

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	松原商工会議所	
	代表者職・氏名	会頭 松岡義則	
	所在地	〒580-0043 松原市阿保1丁目2番30号	
	担当者	職・氏名	中小企業相談所長 平井義彦
		連絡先	TEL（直通）： 072-331-0291 Fax： 072-332-5720 E-mail： m-cci@matsubara-ccior.jp
①設立年月日		昭和47年7月1日	
②職員数 (うち経営指導員数)		14名（経営指導員10名）（令和5年3月31日現在）	
③所管地域		松原市	
④管内事業所数		4,607（平成28年度経済センサス）	
⑤管内小規模事業者数		3,372（平成28年度経済センサス）	
⑥会員数（組織率）		1,725（37.4%）（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）			
<ol style="list-style-type: none"> 1. 商工会議所としての意見を公表し、これを国会、行政庁等に具申し、又は建議すること。 2. 行政庁等の諮問に応じて答申すること。 3. 商工業に関する調査研究を行うこと。 4. 商工業に関する情報及び資料の収集又は刊行を行うこと。 5. 商品の品質又は数量、商工業者の事業の内容その他商工業に係る事項に関する証明、鑑定又は検査を行うこと。 6. 輸出品の原産地証明を行うこと。 7. 商工業に関する施設を設置し、維持し又は運用すること。 8. 商工業に関する講演又は講習会を開催すること。 9. 商工業に関する技術及び技能の普及又は検定を行うこと。 10. 博覧会、見本市等を開催し、又はこれらの開催の斡旋を行うこと。 11. 商事取引に関する仲介又は斡旋を行うこと。 12. 商事取引の紛争に関する斡旋、調停又は仲裁を行うこと。 13. 商工業に関して、相談に応じ、又は指導を行うこと。 14. 商工業に関して、商工業者の信用調査を行うこと。 15. 商工業に関して、観光事業の改善発展を図ること。 16. 社会一般の福祉の増進に資する事業を行うこと。 17. 行政庁から委託を受けた事務を行うこと。 18. 前各号に掲げるもののほか、本商工会議所の目的を達成するため必要な事業を行うこと。 			

