

# 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	大阪狭山市商工会	
	代表者職・氏名	会長 中嶋 芳彦	
	所在地	〒589-0021 大阪府大阪狭山市今熊1丁目540番地の3	
	担当者	職・氏名	振興課長兼総務課長 梅川 幸嗣
		連絡先	TEL（直通）： 072-365-3194
Fax： 072-366-8584			
E-mail： <a href="mailto:oscsocai@silver.ocn.ne.jp">oscsocai@silver.ocn.ne.jp</a>			
①設立年月日	昭和43年10月28日		
②職員数 （うち経営指導員数）	5名（経営指導員5名）（令和5年4月1日現在）		
③所管地域	大阪狭山市の区域		
④管内事業所数	1, 835（平成28年度経済センサス）		
⑤管内小規模事業者数	1, 251（平成28年度経済センサス）		
⑥会員数（組織率）	1, 136（61.9%）（令和5年4月1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"><li>1. 商工業に関し、相談に応じ、又は指導を行うこと。</li><li>2. 商工業に関する情報又は資料を収集し、及び提供すること。</li><li>3. 商工業に関する調査研究を行うこと。</li><li>4. 商工業に関する講習会又は講演会を開催すること。</li><li>5. 展示会、共進会等を開催し、又はこれらの開催のあつせんを行うこと。</li><li>6. 商工業に関する施設を設置し、維持し、又は運用すること。</li><li>7. 商工業に関する意見を公表し、これを国会、行政庁等に具申し、又は建議すること。</li><li>8. 行政庁等の諮問に応じて、答申すること。</li><li>9. 社会一般の福祉の増進に資する事業を行うこと。</li><li>10. 商工業者の委託を受けて、当該商工業者が行うべき事務(その従業員のための事務を含む)を処理すること。</li><li>11. 大阪府商工会連合会の委託を受けて商工貯蓄共済事業の業務を行うこと。</li><li>12. 商工業者の福利厚生に資する事業を行うこと。</li><li>13. 行政庁から委託を受けた事務を行うこと。</li><li>14. 外国人技能実習生の受入に関する事業を行うこと。</li><li>15. 職業紹介事業を行うこと。</li><li>16. 前各号に掲げるもののほか、本商工会の目的を達成するために必要な業務を行うこと。</li></ol>			

<p><b>(1) 事業の目標</b></p> <p>小規模事業者が抱える経営課題（金融・税務・労務・法律・IT等）の相談に対し、関係支援機関、各種専門家等と連携しながらきめ細かく支援することで、小規模事業者の経営の持続化・安定化に寄与したい。専門相談支援事業においては、事業所ニーズやインボイス制度開始等の法令改正等に迅速に対応しながら柔軟に取り組んで参りたい。</p> <p>また、大阪狭山市が商業性の高い産業構造であることから、本会としては「個店売上拡大支援事業」等の事業に積極的に取り組むとともに、広域連携事業を積極的に推進し、参画事業所の販路拡大、魅力向上、ひいては地域商業の活性化に貢献して参りたい。</p>
<p><b>(2) 事業を実施した具体的な内容、方法及び工夫した点</b></p> <p>事業者が抱えるさまざまな経営課題について、各関係支援機関や専門家と連携しながら実施した。</p> <p>特に、本年度・上半期は昨年度に引き続き新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、資金繰りや各種給付金等の相談が増加した状況が継続していたため、中小企業診断士等の専門家と綿密に連携しながら、効率的な相談窓口対応を実施できたものと考えている。</p> <p>また、各種補助制度等が例年にないスピード感をもって実施されていく中、管内事業所に対し、商工会HP上で情報をとりまとめて発信する、DMを送信する等、経営情報の発信を強化し、各種施策の普及や利用の促進に取り組んだ。</p> <p>一方、地域活性化事業に関しては、感染症拡大の状況が落ち着きを見せ始めた下半期に、制約がある状況下ではあったものの実施することができ、本格的な事業再開に向けた初年度となった。</p>
<p><b>(3) 事業を実施した効果、所管地域の活性化の状況</b></p> <p>小規模事業者が直面した諸問題の最も身近なワンストップ相談窓口として、きめの細かい支援業務やわかりやすい情報の提供に努め、経営の持続化、安定化に貢献した。また、小規模事業所における『資金繰り』に関する金融面や給付金等の相談・支援に商工会が果たした役割は大きいものであったと認識している。</p> <p>令和4年度・上半期は昨年度から引き続きコロナ禍の緊急措置的な支援、給付金や補助金申請支援を実施。下半期は、コロナ禍の収束が見え始め、各種地域振興事業を実施するとともに、アフターコロナでの販路拡大支援やインボイス制度の導入等、経営環境の変化に小規模事業者が円滑かつ適切に対応してゆけるよう、伴走的な支援を実施した。</p>
<p><b>(4) 事業を実施した結果浮かび上がった課題</b></p> <p>矢継ぎ早に実施される支援情報は小規模事業者にとってその情報の入手、対応は容易なものではないため、昨年度に引き続き情報の発信と、支援に努めた。</p> <p>原材料やエネルギー価格の高騰等、自助努力では解決しない問題がより一層、経営環境を厳しい方向へ追いやっている。加えて、インボイス制度の開始、働き方改革等、経営を取り巻く環境変化に対しても事業所として対応を迫られており、経営資源の乏しい小規模事業者にとっては商工会での支援を必要とする状況下にあると認識している。</p> <p>また、地域活性化事業においては、制約のある状況下においても各種事業に取り組み、「新しい生活様式」に適応した事業の実施方法を模索しながら実施してきたところである。コロナ禍が事業自体を考え直す、見直す契機となった側面も結果的には認められ、今後も、引き続き事業の目的・方法・費用・効果・安全性等を総合的に考慮しながら、事業自体をブラッシュアップすることでより効果的な事業展開を図って参りたい。</p>
<p><b>(5) 次年度の取り組み</b></p> <p>次年度以降も、小規模事業者の抱えるさまざまな経営課題に各関係支援機関、専門家団体と連携しながらきめ細かく支援していき、経営の安定化、活性化に取り組んでいく。特に、専門家等による高度な経営支援は、経営指導員による日常のきめ細やかな支援との組み合わせにより、より大きな効果を挙げるのが期待できると捉え、本支援スタイルをより一層強化し、複雑化・高度化する課題に対応して参りたい。</p> <p>また、商工会は大阪狭山市唯一の産業振興推進団体としての役割を十二分に認識し、“商工会ならではの”の事業により磨きをかけ、地域の賑わいづくり、地域商工業の振興、ひいては地域経済の活性化に貢献していくものである。</p> <p>令和5年度も多くの小規模事業者を取り巻く経営環境が大変厳しい時期を迎えており、「経営力」そのものが今後問われてくるアフターコロナ時代を見据えて、商工会が果たすべき支援の役割の大きさを認識している。</p>

