

# 令和4年度（2022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 中小企業相談所長・藤本太恒
	連絡先	TEL（直通）： 072-721-1300
	連絡先	Fax： 072-721-1305 E-mail： <a href="mailto:info@minohcci.or.jp">info@minohcci.or.jp</a>
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 <b>61</b> 年 <b>4</b> 月 <b>1</b> 日  <b>8</b> 名（経営指導員 <b>7</b> 名） （令和5年3月31日現在）  箕面市  <b>4,215</b> （平成 <b>28</b> 年度経済センサス） <b>2,630</b> （平成 <b>28</b> 年度経済センサス） <b>1,217</b> （令和5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

以下の3つを事業の目標とした。

《1》課題の早期発見と解決、迅速な情報提供、きめ細やかな支援をおこなうことで、課題が複雑化する前に早期発見・解決に繋がり、環境変化に柔軟に対応できる経営体制を構築すること。

《2》地域の魅力向上につながる企業・店舗の増加箕面市が目指す豊かなみどりと利便性の高い住環境を下支えする魅力溢れる店舗、企業、創業者の創出により、地域ブランドの更なる向上に繋げること。

《3》地域を支える中小企業の経営基盤の安定化ウィズコロナ・ポストコロナに対応した新たなビジネスモデルの再構築や、事業継続と持続的な発展を遂げることで、経営基盤の安定化に繋げること。

これら目標を実現させ、「必要とされる商工会議所」として地域企業からの評価・信頼を得ることで、経営指導員のモチベーションおよび支援力を向上させ、個社の経営力の向上に繋げる、といった自己強化ループの構築を目指す。

## (2) 事業を実施した具体的な内容、方法及び工夫した点

《1》については、経営指導員が、「傾聴と対話で事業者と信頼関係を構築し、課題の早期発見・解決に繋げていく【伴走支援型】」の支援スタイルで経営相談支援事業を実施。《2》については、環境変化に左右されない顧客関係性を築くための「みのおのまち商学校」、動画配信サービスを用いた新たな宣伝手法で店舗の魅力をPRする「みのお街かどぶらり」、北摂地区の商工会・商工会議所が連携し、北摂の魅力ある店舗や地域資源を知ってもらう「北摂地チカラフェスタ」、起業機運（特に55歳以上）を醸成するための「シニア向け創業支援事業」、を実施。《3》については、事業中断を引き起こす様々な脅威への対応力向上を図るための「BCP普及啓発事業」、ウィズコロナ時代の新商品・新サービス等を検討するためのビジネスアイデア創出を目的とした「コロナに打ち勝つビジネスアイデア創出事業」を実施。

## (3) 事業を実施した効果、所管地域の活性化の状況

《1》に係る事業によって203件をカルテ化し、相談事業者の課題解決につなげ、《2》に係る事業によって魅力的な店舗の認知度向上や起業家の創出等によって地域ブランドが向上し、《3》に係る事業によって新たなビジネスモデルの構築及び経営基盤の安定化に繋がった。以上が効果である。具体的な実績については地域活性化事業実績報告書の通り。

## (4) 事業を実施した結果浮かび上がった課題

事業の実施により、事業者たちの経営活力が徐々に取り戻されつつある。一方で、コロナの長期化に加え、原油・物価高騰、円安による調達コスト増等、管内小規模事業者を取り巻く経営環境は一層厳しさを増している。喫緊の課題としては、ゼロゼロ融資等コロナ関連融資を利用している一定数の事業者が元本返済の猶予期間を終え、資金繰りの悪化が懸念されることから、目先の危機を乗り越えるための各種支援施策の活用があげられる。また、厳しさを増す経営環境に息切れしている事業者が、経営のモチベーションを取り戻し、新たな事業展開によって、地域経済の構造を再構築させることが課題である。

## (5) 次年度の取り組み

(4)で述べた課題を解消するために、相談事業を通して、まずは資金繰り不安に陥った事業者に、各種支援施策活用を促し、目先の危機を乗り越えてもらう。そして、中小企業庁が推進する「経営力再構築伴走支援モデル」をベースにした伴走支援によって、本質的経営課題の掘り下げを行う。また、今後事業中断を引き起こす可能性のある様々な脅威に備えるため、BCP策定にも取り組んでもらう。次に、新事業に積極果敢にチャレンジしている事業者との交流会や事例の発表会によって、経営のモチベーションを取り戻し、新事業展開を促していく。また、新たなサービスや商品を顧客に知ってもらうための販路開拓の場を提供し事業化につなげる。同時に、新時代の起業家たちに対しても相談事業及び創業セミナーで円滑な創業支援を実施し、イノベーションの機運を高める。