<p>(1) 事業の目標</p>
<p>本市管内で事業を営む事業者（4,607：平成28年経済センサス活動調査による）のうち、約73%を占めている小規模事業者（3,372事業所）と潜在的創業希望者を含めたものを支援対象事業所と想定し支援する。</p> <p>全体の方向性としては、「顧客視点に立った地域総合窓口の充実」「地域特性を活かした事業の展開」「時代変化に適応した施策の推進」「情報発信基地としての機能強化」「集っていただける、使っていただける商工会議所の確立」を指針としている。本指針を実行するためには、松原市・阪南大学および地域金融機関等の「産官学金労言」の枠組みで連携して対応する。具体的な内容については、以下の通りである。</p> <p>①商業……………IT化、販路開拓（販売機会・情報発信・商品等改良）のサポート ②工業……………優れた技術力や製品を有する企業の発掘およびその販路開拓のサポート ③全体……………人手不足の解消、事業承継・創業の促進、創業後の事業運営に資する講演会の開催と交流の促進、新事業へのチャレンジのサポート</p> <p>管内小規模事業者の抱える経営課題の把握とその課題解決への経営指導により、活力ある経営活動へと導くことを本事業の目的とし、経営相談支援事業・専門相談支援事業・地域活性化事業を通して、窓口相談や巡回指導等、あらゆる機会を捉えて潜在的な経営上の問題点やニーズを掘り起し、小規模事業者の事業環境に合わせた適切かつ具体的な支援を実施することで事業者の経営基盤強化を図る。広域的な地域活性化については、南河内地域の商工会、関係団体・機関と連携を図り、ビジネスマッチング・地元商品の発信等の販路開拓を中心に相乗効果を狙い事業を推進する。</p> <p>また、新型コロナウイルス感染症及び物価高等により事業運営に影響を受けている事業所に対して事業継続のための支援を実施する。</p>
<p>(2) 事業を実施した具体的な内容、方法及び工夫した点</p>
<p>経営相談支援事業では、新型コロナウイルス感染症関連・物価高・インボイス制度等の問題に対し、経営指導員だけでなく専門家と連携し、経営課題の改善・解決に向けて迅速に取り組むことができた。</p> <p>また、地域活性化事業では、松原管内のBtoC事業者の販路開拓支援として実施した「商業活性化支援事業」では、市内商業事業者の販売促進として、フリーペーパー「まつばらチケット」を年度内に2回作成・市内に配付した。連続して参加する事業所には前回の参加内容のブラッシュアップを特に支援し、より効果が高い内容を検討することを念頭に支援した。</p>
<p>(3) 事業を実施した効果、所管地域の活性化の状況</p>
<p>経営相談支援事業では、管内小規模事業者が抱える潜在的な経営課題を当所から積極的に掘り起こし、事業所への訪問等によるヒアリングを基に現場を見ながら経営実態を把握しつつ、相談内容に応じた。適切な指導をすることで、経営上の疑問点や課題解決に向けた支援を行うことができた。相談件数は、当初目標数値210件に対して、実績336件の相談に応じることが出来た。</p> <p>専門相談支援事業では、金融・税務の定期相談に加えて、法律・労務などを中心とした特急相談を実施し、課題を抱える事業所への支援を行なった。</p> <p>地域活性化事業では、松原市管内の小規模事業者の発展に寄与することを目的に単独事業から広域事業まで、効果的かつ効率的に事業を実施した。「経営者ステップアップセミナー」のひとつである「SNS活用セミナー」では、SNSへの投稿が促進され、動画の閲覧も増加したとの声も聞かれるなど販路拡大の効果が得られた。</p> <p>以上、地域産業の活性化に資する様々な事業を推進し、地域経済団体の役割を果たした。</p>
<p>(4) 事業を実施した結果浮かび上がった課題</p>
<p>各事業を継続するうえで、マンネリ化がその事業を陳腐化させる。効果的な支援をするために、時代の流れと変化の中で他の団体との連携を強め、事業の魅力を高めることが必要と思われる。顕著な成果がなければ同事業を継続するか否かが今後の課題と考える。</p> <p>また、個店のサービスや商品にスポットを充てた事業において、サービスや商品の認知度に依存する場合がある。ブランド化等の認知度向上に対する支援、個店の情報を発信する支援等を継続的に実施し、認知度の向上を図ることが課題である。</p>
<p>(5) 次年度の取り組み</p>
<p>こうした取り組みが、市内の小規模事業者へのさまざまな情報を発信する基地局としての役割を果たす。更に、事業者が抱える課題を把握して解決に向けての支援を行うことで地域商工業の活性化に繋げる。</p> <p>様々な課題については地道な活動による支援を継続して行うことが必要である。府・市・各種関係機関との連携を図り小規模施策事業を展開する中で、管内の中小企業の持続的発展を目指す。</p>