**I 経営相談支援事業**

支援のポイント・成果

令和4年度は、上半期はコロナ禍以降、増加していた窓口相談が引き続いてきた状況であったが、収束が見え始めた下半期以降は落ち着きをみせはじめた。しかし、原材料・エネルギー価格が高騰する等、経営を取り巻く環境が急激に変化する状況下であったため、引き続き、きめ細やかな支援サービスを心掛け、各種専門家と綿密に連携しながら経営支援を実施したものである。特に、4年度においては市行政が打ち出した地域ポイント制度の開始に伴い、小規模商店におけるキャッシュレス決済の導入支援を推進するとともに、導入を契機に販売計画を見直してもらう契機とした。また、インボイス制度に関する問合せも下半期より増加傾向であり、次年度においては具体的な制度開始に伴う支援が必要になってくるものと想定している。

日頃からの支援で経営実態を把握している事業所に対しては、スムーズな課題解決が図られ、施策の利用促進が効果的に実施できたことから、日々の支援や巡回相談の重要性を再認識するとともに、今後の課題としては、未だ商工会を活用されておられない管内小規模事業者へ対するアプローチを挙げるができる。

また、さまざまな施策が年間を通じ、新たに創生、または改正されていく状況の中で、小規模事業者が経営情報不足に陥らないよう商工会HP、各種DM等を活用し、情報発信の強化に意識的に取り組んだ。

【代表的な支援】

創業60年以上、長年にわたり珈琲自家焙煎所として営業し、地域においても挽きたての珈琲豆を購入できるお店として認知度の高いお店。家族経営であり、消費環境やコロナ禍の影響により飲食店への卸売、一般消費者への小売共売上は減少傾向であった。そこで、B型就労支援事業所としてカフェと作業所を店舗内に新設することで、社会的課題解決と事業所としての収益向上を図っていきたくと相談があり、専門士を交え対応支援。商工会は事業計画、販売計画の書き出し、整理、構築を支援するとともに、専門士がより実行性の高い計画へのブラッシュアップを支援。相乗効果が図れるよう販路維持拡大を支援した。

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	255	264	103.5%	5
支援機関等へのつなぎ	支援数	14	2	14.3%	5
金融支援（紹介型）	支援数	20	22	110.0%	5
金融支援（経営指導型）	支援数	20	5	25.0%	5
マル経融資等の返済条件緩和支援	事業所	1	0	0.0%	-
資金繰り計画作成支援	事業所	1	14	1400.0%	-
記帳支援	事業所	1	1	100.0%	5
労務支援	支援数	40	44	110.0%	5
人材育成計画作成支援	事業所	1	0	0.0%	-
マーケティング力向上支援	事業所	1	0	0.0%	-
販路開拓支援	支援数	40	114	285.0%	5
事業計画作成支援	支援数	25	9	36.0%	5
創業支援	事業所	2	5	250.0%	5
事業継続計画（BCP）作成支援	事業所	15	0	0.0%	-
コスト削減計画作成支援	事業所	1	0	0.0%	-
財務分析支援	事業所	1	0	0.0%	-
5S支援	事業所	1	0	0.0%	-
IT化支援	事業所	3	1	33.3%	5
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%	5
災害時対応支援	事業所	0	0	-	-
フォローアップ支援	事業所	60	1	1.7%	5
結果報告	事業所	255	264	103.5%	5

**II 専門相談支援事業**

支援のポイント・成果

小規模事業所が抱える税務面・法律面・経営面に係る高度な課題、または新型コロナウイルス感染症の影響による喫緊の課題を税理士・司法書士・社会保険労務士・中小企業診断士の個別相談会へと経営指導員がコーディネートすることで解決し、持続的、効率的な経営に資する効果が認められた。経営指導員が事業所の課題を要約し、各専門家へ繋げることで効率的な相談支援を目指した。

特に、専門家等による高度な経営支援や、緊急性を有する課題に対し、経営指導員による日常のきめ細やかな支援との組み合わせにより、より大きな効果とスピード感を持って実施できたと捉えている。

- ・満足度…法務（84.6%） 経営（100.0%） 労務（100.0%） 税務（93.6%：確定申告指導会を除く）
- ・貢献度…法務（84.6%） 経営（79.4%） 労務（100.0%） 税務（89.7%：確定申告指導会を除く）

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	支援件数	340	353	103.8%	5
法務相談	継続	支援件数	6	13	216.7%	5
経営相談	継続	支援件数	60	34	56.7%	5
労務相談	継続	支援件数	6	7	116.7%	5