### 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						
今年度も経営相談専任の経営指導員が相談対応を実施した。新型コロナウイルス感染症の長期化によって、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 <b>203</b> 件となり、今年度の相談傾向としては、特定創業支援受講を希望する創業者が増加、また、「インボイス制度について教えてほしい」という相談が増加した。						
代表事例：A社（小売業）						
アパレル小売。A店の売上は <b>1,000</b> 万円を行き来しており、インボイス制度がもたらす影響が大きい。よって、経営課題はインボイス制度の知識を身に付け、対策を講じることである。課題解決のため、担当指導員が個別でインボイス制度について説明。支援の際は、画一的な制度説明（テキストを読み上げるのみ等）ではなく、丁寧にヒアリングを行ったうえで、相談者にとって、インボイスのどの部分が課題になるのか整理。できるだけ専門用語を使わず、平易な説明で、A社の事業実態に沿った助言になるよう留意し、本支援で制度の理解を深めてもらった。インボイス制度は日々経過措置が更新されているので継続してアドバイスを実施する。						
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	<b>200</b>	<b>203</b>	<b>101.5%</b>	<b>5</b>	
支援機関等へのつなぎ	支援数	<b>10</b>	<b>6</b>	<b>60.0%</b>	<b>3</b>	
金融支援（紹介型）	支援数	<b>6</b>	<b>5</b>	<b>83.3%</b>	<b>4</b>	
金融支援（経営指導型）	支援数	<b>8</b>	<b>11</b>	<b>137.5%</b>	<b>5</b>	
マル経融資等の返済条件緩和支援	事業所	<b>0</b>	<b>0</b>		-	
資金繰り計画作成支援	事業所	<b>31</b>	<b>33</b>	<b>106.5%</b>	<b>5</b>	
記帳支援	事業所	<b>13</b>	<b>12</b>	<b>92.3%</b>	<b>5</b>	
労務支援	支援数	<b>22</b>	<b>25</b>	<b>113.6%</b>	<b>5</b>	
人材育成計画作成支援	事業所	<b>16</b>	<b>19</b>	<b>118.8%</b>	<b>5</b>	
マーケティング力向上支援	事業所	<b>74</b>	<b>82</b>	<b>110.8%</b>	<b>5</b>	
販路開拓支援	支援数	<b>52</b>	<b>53</b>	<b>101.9%</b>	<b>5</b>	
事業計画作成支援	支援数	<b>50</b>	<b>55</b>	<b>110.0%</b>	<b>5</b>	
創業支援	事業所	<b>50</b>	<b>58</b>	<b>116.0%</b>	<b>5</b>	
事業継続計画（BCP）作成支援	事業所	<b>0</b>	<b>0</b>		-	
コスト削減計画作成支援	事業所	<b>0</b>	<b>0</b>		-	
財務分析支援	事業所	<b>19</b>	<b>21</b>	<b>110.5%</b>	<b>5</b>	
5S支援	事業所	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>100.0%</b>	<b>5</b>	
IT化支援	事業所	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>100.0%</b>	<b>5</b>	
債権保全計画作成支援	事業所	<b>0</b>	<b>0</b>		-	
事業承継支援	事業所	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>100.0%</b>	<b>5</b>	
災害時対応支援	事業所	<b>0</b>	<b>0</b>		-	
フォローアップ支援	事業所	<b>0</b>	<b>0</b>		-	
結果報告	事業所	<b>203</b>	<b>203</b>	<b>100.0%</b>	<b>5</b>	
II 専門相談支援事業						
支援のポイント・成果						
コロナの長期化、物価高騰等によって管内小規模事業者の経営課題の複雑性は一層増している。そのため、専門家による支援ニーズも増しており、相談内容としては、環境変化に対応した新たな収益基盤を構築するための経営戦略レベルの相談が多く占め、経営指導員が課題を整理したうえで、相談事業者に適切と思われる専門家を都度コーディネートし、事業者の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	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>116.7%</b>	<b>5</b>
金融相談	継続	相談件数	<b>10</b>	<b>10</b>	<b>100.0%</b>	<b>5</b>
税務相談	継続	相談件数	<b>5</b>	<b>10</b>	<b>200.0%</b>	<b>5</b>
経営相談	継続	相談件数	<b>65</b>	<b>65</b>	<b>100.0%</b>	<b>5</b>

