

# 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     | 茨木商工会議所  |  |              |
|   | 代表者職・氏名 | 会頭 合田 順一   |  |              |
|   | 所在地     | 〒567-8588<br>茨木市岩倉町2-150 立命館いばらきフューチャープラザ1F  |  |              |
|   | 担当者     | 職・氏名   | 中小企業振興部長 小林 豊和   |              |
|   |         | 連絡先  | TEL（直通）：   | 072-622-6631 |
|   |         |  | Fax：   | 072-622-6632 |
| E-mail：   |         |  | <a href="mailto:kobayashi@ibaraki-cci.or.jp">kobayashi@ibaraki-cci.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 <b>23</b> 年 <b>5</b> 月 <b>12</b> 日<br><br><b>11</b> 名（うち経営指導員 <b>5</b> 名）（令和 <b>5</b> 年 <b>3</b> 月 <b>31</b> 日現在）<br><br>茨木市<br><br><b>9,279</b> （平成 <b>28</b> 年度経済センサス）<br><b>5,885</b> （平成 <b>28</b> 年度経済センサス）<br><b>2,095</b> （令和5年3月31日現在）組織率 <b>22.6%</b><br><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、及び建議する。<br>②行政庁等の諮問に応じて、答申すること。<br>③商工業に関する調査研究を行うこと。<br>④商工業に関する情報及び資料の収集及び刊行を行なうこと。<br>⑤商品の品質及び数量、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、鑑定及び検査を行うこと。<br>⑥輸出品の原産地証明を行うこと。<br>⑦商工業に関する施設を設置し、維持し、及び運用すること。<br>⑧商工業に関する講演会及び講習会を開催すること。<br>⑨商工業に関する技術及び技能の普及及び検定を行うこと。<br>⑩博覧会、見本市等を開催し、及びこれらの開催あつ旋を行うこと。<br>⑪商業取引に関する仲介及びあつ旋を行うこと。<br>⑫商業取引の紛争に関するあつ旋、調停及び仲裁を行うこと。<br>⑬商工業に関して、相談に応じ、及び指導を行うこと。<br>⑭商工業に関して、商工業者の信用調査を行うこと。<br>⑮商工業に関して、観光事業の改善発達を図ること。<br>⑯社会一般の福祉の増進に資する事業を行うこと。<br>⑰行政庁から委託を受けた事務を行うこと。<br>⑱前各号に掲げるものの外、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>これまで本事業を実施した結果もふまえて、①資金調達、②販路支援、③求人支援、④創業支援、⑤事業承継・事業継続力支援に加えて、今年度計画では、⑥新型コロナウイルス感染症拡大の影響に対する支援の6つを重点目標とする。</p> <p>①資金調達<br/>融資や補助金を活用いただけるよう支援を実施する。特に補助金申請のニーズは多く、事業計画書作成の段階から支援していく。</p> <p>②販路支援<br/>事業者の意識改革を促し、事業所の売上に直接的、間接的につながるような支援を実施することにより、事業所の「稼ぐ力」向上に向けて支援していく。</p> <p>③求人支援<br/>セミナーによる事業主の意識改革、求人・求職マッチング事業の実施により、中小企業の人材獲得支援を実施する。最低賃金アップによる人件費増加を克服するため、①の資金調達において生産性向上の補助金の獲得支援、②の販路支援による収益力アップと併せて実施する必要がある。</p> <p>④創業支援<br/>市や金融機関等と連携した産業競争力強化法に基づくネットワークにより、公的優遇施策を利用していただけるよう実施する。</p> <p>⑤事業承継・事業継続力支援<br/>事業継続の観点から、事業承継と災害BCPの問題について啓発を行うとともに、課題解決について支援を実施する。</p> <p>⑥新型コロナウイルス感染症の経営への影響に対する支援<br/>新型コロナウイルス感染症の経営への影響を受けている事業者への経営相談を強化し、ビジネスモデルの転換と資金調達、販路拡大の支援を併せて実施していく。<br/>その他、近隣の商工会・商工会議所と広域で事業を実施することにより、市内にとどまらないビジネスチャンスの場を提供すると共に相乗効果を狙っていく。</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>経営相談事業では、<b>220</b>件の事業所カルテを作成し、それぞれの支援を実施した。新型コロナウイルスの影響による直接的な経営相談は終息に向かいつつある中で、原材料費や物価高騰による新たな課題が浮かび出てきた。事業環境の大きな変化の中で新たな事業を模索する事業者が多く見られ、資金調達のニーズは融資から補助金へシフトする傾向が見られた。新たな事業に踏み出す事業者に対し事業計画作成の側面的支援を実施した。茨木市では、「産業競争力強化法に基づく特定創業支援」修了者に開業融資の利子補給を実施しているため、特定創業支援実施機関である当会議所において創業相談が多く見られ、市と連携しながら多くの創業者を輩出した。地域活性化事業では、販路拡大を目的とした事業所間(BtoB)、消費者向け(BtoC)の事業に力を入れた。消費者向けの販路開拓では、地域活性化事業で出店機会を設け、市民に店舗の認知度アップを図るとともに、売上に直接的につながる事業を実施した。</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>事業環境の大きな変化への対応として、事業再構築や売上に直接つながる支援、今後の経営計画作成支援に注力し、実務面で効果を得ていただく結果となった。コロナ禍や物価高騰など事業環境の大きな変化においても創業希望者は多く、創業支援では事業計画の作成から開業融資の斡旋などにより、多くの創業者を輩出してきた。廃業が増加していく中で創業者を輩出することは地域経済の活性化や雇用創出の面でも意義のある結果となった。所管地域の活性化の方向性として、住宅都市として住民の生活を支え、産業構成の大半を占める商業・サービス業の活性化は欠かせない。商業・サービス業は新型コロナによりダメージを受けた事業所が多く、廃業に至らないよう重点的に支援する必要がある。</p>  |
| <p>(4) 事業を実施した結果浮かび上がった課題</p> <p>昨年度に引き続き、経営相談に翻弄される状況が続いた。コロナ禍のピーク時より相談件数は減少したものの、平時より相談件数の多い水準が継続し、内容的にもレベルの高い相談が増加した。現在の経営指導員の人員体制では、迅速さの面において厳しい状況となった。地域活性化事業では新型コロナウイルスの感染防止を意識した企画が求められた。感染者数の増加状況により、実施事業の集客に影響があった。</p>   |
| <p>(5) 次年度の取り組み</p> <p>来年度もこれまでの実績とニーズを基に、①資金調達、②販路支援、③求人支援、④創業支援、⑤事業承継・事業継続力支援の5つに加え、⑥新型コロナウイルス感染症及び原油・原材料高騰、物価上昇の影響に対する支援を重点目標とする。新型コロナの影響により、当市の中心産業である商業・飲食・サービス業が大きなダメージを受けた。そこに物価・原材料費高騰など新たな問題が発生し、事業環境変化に対応した事業再構築などの支援ニーズは多くなることが見込まれる。事業環境変化に対応する事業計画作成の支援を通して事業所の経営力強化に貢献していきたいと考える。また中小企業の雇用情勢は厳しい状況となっており、求人・求職マッチング事業により求人支援を実施するとともに、消費を支える市民の雇用に結びつくよう地域の活性化を行う。創業支援では引き続き産業競争力強化法による特定創業支援を市と連携して実施していく。</p>  |