Ⅲ 地域活性化事業										
支援のポイント・成果										
<p>地域活性化事業は、小規模事業者では取り組めない事業を商工会が中心となり、参加事業所の認知度向上と販路の維持拡大、ひいては地域経済の振興に貢献できるか否かの視点を重視しながら実施した。事業所という（点）を発掘・支援し、地域という（面）として浮かび上がらせ相乗効果を生み出せるよう実施した。セミナー系の事業では、人財育成を図ることで事業所における生産性向上を目指し実施した。</p> <p>令和4年度においては、コロナ禍になって以来、制約は伴ったものの当初実施計画していた事業を初めて全て実施することができた。結果的には、新型コロナウイルス感染症の影響が、事業のあり方や実施方法について見直す契機となったと認識している。特に、一度に人を集めれない状況になったためにZOOMを活用し、セミナーや打合せ会議を開催したり、一過性にとどまらない開催方法（YouTube動画）やSNS、HPでのPR活動等、今後も引き続き取り組むことのできる効果の高い手法は次年度以降も継続しながら、アフターコロナ時代の事業を実施していく方向性である。</p>										

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	
	個店売上拡大支援事業	25	20	80.0%	80.0	販売促進・新規顧客の開拓に役立った割合	80	60	75.0%	5
	個店魅力発信支援事業	40	31	77.5%	67.7	新規顧客が増加した割合	70	51.6	73.7%	5
○	創業支援事業	25	23	92.0%	100.0	創業する事業所数	5	3	60.0%	5

(2) 広域事業（幹事事業のみ）

府施策連携	事業名	総支援企業数		支援実績率	利用者満足率	目標の指標				事業評価
		計画	実績			項目	目標値	実績	達成率	
○	商工展示即売会事業	40	32	80.0%	73.8	販路拡大・認知度の向上に貢献した割合	70	74.1	105.9%	5
	長野・狭山異業種交流会	24	20	83.3%	100.0	自社の経営改善につながった割合	70	90	128.6%	5
	“番頭さん”養成講座	47	41	87.2%	89.5	経営資源の管理・運営ができたようになった割合	70	53.8	76.9%	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。

大阪狭山市商工会

事業名		個店売上拡大支援事業（まちゼミ）							
想定する実施期間		平成26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)	大阪狭山市の商業環境は商店等の商業集積の形成が、小規模で点在型であり、個店に対する知名度が低いのが現状である。また、周辺市域での大型商業施設の増加や少子高齢化などで従来の顧客が減少してきている事も原因となって個店の売上、並びに集客力の低下にも拍車をかけており、その事は深刻な問題となっている。そこで、一過性の集客イベントではなく、各個店に人が集まり、店舗が比較的点在していても実施が可能である「まちゼミ」事業を新規顧客獲得及び売上拡大の一助となる事を目的として実施する。今、「モノ」よりもそこでしか体験する事が出来ない体験型サービスである「コト」が求められている事からもお店の独自性を磨き、また、事業の実施を店主自らが主体的に考えて行動してもらおう仕組みを取る事で個店力のアップを図り、更に地域の牽引役となり地域の活性化にも尽力しうる人材の発掘にも繋げていきたい。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	大阪狭山市内で事業を行っている地域活性化及び個店の魅力アップ（＝売上拡大）に積極的に取り組もうとしている小売・サービス業等を中心とした小規模事業所を対象とする【対象事業所数：767社（平成28年経済センサス）】							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	開催時期：令和5年2月26日（日）～3月25日（土） 参加店：18店 講座数：20講座 のべ103回の開催。 広報については、チラシを商工会・参加店舗をはじめ市役所・公民館等の公共機関でも配布し、大阪狭山市を中心に4大紙（毎日・朝日・産経・読売）にもチラシを折込し、周知に努めた。また、情報発信として商工会HPやフェイスブックを活用。 また、令和4年7月28日（木）～8月9日（火）には夏休み期間中の子供向けに「キッズまちゼミ」を市立公民館と共催で開催し、参加店：6店 講座数：6講座についても開催した。 <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	市広報での事業実施案内の掲載や市立図書館において特設コーナーを設けて周知を図った。		
	④相談相乗	販路開拓支援等での7件のカルテ化の実績があがった。							
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)	25.0	総支援企業数(実績)	20.0	支援実績率	80.0%	満足率	80.0%
	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)	「まちゼミ」事業の取り組みや実際に事業に参加する事で、お客様の目線で商売を行う事の大切さを再認識されたり、潜在的なニーズに気づかれたりと商店主自身も自店の魅力やサービスを見つめ直すいい経験になったと思われる。同時に、新規顧客の獲得及び売上アップにも積極的に取り組まれる姿勢は引き続き見受けられ、それらは受講者に対しリピーターになってもらえるように自店のチラシの配布といった様々な取り組みにも顕著に現れた。ただ、収束傾向にはなりつつあるものの新型コロナウイルス感染症の影響を受け、声を出す講座や接触型の講座を開催される方については、前回に引き続き感染リスクを懸念され参加申込をキャンセルされる方もいらっしゃった。今開催においては、マスク着用が個人の判断に委ねられる時期とも重なり判断においては大変な時期ではあったが、より感染対策に配慮し、また、少人数での開催ということで、申込が一定数あった講座を開催された事業所にとっては満足していただけるものとなったが、申込に至らなかった講座もあり評価が分かれるものとなった。また、夏休みには、市立公民館と「キッズまちゼミ」を開催したが、多くの子供たちに参加をして頂き、お店のPRを十分に頂く結果となった。							
	代表指標	「まちゼミ」事業参加後のアンケートにおいて販売促進・新規顧客の開拓に役立ったと回答した事業所の割合							
	数値目標	80%	実績数値	60.0%	目標達成度	75.0%			
	成果の代表事例	収束傾向ではあるが、引き続きコロナ禍での取り組み（講座）を行う中で、従来の対象人数より少ない人数での開催となったが、申込のあった講座においては、参加者1人1人のニーズに答えられる時間を持つ事が出来、新しい顧客の獲得につながったという事業所からの声がアンケートより聞かれた。また、新たなサービスを提供する事業所においては、広報をするきっかけとなり、「まちゼミ」に参加された事により広報面での効果があったという意見も頂く事が出来た。							
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)	「まちゼミ」を開催する前後において、収束傾向ではあったものの参加予定店舗が一堂に会する集まりが出来ずに参加店同士の交流を予定通りする事が出来なかった。定期的な情報のやり取りを行う機会の増加など、参加店舗同士の連携を深めつつ事業の参加への呼びかけを積極的に行っていく事で「まちゼミ」の参加店を増やす事が出来、また、受講者増へも繋げていくことが出来る事から感染対策上での規制が緩和される次回開催時においてはその機会を提供する事ができるように努めていきたい。							