Ⅲ 地域活性化事業										
支援のポイント・成果										
<p>「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、「コロナに打ち勝つビジネスアイデア創出事業」「BCP普及啓発事業」を新規で実施し、以下の通り、地域活性化につなげた。</p> <p>≪商業活性化アクションプラン推進事業≫</p> <p>【みのおまち商学校】・・・初開催より<b>10年</b>が経過した。コロナ以降は受講者が減少傾向であったが、本年度はコロナワクチンの普及等によってリアル受講のニーズが高まり、目標を上回った。オンライン講座も並行して実施。顧客との絆づくりの場としてもらった。</p> <p>【箕面街かどぶらり】・・・コロナの長期化を考慮し「箕面<b>100円</b>商店街」は今年度も中止。代わりに、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し配信する「箕面街かどぶらり」を実施。前年度の反省を活かし、インタビュー方法や事前の協議を密に行った結果、「お店のPRができた」という回答が<b>100%</b>となり、魅力ある店舗のプロモーション支援につなげた。</p> <p>≪コロナに打ち勝つビジネスアイデア創出事業≫</p> <p>新たな時代に適応するためのマーケティング理論及び実践されている具体的な小規模事業者の実例を学んでもらい、新事業に挑戦するマインドを醸成。また、対話を重視した全員参加型のワークショップによって、個社それぞれの課題を再認識していただくと共に新たなビジネスモデル構築のきっかけを与えることができた。</p> <p>≪BCP普及啓発事業≫</p> <p>BCPの策定ならびにBCMへの取組を促進するため、「事例に学ぶ！緊急時に強い会社・お店になるためのBCPセミナー」を箕面商工会議所で開催。参加事業者にBCP策定の重要性と緊急性について再認識してもらい、また、そのうちの数社に事業継続力強化計画策定の個別支援を実施。うち一社は認定に至っている。</p> <p>≪シニア向け創業支援事業≫</p> <p>本セミナーは<b>25名</b>の申し込みとなった。コロナの長期化を考慮し昨年度に引き続き感染症対策を万全にした上で実施。小規模事業者持続化補助金創業枠を申請するために特定創業支援等事業を受講したいという人が増えており、そのニーズにしっかりと応えることができた。</p> <p>≪北摂地デカラフェスタ≫</p> <p>昨年度同様、計画上の企業数を大幅に上回る事が出来た。また、毎年一定数以上の新規申込があり、2回以内の事業者数は40社になるなど、出展希望数はまだまだ増加傾向にある。</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	49	98.0%	96.6%	1店舗あたりのまちゼミ事業への集客人数	6	6.6	110.0%	5
○	コロナに打ち勝つビジネスアイデア創出事業	40	39	97.5%	100%	新たなサービス等の「ビジネスアイデア発見シート」策定事業者数	10	19	190.0%	5
○	BCP普及啓発事業	17	14	82.4%	100%	「超簡易版BCP『これだけは！』シート」の策定企業数	15	12	80.0%	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	60	50	83.3%	94%	ビジネスモデル構築者数	20	25	125.0%	4
	北摂地デカラフェスタ	50	68	136.0%	88.2%	1店舗当たりの当日売上高(開催期間の合計)	12,500	11,387	91.1%	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。



令和4年度（2022年度）小規模事業経営支援事業 地域活性化事業実績報告書

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20回、第21回「みのおのまち商学校」</u>                      今年度は4年ぶりに自粛要請のないまちゼミとなったが、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。夏は引き続き定員を3名までに絞ったが、冬は従来の定員の5～6名までとし各事業所に任せた。「オンラインまちゼミ」も引き続き実施。受講者の9割弱が「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繋がったと考えられる。</p> <p>〈実績〉                      第20回 令和4年8月1日（月）～9月30日（金）                      参加事業所数：28事業所 講座数：56講座 57回                      延べ参加人数：91名</p> <p>第21回 令和5年1月18日（水）～2月28日（火）                      参加事業所数：25事業所 講座数：48講座 51回                      延べ参加人数：99名</p> <p><u>「みのお街かどぶらり」</u>                      コロナの長期化に加え、原油・物価高騰、円安による調達コスト増によって小売・サービス業の経営環境は厳しさを増している。そのような環境下において、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。店主へ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。店舗のPRに繋がり、また、動画配信サービスを用いた広告宣伝手法について学んでもらった。</p> <p>〈実績〉                      令和4年7月4日（月） 萱野地区 5店舗、令和4年7月18日（月） 粟生地区 6店舗                      令和4年11月7日（月） 箕面地区 5店舗、令和4年11月21日（月） 牧落地区 4店舗                      合計参加店舗数20店舗</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> <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発行、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12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発行、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12件。								