3. 経営相談支援事業・専門相談支援事業 松原商工会議所

I 経営相談支援事業						
支援のポイント・成果						
<p>経営指導員を中心に管内事業所への相談支援を行う際、「顧客視点に立った地域総合窓口・情報発信基地としての機能強化・地域特性の活性化に向けた取組み」を心掛けた。その結果、事業者からのヒアリングの中で相談案件を的確に抽出し、各支援メニューへとつなげることが出来た。また、さらに一歩踏み込んで事業主自身が気付いていない課題を引き出すことができるように努力した。また、融資や補助金関係等の新型コロナウイルス感染症関連支援についても強化した。</p> <p>成果事例として以下の2つの例を挙げる。</p> <p>①当事業所は金属加工の製造業を営んでいる。昭和38年に大阪府松原市にてミシン部品を中心とした金属加工製造業として創業。その後、自転車・金物部品の量産を開始する。独自性（様々な取扱部品：500種類以上）を活かして順調に売上を伸ばしてきた。しかしながら、新型コロナウイルスの感染拡大の影響及び物価上昇に伴う原材料価格の高騰により部品製造が厳しい状況となっている。その上で、特に自動車関係は、今後、地球環境への対策として進められているEV（電気自動車）化による使用部品の減少に向かっていく。上記のような状況を打開するための新たな手を打ちたいとの相談を受ける。補助金・先端設備等導入計画などの公的支援を活用し、新分野への参入を図ることを提案した。補助事業の事業計画書の策定にあたり、自社の強みや課題、市場の動向、将来の展望等を分析、補助金の効果についてもより具体的に数字の根拠を記載する等説得力のある事業計画書の策定・ブラッシュアップをしていった。補助金を活用することで新分野への参入に向けた生産体制を構築することができ、業務効率の改善及びコストの削減にも繋がった。</p> <p>②当事業所は河内天美駅近隣で配達を中心としたお弁当屋を営む。同事業所は、惣菜屋を営業していた経歴もあり、手作り惣菜に拘ったお弁当を販売している。同事業所はワンコイン（税込500円）に拘り営業を続けていたが、物価高騰による仕入れ価格の値上がりもあり、販売価格の見直しについて検討していたため相談を受ける。商品の売れ筋、死筋、粗利率を整理。また、粗利率の高い新商品の開発等を提案。併せて、地元の大学である阪南大学の学生と連携し、メニュー表のリニューアルを図った。複数の候補のなか、メニュー表の決定に至り、HPの更新等の支援を図り、販売価格の見直しを行った。今後、顧客の動向を確認するとともに、最近始めたSNSの効果向上のための支援を引き続き行う。</p>						
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	336	336	100.0%	3	
支援機関等へのつなぎ	支援数	50	67	134.0%	5	
金融支援（紹介型）	支援数	19	22	115.8%	4	
金融支援（経営指導型）	支援数	20	18	90.0%	2	
マル経融資等の返済条件緩和支援	事業所	0	0		3	
資金繰り計画作成支援	事業所	0	0		3	
記帳支援	事業所	60	55	91.7%	2	
労務支援	支援数	44	45	102.3%	3	
人材育成計画作成支援	事業所	0	0		3	
マーケティング力向上支援	事業所	0	0		3	
販路開拓支援	支援数	45	48	106.7%	4	
事業計画作成支援	支援数	39	38	97.4%	3	
創業支援	事業所	8	8	100.0%	3	
事業継続計画（BCP）作成支援	事業所	4	4	100.0%	3	
コスト削減計画作成支援	事業所	5	5	100.0%	3	
財務分析支援	事業所	27	29	107.4%	4	
5S支援	事業所	1	1	100.0%	3	
IT化支援	事業所	0	0		3	
債権保全計画作成支援	事業所	0	0		3	
事業承継支援	事業所	35	32	91.4%	2	
災害時対応支援	事業所	0	0		3	
フォローアップ支援	事業所	0	0		3	
結果報告	事業所	336	336	100.0%	3	
II 専門相談支援事業						
支援のポイント・成果						
<p>本事業では、小規模事業者が抱える具体的な課題解決に向けて、専門家と直接相談ができる窓口を設けた。事業者においては、専門的かつ急を要する課題解決への道が開ける効果がある。弁護士・税理士・社会保険労務士などの専門家や日本政策金融公庫の担当職員とも連携を図り、迅速な課題解決を図った。</p> <p>税務相談・金融相談においては、インボイス制度や新型コロナウイルス感染症関連の融資の相談が多く、時代背景を反映した相談も見られた。また、急を要する案件が多く「特急相談」として各専門家に支援を行う機会が多かった。</p>						
事業名	新規/継続	指標	目標数値	実績数値	達成率	事業評価
税務相談	継続	相談者数	12	26	216.7%	5
金融相談	継続	相談者数	12	22	183.3%	5
特急相談	継続	相談者数	24	38	158.3%	5