大阪狭山市商工会

事業名		個店魅力発信支援事業（まちバル）							
想定する実施期間		平成28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）	大阪狭山市の商業環境は商店等の商業集積の形成が、小規模で点在型であり、個店に対する知名度が低いのが現状である。また、市内には魅力的な飲食店も連なっているが通学、通勤客は車で降車してから直接帰路に着くケースが多い。そこで、大阪狭山市を中心とした飲食店等を対象にして気軽に来店できる環境を作り、ランチタイムや通勤、通学帰りの夜間に人を呼び込み常連客へと発展する支援に繋げ、一過性の集客イベントではなく、各個店に人が集まる「まちバル」事業を新規顧客獲得及び魅力発信の一助となる事を目的として実施する。また、事業実施時におけるメニューやサービス等を店主自らが主体的に考えて行動してもらう仕組みを取る事で個店力のアップを図り、更に地域の牽引役となり地域活性化にも尽力しうる人材の発掘にも繋げる。							
	支援する対象 （業種・事業所数等）	大阪狭山市内で事業を行っている地域活性化及び個店の魅力発信に積極的に取り組もうとしている飲食業及び食品製造小売業を中心とした事業所を対象とする。 対象事業所数：234社（「RESAS」 2016年企業数）							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>「まちバル」事業</p> <p>大阪狭山市内にお店を構える飲食業や食品製造小売業へ参加を呼びかけ、参加店のオリジナル商品やこだわりのメニューを定額チケットにより気軽に楽しめる「さやま～再発見～バル」（まちバル）を開催。初めて来店する店舗や普段あまり行かない地域にある店舗へと消費者を誘導する事で、店舗の商品やサービスを知っていただくきっかけとし、今後の新規顧客獲得及び売上アップの効果を図る。</p> <p>開催：令和4年9月16日（金）～18日（日）の3日間。 場所：大阪狭山市内の31店（飲食店、食料品小売店）</p> <p>また、本開催をPRするために令和4年9月4日（日）に「バル前夜祭」と称し、音楽イベント等を交えたイベントを開催。（4店の出店）</p> <p>&lt;事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載&gt;</p>							
		①府施策連携							
		②広域連携							
	③市町村連携	市内にある飲食店の情報発信と地域を盛り上げる為に市とも緊密に連携し、PR等の支援を頂いた。							
	④相談相乗	販路開拓支援を含み、金融支援等を含めて12件のカルテ化の実績があがった。							
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)	40.0	総支援企業数(実績)	31.0	支援実績率	77.5%	満足率	67.7%
	目標の達成度 （支援企業をどう変化させることができたか）	「まちバル」事業の取り組みや実際に事業に参加・参画する事で、お客様の目線で商売を行う事の大切さを再認識されたり、店主自身も自店の魅力やメニューを見つめ直すいい機会になったと思われる。と同時に、新規顧客の獲得及びその後のリピーター獲得にも積極的に取り組まれる姿勢もみられ、独自クーポンの配布といった取り組みやバル事業を通じて新メニューが定番化しメニューの幅を広げる事に繋がった店舗など前回に引き続き顕著に現れた。また、地域内の参加されなかった店舗からも注目を浴び、地域での影響力を感じられた事より、お店同士が協力し合う事で地域を盛り上げていけるという事についても再認識が出来、つながりという面でもより深いものになったと思われる。							
		代表指標	事業実施後のアンケートにおいて新規顧客が増加した店舗の割合						
		数値目標	70%	実績数値	51.6%	目標達成度	73.7%		
	成果の代表事例	今回、コロナ禍で思うように営業をする事が出来なかったところ、また、オープン間もない参加店において、バルイベントに合わせてお店の周知を図るといった広報活動としても活用する事が出来、お店の周知・及び活性化を図る事が出来たという店舗もあった。							
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）	今回、参加店の募集のタイミングにおいて新型コロナウイルスの第7波に向かう時期とも重なり、十分な啓発が行えずに参加店としては、31店という厳しい結果となった。感染症対策の緩和が図られる次回の開催時には、過去に参加されて引き続き参加して頂けないお店へのヒアリング等を通常の巡回指導等の機会にて行い、事業の改善に活かす事があれば参考にしていきたい。							