### 3. 経営相談支援事業・専門相談支援事業 茨木商工会議所

#### I 経営相談支援事業

##### 支援のポイント・成果

今年度も引き続き新型コロナウイルスの影響を受けた事業者からの相談が見受けられた。融資の相談は落ち着いたものの、新たな事業展開や事業再構築による事業形態の見直しや販路拡大を目指す事業計画作成に関する相談を実施した。また、大きな事業環境変化が起きている最中でも創業相談が多い水準で継続しているのが想定外であった。創業者の相談では、産業競争力強化法に基づく特定創業支援による市の支援策である1%の利子補給の魅力から、充実した支援を実施することができた。経営相談の代表事例として、飲食店の店長を長きにわたり任されていた個人からの相談です。飲食店のオーナー会社が、飲食事業からの撤退を決定したところで相談に来所。他店舗に就職も考えたが、常連客が定着していることやアルバイトも非常に働いてくれることから、同店舗事業を譲り受けることを決心する。事業承継支援は利用できる補助金が少なく、ハードルも高い事から創業支援を検討。茨木市内での創業関係補助金の紹介と利用方法、条件により使えない補助金の確認作業や窓口での対応方法についてレクチャーした。雇用についても、ご自身で雇い入れをしないといけなくなるので、社会保険関係の加入条件や諸手続き、労働保険事務組合の紹介等を行った。その後、税務面では税理士による個別税務相談会に参加し、疑問点を解消できた。改修工事費と設備入れ替え費用について日本政策金融公庫の担当者を紹介し、面接に同席し融資が実行された。なお、労働保険事務組合についても当会議所を利用することになり、今後も深いつながりが維持できるものと思われる。

| 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 | 210  | 220  | 104.8% | 4    |
| 支援機関等へのつなぎ      | 支援数 | 36   | 32   | 88.9%  | 3    |
| 金融支援（紹介型）       | 支援数 | 10   | 10   | 100.0% | 3    |
| 金融支援（経営指導型）     | 支援数 | 23   | 26   | 113.0% | 4    |
| 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 | 1    | 1    | 100.0% | 3    |
| 記帳支援            | 事業所 | 2    | 2    | 100.0% | 3    |
| 労務支援            | 支援数 | 30   | 33   | 110.0% | 3    |
| 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 | 1    | 1    | 100.0% | 3    |
| 販路開拓支援          | 支援数 | 25   | 23   | 92.0%  | 3    |
| 事業計画作成支援        | 支援数 | 40   | 39   | 97.5%  | 3    |
| 創業支援            | 事業所 | 80   | 90   | 112.5% | 5    |
| 事業継続計画（BCP）作成支援 | 事業所 | 0    | 0    |        | -    |
| コスト削減計画作成支援     | 事業所 | 0    | 0    |        | -    |
| 財務分析支援          | 事業所 | 0    | 0    |        | -    |
| 5S支援            | 事業所 | 0    | 0    |        | -    |
| IT化支援           | 事業所 | 0    | 0    |        | -    |
| 債権保全計画作成支援      | 事業所 | 0    | 0    |        | -    |
| 事業承継支援          | 事業所 | 1    | 1    | 100.0% | 3    |
| 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 | 206  | 210  | 101.9% | 3    |

#### II 専門相談支援事業

##### 支援のポイント・成果

経営指導員が受けた相談の結果、専門家を活用する方が支援効果を高めることができる案件について、専門相談支援事業のメニューにある専門家を活用した。具体的には、マルケイ融資や大阪府の制度融資以外の公的融資については、日本政策金融公庫の茨木地区担当者が相談員となる「金融相談」に誘導し、公庫の幅広い支援メニューから最適な融資制度を利用できるよう支援を行った。税務相談は決算・申告シーズンの12月から2月にかけて集中的に実施した。また、記帳の知識のない個人事業主については、税理士による記帳継続指導を実施し、自主記帳と確定申告ができるまでサポートした。専門家同行相談については、ITやSNSの専門家による相談を実施した。ここでは商品や会社のPRの手法について学んでいた。

| 事業名       | 新規/継続 | 指標   | 目標数値 | 実績数値 | 達成率    | 事業評価 |
|-----------|-------|------|------|------|--------|------|
| 金融相談      | 継続    | 相談件数 | 10   | 10   | 100.0% | 4    |
| 税務相談      | 継続    | 相談件数 | 8    | 7    | 87.5%  | 4    |
| 記帳指導      | 継続    | 相談件数 | 2    | 4    | 200.0% | 5    |
| 専門家派遣（同行） | 継続    | 相談件数 | 4    | 6    | 150.0% | 5    |

| Ⅲ 地域活性化事業   |                    |        |      |        |        |  |     |       |        |      |
|---|--------------------|--------|------|--------|--------|--|-----|-------|--------|------|
| 支援のポイント・成果  |                    |        |      |        |        |  |     |       |        |      |
| <p>茨木市は北摂地域のベッドタウン、住宅都市として位置づけられている。特筆すべき地場産業がないため、住宅都市として必要な事業を実施した。</p> <p>「商店街等の需要喚起の促進事業」では、先細りつつある商店街に対しバイローカル(※1)の考え方を理解いただき、「まちバル」を行った。「まちバル」の参加店舗は目標を上回り、自社(店)のPRにつながったお店が94%を占めるなど好評をいただいた。また創業支援として実施した「創業スクール」では、ビジネスプランの作成を通じて実際の創業者が生まれた。雇用の分野では、新型コロナの影響で雇用情勢が逆転し、求人企業が減少したものの、「求人・求職マッチング事業」を実施した結果、実際の雇用が実現しました。「茨木・箕面オムニ・チャンネル3.0事業」では、「お客様が初めて出会う商品をワクワクして買う」というコンセプトのもと、机上での勉強をイベントで実践いただき、出展事業者の成果を売上で測ることができた。新事業展開支援事業では、新型コロナの影響を受けている事業者に対して、事業再構築など従来の事業を大幅に変えるための事業計画作成を支援し、結果として補助金を受けていただくなど金銭面で恩恵を受けていただいた。経営や労務に関するセミナーは近隣の商工会・商工会議所と広域で相互乗り入れする方式で実施し、企画や広報・集客面で効果的・効率的に実施し相乗効果を高めた。今年度も新型コロナウイルスの影響が完全に冷めやらぬ中、制約を受ける状況下での実施となった。</p> <p>※1 バイローカルとは<br/>バイローカルは地域の素敵な商いを生活者が知ることから始まります。<br/>そしてそれらのお店を積極的に継続的に使うことで、良い商いが残り育ち、新たに良き商いが発芽し、そのことで地域がより魅力的になる。結果そこで暮らす人の生活の質を高め、そして多くの人が住みたいと思うまちとなり、地域の資産価値を向上させる取り組みです。</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    |      |
| ○   | 商店街等の需要喚起の促進事業     | 65     | 78.5 | 120.8% | 92.3   | 自社のPRとなった事業者の割合                        | 70% | 94%   | 134.3% | 5    |
| ○   | 創業支援事業             | 30     | 26   | 86.7%  | 96.2   | 受講者の創業見込件数                             | 3   | 3     | 100.0% | 5    |
| ○   | 求人・求職マッチング事業       | 30     | 28   | 93.3%  | 82.8   | 参加企業のうち採用に至った企業数                       | 3   | 8     | 266.7% | 5    |
|   |                    |        |      |        |        |  |     |       |        |      |
|   |                    |        |      |        |        |  |     |       |        |      |
|   |                    |        |      |        |        |  |     |       |        |      |
| (2) 広域事業(幹事業のみ)   |                    |        |      |        |        |  |     |       |        |      |
| 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    |      |
| ○   | バイオ産業推進事業          | 36     | 22.5 | 62.5%  | 100    | 事業実施後、自社の認知度向上を果たしたと回答した企業数            | 6   | 5     | 83.3%  | 4    |
|   | 茨木・箕面オムニチャンネル3.0事業 | 32     | 35   | 109.4% | 88.6   | 各事業所の出展目的(売上・知名度・新規顧客獲得・販売スキル向上など)の達成率 | 70% | 71.5% | 102.1% | 4    |
| ○   | テレワーク導入・定着支援セミナー   | 25     | 7    | 28.0%  | 85.7   | テレワークに関する参加者の理解度                       | 70% | 88.5% | 126.4% | 3    |
| ○   | 新事業展開支援事業          | 36     | 20.5 | 56.9%  | 100    | 新事業展開に向けて事業計画を作成した事業者数                 | 6   | 5     | 83.3%  | 4    |
|   |                    |        |      |        |        |  |     |       |        |      |
|   |                    |        |      |        |        |  |     |       |        |      |

