にポスティングを行った。参加者は124社（重複を省くと99社）となったが、新型コロナウイルス感染症の影響による自粛要請の期間と実施期間が重複したために効果は減少した。特に飲食店は実施期間中に営業ができなかった店舗が多く、満足度や効果が大きく減少する要因となった。</p> <p>BtoBの営業力向上を図るため、大阪府よろず支援拠点に協力を得て令和4年1月20日、2月3日の2日間に渡り「BtoB営業スキル向上講座」を実施した。営業担当者個人の関係性を中心とした営業から、より一段とステップアップしてするために、BtoB営業の専門家を通じて専門的知識やノウハウの吸収とワークショップを通じて各社の営業体制を見直しすることにより、営業力のスキルアップに繋げてもらうことを目的とした。周知には力を入れたが、新型コロナウイルス感染症の影響により募集社数15社であったが、参加事業者は5社に留まった。しかしながら、個別事業所に対応した対話型のセミナーであったため、参加社からは高い満足度が得られた。</p> <p>松原商工会議所と南河内地域労働ネットワークと連携を図り、松原市管内の中小企業又は小規模事業者の労務支援として実施した「経営者交流会」では、コロナ禍の逆境の中、自社がどのように「働き方改革」に取り組むべきかを課題として取り組んだ。また、異業種の交流により身近な成功事例やお互いの事業について学ぶことができた。</p> <p>松原商工会議所と南河内地域の6商工会と連携を図り、地域の産業を広く周知するために実施した「物産展inまつばら」では、新型コロナウイルス感染症の影響で急遽、会場を変更した。会場変更に伴う集客力の減少を防ぐために、事前周知を徹底することで来場者数の増加を図った。また、消費者アンケートでは参加店ごとのアンケートを作成し、参加店が知りたい生の声を収集することができた。</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	
	商業活性化支援事業	100	99	99.0%	56%	集客に効果があった事業所	80%	68.30%	85.4%	4
○	経営者交流会	30	30	100.0%	93.3%	経営改善のきっかけとなった事業所割合	80%	80%	100.0%	3
	BtoB営業スキル向上講座	15	5	33.3%	100%	販路拡大・営業スキルの改善につながった事業所の割合	70%	100%	142.9%	2

(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	
	物産展inまつばら	33	31	93.9%	16.1%	販路開拓に繋がった事業所の割合	75%	9.60%	12.8%	2

※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。

松原商工会議所

事業名		商業活性化支援事業							
想定する実施期間		2020 年度～ 2025 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)	BtoCの市内事業者の中には販売促進につながる情報発信が、コストの問題や効果的なPR方法について経験不足により積極的な周知活動情報発信ができない事業所が多く存在している。 市内での周知方法についてはチラシ折込が効果的であるが新聞を取っていない若年層へのアプローチ方法としてWEBチラシも同様に行う。数十社集まって1つの紙面を作成することにより、個々に行うよりも効率が高く効果が大きい販売促進事業を実施できる。 また、本事業は数年間継続して実施することにより、一般顧客への本事業の認知度が向上し効果が高まることが期待される。参加店においては、本事業を通して自社の効果的なPR方法についての経験を蓄積しすることができるため、市内商業全体の活性化に繋がる。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	松原商工会議所管内の事業所の中で、一般消費者を対象としている事業所。 小売業とサービス業が主に対象となるが、一般消費者を顧客とする事業者は対象とする。 事業所数は2692社（RESAS2016年資料参照）							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	令和3年中に2回フリーペーパー「まつばらチケット」を発行した。 1回目：令和3年5月1日～31日（緊急事態宣言により6月30日まで延長）参加事業者：61社 2回目：令和3年12月20日～令和4年1月31日 参加事業者：63社 合計参加事業者数124社、重複を除くと99社が参加した。 1回目は新聞折込、各店配布、市内の集客施設に配架した。 2回目はポスティング、各店配布、市内の集客施設に配架した。							
		<事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載>							
		①府施策連携		②広域連携		③市町村連携		④相談事業相乗	過去の実績データを基に個別事業所の事情に合わせた効果的な販路拡大方法の策定を支援する。
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)	100.0	総支援企業数(実績)	99.0	支援実績率	99.0%	満足率	56%
	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)	独自資源で折込チラシを作成・配布できない事業者が同事業に参加することにより、新規顧客の獲得や、客単価の向上に繋げることができる。また、参加店それぞれが、自社に見合った割引やアピールを考え、その効果を把握することで、参加店の販路拡大方法の向上に繋げる。							
		代表指標	集客に効果があった事業所						
		数値目標	80%	実績数値	68.3%	目標達成度	85.4%		
	成果の代表事例	緊急事態宣言による自粛要請により入居施設全体が時短営業をしていたために売上が激減していたが、同事業に参加した結果、750枚以上のまつばらチケットの利用があり、一定の売上拡大に繋がった。							
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 (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)	同事業は令和3年度中の7月・11月に実施する予定であったが、新型コロナウイルス感染症の影響による自粛要請を勘案しながらの実施となったために5月と年末年始となった。さらに、1回目の実施期間の5月には緊急事態宣言が出たために、利用期間を6月30日まで1か月間延長するという措置をとったが、結果的に緊急事態宣言は4/25～6/20までとなり、参加事業者（特に飲食店）がほとんど営業できなかったため集客効果が大きく低下、あるいは全く無いという結果になった。 次期以降は、withコロナによる自粛要請の緩和により営業環境が改善することが見込まれるため、これまでの利用実績を参考に売上の回復に寄与していく。また、継続して参加している事業所にはPR内容のブラッシュアップを図る。							