大阪狭山市商工会

事業名		創業支援事業							
想定する実施期間		令和3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)	大阪狭山市内の創業促進を積極的に推進し、起業家の育成、強い企業の実現を目指し、創業支援事業を実施する。創業が気になっているが具体的にはどうしてよいかわからない者から、創業を考えている者、創業を目指す者、創業後間もない者までを広く対象とし、創業に関して必要な知識や事業計画の作成等知識の習得するセミナーを行うとともに、創業に向けての疑問点、具体的な手続き等を個別相談にて対応することにより、円滑な創業実現のための一助とすることを目的とする。また、2014年～2016年期での大阪狭山市の創業比率は、4.13%と全国(5.04%)並びに大阪府平均(5.17%)【RESAS】と比較しても低い状態であり、2016年(H28)に大阪狭山市が「創業支援事業計画」の認定を受けたことを機運に創業支援を継続していく事で、地域の活性化にも寄与していきたい。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	創業を考えている者、創業を目指す者、創業後間もない者(創業5年未満)に加え、新たな事業を立ち上げようとする中小企業経営者、中小企業従業員、大学生等							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	大阪狭山市と共催により実施。後援として、日本政策金融公庫堺支店・大阪府商工会連合会10月12日、19日、26日、11月2日に開催し、23名の受講があった。その中から大阪狭山市の特定創業支援事業修了証明書が2件発行。受講時にブラッシュアップした事業計画により創業した方が3名、また、創業には至っていないが、徐々に準備を始めている方が受講者の約半数と創業への意欲の高まりがみられた。 <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	オール大阪起業支援プロジェクト グローイングアップビジネスプランコンテストの説明を行い、機会がある度に告知を行った。						
	②広域連携								
	③市町村連携	大阪狭山市の創業支援事業計画に参画し、特定創業支援事業を実施した。							
	④相談相乗	創業セミナー受講後に発生した相談に対して実績があった。(カルテ化は1件だが、その他セミナー等への参加も有)							
事業全体の実績/目標達成度	計画に対する実績(数値)	総支援企業数(計画)	25.0	総支援企業数(実績)	23.0	支援実績率	92.0%	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)	漠然と創業したいと考えている方が一連のセミナー講座を受講される事で、起業の心構えや事業計画書作成の基本を学び、漠然とした想いを具体化するきっかけとなった。また、実際に創業された方から体験談を聞いたり、他の参加者と交流を深める事で、創業実現へのモチベーションアップに繋がったものと考え。また、セミナー受講前に相談を受けており、セミナー受講後に改めて支援を行った方については、課題発見や解決・コンセプト作成といった内容も飛躍的にブラッシュアップされており、創業の後押しを行う事が出来た。また、創業に向けた取組を始められた方々については、他のセミナーへの参加、実際に創業する際の手続き等についての相談支援を行い、創業意欲の高まりに繋がった。							
		代表指標	創業する事業者数						
		数値目標	5	実績数値	3	目標達成度	60.0%		
成果の代表事例	自らのITの技術を活かした分野で創業を計画されている方が、創業セミナーを受け、金融機関のビジネスプランへの挑戦をされたり(本選出場ならず)、セミナー後に積極的に個別支援を活用され、事業計画まで作成し、創業をされた方(但し、事業見直しの為に休業)など起業に向けた後押しを応援する事が出来た。成功した事例とは言えないが、セミナーを通して一緒に受講された方々の意やセミナー後の支援を通して事業計画のブラッシュアップに繋げ、創業された事例である。								
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)	前回の反省点を活かし、定員を上回る申込があった場合での申込者へのフォローやセミナーが始まる直前でのキャンセルによる定員の空きに対しての対応等によって定員に対しての受講者の急なキャンセルによる定員割れを改善する事が出来た。セミナーといった貴重な場を出来るだけ希望する多くの方に受講して頂ける機会を確保すべく、市の担当者とも調整し引き続き開催を実施していきたい。また、セミナー後にフォローとして携われる方が受講人数に対してまだまだ少ない状態である事よりセミナー後においても気軽に相談をして頂ける仕組みづくりを検討し、創業準備中の方たちの支援に繋げるようにしていきたい。							