	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	50社	総支援企業数(実績)	49社	支援実績率	98.0%	満足率	95.9%
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)	【それぞれの事業の実績について】							
		<u>みのおのまち商学校（まちゼミ）・・・</u> 参加店舗 <b>29</b> 件を個票化。事業所の課題は「新規顧客獲得」「店舗の認知不足」が多い。店舗を知ってもらい、受講者とコミュニケーションを図る事で、店主や従業員のファンづくりに繋げその後の顧客化を目指している。今年度は、徐々に生活がコロナ禍前の状況へ戻そうと変わり始めたタイミングもあり、受講者数が増えた。また、 <b>4</b> 年ぶりに報告会を再開した。少人数ながらも参加事業者同士の交流を図り、情報交換会も併せて実施することができた。同報告会では、古くから参加されている店舗経営者が、まちゼミが自店の <b>PR</b> に繋がっていると強く感じる理由を参加者と共有。参加間もない事業所から色々相談されるなど、異業種交流の機会にもつながった。							
		<u>みのお街かどぶらり・・・</u> 参加店舗 <b>20</b> 件を個票化。コロナの長期化や物価高等にも負けず頑張っている店舗を <b>PR</b> すべく、本事業を実施。事業実施の成果として、すべての参加店舗が「お店の <b>PR</b> に繋がった」と回答。コロナの長期化等、急激に変化する消費者の価値に沿った店舗の魅力 <b>をPR</b> にできたと考えられる。また、動画配信サービスという時代に沿った宣伝手法について学んでいただくことができた。							
		【代表指標の目標達成度について】 <u>1店舗あたりのまちゼミ事業への集客人数</u> 目標6人に対して <b>6.6</b> 人という結果になった。コロナ後は受講者の減少傾向が続き、指標の数値目標を下回っていたが、本年度はリアル受講のニーズが高まり、目標を上回った。							
	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	<b>6</b>	実績数値	<b>6.6</b>	目標達成度	<b>109.2%</b>			
成果の代表事例	<b>B社（サービス業）</b>								
	メディカルアロマの認知度向上を図る目的で参加。夏は「アロマを使って虫よけミストとかゆみ止めクリームを作る」でアロマの効能についてお話しする講座と、「毎日のスキンケアの話」でお肌の事について学んでかしくお手入れをするコツを伝授する講座を実施。冬は「化粧品に頼らないお肌の作り方」で知って得するお肌の情報を伝授する講座を通して、メディカルアロマに興味を持ち、スクールに通いたいという方がいた。まちゼミで講座をすると、初めて知るときのお客様の反応を知ることができ、自店でのイベント開催時にとても役立つと感じておられる。また、初めて来店された方がほとんどで、講座がすごく盛り上がり、受講者全員に満足していただけた。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。								
その他目標値の実績	目標値(計画)	<b>80%</b>	目標値(実績)	<b>15%</b>	目標達成度	<b>18.8%</b>			
	<u>「みのお街かどぶらり」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割合</u> 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 <b>PR</b> ができた」とする事業所は <b>100%</b> であり、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。								
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）	<u>「みのおのまち商学校」</u> 第 <b>20・21</b> 回目を迎え初開催より <b>10</b> 年が経過。コロナ後は受講者の減少傾向が続き、指標の数値目標を下回っていたが、本年度はリアル受講のニーズが高まり、目標を上回った。現在、コロナが落ち着きを取り戻しつつあり、次年度は感染状況を見極めつつリアル開催を積極的に推し進めていく。また、リアル講座のアイデア出しができるような、少人数での勉強会開催や交流を図れる場づくりを行い、各店舗の集客力及び魅力の向上につなげていきたい。							
		<u>「みのお街かどぶらり」</u> 前年度の反省を活かし、インタビュー方法や事前の協議を密に行った結果、店舗満足度 <b>100%</b> 、また、「お店の <b>PR</b> ができた」という回答が <b>100%</b> となった。にも関わらず、目標が未達になってしまった理由としては、アンケート回答方法を複数回答可能としたので、「お店の <b>PR</b> ができた」に加え「自社の魅力を客観的に再認識できた」にも○を回答する動機付けが弱まってしまったと考えられる。未達であったものの、満足度の高い事業のため、次年度以降は、アンケートの構成を工夫し、目標達成と販路開拓に繋げていきたい。							