松原商工会議所

事業名		経営交流会							
想定する実施期間		2021 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)	2019年4月より、働き方改革関連法案の一部が施行され、現在、「働き方改革」は大企業だけではなく、中小企業にとっても重要な経営課題の一つとして世の中に認知されてきている。中小企業は2020年4月から時間外労働の上限が罰則付きで法律に規定された。不況の影響による経営リスクの増大などもあり、雇用を安定的に行えないため残業を余儀なくされるケースも多い。また、中小零細企業者にとって資本や人材では大手企業に対抗出来ない。そこで、中小零細企業の経営者が互いの事業を把握し、互いに勉強する事で経営者の育成、また時にはコラボレーションし、この不安定な経済状況に対抗するための一助となる事を目的に実施する。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	全ての業種のやる気のある経営者や新たな出会いやコラボレーションを考えている経営者は誰でも参加可能とする。松原市内4,607事業所。							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>中小企業の労働環境の向上を積極的に推進し良好な職場環境を維持することは、労働者のモチベーションの向上と人材の確保・事業所経営の安定の一環となる。又小規模事業者にとっての「働き方改革」とは何なのか。なぜ取り組む必要があるのか、コロナ禍の逆境の中、自社がどのように「働き方改革」に取り組むべきかを課題として取り組んだ。</p> <p>働き方改革セミナー・異業種交流勉強会 [開催場所] 松原商工会議所会館 [開催日時] 令和3年9月14日(火) 18:00~21:00 [内 容] 働き方改革について「逆境に負けない強い中小企業の在り方」 [講 師] 株式会社minitts 代表取締役 中村朱美 氏 [参加者] 30社</p> <ul style="list-style-type: none"> 働き方改革推進セミナー(働き方改革に対する考え方や知識についてのセミナー) 異業種交流勉強会(セミナー終了後、職場環境に関する課題を持つ経営者が互いの事業を把握し、互いに勉強することで、取り組み促進の一助とする) <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	大阪府 南河内地域労働ネットワークと連携(労-12 雇用・労働啓発セミナー)した。						
		②広域連携							
	③市町村連携								
	④相談相乗	セミナー開催後に個別の案件に対して支援する。							
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)	27.0	支援実績率	90.0%	満足率	92.6%
	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)	働き方改革セミナーにより、働き方の抜本的な改善を行い、多様な働き方を検討するきっかけとなった。労働環境の改善、効率の良い作業による生産性の向上にも繋がった。異業種の交流により身近な成功事例やお互いの事業について学ぶことができた。							
		代表指標	経営改善のきっかけとなった事業所割合						
		数値目標	80%	実績数値	77.7%	目標達成度	97.1%		
	成果の代表事例	セミナー・交流会後、働き方改革の推進に至った。交流会では同業種や異業種の実際の体験談を聴くことで、今後の働き方改革の推進に向けて参考になった。また、労基法の留意点の再確認や働き方改革を計画的に進めていく大切さを学んだとの声をいただいた。							
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)	働き方改革推進セミナーにおいては参加者の満足度も高く、充実した内容であった。しかしながら、異業種交流勉強会(セミナー終了後の)は進行が円滑にできなかったため、意見交換が弾まなかった。 今後、進行役の増員等を行い、進行の円滑化を図っていきたい。							