※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

茨木商工会議所

|               |  |   |      |            |       |        |        |     |       |        |                                     |  |  |  |  |  |  |       |  |  |  |  |  |  |  |        |  |  |  |  |  |  |  |       |  |  |  |  |  |  |  |
|---------------|--|---|------|------------|-------|--------|--------|-----|-------|--------|-------------------------------------|--|--|--|--|--|--|-------|--|--|--|--|--|--|--|--------|--|--|--|--|--|--|--|-------|--|--|--|--|--|--|--|
| 事業名           |  | 商店街等の需要喚起の促進事業  |      |            |       |        |        |     |       |        |                                     |  |  |  |  |  |  |       |  |  |  |  |  |  |  |        |  |  |  |  |  |  |  |       |  |  |  |  |  |  |  |
| 想定する実施期間      |  | 2012 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<br>(現状や課題をどのような状態にしたいか)  | 2019年4月には追手門学院大学の新キャンパスが完成した。当市においては、立命館大学と追手門学院大学、梅花女子大学の3大学を含め、現在5大学と産官学連携事業を実施、模索をしている。一方商店街等では、大手製造メーカーの市外転出による工場労働者の利用減少とともに、これまで地域の高齢者を中心とした生活の場となり、商店街の顧客も先細りしつつある。一方、近年は市中心部に子育て層を中心とした新住民が徐々に増えており、2025年頃までは人口増が見込まれている。商店街の活性化には、新住民の中心となる子育ての若い世代の囲い込みが必要で、そのためには学生の若い力と創造力を欠かすことができない。こうした中、市内の商店街等のなかには、地域と一帯となってバイローカルに取組み始めており、当商工会議所は、茨木市及び茨木市商業団体連合会と連携して、自主的に取り組む商店街等の支援を目的とする。   |      |            |       |        |        |     |       |        |                                     |  |  |  |  |  |  |       |  |  |  |  |  |  |  |        |  |  |  |  |  |  |  |       |  |  |  |  |  |  |  |
|               | 支援する対象<br>(業種・事業所数等)   | 茨木市内の商店街（23団体）等に所属する小売・サービス業・・・約600事業所  |      |            |       |        |        |     |       |        |                                     |  |  |  |  |  |  |       |  |  |  |  |  |  |  |        |  |  |  |  |  |  |  |       |  |  |  |  |  |  |  |
|               | 実施時期・具体的な内容及び事業手法  | <p>ICT等を活用したバイローカルの現地視察<br/>                 【開催日】2022年10月18日<br/>                 【場所】粉浜商店街視察<br/>                 【内容】粉浜商店街の副理事長からバイローカルの手法について説明を頂き、参加者から質疑応答をした後、商店街の現地視察をした。<br/>                 【支援対象企業数】10.5者</p> <p>販路開拓型<br/>                 【開催日】2022年11月11日～20日にまちバル（いばらきバル2022）を開催<br/>                 【支援対象企業数】68者 参加者1,270名<br/>                 【内容】<br/>                 参加店を紹介するMAPや冊子も作成し、新しい生活様式に対応した携帯アプリを活用しポイントラリー・フォトコンテストや出店者のNo.1を決定する投票も実施した。<br/>                 追手門学院大学と立命館大学の学生が一定の条件をクリアした店舗のオリジナルムービー等を作成した。<br/>                 地元の茨木高等学校に依頼し、茨木商店街活性化映像の作成。学生が商店街に興味を持ち来店してくれるような動画を作成し、9月17日にお披露目会も実施した</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 colspan="7">府が推進するバイローカルの事業を大阪府と相談しながら訪問先を決定した。</td> </tr> <tr> <td>②広域連携</td> <td colspan="7"></td> </tr> <tr> <td>③市町村連携</td> <td colspan="7">茨木市は、産業振興ビジョンで、商店街の魅力アップと大学の新規立地の機会活用に向けた調査・検討を提唱しており、商工会議所も産官学連携協定を通じて茨木市及び大学と連携している。</td> </tr> <tr> <td>④相談相乗</td> <td colspan="7">この事業を進めていく中で商店街の各個店とも身近になりつつあり、相談が増えてきている。</td> </tr> </table> |      |            |       |        |        |     |       | ①府施策連携 | 府が推進するバイローカルの事業を大阪府と相談しながら訪問先を決定した。 |  |  |  |  |  |  | ②広域連携 |  |  |  |  |  |  |  | ③市町村連携 | 茨木市は、産業振興ビジョンで、商店街の魅力アップと大学の新規立地の機会活用に向けた調査・検討を提唱しており、商工会議所も産官学連携協定を通じて茨木市及び大学と連携している。 |  |  |  |  |  |  | ④相談相乗 | この事業を進めていく中で商店街の各個店とも身近になりつつあり、相談が増えてきている。 |  |  |  |  |  |  |
|               | ①府施策連携   | 府が推進するバイローカルの事業を大阪府と相談しながら訪問先を決定した。   |      |            |       |        |        |     |       |        |                                     |  |  |  |  |  |  |       |  |  |  |  |  |  |  |        |  |  |  |  |  |  |  |       |  |  |  |  |  |  |  |
|               | ②広域連携  |   |      |            |       |        |        |     |       |        |                                     |  |  |  |  |  |  |       |  |  |  |  |  |  |  |        |  |  |  |  |  |  |  |       |  |  |  |  |  |  |  |
| ③市町村連携        | 茨木市は、産業振興ビジョンで、商店街の魅力アップと大学の新規立地の機会活用に向けた調査・検討を提唱しており、商工会議所も産官学連携協定を通じて茨木市及び大学と連携している。 |   |      |            |       |        |        |     |       |        |                                     |  |  |  |  |  |  |       |  |  |  |  |  |  |  |        |  |  |  |  |  |  |  |       |  |  |  |  |  |  |  |
| ④相談相乗         | この事業を進めていく中で商店街の各個店とも身近になりつつあり、相談が増えてきている。   |   |      |            |       |        |        |     |       |        |                                     |  |  |  |  |  |  |       |  |  |  |  |  |  |  |        |  |  |  |  |  |  |  |       |  |  |  |  |  |  |  |
| 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)  | 65.0 | 総支援企業数(実績) | 78.5  | 支援実績率  | 120.8% | 満足率 | 92.3% |        |                                     |  |  |  |  |  |  |       |  |  |  |  |  |  |  |        |  |  |  |  |  |  |  |       |  |  |  |  |  |  |  |
| 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)  | 新型コロナウイルス感染症の影響を受けている事業者が苦境を打開するために、実施した。視察に関しては、参加人数はあまり伸びなかったが、世代交代した若い理事との意見交換と紹介頂いた繁盛店の視察に刺激を受け、バイローカルへの考え方に理解を得ることが出来た。また、バル事業については新規顧客獲得と自社PRにつながったという結果が出た。  |      |            |       |        |        |     |       |        |                                     |  |  |  |  |  |  |       |  |  |  |  |  |  |  |        |  |  |  |  |  |  |  |       |  |  |  |  |  |  |  |
|               | 代表指標   | 自社のPRとなった事業者の割合   |      |            |       |        |        |     |       |        |                                     |  |  |  |  |  |  |       |  |  |  |  |  |  |  |        |  |  |  |  |  |  |  |       |  |  |  |  |  |  |  |
|               | 数値目標   | 70%   | 実績数値 | 94%        | 目標達成度 | 134.3% |        |     |       |        |                                     |  |  |  |  |  |  |       |  |  |  |  |  |  |  |        |  |  |  |  |  |  |  |       |  |  |  |  |  |  |  |
| 事業全体の実績／目標達成度 | 成果の代表事例  | 茨木バルの期間で約700万円の金額が動いた大阪府立茨木高等学校の生徒が作った商店街の紹介DVDの作成  |      |            |       |        |        |     |       |        |                                     |  |  |  |  |  |  |       |  |  |  |  |  |  |  |        |  |  |  |  |  |  |  |       |  |  |  |  |  |  |  |
|               | 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)                               | 今回もコロナの影響で、学生が学校に来ることが少なく、また、商店街の会議の回数も減ってしまいいかなか事業が前に進まなかった。今後も商店街の個店等のPRや売上UPにつながる事業を学生とともにバイローカルやICTを活用した事業を継続していく。  |      |            |       |        |        |     |       |        |                                     |  |  |  |  |  |  |       |  |  |  |  |  |  |  |        |  |  |  |  |  |  |  |       |  |  |  |  |  |  |  |