大阪狭山市商工会

事業名		商工展示即売会事業								
想定する実施期間		19 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)	地元事業所の展示会を商工会が行政と連携してこの事業を実施することにより、参加事業者にとって ①一社では呼べない範囲と規模で潜在的顧客を呼びよせる ②製品の試用・体験で、よりインパクトのあるPRが可能 ③新たな一般客や企業との出会いがある ④今後の営業活動に活かすデータ収集ができる ⑤展示即売会を通じ自社の強みや特徴に気づくことができる、などの効果が期待され参加事業所の販路拡大や事業改善に寄与することを目的とする。また、この事業を通じて参加者に展示即売会出展のスキルを身につけてもらい他の展示即売会に参加し、より多くの販路拡大の機会を持てるよう支援する。更に大阪府人材育成課・大阪府技能士会連合会の協力を得て「ものづくり体験教室」を開催し、多くの人にもものづくりへの関心を持ってもらい、次世代の事業者育成のきっかけとなる場を提供する。これらの事業を継続的に行うことで長期的な地域産業の振興と活性化を目的とする。								
	支援する対象 (業種・事業所数等)	大阪狭山市を中心とした中小事業所（業種は問わない） 特に個々では顧客開拓力の低い小規模小売業者など、広く一般顧客への販路開拓を支援する。								
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	令和4年11月19日(土)午前9時30分から、大阪狭山市立野球場及び施設駐車場にて、柏原市商工会、河内長野市商工会、熊取町商工会、忠岡町商工会、富田林商工会、羽曳野市商工会、藤井寺市商工会の協力の下、本事業を実施した。企業展示ブース（1ブース：3.6m×2.7mの小テント）を設置し、参加事業所による商品PRや即売会、商談会を実施し、新規顧客の獲得活動や企業PRを行った。また、より効果の高い展示方法・内容等、事業所からの相談にも応じられるよう専門相談支援事業とも連携し事業展開を図り、加えて波及効果、宣伝効果を高めるため、JAによる農業市・大阪狭山市と連携したイベント等を同時開催し、展示会自体へ多くの人を呼び込む仕掛けづくりも行い、多数の来場者獲得の試みも行った。また前回に引き続き大阪府人材育成課・大阪府技能士会連合会と連携してものづくり教室を開催することによりものづくりへの関心を高めるための働きかけも行った。また感染症対策として会場3か所の出入り口に非接触体温計とアルコール消毒液を設置、及び会場内各所に啓発ポスターを掲示し、感染症拡大防止に努めた形でのイベントを行った。 ＜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	大阪府人材育成課・大阪府技能士会連合会と連携して、大阪府のものづくりのPRと、昨年度に引き続き本事業の新たな来場者獲得の相乗効果を目指し、ものづくり教室を開催した。							
		②広域連携	南河内ブロック商工会連絡協議会等に協力を仰ぎ、商工会単体では行えない規模の募集範囲やPR効果を生み、より参加事業者にとって有意義な事業となるように実施した。							
	③市町村連携	大阪狭山市産業まつり実行委員会(大阪狭山市・JA・大阪狭山市商工会)を組織し、事業自体の企画、統括及び実行委員会の事務、会計を商工会が担い、事業を推進した。								
	④相談相乗									
事業の実績／目標達成度	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	40	総支援企業数(実績)	32	支援実績率	80.0%	満足率	73.8%	
	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)	本年度は3年ぶりの開催となり好天に恵まれたが、まだ完全にコロナ禍が収まっていない中での開催ということもあり、来場者数は前回にくらべると3割ほど減少しイベント全体で約7000人の来場者となった。参加事業所からも参加による成果について、前回に比べ来客の減少についての回答が多かったが、それでも「イベント中に新たな契約ができた」「参加者に対しPRできた」「情報交換の場としても役立った」といった声や、「新たな取引先の開拓に繋がった」などの声もあり、この事業に対する参加者の需要は感じられた。ただ、今後アフターコロナでの開催方法の検討や参加企業のPR効果を高めるための新たな企画を考える必要があると実感した。次回以降も狭山の恒例行事として定着させながら、参加者に飽きられないよう様々な取り組みを行いたい。								
		代表指標	参加店舗の販売拡大・認知度の向上(事業実施後のアンケート調査を実施し、事業が店舗における販売拡大や店舗の認知度・商品PRに貢献したという回答が全回答に占める割合)が10段階評価中7以上							
		数値目標	70	実績数値	74.1	目標達成度	105.9%			
	成果の代表事例	今回の会場レイアウトは前回のをベースに主催するブースを野球場内に集約して開催したが、前回コロナ禍前の開催時と比べると出展社数の減少などがあり、やや小ぶりとなったため来場者数は前回より減少した。成果としては、イベント内での契約の成立があった、イベント参加後に問い合わせや来客に増加傾向が見られたとの声もあり、また参加事業者同士で情報交換の場として役立ったと言う感想や、狭山以外のイベントにも参加したいなどの希望もあり、参加事業者のPRを支援できた事業であった。								
その他目標値の実績	目標値1(計画)	1,500	目標値(実績)	1,200	目標達成度	80.0%				
	目標値2(計画)	250	目標値(実績)	200	目標達成度	80.0%				
	出展企業の内容により来客数にある程度の差が出るが、コロナ禍のなか感染症対策を行っての開催ということもあり、前回より数値的に下回る実績となり、参加企業の満足率も目標値ギリギリとなった。またものづくり体験教室が当初予定していた5ブースから4ブースへ減少したため目標値を下回ったがブース内は体験希望者で賑わっており満足度は高いものだった。									
実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	今回は3年前の内容を踏襲し野球場内に集約しての開催としたが、コロナ禍が完全に収束していない中での開催ということもあり、出展社数、来場者数ともに減少傾向であった。出展企業について次年度以降の参加企業拡大を目指すためには新たな取り組みを考える必要がある。募集方法については、直接参加が難しい企業に対しパネル展示による出展を今後積極的にPRし、より多くの企業へ参加を呼びかけたり、市全体で事業を盛り上げるように働きかけるなど、さらに大きな事業の発展を目指す。								



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)	24.0	支援実績率	80.0%	満足率	65.0%
	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）	出店30社に対する実績。 内容は1ページ目の目標の達成度参照。							
		指標	参加店舗の販売拡大・認知度の向上（事業実施後のアンケート調査を実施し、事業が店舗における販売拡大や店舗の認知度・商品PRに貢献したという回答が全回答に占める割合）が10段階評価中7以上						
		数値目標	70	実績数値	65.4	目標達成度	93.4%		
その他目標値の実績	目標値（計画）	1,500	目標値（実績）	1,200	目標達成度	80.0%			
	出展30社に対し50名の来客。								
実績／達成度②	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	10.0	支援企業数(実績)	8.0	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）	パネル10社に対する実績。 内容は1ページ目の目標の達成度参照。							
		指標	参加店舗の販売拡大・認知度の向上（事業実施後のアンケート調査を実施し、事業が店舗における販売拡大や店舗の認知度・商品PRに貢献したという回答が全回答に占める割合）が10段階評価中7以上						
		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③	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)		支援企業数(実績)		支援実績率		満足率	
	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）								
		指標							
		数値目標		実績数値		目標達成度			
その他目標値の実績	目標値（計画）	250	目標値（実績）	200	目標達成度	80.0%			
	ものづくり体験教室5ブースに対し50名の参加者。								

大阪狭山市商工会

事業名

長野・狭山異業種交流会

想定する実施期間

平成26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)