松原商工会議所

事業名		BtoB営業スキル向上講座																						
想定する実施期間		2021 年度～ 2021 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)	BtoBの営業は営業先事業所の絶対数が少ないことや、相手先に合わせた専門性が必要とされているため、営業についての高いスキルが求められる。そこで、これまでのような各社の過去の経験や、営業担当者個人の関係性を中心とした営業から、より一段とステップアップしてするために、BtoB営業の専門家を通じて専門的知識やノウハウの吸収とワークショップを通じて各社の営業体制を見直しすることにより、営業力のスキルアップに繋げてもらう。																						
	支援する対象 (業種・事業所数等)	工業系の事業所を中心に卸売業など、販売先を一般消費者ではなく企業である（BtoB）事業所が支援対象となる。松原市内で1418社（RESAS2016年資料参照）が対象となる。																						
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>令和4年1月20日、2月3日の2日間に渡り「BtoB営業スキル向上講座」を実施した。 参加事業者数5社（募集15社） 資料を基に概要を学んだ後、講師と各参加者がそれぞれの現状と改善方法について対話形式によりブラッシュアップを行った。 【開催場所】松原商工会議所 【開催日】 1日目令和4年1月20日 13:30～15:30 参加者5名 2日目令和4年2月3日 13:30～15:30 参加者3名 【講師】大阪府よろず支援拠点コーディネーター 檜崎 賢吾 氏 【内容】 1日目：営業の基本を振り返った後、ビジネスフレームワークを用いて自社に特化した営業スタイルの確立を目指す。 2日目：自社の営業スタイルを、他社との比較と専門家によるアドバイスを通してブラッシュアップしていく。</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></td> </tr> <tr> <td>④相談相乗</td> <td>セミナー開催後の個別の案件に対して支援する。</td> </tr> </table>							①府施策連携		②広域連携		③市町村連携		④相談相乗	セミナー開催後の個別の案件に対して支援する。								
	①府施策連携																							
	②広域連携																							
③市町村連携																								
④相談相乗	セミナー開催後の個別の案件に対して支援する。																							
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)	5.0	支援実績率	33.3%	満足率	100.0%																
事業全体の実績／目標達成度	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	<p>同セミナーを通して、自社の営業体制を振り返り改善を行うきっかけとなる。自社の営業体制の振り返りから始まり、課題と改善方法をそれぞれ対話形式で掘り下げていった。また、1日目と2日目の間に各社の営業環境を言語化する課題を出して、それを基に自社の営業体制をブラッシュアップさせるきっかけとなった。</p> <table border="1"> <tr> <td>代表指標</td> <td colspan="7">販路拡大・営業スキルの改善につながった事業所の割合</td> </tr> <tr> <td>数値目標</td> <td>70%</td> <td>実績数値</td> <td>100.0%</td> <td>目標達成度</td> <td colspan="3">142.9%</td> </tr> </table>							代表指標	販路拡大・営業スキルの改善につながった事業所の割合							数値目標	70%	実績数値	100.0%	目標達成度	142.9%		
代表指標	販路拡大・営業スキルの改善につながった事業所の割合																							
数値目標	70%	実績数値	100.0%	目標達成度	142.9%																			
成果の代表事例	鶏肉の卸売を行っている会社が、飲食店の自粛要請により売上が大きく減少したために、新たな取引先の開拓（これまでの小規模飲食店ではなく、大手量販店）の必要性が判明し、その後商談会に参加することとなった。																							
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、その理由や今後どのようにフォローするのか)	令和3年度で事業終了。 今後、コロナ禍でのセミナーにおいてオンライン開催や動画配信等の実施方法を検討する。																						