【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)                          | 50.0                        | 支援企業数(実績) | 68.0  | 支援実績率  | 136.0% | 満足率 | 91.2%  |  |
|           | 目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか） | 自店舗のPRが常に必要と感じるようになった。             |                             |           |       |        |        |     |        |  |
|           |                             | 指標                                 | 自社のPRとなった事業者                |           |       |        |        |     |        |  |
|           | 数値目標                        | 70%                                | 実績数値                        | 94%       | 目標達成度 | 134.3% |        |     |        |  |
| その他目標値の実績 | 目標値（計画）                     | 1,000                              | 目標値（実績）                     | 1,270     | 目標達成度 | 127.0% |        |     |        |  |
|           | いばらきバルの消費者の参加者数             |                                    |                             |           |       |        |        |     |        |  |
| 実績／達成度②   | 計画に対する実績（数値）                | 支援企業数(計画)                          | 15.0                        | 支援企業数(実績) | 10.5  | 支援実績率  | 70.0%  | 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） | 店舗の新規顧客の獲得、売上に対する意識付け、意欲の向上が期待できる。 |                             |           |       |        |        |     |        |  |
|           |                             | 指標                                 | ICT等の活用してバイローカルにつなげたいと思う事業者 |           |       |        |        |     |        |  |
|           | 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 |        |        |     |        |  |
|           |                             |                                    |                             |           |       |        |        |     |        |  |

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

茨木商工会議所

|          |   |   |
|----------|---|---|
| 事業名      |   | 創業支援事業  |
| 想定する実施期間 |   | 2011 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)                             | コロナ禍による景気の下降傾向が続いている。経営者の高齢化とも相まって廃業を検討する事業者も出てきている。一方、新たに事業を始める方や既存事業を譲り受けたいという意見もあり、チャレンジしたいという機運も高まっている。管内の創業者をさらに増加させる為、創業に興味のある方、将来的に地元で創業を考えている方、創業後間もない方等に、創業に関する知識習得や人脈作りの場を提供し、具体的な創業に向けての意識を加速させ、創業者を一人でも多く出していきたい。   |
|          | 支援する対象<br>(業種・事業所数等)                                      | 対象者は、茨木市内を中心とした近隣の市町村（高槻市、摂津市等）在住の茨木市での創業に興味がある、一般の方（会社員、学生、主婦等）、創業後間もない方<br>※当会議所へ受講の為の来所が可能であれば、大阪府下に在住する該当者も対象とする。   |
|          | 実施時期・具体的な内容及び事業手法   | <ul style="list-style-type: none"> <li>・時期：2022年9月2日、9日、16日、22日、30日（主に金曜日）夜18:30～21:00で創業セミナーを実施。</li> <li>・会場：茨木商工会議所</li> <li>・2.5H/1回 × 5回で合計12.5時間</li> <li>・授業の前半は知識習得のための講義とした。</li> <li>・後半は、グループワークで創業という一つのテーマで集まったもの同士の「人脈作り」の場とした。</li> <li>・茨木市の「特定創業支援終了証」の発行希望者8名に、受講実績報告書作成。</li> </ul> 具体的な内容は次の通り。 <ul style="list-style-type: none"> <li>・成功している先輩起業家（経営者）の体験談。</li> <li>・事業計画書の作成及び計画の発表。金融関係担当者及び専門家（中小企業診断士）の個別創業相談会。</li> <li>・大阪府や茨木市が実施する創業に関する事業を受講者に情報提供。受講生や過去の修了者の中から、将来性などが認められる有望な創業者を府の事業に推薦することで、府施策と連携する。</li> </ul> |
|          | <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  | 商-15：起業家の育成、創業の促進：創業塾の受講者等で、将来性などが認められる有望な創業者を大阪起業家グローイングアップ事業のビジネスプランコンテストに推薦。   |
| ②広域連携    |   |   |
| ③市町村連携   | 茨木市広報でセミナー告知、公共施設での広報協力、市の創業支援施策の案内、市の特定創業支援の認定講座。        |   |
| ④相談相乗    | 参加者の「創業」に関する興味を具体化させるため、創業相談などの相談事業への相乗効果を図り、創業のリスクを軽減する。 |   |

|               |  |   |         |            |       |        |       |     |       |
|---------------|--|---|---------|------------|-------|--------|-------|-----|-------|
|               | 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) | 26.0  | 支援実績率  | 86.7% | 満足率 | 96.2% |
| 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)                      | <p>当会議所創業スクールの特徴である、グループワークを多く取り入れることで、参加者同士の横のつながりを作ることが出来ている。積極性も高まり、4日目の受講中に行う個別相談(日本政策金融公庫融資担当者・中小企業診断士が対応)の件数は延べ14件もあった。</p> <p>スクールの全受講者のみならず、終了後に特定創業支援の終了証発行のため不足している授業のみの受講を希望される方や、カルテ化に値する相談の増加にもつながっている。特定創業支援終了証発行を希望する件数は8件となった。</p> <p>アンケート結果での満足度は、96.2%と非常に高い。</p>  |         |            |       |        |       |     |       |
|               | 代表指標   | 受講者の創業見込件数  |         |            |       |        |       |     |       |
|               | 数値目標   | 3件  | 実績数値    | 3件         | 目標達成度 | 100.0% |       |     |       |
|               | 成果の代表事例  | <p>声のコンサルタントで創業希望の方が、スクール中に実演し発注に繋がった。実演したところ、声のトーンとしゃべり方で、相当な印象の違いが生まれることが良く分かった。また「良い」声を出すためのトレーニング方法まで実演された。</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) | <ul style="list-style-type: none"> <li>・創業塾から創業スクールへ改名し、延べ30時間から12.5時間へ短縮、土曜日開催から金曜日の夜間開催へと変更した2回目だったが、物足りないという声は皆無だった。</li> <li>・全受講後のアンケートでは、「次回の創業スクールを人に勧めたいですか」という質問への会頭が全員「勧めたい」だった。</li> <li>・3日目終了後に行った中間アンケートで、交流会(打ち上げ)がしたい、ワークの時間がもっと欲しい、他人と話がしたい、参加者の話を聞いて勉強になる、参加者と情報共有したい、もっとたくさん話したいなど、コミュニケーション機会を増やす意見が多く出たので、2023年度はミニ交流会の開催とグループワーク時間の拡大を行う予定にしている。</li> <li>・申込者で一度も参加されなかった方が6名もいた。申し込みから実施までの間、メール等で情報を流すなど、テンションを下げない工夫をしていかなければならない。</li> </ul> |         |            |       |        |       |     |       |