急激に変化する社会環境において中小企業が経営活動を続けていくには、様々な問題等を自社のみで乗り越えていくには厳しい状況にある。そこで、業種に囚われずに広域による人的交流の場を提供し、意見交換や連携により経営課題に対する他業種・他社の手法を学び共に取り組むことで、自社の課題と問題点を発見し、相互の経営力の向上並びにネットワークの広がりにも繋がる。ひいては、自社の経営改善、並びに協働のきっかけを掴む事で地域経済の活性化、そして人材が育つ機会の創出を図る事を目的とする。

支援する対象  
(業種・事業所数等)

河内長野市・大阪狭山市を中心とした事業所(者)で、人との繋がりや助け合いを大切に、参加者同士の親睦と情報交換を通じて視野の広がりやお互いの向上を目指す事業改善意欲の高い事業所(者)両市の小規模事業者数の計：3,044者を対象(平成28年経済センサス)

実施時期・具体的な内容及び事業手法

令和4年度は、10月と11月において計2回開催。  
(1回目)令和4年10月4日 (2回目)令和4年11月10日  
参加者延べ24名、20社の参加  
交流会は、『あなたの商品・サービスの勝てる場所を見つけよう』(第1回目)、『強み発見→あなたの商品・サービスの勝てる場所を見つけよう』(第2回目)をテーマとして開催。経営環境の変化が激しい時代において様々なビジネススタイルが増える中、そのような環境下において事業が継続していけるよう、自身の強みを再発見し、勝てる土俵を見つけ出す事で効果的に売上アップに繋げていけるかについて、その手法と他社の好事例紹介を中心に説明を行った。また、各事業所が自然体で取り組んでいけるよう今後の目指す内容について自社の強みやビジョンを明確化し、活かすべくグループワークによって他の参加者からの客観的な意見を聞く事によって新たな気付きに繋げる機会の提供を行った。【共催】合同会社高津満夫事務所(コーディネーター派遣等)

<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	2市での広域実施により、それぞれの市では少数の業種同士の交流を図る事が可能となり、また、市の枠を超えた地域の活性化にも繋がった。
③市町村連携	
④相談相乗	交流会という打ち解けた場の雰囲気に指導員が従事する事で、事業所からの課題やニーズを比較的相談してもらい易く創業支援・販路といった相談事業にも繋げる事が出来た。

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)	24.0	総支援企業数(実績)	20.0	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)

当事業のメインとなる「コミュニケーション」を軸とした人的交流の構築に重点をおいた形で異業種間でのコラボ(事業連携)に繋げるきっかけ作りを行った。また、幅広い業歴の方々の交流も図れるように創業間もない方にも参加して頂き、今年度も多くの参加があり、長年事業をされている方との異業種間での交流のきっかけとなり、お互いに連絡先の交換や両市外でのセミナー等の情報交換を行えるまでに繋がり、事業を実施してきた中での小さな発展が継続的に見られるようになってきている。また、グループワーク形式による形態を取る事で、参加者同士による異業種間での他社の活動内容を知るきっかけとなり、新たな気づきや経営改善に取り組む姿勢の向上に繋がったという声がアンケートの結果より多く聞かれた。とりわけ、今回は【強みの再発見】を主としたテーマという事で、自社の強みや特性をより活かし、また、全国の好事例等を紹介する事で自身のこれまでの取り組みや気付きより勝てる土俵を見つけ出し、事業展開に繋げていく考えを意識づける事が出来た。今後においても交流会形式のように人的交流が図れる事業への参加ニーズが引き続き高いといった結果より参加者を前向きな気持ちへの変化へと繋げていけたものと思われ、事業の成果は大いにあったと考えられる。

代表指標	異業種のノウハウ等を参考にする事で自社の経営改善につなげられるとした事業所割合		
数値目標	70%	実績数値	90.0%
目標達成度	128.6%		

成果の代表事例

今回のような交流の場を提供する事で、以前に一緒にいる事があったが、長い年月を経て関係が希薄になりつつあった方がお互いに成長した形で出会う事ができ、新たな事業連携に向けたアイデアの創出といった展開にも繋がり、参加者全員で販路及び事業紹介の改善に繋げる意見交換を行う事が出来た。創業間もない方については、地域で先に活動されている方々と知り合えるきっかけとなり、ネットワークの拡大に繋げる事も出来た。

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)

事業に参加された方においては、交流といった目的並びにワークのテーマにおいて、実施後のアンケートで高い満足度を頂いている。ただ、一度のみの参加という方も増えてきている事より、リピート率を増やし、一度参加してもまた参加したいと思って頂けるよう、タイムリーなテーマやアンケート等での声を反映し、参加率の向上に繋げるための工夫を図りながら、事業実施に取り組んでいきたい。