Ⅲ 地域活性化事業										
支援のポイント・成果										
<p>松原を含んだ南河内エリアが保有する商工業の提案力・組織力強化に対する支援を、新型コロナウイルス感染症への対応を踏まえながら事業展開を行った。</p> <p>「商業活性化支援事業」では、松原管内のBtoC事業者の販路開拓支援として実施したフリーペーパー「まつばらチケット」を年度内に2回作成・市内に配付した。</p> <p>1回目は80社が参加して、令和4年7月30日～8月31日の実施となった。34,000部作成し、市内家庭にポスティングを実施した。2回目は46社が参加して、令和4年12月17日～令和5年1月31日に実施した。参加者は126社（重複を省くと92社）となった。継続して参加している事業所は、当所の過去の実績データを活かし、参加内容についてブラッシュアップを図った。</p> <p>「経営者交流会」では、松原商工会議所と南河内地域労働ネットワークと連携を図り、松原市管内の中小企業又は小規模事業者の労務支援として実施したコロナ禍の逆境の中、自らがどのように「働き方改革」に取り組むべきかを課題として取り組んだ。また、異業種の交流により身近な成功事例やお互いの事業について学ぶことができた。</p> <p>「事業計画策定セミナー」では、ポストコロナ・ウィズコロナ時代に適応するための事業展開等の新たな取り組みを支援するために、事業計画策定にスポットを当て支援した。参加者に対してセミナー後の支援を強化することで、計画策定に至るケースも見られた。</p> <p>経験が少ない経営者を対象として、経営に必要な一連の知識（財務・マーケティング・販路開拓）を身に付けてもらうため「経営者ステップアップセミナー」としてセミナーと交流会を実施した。「マーケティングセミナー」ではセミナーを聞くだけでなく、講師の話を中小企業診断士の方により理論面で分析、解説をしてもらうことで、自社に取り入れ易い方法で実施した。また、「SNS活用セミナー」では、参加者相互の動画を分析することで、多くの意見を聞くことができ、動画の質の向上に繋げる取り組みを実施した。</p> <p>また、「若手社員定着研修」として本年に入社した社員を中心に、入社後1ヶ月経った5月に社会人として必須のビジネスマナーやスキルを身に付ける研修を行った。単なるセミナー形式ではなく、グループワークで相互に実践をすることにより、より効果的な研修となった。また、若手社員同士で、業務内容や悩みを話し合ってもらうことにより、その解決法を各自で見つけ出すきっかけとなった。さらに若手社員のキャリアプランを作成してもらい、各社の管理職に共有することにより若手社員と管理職の相互理解に繋がった。</p> <p>「地元商品発信事業」では、松原商工会議所と南河内の6商工会と連携を図り、南河内地域の商品を自動販売機を用いて販売及びPRを図った。自動販売機は松原市にある商業施設であるセブンパーク天美内に設置。商品の説明について、詳細をスムーズに伝えるために、看板やQRコード用いて、特設HPサイトへ誘導した。</p>										
(1) 単独事業										
府施策連携	事業名	総支援企業数		支援実績率	利用者満足率	目標の指標				事業評価
		計画	実績			項目	目標値	実績	達成率	
	商業活性化支援事業	100	92	92.0%	72.8	集客に効果があった事業所数割合	70%	75%	107.1%	4
○	経営者交流会	30	21.5	71.7%	100	経営改善のきっかけとなった事業所割合	80%	80%	100.0%	4
○	事業計画策定セミナー	15	17.5	116.7%	100	事業計画の策定に取り組む事業者	10	5	50.0%	4
	経営者ステップアップセミナー	50	59.5	119.0%	98.2	自社の経営で具体的な改善が見られた事業者数	30	56	186.7%	5
	若手社員定着支援事業	15	11	73.3%	100	若手社員の意識の変化に繋がった事業所の割合	70%	87%	124.3%	4
(2) 広域事業（幹事事業のみ）										
府施策連携	事業名	総支援企業数		支援実績率	利用者満足率	目標の指標				事業評価
		計画	実績			項目	目標値	実績	達成率	
	地元商品発信事業	9	8	88.9%	85.7	販路開拓に繋がった事業所の割合	75%	43%	57.3%	3