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

茨木商工会議所

事業名

求人・求職マッチング事業

想定する実施期間

2013 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)

大阪府の完全失業率は**3.6%**と前年同期に比べ、**0.3**ポイント改善している。また令和3年10月公表の大阪府の有効求人倍率は**1.12**と前月と同倍率で維持しているが、中小企業では人材確保に積極的に取り組んでも応募者が思うように集まらず、数字以上に人材確保に苦慮している。中小企業は採用に関するノウハウ等を持っておらず、優秀な人材を確保出来ない事が多いため、「合同就職面接会」を開催し人材確保支援を行なう。  
本年度も昨年度に引き続き「合同就職面接会」以外にも、「就労相談」を開催し、若者や中高年齢者に対して万全のフォローを行うことによって、中小企業にとっても幅広い人材を確保する機会を増やす。新型コロナウイルス感染症の影響で合同就職面接会等の開催が減ってきている中、感染防止対策をしっかり行いながら開催し、中小企業の為に支援をしていく。  
この事業を継続的に開催することにより、なかなか改善の道筋が見えてこない雇用情勢の一役になれるものと思われる。(数値は大阪労働局調べ)

支援する対象  
(業種・事業所数等)

業種を問わず、30社(15社×2回)程の中小企業及び求職者180名(90名×2回)

事業の概要

実施時期・具体的な内容及び事業手法

<1回目>  
■開催日：2022年7月15日(金)  
■時間：14時00分～17時00分  
■場所：茨木市福祉文化会館302号  
■内容：参加企業による合同就職面接会及び若年者・中高年齢者就労相談とシルバー人材センター相談、職場のお悩み相談及び大阪新卒応援ハローワークコーナー等を開催する。  
<2回目>  
■開催日：2022年10月27日(木)  
■時間：13時00分～16時00分  
■場所：茨木市役所南館10階大会議室  
■内容：参加企業による合同就職面接会及び中高年齢者就労相談とシルバー人材センター相談と福祉のお仕事相談コーナーと職場のお悩み相談と大阪新卒応援ハローワークコーナー等を開催する。

<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 | 地域労働ネットワークの関係機関と連携をとり、合同就職面接会の広報・一部運営をしてもらう。                           |
| ②広域連携  |  |
| ③市町村連携 | 会場関係、求職者向けポスター・チラシ作成等は茨木市役所が担当し、当商工会議所は、求人企業募集及び面接会開催PRに重点を置いて、連携を図った。 |
| ④相談相乗  |  |

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) | 28.0 | 支援実績率 | 93.3% | 満足率 | 82.1% |
|------------|------|------------|------|-------|-------|-----|-------|

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)

茨木商工会議所及び茨木市役所・ハローワーク茨木による共催で開催した。当商工会議所が参加企業募集を行い、7月と10月の計2回開催した。2回開催による参加企業数は32社であるが、小規模事業者に当てはまらない企業(大企業)等が4社あるため、支援企業数としては、28社となった。昨年度と比べ、若干参加企業数は減ったが、雇用情勢の一役になれたものと確信をしている。アンケート集計結果から「満足」「やや満足」が23社を占めた結果が出ており、参加頂いた企業は満足しているものと思われる。

|      |                  |      |   |       |        |
|------|------------------|------|---|-------|--------|
| 代表指標 | 参加企業のうち採用に至った企業数 |      |   |       |        |
| 数値目標 | 3                | 実績数値 | 8 | 目標達成度 | 266.7% |

成果の代表事例

㈱Y社では、採用が厳しい建設業の会社であるが、3名を正社員で採用するなど、今後の企業の発展が見込まれる採用となった。

その他目標値の実績

|         |      |         |     |       |       |
|---------|------|---------|-----|-------|-------|
| 目標値(計画) | 180名 | 目標値(実績) | 88名 | 目標達成度 | 48.8% |
|---------|------|---------|-----|-------|-------|

求職者の来場者数

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)

例年、支援企業計画数より実績数が多く、目標である「採用に至った企業数」もクリアしていたが、今回は残念ながら支援企業数は上回る事が出来なかった。もう一つの目標数値である「参加企業のうち採用に至った企業数」は8社になり、目標企業数の3社を大きく上回る事ができ、この事業については、成功したものと思われる。  
来場者数がここ数年伸び悩んでいるので、2023年度に関しては、来場者数を増やすことを念頭において、取り組んでいきたい。

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

茨木商工会議所

|               |  |  |   |            |       |       |       |     |        |  |
|---------------|--|--|---|------------|-------|-------|-------|-----|--------|--|
| 事業名           |  | バイオ産業推進事業  |   |            |       |       |       |     |        |  |
| 想定する実施期間      |  | 2015 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)                            | バイオ・ライフサイエンス関連企業は、特殊な業種のため一般企業や府民への認知度が低い傾向がある。バイオ・ライフサイエンス関連企業等が情報発信することにより、関連企業間やその他の中小企業、府民への認知度が向上し、連携やビジネスマッチングの促進につながる。  |   |            |       |       |       |     |        |  |
|               | 支援する対象<br>(業種・事業所数等)                                     | 彩都ライフサイエンスパーク等のライフサイエンス拠点に立地する府内のバイオベンチャーや中小企業   |   |            |       |       |       |     |        |  |
|               | 実施時期・具体的な内容及び事業手法  | <p><b>【3月16日 彩都バイオサイエンスセミナー開催】</b><br/>                     テーマ：次世代のバイオロジカルクリーンルームを考える～微生物迅速測定法の活用～<br/>                     アース環境サービス株式会社彩都総合研究所 講演・見学・交流会<br/>                     講師：大阪大学大学院工学研究科<br/>                     テクノアリーナ最先端研究拠点「紀ノ岡細胞製造コトづくり拠点」水谷 学 氏<br/>                     参加者：19名 (16社)<br/>                     出展展示企業：5社</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   | 実行委員会にライフサイエンス産業課の担当者が参加され、事業の詳細の決定や進め方、当日の進行まで含めて連携をとった。 |            |       |       |       |     |        |  |
|               |  | ②広域連携  | セミナーの集客・運営の部分で連携を行った。摂津市商工会は実行委員会メンバーで、実行委員会に積極的に参加いただいた。 |            |       |       |       |     |        |  |
| ④相談相乗         |  | 本事業に関わった事業者と理解が深まり、気軽に相談をされるようになった。  |   |            |       |       |       |     |        |  |
| 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)   | 36.0  | 総支援企業数(実績) | 22.5  | 支援実績率 | 62.5% | 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)                          | 本事業は、府や市の行政の担当者も参加する実行委員会にて事業内容を企画して進めた。昨年度まで実施していた共同出展事業は新型コロナの影響も考慮し実施しなかったが、本産業の関連事業所の裾野を広げるセミナーでは、24名の申込を獲得したが、直前のキャンセルにより19名の参加者となった。アース環境サービス株式会社の研究や開発、研修拠点として2016年1月から運営を開始した彩都総合研究所 (T-CUBE) の施設見学は大変好評で、衛生管理における具体的な運用方法において参考になったとの意見が多く、参加者満足度は高いものであった。参加者のアンケート結果からもライフサイエンス分野参入への意識変化が見られ、一定の成果があったように考える。  |   |            |       |       |       |     |        |  |
|               |  | 代表指標   | 事業実施後、自社の認知度向上を果たしたと回答した企業数                               |            |       |       |       |     |        |  |
|               |  | 数値目標   | 6   | 実績数値       | 5     | 目標達成度 | 83.3% |     |        |  |
|               | 成果の代表事例  | セミナーの参加企業から次のようなコメントをいただいた。「クリーンルームの維持管理について継続的に管理することの必要性や伴う経費負担など参考になった」「製造環境管理における重要なヒントについての学びを得た。分析装置なども大変参考になった。」(原文のまま) など、施設の運用方法など具体的な事例を踏まえた解説を踏まえた講演・施設見学により、参加企業にとってより実践的な参考になったことが伺える。  |   |            |       |       |       |     |        |  |
| 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) | セミナー参加者のアンケートから、事業者のライフサイエンス分野への参入の関心は高く潜在的なニーズは高いと感じた。一方で、バイオ・ライフサイエンス関連企業は特殊な業種のため一般企業への認知度が低い傾向がある。   |   |            |       |       |       |     |        |  |