【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)	30社	支援企業数(実績)	29社	支援実績率	96.7%	満足率	96.6%
	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）	みのおのまち商学校 コロナによって近年は指標の目標を下回っていたが、本年度はリアル受講のニーズが高まり、目標を上回った。							
		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	実績数値	6.6	目標達成度	109.2%		
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)	20社	支援企業数(実績)	20社	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）	みのお街かどぶらり 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」とする事業所は100%となり、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	「みのお街かどぶらり」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割合						
		数値目標	80%	実績数値	15%	目標達成度	18.8%		
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		コロナに打ち勝つビジネスアイデア創出事業
想定する実施期間		R4 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)	新型コロナウイルス感染症の影響を受けている中小企業が、ウィズコロナ・アフターコロナにおける顧客購買行動の変化や顧客ニーズを把握し、「新分野展開」「新商品・新サービスの開発」「第2創業・事業転換」「新規顧客獲得」等を検討するためのワークショップを開催することで、事業化に向けたアイデアの作り方を学ぶ。また、大阪府が実施する「新事業チャレンジ支援事業」の普及啓発を図る。
	支援する対象 (業種・事業所数等)	新型コロナウイルス感染症の影響を受けた箕面市内または府内の事業所で、 ・既存商品では売り上げの回復が難しく、新たなサービスや商品の必要性を感じている ・回復の見込めない事業から新ビジネスへ転換を検討している ・新事業展開・新商品・新サービス開発に関するノウハウ等を学びたい ・アフターコロナの顧客購買行動・コロナ禍におけるマーケティング手法を学びたい ・共に苦境を乗り越えるため、様々なことを相談しあえる事業者仲間が欲しい という経営者、幹部従業員、若手後継者等を対象とする。
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>コロナに打ち勝つマーケティングセミナーとビジネスアイデア創出ワークショップに分けて下記の要領で開催した。</p> <p>&lt;コロナに打ち勝つマーケティングセミナー&gt;                  場所：箕面商工会議所                  日時：5月18日（水） 2時間                  実施内容：新型コロナウイルス感染症による事業環境の変化に伴う新事業展開等の必要性を訴求し、大阪府が実施する「新事業チャレンジ支援事業」への登録を促した。また、登録にかかわらず、希望者に対しビジネスアイデア創出ワークショップの参加に誘導。</p> <p>&lt;ビジネスアイデア創出ワークショップ&gt;                  場所：箕面商工会議所                  時期：10月17日（月）、10月26日（水）、11月8日（火） 各回3時間×3回                  実施内容：新事業等のアイデア創出にかかる一連の流れについて、全3回にわたってワークセミナー形式の講座を以下の概要で実施。                  第1回…経営環境現状分析、アフターコロナの需要動向、ビジネスアイデア創出                  第2回…市場分析・顧客購買行動変化の検討、戦略策定プロセスの理解、ビジネスアイデア創出                  第3回…マーケティングアプローチ、顧客関係性強化手法の検討、ビジネスアイデア創出</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	大阪府経営支援グループと連携。「新事業展開チャレンジ事業支援費（商-11）」の啓発方法や実施内容等についてご相談させて頂いた。
②広域連携		
③市町村連携		
④相談相乗	新事業に向けて具体的に取り組みたいという参加者を対象に個別支援を実施。21件カルテ化。	



	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)	39.0	支援実績率	97.5%	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>「急激な環境変化に対して新たなビジネスモデルをどのように再構築していけばよいか悩んでいる」という共通の特性が参加者には見られた。そのような参加者に対して</p> <p>&lt;コロナに打ち勝つマーケティングセミナー&gt;においては、新たな時代に適応するためのマーケティング理論及び実践されている具体的な小規模事業者の実例について学んでもらい、新事業に挑戦するマインドを醸成することができた。また、セミナー後、大阪府「新事業チャレンジ支援事業」に申請する事業者が見られた。個票化<b>20</b>件。</p> <p>&lt;ビジネスアイデア創出ワークショップ&gt;においては、対話を重視した全員参加型のワークショップを実施。個社それぞれの課題を再認識していただくと共に「ビジネスアイデア発見シート」で新たなビジネスモデル構築のきっかけを与えることができた。また、対話の中で、事業者同士が互いのアイデアを提供し合う場面も見られ、新事業が創出される「場」を提供することができ、結果としてアンケート満足度の回答が<b>100%</b>の事業となった。個票化<b>19</b>件。</p>							
	代表指標	新たなサービス等の「ビジネスアイデア発見シート」策定事業者数							
	数値目標	10社	実績数値	19社	目標達成度	190.0%			
	成果の代表事例	<p><b>C社(サービス業)</b></p> <p>今般の急激な経営環境の変化に対応した新事業を模索していたところ、本セミナーを受講し、「新事業チャレンジ支援事業(Vチャレ)」への申請を決意。見事採択され、箕面商工会議所・大阪産業局と共に伴走支援を実施。Vチャレをきっかけとして多数の商談もあり、事業発展に向けて寄与できた。</p>							
実施結果	その他目標値の実績	目標値(計画)		目標値(実績)		目標達成度			
	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>セミナーは定員を超える申し込みがあり、新事業展開の重要性を訴求できた。ワークショップは、参加者交流型のワークが盛り上がり熱量の高いワークショップとなった一方で、「マインドは高まったが、具体的な新事業アイデア創出までは至らなかった」という声もあったので、次回は新事業展開を経験したゲストを招き、イメージをクリアにしたい。</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)	20.0	支援企業数(実績)	19.0	支援実績率	95.0%	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)	<p>&lt;コロナに打ち勝つマーケティングセミナー&gt;実施。新たな時代に適応するためのマーケティング理論及び実践されている具体的な小規模事業者の実例を学んでもらい、新事業に挑戦するマインドを醸成。また、セミナー後、大阪府「新事業チャレンジ支援事業」に申請する事業者が見られた。</p>							
		指標	新事業へチャレンジしようと思った事業者数						
		数値目標	70%	実績数値	100%	目標達成度	142.9%		
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)	20.0	支援企業数(実績)	19.0	支援実績率	95.0%	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)	<p>&lt;ビジネスアイデア創出ワークショップ&gt;実施。対話を重視した全員参加型のワークショップを実施。個社それぞれの課題を再認識していただくと共に「ビジネスアイデア発見シート」で新たなビジネスモデル構築のきっかけを与えることができた。</p>							
		指標	新たなサービス等の「ビジネスアイデア発見シート」策定事業者数						
		数値目標	10社	実績数値	19社	目標達成度	190.0%		
その他目標値の実績	目標値(計画)		目標値(実績)		目標達成度				