*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

松原商工会議所

事業名		商業活性化支援事業																					
想定する実施期間		2020 年度～ 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)	<p>BtoCの市内事業者の中には、販売促進につながる情報発信がコストの問題やIT知識不足により積極的な情報発信ができない事業所が多く存在している。また、市内での周知方法については依然として紙での宣伝が効果的であることが否めない。そこで市内商業の活性化のために各店の割引や周知情報を集めたチラシを作成して管内に配布する。</p> <p>効果としても数十社集まって1つの紙面を作成することにより、個々に行うよりも訴求効果が高く、大きな効果が期待できる。</p> <p>支援事業を数年間実施することにより、市内商業全体の活性化とともに効果的に販売する方法を事業所が理解することを目指す。</p>																					
	支援する対象 (業種・事業所数等)	<p>松原商工会議所管内の事業所の中で、一般消費者を対象としている事業所（BtoC）。小売業とサービス業が主とした対象となるが、一般消費者を顧客とする事業者は全て対象とする。</p> <p>事業所数は2692社（RESAS2016年資料参照）</p>																					
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>令和4年中に2回フリーペーパー「まつばらチケット」を各回約34,000部発行した。</p> <p>1回目：令和4年7月30日～8月31日 参加事業者：80社</p> <p>2回目：令和4年12月17日～令和5年1月31日 参加事業者：46社</p> <p>合計参加事業者数126社、重複を除くと92社が参加した。</p> <p>【配布方法】 ①松原市全戸にポスティング ②参加店舗に設置 ③その他市内の公共施設や商業施設に設置</p> <p><事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載></p> <table border="1"> <tr> <td>①府施策連携</td> <td></td> </tr> <tr> <td>②広域連携</td> <td></td> </tr> <tr> <td>③市町村連携</td> <td></td> </tr> <tr> <td>④相談事業相乗</td> <td>過去の実績データを基に個別事業所の事情に合わせた効果的な販路拡大方法の策定を支援する。</td> </tr> </table>							①府施策連携		②広域連携		③市町村連携		④相談事業相乗	過去の実績データを基に個別事業所の事情に合わせた効果的な販路拡大方法の策定を支援する。							
	①府施策連携																						
②広域連携																							
③市町村連携																							
④相談事業相乗	過去の実績データを基に個別事業所の事情に合わせた効果的な販路拡大方法の策定を支援する。																						
事業全体の実績／目標達成度	<table border="1"> <tr> <td>計画に対する実績（数値）</td> <td>総支援企業数(計画)</td> <td>100.0</td> <td>総支援企業数(実績)</td> <td>92.0</td> <td>支援実績率</td> <td>92.0%</td> <td>満足率</td> <td>72.8%</td> </tr> </table>	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	100.0	総支援企業数(実績)	92.0	支援実績率	92.0%	満足率	72.8%													
計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	100.0	総支援企業数(実績)	92.0	支援実績率	92.0%	満足率	72.8%															
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)	<p>参加各店が自社にあった割引やアピールを考え、その反応を見ることにより店内・店頭プロモーションの意識向上に繋げる。</p> <table border="1"> <tr> <td>代表指標</td> <td colspan="7">集客に効果があった事業所</td> </tr> <tr> <td>数値目標</td> <td>70%</td> <td>実績数値</td> <td>75.0%</td> <td>目標達成度</td> <td colspan="3">107.1%</td> </tr> </table>							代表指標	集客に効果があった事業所							数値目標	70%	実績数値	75.0%	目標達成度	107.1%		
代表指標	集客に効果があった事業所																						
数値目標	70%	実績数値	75.0%	目標達成度	107.1%																		
成果の代表事例	新規開業店が自店舗の周知を当事業のまつばらチケットで実施した結果、集客効果があり売上拡大に繋がった。																						
その他目標値の実績	<table border="1"> <tr> <td>目標値(計画)</td> <td></td> <td>目標値(実績)</td> <td></td> <td>目標達成度</td> <td></td> </tr> </table>	目標値(計画)		目標値(実績)		目標達成度																	
目標値(計画)		目標値(実績)		目標達成度																			
実施結果	<p>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> <p>年度内で2回実施する内の12月実施分については市役所のイベントと重複してしまい、募集店舗の減少と効果が低下する結果となってしまった。次年度は年間1回・夏季の実施とすることにより効果の増加に繋げる。</p>																						

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

松原商工会議所

事業名		経営者交流会							
想定する実施期間		2021 年度～ 2022 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)	2019年4月より、働き方改革関連法案の一部が施行され、現在、「働き方改革」は大企業だけではなく、中小企業にとっても重要な経営課題の一つとして世の中に認知されてきている。中小企業は2020年4月から時間外労働の上限が罰則付きで法律に規定された。不況の影響による経営リスクの増大などもあり、雇用を安定的に行えないため残業を余儀なくされるケースも多い。また、中小零細企業者にとって資本や人材では大手企業に対抗出来ない。そこで、中小零細企業の経営者が互いの事業を把握し、互いに勉強する事で経営者の育成、また時にはコラボレーションし、この不安定な経済状況に対抗するための一助となる事を目的に実施する。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	全ての業種の若手経営者を対象にやる気のある経営者や新たな出会いやコラボレーションを考えている経営者は誰でも参加可能とする。松原市内4,607事業所。							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>中小企業の労働環境の向上を積極的に推進し良好な職場環境を維持することは、労働者のモチベーションの向上と人材の確保・事業所経営の安定の一環となる。又小規模事業者にとっての「働き方改革」とは何なのか。なぜ取り組む必要があるのか、コロナ禍の逆境の中、自社がどのように「働き方改革」に取り組むべきかを課題として取り組んだ。</p> <p>①働き方改革セミナー・異業種交流勉強会 [開催日時] 令和4年9月13日(火) 18:00～19:30 [開催場所] 松原商工会議所会館 [内 容] 働き方改革について「日本経済の変遷と雇用慣行 ～今なぜJOB型雇用か～」 [参加者] 20社(23名) ・働き方改革推進セミナー 日本経済の変遷と雇用慣行～今なぜJOB型雇用か～(多様な社員の活用に向けて) ・異業種交流勉強会 参加者間で「働き方改革に関わる賃上げに絡めて一捻りして最低賃金の引き上げを含め政府は賃上げに熱心である。賃上げや設備投資にカネを使わないなら内部留保に課税する、といった議論が与野党の政治家から出ているが、賛成ですか、反対ですか。それは何故であるか」を議題として意見交換を行った。</p> <p><事業手法(①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果)の具体的な連携・効果を記載></p>							
		①府施策連携	大阪府 南河内地域労働ネットワークと連携(労-12 雇用・労働啓発セミナー)した。						
		②広域連携							
	③市町村連携								
	④相談事業	セミナー後の追加相談に関して、内容に応じて当所対応や専門家を紹介する等の支援を行う。							
事業全体の実績/目標達成度	計画に対する実績(数値)	総支援企業数(計画)	30.0	総支援企業数(実績)	21.5	支援実績率	71.7%	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)	働き方改革セミナーにより、働き方の抜本的な改善を行い、多様な働き方を検討するきっかけとなった。労働環境の改善、効率の良い作業による生産性の向上にも繋がった。異業種の交流により身近な成功事例やお互いの事業について学ぶことができた。							
		代表指標	経営改善のきっかけとなった事業所割合						
		数値目標	80%	実績数値	80.0%	目標達成度	100.0%		
	成果の代表事例	セミナー・交流会後、働き方改革の推進に至った。交流会では同業種や異業種の実際の体験談を聴くことで、今後の働き方改革の推進に向けて参考になった。また、労基法の留意点の再確認や働き方改革を計画的に進めていく大切さを学んだとの声をいただいた。							
その他目標値の実績	目標値(計画)		目標値(実績)		目標達成度				
実施結果	課題及び次期以降への取組み(実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	参加者の満足度も高く、充実した内容であったが、セミナー形式にすることで、時間の都合上、参加事業者を厳選しなけりならなかった。今後、オンライン開催や動画配信等の実施方法を検討する。							