【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)  | 30.0                                | 支援企業数(実績) | 17.5  | 支援実績率 | 58.3%  | 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） | バイオ・ライフサイエンス産業に参入しようとしている企業の関心が高まることにより、新たな連携に向けての動きが生まれる。 |                                     |           |       |       |        |     |        |
|           |                             | 指標   | 今後の連携に対する意識やライフサイエンス産業への興味が深まった事業者数 |           |       |       |        |     |        |
|           |                             | 数値目標   | 10                                  | 実績数値      | 16    | 目標達成度 | 160.0% |     |        |
| 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)  | 6.0                                 | 支援企業数(実績) | 5.0   | 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） | イベント参加企業が自社のPRをでき、新たな連携の動きを感じ取れたり、認知度向上の目的をえたこと。           |                                     |           |       |       |        |     |        |
|           |                             | 指標   | 事業実施後、自社の認知度向上を果たしたと回答した企業数         |           |       |       |        |     |        |
|           |                             | 数値目標   | 6                                   | 実績数値      | 5     | 目標達成度 | 83.3%  |     |        |
| 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

茨木商工会議所

| 事業名           |   | 茨木・箕面オムニチャネル3.0事業  |            |       |        |        |     |       |       |         |      |        |       |         |     |        |        |         |     |       |            |       |     |        |
|---------------|---|--|------------|-------|--------|--------|-----|-------|-------|---------|------|--------|-------|---------|-----|--------|--------|---------|-----|-------|------------|-------|-----|--------|
| 想定する実施期間      |   | 2014 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)                               | 茨木市及び箕面市では、多種多様なイベントを実施しており、商業施設がある。このような販売促進に該当する機会及び場所を発掘し一元管理する。そして会議所が拠点となり1年を通じて計画的に事業を進めていくことで、お客さまに「初めて出会う商品をワクワク（共感）して買う」環境を整えていき、販促に関するセミナーや意見交換（反省会等）をタイムリーに盛り込み、個店のポテンシャルアップを目的とする。   |            |       |        |        |     |       |       |         |      |        |       |         |     |        |        |         |     |       |            |       |     |        |
|               | 支援する対象<br>(業種・事業所数等)  | 茨木市内の小売店舗、製造小売り事業者及びサービス事業者 約400事業所 + 箕面市内の小売店舗、製造小売り事業者及びサービス事業者 約100事業所  |            |       |        |        |     |       |       |         |      |        |       |         |     |        |        |         |     |       |            |       |     |        |
|               | 実施時期・具体的な内容及び事業手法   | <p>本年度は4回の販売促進イベントを開催し、延べ35件の出展があった。イベントごとに波はあるが<b>147.6万円</b>（対前年度比<b>182.4%</b>）の売上げに繋がっている。</p> <p>コロナ禍が落ち着いてきたこともあるが、出展者からリーダー的存在となる人材を発掘し情報収集を継続。その効果が少し表れてきていると実感している。出展者同士の横の繋がりにより、出展に関する情報交換が生まれており、各店舗で活かされている。アンケート回答の中には、主催者側に対する提案もあり、今後の出展方法を検討できる意見も多く聞かれた。</p> <table border="1"> <tr> <td>4月16日</td> <td>春のガンバル市</td> <td>24店舗</td> <td>78.8万円</td> </tr> <tr> <td>8月27日</td> <td>北千里夏まつり</td> <td>5店舗</td> <td>14.3万円</td> </tr> <tr> <td>10月22日</td> <td>北千里秋まつり</td> <td>1店舗</td> <td>1.3万円</td> </tr> <tr> <td>11月19日・20日</td> <td>茨木農業祭</td> <td>5店舗</td> <td>53.2万円</td> </tr> </table> <p>以上4事業、延べ5日間の出展機会を設けることが出来た。</p> <p>なお、主要な出展者メンバーとの情報交換は、およそ月に1回のペースで行っており、反省と今後の展開を確認している。</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> |            |       |        |        |     |       | 4月16日 | 春のガンバル市 | 24店舗 | 78.8万円 | 8月27日 | 北千里夏まつり | 5店舗 | 14.3万円 | 10月22日 | 北千里秋まつり | 1店舗 | 1.3万円 | 11月19日・20日 | 茨木農業祭 | 5店舗 | 53.2万円 |
|               |   | 4月16日  | 春のガンバル市    | 24店舗  | 78.8万円 |        |     |       |       |         |      |        |       |         |     |        |        |         |     |       |            |       |     |        |
|               |   | 8月27日  | 北千里夏まつり    | 5店舗   | 14.3万円 |        |     |       |       |         |      |        |       |         |     |        |        |         |     |       |            |       |     |        |
| 10月22日        | 北千里秋まつり   | 1店舗  | 1.3万円      |       |        |        |     |       |       |         |      |        |       |         |     |        |        |         |     |       |            |       |     |        |
| 11月19日・20日    | 茨木農業祭   | 5店舗  | 53.2万円     |       |        |        |     |       |       |         |      |        |       |         |     |        |        |         |     |       |            |       |     |        |
| ①府施策連携        |   |  |            |       |        |        |     |       |       |         |      |        |       |         |     |        |        |         |     |       |            |       |     |        |
| ②広域連携         | 箕面商工会議所と連携し、近隣市も含め出展機会を設けることが出来、実績も増えた。                     |  |            |       |        |        |     |       |       |         |      |        |       |         |     |        |        |         |     |       |            |       |     |        |
| ③市町村連携        | 出展場所の確保に、茨木市との連携は欠かせない。商工労政課、市民会館跡地活用推進課、農林課などと連絡を取りながら進めた。 |  |            |       |        |        |     |       |       |         |      |        |       |         |     |        |        |         |     |       |            |       |     |        |
| ④相談相乗         | カルテ化出来ない軽微な相談は常に受けおり、出展時のお客様が空いた時間を有効活用し、相談に対応している。         |  |            |       |        |        |     |       |       |         |      |        |       |         |     |        |        |         |     |       |            |       |     |        |
| 計画に対する実績（数値）  | 総支援企業数(計画)  | 32.0   | 総支援企業数(実績) | 35.0  | 支援実績率  | 109.4% | 満足率 | 88.6% |       |         |      |        |       |         |     |        |        |         |     |       |            |       |     |        |
| 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)                             | <p>支援企業数の内訳は、茨木31件、箕面は4件だった。</p> <p>当会議所が事務局となっている、若手経営者育成会、茨木市物産振興協会からも多数参加しており、出展者どうして販売促進に関する意見交換が生まれている。今年は、出展毎にお客様が滞留するスペースや滞在時間を増やす工夫を行うことで、1店舗当たりの売上高も対前年135.4%となった。</p> <p>売上げに関するすべての数値が対前年より上昇したのは、コロナ禍の就職や天候に恵まれたこともあるが、次の2つの要因が大きく影響している。</p> <p>1、新たな出展場所の発掘やリーダー的存在の出展者の意見を汲んで準備を進めることが出来た。</p> <p>2、POP1枚の作り方、1つの商品の陳列方法など、細かい改善を行っていく各出展者の努力。と、考える。</p> <p>このように、出展者が自ら考え自ら行動していく形が、徐々にではあるが変化している。</p> <p>また、出展者同士の横のつながりも積極的に撮っていただくことで、自らが出展機会を設ける動きも出てきている。</p>  |            |       |        |        |     |       |       |         |      |        |       |         |     |        |        |         |     |       |            |       |     |        |
|               | 代表指標  | 各事業所の出展目的(売上・知名度・新規顧客獲得・販売スキル向上など)の達成率   |            |       |        |        |     |       |       |         |      |        |       |         |     |        |        |         |     |       |            |       |     |        |
|               | 数値目標  | 70%  | 実績数値       | 71.5% | 目標達成度  | 102.1% |     |       |       |         |      |        |       |         |     |        |        |         |     |       |            |       |     |        |
|               | 成果の代表事例   | 大阪府からの依頼を受け、千里北センタ株式会社様との繋がりを持つことが出来た。北千里地域の購買意欲の高さを感じている。令和5年度も同社企画の出展事業に積極的に参加をしていく。   |            |       |        |        |     |       |       |         |      |        |       |         |     |        |        |         |     |       |            |       |     |        |
| 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(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>課題については、ウィズコロナへの取り組みについての課題が残る。売り上げを上げるためには集客が必要だが密になるリスクがある。</p> <p>今後の取組については、本事業の実績が上昇すればするほど出展ブースとの間隔をあけるなどの対策を取っていかねばならない。そのためにはイベントごとのブース数を減らすことになるため、出展者の理解が得られるように指導していきたい。</p>   |            |       |        |        |     |       |       |         |      |        |       |         |     |        |        |         |     |       |            |       |     |        |