令和4年度（2022年度）小規模事業経営支援事業 地域活性化事業実績報告書

箕面商工会議所

事業名		BCP普及啓発事業
想定する実施期間		R4 年度～ 年度まで ※複数年度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)	首都直下地震や南海トラフ地震といった大規模地震の発生が想定されている現状を踏まえ、中小・小規模事業者の自然災害等への事前の備え、事後のいち早い復旧を支援する「中小企業強靱化法」が令和元年7月に施行された。また、当法律の中で、小規模事業者の事業継続力強化の取組を商工会議所が市町村と共同で支援していく「小規模事業者支援法」が改正された。 当所においても、当支援法に基づき、箕面市とともに「事業継続力強化支援計画」を令和3年10月1日～令和8年3月31日の実施期間で策定し、令和3年8月31日付で大阪府の認定を受けた。当支援計画に従い、管内事業者に対してBCPの策定ならびにBCMへの取組を促進し、事業中断を引き起こす様々な脅威への対応力向上を図り、箕面市における経済・雇用の維持・安定体制を強化する。
	支援する対象 (業種・事業所数等)	事業をとりまく様々な災害脅威に対して、BCP・BCM対策を講じていかなければならないと感じている管内の中小・小規模事業者を対象とする。
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	BCPの策定ならびにBCMへの取組を促進するため、「事例に学ぶ！緊急時に強い会社・お店になるためのBCPセミナー」を箕面商工会議所で開催した。 ＜事例に学ぶ！緊急時に強い会社・お店になるためのBCPセミナー＞全1日 12/15 2.5時間（11社参加 ※うち「1社で2名以上参加」の事業者が2社あったため、実績は「12社」としている） 実施内容：自然災害・感染症による事業停止リスクと備えの重要性について認識してもらうとともに、地震発生時の初動対応を体験するワークショップ（シミュレーション）を実施した。その上で、大阪府「超簡易版BCP『これだけは！』シート」の策定を実施した。セミナー参加者のうちBCP策定希望者には次のステップであるハンズオン型支援へつなげた。  ＜BCP策定に向けたハンズオン型の支援＞（2社） セミナー開催時に各事業者にアンケートやヒアリングを実施した上で、損害保険会社と連携し、BCP策定希望者に対して個別に策定支援を行った。  ＜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	大阪府中小企業支援室経営支援課経営革新グループと連携。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	
③市町村連携	事業継続力強化支援計画に則り、箕面市箕面営業室と連携。後援名義の使用などご協力いただいた。	
④相談相乗	カルテ化5件、BCPセミナーをきっかけに補助金の申請支援や計画書作成支援へとつながった。	

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)	17.0	総支援企業数(実績)	14.0	支援実績率	82.4%	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)	満足率が <b>100%</b> と、満足度の高いセミナーとなった。計画支援企業数17社に対して14社の実績となった。一般的に緊急時にどう対応するかを想定した <b>BCP</b> 策定の重要性は認識してはいるものの、日常業務に追われて後回しになってしまっているケースが多い。また過去に災害を経験したことがあまりない地域ではなおのこと緊急性は低い。セミナーでは、実際に <b>BCP</b> を策定している企業と、策定していない企業とで緊急時にどの程度業務停止期間があるのかを数値データで説明、また東日本大震災で被災された企業のヒアリング調査をもとに災害に遭遇した際に自社を取り巻く環境がどう変化して、経営者が具体的にどんな判断に迫られるかをシミュレーションした資料をもとにワークを実施し、「超簡易版 <b>BCP</b> 『これだけは！』シート」の策定を実施した。この体験をしたほとんどの参加者が <b>BCP</b> 策定の重要性と緊急性について再認識することができた。またそのうち数社に事業継続力強化計画策定の個別支援を希望していただいた。以上のことから <b>BCP</b> 策定の普及啓発につながったと考える。							
	代表指標	「超簡易版 <b>BCP</b> 『これだけは！』シート」の策定企業数							
	数値目標	15社	実績数値	12社	目標達成度	80.0%			
成果の代表事例	D社（サービス業） 当初は補助金の申請加点条件を満たす目的でセミナーに参加したが、ワークを経験したことにより災害時のリスクについて自分事として捉えられるようになった。その後の事業継続力強化計画策定についても意欲的に行動され、次は防災設備の設置を予定されている。								
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）	<セミナー> 会報チラシやHP等での案内、他のセミナーでのプレゼンや個々に声掛け等行うも、 <b>BCP</b> 策定の必要性や効果をあまり訴求できず、参加希望者数が伸びなかった。次回は、参加者の声を参考にし、チラシの内容に加えたり、開催時期を台風時期の前後に設定するなど工夫を行う。							
		<ワークショップ> 災害発生時のシミュレーションは非常に臨場感があり、リアルな被災状況を体感することができるため、参加者より好評を頂いた。一方で、前半の座学の時間が長かったという声があり、次回は時間配分を工夫しワーク中心となるように準備する。							