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

松原商工会議所

事業名		事業計画策定セミナー								
想定する実施期間		2022 年度～ 2023 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)	ポストコロナ・ウィズコロナ時代に適した事業展開等の新たな取り組みを支援するために、事業計画策定にスポットを当て支援する。 管内の中小・小規模事業者の新たな取り組みを実行するための足掛かりとなることを目的とする。								
	支援する対象 (業種・事業所数等)	松原市内 4,607 事業所								
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	開催日時：令和4年5月13日 13:30～16:00 開催場所：松原商工会議所 内容：第1部「事業再構築補助金」「小規模事業者持続化補助金」について、制度概要・事業計画策定のポイント等 第2部「新事業展開チャレンジ支援事業」についての制度説明等 講師：中小企業診断士 (1部のみ) 参加事業所数：16事業所 (19名)								
		<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	「新事業展開チャレンジ支援事業」の周知等の連携を図った。							
④相談相乗		事業計画の作成において、事業計画の見通しや実現可能性など、計画の完成度の向上に向けた支援を図った。								
事業全体の実績／目標達成度	計画に対する実績 (数値)	総支援企業数(計画)	15.0	総支援企業数(実績)	17.5	支援実績率	116.7%	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)	本セミナーの受講により、事業計画の作成方法等の知識の補充及び補助金申請の意欲の向上に繋がった。補助金申請を行い、採択に至る事業所も見られたが、事業計画作成の難易度の高さ等により申請を辞退する方も多く見られた。								
		代表指標	事業計画の策定に取り組む事業者							
	成果の代表事例	数値目標	10社	実績数値	5社	目標達成度	50.0%			
	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)	補助金を契機として事業計画を策定する事業所が多いため、補助金を断念すると事業計画を策定することが少なくなる。 課題としては、事業計画の策定に対する苦手意識を低下させることと経営相談及び専門相談による伴走支援の強化があげられる。次年度以降、相談体制を強化し事業計画の策定を促進させる。								

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

松原商工会議所

事業名

経営者ステップアップセミナー

想定する実施期間

2022 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

事業の目的
(現状や課題をどのような状態にしたいか)

創業後間もない経営者や経験が少ない経営者・企業の若年幹部には、経営に必要な知識（財務・マーケティング・販路開拓）が不足していることが見受けられる。また、経営の拡大を図りたいが知識不足から事業の成長が滞っているケースや経営難に陥っているケースもある。そのため、管内経済の底上げのために経営に対するスキルを体系的に身につけるためのセミナーを行う。また、経営者同士で交流する場を設けて、お互いに向上し合う環境を創る。

支援する対象
(業種・事業所数等)

事業者数：①市内事業所で創業後10年以下の約1,500事業所 ②松原市内4,607事業所
(平成28年経済サンセスより・当所会員の創業後10年以下の割合31%から推計)
対象業種：全業種