茨木商工会議所

|               |  |  |            |       |        |       |     |       |  |        |                                      |  |  |  |  |  |  |       |   |      |       |       |        |  |  |        |  |  |  |  |  |  |  |       |  |  |  |  |  |  |  |
|---------------|--|--|------------|-------|--------|-------|-----|-------|--|--------|--------------------------------------|--|--|--|--|--|--|-------|---|------|-------|-------|--------|--|--|--------|--|--|--|--|--|--|--|-------|--|--|--|--|--|--|--|
| 事業名           |  | テレワーク導入・定着支援セミナー   |            |       |        |       |     |       |  |        |                                      |  |  |  |  |  |  |       |   |      |       |       |        |  |  |        |  |  |  |  |  |  |  |       |  |  |  |  |  |  |  |
| 想定する実施期間      |  | 2022 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)  | 新型コロナウイルス感染症が発生してから2年近くが経とうとし、収束の兆しが少し見えてきましたが、まだ以前のような日常が戻る気配がありません。この新型コロナウイルス感染症により仕事のやり方として「テレワーク」がクローズアップされた。「テレワーク」は、生産性の向上にも寄与する重要な働き方改革の取組の一つでもある。しかしテレワークの導入状況を見ると大企業と中小企業には大きな差が出ており、大企業では <b>69.2%</b> の割合で制度として導入しているが、中小企業は <b>45.4%</b> しか導入されておらず、中小企業にとってはテレワークの導入にはまだ高い壁があるように見える(数値は、労政時報調査より)。本セミナーでは、テレワークの導入・定着に取り組もうとする中小零細企業向けに、テレワークの導入の効果や企業の導入事例、労務管理上の留意点などの講義を行うことにより、テレワークの導入を促進し、中小零細企業の安定性・健全性を促し、地域経済の発展に寄与する。   |            |       |        |       |     |       |  |        |                                      |  |  |  |  |  |  |       |   |      |       |       |        |  |  |        |  |  |  |  |  |  |  |       |  |  |  |  |  |  |  |
|               | 支援する対象<br>(業種・事業所数等)   | 茨木市内、摂津市内を中心とした、小規模事業者の事業主並びに総務・労務担当者  |            |       |        |       |     |       |  |        |                                      |  |  |  |  |  |  |       |   |      |       |       |        |  |  |        |  |  |  |  |  |  |  |       |  |  |  |  |  |  |  |
|               | 実施時期・具体的な内容及び事業手法  | <p>■開催日：2022年11月29日(火)</p> <p>■時間：14時30分～17時00分</p> <p>■会場：茨木商工会議所 会議室</p> <p>■参加企業：7社7名</p> <p>■テーマ：「テレワーク導入・定着支援セミナー」</p> <p>講師：オフィスT&amp;D Faith経営労務事務所<br/>特定社会保険労務士 総務省テレワークマネージャー 高田 崇一氏</p> <p>■内容：テレワークの導入の効果や企業の導入事例の紹介、労務管理上の留意点を学んで頂き、大阪府の施策案内を行う。</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 colspan="7">大阪府労働環境課相談グループと密に連携を取り合い、広報・運営を行なった。</td> </tr> <tr> <td>②広域連携</td> <td colspan="7">当会議所と広域連携である摂津市商工会の担当者同士で連絡を頻繁に取り合い、講座を開催した。また講座終了後、参加者アンケートを参考にしながら、改善点を洗い出した。</td> </tr> <tr> <td>③市町村連携</td> <td colspan="7"></td> </tr> <tr> <td>④相談相乗</td> <td colspan="7"></td> </tr> </table> |            |       |        |       |     |       |  | ①府施策連携 | 大阪府労働環境課相談グループと密に連携を取り合い、広報・運営を行なった。 |  |  |  |  |  |  | ②広域連携 | 当会議所と広域連携である摂津市商工会の担当者同士で連絡を頻繁に取り合い、講座を開催した。また講座終了後、参加者アンケートを参考にしながら、改善点を洗い出した。 |      |       |       |        |  |  | ③市町村連携 |  |  |  |  |  |  |  | ④相談相乗 |  |  |  |  |  |  |  |
|               | ①府施策連携   | 大阪府労働環境課相談グループと密に連携を取り合い、広報・運営を行なった。   |            |       |        |       |     |       |  |        |                                      |  |  |  |  |  |  |       |   |      |       |       |        |  |  |        |  |  |  |  |  |  |  |       |  |  |  |  |  |  |  |
|               | ②広域連携  | 当会議所と広域連携である摂津市商工会の担当者同士で連絡を頻繁に取り合い、講座を開催した。また講座終了後、参加者アンケートを参考にしながら、改善点を洗い出した。  |            |       |        |       |     |       |  |        |                                      |  |  |  |  |  |  |       |   |      |       |       |        |  |  |        |  |  |  |  |  |  |  |       |  |  |  |  |  |  |  |
| 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)   | 25.0   | 総支援企業数(実績) | 7.0   | 支援実績率  | 28.0% | 満足率 | 85.7% |  |        |                                      |  |  |  |  |  |  |       |   |      |       |       |        |  |  |        |  |  |  |  |  |  |  |       |  |  |  |  |  |  |  |
| 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)  | <p>新型コロナウイルス感染症の影響で、「テレワーク」という仕事の選択肢が浸透してきたが、導入状況を見ると、大企業と中小企業には大きな差が出ており、中小企業にとっては、「テレワーク」の導入に関しては、まだまだ壁を感じる状況になっているので、テレワークの導入・定着に取り組もうとする中小企業向けに、セミナーを開催した。</p> <p>このセミナーでは、テレワークの導入の効果や企業の導入事例、またテレワークを導入することによる、労務管理上の留意点などの講義を行った。</p> <p>実際、参加者からは「オンライン型のホワイトボードを初めて知ることができた。そういった最新事例などを紹介して頂き、刺激を受けた」「テレワークに関する詳細がよく分かりました」等の意見をいただき、参加者のレベルアップに大きく寄与できたものと思われる。</p> <p>アンケート集計結果からも、参加者が「満足」「やや満足」をチェックし、「やや不満」が1人だったことから、このセミナーを開催して間違いなかったと思われる。</p> <table border="1"> <tr> <td>代表指標</td> <td colspan="7">テレワークに関する参加者の理解度</td> </tr> <tr> <td>数値目標</td> <td>70%</td> <td>実績数値</td> <td>88.5%</td> <td>目標達成度</td> <td colspan="3">126.4%</td> </tr> </table>         |            |       |        |       |     |       |  | 代表指標   | テレワークに関する参加者の理解度                     |  |  |  |  |  |  | 数値目標  | 70%   | 実績数値 | 88.5% | 目標達成度 | 126.4% |  |  |        |  |  |  |  |  |  |  |       |  |  |  |  |  |  |  |
| 代表指標          | テレワークに関する参加者の理解度   |  |            |       |        |       |     |       |  |        |                                      |  |  |  |  |  |  |       |   |      |       |       |        |  |  |        |  |  |  |  |  |  |  |       |  |  |  |  |  |  |  |
| 数値目標          | 70%  | 実績数値   | 88.5%      | 目標達成度 | 126.4% |       |     |       |  |        |                                      |  |  |  |  |  |  |       |   |      |       |       |        |  |  |        |  |  |  |  |  |  |  |       |  |  |  |  |  |  |  |
| 成果の代表事例       | 参加された方から「建設業なので、頭から『無理』と、自分も上司も感じていましたが、営業と事務員は働き方で大幅に改善出来ることと、現場の方もいくつか改善できそうです」という意見を頂いたため、このセミナーを開催した意義があったと思われる。 |  |            |       |        |       |     |       |  |        |                                      |  |  |  |  |  |  |       |   |      |       |       |        |  |  |        |  |  |  |  |  |  |  |       |  |  |  |  |  |  |  |
| 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)   | 参加者アンケートからみると、講義の満足度調査の数値は高く、参加された皆様も大変納得されておられる。また、指標である「テレワークに関する参加者の理解度」も数値目標より高い数値を得ることができ、主催者側としても大変満足できるものであったが、支援企業数が目標を下回ったのが残念であった。講師をして頂いた先生から、「思っている以上に中小企業もテレワーク導入は進んでいるので、『導入・定着』より、さらに進んだテーマでセミナーを開催した方が参加者が増えたかもしれない」とアドバイスを頂いたため、もう少し踏み込んだ内容でセミナーを開催出来なかったのが反省点である。  |            |       |        |       |     |       |  |        |                                      |  |  |  |  |  |  |       |   |      |       |       |        |  |  |        |  |  |  |  |  |  |  |       |  |  |  |  |  |  |  |