【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)	15.0	支援企業数(実績)	12.0	支援実績率	80.0%	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)	<p><b>「事例に学ぶ！緊急時に強い会社・お店になるためのBCPセミナー」参加事業者数。</b>          目標15社に対し、17社申込みがあったが、その後キャンセルがあり11社参加となった。11社個票化。うち「1社で2名以上参加」の事業者が2社あったので、実績は「12社」となった。</p> <p>申込段階では、「重要性はわかっているが後回しになってしまっている」「<b>BCP</b>策定の必要性は理解している」という状態から、セミナー受講後「優先度がぐっと上がった」「後々やらないといけないから、早急に対応しなければいけない思いに変わった」など計画策定への緊急性が上がった。また、「超簡易版<b>BCP</b>『これだけは！』シート」策定ワークを実施して、「日頃の備えがまだまだ出来ていないことがあると感じた」「会社で決まっていない部分が整理できた」などの前向きな感想が多く寄せられた。</p>							
	指標	「超簡易版 <b>BCP</b> 『これだけは！』シート」の策定企業数							
	数値目標	15	実績数値	12	目標達成度	80.0%			
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)	2.0	支援企業数(実績)	2.0	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)	<p><b>「ハンズオン（個別支援）」実施事業者数。</b>          目標2社に対し、2社実施、2社個票化。  <b>BCP</b>セミナー終了時に個別相談希望者を募り、事業継続力強化計画策定に意欲的な2社を選定した。うち1社は介護事業者であるため、介護事業者向けの<b>BCP</b>策定支援を実施した。個別支援に関しては、セミナー後のヒアリングに基づき、専門家へのつなぎを実施、適宜進捗状況の確認を行った。</p>							
	指標	事業継続力強化計画策定に取り組む企業数							
	数値目標	2	実績数値	2	目標達成度	100.0%			
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	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 ※複数年度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)	<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。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&amp;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)
事業の概要	<p>今回は中小企業診断士であり、当商工会議所で長年箕面の事業者支援を行ってきた秋田英幸氏を講師に招いて起業塾を行った。講師の箕面におけるコネクションを活用し、毎回日替わりで箕面の経営者に登壇していただき、経営者の生々しい体験談を語っていただいた。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 7/30 3時間 参加者：25名(個票化25) 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 8/13 8/20 8/27 9/3 9/17 各日4時間 参加者：26名(個票化25) 26名の申し込みをいただいたが、プレセミナーから継続していただいたお一人が都合が合わず、欠席や途中退室などでアンケートを得ることができず、個別対応を行ったため、個票化しなかった。</p> <p>創業塾全日程においては、個別で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。起業希望者は起業に関する知識やノウハウを体系的に身に付け、またワークを通じて起業する時に考えるべきことを一通り考える事ができた。</p> <p>さらにそれぞれの日程に箕面市内の経営者をお招きし、インタビュー形式で経営における生々しい話とそれについての考察を行った。経営者インタビューの目的として、受講生が創業のイメージに対して持っている漠然とした不安を乗り越えられるリスクとして考えられるように進めた。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>
実施時期・具体的な内容及び事業手法	

		<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3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	カルテ化は2件であったが、カルテ化に至らないまでも事業後にご相談をいただいた参加者は3件あり、今後の本相談が期待できる。						
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)	60.0	総支援企業数(実績)	50.0	支援実績率	83.3%	満足率	94.0%
	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)	満足率94%となっており、満足度の高いセミナーであった。 目標60社に対し参加事業者数50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4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。 今年も受講生同士のつながりも見られ、起業塾の期間中に「すでに起業している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に関与でき、創業に向けた機運の醸成につながったと考える。							
		代表指標	ビジネスモデル構築者数						
		数値目標	20	実績数値	25	目標達成度	125.0%		
	成果の代表事例	E氏 当セミナーに参加したE氏は、中国の通訳者としての経験と管理栄養士の資格を活かして創業を考えていた。当セミナーを通じて、関係性も活かすことができることに気づき、現在の配偶者が販売している商品を活かして、無人ゴルフ練習場をできないかを模索された。 創業セミナー卒業後、事業計画書作成支援をさせていただき、無人ゴルフ練習場のオープン準備段階に入っている。今後は経験や資格を練習場の発展に活かし方を提案していく予定である。							
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)	「プレセミナー」 3時間の中で先輩起業家の体験談を交えて盛りだくさんの内容を提示することができた。参加者数も2021年度より4名多い参加者を得られた。今回の新聞折込をもちいた集客に手応えを感じているため、次回も検討したい。また、事業者支援の中で地域紙を活用し広告宣伝をしたところ、起業塾の顧客層と似たようなターゲットにリーチしたため、次回は利用してみたいと考える。 「箕面起業塾」 今回の箕面起業塾では新型コロナウイルスの影響が続いており、コミュニティ醸成に効果的な懇親会を行うことができなかった。代わりにフェイスブックに起業家グループを作って、コミュニティ形成を試みたところ19名の登録を頂くことができた。次年度についてはぜひとも効果的な懇親会を設けていきたい。							