事業の概要

実施時期・具体的な内容及び事業手法

①経営者のための財務（2日間）
【開催日】2023年1月12日・19日
【参加事業所数】1日目：11事業所（12名） 2日目：9事業所（10名）
【内容】
簿記の基本の振り返りから始まり、特に経営に必要な財務（財務計画・管理・分析等）を中心に学んだ。
また、企業の財務状況について例題を用いて参加事業所同士で検討・議論し合うことにより、知識の定着が図られるとともに、自社における改善点を知るきっかけとした。
1日目：簿記の基本、財務諸表の読み方、財務計画の作り方・管理や分析方法について学ぶ
2日目：参加事業所同士で財務諸表及び計画を用いて検討・議論
【講師】大阪府よろず支援拠点コーディネーター

②マーケティングセミナー（2日間）
【開催日】（1日目）2022年9月26日・（2日目）10月14日
【参加事業所数】1日目：16事業所（17名） 2日目：19事業所（21名）
【内容】
事業において不可欠なものが販路拡大である。その中でも、経営者が身につける必要があるマーケティングの知識を体系的に習得してもらい、それぞれの企業に適した販路拡大方法を検討した。また、参加企業同士でお互いの販路拡大方法を検討し合うことでブラッシュアップに繋げた。
1日目：マーケティングの基礎知識（「市場・顧客・自社・競合等の分析」「顧客・商品・流通」「4P戦略」等）の習得
2日目：参加事業所同士でお互いのマーケティング戦略について検討・議論

③Eコマース活用セミナー（はじめてのネットショップセミナー）（1日間）
【開催日】2023年2月27日
【内容】ネットショップの導入を検討中もしくは導入したが効果が上がらない方を対象に、ネットショップ事情や売れる秘訣について学ぶ。
【参加事業所数】20事業所（21名）

④SNS活用セミナー（2日間）
【開催日】1日目：2022年10月25日 2日目：11月8日
【内容】各SNSの特徴について学び、実際に動画編集アプリを用いて編集した。
また、作成した動画についてグループワークで意見交換し、交流及び動画の質向上を図った。
【参加事業所数】1日目：20事業所（28名）、2日目：13事業所（19名）

<事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載>

①府施策連携

②広域連携

③市町村連携

④相談相乗

セミナー後の追加相談に関して、内容に応じて当所で対応や専門家を紹介する等の支援を行う。

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)	50.0	総支援企業 数(実績)	59.5	支援 実績率	119.0%	満足率	98.2%	
	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)	本セミナーを受講することにより、財務、マーケティング、Eコマース、SNSについての知識が身につくことと同時に、グループワークの中で自社の状況を他社と比較検討することにより自社の経営に関して具体的な改善策を見出して頂く。								
		代表指標	セミナーを受講したことにより、自社の経営に対して具体的な改善が見られた。							
		数値目標	30	実績数値	56	目標達成度	186.7%			
	成果の代表事例	製造業者の若手経営者が先代より事業を引き継いだものの、経営経験が不足していたため、財務状況の把握や販売方針の作成が不十分であった。セミナーを受講したことにより、自社の資金繰り表等を作成して財務内容が把握できる様になり、さらに、マーケティング戦略を検討することにより新規取引先の開拓方針を作成した。資金繰り表・損益分岐点売上高の作成に関しては、専門家を紹介し、追加の個別相談により完成した。								
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)	参加者も多く受講者の満足度も高かったが、財務やSNSでは実施日数に対して内容が多すぎた意見もあり、理解度が高くない事業所が見受けられたため、実施日数や内容の検討を行う。								

【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)	10.0	支援企業数(実績)	10.0	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)	経営に必要な財務の知識の習得と交流により改善点を知るきっかけとなる。							
		指標	財務面の改善を知るきっかけとなった						
		数値目標	7	実績数値	10	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)	15.0	支援企業数(実績)	14.5	支援実績率	96.7%	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)	マーケティング戦略の作成・検討するきっかけとなる。							
		指標	戦略のブラッシュアップに繋がった						
		数値目標	10	実績数値	14	目標達成度	140.0%		
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③	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)	20.5	支援実績率	205.0%	満足率	95.0%
	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)	Eコマースについての知識が向上し、導入するきっかけとなる。							
		指標	Eコマースを検討するきっかけとなった						
		数値目標	8	実績数値	17	目標達成度	212.5%		
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④	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)	14.5	支援実績率	96.7%	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)	SNSの効果的な表現を学び、戦略を策定することで効果が向上する。							
		指標	SNSの効果が向上した						
		数値目標	8	実績数値	13	目標達成度	162.5%		
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⑤	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)			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