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

茨木商工会議所

|               |  |   |  |            |      |         |       |     |        |
|---------------|--|---|--|------------|------|---------|-------|-----|--------|
| 事業名           |  | 新事業展開支援事業   |  |            |      |         |       |     |        |
| 想定する実施期間      |  | 2022 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)                            | 新型コロナウイルス感染症の影響が長期化し、顧客の生活様式等の変化により既存事業の継続が困難な局面に置かれている企業が存在する。ポストコロナ時代の経済社会の変化に対応するため、事業再構築や新たな販路開拓等を目指す企業の新事業展開のための事業計画策定等を支援し、経営の改善を図っていく。   |  |            |      |         |       |     |        |
|               | 支援する対象<br>(業種・事業所数等)                                     | 業種は限定せずに新型コロナウイルス感染症の影響により、経営の回復に行き詰っている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  | <p>■ポストコロナに向けた事業計画を作成するためのセミナーを開催した。</p> <p>【開催日】2022年6月15日</p> <p>【場 所】茨木商工会議所</p> <p>【内 容】</p> <p>①作家になったつもりで計画書を書きましょう</p> <p>②経営計画書、何をどう書くの？</p> <p>③高いですか？新事業の成功確率</p> <p>【講 師】合同会社 照参会 堀内隆博氏（中小企業診断士）</p> <p>【参加者】17名</p> <p>■上記セミナー等を受講、あるいは経営相談を通じて新事業展開を希望された事業所に対し事業計画作成等のハンズオン支援を実施した。</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  | 府施策連携商10番：セミナー当日、大阪府の施策「新事業支援-Vチャレンジ-」のチラシを配布し説明した。参加者の中から府の施策の申込実績があった。 |            |      |         |       |     |        |
|               |  | ②広域連携   | 当会議所と広域連携先の高槻商工会議所の担当者との連絡を取り合い、支援企業の掘り起こしや集客を共同実施した。両地域から多様な業種の企業が参加した。 |            |      |         |       |     |        |
| ③市町村連携        |  |   |  |            |      |         |       |     |        |
| ④相談相乗         | ハンズオン支援に至らない事業者を経営相談事業で対応した。                             |   |  |            |      |         |       |     |        |
| 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)  | 36.0   | 総支援企業数(実績) | 20.5 | 支援実績率   | 56.9% | 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)                          | 新型コロナウイルス感染症の影響を受けている事業者が苦境を打開するために、新たな事業展開をしていただくために実施した。セミナーの参加企業数は目標を下回ったが、事業者の意識の高揚につながった。本事業を実施することにより、事業再構築補助金や小規模事業者持続化補助金などを活用して、新たな事業にチャレンジするための相談が見受けられた。思い切って新たな事業を始める意欲ある事業者に事業再構築補助金の補助金申請を提案した。補助金の申請をした事業者の中には採択された事業者も見受けられ、資金面での課題がクリアされ、新たな事業を遂行するにあたっての弾みがついた。                     |  |            |      |         |       |     |        |
|               |  | 代表指標  | 新事業展開に向けて事業計画を作成した事業者数   |            |      |         |       |     |        |
|               |  | 数値目標  | 6  | 実績数値       | 5    | 目標達成度   | 83.3% |     |        |
|               | 成果の代表事例  |   |  |            |      |         |       |     |        |
|               | 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) | セミナー参加者の満足度は高かったが、ハンズオン支援への誘導が目標を大きく下回った。一方で、セミナー開催後に新事業展開の経営相談が多くあり、結果的に時期的なミスマッチとなった。セミナー開催後の新事業展開に向けてハンズオンを希望される企業へは手厚く事業計画作成支援を行った結果、満足度は高かった。ハンズオン支援終了後は、作成した事業計画をもとに事業再構築補助金の申請に役立てられ、補助金の採択を受けられた。今後、新事業を軌道に乗せる過程において経営課題が出てきた際は、経営相談事業で対応することが必要である。  |  |            |      |         |       |     |        |
|               |  |   |  |            |      |         |       |     |        |

【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)  | 30.0                    | 支援企業数(実績) | 15.5 | 支援実績率 | 51.7% | 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） | 大阪府の「新事業支援-Vチャレンジ-」の伴走支援を希望する意欲の高揚につながった。                                      |                         |           |      |       |       |     |        |
|           |                             | 指標   | 事業再構築等のハンズオン支援を希望した事業者数 |           |      |       |       |     |        |
|           |                             | 数値目標   | 8                       | 実績数値      | 5    | 目標達成度 | 62.5% |     |        |
| 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)  | 6.0                     | 支援企業数(実績) | 5.0  | 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） | 新たな事業を開始するためのハンズオン支援を実施し、事業計画が完成した。完成した事業計画で事業再構築補助金の申請することを提案した結果、5社ともに申請された。 |                         |           |      |       |       |     |        |
|           |                             | 指標   | 新事業展開に向けて事業計画を作成した事業者数  |           |      |       |       |     |        |
|           |                             | 数値目標   | 6                       | 実績数値      | 5    | 目標達成度 | 83.3% |     |        |
| その他目標値の実績 | 目標値（計画）                     |  |                         | 目標値（実績）   |      | 目標達成度 |       |     |        |
|           |                             |  |                         |           |      |       |       |     |        |