【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)	30.0	支援企業数(実績)	25.0	支援実績率	83.3%	満足率	88.0%
	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）	『シニア創業塾プレセミナー』参加事業者数 <b>25</b> 社 目標 <b>30</b> 社に対し、参加事業者数 <b>25</b> 社を個票化。昨年よりも多くの参加者を得ることができた。そのうち <b>30</b> 人中 <b>14</b> 人が起業塾への申込みにつながった。今回の申込みが多くの方に支持された要因として、先輩起業家の体験談や講師による本起業塾の期待度を高めるプレゼンが効果的だったと考える。これにより、参加者は自分たちも成功への道を歩むイメージを持つことができた。一方で、申し込めなかった方々の理由として、主に日程の問題が大半を占めた。彼らにとっては興味や関心があるものの、スケジュールが合わずに参加を見送ることになった。起業の機運醸成については図られたと考えるため、該当する方については情報提供を続け、のちの創業につなげたい							
		指標	スタートアップ塾参加者数						
		数値目標	20	実績数値	14	目標達成度	70.0%		
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)	25.0	支援実績率	83.3%	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）	「シニア創業塾」創業塾参加事業者数 目標 <b>30</b> 社に対し、 <b>25</b> 社の申し込みを受けた。 講師の用意したツールを活用し、参加者はそれぞれ講座の中で事業を具体化させることができた。毎回日替わりでの箕面市内の企業家との繋がりを設けることによって具体的なイメージを湧かせることにつながったと考える。さらにフェイスブックにおいて起業家グループを作成し、 <b>19</b> 名の参加を得ることができた。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。 目標が <b>20</b> のところ <b>25</b> のビジネスモデルを得ることができたので、事業の趣意は達成したと考える。							
		指標	ビジネスモデル作成者数						
		数値目標	20	実績数値	25	目標達成度	125.0%		
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)	”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。 (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。
	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	北摂地デカラフェスタ説明会・勉強会、交流会 日時：令和4年9月13日（火） 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、今年も開催出来なかった。  第12回北摂地デカラフェスタ 日時：令和4年11月11日（金）、12日（土）、13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2022AUTUMN内特設ゾーン） 参加店舗数：68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
		<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	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（6/6、9/5、1/27）を実施し、出展時の事業所への周知事項や報告など情報共有を図った。支援対象事業者内訳は豊能1件、能勢3件、島本3件、摂津9件、高槻4件、吹田14件、豊中10件、池田3件、茨木8件、箕面13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)	68.0	支援実績率	136.0%	満足率	88.2%
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>今年度は10地区で68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1つと考えている。また、毎年一定数以上(今年度は26社)の新規申込があり、2回以内の事業者数は40社になるなど、出展希望数はまだまだ増加傾向にある。</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34社、「商品の知名度が向上した」が27社、「イベントへ出展の際のイメージが形成出来た」(31社)と多数の企業が当事業の目的である、認知度向上や実験的出展の効果はあると考える。続く効果として、「再来店の見込みがあった」(24社)が多く、当該イベントを通じて新規顧客の獲得も出来ている。</p> <p>1店舗当たりの当日売上高については、毎年の事ではあるが、商材や来場者数、企業の仕掛け等により左右される為、初出展の企業には特に地区担当者のサポートが必要である。今年度は悪天候の影響もあり、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。しかし、悪天候にも関わらず目標額に近い数字になったのは、地域住民の来訪が多い平日の来場客に対して、しっかり販売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	99,035	目標達成度	99.0%			
成果の代表事例	<p>F社(食品製造販売)</p> <p>食品の屋外出展では問題となる直射日光について、開催前から悩んでおられたが、費用をかけず工夫を凝らして回避された。その上、店内のレイアウトにも工夫があり、数値目標の倍の売上を上げられた。</p>								
その他目標値の実績	目標値(計画)	12,500	目標値(実績)	11,387	目標達成度	91.1%			
	<p>地デ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、目標には届かなかった。コロナは落ち着きを見せていたが、天候が良くなかった事が影響したと考えられるが、昨年より平日の来場者数が多いことで90%台を維持することが出来た。</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後半3日間で開催を実施した。前年と変わり、新型コロナウイルス感染症による影響は薄れており、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、商品の魅力を伝えきれていない事業者もあり、その魅力を伝えき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る、我々のアドバイスカの強化も図っていききたい。</p>							