松原商工会議所

事業名		若手社員定着支援事業							
想定する実施期間		2022 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 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	管内の中小企業の維持・発展に不可欠な「人材」について、若手社員の早期離職に悩む企業が多い。中小企業においては若手社員も重要な生産の担い手であるが、大企業のように若手社員に時間をかけて育てる余裕がない。そこで若手社員に必須のスキルを学ぶとともに、複数の事業所の若手社員に交流を持ってもらい「人材の定着」に繋げる。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	松原市内4,607事業所							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	【開催日】 令和4年5月19日 【場所】 松原商工会議所 【参加事業所数】8事業所（20名） 【内容】 ・第1部 複数の事業所の若手社員を対象に社会活動に必須のビジネスマナー等のスキルを学んだ。 ・第2部 若手社員にそれぞれのキャリアプランを策定してもらい、グループワークで他事業所との繋がりや業務内容、考え方・悩みなどをテーマにコミュニケーションを図り、交流を深めることで若手社員の早期離職の抑制に繋げた。また、参加事業所にフィードバックを行い若手社員の理解に繋げた。							
		<事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載>							
		①府施策連携							
②広域連携									
③市町村連携									
④相談相乗	追加相談に対して、内容に応じて各種専門家や機関につなぐ。								
事業全体の実績／目標達成度	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	15.0	総支援企業数(実績)	11.0	支援実績率	73.3%	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)	入社したばかりで仕事に対して不安をもっている社員に対して、ビジネスマナーから一歩進んだビジネスマナーを身に付けてもらうことにより、会社での不安感を払拭してもらうことができた。また、他社の社員とのグループワークを通して不安感の明確化・言語化を行い、対処法を身に付けることができた。さらに同日の研修内容とともに、アンケート結果と上司に対して期待することを自社の管理職と共有してもらうことにより、相互理解を深めてもらうことが出来た。							
		代表指標	若手社員の意識の変化に繋がった事業所の割合						
		数値目標	70%	実績数値	87.0%	目標達成度	124.3%		
	成果の代表事例	社員の方は入社以来、職場や顧客との関係構築や仕事に必要なスキルや知識に関して不安を持っていたが、この研修において関係構築の方法や、他社の社員と話合った結果、不安の解消に至った。							
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)	本事業は5月に開催したが、新入社員が多いため、業務に携わり始めた時期でもあり参加しにくいとの声もあった。次年度以降は、6ヶ月など業務が落ち着いたタイミングでの開催を検討する。							

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

松原商工会議所

事業名		地元商品発信事業							
想定する実施期間		2022 年度～ 2022 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 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	松原商工会議所と南河内の6商工会との連携を図り、南河内地域の商品を広く周知する。参加事業所のPR及び販売の機会を提供することで、販路拡大など、南河内地域の新たな顧客を生み出すことを目的とする。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	松原商工会議所、南河内地域の商工会の製造業2,800事業所、サービス業3,000社（RESASより）							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	開催日：令和4年11月1日～30日 開催場所：セブンパーク天美1F休憩スペース 内容：各参加店の販売機会を創出する方法として、セブンパーク天美内1F休憩スペースに自動販売機を3台設置。HPや店頭看板にて商品の案内PRを実施し、販売促進に繋げた。 参加事業所数：14事業所							
		<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		南河内の6商工会（柏原・河内長野・藤井寺・富田林・羽曳野・大阪狭山市）と連携し、事業所の参加を集めた。							
③市町村連携									
④相談相乗	自動販売機という販売手段に応じたPR方法等について支援を図った。								
事業全体の実績／目標達成度	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	15.0	総支援企業数(実績)	14.0	支援実績率	93.3%	満足率	85.7%
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	自動販売機という販売手段に応じたPR方法や商品パッケージについて、考えるきっかけとなった。特に、検討している事業所にとっては、今後の販売手法を考えるきっかけとなった。							
		代表指標	販路開拓に繋がった事業所の割合						
		数値目標	75%	実績数値	43.0%	目標達成度	57.3%		
	成果の代表事例	本事業を通じて商品を知り、実店舗での来店及び商品の購入に至るケースがあった。							
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)	商品の説明をHPや看板、自動販売機へのQRコードの掲示等で行ったが、商品の認知度が低いと販売が進まない。試食等の実演をする日など顧客に体験・経験をしてもらう日などを設けるなど、体験をしてもらうことが必要であった。							