松原商工会議所

事業名		BtoB営業スキル向上講座							
想定する実施期間		2021 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)	BtoBの営業は営業先事業所の絶対数が少ないことや、相手先に合わせた専門性が必要とされているため、営業についての高いスキルが求められる。そこで、これまでのような各社の過去の経験や、営業担当者個人の関係性を中心とした営業から、より一段とステップアップしてするために、BtoB営業の専門家を通じて専門的知識やノウハウの吸収とワークショップを通じて各社の営業体制を見直しすることにより、営業力のスキルアップに繋げてもらう。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	工業系の事業所を中心に卸売業など、販売先を一般消費者ではなく企業である（BtoB）事業所が支援対象となる。松原市内で1418社（RESAS2016年資料参照）が対象となる。							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	令和4年1月20日、2月3日の2日間に渡り「BtoB営業スキル向上講座」を実施した。 参加事業者数5社（募集15社） 資料を基に概要を学んだ後、講師と各参加者がそれぞれの現状と改善方法について対話形式によりブラッシュアップを行った。							
		<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 ②広域連携 ③市町村連携 ④相談相乗 対話形式の際に相談所員が参加して各事業所の課題や改善方法についてサポートを行った。また、セミナー後の改善方法の一環として出展会への支援等を行った。							
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)	15.0	総支援企業数(実績)	7.5	支援実績率	50.0%	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)	同セミナーを通して、自社の営業体制を振り返り改善を行うきっかけとなる。自社の営業体制の振り返りから始まり、課題と改善方法をそれぞれ対話形式で掘り下げていった。また、1日目と2日目の間に各社の営業環境を言語化する課題を出して、それを基に自社の営業体制をブラッシュアップさせるきっかけとなった。							
		代表指標	販路拡大・営業スキルの改善につながった事業所の割合						
		数値目標	70%	実績数値	100.0%	目標達成度	142.9%		
	成果の代表事例	鶏肉の卸売を行っている会社が、飲食店の自粛要請により売上が大きく減少したために、新たな取引先の開拓（これまでの小規模飲食店ではなく、大手量販店）の必要性が判明し、その後商談会に参加することとなった。							
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、その理由や今後どのようにフォローするのか）								

松原商工会議所

事業名		物産展inまつばら							
想定する実施期間		2015 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)	松原商工会議所と南河内地域の6商工会と連携を図り、南河内地域の産業を広く周知することが地域活性化の第一歩と考える。参加事業所に商品・製品・技術のPRの場を提供し、ビジネスチャンスの獲得や販路拡大など、南河内地域の新たな顧客を生み出すことを目的とする。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	松原商工会議所、南河内地域の商工会の事業所（約23,000事業所）							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	【開催日】令和4年11月9日（土）10日（日） 【場所】セブンパーク天美内 【内容】 松原商工会議所と南河内の6商工会（柏原、河内長野、藤井寺、富田林、羽曳野、大阪狭山）と連携をとり、事業所の特色ある商品・製品・技術等のPRの場として活用してもらう。 また、来客者に対して出展事業所の個別アンケート426名分を回収し、今後の商品やサービスの改良に繋げるために事業所にアンケート結果をフィードバックした。							
		<事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載>							
		①府施策連携							
②広域連携		河内長野市商工会（2社）、羽曳野市商工会（2社）、富田林商工会（2社） 大阪狭山市商工会（2社）、藤井寺市商工会（2社）、柏原市商工会（2社）							
③市町村連携									
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)	33.0	総支援企業数(実績)	31.0	支援実績率	93.9%	満足率	16.1%
	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)	令和3年度は、新型コロナウイルス感染症の影響で会場を令和3年11月に開業したセブンパーク天美に変更した。開業時期であり、松原市及び近隣の市からの来場者が多く、セブンパーク天美への来場者が（9日33,000名・10日38,000名）であったため、参加企業の周知に繋がった。しかしながら、例年とは異なる会場であるため出展者への負担は増大した結果、満足度は16.1%と低調な結果となった。 一方、来場者に対するアンケートでは426名の回答を得ることができ、事業所に消費者の生の声を届けることができた。アンケートでは、価格やパッケージ等の一般的な質問に加えて、個別店舗の質問項目を作ることで、より具体的な声を収集することができた。							
		代表指標	販路開拓に繋がった事業所の割合						
		数値目標	75%	実績数値	9.6%	目標達成度	12.8%		
	成果の代表事例	会場の変更に伴い客層も変化した。来場者の客層に合わせた接客をすることで商品の販売増加に繋がる例が見られた。							
その他目標値の実績	目標値(計画)	4,000人	目標値(実績)	22,500人	目標達成度	562.5%			
	(来場者実績) 2018年：9,501人 2019年：13,278人 (来場者目標) 2021年：13,500人								
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)	会場変更に伴う事業所負担の増加や開業時期のため来場者は多かったが商業施設内の店舗を目的とした来場者も多く、購買意欲の減少が見られた。そのため、満足度の低下及び販路開拓に繋がった事業所の割合も低い結果となった。 次年度以降は、当事業を目的とした来場者の呼び込みを図るために開催場所を松原市民体育館に戻し開催する予定。							