大阪狭山市商工会

事業名		番頭さん養成講座						
想定する実施期間		H27 年度～ 年度まで ※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること						
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	<p>“本田宗一郎と藤澤武夫” “井深大と盛田昭夫”、著名な大手企業も、事業拡大・経営の安定化期には有能ないわゆる“番頭さん”の存在が大きな役割を担ったことに異論は少ない。消費の多様化、グローバル経済、超高齢化社会、人手不足、社会の円熟化等、事業所を取り巻く経営環境が厳しさを増す中、事業所内を取り仕切るとともに、将来に対し、経営者と二人三脚で事業計画の立案・財務の調整を担う番頭さんの重要性は増している。本事業では、事業所の「資金」「従業員」等の経営資源の管理・運用能力といった基礎能力を持つ「手代さん」を養成するとともに、経営者に対し「資金繰り」「事業計画」を提案する「番頭さん」の養成を目指す。</p>						
	支援する対象 (業種・事業所数等)	管内事業所における共同経営者、総務担当者						
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>事業所において、「ひと・もの・かね」の管理・運営に際して必要な基礎的な各種知識の習得及び事務処理能力の養成を図るとともに、経営者に対し、事業立案・提案できる能力の養成を目指し、全16日・32コマのセミナーを実施した。</p> <p>より効率的かつ効果的な実施を図るため、経営資源の基礎的な管理・運営能力の養成を目指す                  (A)手代養成コース と、より応用的な能力の養成を目指す (B)番頭養成コース とに区分して実施した。</p> <p>(A)手代養成コース 22コマ(11日間)                  【総務実務】2コマ(中小企業診断士)…各分野を横断、現場での総務実務を理解                  【経理】4コマ(税理士)…日常の経営業務の把握、決算書・貸借対照表の作成                  【税務】4コマ(税理士)…給与計算と源泉徴収・年末調整のしかた、各種税務事務の把握                  【情報管理】1コマ(中小企業診断士)…事業所における情報セキュリティ対策について                  【危機管理】1コマ(中小企業診断士)…事業所における危機管理システムづくり                  【法務】2コマ(司法書士)…総会、契約等、事業所にかかわる企業法務                  【労務】8コマ(社会保険労務士)…労働保険・社会保険の把握、労基法と従業員管理</p> <p>(B)番頭養成コース 10コマ(5日間)                  【知的資産】2コマ(中小企業診断士)…自社の知的資産を洗い出し、整理、経営に活かす                  【財務】2コマ(税理士)…財務諸表の読み方、目のつけどころ                  【資金繰り】2コマ(中小企業診断士)…資金繰り計画の立て方、資金調達の準備と金融機関の目のつけどころ                  【人事マネジメント】1コマ(中小企業診断士)…人財活性化の具体的な方法                  【営業マネジメント】1コマ(中小企業診断士)…チーム目線・アフターコロナ目線での営業体制づくり                  【経営】2コマ(中小企業診断士)…自社の現状把握と事業計画の作成、活用及び修正について</p> <p>商工会の強みである各種専門士との連携を活かし、横断的、多面的に経営を俯瞰し、将来にわたる中・長期的な事業計画の策定・提案能力のある番頭さん育成を目指した。</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						
	②広域連携	大阪狭山市商工会・富田林商工会・河内長野市商工会の三商工会連携事業 広域実施することで、費用面での優位性を得ることができた						
	③市町村連携							
	④相談相乗	セミナー実施後、各種専門士による個別相談会の開催をPRし、各商工会毎でのフォローに努めた。その後のカルテ化は(A)4件(B)5件。						
計画に対する実績(数値)	総支援企業数(計画)	47.0	総支援企業数(実績)	41.0	支援実績率	87.2%	満足率	89.5

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)	各分野毎でのセミナーは多種多様に開催されているが、各分野を横断する実践的かつ画期的なセミナーを目指した。 (A)手代養成コース (支援事業所数・計画) 25 (実績) 26 大阪狭山…11 富田林…8 河内長野…7 (支援実績率) 104.0% (満足率) 92.3% 【指標】経営資源の管理・運用ができるという回答 (目標) 70 (実績) 53.8 (目標達成率) 76.9% (B)番頭養成コース (支援事業所数・計画) 22 (実績) 15 大阪狭山…10 富田林…3 河内長野…2 (支援実績率) 68.2% (満足率) 86.7% 【指標】事業計画書を策定できるという回答 (目標) 70 (実績) 66.7 (目標達成率) 95.3%							
	代表指標	(A)経営資源の管理・運用ができるという回答							
	数値目標	70%	実績数値	53.8%	目標達成度	76.9%			
	成果の代表事例	セミナー受講後、漠然と処理していた各種事務処理の内容を理解することで、数字や従業員に対する理解が深まるとともに、事業主に対する提案能力が培われた。また、内容の理解が深化したことで、業務に対する積極性が生じるとともに、同じ役割を担う異業種の方々との交流・意見交換を通じ、日常業務の点検や改善に繋がっていくものと思われる。							
その他目標値の実績	目標値(計画)	70%	目標値(実績)	66.7%	目標達成度	95.3%			
	(B)事業計画書を策定できるという回答								
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)	事業募集チラシの配布時期を(A)(B)コース一括で行ったため、実施までに期間の空く経営能力の養成を図る(B)コースでは、受講者が計画を下回った。事業実施前にも周知する等、再考する必要がある。知識獲得を主にする(A)コースに比べ、受講成果が即効性を持たず、内容を咀嚼し、実行する取り組みが必要となるので、今回は開催期間に間を持たせる等を想定している。 オンライン受講が大半であるため、オンラインに見合ったセミナーの進め方、チャットを定期的に活用し受講者と相互にやり取りしながら進める等、工夫が必要。							

【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)	25.0	支援企業数(実績)	26.0	支援実績率	104.0%	満足率	92.3
	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)	事業所における経営資源(かね・もの・ひと)を管理・運営していける事務処理能力の養成を図り、事業所での手代さん的人材を育成する							
	指標	経営資源の管理・運用ができるという回答							
	数値目標	70%	実績数値	53.8%	目標達成度	76.9%			
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)	22	支援企業数(実績)	15	支援実績率	68.2%	満足度	86.7
	目標の達成度(支援企業をどう変化させることができたか)	経営者と二人三脚で事業計画の立案や財務の調整を担う事業所での番頭さん的人材を育成する							
	指標	事業計画書を策定できるという回答							
	数値目標	70%	実績数値	66.7%	目標達成度	95.3%			
その他目標値の実績	目標値(計画)		目標値(実績)		目標達成度				